

HUBUNGAN POLA SIRKULASI TERHADAP TINGKAT KERAMAIAAN PENGUNJUNG PADA GROUND FLOOR SOLO PARAGON MALL

Reza Oktiandrea Harmono

Program Studi Arsitektur Fakultas Teknik
Universitas Muhammadiyah Surakarta
d300190076@student.ums.ac.id

Dhani Mutiari

Program Studi Arsitektur Fakultas Teknik
Universitas Muhammadiyah Surakarta
dhani.mutiari@ums.ac.id

ABSTRAK

Pertumbuhan ekonomi di Kota Surakarta memunculkan pergeseran tren gaya hidup modern yang lebih konsumtif yang awalnya street linier (pertokoan) berpindah ke Mall. Faktor yang menyebabkan masyarakat mulai berpindah karena memperoleh keamanan dan kenyamanan saat berbelanja dikarenakan fasilitas Shopping Mall sudah di desain mempunyai layout tata ruang yang efektif sehingga menimbulkan pola sirkulasi yang nyaman bagi pengunjung. Sirkulasi dirancang sedemikian rupa sehingga pengunjung bisa melewati semua tenant-tenant atau retail yang ada pada mall. Namun tidak semua tenant di mall mengalami penumpukan keramaian pengunjung, terkadang sirkulasi menuju tenant ada yang sepi dan ada yang mengalami penumpukan keramaian. Sehingga tujuan dari penelitian ini adalah bagaimana keterkaitan atau hubungan antara pola sirkulasi terhadap tingkat keramaian di Shopping Mall dengan fokus Groundfloor Solo Paragon Mall. Variabel penelitian yang digunakan variabel bebas dan variabel terikat yaitu pola sirkulasi dan tingkat keramaian pengunjung. Langkah-langkah penelitian dimulai dari survey/observasi di Groundfloor, pemetaan ruang di Groundfloor, penetapan populasi dan perhitungan sampel dengan rumus slovin, pemetaan pengunjung dengan cara Person Centered Map, pemetaan dengan cara Human Mapping, mengelompokkan pola sirkulasi hasil pemetaan, pembahasan serta menarik kesimpulan penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pola sirkulasi yang ada pada Groundfloor adalah pola linear dan spiral, hubungan antara pola sirkulasi dengan tingkat keramaian pengunjung terletak pada kesamaan pola sirkulasi /perilaku pola gerak antar pengunjung akan mempengaruhi tingkat keramaian di beberapa titik tertentu yang menyebabkan penumpukan pengunjung, begitu pula sebaliknya pola yang tidak sama akan mempengaruhi sirkulasi menjadi sepi pengunjung dikarenakan pengunjung lebih tertarik menuju Magnet Anchor baru ke retail yang lain.

KEYWORDS:

Pola Sirkulasi; Tingkat Keramaian Pengunjung; Mall

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Perkembangan ekonomi di kota besar selaras dengan peningkatan jumlah penduduk sehingga muncul isu pergeseran tren pemenuhan gaya hidup *modern* yang lebih konsumtif yang awalnya di dominasi dengan *street linier* (pertokoan) mulai berpindah ke pusat perbelanjaan *modern* seperti *Mall*. *Shopping mall* merupakan pusat perbelanjaan yang tidak terpisahkan dari kehidupan *modern*.

Kehadiran *Shopping Mall* saat ini dari segi konsumen akan sangat diuntungkan dikarenakan mendapat beberapa alternatif berbelanja dengan fasilitas yang sangat lengkap. *Shopping Mall* dapat memenuhi semua kebutuhan, keinginan, dan selera konsumen.

Kota Surakarta terus meningkat dalam sisi perekonomian masyarakatnya. Dengan peningkatan penghasilan masyarakat Kota Surakarta, menjadi penyebab peningkatan daya beli dari masyarakat Kota Surakarta.

Peningkatan pendapatan ekonomi dan daya beli masyarakat di Kota Surakarta selaras dengan banyaknya *Shopping Mall* di Kota Surakarta salah satunya Solo Paragon Mall.

Banyak masyarakat Surakarta yang menjadikan *Shopping Mall* atau pusat perbelanjaan tidak hanya sebagai sarana belanja melainkan telah menjadi tempat *refreshing*, *public life*, menjadi tempat hubungan sosial, bertukar pikiran, serta tempat untuk menunjukkan aktualisasi diri.

Faktor yang menyebabkan masyarakat Kota Surakarta mulai berpindah ke *Shopping Mall* karena memperoleh kenyamanan dan keamanan saat berbelanja dikarenakan fasilitas *Shopping Mall* sudah di desain memiliki *layout* tata ruang yang efektif sehingga menimbulkan pola sirkulasi yang aman dan nyaman bagi pengunjung. Sirkulasi yang dirancang sedemikian rupa sehingga pengunjung bisa melewati semua *tenant-tenant* atau *retail* yang ada pada *mall*.

Sistem Penataan ruang di *Shopping Mall* didesain agar usaha pemilik *tenant* dapat di akses dan di ekspos oleh pengunjung secara keseluruhan, perlunya sistem penataan ruang yang baik dan efisien agar pengunjung mudah menemukan barang atau tempat yang diinginkan. Namun tidak semua *tenant* di *mall* mengalami penumpukan keramaian pengunjung, terkadang sirkulasi menuju *tenant* ada yang sepi dan ada yang mengalami penumpukan keramaian. Hal itulah yang menjadikan penulis tertarik untuk meneliti bagaimana keterkaitan atau hubungan antara pola sirkulasi terhadap tingkat keramaian di *Shopping Mall*.



