

PENAMBAHAN PROGRAM AKTIVITAS UNTUK MENGEMBALIKAN KUALITAS PLACE PADA MALL PLUIT VILLAGE

Daniel Wijaya¹⁾, Nina Carina²⁾*

¹⁾Program Studi S1 Arsitektur, Fakultas Teknik, Universitas Tarumanagara, Jakarta,
daniel.wijaya810@gmail.com

²⁾* Program Studi S1 Arsitektur, Fakultas Teknik, Universitas Tarumanagara, Jakarta, ninac@ft.untar.ac.id
*Penulis Korespondensi: ninac@ft.untar.ac.id

Masuk: 28-06-2024, revisi: 05-10-2024, diterima untuk diterbitkan: 10-10-2024

Abstrak

Mall Pluit Village, yang didirikan pada tahun 1996 dan memiliki luas 86.691 meter persegi, dulunya merupakan pusat hiburan utama di kawasan Pluit. Namun, jumlah pengunjung terus berkurang setiap tahunnya. Mall Pluit Village tidak mengantisipasi perubahan zaman yang mengakibatkan perubahan pola aktivitas. Fasilitasnya yang tetap sama, gaya arsitekturnya yang tertinggal, dan kurangnya inovasi membuat masyarakat Pluit meninggalkan mall ini. Untuk menentukan faktor-faktor yang menyebabkan penurunan jumlah pengunjung di Mall Pluit Village, penulis menggunakan metode penelitian komparatif, kualitatif, dan observasi langsung. Data yang dikumpulkan dari berbagai sumber, termasuk jurnal dan internet, dibandingkan dengan temuan teori saat ini. Hasil komparasi menunjukkan bahwa bangunan tambahan yang menawarkan berbagai fasilitas baru yang berbeda dengan yang lama diperlukan untuk kembali menarik pengunjung dan meningkatkan kualitas Mall Pluit Village. Konsep fasilitas pendukung "*Sportstainment*" diusulkan untuk menghubungkan Mall Pluit Village dengan Waduk Pluit. Diharapkan ini akan menjadi strategi yang berhasil untuk menarik lebih banyak pengunjung, baik dari penduduk Pluit maupun dari seluruh Jakarta Utara. Mall Pluit Village dapat berubah menjadi destinasi baru yang diminati berbagai kalangan dengan menghadirkan fasilitas baru dan menarik. Tidak hanya generasi baru yang mencari pengalaman berbelanja dan hiburan yang lebih beragam dan dinamis, tetapi pengunjung lama juga ingin menarik kembali pembaruan ini. Di tengah persaingan ketat dengan mall-mall lainnya di Jakarta, menggabungkan elemen olahraga dan hiburan dalam satu tempat dapat menjadi kunci sukses dalam mengembalikan kualitas Mall Pluit Village.

Kata kunci: Mall Pluit Village; Penelitian komparatif; Program; *Sportstainment*; Strategi

Abstract

*Pluit Village Mall, which was established in 1996 and has an area of 86,691 square meters, used to be the main entertainment center in the Pluit area. However, the number of visitors continues to decrease every year. Pluit Village Mall did not anticipate the changing times that resulted in changing activity patterns. The facilities remain the same, the architectural style lags and the lack of innovation makes the people of Pluit abandon this mall. To determine the factors that caused the decline in the number of visitors at Pluit Village Mall, the author used comparative, qualitative, and direct observation research methods. Data collected from various sources, including journals and the internet, were compared with current theoretical findings. The results of the comparison show that additional buildings that offer a variety of new facilities that are different from the old ones are needed to re-attract visitors and improve the quality of Pluit Village Mall. A "*Sportstainment*" support facility is proposed to connect Pluit Village Mall with Pluit Reservoir. It is hoped that this will be a successful strategy to attract more visitors, both from Pluit residents and from the rest of North Jakarta. Mall Pluit Village can transform into a new destination of interest to a wide range of people by presenting new and exciting facilities. Not only is the latest generation looking for a more diverse and dynamic shopping and entertainment experience, but longtime visitors will also want to appeal to the new generation.*

Keywords: Comparative research; Mall Pluit Village; Program; *Sportstainment*; Strategy

1. PENDAHULUAN

Latar Belakang

Mal Pluit Village yang terletak di kawasan Pluit merupakan mal pertama dan terpanjang yang dibangun tahun 1996 pada kawasan Pluit .Mal Pluit village menawarkan berbagai macam fasilitas dari pendidikan , kesehatan , hiburan , keagamaan maupun kebutuhan sehingga banyak masyarakat berkunjung dan menikmati fasilitas yang ada di mall Pluit Village . Mall ini menjadi tempat yang tidak terpisahkan bagi kehidupan masyarakat Pluit pada masa tersebut .

