

**SKRIPSI 43**

**PENGARUH ANCHOR TENANT DAN  
KONSEP MALL TERHADAP KINERJA  
PUSAT PERBELANJAAN  
STUDI KASUS : PLAZA SEMANGGI & MALL ARTHA  
GADING**



**NAMA : RENATTA PRABOWO  
NPM : 2013420167**

**PEMBIMBING: IR. ALEXANDER SASTRAWAN, MSP**

**UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN  
FAKULTAS TEKNIK PROGRAM STUDI ARSITEKTUR  
Akreditasi Berdasarkan Keputusan Mendikbud No.78/D/O/1997  
dan BAN Perguruan Tinggi No : 4339/SK/BAN-PT/Akred/PT/XI/2017**

**BANDUNG  
2017**

SKRIPSI 43



**PENGARUH ANCHOR TENANT DAN  
KONSEP MALL TERHADAP KINERJA  
PUSAT PERBELANJAAN  
STUDI KASUS : PLAZA SEMANGGI & MALL ARTHA  
GADING**



**NAMA : RENATTA PRABOWO  
NPM : 2013420167**

**PEMBIMBING:**

**IR. ALEXANDER SASTRAWAN, MSP**

**PENGUJI :**

**DR. HERMAN WILLIANTO  
DR. IR. RUMIATI R. TOBING, MT**

**UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN  
FAKULTAS TEKNIK PROGRAM STUDI ARSITEKTUR  
Akreditasi Berdasarkan Keputusan Mendikbud No.78/D/O/1997  
dan BAN Perguruan Tinggi No : 4339/SK/BAN-PT/Akred/PT/XI/2017**

**BANDUNG  
2017**

# PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN SKRIPSI

*(Declaration of Authorship)*



Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Renatta Prabowo  
NPM : 2013420167  
Alamat : Jalan Ciumbuleuit Nomor 129, Bandun  
Judul Skripsi : Pengaruh Anchor Tenant dan Konsep Terhadap Pusat Perbelanjaan  
Studi Kasus : Plaza Semanggi dan Mall Artha Gading

Dengan ini menyatakan dengan sungguh-sungguh bahwa :

1. Skripsi ini sepenuhnya adalah hasil karya saya pribadi dan di dalam proses penyusunannya telah tunduk dan menjunjung Kode Etik Penelitian yang berlaku secara umum maupun yang berlaku di lingkungan Universitas Katolik Parahyangan.
2. Jika dikemudian hari ditemukan dan terbukti bahwa isi di dalam skripsi ini, baik sebagian maupun keseluruhan terdapat penyimpangan-penyimpangan dari Kode Etik Penelitian antara lain seperti tindakan merekayasa/memalsukan data atau tindakan sejenisnya, tindakan Plagiarisme atau Autoplagiarisme, maka saya bersedia menerima seluruh konsekuensi hukum sesuai ketentuan yang berlaku.

Bandung, 29 November 2017

Renatta Prabowo

## ABSTRAK

### PENGARUH ANCHOR TENANT DAN KONSEP PADA PUSAT PERBELANJAAN

#### Studi Kasus: Plaza Semanggi dan Mall Artha Gading

Oleh

Renatta Prabowo  
2013420167

Pusat perbelanjaan merupakan kumpulan ritel dan penyedia jasa yang dilengkapi dengan fasilitas, dan didisain untuk melayani sebuah komunitas. Jakarta merupakan kota dengan jumlah pusat perbelanjaan terbanyak di Indonesia meski memiliki angka kedatangan yang tidak sebanding, sehingga mengakibatkan tingginya jumlah pusat perbelanjaan dengan vacancy area yang tinggi dan persebaran pengunjung dan penyewa yang tidak merata.

Apa saja faktor – faktor yang mempengaruhi kinerja pusat perbelanjaan? Menurut Peter Coleman, unsur – unsur yang harus diperhatikan adalah *site*, *tenant mix*, *tenant grouping*, dan *catering*. Menurut Zubin Cooper, elemen – elemen yang perlu dipertimbangkan merupakan lokasi, akses dan keterlihatan, parkir, tenant mix, sustainability, serta food court.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif – komparatif, dengan membandingkan 2 objek, yaitu Plaza Semanggi dan Mall Artha Gading, keduanya merupakan pusat perbelanjaan yang telah beroperasi selama 13 tahun di Jakarta. Pengumpulan data dilakukan melalui survei lapangan / observasi, wawancara, studi literatur, dan pengamatan gambar kerja.

Kata – kata kunci : pusat perbelanjaan, faktor pengaruh, *tenant mix*, *site*



## **ABSTRACT**

### **THE EFFECT OF ANCHOR TENANT AND CONCEPT ON SHOPPING MALL**

**Case Study: Plaza Semanggi and Mall Artha Gading**

**By  
Renatta Prabowo  
2013420167**

*Shopping mall is a set of retails and service providers, supported by facilities and designed to serve a community. Jakarta is a city in Indonesia with the most number of shopping malls, although the visitors' average number isn't comparable to the numerous shopping malls available. This causes a great number of shopping malls with high vacancy rates and uneven distribution of visitors and tenants.*

*What are the factors that affect the performance of a shopping mall? According to Peter Coleman, site, tenant mix, tenant grouping, and catering are the elements that have to be considered. According to Zubin Cooper, the factors that affect one's performance are location, accessibility and visibility, parking, tenant mix, sustainability, and food court.*

*The qualitative – comparative method is used in this essay by comparing 2 objects, in this case are Plaza Semanggi and Mall Artha Gading, both are shopping malls that have operated for 13 years in Jakarta. The data accumulation is done by survey / observation, interview, literature study, and observation of the shopping malls' technical drawing.*

*Keywords: shopping mall, affecting factors, tenant mix, site.*



## **PEDOMAN PENGGUNAAN SKRIPSI**

Skripsi yang tidak dipublikasikan ini, terdaftar dan tersedia di Perpustakaan Universitas Katolik Parahyangan, dan terbuka untuk umum dengan ketentuan bahwa hak cipta ada pada penulis dengan mengikuti aturan HaKI dan tata cara yang berlaku di lingkungan Universitas Katolik Parahyangan.

