

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1.1 Kesimpulan Pintu Masuk Mall Pluit Village

Analisis pintu masuk Mall Pluit Village dilakukan dengan berdasar pada sirkulasi kendaraan sekitar bangunan, sirkulasi kendaraan menuju dan keluar dari tapak, dan sirkulasi akses masuk ke dalam bangunan.

Pada poin pembahasan sirkulasi kendaraan sekitar bangunan, sirkulasi kendaraan sekitar bangunan terbagi menjadi dua akses, yaitu sirkulasi I melalui Jalan Pluit Indah dan sirkulasi II melalui Jalan Pluit Permai. Secara umum, jalur sirkulasi sekitar bangunan yaitu sirkulasi I kurang baik sementara sirkulasi II lebih baik apabila ditinjau dari sudut pandang feng shui teori air. Jalur sirkulasi pada jalur primer yang melalui Jalan Pluit Indah secara keseluruhan kurang baik dikarenakan jalur masuk ini terbagi atas jalur A, B, dan C. Jalur A merupakan jalan utama yaitu Jalan Pluit Indah, Jalur B merupakan jalan lanjutan dari jalan A yaitu Jalan Pluit Village, dan jalan C juga merupakan jalan utama dari jalan A dimana jalan ini langsung terhubung dengan akses utama menuju bangunan. Menurut analisis jalur A, sirkulasi ini sudah cukup baik dimana aliran kendaraan yang bergerak melewati Mall Pluit Village pada jalan ini cenderung lambat sehingga cukup baik dalam pendekatan feng shui dan air dari jalan raya utama akan lebih mudah masuk ke dalam tapak. Namun aliran air juga harus melewati jalan kecil yaitu Jalan Pluit Village atau jalur 'B' maupun jalur 'C' yang melewati waduk Pluit. Karena harus melewati jalan kecil B maupun jalan kecil C, maka aliran air menjadi terhambat dan sulit untuk masuk ke dalam bangunan.

Sementara itu, Jalan Pluit Permai yang ditandai dengan sirkulasi "II" yang berada di sebelah utara objek apabila ditinjau dari sudut pandang feng shui teori air sudah baik secara sirkulasi. Jalan ini selain merupakan jalur primer, juga letaknya lebih dekat dengan akses ke perumahan warga sehingga tidak terlalu banyak pengunjung yang melewati jalan ini. Aliran kendaraan yang bergerak melewati Jalan Pluit Permai menuju Mall Pluit Village cenderung cepat dan hal tersebut baik dalam pendekatan feng shui dimana air akan lebih mudah untuk masuk ke dalam tapak.

Poin selanjutnya adalah terkait sirkulasi menuju dan keluar tapak, yang dibagi menjadi 3 jalur. Sirkulasi kendaraan yang masuk ke dalam tapak pada titik 1 melalui Jalan Pluit Indah memiliki lokasi penempatan ini sangat baik karena berada di ujung bangunan yang mudah dijangkau sehingga mudah terlewati oleh kendaraan yang lewat selain itu juga terlihat jelas. Sirkulasi kendaraan yang masuk pada titik 2 melewati Jalan Pluit Indah ke Jalan Pluit Village terletak di ujung mall sebelah barat. Penempatan akses masuk pada titik ini kurang baik dari segi *feng shui* teori air karena berada di ujung bangunan sehingga mudah terlewati oleh kendaraan yang lewat selain itu juga tidak terlihat jelas yang mengakibatkan sedikit kendaraan yang masuk ke tapak melewati akses tersebut. Sirkulasi titik masuk di titik 3 berada di utara mall yaitu terletak di Jalan Pluit Permai kurang tepat karena berada di belakang muka bangunan sehingga energi positif yang masuk ke dalam tapak tidak sampai ke belakang akibat letaknya yang tersembunyi.

Poin selanjutnya adalah aspek pintu masuk ke dalam bangunan. Terdapat delapan buah pintu masuk yang terdapat pada Mall Pluit Village untuk akses pengunjung masuk ke dalam bangunan dimana pintu adalah salah satu elemen yang dapat menangkap aliran air pada suatu bangunan yang nantinya akan menghasilkan chi yang baik pula pada bangunan. Berdasarkan hasil analisa dengan berdasar pada diagram Trigram Lanjutan Chen, dari total delapan pintu masuk hanya empat pintu masuk yang berhasil. Empat pintu masuk tersebut adalah pintu masuk 3,6,7, dan 8. Keempat pintu masuk dikatakan berhasil karena mampu menangkap aliran air dengan baik dan letaknya tepat apabila ditinjau dari teori air feng shui dimana letak pintu masuk ini terlewati oleh arus incoming air. Arus incoming air sangat penting untuk mampu membawa energi chi positif ke dalam bangunan yang berpengaruh terhadap keberhasilan pintu masuk sekaligus keramaian pusat perbelanjaan. Selain itu pada pintu masuk '7' dan '8', di sekitar pintu masuk tersebut terdapat titik *Ming Tang* yang berasal dari lahan parkir di depannya. Titik *Ming Tang* ini berperan untuk menahan aliran air yang datang sehingga tidak langsung keluar. Pada pintu masuk satu sampai pintu masuk delapan, air mengalir dari arah satu ke arah yang berbeda sehingga tidak bentrok satu sama lain. Namun tidak semua pintu masuk ramai dilewati oleh pengunjung. Contohnya adalah pintu masuk 1,2,4, dan 5. Keempat pintu masuk ini tidak dilewati oleh arus incoming water, melainkan dilewati oleh arus outgoing water.