Gambar 1. Sirkulasi Mall Yang Sepi
(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2022)



Gambar 2. Sirkulasi Mall Yang Ramai
(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2022)

Studi Kasus dalam penelitian penulis adalah *Groundfloor Solo Paragon Mall*, alasan *Mall* ini dijadikan studi kasus adalah *Mall Solo Paragon* merupakan salah satu *Mall* besar di Solo. Permasalahan yang ingin dibahas pada penelitian penulis adalah bagaimana hubungan antara pola sirkulasi terhadap tingkat keramaian pada *Shopping Mall* serta bagaimana mengetahui sirkulasi yang baik dan efisien pada *Shopping Mall*.

Rumusan Masalah

Berangkat dari latar belakang penelitian yang ada maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana persebaran pengunjung di *Groundfloor Solo Paragon Mall* serta bagaimana hubungan pola sirkulasi terhadap tingkat keramaian pengunjung yang ada di *Groundfloor Solo Paragon Mall*.

Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah yang ada maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pola persebaran pengunjung yang dominan di *Mall Solo Paragon* dan untuk mengetahui hubungan antara pola sirkulasi terhadap tingkat keramaian pengunjung yang ada di *Groundfloor Solo Paragon Mall*.

Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian secara teoritis adalah mengetahui hubungan pola sirkulasi dengan tingkat keramaian pengunjung pada *Groundfloor Solo Paragon Mall*, serta menambah pengetahuan sistem sirkulasi yang baik dan efisien di *Shopping Mall*.

Manfaat penelitian secara praktis yang didapatkan dalam penelitian penulis ialah dapat memberikan solusi mengenai permasalahan yang terjadi pada objek amatan, Penelitian ini juga memudahkan perancang dalam merancang *layout* ruang pada *Shopping Mall* dari segi sirkulasi.

TINJAUAN PUSTAKA

1. Shopping Mall

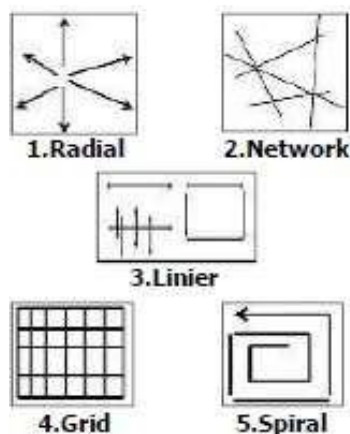
Shopping Mall merupakan tipe pusat perbelanjaan tertutup yang terbentuk dari berbagai macam bentuk *retail*, tempat makan dan beberapa fasilitas rekreatif serta hiburan yang ada dalam satu bangunan, dan juga unit yang disewakan atau dijual serta dikelola oleh manajemen terpadu (Rianto, 2016).

Shopping Mall menurut Maitland dalam (Petra, 2011), *Shopping mall* ialah *mall* yang memiliki inti satu atau beberapa *departement store* besar yang berfungsi untuk daya tarik dari *retail* kecil dan restoran dengan bentuk bangunan seperti toko yang menghadap ke koridor utama *mall* atau pedestrian yang merupakan unsur utama dari *Shopping Mall*, dan berfungsi menjadi sirkulasi serta sebagai ruang *public space* untuk interaksi antar pengunjung dengan pedagang.

2. Teori Sirkulasi

a. Pola Sirkulasi Ruang

Pola sirkulasi ruang adalah suatu bentuk rancangan atau alur-alur pergerakan dari ruang satu ke ruang lain dengan tujuan untuk menambah visual supaya bisa memaksimalkan sirkulasi ruang untuk digunakan. Dalam Teori dari Francis D.K dalam (Pynkyawati et al., 2014), pola sirkulasi dibagi menjadi 5 yaitu: *Radial*, *Grid*, *Network*, *Linear*, *Spiral* seperti gambar 3.



Gambar 3. Jenis Sirkulasi
(Sumber: Pynkyawati et al., 2014)

b. Bentuk Ruang Sirkulasi

Bentuk ruang sirkulasi ada 2 macam:

1. Tertutup (*enclosed*)

Pola sirkulasi tertutup memberi ruang yang tertutup untuk pemakai sirkulasi. Sirkulasi

ini biasanya membentuk koridor-koridor tertutup yang berhubungan dengan ruang-ruang yang dihubungkannya melalui akses-akses masuk (Nabilah et al., 2018).

2. Terbuka pada satu sisi (*open on one side*)

Pola ini cenderung mempunyai ruang sirkulasi yang baik selain sirkulasi manusia sebagai pemakai jalan. Pola seperti ini menghasilkan sebuah balkon ataupun galeri yang menampilkan kemenerusan spasial dan visual dengan ruang yang dihubungkannya (Nabilah et al., 2018).

c. Sirkulasi Sebagai Penghubung Ruang

Sirkulasi sebagai penghubung ruang ialah pergerakan suatu ruang yang saling berhubungan baik secara bentuk, fungsi dan lainnya. Sirkulasi penghubung ruang dibagi menjadi 3 yaitu sirkulasi melewati ruang, sirkulasi menembus ruang, dan sirkulasi berakhir dalam ruang (Mahardika, 2019).

3. Unsur Unsur Shopping Mall

a. Anchor Tenant

Berada di ujung *mall* merupakan unit utama sebagai penarik pengunjung. Sehingga terjadi sirkulasi *linear* menuju *Anchor/magnet* agar pengunjung melewati semua *retail* (Diana, 2012).

b. Secondary Tenant

Merupakan perubahan bentuk dari "*district*", yang diaplikasikan berupa *retail store*, *supermarket*, *superstore* dan *bioskop* (Diana, 2012).

c. Atrium

Atrium sebagai pusat utama sebuah *mall* yang berfungsi sebagai area berkumpul dan sebagai pusat dari orientasi dari semua fungsi komersial yang ada serta bisa dipakai untuk sebagai sarana bazar, pameran maupun *event* tertentu (Rianto, 2016).

d. Koridor

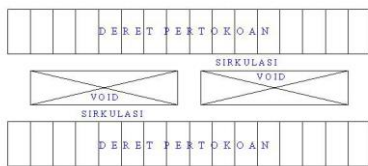
Memiliki lebar ruang 8-16 m dengan letak *Anchor Tenant* pada setiap ujung-ujungnya, atrium sebagai pusat kegiatan, hal tersebut akan menuntun pengunjung untuk melewati koridor tersebut menuju area *Anchor Magnet*, sehingga semua *retail* dapat terlewati (Rianto, 2016).

