

EVALUASI KEBERHASILAN BAURAN PENYEWA MALL KUNINGAN CITY

Sandio Adhya Bayudi M¹⁾, Priyendiswara Agustina Bela²⁾, Parino Rahardjo³⁾

¹⁾Program Studi S1 PWK, Fakultas Teknik, Universitas Tarumanagara, sandiomarpaung05@gmail.com

²⁾Program Studi S1 PWK, Fakultas Teknik, Universitas Tarumanagara, hedy.agustina@gmail.com

³⁾Program Studi S1 PWK, Fakultas Teknik, Universitas Tarumanagara, parino19@gmail.com

Masuk: 24-08-2020, revisi: 28-09-2020, diterima untuk diterbitkan: 29-09-2020

Abstrak

Penulisan ini bertujuan untuk mengetahui bauran penyewa yang tepat bagi pusat perbelanjaan Mall Kuningan City dalam upaya untuk meningkatkan jumlah arus pengunjung dan penyewa. Mall Kuningan City memiliki konsep *Lifestyle & Entertainment* yang bertujuan untuk melengkapi akan kebutuhan dan hiburan bagi disekitar cakupan area Kecamatan Setiabudi, Jakarta Selatan. Dalam hal ini, maka dilakukan beberapa analisis yaitu analisis lokasi, analisis komparasi antara Mall Kuningan City dengan kompetitornya, dan analisis persepsi dan perspektif masyarakat, dengan bantuan beberapa alat analisa yang akan digunakan yaitu deskriptif, SWOT, *comparison method*, dan kuesioner. Dari hasil analisis yang diperoleh tersebut akan digunakan sebagai bahan pertimbangan untuk strategi pengelolaan yang baru bagi Mall Kuningan City dalam upaya meningkatkan jumlah arus pengunjung dan penyewa.

Kata kunci: bauran penyewa; pusat perbelanjaan; strategi pengelolaan; tingkat okupansi

Abstract

This study aims to determine the right tenant mix for the Kuningan City Mall shopping center in an effort to increase the number of visitors and tenants. Kuningan City Mall has a Lifestyle & Entertainment concept that aims to complement the needs and entertainment for the surrounding area of the Setiabudi District, South Jakarta. In this case, several analyzes are conducted, namely location analysis, market analysis, comparative analysis of Mall Kuningan City with its competitors, and analysis of people's perspectives and perspectives, with the help of several analytical tools to be used namely descriptive, SWOT, comparison method, questionnaire. The analysis results obtained will be used as consideration for a new management strategy for Kuningan City Mall in an effort to increase the number of visitors and tenants.

Keywords: competitors; management strategy; occupancy rate; shopping center; tenant mix

1. PENDAHULUAN

Dinamika dan hiruk pikuk Kota Metropolitan Jakarta yang kian meningkat dan semakin padat penduduknya, membutuhkan ruang sentra yang mampu menyajikan segala macam kebutuhan masyarakat untuk mendukung kebutuhan kehidupan sehari – hari yang juga membantu menjaga roda ekonomi agar terus berjalan dengan stabil. Sehingga hal inilah yang menjadi salah satu pemicu pembangunan di Kota Jakarta terus meningkat guna untuk melengkapi sarana kebutuhan utama masyarakat di pusat kota khususnya Kota Jakarta. Salah satu pembangunan ruang sentra yang dapat mendukung kebutuhan hidup sehari – hari masyarakat tersebut adalah dengan dihadapkannya zona khusus untuk bangunan yang bersifat komersial yang biasa sering kita sebut dengan pusat perbelanjaan atau istilah lainnya yaitu *shopping mall/shopping center*. Tingginya tingkat konsumsi masyarakat khususnya di Kota Jakarta membuat para pengembang berlomba – lomba membangun pusat perbelanjaan atau *shopping mall*, sehingga mendorong para *developer* untuk bersaing dalam menggunakan strategi yang berbeda – beda untuk menarik jumlah pengunjung. Akan tetapi hal tersebut juga telah mengakibatkan beberapa

dampak negatif, seperti contohnya kemacetan pada lalu lintas sehingga diberlakukan moratorium terhadap pembangunan mall untuk mengantisipasi hal tersebut. Dengan demikian pusat perbelanjaan yang ada di Jakarta dapat terkendali dan tentunya diharapkan dapat memenuhi kebutuhan masyarakat serta memajukan ekonomi perkotaan.

Artikel ini akan membahas permasalahan mengenai pengelolaan pusat perbelanjaan dengan objek utama yaitu Mall Kuningan City. Keberhasilan dari suatu pusat perbelanjaan dapat dipengaruhi oleh cara pengelola dalam mengelola pusat perbelanjaan/mall tersebut. Oleh karena itu, akan membahas mengenai pengelolaan terutama dalam tata letak pembauran penyewa Mall Kuningan City.

Mall Kuningan City berdiri dan mulai beroperasi dalam kurun waktu 3 tahun sejak 2011 hingga 2013, dimana Kuningan City sebagai mall yang paling tua diantara kedua *shopping center* tersebut yakni Lotte Shopping Avenue dan Kota Kasablanka, namun dalam jangka waktu yaitu kurang lebih 6 tahun hingga pada penyusunan tugas akhir ini Mall Kuningan City tetap saja memiliki tingkat okupansi yang paling rendah dan pengunjung yang lebih sedikit dibandingkan dengan kompetitornya yaitu Lotte Shopping Avenue dan Kota Kasablanka yang berada dalam cakupan radius 1,5 hingga 2 km dari Mall Kuningan City.

Rumusan Permasalahan

Permasalahan yang muncul berdasarkan studi awal di Kuningan City adalah *tenant* yang dimiliki mall Kuningan City ini tidak terisi penuh, hanya memiliki *occupancy rate* atau jumlah tenant dari keseluruhan penyediaan penempatan tenant yaitu sekitar 65% saja, karena sistem penyewaan yang tidak homogen padahal kelas penyewanya sama. Peneliti perlu mengetahui kondisi Mall Kuningan City saat ini, sehingga bisa mengetahui bauran penyewa Kuningan City dan perbelanjaan yang ada disekitarnya, dan permasalahan tersebut dapat dianalisa dan menghasilkan data yang bisa membantu menambah pengunjung dan penyewa di Mall Kuningan City.