Referensi kepustakaan diperkenankan dicatat, tetapi pengutipan atau peringkasan hanya dapat dilakukan seizin pengarang dan harus disertai dengan kebiasaan ilmiah untuk menyebutkan sumbernya.

Memperbanyak atau menerbitkan sebagian atau seluruh skripsi haruslah seijin Rektor Universitas Katolik Parahyangan.





## UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis sangat berterima kasih kepada Bapak Ir. Alexander Sastrawan, MSP. selaku Pembimbing atas segala saran, bimbingan dan nasehat selama penelitian berlangsung dan selama penulisan skripsi ini.

Penulis juga berterima kasih atas masukan-masukan yang sangat berharga dari para dosen penguji dan Bapak Herman Willianto, Ibu Ir. Rumiati R. Tobing, MT, dan Bapak Ir. Andi Kumala Sakti, MT.

Terima kasih yang tidak terhingga juga disampaikan atas seluruh bantuan, dukungan moral, kritik dan saran-saran yang diberikan kepada Penulis dari awal hingga akhir penelitian ini kepada :

1. Tuhan Yesus, tanpa berkat dan penyertaan-Nya, penulis tidak akan bisa menyelesaikan skripsi ini.
2. Keluarga penulis, atas doa dan dukungan selama pembuatan skripsi dan perjalanan sebagai mahasiswa Universitas Parahyangan
3. Bapak Henry, atas informasi mengenai pusat perbelanjaan, data mengenai Plaza Semanggi dan Mall Artha Gading
4. Sahabat penulis, Vania, Vanny, Margaretha, Monica, Jessica, dan Philia atas doa dan dukungan moral selama pembuatan skripsi



# DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
ABSTRACT.....	iii
PEDOMAN PENGGUNAAN SKRIPSI.....	v
UCAPAN TERIMA KASIH.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xxi

## BAB I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang.....	1
1.2. Ruang Lingkup Penelitian.....	4
1.3. Perumusan Masalah.....	4
1.4. Tujuan Penelitian.....	5
1.5. Kegunaan Penelitian.....	5
1.6. Kerangka Penyajian.....	5
1.7. Kerangka Penelitian.....	7
1.8. Metodologi.....	8
1.8.1. Jenis Metodologi.....	8
1.8.2. Tempat dan Waktu.....	8
1.8.3. Populasi dan Sampel.....	8
1.8.4. Pengumpulan Data.....	9

## BAB II. KERANGKA DASAR TEORI

2.1 Teori dan Konsep.....	11
2.1.1. Pengertian.....	11
2.2.1.1 Pusat Perbelanjaan.....	11
2.2.1.2 Sirkulasi.....	12
2.2.1.3 Tenant.....	12
2.1.2. Pusat Perbelanjaan Sebagai Tempat Rekreasi.....	12
2.1.3. Elemen – Elemen Pusat Perbelanjaan.....	13
2.1.4. Unsur – Unsur dalam Pusat Perbelanjaan.....	14
2.1.5. Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Kesuksesan Pusat Perbelanjaan.....	15

2.1.6.	Jenis – Jenis Pusat Perbelanjaan .....	18
2.1.6.1.	Berdasarkan Ciri Fisik .....	18
2.1.6.2.	Berdasarkan Jumlah Lantai.....	19
2.1.6.3.	Berdasarkan Aspek Perkotaan.....	20
2.1.6.4.	Berdasarkan Fungsi Kegiatan.....	21
2.1.6.5.	Berdasarkan Tipologi .....	22
2.1.6.6.	Berdasarkan Kelas.....	22
2.1.7.	Teori Tata Letak Retail .....	23
2.1.7.1.	Jenis Tata Letak Ritel Menurut Pembagian Ruang..	23
2.1.7.2.	Tenant Mix .....	27
2.1.7.3.	Faktor Pertimbangan Tata Letak Ritel.....	30
2.1.7.4.	Teori Sirkulasi .....	31
2.1.7.4.1.	Sirkulasi Horizontal.....	33
2.1.7.5.	Jumlah Unit Magnet .....	35
2.1.7.6.	Kemampuan Retail.....	35
2.2.	Definisi Operasional / Fokus Penelitian.....	36
2.3.	Data yang Diperlukan .....	36

### BAB III. DATA

3.1.	Plaza Semanggi.....	37
3.1.1.	Sejarah .....	37
3.1.2.	Data Plaza Semanggi.....	38
3.1.2.1.	Konsep.....	38
3.1.2.2.	Layout .....	41
3.1.2.3.	Tenant Mix .....	42
3.1.2.4.	Sirkulasi .....	45
3.2.	Mall Artha Gading .....	50
3.2.1.	Sejarah .....	50
3.2.2.	Data Mall Artha Gading.....	50
3.2.2.1.	Konsep.....	50
3.2.2.2.	Layout .....	54
3.2.2.3.	Tenant Mix .....	55
3.2.2.4.	Sirkulasi .....	57