4. Sirkulasi Shopping Mall

Penataan sirkulasi dalam *Shopping Mall* yang mempunyai satu koridor, dengan harapan semua bagian *retail* memiliki nilai

jual/komersial yang merata. Penataan *retail tenant* dan *anchor tenant* yang efektif dapat mengakibatkan terjadinya *flow* aliran/persebaran pengunjung yang rata. Komposisi yang paling efektif adalah 50% *anchor tenant* dan 50% *retail tenant* (Putra, 2019).

Sirkulasi sistem *mall* seperti pada gambar 4 dikonsentrasikan dalam sebuah jalur primer yang menghadap kepada dua/lebih pusat perhatian dari *Shopping Mall* yang artinya poros dari massa ruang serta dalam skala besar bisa berkembang menjadi atrium. Sistem ini sangat pas dijadikan menjadi sirkulasi utama dikarenakan menghubungkan dua titik *Anchor* yang membentuk suatu sirkulasi utama (Putra, 2019).

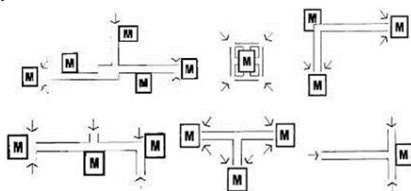


Gambar 4. Sistem Sirkulasi Mall (Sumber: Sinarwastu, 2016)

5. Tingkat Keramaian Pengunjung Mall

Salah satu faktor menunjang keramaian pengunjung *Mall* ialah kelengkapan penyewa toko, seperti *retail* kecil yang menjual pakaian, *skincare*, dan *retail* kecil lain yang letaknya berdekatan dengan penyewa utama (Sinarwastu, 2016).

Kekuatan daya tarik *Anchor Tenant* ialah suatu *retail* besar serta kuat dengan nama toko yang populer serta mempunyai strategi dalam menawarkan produk yang beraneka ragam, mereka dapat menarik pengunjung dalam jumlah besar menuju toko mereka. Tujuan adanya *anchor tenant* adalah sebagai penarik perhatian pengunjung melintas di area yang ditempati para penyewa *retail* lain (Sinarwastu, 2016).



Gambar 5. Perletakan Anchor Tenant (Sumber: Putra, 2019)

“M” bermakna magnet *Mall* yang merupakan *Anchor Tenant*. Hal tersebut dikarenakan *brand* terkenal bisa menarik minat

pengunjung dalam jumlah besar serta seringkali akan menjadi pusat perhatian dibandingkan dengan *retail* yang lain (Putra, 2019).

METODE PENELITIAN

Metode Penelitian dalam penelitian ini dipakai guna memperoleh data sehingga penulis dapat menarik kesimpulan. Metode yang digunakan adalah dengan cara survey lapangan/observasi yang dilakukan melalui pengamatan langsung ke lapangan dan pola sirkulasi serta *layout retail* pada lantai *Groundfloor Solo Paragon Mall* disertai dokumentasi untuk menunjang penelitian.

Penelitian penulis juga menggunakan metode *Person-centered Map* yaitu tahapan metode penelitian dengan penekanan terhadap alur pergerakan manusia atau pelaku aktivitas dalam jangka waktu tertentu, dalam penelitian ini adalah tentang persebaran pengunjung *Solo Paragon Mall*.

Titik pengamatan dirancang sehingga dapat mengcover semua area pengamatan (area sirkulasi *mal*). Pengamatan dilakukan dengan melihat kondisi tiap titik pengamatan selama kurang lebih 5 menit di *Groundfloor Solo Paragon Mall*, titik pengamatan ditentukan sebanyak 10 titik pengamatan (Lihat tabel 1).

Tabel 1. Titik Pengamatan	
Denah <i>Groundfloor</i>	Keterangan
	<div style="display: flex; align-items: center;"> <div style="width: 15px; height: 15px; background-color: #90EE90; border: 1px solid black; margin-right: 5px;"></div> Area Sirkulasi </div>
	<div style="display: flex; align-items: center;"> <div style="width: 15px; height: 15px; background-color: yellow; border: 1px solid black; margin-right: 5px; position: relative;"> / \ </div> Titik Pengamatan </div>

Sumber: Analisa Penulis, 2022

Dalam penelitian penulis ini, variabel yang dipakai oleh peneliti ialah variabel bebas dan variabel terikat. Variabel bebas yang dipakai adalah pola sirkulasi sedangkan variabel terikat adalah tingkat keramaian pengunjung pada *Shopping Mall*.

Objek penelitian adalah *Groundfloor Solo Paragon Mall* yang memiliki fasilitas dan gerai yang di tawarkan sangat lengkap mulai dari

fashion, shoes & bags, skincare, health & beauty, foodwalk, atm center. Fokus penelitian ini adalah pola sirkulasi terhadap tingkat keramaian pengunjung di *Groundfloor* Solo Paragon Mall.

Dalam menentukan kriteria pemilihan sampel, peneliti menggunakan metode *Purposive Sampling*. *Purposive sampling* (juga dikenal sebagai *judgement, selective* atau *subyektif sampling*) merupakan teknik pengambilan sampel di mana peneliti mengandalkan penilaiannya sendiri saat menentukan anggota populasi untuk berpartisipasi dalam penelitian.

