

## Strategi Peningkatan Pengunjung Bangunan Komersial Terkait Faktor yang Mempengaruhi Minat Pengunjung (Kasus : *Mall Balekota Tangerang*)

Naomi Gabriella Shinta Uli<sup>1)\*</sup>, Imaniar Sofia Asharhani<sup>2)</sup>, Darel Yuan Riandinata<sup>3)</sup>, Alicia Hanny Ferdiana<sup>4)</sup>

<sup>1,2,3,4</sup> Arsitektur, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Pradita, Kabupaten Tangerang, Indonesia

\*Corresponding Author: [naomi.gabriella@student.pradita.ac.id](mailto:naomi.gabriella@student.pradita.ac.id)

### Info Artikel

Artikel diterima:  
28 Februari 2025  
Artikel direvisi:  
17 Maret 2025  
Artikel diterbitkan:  
29 Maret 2025

### Abstrak

*Mall Balekota* merupakan salah satu pusat perbelanjaan yang terletak di Kota Tangerang, Indonesia. Pada awal beroperasinya, *mall* ini menjadi destinasi belanja yang ramai dikunjungi, terutama karena konsep *semi-outdoor* yang memberikan pengalaman berbeda bagi pengunjung. Namun, dalam beberapa tahun terakhir, terjadi penurunan jumlah pengunjung yang cukup signifikan. Fenomena ini diduga disebabkan oleh berbagai faktor, seperti meningkatnya persaingan dengan pusat perbelanjaan baru, kurangnya kenyamanan ruang dalam mal, aksesibilitas yang terbatas, serta fasilitas yang tidak lagi menarik bagi pengunjung. Penurunan jumlah pengunjung ini berdampak langsung terhadap keberlanjutan ekonomi para penyewa toko serta pengelola mal. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor utama yang mempengaruhi minat kunjungan ke *Mall Balekota* serta merumuskan strategi peningkatan daya tariknya. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa observasi lapangan, studi kasus, serta wawancara dengan pengunjung dan karyawan mal. Observasi dilakukan dalam dua bentuk, yaitu *Observasi Terbuka*, yang melibatkan pengamatan langsung terhadap kondisi dan aktivitas di dalam mal, serta *Observasi Partisipan*, di mana peneliti ikut serta dalam aktivitas sebagai pengunjung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa aspek desain arsitektur, termasuk pemilihan warna, aksesibilitas, serta material yang digunakan, memiliki pengaruh signifikan terhadap kenyamanan dan pengalaman pengunjung. Ditemukan bahwa area *semi-outdoor* yang sebelumnya menjadi daya tarik utama kini terbengkalai, fasilitas transportasi internal seperti tram telah dihentikan, serta akses masuk yang terbatas membuat pengunjung enggan untuk datang. Selain itu, pemilihan warna dan material yang tidak harmonis juga turut menurunkan daya tarik visual mal. Oleh karena itu, strategi yang diusulkan mencakup perbaikan desain interior dan eksterior, optimalisasi aksesibilitas, revitalisasi fasilitas umum, serta penggunaan elemen arsitektural yang lebih mendukung pengalaman

pengunjung. Implementasi strategi ini diharapkan dapat meningkatkan jumlah kunjungan dan memulihkan daya tarik Mall Balekota sebagai pusat perbelanjaan utama di Kota Tangerang.

**Kata kunci:** Mall Balekota, Strategi Peningkatan Pengunjung, Desain Arsitektur, Aksesibilitas, Pengalaman Pengunjung.

### **Abstract**

*Balekota Mall is a shopping center located in Tangerang, Indonesia. Initially, it was a popular and bustling shopping destination, particularly due to its semi-outdoor concept, which provided a unique experience for visitors. However, in recent years, the mall has experienced a significant decline in the number of visitors. This phenomenon is suspected to be caused by several factors, including increasing competition from newly built shopping centers, a lack of indoor comfort, limited accessibility, and outdated facilities that no longer attract visitors. The decline in visitor numbers has directly impacted the economic sustainability of both store tenants and mall management. This study aims to analyze the key factors influencing visitor interest in Balekota Mall and formulate strategies to enhance its appeal. A qualitative research approach was employed, utilizing data collection techniques such as field observations, case studies, and interviews with visitors and mall employees. Observations were conducted in two forms: Open Observation, which involved direct observation of the mall's conditions and activities, and Participant Observation, where researchers actively engaged in mall activities as visitors. The findings indicate that architectural design aspects, including color selection, accessibility, and materials used, significantly influence visitor comfort and experience. It was found that the semi-outdoor area, once a major attraction, is now neglected, the internal transportation facility (tram) has been discontinued, and the limited entrance access discourages potential visitors. Additionally, the improper selection of colors and materials has diminished the mall's visual appeal. Therefore, the proposed strategies include improvements to interior and exterior design, optimization of accessibility, revitalization of public facilities, and the incorporation of architectural elements that enhance visitor experience. The implementation of these strategies is expected to increase visitor numbers and restore Balekota Mall's attractiveness as a leading shopping destination in Tangerang.*

