

Daftar Isi

TANDA PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	ii
Kata Pengantar.....	iii
Abstrak	v
Abstract	v
Pernyataan Keaslian Tugas Akhir	vi
Daftar Isi	vii
Daftar Gambar.....	xii
Daftar Tabel.....	xvi
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	2
1.3 Pembatasan Masalah	3
1.3.1 Batasan Substansial.....	3
1.3.2 Batasan Teoritical	3
1.4 Rumusan Masalah	5
1.5 Tujuan Penelitian	5
1.6 Skema Pemikiran.....	6
BAB II	7
KAJIAN PUSTAKA	7
2.1 Shopping Mall.....	7
2.1.1 Klasifikasi Shopping Mall	7
2.2 Segmentasi Pasar dan Target Pasar	9
2.3 Positioning dan Diferensiasi	11
2.4 Spesialisasi Mal dan Toko	13
2.5 Manajemen Mall	13
2.5.1. Key Success Factors of Shopping Mall	14
2.5.2 Manajemen Strategis Mal	15
2.5.3 Key Success Factors Management Shopping Mall	16
2.6 Tenant Mix	20

2.6.1 Anchor Tenant.....	22
2.7 <i>Transformation of Shopping Mall</i>	23
2.7.1 Reposisi Shopping Mall	24
2.8 <i>Trade Area</i>	25
2.9 Bauran Pemasaran	27
2.10 Studi Kasus	28
2.10.1 Sarinah.....	28
BAB III	31
METODOLOGI PENELITIAN	31
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian	31
3.1.1 Tempat Penelitian	31
3.1.2 Waktu Penelitian	31
3.4 Metode Pengumpulan Data	31
3.4.1 Jenis Data	32
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data Primer	33
3.4.3 Teknik Pengumpulan Data Sekunder	34
3.5 Metode Pengolahan Data	34
3.5.1 Jenis Analisis	34
3.6 Metode Analisis.....	35
3.7 Jadwal Kegiatan.....	36
3.8 Kerangka Analisis.....	38
3.9 Kerangka Teori	39
3.10 Desain Proses	40
3.11 Desain Wawancara.....	41
BAB IV.....	44
TINJAUAN OBJEK STUDI	44
4.1. Data Makro	44
4.1.1 Profil DKI Jakarta	44
4.2 Data Mezzo.....	46
4.2.1 Profil Kota Administrasi Jakarta Selatan	46
4.2.1.1 Wilayah Administrasi Jakarta Selatan.....	46

4.2.1.2. Kependudukan dan Tenaga Kerja Jakarta Selatan.....	48
4.2.1.3 Struktur Ruang Kawasan.....	52
4.2.2 Profil Kecamatan Kebayoran Baru	53
4.2.2.1 Profil Wilayah Kecamatan Kebayoran Baru	54
4.2.2.2 Kependudukan Kecamatan Kebayoran Baru	57
4.2.2.3 Trend Perkembangan Kota	59
4.3 Data Mikro.....	60
4.3.1 Sejarah Kawasan Blok M	61
4.3.2 Sejarah Pasaraya Blok M	62
4.3.3 Profil Objek Studi.....	65
4.3.4 Bentuk Bangunan Pasaraya Blok M	67
4.3.5 Fasilitas Pasaraya Blok M	68
4.3.6 Promosi dan Event Pasaraya Blok M.....	70
4.3.7 Tenancy Mix Pasaraya Blok M.....	72
4.3.7.1 Zoning dan Tenancy Mix Pasaraya Blok M	73
4.3.7.2 Daftar Tenancy di Pasaraya Blok M	74
4.3.7.3 Luas Per Zonasi Tenant di Pasaraya Blok M.....	76
4.3.8 Pengelola Pasaraya Blok M	76
4.3.8.1 Visi dan Misi Pasaraya Blok M	77
4.3.8.2 Struktur Organisasi PT. Pasaraya Blok M.....	78
4.3.9 Penggunaan Lahan Eksisting dan Rencana	79
4.3.9.1 Penggunaan Lahan Eksisting.....	79
4.3.9.2 Penggunaan Lahan Rencana	81
4.3.10 Aksesibilitas dan Konektivitas	81
4.3.11 Kondisi Pedestrian dan Jalan Pasaraya Blok M	84
4.3.12 Persebaran Mall di Kawasan Blok M dan sekitarnya	86
BAB V.....	90
ANALISIS	90
5.1 Analisis Kondisi Fisik dan Lingkungan.....	90
5.1.1 Analisis Lokasi.....	90
5.1.1.1 Aksesibilitas Terhadap DKI Jakarta	91