Hal tersebut mempengaruhi keramaian pintu masuk tersebut karena aliran air yang datang langsung keluar sehingga tidak masuk ke dalam bangunan melalui pintu-pintu tersebut. Selain itu pada pintu masuk '1', letak pintu ini juga kurang terlihat dimana kendaraan harus berbelok terlebih dahulu untuk mampu mengenali peletakkan pintu masuk tersebut. Oleh sebab itu, peletakkan pintu masuk yang ramai atau sepi sangat dipengaruhi oleh arus incoming water dan arus outgoing water. Berikut ini adalah tabel hasil rangkuman analisis pintu masuk pada Mall Pluit Village:

Berdasarkan rangkuman analisis, pintu masuk 3,6,7, dan 8 terkena arus incoming water dan pada sekitar area di pintu masuk ini juga terdapat titik *Ming Tang* sehingga aliran air tertahan sementara dan tidak langsung keluar. Hal ini mempengaruhi suatu keberhasilan titik masuk pada pusat perbelanjaan Mall Pluit Village.

5.1.2 Kesimpulan Tata Letak Unit Mall Pluit Village

Sementara itu, dari hasil analisis tata letak unit Mall Pluit Village didapatkan bahwa dari lima lantai yang terdapat di mall ini, hanya 2 lantai yang memiliki tata letak unit yang baik dan berhasil secara keseluruhan dari segi teori feng shui air maupun dipengaruhi aspek lain. Dua lantai tersebut adalah lantai Ground dan lantai 4. Kedua lantai ini terbilang berhasil karena mampu menarik hampir seluruh kategori zona ritel ramai dilewati pengunjung dan zona tersebut mampu menangkap aliran air dengan baik serta dilalui oleh arus incoming air yang datang dari pintu masuk maupun media sirkulasi vertikal seperti eskalator dan lift.

Pada lantai Ground Floor, mayoritas ritel ramai yaitu antara lain zona B sampai zona Q ramai walaupun kategori ritel di dalamnya bervariasi. Namun pada zona A tidak ramai dikarenakan letaknya membelakangi arus air dari eskalator. Zona D juga membelakangi arus air tetapi saling dilengkapi dengan aksesnya yang dekat dengan pintu masuk.

Pada lantai 1, 2, dan 3 mayoritas ritel tidak ramai dikarenakan faktor letaknya yang tidak terkena aliran air karena letaknya membelakangi media sirkulasi atau karena faktor eksternal seperti brand nya yang kurang terkenal. Namun pada ritel lainnya yang ramai dengan jumlah persentase yang lebih sedikit juga dapat dipengaruhi dari aspek kedekatan zona dengan media sirkulasi vertikal

sehingga mendapat aliran air dan energi positif. Dan sebagian lainnya juga dapat disebabkan faktor eksternal seperti ritel memiliki brand yang terkenal, menggunakan media promosi yang menarik, dan ritel yang kualitas produk yang baik

Pada lantai 4, seluruh ritel bisa dikatakan ramai dikarenakan faktor letaknya yang seluruhnya terjangkau oleh media sirkulasi vertikal. Namun tidak menutup kemungkinan juga ada faktor eksternal seperti ritel tersebut memiliki brand yang terkenal, menggunakan media promosi yang menarik, dan ritel yang kualitas produk yang baik.

5.1.3 Kesimpulan Umum

Secara keseluruhan dari tiap-tiap bahasan yang telah dianalisa, desain pintu masuk dan tata letak unit ritel Mall Pluit Village memiliki cukup banyak aspek yang tidak sesuai dengan teori dan prinsip *Feng Shui* khususnya Teori Air Feng Shui. Namun, beberapa kasus dimana aspek yang tidak sesuai kriteria sembari diperbaiki oleh aspek lainnya. Hal ini membantu untuk mengurangi ketidaksesuaian desain Mall Pluit Village dengan Teori Air Feng Shui. Mall Pluit Village tetap memiliki daya sewa ritel yang baik dan aktivitas ekonomi berjalan dengan lancar dan cukup ramai. Hal ini menjadi salah satu contoh bahwa feng shui bukan merupakan faktor penentu dari keberhasilan suatu desain bangunan komersial, seperti contohnya pusat perbelanjaan. Keberhasilan suatu pusat perbelanjaan dipengaruhi banyak faktor yang bisa saja lebih akurat dibandingkan faktor dari aspek feng shui, seperti contohnya terletak pada lokasi yang strategis maupun bagaimana suatu pusat perbelanjaan memiliki daya sewa ritel yang tinggi yang dipengaruhi oleh ritel dengan brand ternama dan strategi marketing yang digunakan.