Tujuan

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisa kondisi Mall Kuningan City berdasarkan lokasi yang dapat menunjukkan potensi dan masalah, *tenancy mix*, preferensi dan persepsi pengunjung dan juga kompetitor Mall Kuningan City dan mal kompetitor. Adapaun tujuan penelitian ini mendapatkan usulan rencana bauran penyewa yang tepat sehingga dapat menarik pengunjung ke Mall Kuningan City.

2. KAJIAN LITERATUR

Menurut International Council of Shopping Centre (ICSC), definisi pusat perbelanjaan adalah sekelompok lokasi usaha ritel dan usaha komersial lainnya yang direncanakan, dikembangkan, dimiliki, dan dikelola sebagai suatu properti tunggal. Menurut Levy dan Weitz (2004) dan Neo (2005). pusat perbelanjaan juga dapat didefinisikan sesuai penyewa utama (*anchor tenant*), luas kotor area yang disewakan (*gross leaseable area/GLA*), dan wilayah bisnis. Keberhasilan atau kegagalan pusat perbelanjaan juga bergantung pada *tenant mix*. *Tenant mix* yang tepat dan lokasi toko dalam pusat perbelanjaan sangat berpengaruh pada keuntungan para penyewa. *Tenant mix* yang efektif akan menarik lalu lintas pelanggan ke pusat perbelanjaan. Berikut ini merupakan klasifikasi *tenant mix* dari *ULI Shopping Center Handbook Series*:

Tabel 1. Klasifikasi Tenancy Mix menurut *ULI Shopping Center Handbook Series*

| Klasifikasi Penyewa | Jenis Usaha |
|----------------------|---|
| General Merchandiser | Department Store, Junior Department Store |
| Food | Supermarket, Specialty Food, Bakery, Candy and Nuts, Dairy Product, Health Food |

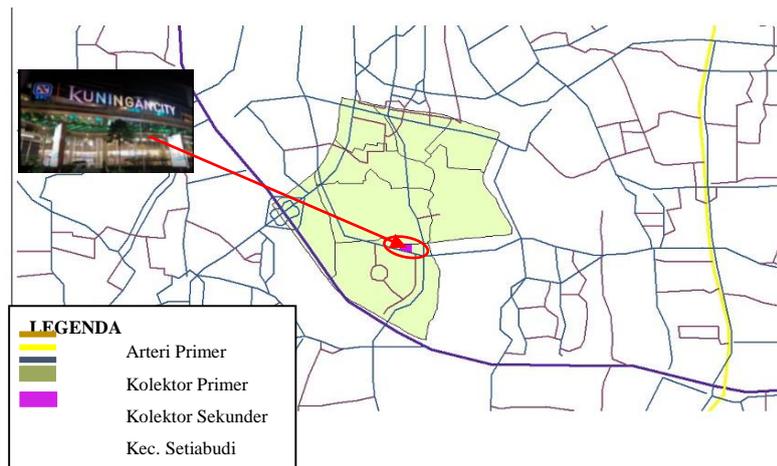
| Klasifikasi Penyewa | Jenis Usaha |
|----------------------------|--|
| Food Service | Restaurant, Cafeteria, Fast Food, Doughnut Shop, Ice Cream Parlor, Prezel Shop, Cookie Shop |
| Clothing | Ladies Specialty, Bridal Shop, Childrens Wear, Mens Wear, Family Wear, Unisex / Jeans Shop, Uniform Shop |
| Shoes | Family Shoes, Ladies Shoes, Men`s and boy`s shoes, Childern`s shoes, Athletic Footwear |
| Home Furnishing | Furniture, Lamps, Floor Coverings, Curtains, China and Glassware, Bath Shop, Contemporary Home Accessories |
| Home Appliances / Music | Radio, Video, Stereo, Sewing Machines, Records and Tapes, Musical Instrument, Computer (Retail) |
| Building Materials | Paint and Wallpaper, Hardware, Home Improvements |
| Automotive Supplies | Automotive |
| Hobby / Special Interest | Sporting Goods, Hobby, Art Gallery, Cameras, Toys, Bike Shop, Art and Craft, Game Store |
| Gifts / Specialty Interest | Imports, Luggage and Leather, Card and Gift, Candle, Books and Stationary, Decorative Accessories |
| Jewelry and Cosmetics | Costume Jewelry, Jewelry, Cosmetics |
| Liquor | Liquor and Wine, |
| Drugs | Super Drugs, Drugs |
| Other Retail | Fabric Shop, Tobacco, Pet Shop, Flowers, Plant Store, Telephone Store, Optical |
| Personal Service | Beauty, Barber, Shoe Repair, Laundry, Health and Spa / Salon, Photographer, Formal Wear Rental, Travel Agent, Key Shop, Film Processing, Photocopy |
| Recreation/ Community | Post Office, Music Studio, Bowling Alley, Cinemas, Ice Roller Skating, Community Hall, Arcade, Amusement, Day care and Nursery |
| Financial | Banks, Saving and Loan, Finance Company, Brokerage, Insurance, Automatic Teller Machine |
| Office | Medical and Dental, Legal, Employment Agency |
| Other Retail | Vacant Space, Warehouse |

Sumber: ULI Shopping Center Handbook Series, 1999

3. METODE

Metode yang akan dilakukan pada penelitian ini dalam rangka memperoleh data dalam penelitian ini adalah metode pengumpulan primer dan sekunder. Data Primer yaitu pengumpulan data primer merupakan pengumpulan data yang diperoleh secara langsung oleh peneliti dari sumber pertama melalui: (1) Survey/observasi: Survey yang dimaksud adalah dengan melakukan pengamatan langsung di lapangan sehingga dapat memperoleh kondisi aktual mengenai visibilitas, aksesibilitas, luasan, fasilitas, *tenant mix*, *anchor tenant*, (2) Kuesioner: Penyebaran kuesioner dilakukan kepada pengunjung dan penyewa di Mall Kuningan City, (3) Dokumentasi: Dokumentasi diperoleh pada saat melakukan observasi, dokumentasi yang diperoleh yaitu berupa foto dari pusat perbelanjaan yang diteliti, foto yang terkait dengan materi penelitian. Sedangkan Data Sekunder merupakan pengumpulan data yang diperoleh secara tidak langsung. Data yang digunakan pada penelitian ini berupa informasi – informasi yang terkait dengan objek penelitian yang diteliti seperti data peta dan lokasi objek, data kependudukan dan data – data umum pusat perbelanjaan seperti *tenant mix*, denah, zonasi.