### BAB IV. ANALISA DATA

4.1.	Plaza Semanggi.....	61
4.1.1.	Konsep.....	61

4.1.2. Layout .....	65
4.1.3. Tenant Mix .....	82
4.1.4. Sirkulasi .....	88
4.1.5. Tinjauan Plaza Semanggi.....	89
4.2. Mall Artha Gading .....	91
4.2.1. Konsep.....	91
4.2.2. Layout .....	94
4.2.3. Tenant Mix .....	110
4.2.4. Sirkulasi .....	115
4.2.5. Tinjauan Mall Artha Gading.....	116
4.3. Anchor Tenant .....	118
4.4. Pengaruh Konsep , Layout , Tenant Mix , dan Sirkulasi Terhadap Pusat Perbelanjaan .....	124
<b>BAB V. ANALISA DATA</b>	
5.1. Kesimpulan.....	127
5.1.1. Umum .....	127
5.1.2. Khusus .....	128
DAFTAR PUSTAKA.....	131
LAMPIRAN.....	133



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.01	Gedung Sarinah, Jakarta .....	1
Gambar 1.02	Brand Awareness Mall di Jakarta .....	2
Gambar 1.03	Tampak Depan Plaza Semanggi, Jakarta .....	3
Gambar 1.04	Tampak Atas Plaza Semanggi, Jakarta .....	4
Gambar 1.05	Mall Artha Gading .....	4
Gambar 2.01	Elemen Kunci .....	13
Gambar 2.02	Hubungan Ketiga Elemen .....	13
Gambar 2.03	Open Mall Centre .....	18
Gambar 2.04	Closed Mall Centre .....	19
Gambar 2.05	Grand Indonesia .....	21
Gambar 2.06	Tata Letak Pusat Perbelanjaan .....	22
Gambar 2.07	Open Plan .....	24
Gambar 2.08	Atrium Plan .....	24
Gambar 2.09	Loop Plan .....	25
Gambar 2.10	Free Flow Plan .....	25
Gambar 2.11	Linear Plan .....	26
Gambar 2.12	Zone and Cluster Plan .....	26
Gambar 2.13	Shop Plan .....	27
Gambar 2.14	Proporsi Minimum Dari Total Gross Lettable Area .....	29
Gambar 2.15	Proporsi Ideal Dari Total Gross Lettable Area .....	29
Gambar 2.16	Sirkulasi yang Baik .....	32
Gambar 3.01	Plaza Semanggi .....	37
Gambar 3.02	Sistem Layout Ground Floor Plaza Semanggi .....	41
Gambar 3.03	Sistem Layout Lantai 1 Plaza Semanggi .....	42
Gambar 3.04	Presentase Vacancy Rate Plaza Semanggi .....	44
Gambar 3.05	Presentase Anchor Tenant Plaza Semanggi .....	44
Gambar 3.06	Presentase Tenant Mix Plaza Semanggi .....	44
Gambar 3.07	Area Loading Dock Ground Floor Plaza Semanggi .....	45
Gambar 3.08	Area Loading Dock Lower Ground Floor Plaza Semanggi .....	45
Gambar 3.09	Koridor & Area Sirkulasi Horizontal Plaza Semanggi .....	46



Gambar 3.10	Area Sirkulasi Vertikal Plaza Semanggi Ground Floor .....	47
Gambar 3.11	Area Duduk Plaza Semanggi.....	47
Gambar 3.12	Area Sirkulasi Vertikal Plaza Semanggi Upper Ground Floor .....	48
Gambar 3.13	Area Sirkulasi Vertikal Plaza Semanggi Lantai 2.....	48
Gambar 3.14	Area Sirkulasi Vertikal Plaza Semanggi Lantai 3A .....	49
Gambar 3.15	Area Sirkulasi Vertikal Plaza Semanggi Lantai 5.....	49
Gambar 3.16	Mall Artha Gading .....	50
Gambar 3.17	Layout Mall Artha Gading .....	54
Gambar 3.18	Tenant Mix Mall Artha Gading .....	56
Gambar 3.19	Persentase Anchor Store & Unit Store Mall Artha Gading.....	56
Gambar 3.20	Persentase Area Tersewa dan Tidak Tersewa Mall Artha Gading.....	57
Gambar 3.21	Area Loading Dock Lantai Basement Mall Artha Gading.....	57
Gambar 3.22	Area Loading Dock Lantai Ground Floor Mall Artha Gading .....	58
Gambar 3.23	Koridor Utama Mall Artha Gading .....	58
Gambar 3.24	Lobby Nusantara Mall Artha Gading .....	59
Gambar 3.25	Area Sirkulasi Vertikal Mall Artha Gading.....	59
Gambar 3.26	Eskalator Mall Artha Gading.....	60
Gambar 4.01	Jalan Sekitar Plaza Semanggi.....	61
Gambar 4.02	Area Sekitar Plaza Semanggi .....	62
Gambar 4.03	Area Pedestrian Kawasan Semanggi .....	63
Gambar 4.04	Area Tengah Lantai Dasar Plaza Semanggi .....	66
Gambar 4.05	Layout Plaza Semanggi.....	66
Gambar 4.06	Sirkulasi Utama Lantai Dasar Plaza Semanggi .....	67
Gambar 4.07	Sirkulasi Lantai Upper Ground.....	68
Gambar 4.08	Anchor Tenant Lantai Upper Ground.....	69
Gambar 4.09	Toko – Toko pada Upper Ground Floor Plaza Semanggi.....	70
Gambar 4.10	Area Toko, Koridor, dan Pameran Upper Ground Floor Plaza Semanggi....	70
Gambar 4.11	Layout Lantai 1 Plaza Semanggi .....	71
Gambar 4.12	Lantai 1 Plaza Semanggi.....	72
Gambar 4.13	Sirkulasi Pengunjung Lantai 2 Plaza Semanggi .....	73
Gambar 4.14	Petunjuk Arah Emergency Exit .....	74
Gambar 4.15	Petunjuk Arah Plaza Semanggi.....	74
Gambar 4.16	Area Tengah Lantai 2 .....	75
Gambar 4.17	Area Tengah Lantai 2 Plaza Semanggi.....	75
Gambar 4.18	Layout Lantai 3 Plaza Semanggi .....	76