Untuk mencari sampel maka menggunakan perhitungan pengambilan *sample random people* pengunjung Mall Solo Paragon di *Groundfloor* menggunakan rumus Slovin yaitu:

$n = \frac{N}{1+Ne^2}$	<p>Keterangan</p> <p>n = Jumlah sampel yang dicari</p> <p>N = Jumlah Populasi</p> <p>e = Margin yang ditoleransi (30%)</p>
------------------------	---

(Sumber: <https://www.rumusstatistik.com/>, diakses Desember 2022)

Jumlah populasi (N) di dapat dari jumlah pengunjung Solo Paragon Mall pada tanggal 23 Desember 2022 dengan durasi waktu 1 jam (11.00-12.00 WIB) berjumlah 190 orang. *Margin error* yang ditoleransi di angka 30%, maka:

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}, \quad n = \frac{190}{1+(190 \times (30\%)^2)}$$

$$n = 10.49724 \sim 10 \text{ orang}$$

Jadi sampel yang digunakan adalah 10 orang.

Teknik dalam Pengambilan data pada penelitian ini menggunakan 2 metode yaitu observasi, dan *Human Mapping* (pemetaan pergerakan sampel pengunjung).

Langkah-langkah penelitian yang akan dilakukan yaitu sebagai berikut:

- 1) Survey/observasi tentang sirkulasi di *Groundfloor*.
- 2) Pemetaan ruang-ruang di *Groundfloor*.
- 3) Pengamatan perilaku pengunjung dari remaja sampai ke orang tua.
- 4) Penetapan populasi dan perhitungan sampel dengan rumus Slovin.

- 5) Membuat pemetaan dengan cara *Person-Centered Map*.
- 6) Membuat pemetaan dengan cara *Human Mapping* dengan denah.
- 7) Mengelompokkan pola sirkulasi hasil pemetaan.
- 8) Pembahasan dan penarikan kesimpulan.
- 9) Penyelesaian naskah publikasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

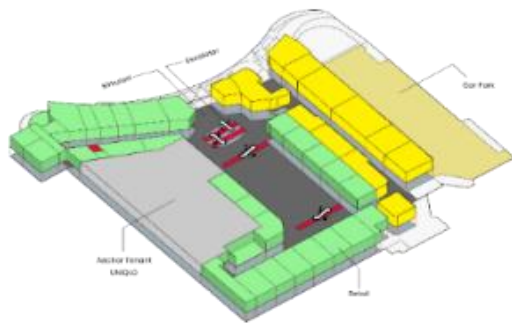
Solo Paragon Mall merupakan pusat perbelanjaan *modern* dan salah satu yang terbesar yang ada di kota Surakarta. Pada penelitian kali ini fokus pembahasan yaitu tentang keterkaitan antara pola sirkulasi dengan tingkat keramaian pengunjung pada *Groundfloor* Solo Paragon Mall. Area *Groundfloor* terdapat 1 *Anchor Tenant* dan 37 *retail*, 1 *elevator*, 3 titik *escalator*. *Anchor Magnet* pada *Groundfloor* Solo Paragon Mall yaitu *brand* UNIQLO. Lantai *Groundfloor* ini dibagi menjadi beberapa zona yang tertera pada tabel 2.

Tabel 2. Kategori Retail *Groundfloor*

No	Kategori	Nama Retail
1.	Anchor Tenant	UNIQLO
2.	Secondary Anchor Tenant/foodwalk	Starbukcs, Forre, BK, Excelso, Yakkiniku, Yoshinoya, Marugame Udon, Te Wan, KFC, Dcost, Ramen 1, Kimukatsu
3.	Fashion & Sport	Giordano, Levis, The Executive, Minimal, Gaudi, Wacoal, Kettler, Hardware, Charles & Keith, ColorBox, Dok Doki
4.	Shoes & Bags	Donini, Gosh, Wakai
5.	Jewellery & Watches	Karyn&Co, Zoom Watch, The Palace, Frank&Co
6.	Skincare	ERHA ULTIMATE, Sociolla
7.	Health & Beauty	Guardian, Watson, The Body Shop
8.	Services	Nursery room, Lift, Atm Gallery
9.	Electronics	Story I
10.	Furniture	Virenze

Sumber: Analisa Pribadi, 2022

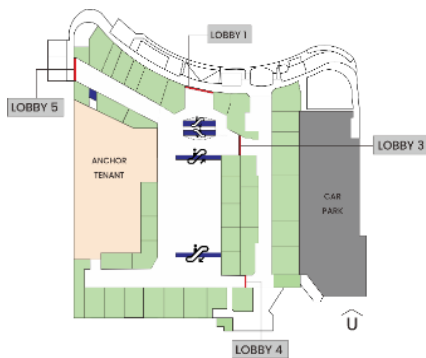
Nama besar atau *citra brand* dari para peretail juga menjadi penyebab keramaian yang tidak merata dikarenakan jika *value brand* tinggi maka akan ramai pengunjung dan begitu juga sebaliknya.



Gambar 6. Zoning Groundfloor
(Sumber: Analisa Pribadi, 2022)

Seperti pada gambar 6 di area *Groundfloor* di bagi menjadi 2 zona yaitu Zona *retail* dan zona *foodwalk*. Yang menjadi magnet pada *Groundfloor* adalah beberapa *retail fashion* terkenal seperti UNIQLO, Giordano, Levis dan beberapa *retail* yang menjual produk *skincare*. Magnet pada *foodwalk* terletak pada Starbucks, Burger King, Yoshinoya, Marugame Udon, dan KFC. Berdasarkan pengamatan penulis ketika di lapangan, kedua area pada *Groundfloor* ini, memiliki konsentrasi jumlah pengunjung yang cukup tinggi. Hal ini dikarenakan pencapaian *groundfloor* dari semua akses masuk membentuk *flow* yang menjadikan pengunjung melewati semua bagian depan *retail*.

Groundfloor merupakan lantai utama mall ini yang memiliki 5 akses masuk yaitu pintu 1,3,4,5 dan *escalator* penghubung LG ke *groundfloor* seperti digambar 7.