Ruang lingkup lokasi studi ini adalah Mall Kuningan City yang merupakan pusat perbelanjaan yang memiliki lokasi yang strategis berada pada kawasan segitiga mas, tepat berada di Jl Prof. Dr. Satrio yang dilalui oleh setiap aktivitas ekonomi di Jakarta.



Gambar 1. Peta Aksesibilitas Mall Kuningan City
Sumber: Olahan Pribadi, 2019

Selain metode pengumpulan data, metode analisa juga diperlukan untuk dapat menghasilkan hasil penelitian yang lebih terstruktur yang dapat menjawab tujuan dari penelitian ini yang disesuaikan dengan cara untuk mengolah data yang telah dikumpulkan, terdapat beberapa metode analisis yang akan dilakukan yaitu: (1) Metode Deskriptif: Melalui metode ini dapat diperoleh gambaran tentang suatu hal dengan menggunakan data – data yang telah dikumpulkan dan kemudian menyajikannya dalam bentuk tabel maupun grafik. Tujuannya adalah data – data tersebut dapat disajikan dalam bentuk yang lebih ringkas sehingga mudah dipahami, (2) Pengumpulan Sampel: Metode ini digunakan untuk menentukan besarnya jumlah sampel kuesioner dari responden yang merupakan pengunjung dan penyewa dari mall Kuningan City dalam rangka ingin mengetahui kondisi mall Kuningan City, (3) SWOT: adalah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam suatu objek, (4) *Comparison Method*: adalah metode yang digunakan untuk membandingkan suatu atau beberapa nilai sehingga dapat menghasilkan perbandingan antar nilai tersebut.

4. DISKUSI DAN HASIL

Tabel 2 di bawah ini adalah hasil analisa SWOT objek studi Mall Kuningan City menurut dari kondisi eksisting.

Tabel 2. SWOT Mall Kuningan City

| Internal | Strength | Weakness |
|-----------|---|--|
| | 1) Lokasi Mall Kuningan City yang sangat strategis yaitu berlokasi di kawasan mega kuningan jakarta atau segitiga mas jakarta dan di kelas jalan arteri sekunder Jl. Prof. Dr. Satrio | 1) <i>Anchor tenant</i> /penyewa berada ditempat yang tidak sesuai 2) Tingkat okupansi rendah |
| | 2) Kuningan City berada dilingkungan komersial dimana terdapat apartemen, perkantoran, dan juga beberapa instansi pemerintahan lainnya. | 3) Façade atau tampak luar gedung yang sudah kurang menarik dan tertutupi oleh <i>flyover</i> . |
| | 3) Konsep Lifestyle, Kuningan City masih dapat hidup karena kebutuhan orang disekitarnya | 4) Fasilitas yang kurang |
| Eksternal | Opportunity | Threat |
| | 1) Terdapat rencana titik MRT yang dapat menjadi nilai lebih lagi dalam transportasi karna aksesibilitasnya bertambah | 1) Persaingan yang ketat dengan beberapa Mall yang menjadi kompetitor disekitar Kuningan City |

Sumber: Olahan Pribadi, 2020

Perbandingan Objek Studi dengan Kompetitor Sekitar

Analisis ini akan dilakukan dengan metode komparasi antara data eksisting Mall Kuningan City dan kedua kompetitornya yaitu Lotte Shopping Avenue dan Kota Kasablanka. Data yang akan menjadi perbandingan melingkupi profil mall, *tenancy mix* dalam angka jumlah dan klasifikasinya masing – masing.



Gambar 2. Peta Kompetitor Mall Kuningan City
Sumber: Survey sekunder, 2019

Berdasarkan *catchment area* yang dapat dilihat dari peta diatas terdapat kompetitor yang masuk dalam radius 2 km, yaitu Mall Kota Kasablanka dan Lotte Shopping Avenue. Maka dari itu akan dipilih mall yang memiliki karakteristik yang sama dengan Mall Kuningan City. Berikut tabel 4 yang berisi penjelasan profil kompetitor.

Tabel 3. Profil Kompetitor Mall Kuningan City

| No | Faktor | Mall Kota Kasablanka | Lotte Shopping Avenue | Mall Kuningan City |
|----|--------------------------------|--------------------------------|--|------------------------------------|
| 1 | Luas | 110.000 m2 | 77.000 m2 | 85.000 m2 |
| 2 | <i>Leaseable area</i> | 78.000 m2 | 47.000 m2 | 56.000 m2 |
| 3 | Harga Sewa Rata2 /lantai/bulan | 825.000 m2 | 575.000 m2 | 550.000 m2 |
| 4 | <i>Service Charge</i> | 173.500 m2 /bulan | 145.000 m2 /bulan | 108.000 m2 /bulan |
| 5 | <i>Occupancy Rate</i> | 95% | 90% | 65% |
| 6 | Jumlah <i>Tenant</i> | 409 | 134 | 181 |
| 7 | Jumlah <i>Anchor Tenant</i> | 5 | 4 | 3 |
| 8 | Tahun Beroperasi | 2012 | 2013 | 2011 |
| 9 | Umur Bangunan | 8 Tahun | 7 Tahun | 9 Tahun |
| 10 | Developer | Pakuwon Group | Ciputra | Agung Podomoro |
| 11 | Jumlah Lantai | 6 | 7 | 6 |
| 12 | Jumlah <i>Entrance</i> | 3 | 3 | 3 |
| 13 | <i>Parkir Basement</i> | Ada | Ada | Ada |
| 14 | <i>Parkir Gedung</i> | Tidak Ada | Ada | Ada |
| 15 | <i>Parkir Outdoor</i> | Ada (Khusus Motor) | Ada (Khusus Motor) | Tidak Ada |
| 16 | Konsep | <i>Modern Concept Shopping</i> | <i>Love Your Passion, Love Your Life</i> | <i>Lifestyle and Entertainment</i> |

| No | Faktor | Mall Kota Kasablanka | Lotte Shopping Avenue | Mall Kuningan City |
|----|---------------------|----------------------|-----------------------|--------------------|
| 17 | Target Market | Menengah Atas | Menengah Atas | Menengah Atas |
| 18 | Event Promotion | Setiap Hari | Setiap Minggu | Tidak Menentu |
| 19 | Akses Angkutan umum | Ada | Ada | Ada |

Sumber: Olahan penelitian 2019

Berdasarkan tabel diatas, dapat kita lihat bahwa ketiga mall ini berada pada kelas yang sama, dan konsep yang sama yaitu *mix use* (kawasan campuran) dimana ketiga mall mempunyai fungsi lebih dari sekedar pusat perbelanjaan yaitu adanya perkantoran maupun bangunan residensial seperti apartemen. Maka Mall Kota Kasablanka dan Lotte Shopping Avenue ditentukan sebagai kompetitor dari Mall Kuningan City. Dapat dilihat juga dari tabel diatas perbandingan jumlah *tenant* antara ketiga mall cukup besar yang juga dipengaruhi oleh luasan mall, dimana (1) Kota Kasablanka mempunyai penyewa terbanyak dan occupancy rate tertinggi yaitu 409 *tenant* dengan okupansi 95%, (2) diikuti oleh Lotte Sopping Avenue sebanyak 181 dengan okupansi 90%, (3) dan objek studi Kuningan City diperingkat terakhir dibandingkan kompetitornya dengan 134 *tenant* dan okupansi 65%.