Gambar 4.19	Area Sirkulasi Lantai 3 Plaza Semanggi.....	77
Gambar 4.20	Area Ritel Lantai 3 Plaza Semanggi.....	78
Gambar 4.21	Area Sirkulasi Lantai 3 Plaza Semanggi.....	78
Gambar 4.22	Sirkulasi Lantai 3A.....	79
Gambar 4.23	Area Sirkulasi Lantai 3A.....	79
Gambar 4.24	Anchor Tenant Lantai 3A.....	80
Gambar 4.25	Area Koridor Lantai 3A.....	80
Gambar 4.26	Area Koridor Restoran Lantai 3A.....	81
Gambar 4.27	Area Restoran Lantai 3A.....	81
Gambar 4.28	Layout Lantai 5.....	82
Gambar 4.29	Tenant Mix Plaza Semanggi.....	83
Gambar 4.30	Vacancy Rate Lantai 3.....	87
Gambar 4.31	Vacancy Rate Lantai Upper Ground.....	87
Gambar 4.32	Lantai 3A dengan Traffic Tertinggi.....	88
Gambar 4.33	Jalan Sekitar Mall Artha Gading.....	92
Gambar 4.34	Area Sekitar Mall Artha Gading.....	92
Gambar 4.35	Zona Lantai Dasar Mall Artha Gading.....	95
Gambar 4.36	Toko – Toko di Mall Artha Gading.....	96
Gambar 4.37	Petunjuk Arah Mall Artha Gading.....	96
Gambar 4.38	Area Tengah Lantai Dasar.....	97
Gambar 4.39	Lantai 1 Mall Artha Gading.....	98
Gambar 4.40	Toko – Toko di Mall Artha Gading.....	99
Gambar 4.41	Petunjuk Arah Lantai 1 Mall Artha Gading.....	99
Gambar 4.42	Area Tengah Lantai 1 Mall Artha Gading.....	100
Gambar 4.43	Layout Lantai 1.....	101
Gambar 4.44	Layout Lantai 2.....	102
Gambar 4.45	Area Lantai 2 Mall Artha Gading.....	103
Gambar 4.46	Area Lantai 2 Mall Artha Gading.....	104
Gambar 4.47	Elemen Dekoratif.....	104
Gambar 4.48	Zona Lantai 2.....	105
Gambar 4.49	Layout Lantai 3.....	106
Gambar 4.50	Petunjuk Arah Lantai 3.....	107
Gambar 4.51	Area Lantai 3 Mall Artha Gading.....	107
Gambar 4.52	Area Lantai 3 Mall Artha Gading.....	108
Gambar 4.53	Area Lantai 3 Mall Artha Gading 3.....	108

Gambar 4.54	Layout Lantai 5 .....	109
Gambar 4.55	Layout Lantai 5 .....	109
Gambar 4.56	Tenant Mix Mall Artha Gading .....	111
Gambar 4.57	Lantai 2 Mall Artha Gading dengan Produktivitas Tertinggi.....	115
Gambar 4.58	Lantai 3 Mall Artha Gading dengan Produktivitas Terendah.....	115
Gambar 4.59	Alasan Pengunjung Datang ke Pusat Perbelanjaan .....	118
Gambar 4.60	Rata – Rata Pengunjung Datang ke Pusat Perbelanjaan dalam 1 Bulan .....	118
Gambar 4.61	Rata – Rata Pengunjung Datang ke Matahari Dept. Store dalam 1 Bulan...	119
Gambar 4.62	Rata – Rata Pengunjung Datang ke Centro Dept. Store dalam 1 Bulan .....	119
Gambar 4.63	Rata – Rata Pengunjung Datang ke Gramedia dalam 1 Bulan .....	120
Gambar 4.64	Rata – Rata Pengunjung Datang ke Amazon Game Center dlm 1 Bulan .....	120
Gambar 4.65	Rata – Rata Pengunjung Datang ke Fitness First Dalam 1 Bulan .....	121
Gambar 4.66	Rata – Rata Pengunjung Datang ke Ace Hardware Dalam 1Bulan.....	121
Gambar 4.67	Rata – Rata Pengunjung Datang ke Informa Dalam 1Bulan.....	122
Gambar 4.68	Rata – Rata Pengunjung Datang ke Cinema XXI Dalam 1Bulan .....	122
Gambar 4.69	Rata – Rata Pengunjung Datang ke Diamond Supermarket Dlm 1Bulan....	123
Gambar 4.70	Rata – Rata Pengunjung Datang ke Foodmart Fresh Dalam 1Bulan .....	123