**Keywords:** Mall Balekota, Visitor Strategy, Architectural Design, Accessibility, User Experience

## 1. PENDAHULUAN

Pusat perbelanjaan atau *mall* merupakan salah satu bentuk bangunan komersial yang berperan penting dalam kehidupan perkotaan, baik sebagai tempat berbelanja, hiburan, maupun ruang interaksi sosial. Namun, perkembangan pusat perbelanjaan yang semakin pesat di berbagai kota besar, termasuk Tangerang, menyebabkan persaingan yang ketat di antara *mall-mall* yang ada. Dalam beberapa tahun terakhir, Mall Balekota, yang terletak di Jalan Jenderal Sudirman, Buaran Indah, Kota Tangerang, mengalami penurunan jumlah pengunjung yang cukup signifikan. Fenomena ini menjadi perhatian utama bagi pengelola *mall* serta para penyewa toko yang terdampak secara ekonomi akibat berkurangnya aktivitas bisnis di dalam *mall*.

*Mall* Balekota pertama kali dibuka pada tahun 2011 dengan konsep *lifestyle center* yang menggabungkan area semi-outdoor ala Eropa, taman hijau, serta fasilitas hiburan yang lengkap. Pada masa kejayaannya, mall ini menjadi salah satu destinasi favorit bagi masyarakat Tangerang dan sekitarnya. Namun, saat ini, kondisi *mall* tampak sepi, dengan aktivitas pengunjung yang hanya terpusat di lantai dasar, sementara lantai dua dan tiga didominasi oleh toko-toko yang tutup. Beberapa fasilitas utama, seperti arena bermain anak, pusat kebugaran, dan bioskop, masih beroperasi, tetapi tidak cukup untuk menarik kembali minat pengunjung secara keseluruhan.

Beberapa faktor yang diduga menyebabkan menurunnya jumlah pengunjung di *Mall* Balekota antara lain adalah perubahan tren konsumsi masyarakat yang lebih mengandalkan belanja

daring, meningkatnya persaingan dengan pusat perbelanjaan baru di sekitarnya, serta berkurangnya daya tarik dari desain interior dan eksterior bangunan itu sendiri. Selain itu, faktor aksesibilitas juga berperan penting, di mana keterbatasan akses masuk dan keluar *mall* menjadi kendala bagi calon pengunjung. Warna, tekstur, dan material bangunan yang digunakan juga memiliki pengaruh signifikan terhadap kenyamanan serta pengalaman pengunjung saat berada di dalam *mall*.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor utama yang menyebabkan penurunan minat pengunjung di *Mall* Balekota serta merumuskan strategi yang dapat diterapkan untuk meningkatkan daya tarik dan jumlah pengunjung. Studi ini menggunakan pendekatan kualitatif melalui metode observasi lapangan, studi kasus, serta wawancara dengan pengunjung dan karyawan *mall*. Dengan memahami aspek-aspek arsitektural yang berpengaruh terhadap kenyamanan dan daya tarik pengunjung, diharapkan penelitian ini dapat memberikan rekomendasi yang dapat diterapkan oleh pengelola *Mall* Balekota guna mengembalikan fungsinya sebagai pusat perbelanjaan yang kompetitif dan diminati masyarakat.

## 2. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 PENGERTIAN PUSAT PERBELANJAAN (MALL)

Pusat perbelanjaan atau *mall* merupakan suatu area komersial yang dirancang sebagai tempat aktivitas belanja, hiburan, dan interaksi sosial. *Mall* sebagai suatu area pergerakan linier dalam pusat bisnis kota (*Central Business District*) yang lebih diorientasikan bagi pejalan kaki. *Mall*

sering kali berbentuk koridor pedestrian yang dikombinasikan dengan plaza dan ruang interaksi (Rubenstein,1978). Sementara itu, (Maitland,1987), *mall* adalah pusat perbelanjaan yang memiliki satu atau beberapa *anchor tenants*, seperti *department store* besar, yang berfungsi sebagai daya tarik utama bagi unit-unit retail yang lebih kecil serta restoran. Tipologi bangunan mall umumnya terdiri dari toko-toko yang menghadap ke koridor utama, yang berfungsi sebagai jalur sirkulasi utama bagi pengunjung. Mall tidak hanya berperan sebagai tempat transaksi ekonomi tetapi juga sebagai ruang komunal yang mendukung interaksi sosial antar pengunjung dan pedagang.

