

PENGARUH SIRKULASI DAN TATA RUANG TERHADAP MINAT PENGUNJUNG STUDI KASUS: TRANSMART CARREFOUR PABELAN

Almadisa Padmacinesia Tan
Program Studi Arsitektur
Universitas Muhammadiyah Surakarta
d300180095@student.ums.ac.id

Fauzi Mizan Prabowo Aji
Program Studi Arsitektur
Universitas Muhammadiyah Surakarta
fmp811@ums.ac.id

ABSTRAK

Seiring dengan kemajuan ekonomi dan peningkatan jumlah penduduk di Kartasura, mengakibatkan meningkatnya permintaan pemenuhan kebutuhan dan gaya hidup. Mall atau pusat perbelanjaan modern telah menjadi salah satu bagian dari kebutuhan penduduk kota. Masyarakat memilih berbelanja di mall karena mendapatkan rasa aman dan nyaman ketika berbelanja. Hal tersebut muncul akibat penataan ruang dalam fasilitas perbelanjaan modern yang dirancang dengan teratur, sehingga membentuk pola sirkulasi yang baik untuk pengunjung. Pemikiran tersebut menjadikan penulis tertarik untuk memahami seberapa besar pengaruh pola sirkulasi terhadap tingkat keramaian pengunjung di suatu pusat perbelanjaan. Obyek penelitian yang digunakan dalam studi ini adalah Transmart Carrefour Pabelan. Penelitian ini bertujuan guna memperoleh hubungan antara banyaknya pengunjung dengan pola alur sirkulasi dan mendapatkan wawasan mengenai pola sirkulasi yang efisien dan baik dalam suatu pusat perbelanjaan modern. Pengumpulan data dilakukan melalui metode observasi dan studi literatur serta melakukan evaluasi terhadap data yang ada dengan menggunakan teori terkait sirkulasi mall. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pola sirkulasi terbentuk karena penataan ruang mall, yang terdiri dari pola sirkulasi dengan bentuk kombinasi linier dan spiral. Pola sirkulasi yang terbentuk di dalam Transmart Pabelan juga dapat menyebabkan disorientasi pengunjung.

KEYWORDS: Pola Aliran; Mall; Transmart; Minat Pengunjung

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Kecamatan Kartasura dalam Rencana Tata Ruang Wilayah (RTRW) Kabupaten Sukoharjo 2011-2031, ditetapkan sebagai kawasan yang cepat tumbuh wilayah Subosukawonosraten. Salah satu pendukung penetapan wilayah ini sebagai kawasan cepat tumbuh adalah adanya alokasi pendapatan pada sektor ekonomi yang berkontribusi sebagai penyumbang terbesar terhadap PDRB, yaitu 39,72%. Letak geografis kecamatan yang berada pada persimpangan yang menghubungkan tiga kota besar yaitu Semarang, Surakarta, dan Yogyakarta, turut serta berpengaruh terhadap peningkatan ekonomi di Kecamatan Kartasura (Anisah et al., 2019).

Seiring dengan kemajuan ekonomi dan peningkatan jumlah penduduk di Kartasura,

menyebabkan meningkatnya permintaan untuk kebutuhan dan gaya hidup (Ischak & Walaretina, 2019). Pusat perbelanjaan modern atau *shopping center (mall)* merupakan bagian dari kebutuhan dan gaya hidup penduduk kota besar. Pusat perbelanjaan modern seringkali terdiri dari *tenant-tenant* yang disewakan kepada pelaku usaha serta terdapat *anchor tenant*, berupa *supermarket* atau *departement store*.

Masyarakat memilih berbelanja di *mall* karena memperoleh kenyamanan dalam berbelanja (Syoufa, 2014). Hal ini dikarenakan fasilitas pusat perbelanjaan modern didesain memiliki pola tata ruang yang baik sehingga membentuk pola sirkulasi yang nyaman bagi pengunjung. Sirkulasi dirancang sedemikian rupa sehingga pengunjung dapat melewati semua pelaku usaha yang ada di *mall*.

Penataan ruang diperlukan supaya barang dagangan pemilik usaha dapat terekspos secara maksimal (Fransisca, 2013). Karena sistem pelayanan di dalam *mall* adalah mandiri (*self timer*), menyebabkan perlunya tata ruang khusus yang memudahkan sirkulasi guna mencapai kejelasan akses yang memberi kemudahan pembeli dalam menemukan barang dan/atau jasa yang diinginkan. Pemikiran tersebut menjadikan penulis tertarik untuk memahami seberapa besar pengaruh pola sirkulasi terhadap tingkat keramaian pengunjung di suatu pusat perbelanjaan.

Transmart Carrefour Pabelan merupakan pusat perbelanjaan modern yang berada di Kecamatan Kartasura dipilih sebagai obyek studi dalam penelitian penulis. Pertimbangan pemilihan dikarenakan Transmart adalah salah satu pusat ritel modern yang cukup besar dengan area seluas 15.713 m² dengan empat fasilitas sekaligus (*four in one*) yakni pusat perbelanjaan, tempat makan, wahana permainan, dan bioskop (Putri, 2017).