5.1.1.2 Analisis Kedekatan Tapak dengan Pusat Kegiatan DKI Jakarta ...	93
5.1.1.4 Analisis Karakteristik Kawasan.....	95
5.1.1.5 Analisis Daya Tarik Kawasan	96
5.1.2 Analisis Tapak	100
5.1.2.1 Analisis Visual Pasaraya Blok M	100
5.1.2.2 Analisis Aksesibilitas dan Pencapaian Tapak	101
5.1.2.3 Analisis Kapasitas Lahan	102
5.1.3 Analisis SWOT Pasaraya Blok M	103
5.1.3.1 Kekuatan (Strenght).....	103
5.1.3.2 Kelemahan (Weakness)	104
5.1.3.3 Peluang (Opportunity)	105
5.1.3.4 Ancaman (Threat)	105
5.1.3.5 Strategi SWOT	107
5.1.4 Kesimpulan Analisis Kondisi Fisik dan Lingkungan.....	108
5.2 Analisis Pasar	109
5.2.1 Supply-Demand Retail.....	109
5.2.1.1 Annual Supply dan Occupancy Rate Shopping Mall di Jakarta..	109
5.2.1.2 Rental Rates dan Services Charge.....	111
5.2.1.1 Supply Demand Sekitar Kawasan Pasaraya Blok M.....	113
5.2.2 Supply-Demand Office	115
5.2.2.1 <i>Annual Supply</i> dan <i>Occupancy Rate Office</i> di DKI Jakarta	115
5.2.2.2 Supply Demand Office Sekitar Pasaraya Blok M	117
5.2.3 Supply-Demand Hotel	119
5.2.3.1 Annual Supply dan Occupancy Rate	119
5.2.3.1 Supply Demand Sekitar Pasaraya Blok M	121
5.2.4 Tren Perkembangan Properti <i>Shopping Mall</i> , Hotel dan <i>Office</i>	122
5.2.5 Analisis Trade Area	124
5.2.5.1 Area Perdagangan Primer Pasaraya Blok M	124
5.2.5.2 Area Perdagangan Sekunder Pasaraya Blok M.....	124
5.2.5.3 Area Perdagangan Tertier Pasaraya Blok M	125
5.2.6 Potensial Kompetitor Pasaraya Blok M.....	126

5.2.6.1 Profil Potensial Kompetitor	126
5.2.6.3. Tabel Indikator Pembobotan	130
5.2.6.3 Pembobotan Potensial Kompetitor dan Market Positioning Pasaraya Blok M	134
5.2.7 <i>Segmentation, Targetting and Positioning</i> Pasarya Blok M	138
5.2.7.1 <i>Segmentation</i>	138
5.2.7.2 <i>Targetting</i>	140
5.2.7.3 <i>Positioining</i>	142
5.2.8 Kesimpulan Analisis Pasar	146
5.3 Analisis Bauran Penyewa	146
5.3.1 Komposisi Penyewa	147
5.3.2 Seleksi Penyewa	148
5.3.3 Analisis Penempatan Penyewa	153
5.3.4 Pembagian Zoning Pasaraya Blok M	159
5.3.5 Bauran Promosi	168
5.3.6 Kesimpulan Analisis Bauran Penyewa	169
5.4 Analisis Best Practice; Benchmarking	169
5.4.1 Analisis Benchmark dengan Sarinah; Aspek Fisikal	170
5.4.2 Kesimpulan Analisis Best Practice	176
BAB VI	178
KESIMPULAN	178
6.1 Kesimpulan	178
6.2 Rekomendasi	180
DAFTAR PUSTAKA	182
LAMPIRAN	202