

ABSTRAKSI

Pada satu dasawarsa terakhir ini, perkembangan pusat-pusat perbelanjaan sangat pesat ditunjang dengan kelengkapan sarana dan prasarana, serta sistem one stop shopping yang menambah semaraknya plaza-plaza atau mal-mal tersebut. Yang lebih menarik lagi, sebagian besar mal-mal tersebut dapat terus bertahan dan bersaing karena mereka memiliki segmen pasar tersendiri. Lebih jauh lagi kita melihat bahwa fasilitas-fasilitas yang ditawarkan oleh mal-mal golongan atas sedemikian lengkap, canggih dan modern, tidak demikian halnya dengan pertokoan golongan menengah, apalagi golongan bawah. Karena itu untuk selanjutnya perlu juga memperhatikan peran-cangan untuk pertokoan golongan menengah.

Salah satu pertokoan golongan menengah yang cukup dikenal di Surabaya yaitu Wijaya mengalami musibah, sehingga harus berhenti beroperasi untuk sekian lama. Hal ini juga tidak terlepas dari kurang lengkapnya fasilitas terutama sistem utilitasnya. Dengan ditutupnya pusat perbelanjaan Wijaya tersebut, berarti kebutuhan pengunjung tetapnya tidak lagi terpenuhi, demikian juga dengan penyewa stan yang ada tidak dapat beraktivitas kembali.

Dari situ kemudian muncul ide untuk merencanakan dan merancang Pusat Perbelanjaan Wijaya dengan disain baru yang secara spesifik mampu melayani segmentasi pasar golongan menengah, dengan dilandasi konsep dan filosofi yang tepat, serta melihat lingkungan sekitar sebagai potensi yang mampu mendukung keberadaan proyek.