## **2.2 ASPEK YANG MEMPENGARUHI KEBETAHAN (*SENSE OF PLACE*)**

"Kebetahan" dalam arsitektur berhubungan dengan kenyamanan dan keterikatan emosional pengguna terhadap suatu ruang. kebetahan dalam desain arsitektur adalah hasil dari keselarasan antara fungsi, bentuk, dan estetika suatu bangunan (Ahn,2017). Desain yang mengutamakan kebetahan dapat menciptakan ikatan emosional antara pengguna dengan lingkungan, sehingga meningkatkan pengalaman pengunjung secara keseluruhan. Dalam konteks pusat perbelanjaan, kebetahan sangat dipengaruhi oleh faktor seperti tata letak ruang, pemilihan warna, pencahayaan, serta material yang digunakan. Mall yang dirancang dengan memperhatikan aspek ini cenderung lebih menarik dan mampu mempertahankan loyalitas pengunjung.

### **Aksesibilitas dalam Desain Arsitektur**

Aksesibilitas merupakan salah satu aspek krusial dalam desain arsitektur yang menentukan seberapa mudah pengunjung dapat mencapai

dan menggunakan suatu bangunan. Aksesibilitas tidak hanya penting bagi individu dengan keterbatasan mobilitas tetapi juga bagi seluruh pengguna (Silva et al.2018). Desain akses yang ramah bagi semua orang, termasuk jalur pedestrian yang nyaman, ketersediaan transportasi umum, serta keberadaan pintu masuk yang mudah ditemukan, sangat mempengaruhi keputusan pengunjung untuk datang ke suatu mal. Jika akses ke dalam mall sulit atau membingungkan, pengunjung cenderung memilih alternatif lain yang lebih mudah dijangkau.

### **Pengaruh Warna dalam Arsitektur**

Warna memiliki peran penting dalam membentuk suasana dan identitas suatu bangunan. menemukan bahwa pemilihan warna dapat mempengaruhi persepsi visual dan emosi pengunjung terhadap sebuah ruang. Warna-warna hangat, seperti kuning dan oranye, cenderung memberikan kesan ramah dan mengundang, sementara warna-warna gelap dapat menciptakan suasana yang lebih formal atau eksklusif (Kim dan Moon,2019).

Dalam desain pusat perbelanjaan, penggunaan warna harus mempertimbangkan target pengunjung serta citra yang ingin dibangun oleh pengelola. Warna yang terlalu mencolok atau tidak harmonis dapat mengurangi kenyamanan visual dan mempengaruhi pengalaman pengunjung secara negatif.

### **Tekstur dalam Desain Arsitektur**

Tekstur merupakan elemen visual dan taktil dalam arsitektur yang memberikan karakter dan dimensi pada suatu bangunan. Penggunaan tekstur yang beragam dalam desain bangunan dapat menciptakan kekayaan visual serta meningkatkan pengalaman sensorik pengunjung

(Lee et al.,2016). Dalam konteks pusat perbelanjaan, tekstur pada lantai, dinding, serta furnitur harus dirancang agar sesuai dengan konsep mall serta kebutuhan pengunjung. Tekstur yang terlalu kasar atau tidak nyaman dapat mengurangi kualitas pengalaman pengguna dan bahkan mempengaruhi waktu kunjungan mereka di dalam mal.

### **Pengaruh Material dalam Desain Arsitektur**

Pemilihan material merupakan keputusan strategis dalam desain arsitektur yang dapat mempengaruhi daya tahan, estetika, serta keberlanjutan suatu bangunan. Pemilihan material yang tepat tidak hanya berkontribusi terhadap keindahan visual tetapi juga terhadap efisiensi energi dan kenyamanan pengguna. Di pusat perbelanjaan, penggunaan material berkualitas tinggi pada lantai, fasad, dan interior dapat meningkatkan daya tarik bangunan serta memberikan kesan eksklusif (O'Reilly et al.,2020). Sebaliknya, material yang murah dan kurang terawat dapat membuat pengunjung merasa kurang nyaman dan menurunkan citra *mall* secara keseluruhan.

## **3. METODE PENELITIAN**

### **3.1 JENIS PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi minat pengunjung di Mall Balekota serta merumuskan strategi peningkatan daya tariknya. Penelitian kualitatif dipilih karena memungkinkan eksplorasi mendalam terhadap fenomena yang terjadi, khususnya terkait aspek desain arsitektur, aksesibilitas, dan pengalaman pengguna. Pendekatan deskriptif dalam penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan kondisi faktual *Mall* Balekota berdasarkan

observasi langsung, wawancara, serta studi literatur. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai faktor penyebab penurunan jumlah pengunjung serta rekomendasi solusi yang dapat diterapkan.

### **3.2 OBJEK DAN VARIABEL PENELITIAN**

Objek penelitian ini adalah *Mall* Balekota yang terletak di Jalan Jenderal Sudirman, Buaran Indah, Kota Tangerang. Fokus penelitian ini adalah menganalisis faktor-faktor yang berkontribusi terhadap penurunan jumlah pengunjung serta mengidentifikasi aspek desain arsitektur yang berpengaruh terhadap pengalaman pengguna.