Seiring berjalannya waktu , pola aktivitas masyarakat juga berubah . Sekarang segala macam kebutuhan dari pangan dan hiburan dapat dipenuhi melalui *handphone*. Lama - kelamaan dengan program fasilitas yang tidak mengalami perubahan setiap tahunnya dan tidak mengikuti zaman, Serta bertambahnya mall di kawasan Pluit hal ini secara langsung dan tidak langsung mengakibatkan berkurangnya jumlah pengunjung mall Pluit Village .

Maka dari itu perlu ada pemicu atau *trigger* yang dapat membuat perubahan bagi Mall pluit Village sehingga kembali ramai akan pengunjung. untuk itu diperlukan strategi dalam upaya menambah daya tarik pengunjung agar mall Pluit Village menjadi *place* bagi masyarakat Pluit dan bahkan bagi lingkup yang lebih luas .

Rumusan Permasalahan

Berdasarkan latar belakang diatas maka dirumuskan beberapa masalah yaitu, Bagaimana peran arsitektur dalam membangkitkan kembali Mall Pluit village agar menjadi *place* bagi masyarakat Pluit ?; Apa program fasilitas yang dapat mengembalikan pengunjung Mall Pluit Village ?.

Tujuan

Dari rumusan permasalahan penelitian diatas dapat dijabarkan tujuan penelitian ini: Untuk mengetahui cara mengembalikan Mall Pluit Village melalui ide dan konsep yang kekinian dan menarik agar dapat mengembalikan kualitas *place* pada Mall Pluit Village; Mengidentifikasi program fasilitas apa saja yang dapat menjadi daya tarik pengunjung maupun wisatawan. Dengan penambahan program fasilitas ini diharapkan Mall Pluit Village menjadi destinasi hiburan dan perbelanjaan utama masyarakat Pluit dan menjadi tujuan wisata masyarakat kota Jakarta khususnya Jakarta Utara.

2. KAJIAN LITERATUR

Place dan Placelessness

Place adalah ruang yang memiliki keberadaan, sejarah, dan makna, menurut buku Yi-Fu Tuan (1977) "*Space and Place: The Perspective of Experience*." *Place* tidak hanya dapat dijelaskan secara dimensional, tetapi juga bagaimana setiap orang merasakannya. Ruang (*space*) dianggap sebagai hal yang abstrak, sedangkan tempat (*place*) dianggap sebagai sebuah entitas unik, kelompok unik, yang memiliki sejarah dan arti. *Place* dapat mewujudkan pengalaman dan keinginan masyarakat. *Place* bukan hanya sebagai fenomena yang dapat dijelaskan melalui pemahaman ruang yang lebih luas, tetapi juga sebagai data yang dapat dijelaskan dan dipahami melalui sudut pandang orang-orang yang memberikan makna khusus pada tempat tersebut.

Dalam buku Edward Relph yang berjudul "*Place and Placelessness*" menyebutkan bahwa "*Placeless* adalah hilangnya suatu karakteristik ruang / tempat sehingga makna bagi orang yang merasakan tempat tersebut terasa hampa / kosong (Relph,2008). Menurut Relph dengan memasuki era Globalisasi banyak daerah di dunia banyak yang kehilangan identitasnya akibat banyaknya karakteristik yang sama sehingga dibutuhkannya respon untuk memancing kembali karakteristik budaya sehingga tidak terjadi homogenisasi karakteristik tempat . "

Namun, menurut Roger Trancik dalam bukunya "*Finding Lost Space*", sebuah ruang dapat dianggap sebagai Tempat jika memiliki karakteristik dan suasana tertentu yang signifikan bagi lingkungannya, yang dapat dilihat dari benda-benda konkret, seperti bahan, rupa, tekstur, dan warna.

Klasifikasi Pusat Perbelanjaan

Berdasarkan bentuk fisiknya, *International Council of Shopping Center* (1999) membagi *shopping mall* menjadi dua bagian yaitu: *Strip Mall/Open Mall*, juga dikenal sebagai *shopping plaza*, adalah pusat perbelanjaan terbuka dengan deretan toko yang bersusun sejajar, biasanya 1-2 lantai, dengan area pejalan kaki terbuka di tengahnya yang menghubungkan toko yang saling berhadapan. *Strip mall* seperti ini berubah menjadi unit *retail* dengan parkir di depannya karena lahan semakin terbatas, terutama di kota-kota; Pusat Perbelanjaan Tertutup / Mall Tertutup: Pusat perbelanjaan tertutup biasanya disebut mall dan merupakan pusat perbelanjaan di dalam ruangan yang memiliki toko *ritel* dan biasanya disewakan. Dibangun di tengah kota, dengan lahan yang sangat terbatas tetapi dengan banyak fungsi, mall biasanya dibangun secara vertikal. Dan mall telah menggunakan teknologi seperti AC, material yang bagus untuk dilihat, dan pengatur suhu ruangan untuk meningkatkan kenyamanan pelanggan.