Tenancy Mix

Tenancy mix atau bauran penyewa merupakan strategi pencampuran penyewa ruang dari berbagai jenis barang. Penjabaran mengenai klasifikasi bauran penyewa menurut *ULI, Shopping Center Development Handbook* pada pusat perbelanjaan mal Kuningan City, yang kemudian diikuti dengan komparasi *tenant* terhadap kompetitor.

Anchor Tenants

Anchor Tenant (ULI, Shopping Center Development Handbook) yaitu campuran Sebuah pusat perbelanjaan yang tidak dapat ditentukan oleh rumus: setiap komunitas dan setiap pusat perbelanjaan berbeda. Berikut pada tabel diatas ini beberapa *anchor tenant* yang ada pada Kuningan City dan juga 2 kompetitor lainnya.

Tabel 4. *Anchor Tenants* masing – masing Pusat Perbelanjaan

| No. | Mall | Jumlah Anchor Tenant | Anchor Tenant | Klasifikasi Jenis Tenant |
|-----|-----------------------|----------------------|-----------------------|----------------------------------|
| 1 | Kuningan City | 3 | Ace Hardware | <i>Building Materials/Garden</i> |
| | | | Cinema XXI | <i>Recreation/Community</i> |
| | | | Lotte Mart | <i>Food</i> |
| 2 | Kota Kasablanka | 5 | Ace Hardware | <i>Building Materials/Garden</i> |
| | | | Carrefour | <i>Food</i> |
| | | | Cinema XXI | <i>Recreation/Community</i> |
| | | | Informa | <i>Home Furnishings</i> |
| | | | SOGO | <i>General Merchandise</i> |
| 3 | Lotte Shopping Avenue | 4 | Ace Hardware | <i>Building Materials/Garden</i> |
| | | | Cinema XXI | <i>Recreation/Community</i> |
| | | | Lotte Shopping Center | <i>General Merchandise</i> |
| | | | Ranch Market | <i>Food</i> |

Sumber: Olahan penelitian, 2020

Dapat Dilihat dari pada tabel yang ada diatas, dimana masing – masing pusat perbelanjaan memiliki setidaknya satu *anchor tenant* atau lebih yang umumnya terdiri dari *anchor tenant* jenis *General Merchandise, Food atau Recreation/Community*, namun hal ini tidak menjamin bahwa semua pusat perbelanjaan sama. Berdasarkan tabel tersebut juga dapat ditarik kesimpulan bahwa jumlah dan jenis *anchor tenant* dapat mempengaruhi mall, dimana Kota Kasablanka mempunyai jumlah *anchor tenant* terbanyak dan juga mempunyai *tenant* dan tingkat okupansi tertinggi dibandingkan Kuningan City dan Lotte Shopping Avenue.

Klasifikasi Tenant

Berikut klasifikasi *tenant* atau bauran penyewa menurut *ULI, Shopping Center Development Handbook* antara Kuningan City dan kedua kompetitornya yaitu Kota Kasablanka dan Lotte Shopping Avenue.

Tabel 5. Klasifikasi Jenis Bauran Penyewa Masing - Masing Mall

| No. | Jenis Penyewa | Kuningan City | | Kota Kasablanka | | Lotte Shopping Avenue | |
|-----|----------------------------------|---------------|------------|-----------------|------------|-----------------------|------------|
| | | Jum. | Persentase | Jum. | Persentase | Jum. | Persentase |
| 1 | <i>Automotive Supplies</i> | - | - | - | - | - | - |
| 2 | <i>Building Materials/Garden</i> | 1 | 1% | 1 | 0% | 1 | 1% |
| 3 | <i>Clothing</i> | 18 | 14% | *73 | 18% | 20 | 11% |
| 4 | <i>Drugs</i> | 3 | 2% | *4 | 1% | *4 | 2% |
| 5 | <i>Financial</i> | 4 | 3% | *10 | 2% | 5 | 3% |
| 6 | <i>Food</i> | 1 | 1% | 1 | 0% | 1 | 1% |
| 7 | <i>Food Service</i> | 58 | 44% | *143 | 35% | 66 | 36% |
| 8 | <i>General Merchandiser</i> | 1 | 1% | - | - | *7 | 4% |
| 9 | <i>Gifts/Specialty</i> | 3 | 2% | 3 | 1% | 3 | 2% |
| 10 | <i>Hobby/Special Interest</i> | 7 | 5% | *51 | 12% | 13 | 7% |
| 11 | <i>Home Appliances / Music</i> | 1 | 1% | *6 | 1% | 2 | 1% |
| 12 | <i>Home Furnishing</i> | - | - | *6 | 1% | 5 | 3% |
| 13 | <i>Jewelry and Cosmetics</i> | 1 | 1% | *23 | 6% | 11 | 6% |
| 14 | <i>Liquor</i> | *2 | 2% | 1 | 0% | - | - |
| 15 | <i>Office</i> | *5 | 4% | 2 | 0% | 4 | 2% |
| 16 | <i>Other Retail</i> | 3 | 2% | *8 | 2% | 3 | 2% |
| 17 | <i>Personal Service</i> | 16 | 12% | *36 | 9% | 19 | 10% |
| 18 | <i>Recreation/ Community</i> | 5 | 4% | 5 | 1% | *8 | 4% |
| 19 | <i>Shoes</i> | 4 | 3% | *36 | 9% | 9 | 5% |