Variabel utama yang diteliti dalam penelitian ini meliputi:

1. Aksesibilitas: Kemudahan pengunjung dalam mencapai dan memasuki area *mall*.
2. Desain Arsitektur: Termasuk tata letak ruang, pemilihan warna, material, pencahayaan, dan elemen desain lainnya yang mempengaruhi kenyamanan pengunjung.
3. Kenyamanan dan Kebetahan: Persepsi pengunjung terhadap atmosfer dan fasilitas yang tersedia di dalam *mall*.
4. Faktor Eksternal: Persaingan dengan pusat perbelanjaan lain serta tren perubahan perilaku konsumen dalam berbelanja.

### **3.3 METODE PENGUMPULAN DATA**

Pengumpulan data dilakukan melalui 3 (tiga) teknik utama, yaitu observasi lapangan, wawancara, dan studi pada kasus.

#### **Observasi Lapangan**

Observasi dilakukan untuk mendapatkan gambaran langsung mengenai kondisi Mall

Balekota, baik dari segi arsitektur maupun pola aktivitas pengunjung. Observasi ini dilakukan dalam dua bentuk:

- Observasi Terbuka: Peneliti mengamati aktivitas dan lingkungan *Mall* Balekota secara langsung tanpa melakukan intervensi. Observasi ini berfokus pada faktor-faktor yang dapat mempengaruhi minat kunjungan, seperti tata letak *mall*, kondisi aksesibilitas, suasana dalam *mall*, serta tingkat okupansi *tenant*.
- Observasi Partisipan: Peneliti ikut serta dalam aktivitas di dalam mall sebagai pengunjung untuk memahami pengalaman pengguna secara lebih subjektif. Dengan pendekatan ini, peneliti dapat mengevaluasi faktor-faktor yang mungkin tidak terlihat dalam observasi pasif.

### Wawancara

Wawancara dilakukan dengan berbagai pihak yang memiliki keterlibatan langsung dengan *Mall* Balekota, yaitu:

- Pengunjung *mall*: untuk memahami persepsi mereka terhadap fasilitas, desain, dan kenyamanan *mall*.
- Karyawan *mall*: seperti petugas keamanan dan staf *tenant*, untuk mendapatkan wawasan mengenai pola kunjungan serta kendala operasional yang dihadapi.
- Pihak manajemen *mall*: untuk memperoleh informasi mengenai strategi pengelolaan dan rencana revitalisasi yang telah atau akan diterapkan.

Teknik wawancara yang digunakan adalah wawancara semi-terstruktur, di mana peneliti memiliki daftar pertanyaan utama, namun tetap memberikan fleksibilitas bagi narasumber untuk

mengungkapkan pandangan mereka secara lebih luas.

### Studi pada kasus

Kasus digunakan untuk menganalisis *Mall* Balekota dalam konteks fenomena penurunan jumlah pengunjung. Analisis ini melibatkan perbandingan dengan pusat perbelanjaan lain di Tangerang yang memiliki karakteristik serupa, guna mengidentifikasi faktor pembeda serta strategi yang berhasil diterapkan oleh kompetitor.

### Sumber dan Teknik Analisis Data

Data yang diperoleh dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder:

- Data Primer: Diperoleh langsung dari hasil observasi lapangan dan wawancara dengan pengunjung, karyawan, serta pihak pengelola *mall*.
- Data Sekunder: Meliputi dokumen terkait, literatur akademik, serta laporan mengenai tren pusat perbelanjaan dan perubahan pola konsumsi masyarakat.

Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis tematik, yaitu dengan mengelompokkan data ke dalam kategori utama berdasarkan pola yang ditemukan dalam observasi dan wawancara. Proses analisis dilakukan melalui tahapan berikut:

1. Reduksi Data: Menyeleksi dan merangkum data yang relevan dengan fokus penelitian.
2. Penyajian Data: Mengorganisasikan informasi ke dalam bentuk narasi, tabel, atau diagram untuk mempermudah pemahaman.
3. Penarikan Kesimpulan: Menginterpretasikan temuan berdasarkan teori yang relevan serta kondisi nyata di lapangan.

### 3.5 Penyimpanan dan Keamanan Data

Untuk menjaga integritas dan keamanan data penelitian, seluruh data yang dikumpulkan disimpan dalam format digital dengan sistem *enkripsi*. Langkah-langkah yang diterapkan dalam penyimpanan data meliputi:

- Penyimpanan *file* wawancara dan hasil observasi dalam format dokumen elektronik yang hanya dapat diakses oleh tim peneliti.
- Penggunaan layanan penyimpanan *cloud* yang aman untuk memastikan data tetap tersedia meskipun terjadi kerusakan pada perangkat penyimpanan utama.
- Pencadangan data secara berkala untuk menghindari kehilangan informasi akibat kesalahan teknis.

Seluruh data yang dikumpulkan akan dijaga kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk kepentingan akademik sesuai dengan etika penelitian yang berlaku.