Sedangkan Berdasarkan Aspek Perkotaan Pusat Perbelanjaan (Menurut *ULI-The Urban Land Institute*, 1977) dibagi 3 yaitu: *Neighborhood Centre* Merupakan pusat perbelanjaan lokal yang melayani kebutuhan sehari-hari seperti supermarket dengan luas 2.787-9.290 m² yang mampu melayani 5.000-40.000. 2.) *Community Centre* Merupakan pusat perbelanjaan distrik yang melayani kebutuhan barang yang lebih beragam, termasuk *department store* dengan luas 9290-27870 m² yang mampu melayani 40.000-150.000 penduduk; *Main/Regional Centre* Merupakan pusat perbelanjaan skala regional yang menjangkau lebih dari 150.000 jiwa penduduk, dengan fasilitas lengkap seperti pasar, toko, bank, bioskop, perkantoran, sarana rekreasi, dan kesenian dengan luas 27.870-92.900m² yang memiliki berbagai macam toko dan dua atau lebih *department store*.

Pusat Perbelanjaan Program Jenis Usaha *shopping mall* dibagi 3 yaitu: Pusat perbelanjaan berorientasi keluarga ini menawarkan semua yang Anda butuhkan di bawah satu atap. Dengan keseluruhan *hypermarket*, pusat hiburan, teater, bowling, dan *billiard* terletak di area seluas 400.000-500.000 kaki persegi yang disewakan; Pusat perbelanjaan spesialis (*specialist shopping center*) pusat perbelanjaan ini lebih kecil dari pusat perbelanjaan berorientasi keluarga dan hanya menawarkan satu jenis perdagangan makanan, minuman, dan toko layanan lainnya; Pusat perbelanjaan gaya hidup (*Lifestyle Shopping Center*): Pusat perbelanjaan ini melayani para pekerja muda di wilayah kota. dan menjual produk gaya hidup tematis. Pusat perbelanjaan ini memiliki luas 100.000–200.000 kaki persegi

Mall

Mall adalah tempat di mana pedagang ritel menjual barang dan jasa mereka (Marlina, 2007). Ini dapat berupa plaza, jalan umum, atau sekelompok sistem dengan jalur belokan dan tikungan yang dirancang khusus untuk pejalan kaki. Menurut (Ma'ruf, 2005) Mall adalah tempat di mana pemilik *retail* menjual barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari orang, seperti kebutuhan pribadi dan kebutuhan rumah tangga. Barang-barang mahal membuat mall terkenal. Mall adalah tempat jual beli yang terdiri dari toko-toko *indoor* dan *outdoor* yang menghadap koridor jalan yang dilalui oleh pejalan kaki, dengan *department store* sebagai daya tarik yang menjual barang yang sama dengan harga mahal dan mewah.

Pengunjung

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia , pengunjung berarti orang yang sedang berkunjung ke suatu tempat. Pengunjung juga dapat berarti orang yang datang ke suatu tempat tetapi tidak untuk menetap dan hanya untuk sementara waktu. Menurut Suryadana (2013), pengunjung adalah wisatawan yang hanya berada selama 24 jam di lokasi atau negara yang dikunjungi. Seseorang dianggap sebagai wisatawan ketika ia melakukan perjalanan ke lokasi tertentu dengan tujuan liburan, bisnis, atau pendidikan.

Menurut Phillips & Pittman (2009) pengunjung biasanya memiliki pola dan karakteristik yang beraneka ragam . berikut hal yang dapat dilihat dari karakteristik pengunjung jenis kelamin, umur, tempat tinggal, pendapatan, status pekerjaan .Sedangkan untuk hal yang dapat dilihat dari pola pengunjung : tujuan melakukan wisata, frekuensi kunjungan, waktu berkunjung, individu / berkelompok, pengeluaran selama berkunjung.