Sumber: Olahan penelitian 2020

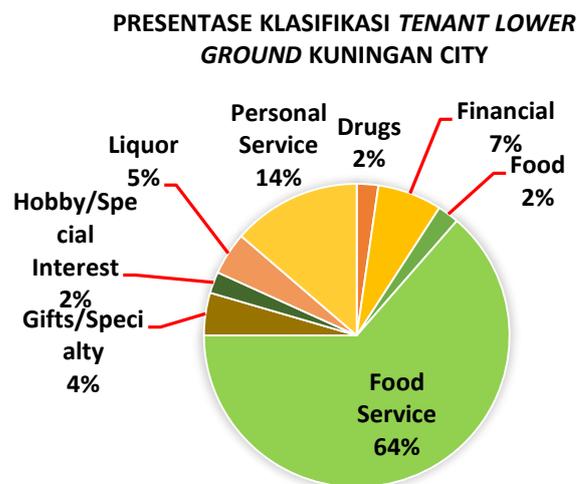
*Jenis Penyewa Terbanyak

Dari tabel data komparasi angka dan presentase *tenant* antara Kuningan City dan kedua kompetitornya diatas, kita bisa menarik beberapa kesimpulan yaitu dimana Kota Kasablanka mempunyai jumlah *tenant* terbanyak dibandingkan kedua mall, terutama dalam kategori *Clothing, Financial, Drugs, Food Service, Hobby/Special Interest, Home Appliances, Home Furnishing, Jewelry & Cosmetics, Other Retail, Personal Service dan Shoes*. Hal ini juga didukung karena mall Kota Kasablanka mempunyai area sewa yang paling luas dibandingkan keduanya.

Lotte Shopping Avenue mempunyai jumlah *tenant* yang sama dengan Kota Kasablanka yaitu 4 *tenant* kategori *Drugs*, sedangkan Kuningan City memiliki 3 *tenant*. Kategori unggul lainnya yaitu General Merchandise yaitu Lotte Shopping Experience disetiap lantai dimana *tenant*nya terdiri dari ratusan varian jenis *tenant* yang tergabung didalamnya seperti *Cosmetics, Accessories, Bags, Shoes, Fashion, Home Furnishings* hingga *Baby Products* disetiap lantainya. *Recreation/Community* juga paling banyak dimiliki oleh Lotte Shopping Avenue yaitu 8 *tenant* yang sifatnya ramah untuk kanak – kanak. Kuningan City mempunyai kategori *tenant Liqour* dan *Office* yang jumlahnya lebih banyak dari kompetitornya bahkan Lotte Shopping Avenue tidak memiliki *tenant* dengan kategori *Liqour*.

Tenancy Mix

Lantai LG (*lower ground*)



Gambar 3. Tenant Mix Lower Ground

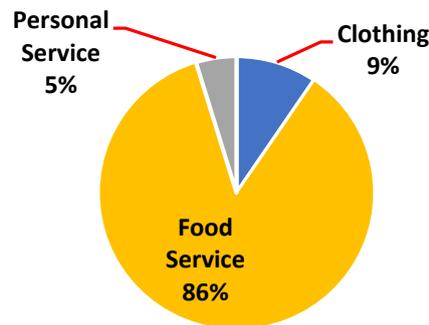
Sumber: Hasil penelitian 2019

Berdasarkan gambar 3 di atas terdapat anchor tenant berupa supermarket dan specialty tenant di lantai LG. Specialty tenant yang mendominasi adalah specialty tenant jenis food & beverages, diantaranya *Chatime, Baskin Robins, Shihlin* dan *7th Corner Coffee*. Kemudian specialty tenant jenis restaurant sebesar 64% diantaranya *Solaria, Bale Nyoenya* dan *Kafe Betawi*. Adanya bauran penyewa specialty food & beverage dan anchor tenant Lotte Mart di lantai Low Ground menjadi salah satu penyebab minatnya pengunjung datang ke lantai ini.

Lantai GF (*Ground Floor*)

Dapat dilihat pada gambar 4, tenant yang mendominasi adalah *Food & Beverages* 84% yang menjadi pusat kegiatan utama pusat perbelanjaan dimana pada saat rush our pada jam makan siang atau makan malam pengunjung dapat memenuhi penyewa yang ada di lantai GF yang terutama Tempat Makan dan Minum yang kemudian diikuti oleh, *Clothing* atau *Fashion & Accessories* 9%, dan *Personal Service* 5%.

PRESENTASE KLASIFIKASI TENANT GROUND FLOOR KUNINGAN CITY

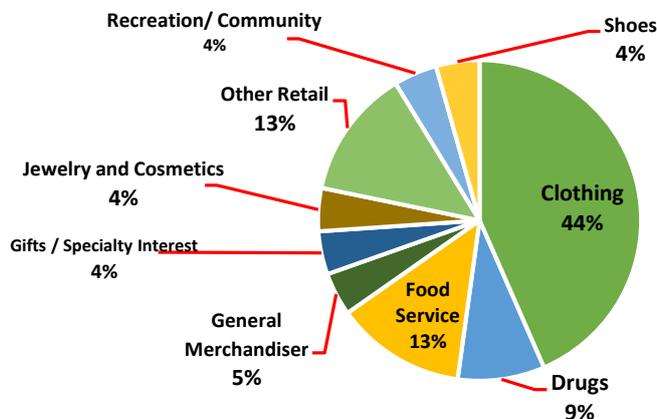


Gambar 4. Tenant Mix Ground Floor
 Sumber: Hasil penelitian 2019

Lantai UG (Upper Ground)

Berdasarkan Gambar 5 tenant yang mendominasi masih jenis *tenant Clothing* atau *Fashion & Accessories* sebesar **44%**, tenant *Food Service* sebesar **13%**, dan *Other Retail* seperti Optik Seiss, Optik Melawai **13%**. Terdapat tenant *General Merchandise* Miniso, dan *Specialty tenant* di lantai UG diantaranya, Beverly Hills Polo Club, Timberland, Mango, dan Mozzo. Kemudian untuk tenant ritel lainnya terdapat Optik Seiss, Optik Melawai, Paxel, AXA Experience Zone dan Samsonite.