Gambar 7. Akses Masuk Groundfloor
(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2022)

Pola sirkulasi ruang dalam teori Francis D.K Ching ada 5 yaitu *grid*, *linear*, *network*, *spiral*, *radial*. Namun dari hasil survey/observasi di *Groundfloor* Solo Paragon Mall dalam penelitian ini hanya ada 2 seperti yang ada di tabel 3.

Tabel 3. Pola Sirkulasi Ruang

No	Pola & Letak	Dokumentasi
1.	Linear (Foodwalk)	
2.	Linear (Lobby 5)	
3.	Linear (Lobby 4)	
4.	Spiral (Escalator)	

Sumber: Analisa Penulis, 2022

Setelah mendapatkan data hasil observasi, pola sirkulasi yang banyak digunakan di *Groundfloor* Solo Paragon Mall adalah sirkulasi *linear* dan *spiral*. Bentuk *linier* merupakan jalan lurus yang menjadi unsur struktur utama dalam deretan tempat *retail* atau ruang-ruang. Pada Solo Paragon Mall, sirkulasi pengunjung tidak sekedar garis lurus, namun juga berbentuk *spiral* atau putar, yakni pola sirkulasi yang mempunyai sebuah jalan tunggal menerus yang berawal pada titik pusat, dan mengitari pusat tersebut dengan jarak yang berubah ubah. Sistem *spiral* sebagai pola sirkulasi dapat membuat penyebaran pengunjung menjadi tidak merata, yang mengakibatkan tidak tercapainya tujuan untuk meramaikan unit-unit *retail* yang ada berada di antara *Magnet Anchor* bangunan.

Bentuk ruang sirkulasi yang ada di *Groundfloor* Solo Paragon Mall adalah pola

sirkulasi tertutup yaitu memberi ruang yang tertutup bagi pengguna sirkulasi.

Sirkulasi sebagai penghubung ruang sesuai teori ada 3 macam, dari hasil observasi yang terjadi di *Groundfloor* adalah sirkulasi melewati ruang, menembus ruang, berakhir dalam ruang. Dalam penelitian di *Groundfloor* Solo Paragon Mall akan dijabarkan sebagai berikut:

a. Sirkulasi Menembus Ruang

Sirkulasi menembus ruang merupakan tempat pergerakan yang berperan sebagai menghubungkan ruang satu dengan ruang lainnya melalui atau menembus ruang yang lain. Sirkulasi ini dapat ditemui dalam area *Anchor Tenant* yaitu UNIQLO yang menjadi penghubung ruang *retail* satu dengan lainnya dikarenakan memiliki 2 akses masuk dan keluar seperti yang ada di gambar 8 dan 9.



Gambar 8. Akses Utama
(Sumber: Dokumen Pribadi, 2022)



Gambar 9. Akses Samping
(Sumber: Dokumen Pribadi, 2022)

b. Sirkulasi Menembus Ruang

Sirkulasi melewati ruang merupakan ruang bergerak di *Groundfloor* Solo Paragon Mall yang berguna sebagai penghubung antar ruang. Alur sirkulasi ini dapat ditemui ketika pengunjung berjalan mengelilingi *Groundfloor* dimana akan melewati ruang *retail-retail* yang ada.



Gambar 10. Melewati Ruang
(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2022)

c. Sirkulasi Berakhir Dalam Ruang

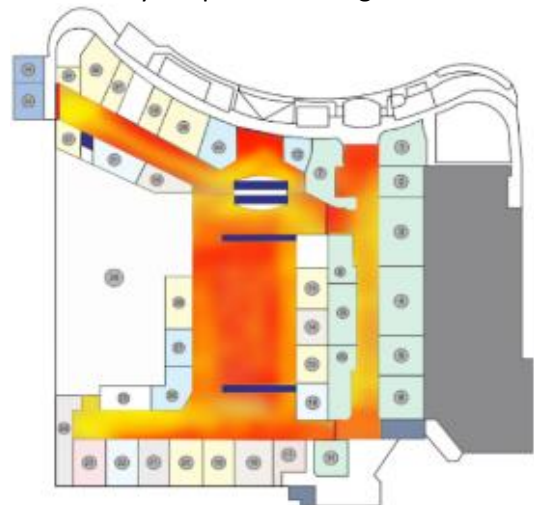
Sirkulasi berakhir dalam ruang, dapat ditemukan ketika pengunjung berjalan di deretan *Sociolla*, *Guardian*, *Virenze* yang akan berakhir di *ERHA Ultimate Skincare* seperti pada gambar 11.



Gambar 11. Berakhir dalam ruang
(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2022)

Pola sirkulasi yang berakhir dalam ruang seperti pada gambar 11 salah satu penyebab ketimpangan pola persebaran pengunjung dikarenakan jika *retail* yang berakhir dalam ruang tidak menarik minat dari pengunjung otomatis deretan *retail* di sampingnya akan sepi pengunjung.

Pola persebaran pengunjung yang diamati dengan metode *Person Centered Map* untuk mendapatkan tingkat keramaian pengunjung maka hasilnya dapat dilihat di gambar 12.



Gambar 12. Person Centered Map
(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2022)

Penumpukan pengunjung ditandai dengan warna *orange* yaitu di area *lobby*,

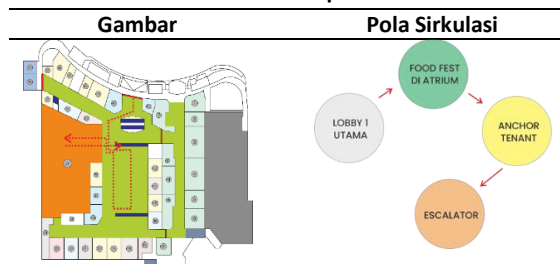
escalator, retail fashion, retail skincare, Anchor Tenant UNIQLO, Atrium.