Strategi

Dalam buku Manajemen Strategik-Pengetahuan yang dikutip oleh Kusumadmo (2013), kata strategi secara *etimologis* berasal dari kata *Strategos* dalam bahasa Yunani yang terbentuk dari kata *stratos* atau tentara dan kata *ego* atau pemimpin. Dalam *Oxford Learner's Pocket Dictionaries* (2010), *Strategy (noun) : a plan of action designed to achieve a long-term or overall aim*. Jika diartikan kedalam bahasa Indonesia berarti rencana aksi yang dirancang untuk mencapai jangka panjang atau tujuan secara keseluruhan. Menurut Chung Yim Yiu dan Yung Yau (2008) secara umum, ada enam faktor strategi yang menentukan kesuksesan pusat perbelanjaan, yaitu:

Tabel 1. faktor strategi yang menentukan kesuksesan pusat perbelanjaan

Faktor – faktor Strategi yang Menentukan Kesuksesan Pusat Perbelanjaan	Sub-sub Faktor
Lokasi	<ul style="list-style-type: none"> – Kemudahan akses dan transportasi ke pusat perbelanjaan – Lingkungan yang strategis dan tertata – Mall sesuai kebutuhan penduduk yang ada di sekitarnya
Desain Arsitektur	<ul style="list-style-type: none"> – Kualitas fasilitas pusat perbelanjaan (eskalator, toilet, parkir, pencahayaan) – Gaya dekorasi, desain ruangan dan image mall – Tata letak ruangan yang baik untuk sirkulasi pengunjung
<i>Leasing Strategy</i>	<ul style="list-style-type: none"> – Varian toko beragam dan kelas produk yang ditawarkan – Toko besar / anchor tenant yang menarik dan terkenal – Tema pusat perbelanjaan sesuai dengan pengunjung
Kegiatan Promosi	<ul style="list-style-type: none"> – Aktivitas pameran yang atraktif – Kupon diskon dan kartu diskon – Pertunjukan yang semarak
Pengelolaan Mall	<ul style="list-style-type: none"> – Kebersihan dan kualitas penyejuk udara di dalam mall – Keamanan dan kontrol darurat – Operasional dan pemeliharaan sarana dan fasilitas mall yang baik
Ketentuan Penyewa	<ul style="list-style-type: none"> – Ruang pusat perbelanjaan yang terisi penuh – Keberadaan penyewa toko yang memuaskan pengunjung

Sumber : Chung Yim Yiu dan Yung Yau, 2008

3. METODE

Pada penelitian ini penulis akan menggunakan metode penelitian kualitatif dengan melakukan observasi langsung pada Mall Pluit Village, pencarian data - data melalui internet , jurnal dan sumber tulisan lainnya. Metode ini bertujuan untuk mengamati secara langsung kondisi dan suasana yang berlangsung di Mall Pluit Village yang kemudian akan dipetakan perilaku aktivitas pengunjung di dalam mal maupun di luar mal Pluit Village yang dilakukan ketika hari kerja siang, hari kerja malam, hari libur siang dan hari libur malam yang berlangsung selama 3 hari dan menganalisis penyebab berkurangnya pengunjung Mall Pluit Village. Penelitian ini juga menggunakan penelitian komparasi dari teori , jurnal dan studi kasus dengan Mall Pluit Village.

4. DISKUSI DAN HASIL

Kondisi Mall Pluit Village era 1996 – 2012

Dulu kondisi Mall Pluit Village ramai oleh pengunjung yang bukan hanya berasal dari kawasan Pluit saja tapi dari berbagai kawasan seperti kelapa Gading, Puri, Palem dan daerah Jakarta lainnya khususnya Jakarta Barat dan Jakarta Utara . Kehadiran pengunjung membeli kebutuhan, berekreasi maupun menikmati pemandangan danau pada mall Pluit Village ini.



Gambar 1. Mall Pluit Village

Sumber : <https://www.lmir-trust.com/pluit-village.html>

Mall Pluit Village merupakan *Enclosed Mall* yang menggunakan gaya arsitektur Modern Kontemporer terlihat dari penggunaan material, landscape dan lainnya. Mall Pluit Village juga berorientasi untuk menyediakan fasilitas yang dapat memenuhi kebutuhan pengunjung dari Pluit dan sekitarnya. Dan pada Tahun 2008 ketika terjadi pergantian kepemilikan bangunan ini tidak pernah sepi oleh pengunjung dan menjadi pusat hiburan dan rekreasi masyarakat Pluit.