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.01	Data yang Diperlukan .....	36
Tabel 3.01	Konsep Ciri Fisik Plaza Semanggi.....	38
Tabel 3.02	Konsep Aspek Perkotaan Plaza Semanggi.....	39
Tabel 3.03	Konsep Kelas Plaza Semanggi .....	40
Tabel 3.04	Tenant Mix Plaza Semanggi.....	42
Tabel 3.05	Area Tersewa & Tidak Plaza Semanggi .....	43
Tabel 3.06	Konsep Ciri Fisik Mall Artha Gading .....	51
Tabel 3.07	Konsep Aspek Perkotaan Mall Artha Gading .....	52
Tabel 3.08	Konsep Kelas Mall Artha Gading .....	53
Tabel 3.09	Tenant Mix Mall Artha Gading .....	55
Tabel 3.10	Anchor Store dan Unit Store Mall Artha Gading.....	55
Tabel 3.11	Area Tersewa dan Tidak Tersewa Mall Artha Gading .....	56
Tabel 4.01	Kriteria 1 Regional Center Plaza Semanggi.....	61
Tabel 4.02	Kriteria 2 Regional Center Plaza Semanggi.....	62
Tabel 4.03	Kriteria 3 Regional Center Plaza Semanggi.....	62
Tabel 4.04	Kondisi Lokasi Plaza Semanggi .....	63
Tabel 4.05	Konsep Kelas Plaza Semanggi .....	64
Tabel 4.06	Kriteria 1 Sistem Atrium Plan .....	65
Tabel 4.07	Kriteria 2 Sistem Atrium Plan .....	66
Tabel 4.08	Kriteria 3 Sistem Atrium Plan .....	67
Tabel 4.09	Kriteria 4 Sistem Atrium Plan .....	67
Tabel 4.10	Kriteria 1 Sistem Linear Plan .....	68
Tabel 4.11	Kriteria 2 Sistem Linear Plan .....	69
Tabel 4.12	Kriteria 3 Sistem Linear Plan .....	69
Tabel 4.13	Kriteria 1 Sistem Linear Plan .....	71
Tabel 4.14	Kriteria 2 Sistem Linear Plan .....	71
Tabel 4.15	Kriteria 3 Sistem Linear Plan .....	72
Tabel 4.16	Kriteria 1 Zone and Cluster Plan.....	73
Tabel 4.17	Kriteria 2 Zone and Cluster Plan.....	73
Tabel 4.18	Kriteria 3 Zone and Cluster Plan.....	74
Tabel 4.19	Kriteria 4 Zone and Cluster Plan.....	75
Tabel 4.20	Kriteria 5 Zone and Cluster Plan.....	76
Tabel 4.21	Kriteria 1 Sistem Linear Plan .....	77
Tabel 4.22	Kriteria 2 Sistem Linear Plan .....	77

Tabel 4.23	Kriteria 3 Sistem Linear Plan .....	77
Tabel 4.24	Kriteria 1 Sistem Linear Plan .....	79
Tabel 4.25	Kriteria 2 Sistem Linear Plan .....	80
Tabel 4.26	Kriteria 3 Sistem Linear Plan .....	80
Tabel 4.27	Tenant Mix Plaza Semanggi.....	82
Tabel 4.28	Kriteria 1 Tenant Mix .....	84
Tabel 4.29	Kriteria 1 Perletakan Tenant.....	84
Tabel 4.30	Kriteria 2 Perletakan Tenant.....	85
Tabel 4.31	Kriteria 3 Perletakan Tenant.....	85
Tabel 4.32	Kriteria 4 Perletakan Tenant.....	86
Tabel 4.33	Sirkulasi Plaza Semanggi.....	87
Tabel 4.34	Tinjauan Plaza Semanggi.....	88
Tabel 4.35	Kriteria 1 Regional Center Mall Artha Gading.....	91
Tabel 4.36	Kriteria 2 Regional Center Mall Artha Gading.....	92
Tabel 4.37	Kriteria 3 Regional Center Mall Artha Gading.....	93
Tabel 4.38	Kondisi Lokasi Mall Artha Gading .....	94
Tabel 4.39	Kriteria 1 Zone and Cluster Plan.....	95
Tabel 4.40	Kriteria 2 Zone and Cluster Plan.....	96
Tabel 4.41	Kriteria 3 Zone and Cluster Plan.....	97
Tabel 4.42	Kriteria 4 Zone and Cluster Plan.....	97
Tabel 4.43	Kriteria 5 Zone and Cluster Plan.....	97
Tabel 4.44	Kriteria 1 Zone and Cluster Plan.....	98
Tabel 4.45	Kriteria 2 Zone and Cluster Plan.....	99
Tabel 4.46	Kriteria 3 Zone and Cluster Plan.....	100
Tabel 4.47	Kriteria 4 Zone and Cluster Plan.....	100
Tabel 4.48	Kriteria 5 Zone and Cluster Plan.....	100
Tabel 4.49	Kriteria 1 Zone and Cluster Plan.....	102
Tabel 4.50	Kriteria 2 Zone and Cluster Plan.....	102
Tabel 4.51	Kriteria 3 Zone and Cluster Plan.....	103
Tabel 4.52	Kriteria 4 Zone and Cluster Plan.....	103
Tabel 4.53	Kriteria 5 Zone and Cluster Plan.....	104
Tabel 4.54	Kriteria 1 Zone and Cluster Plan.....	106
Tabel 4.55	Kriteria 2 Zone and Cluster Plan.....	106
Tabel 4.56	Kriteria 3 Zone and Cluster Plan.....	107
Tabel 4.57	Kriteria 4 Zone and Cluster Plan.....	107

Tabel 4.58	Kriteria 5 Zone and Cluster Plan.....	110
Tabel 4.59	Tenant Mix Mall Artha Gading .....	108
Tabel 4.60	Kriteria Tenant Mix .....	111
Tabel 4.61	Kriteria 1 Perletakan Tenant.....	112
Tabel 4.62	Kriteria 2 Perletakan Tenant.....	112
Tabel 4.63	Kriteria 3 Perletakan Tenant.....	113
Tabel 4.64	Kriteria 4 Perletakan Tenant.....	114
Tabel 4.65	Sirkulasi Mall Artha Gading .....	116



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 .....	133
Lampiran 2 .....	134
Lampiran 3 .....	135
Lampiran 4 .....	138
Lampiran 5 .....	139
Lampiran 6 .....	140
Lampiran 7 .....	142
Lampiran 8 .....	143
Lampiran 9 .....	143
Lampiran 10.....	144
Lampiran 11.....	144
Lampiran 12.....	149
Lampiran 13.....	152
Lampiran 14.....	153
Lampiran 15.....	154



# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang Masalah



Gambar 1.01  
Gedung Sarinah, Jakarta  
Sumber: Google

Pada tahun 2014, kota Jakarta termasuk di dalam daftar kota – kota besar di dunia dengan jumlah shopping mall terbanyak.<sup>1</sup> Department Store pertama di Indonesia adalah Sarinah, dibangun pada tahun 1962 oleh Soekarno sebagai penyeimbang harga pasar karena nilai inflasi yang melambung tinggi pada masa itu. Awalnya, Sarinah dibangun dengan tujuan sebagai department store yang menjual hasil pertanian dan industri rakyat untuk masyarakat kalangan bawah, namun sempat berubah ketika orde baru dimana masyarakat asing menjadi konsumen mayoritas Sarinah.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh BOI *Research Services* pada tahun 2016, meski Jakarta memiliki jumlah pusat perbelanjaan terbesar di Indonesia, masyarakat Jakarta mengunjungi pusat perbelanjaan rata – rata 2.7 kali dalam 1 bulan, lebih sedikit dibandingkan pengunjung pusat perbelanjaan di Surabaya dengan jumlah kunjungan rata - rata 3.1 kali dalam 1 bulan dan Denpasar dengan jumlah kunjungan

---

<sup>1</sup> Kasdiono,Eddy/ (2014, 31 Oktober).”*Jakarta, A City with Many Shopping Centres*”.  
<http://www.thejakartapost.com/news/2014/10/31/jakarta-a-city-with-many-shopping-centers.html>

rata - rata 3 kali dalam 1 bulan<sup>2</sup>. Gambar di bawah merupakan persentase tingkat kepercayaan masyarakat terhadap pusat perbelanjaan di Jakarta. *Shopping mall* yang masuk ke dalam daftar tersebut didominasi oleh *shopping mall* dengan target pengunjung menengah ke atas. Meski angka kedatangan masyarakat Jakarta ke shopping mall lebih sedikit daripada Surabaya dan Bali, jumlah mall di Jakarta jauh lebih banyak dibandingkan kedua kota tersebut, menyebabkan persaingan dan tingkat kepercayaan pengunjung mudah bergeser, sehingga untuk sukses, sebuah pusat perbelanjaan harus memenuhi faktor lokasi, disain dan *layout*, *tenant mix*, parkir, serta strategi dan promosi marketing<sup>3</sup>.



Gambar 1.02  
Brand Awareness Mall di Jakarta  
Sumber: [www.boi-rs.com/malls/](http://www.boi-rs.com/malls/)

Salah satu faktor yang penting diperhatikan adalah *layout* dan *tenant mix* sebuah *shopping mall*. Tingginya jumlah pusat perbelanjaan di Jakarta dan sengitnya persaingan antar pusat perbelanjaan mengakibatkan tingginya jumlah pusat perbelanjaan di Jakarta yang gagal menarik perhatian pengunjung / mempertahankan kepercayaan pengunjung, sehingga jumlah pengunjung dan penyewa pusat perbelanjaan sedikit, seperti halnya yang terjadi pada beberapa pusat perbelanjaan di Jakarta, misalnya Plaza Semanggi dan Mall Artha Gading. Berdasarkan kunjungan ke Plaza

<sup>2</sup> Sekar. (2016, 20 Desember). "Jakarta: Mall Capital of The World?". <https://www.boi-rs.com/malls/>

<sup>3</sup> Kat Whitehead. (2016, 21 Juli). "The Key to a Successful Shopping Centre". <http://www.foundationrecruitment.com/news/key-successful-shopping-centre/>

Semanggi dan Mall Artha Gading, ditemukan area – area tertentu di kedua pusat perbelanjaan yang kosong dan sepi pengunjung serta penyewa, sementara pada area – area lain terjadi kepadatan dari segi jumlah pengunjung dan penyewa.



Gambar 1.03  
Tampak depan Plaza Semanggi, Jakarta  
Sumber: Google



Gambar 1.04  
Tampak atas Plaza Semanggi, Jakarta  
Sumber: Google

Plaza Semanggi merupakan bangunan *mixed use* yang dibangun pada tahun 1965 di Jalan Jenderal Sudirman, Jakarta. Awalnya, Plaza Semanggi dibangun bersama Kantor Gedung Veteran RI, kemudian pada tahun 2004, presiden saat itu, Megawati Soekarnoputri membangun fungsi tambahan berupa gedung konser Balai Sarbini di kompleks Plaza Semanggi. Plaza Semanggi mengalami renovasi untuk mengubah konsep mall dari kelas menengah menjadi kelas menengah atas, dengan perubahan, penambahan atrium dan penggantian ritel / penyewa menjadi toko yang lebih ternama. Namun, meski terletak di salah satu area paling strategis dan berkelas di Jakarta dan telah dilakukan renovasi senilai 100 miliar rupiah<sup>4</sup>, tidak terjadi pengaruh besar pada pusat perbelanjaan apabila dilihat dari segi pengunjung dan penyewanya, sehingga perlahan – lahan tergeser dengan munculnya mall – mall baru di Jakarta.

Mall Artha Gading merupakan pusat perbelanjaan yang terletak di kawasan Kelapa Gading, Jakarta Utara. Bangunan ini dibuka pada tahun 2004 dengan mengambil konsep Jalur Sutera, yang diterapkan dalam layout dan interior pusat perbelanjaan tersebut. Bangunan ini mengalami 1 kali renovasi, dengan tujuan menambahkan fungsi bioskop dan tempat fitness pada tahun 2016. Meski memiliki lokasi yang berdekatan dengan Mall Kelapa Gading dengan reputasinya sebagai mall yang paling sering dikunjungi dan telah melakukan penambahan ritel, Mall Artha Gading kini tetap sepi pengunjung dan penyewa.