## 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 4.1 DATA PROFIL BANGUNAN DAN LOKASI

Mall Balekota Tangerang adalah pusat perbelanjaan modern yang terletak di Kota Tangerang, Banten. *Mall* ini memiliki konsep *lifestyle center*, menggabungkan prinsip sebagai pusat wisata belanja, hiburan, dan kuliner dalam satu tempat. Luas dan lantai *Mall* Balekota memiliki luas sekitar 133.570 meter persegi dan terdiri dari tiga lantai. *Tenant* dan fasilitas mall ini menjadi rumah bagi beberapa tenant terkenal, termasuk Cinema XXI dan Gym Starfit. Arena GoKart yang juga merupakan salah satu daya tarik dari mal. Fasilitas area parkir terdapat di lantai *basement* sementara *exhibition hall* berfungsi sebagai ruang untuk pameran dan *event* besar lainnya. *Mall* Balekota berlokasi di Jalan

Jenderal Sudirman, Daerah Buaran Indah, Kota Tangerang.

### 4.2 HASIL WAWANCARA

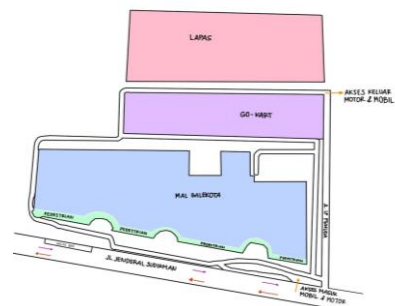
Dalam rangka memahami kondisi terkini serta faktor-faktor yang menyebabkan penurunan jumlah pengunjung di Mall Balekota, dilakukan wawancara dengan salah satu petugas keamanan (*security*) yang telah bertugas selama beberapa tahun di pusat perbelanjaan tersebut. Berikut adalah hasil wawancara yang telah dilakukan:

**TABEL 1. HASIL WAWANCARA (ULI, 2025)**

| No | Pertanyaan                                                                                                               | Jawaban                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|----|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. | Jika berkenan, saya ingin menanyakan apakah Balekota dahulu merupakan area yang ramai, Pak?                              | Dulu, Mall Balekota memang cukup ramai. Namun, seiring berjalannya waktu, situasi berubah. Puncaknya ada di sebelum era covid. Dan justru di era pandemi, mal balekota memiliki pertambahan pengunjung.                                                                                         |
| 2. | Apakah Bapak mengetahui konsep yang diterapkan pada Mall Bale Kota? Apakah bersifat semi-outdoor atau sepenuhnya indoor? | Mal Balekota memiliki konsep <i>lifestyle center</i> yang menggabungkan prinsip sebagai pusat wisata belanja, hiburan, dan kuliner dalam satu tempat. Bangunannya terdiri dari tiga lantai yang mencakup shopping center, exhibition hall, function hall, serta area parkir di lantai basement. |
| 3. | Dahulu, tram yang menuju ke sini tiba-tiba berhenti beroperasi, ya, Pak? Apa yang menjadi penyebabnya?                   | Ya, benar. Penyebab menurunnya kunjungan bisa bervariasi, persaingan dengan pusat perbelanjaan lain, dan faktor-faktor ekonomi. Sayangnya, bus-bus yang berhenti beroperasi juga mempengaruhi daya tarik dan ciri khas Mall Bale Kota.                                                          |
| 4. | Terkait akses masuk, di mana saja lokasi pintu masuknya, Pak? Sebab, akses menuju mall ini terbilang cukup sulit.        | Untuk ke mal Balekota hanya bisa di akses melalui 1 jalan di belakang untuk masing-masing transportasi yaitu di Jl. Jenderal Sudirman dan Jl. Raya Cipondoh No. 10                                                                                                                              |

### Pembahasan Hasil Analisis

#### 1. Analisis Tapak



**GAMBAR 1. ANALISIS TAPAK MAL BALEKOTA**

*Mall* Balekota memiliki ukuran yang cukup luas namun akses yang diberikan untuk kendaraan bermotor dan mobil sangat terbatas, hanya satu akses masuk dan satu akses keluar.

Hal ini dapat menyebabkan masalah serius terutama bagi pengunjung yang tidak familiar dengan area tersebut dan harus masuk ke gang terlebih dahulu untuk mengakses mall, sehingga menyebabkan fasad bangunan tersebut menjadi susah untuk terlihat dan baru terlihat saat berada di malam hari karena terbantu oleh lampu jalanan. Akses yang terbatas ini juga berpotensi menimbulkan kemacetan, terutama pada jam-jam sibuk, karena volume kendaraan yang tinggi. Sementara itu untuk akses keluarnya berada di jalan kecil atau gang, sehingga dapat membuat kemacetan di jalan.

Selain itu, masalah lainnya adalah area pedestrian yang seharusnya digunakan untuk pejalan kaki justru digunakan sebagai tempat parkir mobil. Ini jelas mengurangi kenyamanan dan keselamatan pejalan kaki, yang seharusnya memiliki jalur khusus yang aman dan nyaman untuk berjalan di sekitar mall. Tanpa area pedestrian yang memadai, pengunjung pejalan kaki harus berbagi ruang dengan kendaraan bermotor, yang meningkatkan risiko kecelakaan.