PRESENTASE KLASIFIKASI TENANT UPPER GROUND KUNINGAN CITY

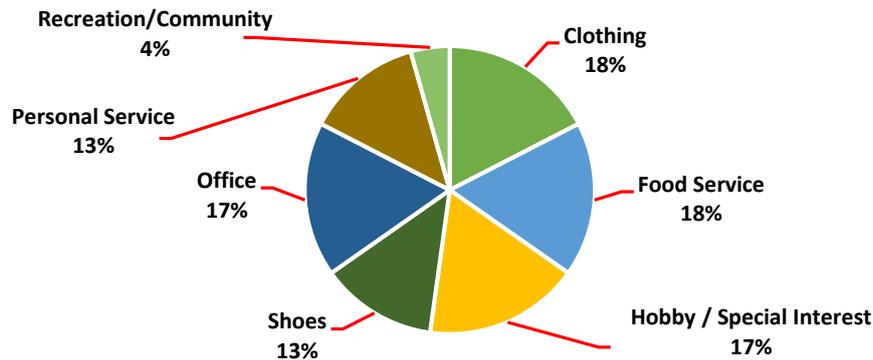


Gambar 5. Tenancy Mix UG
 Sumber: Hasil penelitian 2019

Lantai 1

Pada lantai 1 terdapat 7 klasifikasi tenant diantaranya terdapat *Food Service* Ichiban Sushi, Sate Khas Senayan, Ta Wan, dan Gula Merah sebesar 18% yang mempunyai presentase sama dengan penyewa jenis *Clothing* yang diantaranya Red Tag, Antony Morata, Gino Mariani, dan Andre Valentino. *Office* diantaranya VFS Global, AIC Medical Clinic, Smec Eye Care, dan My'n Your Dentist sebesar 17% yang juga sama dengan penyewa jenis *Hobby/ Specialty Interest* seperti Red Tag, Golf Depot, Kidz Station dan Sport Statio.

PRESENTASE KLASIFIKASI *TENANT FIRST FLOOR (1ST)* KUNINGAN CITY

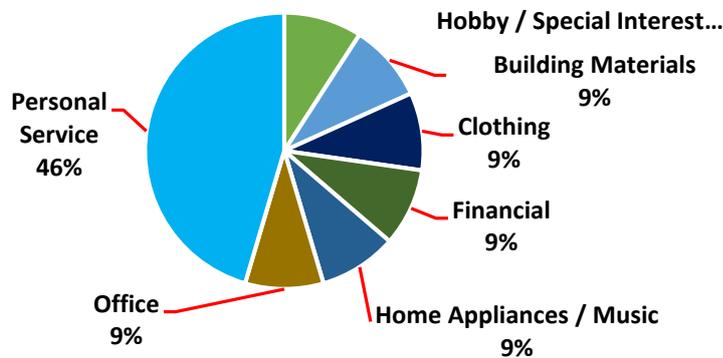


Gambar 6. *Tenancy Mix* Lantai 1
Sumber: Hasil penelitian 2019

Lantai 2

Pada lantai 2 terdapat 11 tenant dan terdapat 7 jenis *tenant* yang didominasi oleh *Personal Service* 46% Diantaranya Satguru Travel & Tours, Jatomi Fitness, Dandelion Independent Academy, GBI WOW, Mice Center, dan Shining Star. Lantai 2 juga terdapat 1 *anchor tenant* jenis *Building Materials* yaitu Ace Hardware.

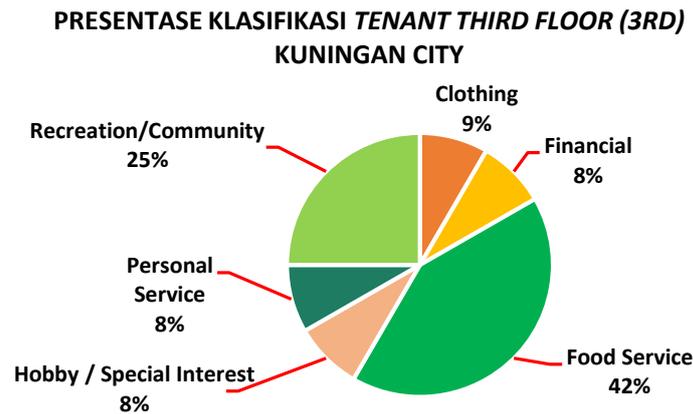
PRESENTASE KLASIFIKASI *TENANT SECOND FLOOR (2ND)* KUNINGAN CITY



Gambar 7. *Tenancy Mix* Lantai 2
Sumber: Hasil penelitian 2019

Lantai 3

Pada lantai ini di dominasi oleh *tenant* dengan jenis *Food Services* 42% seperti *Eatery* dan *restaurant tenant* lainnya dan *Recreation/Entertainment* 25% di mana terdapat 1 *anchor tenant* yaitu Cinema XXI. Lantai 3 di harapkan dapat menarik pengunjung karena memiliki 1 tenant anchor, lantai 3 merupakan salah satu magnet terjadinya arus pengunjung saling berpadu dengan *tenant – tenant* yang ada pada lantai basement atau *lower ground floor* dan *ground floor*.



Gambar 8. *Tenancy Mix* Lantai 3
Sumber: Hasil penelitian 2019

Persepsi & Preferensi Pengunjung

Pada tahap selanjutnya akan dilakukan proses pengolahan data yang sesuai dengan kebutuhan analisis yang ingin dihasilkan dari 100 responden yang mengisi form angket/kuesioner yang telah disebar. Berikut hasil dari penyebaran kuesioner yang berkaitan dengan persepsi dan preferensi pengunjung mengenai pusat perbelanjaan Kuningan City.