---

<sup>4</sup> WBP. (2012, 26 Desember). Plaza Semanggi Ubah Konsep Jadi Mal Kelas Atas. <http://www.beritasatu.com/mobile/bursa/89555-plaza-semanggi-ubah-konsep-jadi-mal-kelas-atas.html>



Gambar 1.05  
Mall Artha Gading  
Sumber: Google

*Layout* / pengaturan tata letak ritel dan sirkulasi dalam pusat perbelanjaan berpengaruh terhadap berjalannya dan tingkat kesuksesan pusat perbelanjaan tersebut, dalam hal ini diukur dengan jumlah pengunjung. Indikasinya adalah penuhnya area yang disediakan bagi penyewa dan jumlah pengunjung harian yang tinggi. Implikasi apabila tidak terpenuhi akan terjadi penurunan omzet pusat perbelanjaan yang dapat berakhir dengan kebangkrutan, sehingga dirasa perlu dilakukan pengkajian mengenai pengaruh sirkulasi dan tata letak ritel pada jumlah pengunjung pusat perbelanjaan.

## **1.2. Ruang Lingkup Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di 2 objek, yaitu Plaza Semanggi dan Mall Artha Gading, dengan batasan waktu antara Agustus 2017 hingga Desember 2017. Area yang diteliti adalah area ritel pada pusat perbelanjaan dari segi konsep, layout, tenant mix, dan sirkulasi pusat perbelanjaan.

## **1.3. Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan, masalah yang ditemukan adalah:

- Jumlah pengunjung dan penyewa pada pusat perbelanjaan yang menurun
- Upaya renovasi yang kurang efektif

Dari poin – poin diatas, dapat disimpulkan rumusan masalahnya yaitu okupansi penyewa dan persebaran pengunjung tidak merata pada area ritel di pusat perbelanjaan. Adapun perumusan masalah berupa pertanyaan penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apa faktor – faktor yang mempengaruhi kinerja pusat perbelanjaan?
2. Bagaimana konsep dan anchor tenant Plaza Semanggi dan Mall Artha Gading ditinjau berdasarkan teori dan standar yang berlaku?
3. Area - area apa saja yang perlu ditingkatkan / diperbaiki dari Mall Artha Gading dan Plaza Semanggi?

#### **1.4. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan masalah yang telah dijabarkan, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Mengetahui faktor – faktor yang mempengaruhi kinerja pusat perbelanjaan
2. Mengetahui konsep dan anchor tenant yang digunakan pada pusat perbelanjaan Plaza Semanggi dan Mall Artha Gading
3. Mengetahui area – area yang perlu ditingkatkan / diperbaiki di Mall Artha Gading dan Plaza Semanggi

#### **1.5. Kegunaan Penelitian**

Hasil Penelitian ini diharapkan memiliki kegunaan, khususnya bagi:

1. Mahasiswa, untuk memberi pemahaman mengenai konsep dan anchor tenant pada pusat perbelanjaan
2. Arsitek, untuk memberi pemahaman dalam merancang konsep dan anchor tenant pada pusat perbelanjaan yang lebih baik

#### **1.6. Kerangka Penyajian**

Bab 1 Pendahuluan

Bab ini berisi tentang latar belakang permasalahan, yaitu jumlah pusat perbelanjaan di Jakarta yang tidak berbanding dengan angka rata – rata kedatangan pengunjung pusat perbelanjaan setiap bulannya, sehingga terdapat pusat – pusat perbelanjaan yang gagal bersaing. Pada bab ini juga dijelaskan ruang lingkup penelitian, perumusan permasalahan, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, kerangka penelitian, dan metodologi.

Bab 2 Dasar Teori

Bab ini berisi tentang hasil studi literatur yang digunakan sebagai dasar pengumpulan dan perumusan data, didapatkan dari buku – buku dan media elektronik.

Hasil studi literatur pada bab ini menyangkut dengan aspek – aspek pengaruh pusat perbelanjaan, yaitu konsep, layout, tenant mix, dan sirkulasi.

### Bab 3 Data

Bab ini berisi hasil pengamatan pusat perbelanjaan Mall Artha Gading dan Plaza Semanggi berdasarkan aspek – aspek yang diteliti, yaitu konsep, layout, tenant mix, dan sirkulasi.