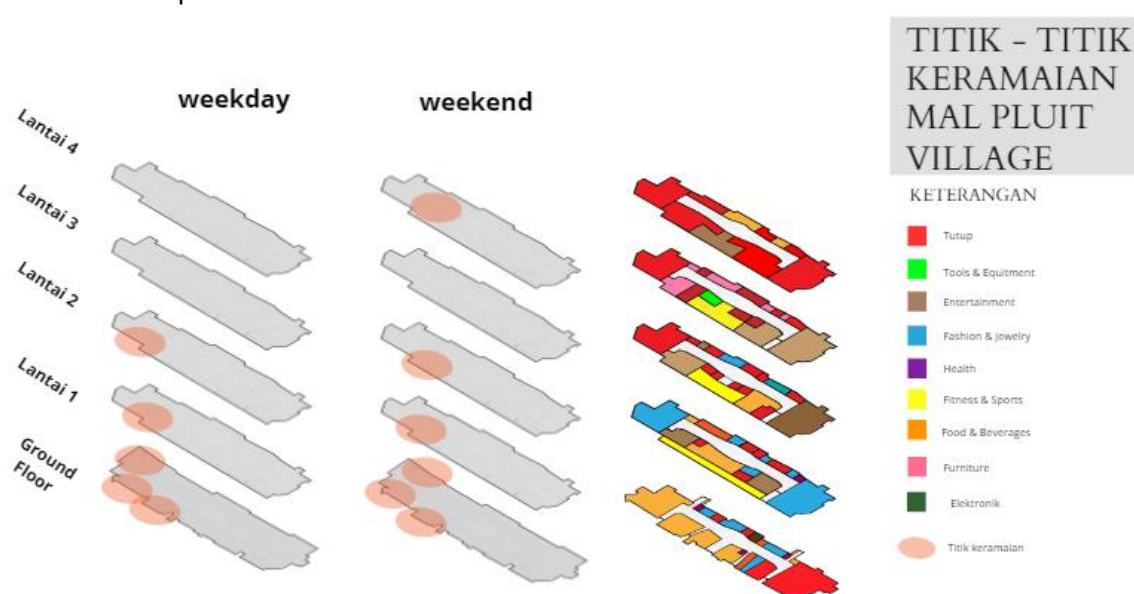
Banyak tenant besar seperti Gramedia , Carefour , Timezone dan Matahari yang ada pada mal Pluit Village menjadi bagian penting dan menjadi hal yang tidak terpisahkan bagi mal Pluit Village ini. selain itu terdapat juga event - event pada atrium Mall Pluit Village yang sering berkolaborasi dengan komunitas lokal dan juga lomba - lomba yang mengasah kemampuan anak seperti lomba gambar, *robotics* dan lomba yang positif bagi anak.

Profil Mall Pluit Village

Mall Pluit Village memiliki luas lahan 86.691 meter yang terdiri dari danau, gedung parkir, area komersial dan kantor dengan jumlah *tenant* yang dapat disewakan berjumlah 250 - 280 *tenant* yang dekat juga dengan halte transjakarta maupun tempat pemberhentian angkutan kota. Dekat Mall Pluit Village terdapat sebuah lahan kosong yang berada di sisi timur Mall Pluit Village dan lahan kosong tersebut akan menjadi tapak yang akan dikaji .

Kondisi Mall Pluit Village saat ini

Kondisi Mall Pluit Village sekarang cukup memprihatinkan dilihat dari data diagram diatas sekitar Sekitar 60%-70% dari ruko yang ada pada mall pluit village tutup dan 35% dari *tenant* yang ada di mall sudah banyak yang tutup akibat berkurangnya pengunjung di Mall Pluit Village ini. Dengan penurunan pengunjung yang cukup signifikan menyebabkan banyak *tenant* tutup maupun pindah ke tempat yang lebih ramai dan juga *tenant* besar seperti gamedia , carrefour dan matahari tutup.



Gambar 2. Diagram titik keramaian dan fungsi di Mall Pluit Village
Sumber : Hasil olahan Penulis, 2024

Sekarang kebanyakan pengunjung yang pergi ke Mall Pluit village berkunjung hanya untuk ke gereja maupun bermain *billiard* saja dan kurang menikmati fasilitas yang ada pada mall Pluit Village. Walaupun sudah tertinggal dengan pusat perbelanjaan lainnya Mall Pluit Village berkali-kali membuat sesuatu hal yang baru namun belum cukup untuk meningkatkan jumlah pengunjung pada Mall Pluit village. Melalui hasil observasi langsung didapatkan juga banyak fasilitas pada Mall Pluit Village belum mengikuti fasilitas zaman saat ini sehingga banyak pengunjung yang meninggalkan mall ini dan dari beberapa wawancara didapatkan mengenai gaya arsitektural Mall Pluit Village kurang menarik perhatian pengunjung.