Penempatan akses keluar di Jl. LP Pemuda yang langsung menuju jalan besar tanpa pengaturan lalu lintas yang memadai juga bisa menimbulkan risiko kecelakaan. Diperlukan tanda-tanda lalu lintas yang jelas dan mungkin lampu lalu lintas untuk memastikan keamanan bagi kendaraan yang keluar dari area mall, meskipun tapak ini memiliki dasar pengaturan yang baik, namun beberapa penyesuaian perlu dilakukan untuk meningkatkan efisiensi dan keamanan.

Penambahan akses masuk dan keluar tambahan atau memperlebar akses yang ada bisa menjadi solusi untuk mengakomodasi volume kendaraan yang lebih besar. Selain itu, penataan ulang area pedestrian agar tidak digunakan sebagai parkir mobil akan sangat membantu dalam meningkatkan kenyamanan dan keselamatan pengunjung pejalan kaki. Implementasi sistem

manajemen lalu lintas yang baik juga sangat diperlukan untuk memastikan pergerakan kendaraan yang lebih teratur dan aman di dalam area mall.

## 2. Analisis Wawancara

Berdasarkan hasil wawancara yang diperoleh dari pengelola dan pengunjung Mall Balekota, terungkap beberapa aspek yang menjadi fokus utama dalam upaya meningkatkan kunjungan ke pusat perbelanjaan tersebut. Dalam konteks arsitektur, analisis menyeluruh terhadap pemilihan warna, aksesibilitas, dan material yang digunakan sangat mempengaruhi emosi dan suasana yang dirasakan pengunjung. Dalam pembahasan ini, akan dikaji bagaimana aspek-aspek arsitektur ini dapat menjadi solusi untuk meningkatkan jumlah pengunjung dan memulihkan keberlangsungan Mall Balekota.

### 1. Perubahan Tingkat Keramaian Pengunjung

Hasil wawancara menunjukkan bahwa Mall Balekota mengalami penurunan jumlah pengunjung sebelum pandemi COVID-19, yang mungkin disebabkan oleh perubahan kebiasaan belanja masyarakat yang cenderung beralih ke belanja daring. Namun, selama masa pandemi, terjadi peningkatan kunjungan yang menunjukkan adanya potensi daya tarik unik yang dimiliki oleh mall ini. Dari sudut pandang arsitektur, perubahan dalam desain interior dan eksterior yang menyegarkan dapat meningkatkan kenyamanan dan daya tarik mall, sehingga menarik lebih banyak pengunjung.

### 2. Konsep Mall Balekota

Konsep Mall Balekota sebagai *lifestyle center* yang menggabungkan berbagai fasilitas menjadi salah satu daya tarik utama. Namun, keberhasilan konsep ini sangat bergantung pada desain arsitektur yang mendukung. Desain yang

memperhatikan aliran sirkulasi pengunjung, ruang terbuka yang cukup, dan penggunaan material yang ramah lingkungan dapat meningkatkan kenyamanan pengunjung dan menciptakan suasana yang mengundang.

### 3. Dampak Penghentian Operasi Tram

Penghentian operasi Tram Balekota, sebuah fasilitas transportasi yang dulunya menjadi salah satu daya tarik utama *Mall* Balekota, menggambarkan dampak signifikan terhadap pengalaman pengunjung dan desain arsitektur pusat perbelanjaan. Tram Balekota, dengan desainnya yang unik dan sistem penggerak kabelnya, menjadi daya tarik tersendiri bagi pengunjung. Kehadiran Tram Balekota memberikan dimensi tambahan pada desain interior *mall*, menciptakan suasana yang unik dan berkesan bagi pengunjung. Penghentian operasional tram ini menghilangkan elemen penting dalam identitas visual dan pengalaman pengunjung di dalam *mall*.

Dengan berhentinya operasi Tram Balekota, aksesibilitas pengunjung di dalam *mall* mungkin terpengaruh. Tram tersebut tidak hanya menjadi sarana transportasi, tetapi juga merupakan salah satu cara untuk mengalirkan arus pengunjung ke berbagai area dalam *mall*. Dari perspektif arsitektur, desain tram dan jalur rutenya memainkan peran penting dalam mengarahkan pengunjung ke berbagai fasilitas dan tenant di dalam *mall*. Penghentian operasi tram ini mungkin membutuhkan penyesuaian dalam desain tata letak interior untuk memastikan arus pengunjung tetap lancar dan terarah.

Untuk mengatasi dampak penghentian operasi Tram Balekota, perlu dipertimbangkan bagaimana desain arsitektur dapat mendukung pembaharuan atau penggantian fasilitas transportasi yang baru. Dari segi estetika, desain baru fasilitas transportasi harus sesuai dengan gaya dan tema arsitektur yang ada dalam *mall*.

Selain itu, desain tersebut juga harus memperhitungkan aspek kenyamanan, keamanan, dan aksesibilitas bagi pengunjung.