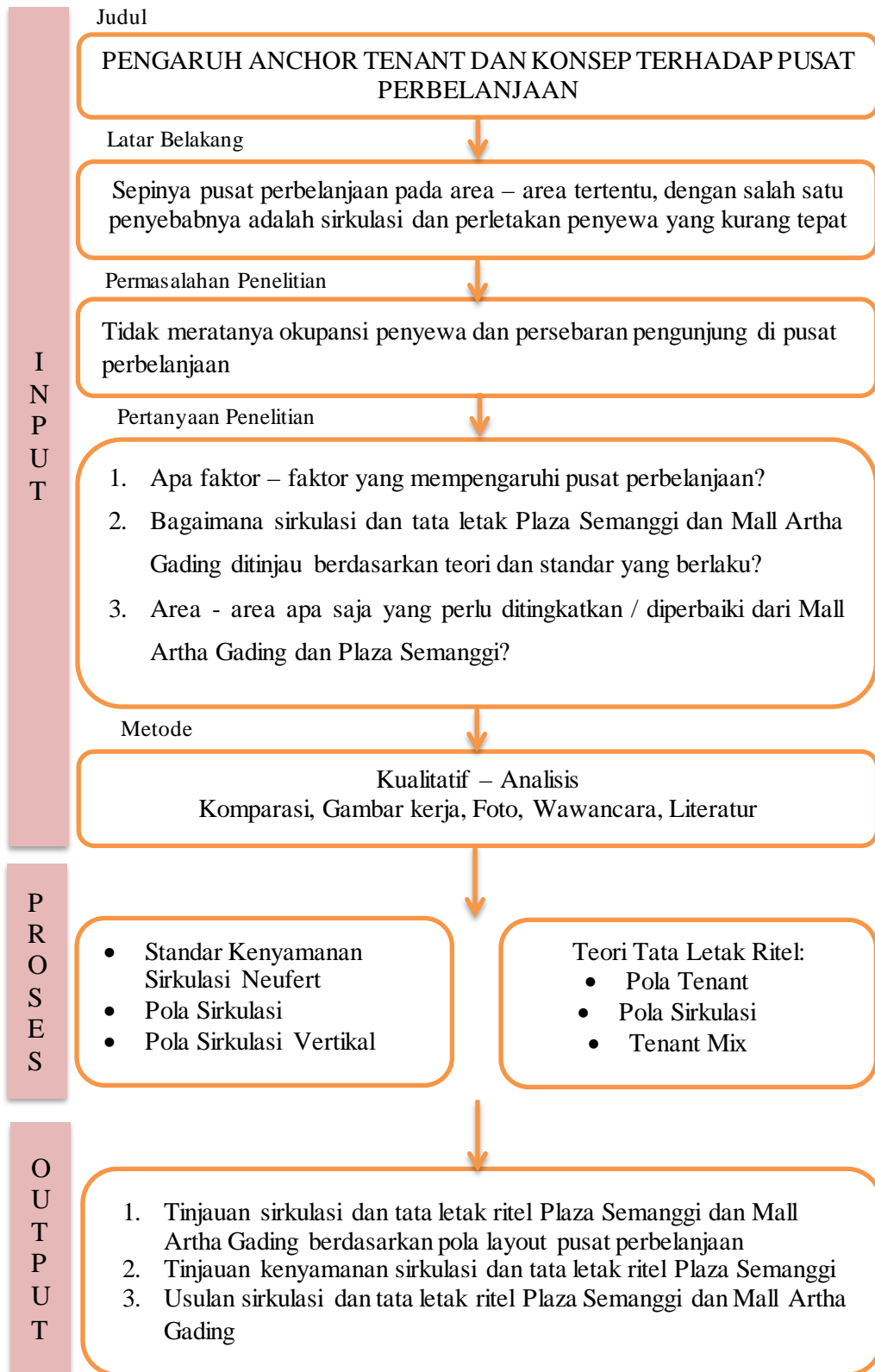
### Bab 4 Analisa Data

Bab ini berisi tentang hasil analisa data – data yang pengamatan dengan teori – teori yang berlaku. Bab ini menghasilkan kesimpulan sementara dari kedua objek yang diambil.

### Bab 5 Kesimpulan

Bab ini berisi tentang kesimpulan umum, yaitu kesimpulan mengenai kedua objek pusat perbelanjaan secara general, dan kesimpulan khusus, yaitu kasus – kasus khusus yang terjadi pada objek dan akibatnya terhadap pusat perbelanjaan tersebut. Pada bab ini juga disajikan saran – saran.

## 1.7. Kerangka Penelitian



## **1.8. Metodologi**

### **1.8.1. Jenis Metodologi**

Ada bermacam – macam cara / metode yang dapat digunakan dalam setiap penelitian. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

#### a. Metode Kualitatif

Metode kualitatif adalah metode penelitian melalui wawancara, observasi, pemeriksaan dokumen yang terkait dengan objek / kasus yang bersangkutan.

#### b. Metode Komparatif

Metode komparatif adalah metode penelitian yang dilakukan untuk membandingkan persamaan dan perbedaan dua atau lebih fakta dan sifat objek yang diteliti berdasarkan kerangka penelitian tertentu.

### **1.8.2. Tempat dan Waktu**

Penelitian ini mengambil objek studi Mall Artha Gading yang bertempat di Jalan Artha Gading Selatan No. 1, Jakarta Utara dan Plaza Semanggi yang bertempat di Jalan Jendral Sudirman Kavling 50, Jakarta Utara. Penelitian ini berlangsung dari bulan Agustus 2017 hingga bulan Desember 2017.

### **1.8.3. Populasi dan Sampel**

#### a. Populasi

Populasi terdiri atas objek / subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi pada penelitian ini merupakan pengunjung pusat perbelanjaan dan pegawai pusat perbelanjaan Plaza Semanggi dan Mall Artha Gading.

#### b. Sampel

Sampel yang diambil dari populasi tersebut adalah 50 orang pengunjung pusat perbelanjaan Plaza Semanggi dan Mall Artha



Gading dan 5 orang pegawai pusat perbelanjaan Plaza Semanggi dan Mall Artha Gading.

#### **1.8.4. Pengumpulan Data**

Pengumpulan data diperlukan sebagai dasar melakukan penelitian yang bersangkutan. Data dalam penelitian ini diperoleh melalui:

- a. Survey lapangan / observasi  
Penelitian bersifat kualitatif dilakukan melalui pengamatan langsung terhadap kondisi dan pola sirkulasi dan tata letak ritel pada Plaza Semanggi dan Mall Artha Gading disertai dokumentasi foto – foto untuk memperjelas penelitian
- b. Wawancara  
Melakukan survei / wawancara kepada pengunjung Plaza Semanggi dan Mall Artha Gading mengenai pengalaman ruang dan sirkulasi pusat perbelanjaan
- c. Gambar Kerja
- d. Studi Literatur  
Studi pustaka berupa teori – teori dan informasi, baik berasal dari media cetak dan media elektronik