Karakteristik Pengunjung

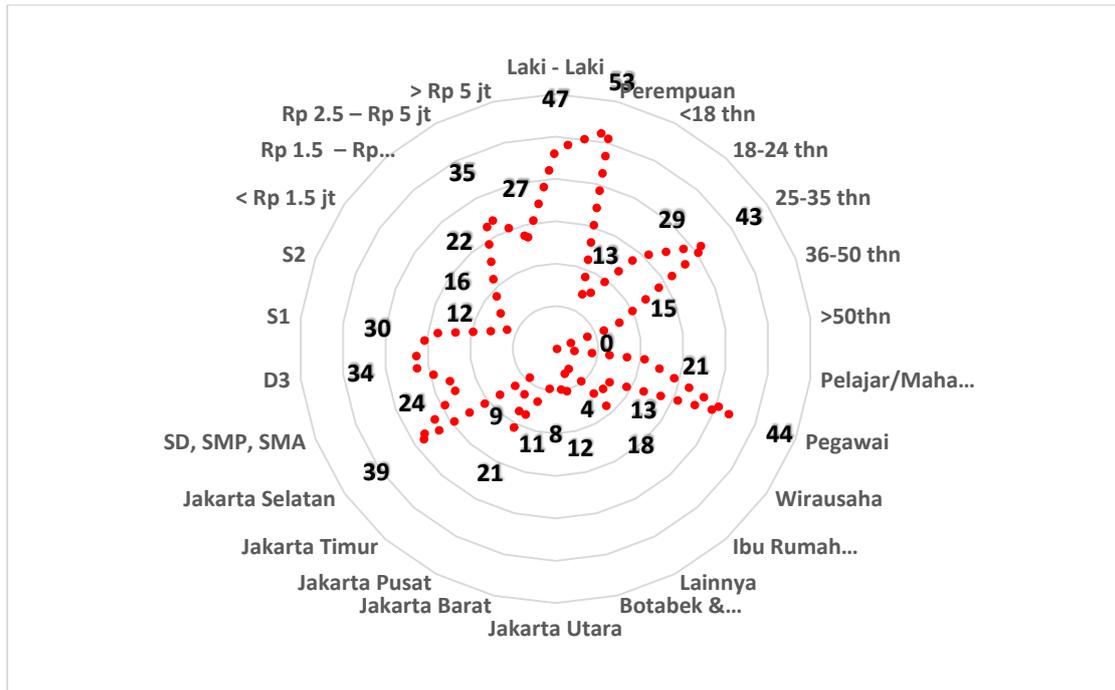
Karakteristik umum pengunjung Mall Kuningan City dapat ditentukan dari jenis kelamin, usia, pekerjaan, domisili dan pendidikan dari 100 responden pengunjung tersebut.

Tabel 6. Karakteristik Pengunjung Mall Kuningan City

| Karakteristik Pengunjung | Dominan |
|--------------------------|---|
| 1) Jenis kelamin | didominasi oleh perempuan yaitu sebanyak 53%, |
| 2) Usia | didominasi pada kategori dengan umur 25 tahun – 35 tahun sebanyak 43%, |
| 3) Pekerjaan | didominasi oleh pengunjung dengan profesi sebagai Pegawai sebanyak 44%, |
| 4) Domisili | didominasi oleh pengunjung yang tinggal di daerah Jakarta Selatan sebanyak 39% |
| 5) Pendidikan | didominasi oleh pengunjung dengan pendidikan D3 yaitu 34%, yang mempunyai perbedaan tipis dengan pendidikan S1 yaitu 30%. |
| 6) Pendapatan | didominasi oleh 35% pengunjung yang memiliki pendapatan sekitar Rp 2.500.000 hingga Rp 5.000.000 perbulannya . |

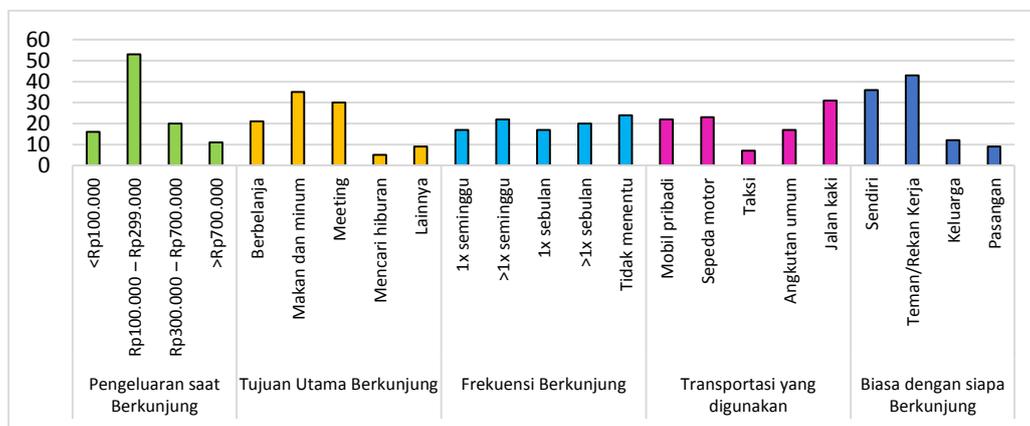
Sumber: Hasil olahan angket, 2020

Terdapat juga grafik dengan jenis radar yang dapat membantu kita untuk bisa melihat dominasi dari karakteristik pengunjung dengan ke enam variabel yaitu Jenis Kelamin, Usia, Pekerjaan, Domisili, Pendidikan, dan Pendapatan dari gambar 8 dibawah ini.



Gambar 9. Karakteristik Umum Pengunjung Mall Kuningan City
Sumber: Hasil olahan data angket, 2020

Pengunjung yang mengunjungi Mall Kuningan City mempunyai tujuan utama yang berbeda - berbeda dan bervariasi antara pengunjung satu dengan lainnya, untuk berkunjung ke pusat perbelanjaan juga membutuhkan transportasi dan juga adanya *cost* atau biaya yang harus dikeluarkan, berikut ini beberapa variabel pertanyaan umum yang ditujukan kepada 100 responden yang berkunjung ke Mall Kuningan City.



Gambar 10. Tujuan Utama Pengunjung hingga Cost yang dikeluarkan dalam Berkunjung ke Kuningan City
Sumber: Hasil olahan angket, 2020

Dapat dilihat dari gambar 10 yang ada, dapat ditarik beberapa hal yaitu Tujuan utama dengan jumlah terbanyak yaitu Makan & Minum 35%, diikuti dengan Meeting yaitu 30%, Frekuensi berkunjung adalah Tidak Menentu sebanyak 24%, Rekan berkunjung ke Mall Kuningan City adalah Teman/Rekan Kerja yaitu 43%, Transportasi yang dipakai untuk berkunjung yang paling banyak yaitu pengunjung yang Berjalan Kaki sebesar 31%, hal ini dapat dipengaruhi karna banyaknya perkantoran, pusat perbelanjaan dan tempat tinggal yang mempunyai jarak sangat dekat dengan objek studi.

Mall Kuningan City sendiri merupakan bangunan campuran (*mix-used*) yaitu perkantoran sehingga pengunjung utama Mall Kuningan City sendiri adalah pegawai perkantoran yang membantu eksistensi Mall Kuningan City hingga saat ini. **Pengeluaran saat berkunjung** yang dikeluarkan pengunjung didominasi pada angka pengeluaran sebesar **Rp 100.000 hingga Rp 299.000** sebesar **53%**, dimana hal ini dipengaruhi oleh tujuan utama pengunjung yang pada umumnya hanya untuk Makan & Minum atau melakukan Meeting.