Profil tapak

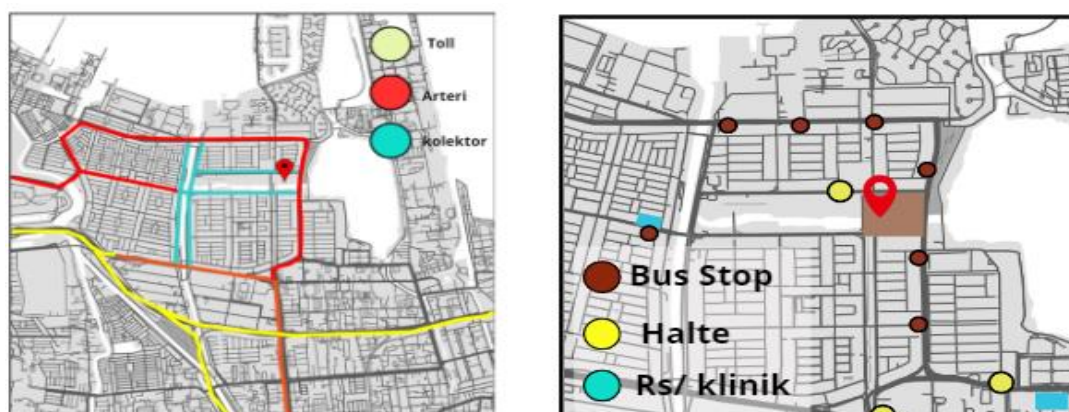
Tapak mengambil lahan kosong yang berada di tengah antara mal Pluit Village dengan Taman Waduk Pluit karena dapat membuat keterhubungan langsung antara kedua lokasi ini dan menjadi satu bagian yang dapat menarik wisatawan dan pengunjung dari kawasan Pluit maupun diluar kawasan Pluit.



Gambar 3. Lokasi tapak dan area di sekitarnya
Sumber : Hasil olahan Penulis , 2024

Tapak berada di Jalan Pluit permai dan Jalan Pluit Indah yang diapit oleh mal Pluit Village dan taman Waduk Pluit yang terdapat fungsi ruang terbuka hijau, area parkir dan are biru di dalam tapak. tapak juga berada dekat halte pemberhentian Transjakarta 9 (Pinang Ranti - Pluit), 1A (Balai kota - Pantai Maju) dan angkutan kota B01 (Muara angke-Grogol) yang berjarak 100-200 m dari titik terdekat tapak. Tapak yang menjadi titik tengah antara Pluit Village yang merupakan kepemilikan dari swasta dan taman waduk Pluit yang merupakan kepunyaan pemerintah dapat menjadi titik hubung antara mal dan taman waduk Pluit. Taman Waduk Pluit yang berada disisi timur tapak sering dijadikan tempat beraktivitas bagi masyarakat Pluit untuk piknik, jogging, yoga, bermain bola dan bersepeda namun belum ada jembatan yang menghubungkan dari Taman Waduk Pluit dengan Mall Pluit Village sehingga dengan adanya tapak ini diharapkan dapat menjembatani taman waduk pluit dan mal menjadi satu bagian yang diharapkan dapat menarik wisatawan dan pengunjung dari kawasan Pluit maupun diluar kawasan Pluit. Batasan usulan lahan pada sisi barat Mall Pluit Village, pada sisi timur Taman Waduk Pluit, pada sisi utara ruko dan perumahan dan pada sisi selatan ruko dan perumahan.

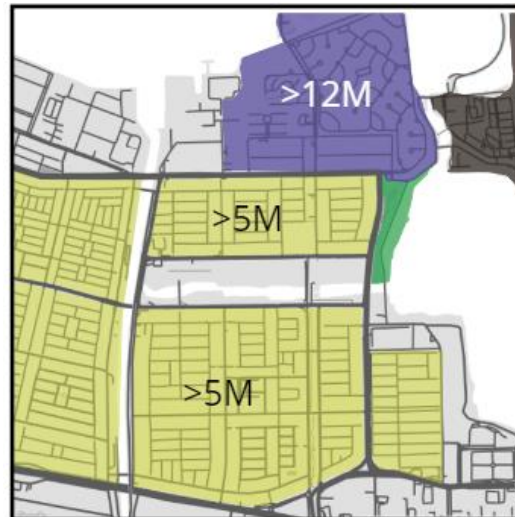
Lokasi lahan kosong yang berada di tengah Mall Pluit Village dan taman waduk Pluit menjadi potensi yang cukup besar yang dapat menghubungkan keduanya. Disekitar lokasi juga dilengkapi berbagai macam fasilitas yaitu fasilitas pendidikan, otomotif dan transportasi umum. Aksesibilitas menuju lahan yang diusulkan cukup baik karena dikelilingi oleh jalan arteri dan kolektor dan opsi akses menuju kawasan ini dapat ditempuh dari tol prof Sedyatmo yang berjarak 9,2 km dari lahan dan sudah terintergrasi dengan kendaraan umum seperti angkot dan Transjakarta.