Selain itu, untuk mengetahui pola pergerakan pengunjung/ pola sirkulasi pengunjung menggunakan metode *Human Mapping* dengan sampel 10 orang berdasarkan perhitungan rumus Slovin didapatkan hasil sebagai berikut:

a. Sampel Pertama

Sampel pertama merupakan sebuah keluarga yang berisikan 2 orang wanita sudah menikah 2 remaja perempuan 1. Pola pergerakannya dimulai dari *Lobby 1 Utama* pergi ke *food festival* di atrium kemudian menuju ke *Ancor tenant* yaitu Uniqlo kemudian menuju ke *escalator* untuk menuju ke *transmart* yang ada di *upperground*.

Tabel 4. Sampel 1

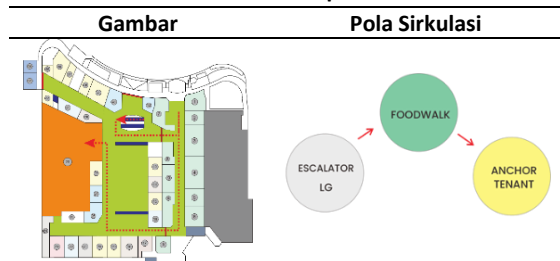


Sumber: Analisa Penulis, 2022

b. Sampel Kedua

Sampel kedua merupakan sebuah keluarga berisikan Bapak, Ibu, dan Anak laki-laki. Pola pergerakannya dimulai dari *Lowerground* melalui *escalator* kemudian langsung menuju ke area *foodwalk* kemudian menuju *Anchor Tenant* yaitu Uniqlo.

Tabel 5. Sampel 2

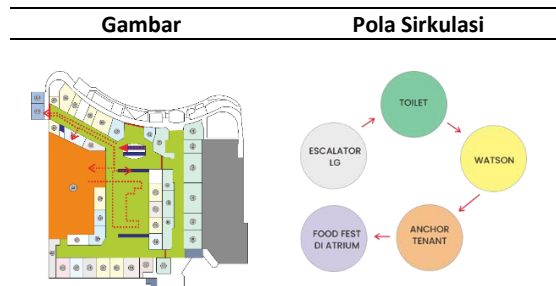


Sumber: Analisa Penulis, 2022

c. Sampel Ketiga

Sampel ketiga merupakan sepasang remaja yang datang melalui *Lowerground* melalui *escalator* kemudian yang dikunjungi pertama kali adalah toilet yang berada di dekat *lobby 5*, *watson*, *Anchor Tenant* Uniqlo, *food festival* di atrium.

Tabel 6. Sampel Ketiga

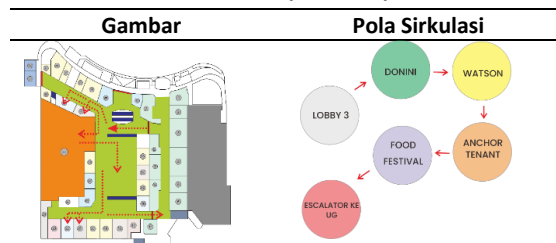


Sumber: Analisa Penulis, 2022

d. Sampel Keempat

Sampel keempat merupakan 2 orang yang sudah menikah yaitu 2 orang perempuan yang datang melalui *Lobby 3* menuju ke tempat *Tas/Donini* kemudian ke tempat kecantikan/ *watson*, baru mengunjungi *fashion* di *Anchor Tenant* Uniqlo dan makanan *Food festival* di atrium. Setelah itu, pergi ke *Guardian* dan *Sociolla* setelah itu menuju *parkiran*.

Tabel 7. Sampel Keempat

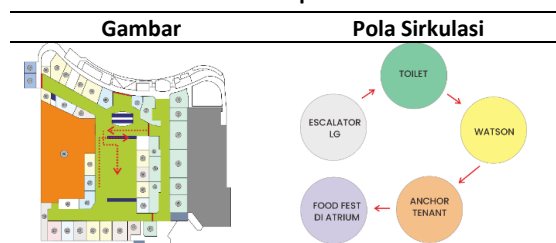


Sumber: Analisa Penulis, 2022

e. Sampel Kelima

Sampel kelima merupakan sebuah keluarga yang berisikan Bapak, Ibu, dan Anak perempuan. Pola sirkulasi dimulai dari *Lowerground* melalui *escalator* kemudian mengunjungi *food festival* di atrium setelah itu naik ke lantai 2 untuk menuju *Transmart* untuk membeli kebutuhan sehari hari.

Tabel 8. Sampel Kelima



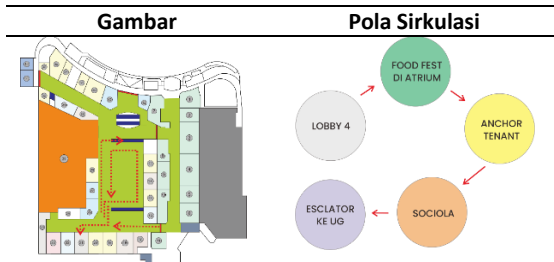
Sumber: Analisa Penulis, 2022

f. Sampel Keenam

Sampel keenam merupakan 3 orang remaja perempuan. Pola sirkulasi dimulai dari *Lobby 4* kemudian mengunjungi *food festival* di atrium setelah itu menuju ke *Sociolla* untuk membeli produk kecantikan, kemudian menuju

Anchor Tenant Uniqlo baru naik ke lantai 2 melalui *escalator*.

Tabel 9. Sampel Keenam

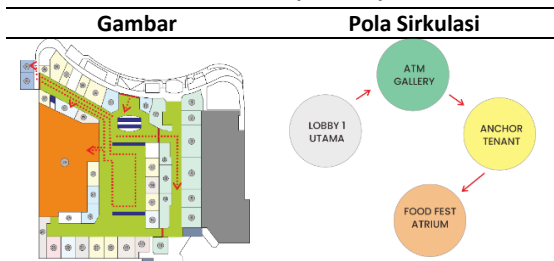


Sumber: Analisa Penulis, 2022

g. Sampel Ketujuh

Sampel ketujuh merupakan sebuah keluarga yang berisikan 2 orang Ibu-ibu dan 2 orang anak. Pola sirkulasinya dimulai dari *Lobby* Utama 1 menuju *Atm Gallery* kemudian menuju *Anchor Tenant* Uniqlo menuju *food festival* di atrium, kemudian pergi ke *Watson* dan ke *foodwalk*.