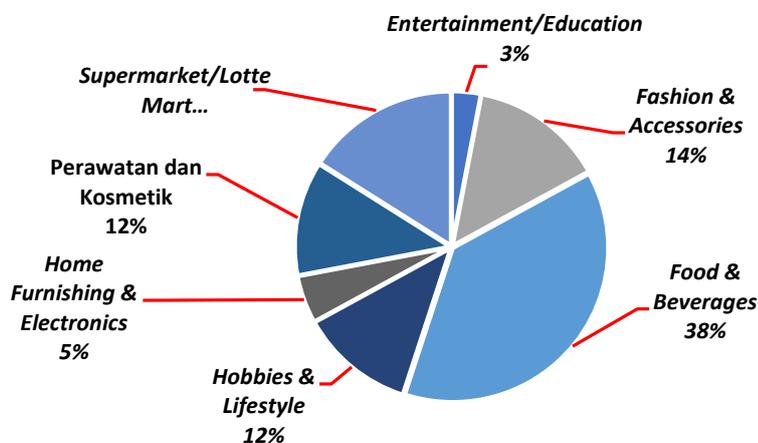
Tenancy Mix

Pengunjung yang datang mempunyai tujuan yang berbeda – beda sehingga jenis penyewa yang dikunjungi juga berbeda – beda, sehingga hasil angket yang disebarakan meliputi jenis penyewa yang menjadi minat pengunjung yang menjadi alasan mereka untuk berkunjung ke Mall Kuningan City, berikut ini tabel yang menjadi hasil dari angket tersebut.

Tabel 7. Jenis Penyewa yang Menjadi Minat Pengunjung Kuningan City

| No. | Jenis Penyewa | Jumlah |
|-----|-------------------------------|------------|
| 1 | Entertainment/Education | 3 |
| 2 | Fashion & Accessories | 14 |
| 3 | Food & Beverages | 38 |
| 4 | Hobbies & Lifestyle | 12 |
| 5 | Home Furnishing & Electronics | 5 |
| 6 | Perawatan dan Kosmetik | 12 |
| 7 | Supermarket/Lotte Mart | 16 |
| | Responden | 100 |

Sumber: Hasil angket, 2020



Gambar 11. Preferensi pengunjung mengenai jenis penyewa yang sering dikunjungi/diminati di Kuningan City

Sumber: Hasil olahan data angket, 2020

Berikut dari hasil olahan data angket diatas jenis penyewa apa saja yang menjadi tujuan pengunjung untuk datang dan mengunjungi Mall Kuningan City, dimana dari tabel dan grafik diatas menunjukkan bahwa mayoritas pengunjung bertujuan untuk mengunjungi *tenant* dengan jenis *Food & Beverages* sebanyak 38% kemudian diikuti oleh, *Supermarket* yang dimiliki Kuningan City yaitu Lotte Mart 16% dan, *Fashion & Accessories* sebesar 14% dimana banyak *sale* dan toko berjenis *factory outlet* dimana barang yang bermerk besar namun sudah *out-of-date* sehingga harga produk jauh lebih murah dari harga awal produksi barang tersebut.

Tabel 8. Jenis Penyewa yang Diinginkan atau Ditambah oleh Pengunjung Kuningan City

| No | Jenis Penyewa | Jumlah |
|----|------------------------|--------|
| 1 | Rekreasi keluarga/anak | 10 |
| 2 | Department Store | 27 |
| 3 | Food & beverages | 19 |
| 4 | Gymnasium | 10 |
| 5 | Fashion & Acc | 20 |
| 6 | Lainnya | 14 |

Sumber: Hasil olahan data angket, 2020

Dapat dilihat dari tabel diatas yang merupakan hasil data yang menunjukkan bahwa keinginannya pengunjung dalam menambah jenis penyewa yang ada di Mall Kuningan City, yang dapat kita simpulkan dari hasil data diatas ialah *Department store* adalah jenis penyewa yang paling diinginkan oleh 27% pengunjung dimana mengingat Kuningan City belum memiliki jenis penyewa ini dengan jenis *General Merchandiser*, dibandingkan dengan yang dimiliki oleh kedua kompetitornya yang masing – masing yaitu Lotte Shopping Avenue yaitu Lotte Shopping Avenue dan Lotte Dutty Free dan Kota Kasablanka dengan SOGO, sehingga pengunjung merasa dibutuhkannya penyewa ini.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Kondisi pusat perbelanjaan Mall Kuningan dapat disimpulkan dari hasil analisa yang dilakukan oleh penulis yaitu Lokasi yang strategis pada jalan arteri dan memiliki banyak aksesibilitas pencapaian menuju lokasi merupakan faktor yang membantu eksistensi Mall Kuningan City hingga sekarang meski jumlah penyewa dan pengunjung yang tidak banyak. Pengunjung Kuningan City yang didominasi oleh Perkantoran yang berada satu gedung dengan Kuningan City dan penduduk yang ada disekitarnya, yang juga masih membantu eksistensi Kuningan City hingga sekarang. Kuningan City mempunyai kompetitor yang sangat kuat yaitu Lotte Shopping Avenue dan Kota Kasablanka yang menjadi salah satu penyebab menurunnya jumlah penyewa dan pengunjung Kuningan City. Masih kurangnya jenis penyewa yang beragam dan juga yang sedang *trend* untuk menambah minat pengunjung.

Saran

Setelah proses penelitian dan mendapatkan kesimpulan akhir, terdapat usulan yang dapat disarankan untuk meningkatkan performa/kinerja tingkat hunian penyewa dan arus pengunjung Mall Kuningan City yaitu dimana pengelola harus menambah jenis penyewa terutama jenis *General Merchandise* seperti *Department Store*, dan juga mengisi bagian mall yang kosong dengan penyewa yang baru yang *up-to-date* dan *trend* pasar yang menjadi permintaan masyarakat saat ini. Bagian Saran hendaknya dibuat dalam paragram yang berbeda, terkait dengan kemungkinan studi atau desain lanjutan.

REFERENSI

- Beyard, M.D. (1999). *ULI shopping center handbook series*. Urban Land Institute
Levy dan Weitz (2004). *5 th edition. Retailing management*. New York : McGraw-Hill.
Neo, L. W. K., dan Wing, T.K. (2005) *The 4Rs of Asian shopping centre management*. Singapore: Marshall Cavendish Academic.