Gambar 4. Peta Jalan, Fasilitas dan Pemberhentian Transportasi Umum
Sumber : Hasil olahan Penulis, 2024

Analisis Daya Dukung Kawasan

Dapat dilihat dari peta harga rumah di sekitar kawasan Pluit di atas dapat disimpulkan masyarakat pada kawasan ini termasuk ke dalam kawasan menengah ke atas yang memiliki daya beli yang besar, sehingga fasilitas yang diusulkan pada tapak juga harus memperhatikan aktivitas dan kebiasaan dari masyarakat di sekitar kawasan pluit ini. Terutama megaitkan program komunitas lokal seperti yoga, pet zone dan masih banyak lagi.



Gambar 5. Peta Harga Rumah di Sekitar Kawasan
Sumber : Hasil olahan Penulis, 2024

Studi Kasus

Studi kasus ini bertujuan untuk mengetahui strategi objek lokasi lainnya untuk meningkatkan pengunjung yang datang. objek studi yang akan di studi adalah *The Breeze* yang berada di BSD, Tangerang dan mal Taman Anggrek yang berada di Grogol, Jakarta Barat.



Gambar 6.. Spin City , The Breeze
Sumber : <https://thebreeze.bsdcity.com/directorytenant/spin-city/>



Gambar 7. Mal Taman Anggrek , Ice skating

Sumber : <https://travelxplore.id/> dan <https://www.liputan6.com/>

Mal *the breeze* memiliki konsep mall *outdoor* dan *indoor* yang memadukan keduanya selain itu mall ini terdapat area hiburan seperti *billiard* dan *bowling* sehingga pengunjung bisa bermain dan berelaksasi di mall tersebut sedangkan pada mal Taman Anggrek memiliki ciri khas yang terkenal bagi masyarakat di Jakarta yaitu pada area ice skating yang besar. Dapat dilihat dari kedua objek studi tersebut selain fungsinya sebagai mall/area komersial terdapat fungsi hiburan yang tidak biasa/jarang ada di banyak mall besar lainnya yang dapat memikat pengunjung/wisatawan untuk bermain ataupun berekreasi di mall tersebut.

Komparasi Studi kasus dengan mal Pluit Village

Berikut adalah hasil dari membandingkan studi kasus terhadap Mall Pluit Village.

Tabel 2. Komparasi Studi Kasus

Faktor	Mall Pluit Village	The Breeze	Mall Taman anggrek
Lokasi	Pluit, Jakarta Utara. Dekat dengan transportasi umum.	Bumi Serpong Damai(BSD), Tangerang. Dekat dengan transportasi umum.	Grogol, Jakarta Barat. Dekat dengan transportasi umum.
Gaya Arsitektur	Modern Kontemporer yang memiliki <i>landscape</i> danau.	<i>Open air concept</i> dengan sistem sirkulasi manusia di area <i>open outdoor</i> .	Modern Kontemporer yang memiliki <i>landscape</i> pada area rooftop nya dengan fasad <i>led</i> yang menarik.
<i>Leasing strategy</i>	target <i>tenant</i> lebih ke masyarakat kelas menengah. Yang memiliki area <i>billiard</i> terbesar di kawasan Pluit.	terdapat berbagai macam fasilitas hiburan dan rekreasi bagi anak , area jogging , <i>billiard</i> , bowling dan mall ini lebih bersifat <i>open space</i> .	target <i>tenant</i> lebih ke masyarakat menengah ke atas yang sering terdapat <i>event</i> yang menarik seperti turnamen <i>esport</i> , perayaan natal dengan pohon natal yang tinggi dan ice skating.
Program fasilitas	<i>Retail</i> ,Bioskop, <i>Food Court</i> , <i>Billiard</i> .	Retail, Bioskop, <i>Bowling</i> , <i>Billiard</i> , <i>Food Court</i> , <i>Outdoor cafe</i> dan <i>restaurant</i> .	Retail, Bioskop, <i>Ice Skating</i> , <i>Food Court</i> , <i>Escape room</i> .