Tabel 10. Sampel Ketujuh

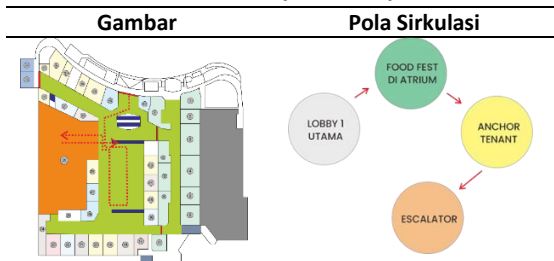


Sumber: Analisa Penulis, 2022

h. Sampel Kedelapan

Sampel kedelapan merupakan sebuah keluarga yang berisikan suami dan istri. Pola sirkulasinya dimulai dari *Lobby* 1 Utama pergi ke *food festival* di atrium kemudian menuju ke *Ancor tenant* yaitu Uniqlo kemudian menuju ke *escalator* untuk menuju ke *transmart* yang ada di *upperground*.

Tabel 11. Sampel Kedelapan

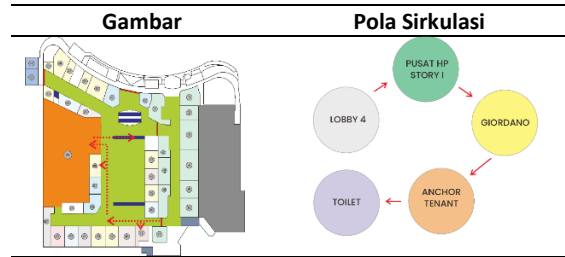


Sumber: Analisa Penulis, 2022

i. Sampel Kesembilan

Sampel kesembilan merupakan 2 orang remaja laki-laki. Pola sirkulasinya dimulai dari *lobby* 4 menuju ke pusat *handphone* Story 1 kemudian menuju ke *Giordano*, *Uniqlo*, *Toilet*.

Tabel 12. Sampel Kesembilan

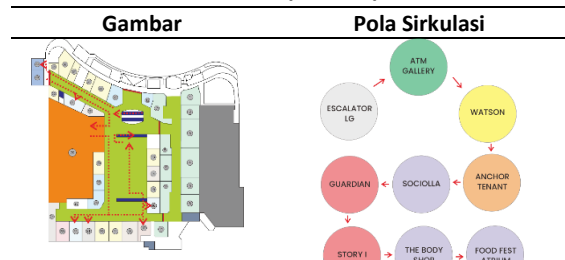


Sumber: Analisa Penulis, 2022

j. Sampel Kesepuluh

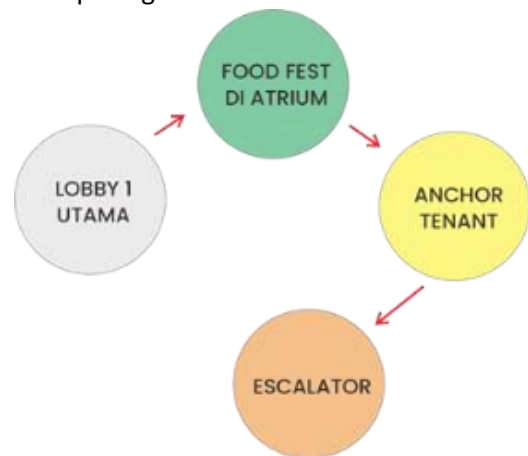
Sampel kesepuluh merupakan 2 orang remaja perempuan dan 2 orang remaja laki-laki. Pola sirkulasinya dimulai dari *lowerground* melalui *escalator* kemudian ke *atm gallery*, *watson*, *Anchor Tenant* Uniqlo, *Sociolla*, *Guardian*, ke pusat *handphone* Story 1, ke *The Body Shop*, kemudian ke *food festival* yang ada di atrium.

Tabel 13. Sampel Kesepuluh



Sumber: Analisa Penulis, 2022

Berdasarkan hasil pemetaan *Human Mapping*, maka pola 1 dan 8 terdapat kesamaan pola gerak sirkulasinya seperti yang dilihat pada gambar 13.



Gambar 13. Pola Sirkulasi Yang Sama

(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2022)

Berdasarkan analisis pemetaan *Human Mapping* terdapat kesamaan pola perilaku pengunjung yaitu dari *lobby* utama menuju ke atrium kemudian menuju ke *Anchor Tenant*

(UNIQLO), pola inilah yang mempengaruhi tingkat keramaian pengunjung yang mayoritas pengunjung juga akan menggunakan pola sirkulasi yang sama sehingga terjadi penumpukan pengunjung di beberapa titik tersebut.

Beberapa sampel yang lain juga menunjukkan bahwa pengunjung akan tertarik mengunjungi *Magnet Anchor* terlebih dahulu yaitu UNIQLO (*Anchor Tenant*), Atrium, dan *Foodwalk*. Setelah itu, baru mengunjungi beberapa *retail-retail* kecil kecantikan, *fashion* dan lain-lain.

