

BAB V

KESIMPULAN

5.1. Kesimpulan

5.1.1. Umum

Pusat perbelanjaan dapat berjalan dengan baik apabila memenuhi faktor konsep, *layout*, *tenant mix*, dan sirkulasi. Konsep pusat perbelanjaan dibagi menjadi 3, yaitu konsep berdasarkan aspek perkotaan yang berkaitan dengan kesesuaian lokasi pusat perbelanjaan, konsep berdasarkan ciri fisik yang berkaitan dengan kondisi lingkungan sekitar, dan konsep kelas yang berkaitan dengan performa pusat perbelanjaan.

1. Konsep pusat perbelanjaan berpengaruh pada jenis pusat perbelanjaan dan dipengaruhi oleh area kosong di pusat perbelanjaan, harga sewa, umur, lokasi, dan kondisi lingkungan sekitar.
2. Tata letak pusat perbelanjaan berkaitan dengan *anchor tenant* dan *unit tenant*, yaitu jumlah dan letak anchor tenant, letak sirkulasi vertikal, core bangunan, alur pengunjung, aksesibilitas dan *visibility* toko, serta petunjuk arah pada pusat perbelanjaan.
3. Tata letak *linear plan* idealnya diapit 2 *anchor tenant* sebagai magnet, alur pengunjung menerus dan menghasilkan tata letak sederhana, memudahkan pengunjung melihat semua area.
4. Tata letak *atrium plan* idealnya memiliki area tengah sebagai pusat, difungsikan sebagai atrium/*open court*, dan sirkulasi vertikal direncanakan berdasarkan area tengah.
5. Tata letak *zone and cluster plan* idealnya memiliki magnet pada tiap zona, menggunakan area tengah sebagai pusat, terdapat petunjuk arah dan sifat fleksibel terutama pada area unit tenant dengan penggunaan partisi antar tenant.
6. Sirkulasi horizontal pusat perbelanjaan idealnya memiliki lebar cukup untuk koridor *double loaded*, memiliki lebar yang memadai untuk area sirkulasi dan transisi, juga memadai untuk aksesibilitas pengguna kursi roda.

7. Anchor tenant berpengaruh pada kesuksesan unit tenant, karena berfungsi sebagai penarik pengunjung pada pusat perbelanjaan. Anchor tenant yang gagal menarik minat pengunjung berpengaruh pada persentase area kosong di pusat perbelanjaan, dan pengaruh jangka panjang terhadap kelas mall dan pendapatan pusat perbelanjaan.
8. Anchor tenant sebaiknya diletakkan di setiap zona pada layout pusat perbelanjaan sistem zone and cluster plan, dan pada ujung – ujung layout pusat perbelanjaan sistem linear plan dan atrium plan.
9. Lantai yang tidak memiliki anchor tenant berpengaruh terhadap traffic pengunjung, menghasilkan lantai dengan produktivitas yang paling rendah, dan persebaran pengunjung dan penyewa yang tidak merata, sehingga kinerja pusat perbelanjaan tidak maksimal.

Sehingga, kinerja pusat perbelanjaan yang efektif adalah pusat perbelanjaan yang memenuhi faktor konsep, *layout*, *tenant mix*, sirkulasi, dengan *anchor tenant* yang menarik minat pengunjung. Anchor tenant merupakan salah satu faktor utama yang berpengaruh terhadap kinerja pusat perbelanjaan.

5.2.Saran

Setelah proses penelitian dan mendapatkan kesimpulan akhir, terdapat beberapa usulan yang dapat disarankan untuk meningkatkan pusat perbelanjaan Plaza Semanggi dan Mall Artha Gading

1. Pada aspek tata letak Plaza Semanggi, perlu dilakukan peningkatan pada jumlah *anchor tenant* pada lantai – lantai tertentu agar setiap lantai memiliki jumlah *anchor tenant* yang sesuai dengan tipe *layout* yang digunakan. Perlu dipertimbangkan untuk menambahkan fungsi atrium / *open court* sebagai *core* dan ikon dari pusat perbelanjaan.
2. Pada aspek *tenant mix* Plaza Semanggi, perlu dilakukan pengelompokan *tenant* di area sirkulasi berdasarkan kecepatan proses *handling* untuk memaksimalkan produktivitas *tenant* di area tersebut.
3. Pada aspek *anchor tenant* Plaza Semanggi, *anchor tenant* kurang menarik minat pengunjung dengan rata – rata pengunjung tidak pernah mendatangi *anchor tenant* / frekuensi kurang dari 4 kali

dalam sebulan / kurang dari 1 kali dalam seminggu. Sehingga, perlu dilakukan peningkatan / perubahan pada *anchor tenant* agar lebih menarik minat pengunjung.