Sumber : Penulis, 2024

Usulan Program aktivitas

Dari komparasi tersebut banyak mall memiliki kesamaan dengan adanya area olahraga yang dapat dinikmati oleh orang dewasa maupun anak-anak sehingga dapat disimpulkan bahwa olahraga dapat memikat pengunjung sehingga untuk tapak yang diusulkan akan dibuat bangunan berkonsep *Sportstainment* yang berbeda dengan yang ada di Mall Pluit Village dengan program seperti Bowling, *Virtual Playground* arena dan Tenis meja. *Sportstainment* ini juga sekaligus menjadi *community center* bagi bukan hanya untuk masyarakat Pluit namun untuk jangkauan yang lebih luas.

Strategi untuk meningkatkan pengunjung mal Pluit Village

Strategi yang diaplikasikan pada tapak untuk meningkatkan jumlah pengunjung mall Pluit Village: Menambahkan program aktivitas baru dan belum ada di kawasan Pluit seperti Bowling, *Virtual Playground*, dan lain-lain seperti; Membuat program program yang dapat menarik yang dapat merangkul banyak komunitas lokal seperti *dog park*, yoga dan lainnya; membuat promosi dan event event yang dapat menarik perhatian pengunjung lain. Dari hasil analisis tersebut lahan kosong ini akan dibuat *sport* dan *entertainment area* yang lebih memfokuskan pada hiburan bagi masyarakat pluit dan juga menjadi area terbuka hijau bagi kawasan Pluit.

Modern Tropical Architecture

Penggunaan konsep *Modern Tropical* pada bangunan *Sportstainment* memiliki banyak manfaat. Desain ini menggunakan material yang menurunkan panas dan memiliki sirkulasi udara yang baik, yang sesuai dengan iklim tropis. Dengan menggabungkan elemen alam dengan desain kontemporer, estetikanya menghasilkan suasana yang menarik dan menenangkan. Selain itu, konsep ini menggunakan bahan-bahan yang bertahan lama dan memanfaatkan cahaya dan ventilasi alami, yang berarti bahwa itu ramah lingkungan. Selain itu, suasana yang sejuk dan alami membuat pengunjung merasa lebih baik. Untuk mengurangi dampak negatif terhadap ekosistem dan sering mengintegrasikan elemen budaya lokal, desain ini mempertimbangkan lingkungan sekitar. Untuk jenis kegiatan olahraga dan hiburan yang membutuhkan area yang luas dan dapat digunakan untuk berbagai tujuan, desain tropis kontemporer memiliki ruang yang terbuka dan fleksibel.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa Mall Pluit Village masih memiliki potensi menjadi ramai kembali. Memiliki keunggulan dari segi aksesibilitas transportasi umum, lokasi yang menarik dan berdekatan dengan fasilitas penunjang seperti pendidikan, kesehatan dan lainnya. Namun karena kurangnya fasilitas yang kekinian mengakibatkan masyarakat Pluit dan sekitarnya kurang tertarik dan membuat mall ini ditinggalkan. Penambahan bangunan yang memuat program atau aktivitas yang kekinian dapat meningkatkan pengunjung Mall Pluit Village.

Saran

Mall Pluit Village memerlukan strategi yang baik dan matang serta konsep ide yang menarik agar dapat meningkatkan jumlah pengunjung Mall Pluit Village dari segi fasilitas melalui penambahan bangunan yang terdapat aspek aspek hiburan seperti sarana hiburan olahraga dalam ruang seperti: bowling, ping pong, *virtual playground*, serta membuat banyak event yang merangkul komunitas lokal di sekitaran kawasan pluit serta membuat banyak promosi dari media sosial dan menjadi fasilitas penghubung antara Mall Pluit Village dengan Taman Waduk Pluit. Serta dapat merubah *landscape* bangunan melalui penambahan fasad pada area terbuka, danau dibuatkan area rekreasi air seperti cafe apung, sepeda air dan lainnya.

Referensi

- Noerbani, C. (2023). Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Tarik Pengunjung Terhadap Mall Area Galuh Mas. *OPTIMAL Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 3(3), 09–13.
- Tuan, Y. F. (1977). *Space and Place*. Minneapolis: Minnesota Press.
- Kapa, M., & Universitas Hasanuddin. (2015). Strategi Promosi Gowa Discovery Park Dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung.
- Edward, R. (2008). *Place and Placeness*.
- Trancik, R. (1986). *Finding Lost Space*.
- Raso, G., & Cherubini, D. (2023). Sport tourism and regional economic development: A systematic review. *Scientific Journal of Sport and Performance*.
- Savelli, E. (2018). Experience Economy and the Management of Shopping Centers: The Role of Entertainment.