Beberapa hal itu yang menjadi pokok pembahasan penelitian ini dimana terjadi kesamaan pola sirkulasi antar pengunjung akan mempengaruhi tingkat keramaian di beberapa titik tertentu yang menyebabkan penumpukan pengunjung, begitu pula sebaliknya pola yang tidak sama mempengaruhi beberapa sirkulasi yang sepi pengunjung dikarenakan pengunjung lebih tertarik menuju *Magnet Anchor* terlebih dahulu.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Seusai proses penelitian dan pengumpulan data terkait dengan Pola Sirkulasi *Groundfloor* Solo Paragon Mall dengan fokus hubungan pola sirkulasi dengan tingkat keramaian pengunjung, kemudian dilanjutkan dengan analisis data maka ditarik kesimpulan sebagai berikut:

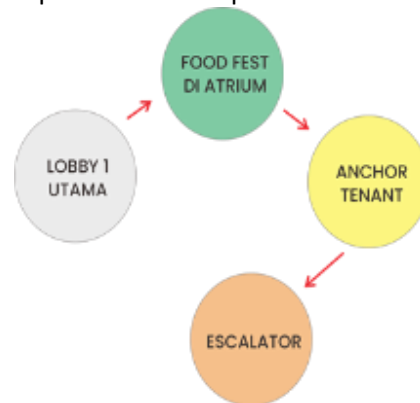
Berdasarkan hasil observasi *Groundfloor* Solo Paragon Mall terbagi menjadi 2 zona yaitu zona *retail* dan zona *foodwalk*. Dalam zona *retail* terdapat *Anchor Tenant* berupa UNIQLO dan beberapa *retail fashion* dan *skincare* yang membuat penumpukan pengunjung, sedangkan di zona *foodwalk* beberapa *brand* makanan terkenal membuat daya tarik tersendiri sehingga memicu penumpukan pengunjung.

Pola persebaran pengunjung di area *Groundfloor* yang diamati dengan metode *Person Centered Map* untuk mendapatkan tingkat keramaian pengunjung maka hasilnya di area *lobby*, *escalator*, *retail fashion*, *retail skincare*, *Anchor Tenant* UNIQLO, Atrium merupakan area dengan tingkat keramaian tinggi.

Sirkulasi sebagai penghubung ruang sesuai hasil observasi yang terjadi di *Groundfloor* adalah Sirkulasi melewati ruang, menembus ruang, dan berakhir dalam ruang. Sirkulasi berakhir dalam ruang adalah salah satu penyebab ketimpangan pola persebaran pengunjung dikarenakan jika retail yang berakhir dalam ruang tidak menarik minat dari pengunjung otomatis deretan *retail* di sampingnya akan sepi pengunjung.

Berdasarkan hasil analisis pola sirkulasi menggunakan teori Francis DK Ching pola sirkulasi di *Groundfloor* Solo Paragon Mall adalah pola *linear* dan pola *spiral*.

Berdasarkan analisis pemetaan *Human Mapping* terdapat kesamaan pola perilaku pengunjung yaitu dari *lobby* utama menuju ke atrium kemudian menuju ke *Anchor Tenant* (UNIQLO), pola inilah yang mempengaruhi tingkat keramaian pengunjung yang mayoritas pengunjung juga akan menggunakan pola sirkulasi yang sama sehingga terjadi penumpukan di beberapa titik tersebut.



Gambar 14. Pola Sirkulasi Yang Sama

(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2022)

Dapat disimpulkan hubungan antara pola sirkulasi dengan tingkat keramaian pengunjung terletak pada kesamaan pola sirkulasi /perilaku pola gerak antar pengunjung akan mempengaruhi tingkat keramaian di beberapa titik tertentu yang menyebabkan penumpukan pengunjung, begitu pula sebaliknya pola yang tidak sama akan mempengaruhi sirkulasi menjadi sepi pengunjung dikarenakan pengunjung lebih tertarik menuju *Magnet Anchor* terlebih dahulu baru ke retail yang lain.

Saran

Setelah ditarik beberapa kesimpulan maka saran dari penulis adalah dalam merencanakan *layout* penataan *retail*/ruang

pada sebuah pusat perbelanjaan, penataan *retail* dan persebaran Magnet *Anchor* di setiap unjung lantai harus diperhatikan agar semua *retail* mendapatkan kesamaan nilai jual/komersial dan persebaran pengunjung menjadi merata. Selain itu, Penataan posisi ruang sirkulasi harus mudah dicapai dan memiliki posisi yang jaraknya efektif untuk menuju ruang-ruang yang lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Diana, T. H. (2012). *Landasan Konseptual Perencanaan dan Perancangan X-Mall Di Yogyakarta*. 17–57. <http://ejournal.uajy.ac.id/12871/3/TA142522.pdf>
- Mahardika, A. P. (2019). *Mal Pelayanan Publik Terpadu Dengan Pendekatan “Transit Oriented Development” Di Semarang*. <http://repository.unika.ac.id/id/eprint/20536>
- Nabilah, A., Pribadi, S. B., & Alfia riza, M. A. (2018). Tinjauan Perilaku Pengunjung Terhadap Pola Sirkulasi Masjid Agung Jawa Tengah. *Modul*, 18(2), 54. <https://doi.org/10.14710/mdl.18.2.2018.54-59>
- Petra, U. K. (2011). *5 Universitas Kristen Petra*. 1985, 5–30.
- Putra, A. S. B. (2019). Pusat Perbelanjaan Berbasis Citywalk Di Solo Baru. *Unika Soegijapranata Semarang*, 94–115. <http://repository.unika.ac.id/19473/>
- Pynkyawati, T., Aripin, S., Iliyasa, E. R. I., & Ningsih, L. Y. (2014). Kajian Efisiensi Desain Sirkulasi pada Fungsi Bangunan Mall Dan Hotel BTC. *Jurnal Reka Karsa Itenas*, 2(1), 1–12. <https://doi.org/https://doi.org/10.26760/rekakarsa.v2i1.452>
- Rianto, A. D. (2016). *Pusat Perbelanjaan Berkonsep City Walk*. <http://id.wikipedia.org/wiki/Mal>,
- Sinarwastu, A. K. E. (2016). *Landasan Konseptual Perencanaan Dan Perancangan Pusat Perbelanjaan Di Surabaya Dengan Pendekatan Arsitektur Hijau*. 11–24. <http://ejournal.uajy.ac.id/id/eprint/9075>