### 4. Akses Masuk yang Terbatas

Akses masuk yang terbatas ke *Mall* Balekota menjadi hambatan signifikan bagi pengunjung. Desain tata letak yang baik memastikan bahwa akses masuk ke *Mall* Balekota mudah ditemukan oleh pengunjung. Ini melibatkan penempatan pintu masuk yang strategis dan pembuatan jalur yang jelas dan mudah diikuti. *Signage* yang jelas dan menarik juga penting untuk memberikan petunjuk yang tepat kepada pengunjung, sehingga mereka tidak kebingungan saat mencari pintu masuk atau area parkir. Desain *signage* yang kreatif dan estetis akan menambah daya tarik visual dari *mall* dan meningkatkan pengalaman pengunjung.

Desain lanskap di sekitar area akses masuk juga memiliki peran penting dalam menciptakan suasana yang ramah dan menarik bagi pengunjung. Penataan tanaman, pohon, dan elemen-elemen alami lainnya dapat menciptakan atmosfer yang menyenangkan dan memberikan kesan yang positif kepada pengunjung sejak mereka memasuki *mall*. Selain itu, pengaturan pencahayaan luar ruangan dan elemen dekoratif seperti air mancur atau patung dapat menambah daya tarik estetika dan membuat pengunjung merasa nyaman.

Gerbang yang menarik atau jalan setapak yang nyaman dapat menjadi elemen arsitektural tambahan yang memperindah akses masuk ke *Mall* Balekota. Gerbang yang dirancang dengan desain yang menarik dan unik dapat menciptakan kesan yang mengesankan bagi pengunjung dan memberikan identitas visual yang kuat bagi *mall*. Sementara itu, jalan setapak yang nyaman dengan material yang berkualitas dan pencahayaan yang baik akan meningkatkan

kenyamanan dan keamanan pengunjung saat berjalan menuju pintu masuk.

#### 5. Material Lantai



**GAMBAR 2. LANTAI MAL BALEKOTA (ULI, 2025)**

Pada bagian lantai terdapat material bentuk batu yang cukup unik. Kekurangannya adalah warna hijau yang disatukan kepada bentuk batu tersebut terlihat tidak menyatu. kekurangan lainnya adalah motifnya yang tidak menentu membuatnya menjadi terlihat kurang menarik.

Solusi cok dengan bentuk batu tersebut. Solusi untuk masalah kedua adalah membuat motif yang disesuaikan dengan arah jalan atau sirkulasi pengguna sehingga baik untuk pengguna bisa mengetahui ke mana mereka harus berjalan.

#### 6. Atap Plaza



**GAMBAR 3. ATAP PLAZA MAL BALEKOTA (ULI, 2025)**

Bagian atap plaza yang seharusnya bisa menjadi bantuan untuk memasukkan cahaya alami (*skylight*). Namun begitu, hal itu justru membuat

### 5. KESIMPULAN

*Mall* Balekota, yang terletak di Tangerang, Indonesia, mengalami penurunan jumlah pengunjung secara signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Penurunan ini dipengaruhi oleh

menjadi kurang menarik karena warnanya yang kurang bagus dan terlihat tidak nyambung dengan konsep *mall*. Seharusnya, bagian atas dapat dibuat tertutup dengan bukaan cahaya di sampingnya. Misalnya, material tersebut bisa diganti dengan kaca sehingga dapat menjadi pencahayaan alami pada *mall*.

#### 7. Plafon Mall



**GAMBAR 4. PLAFON MAL BALEKOTA (ULI, 2025)**

Bagian atas setiap lantai sudah terlihat estetik karena bentuknya yang unik. Namun kekurangannya adalah membuat bolongan yang gelap dapat sangat berpengaruh kepada gelap terangnya gedung. Dikarenakan *Mall* Bale Kota banyak menggunakan pencahayaan secara alami dari matahari maka cenderung gelap saat *mall* am. Maka bentuk desain bagian atas setiap lantai tersebut akan membuat bangunan semakin gelap. Solusi yang dapat diberikan adalah membuat bagian atasnya dengan warna yang lebih terang atau tidak menggunakan warna hitam, sehingga dapat memberikan kesan yang lebih terang.

beberapa faktor utama, termasuk peningkatan persaingan dari pusat perbelanjaan baru, ketidaknyamanan pengunjung terhadap suasana bangunan, serta akses dan fasilitas yang kurang memadai. Dampak ekonomi dari penurunan ini dirasakan oleh penyewa toko dan pengelola *mall*.