4. Pada aspek tata letak Mall Artha Gading, perlu dilakukan pengaturan pada jumlah *anchor tenant* di setiap lantai, agar sesuai dengan *layout* yang diambil, yaitu *zone and cluster plan*. Pada setiap zona perlu diletakkan magnet agar persebaran pengunjung dan penyewa lebih merata. Selain itu, elemen dekoratif pada area *core* Mall Artha Gading perlu ditingkatkan.
5. Pada aspek *tenant mix* Mall Artha Gading, jumlah unit tenant / penyewa perlu ditingkatkan, agar pendapatan Mall Artha Gading tidak bergantung pada *anchor tenant* dengan harga sewa lebih rendah untuk memaksimalkan pendapatan. Perlu dilakukan pengelompokan *tenant* di area sirkulasi vertikal berdasarkan kecepatan proses *handling* untuk memaksimalkan produktivitas tenant di area tersebut.
6. Pada aspek *anchor tenant* Mall Artha Gading, *anchor tenant* Mall Artha Gading kurang menarik minat pengunjung dengan rata – rata pengunjung tidak pernah mendatangi *anchor tenant* / dengan frekuensi kurang dari 4 kali dalam sebulan / kurang dari 1 kali dalam seminggu. Sehingga, perlu dilakukan peningkatan pada *anchor tenant* agar lebih menarik minat pengunjung di masa sekarang.

Diharapkan saran – saran tersebut dapat menjadi masukan bagi pihak manajemen Plaza Semanggi dan Mall Artha Gading.

DAFTAR PUSTAKA

- Beddington, Nadine. (1982). *Design for Shopping Centres*. Cambridge: Net Books
- Centre for Excellence in Universal Design. *Building for Everyone: Entrances and Horizontal Circulation*. Dublin: NDA
- Coleman, Peter. (2006). *Shopping Environments: Evolution, Planning and Design*. USA: Elsevier Ltd
- Dawson, J.A. 1983. *Shopping Centre Development*. New York: Longman
- Designing a Successful Retail Centre for Today* (2016). Diakses tanggal 26 September 2017, dari <http://bentel.net/wp-content/uploads/2016/11/Designing-a-Successful-Retail-Centre-for-Today.pdf>
- Dr. Parnes, Louis A.I.A. 1948. *Planning Stores That Pay*. USA: F.W. Dodge Corporation.
- Gruen, Victor and Larry Smith. 1960. *Shopping Towns USA : The Planning of Shopping Centers*. New York: Van Nostrand Reinhold Company
- Israel, Lawrence J. AIA, FISP. 1994. *Store Planning/Design : History, Theory, Process*. New York: John Wiley & Sons, INC.
- Kliment, Stephen.A. (2004). *Building Type Basics For Retail and Mixed-Use Facilities*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Lee, Ensam. 2015. *The Architecture of Consumption : A New Transient Shopping Space*. USA: Syracuse University.
- Lee, S.E., Johnson, K.K.P. 2005. *Shopping Behaviors: Implications for the Design of Retail Spaces*. Minnesota: University of Minnesota
- Mourton, Beatrice. *Creating A Tenant Mix and A Leasing Plan*. 2014. Sjahrah: ISCS

Cooper, Zubin. (2016). *Designing A Successful Retail Centre for Today*. Diakses tanggal 19 September 2017, dari <http://bentel.net/wp-content/uploads/2016/11/Designing-a-Successful-Retail-Centre-for-Today.pdf>

E., Kuria. 2013. *Suburban Shopping Centre at Karen in Nairobi, Kenya*. Dari <http://www.telegraph.co.uk/news/worldnews/africaandindianocean/kenya/10326063/Suburban-shopping-centre-at-Karen-in-Nairobi-Kenya.html>

Robertson, John, dan James Fennell. *The Economic Effects of Regional Shopping Centres*. Diakses tanggal 26 September 2017 dari <http://bentel.net/wp-content/uploads/2016/11/Designing-a-Successful-Retail-Centre-for-Today.pdf>

Schwartz, Nelson D. *The Economics (and Nostalgia) of Dead Malls*. Diakses tanggal 14 Oktober 2017, dari <https://www.nytimes.com/2015/01/04/business/the-economics-and-nostalgia-of-dead-malls.html>

UK Essays. (2013). *Factors That Contribute To The Shopping Mall Success Marketing*. Dari <https://www.ukessays.com/essays/marketing/factors-that-contribute-to-the-shopping-mall-success-marketing-essay.php?cref=1> Diakses tanggal 26 September 2017