5.2 Saran

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, diketahui bahwa masih terdapat beberapa ketidak sesuaian kondisi sirkulasi dan tata letak unit ritel pada Mall Pluit Village dengan teori air dalam *feng shui*. Saran yang diberikan penulis terkait hal tersebut adalah dari segi perencanaan mall dari awal harus dipikirkan dengan matang dari segi desain massa untuk menonjolkan elemen pintu masuk. Pintu masuk yang baik harus dirancang agar mudah terlihat dan mudah diakses

oleh pengunjung maupun diakses oleh kendaraan. Penambahan elemen disain pada pintu masuk bangunan juga dapat dilakukan dengan menciptakan aksesoris tertentu, memberikan warna yang menarik dan menonjol, penggunaan bentuk yang unik, dan penambahan elemen yang menarik agar lebih mudah dikenali dan mengundang pengunjung. Sementara itu terkait sirkulasi ruang dalam bangunan, disarankan dilakukan penataan kembali atas unit-unitnya agar tidak terjadi sirkulasi yang sempit maupun terciptanya jalur buntu. Perencanaan alur eskalator juga harus diperhatikan agar terciptanya arus aliran air dari pengunjung yang datang dan keluar dengan baik sehingga pengunjung dapat mengakses seluruh ritel dengan jelas, nyaman, dan leluasa. Selain itu, diusahakan agar tidak ada ritel yang membelakangi arus aliran air dari pengunjung yang naik maupun turun dari eskalator. Hal ini sangat berpotensi mengakibatkan kesepian suatu zona ritel dikarenakan letaknya yang tidak terlihat. Dibutuhkan juga beberapa tambahan *signage* pada sirkulasi luar maupun dalam bangunan agar mempermudah pengunjung menuju ke tujuan ritel yang hendak dikunjungi.

GLOSARIUM

Air Virtual adalah aliran air yang di virtualisasikan sebagai aliran gerak manusia atau pejalan kaki, dan kendaraan bermotor, yang memiliki sifat yang serupa dengan air alami di mana jika jalan menanjak, air akan sulit untuk mengalir, dan begitu juga sebaliknya.

Drop-off adalah kegiatan menurunkan penumpang di sebuah area yang pada umumnya berlokasi dekat dengan pintu utama yang langsung berhubungan dengan lobi sebuah bangunan komersial.

Feng Shui adalah ilmu tentang seni dalam hidup dan keharmonisannya dengan alam untuk mencapai keberuntungan dan kemakmuran hidup dalam bentuk keuntungan, kebahagiaan, ketenangan, kenyamanan ke dalam suatu bangunan (dalam konteks arsitektur).

Ming Tang adalah ruang terbuka di depan pintu utama dengan tujuan untuk mengakumulasi, mengatur dan menyelesaikan energi yang berasal dari luar dan menyalurkannya ke dalam gedung dengan anggun, dan memfasilitasi transisi antara dunia luar publik dan dunia pribadi di dalam.

Napas Kosmis Naga (Chi) adalah daya hidup yang menopang manusia yang tercipta di alam oleh air yang mengalir atau bentuk gunung dan oleh bentuk simetri dari lingkungan sekitarnya. Energi ini dimanfaatkan menggunakan *Feng Shui*.

Signage adalah rancangan atau penggunaan lambang-lambang dan simbol-simbol untuk mengkomunikasikan sebuah informasi ataupun memberikan petunjuk arah kepada kelompok *audience* tertentu (dalam konteks ini ditujukan untuk pengunjung).

Unit atau disebut juga retail adalah tempat terjadinya transaksi jual beli.

DAFTAR PUSTAKA

Beddington, Nadine. (1982). *Design for Shopping Centres*. Cambridge: Net Books

Bar, Vilma & Charles E. Broudy. (1986) *Design for Shopping Centers*. London: Buitenworth Scientific

Koh, Vincent. (2003). *Basic Science of Feng Shui* . Singapore: Asiapac Books

Dian, Mas. (1990). *Logika Feng Shui* . Jakarta : PT Elex Media Komputindo

Moran Elizabeth, Yu, Joseph, & Biktashev, Val (2002). *The Complete Idiot's Guide to Feng Shui*. Indianapolis : Pearson Education, Inc.

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 2018

Hanna, Michael. (1986) *What is Ming Tang*. Dari <https://www.fengshuiweb.co.uk/advice/mingtang.html> Diakses tanggal 02 November 2017