Penelitian ini bertujuan untuk memahami penyebab penurunan pengunjung di *Mall Balekota* melalui analisis aspek arsitektur seperti pemilihan warna, aksesibilitas, dan material bangunan yang mempengaruhi emosi dan pengalaman pengunjung. Metode yang digunakan adalah penelitian kualitatif yang mencakup observasi lapangan, studi kasus, dan wawancara dengan pengunjung dan karyawan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa:

1. Area *outdoor* yang dulunya menjadi daya tarik sekarang terbengkalai, mengurangi kenyamanan pengunjung.
2. Desain Interior dan Eksterior : Desain yang kurang memperhatikan estetika dan kebetahan dapat membuat pengunjung enggan untuk kembali.
3. Akses yang terbatas dan sulit dijangkau mengurangi minat pengunjung untuk datang.
4. Pemilihan warna dan tekstur yang tidak tepat dapat mengurangi kenyamanan visual dan menarik pengunjung.
5. Penggunaan material yang tidak sesuai atau kurang berkualitas dapat mengurangi daya tarik bangunan.

Dari wawancara dengan pihak terkait, terungkap bahwa penutupan fasilitas seperti tram dan keterbatasan akses masuk juga menjadi faktor signifikan. Penyebab lainnya adalah perubahan kebiasaan belanja masyarakat yang lebih memilih belanja online, terutama selama pandemi COVID-19, meskipun ada peningkatan pengunjung selama pandemi. Untuk meningkatkan jumlah pengunjung, beberapa strategi yang disarankan meliputi:

1. Memperbaiki dan merawat kembali area *outdoor* dan fasilitas *mall*.
2. Melakukan *redesign* interior dan eksterior yang lebih menarik dan nyaman.

3. Menambah akses masuk dan keluar serta memperbaiki tanda-tanda dan jalur akses.
4. Menggunakan material yang berkualitas dan estetik serta memperhatikan pemilihan warna dan tekstur yang nyaman bagi pengunjung.
5. Implementasi strategi-strategi tersebut diharapkan dapat mengembalikan daya tarik *Mall Balekota* dan meningkatkan jumlah pengunjungnya.

### UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Ibu Imaniar Sofia, S.T., M.T. selaku pengampuh mata kuliah Arsitektur Perilaku atas bimbingan, ilmu, serta arahnya selama proses pembelajaran. Tidak lupa, rasa hormat dan terima kasih penulis sampaikan kepada orang tua dan keluarga yang senantiasa memberikan dukungan, doa, serta semangat tanpa henti selama proses penyusunan penelitian ini. Penulis juga berterima kasih kepada teman-teman seperjuangan yang telah menjadi sumber motivasi, inspirasi, serta kebersamaan yang hangat. Secara khusus, apresiasi penulis sampaikan kepada Aaron Cornelli Donald atas bantuan dan kontribusinya dalam proses observasi langsung, wawasan luas yang diberikan, serta semangat yang terus ia tularkan selama penelitian ini berlangsung. Kehadirannya menjadi dorongan besar bagi penulis dalam menyelesaikan penelitian ini. Akhir kata, terima kasih kepada seluruh pihak yang turut membantu dan mendukung jalannya penelitian ini. Semoga ilmu dan pengalaman yang diperoleh menjadi bekal berharga bagi penulis dalam mengembangkan pengetahuan di bidang arsitektur.

## DAFTAR PUSTAKA

- Sekarlangit, Nimas (2019). Keterkaitan Desain Ruang Publik dengan Perilaku Pengunjung Mall di Yogyakarta (Kasus: Ambarrukmo Plaza dan Galeria Mall). *Jurnal RUAS* Vol.17 No. 2 (2019), 1693-3702.
- Tan, Almadisa Padmacinesia; Aji, Fauzi Mizan Prabowo (2022). Pengaruh Sirkulasi dan Tata Ruang Terhadap Minat Pengunjung Studi Kasus: Transmart Carrefour Pabelan. SIAR III (2022) *Seminar Ilmiah Arsitektur*, 1411-8912.
- Azizi1 Anna; Roedjinandari Nanny; Rachmadian Aprilia; Anam Mochammad Musafaul (2022). Analisis Pengaruh Daya Tarik Mall Bunga Sidomulyo Terhadap Minat Kunjungan Wisatawan Di Desa Sidomulyo Kota Batu. *Jurnal Tesla: Perhotelan-Destinas Wisata-Perjalanan Wisata*, 2809-400.
- Zen, Muhamad (2023). Mall Balekora Tangerang: Dari Kejayaan hingga Sepinya, Fenomena Mall yang Ditinggalkan Pengunjung. <https://www.buruhtinta.co.id/read/1552/mall-balekota-tangerang-dari-kejayaan-hingga-sepinya-fenomena-mall-yang-ditinggalkan-pengunjung/2>
- Sari, Wulani Enggar; Gunawan, Yenny; Ariningsih, Paulina Kus; Andoni Heri. Pengaruh Warna dan Tekstur Pada Ruang Terhadap Persepsi Termall Secara Adaptif Dengan Teknologi Virtual Reality. *Modul*, 22(1), 42-50.
- Virdianti1 Eka; Noor Elssany; Yesti Citra; Desiana Ranindita. Kajian Penggunaan Material Terhadap Kenyamanan Termall pada Rumah Tinggal. *Jurnal Reka Karsa-Teknik Arsitektur Itenas-No.2-Vol. 2*, (2014).