Dalam penelitian ini penulis membahas sejauh mana hubungan atau korelasi pola sirkulasi dan tingkat keramaian pengunjung Transmart Pabelan. Hal ini diperlukan mengingat pola sirkulasi sangat menentukan berhasil atau tidaknya fungsi suatu bangunan, dimana pola sirkulasi ditentukan secara langsung oleh pola susunan ruang suatu bangunan. Sirkulasi yang akan dikaji lebih mendalam adalah sirkulasi pengunjung atau manusia.

Rumusan Masalah

- a. Bagaimana kondisi aktual susunan ruang dan pola sirkulasi di Transmart Pabelan?
- b. Bagaimana hubungan antara pola sirkulasi dengan tingkat keramaian pengunjung di Transmart Pabelan?

Tujuan Penelitian

- a. Memperoleh hubungan antara banyaknya pengunjung dengan pola alur sirkulasi yang ada di suatu pusat perbelanjaan modern.
- b. Mendapatkan wawasan mengenai pola sirkulasi yang efisien dan baik untuk suatu pusat perbelanjaan modern.

TINJAUAN PUSTAKA

1. Pusat Perbelanjaan Modern (*Mall*)

Mall merupakan bangunan tertutup multi-lantai dengan etalase dan interior yang menarik atau *eye catching*, serta pengaturan udara yang baik sehingga pengunjung dapat menjalankan aktivitasnya dengan nyaman. *Mall* juga dapat diartikan sebagai fasilitas komersial dengan wujud arsitektur berupa ruang rekreasi (jalan atau koridor) yang dirancang untuk menghubungkan dua atau lebih titik keramaian dan dikelilingi oleh area ritel atau penjualan untuk memenuhi berbagai kebutuhan (Subakti, 2014).

Rubinstein (1978) dalam (Purbandini, 2011), mendefinisikan *mall* sebagai suatu area pergerakan (*linier*) di dalam kawasan pusat bisnis kota yang lebih berorientasi pada pejalan kaki, berwujud *pedestrian* dengan kombinasi ruang-ruang interaksi dan plaza. *Shopping mall* tidak hanya berfungsi menjadi *street shop* namun juga menjadi pengontrol, penghubung, dan pengorganisasian unit-unit ritel, serta mengidentifikasi area yang memiliki kejelasan orientasi.

2. Sistem Sirkulasi Pusat Perbelanjaan

Ching (2007) dalam (Subakti, 2014), menjelaskan bahwa sirkulasi dapat disebut sebagai "tali" yang mengikat antar ruang-ruang dalam sebuah bangunan atau suatu deretan ruang luar maupun dalam, menjadi saling berhubungan. Sirkulasi menjadi salah satu aspek yang menentukan kesuksesan sebuah *mall* karena sirkulasi dapat menetapkan pergerakan pengunjung, menentukan apakah pengunjung dapat dengan mudah mencari, dan bergerak di antara fasilitas yang berbeda (Ischak & Walaretina, 2019).

Macam-macam tipe atau sistem sirkulasi dalam sebuah pusat perbelanjaan modern (Sinarwastu, 2016):

a. Sistem banyak koridor

Sistem ini (Gambar 1) memiliki banyak koridor tanpa adanya penjelasan orientasi atau petunjuk arah (penekan), sehingga seluruh ruang dianggap sama. Alokasi ruang biasanya tidak merata, karena hanya ruang-ruang yang berlokasi di tengah yang dianggap strategis. Efektivitas penggunaan ruangnya sangat tinggi.

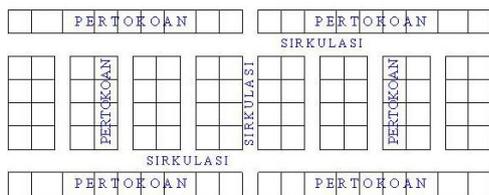
Sistem tersebut diperkenalkan di Indonesia pada tahun 1960-an.

b. Sistem Plaza

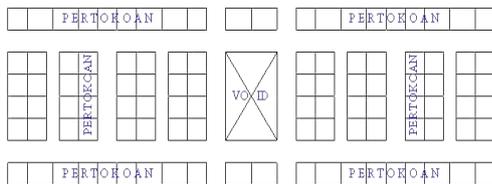
Pada sistem plaza (Gambar 2), terdapat sebuah ruang kosong atau plaza dengan skala besar sebagai pusat orientasi kegiatan pengunjung, serta menggunakan koridor untuk efisiensi ruang. Setiap lokasi toko memiliki hierarki yang biasanya diatur di area-area strategis. Sistem ini sudah mulai mengenal pola *mezzanine* dan *vide*.

c. Sistem Mall

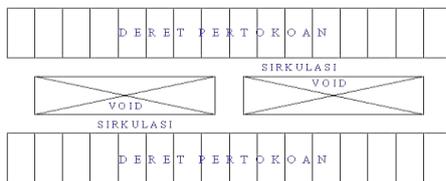
Pusat perbelanjaan (Gambar 3) terkonsentrasi pada jalur utama yang menghadap dua atau lebih pusat perhatian yang merupakan poros dari massa ruang, yang dapat berkembang menjadi atrium dalam skala besar. Sistem atrium digunakan karena menghubungkan dua titik pusat perhatian yang membentuk suatu sirkulasi utama.



Gambar 1. Sistem Sirkulasi Banyak Koridor
(Sumber: Sinarwastu, 2016)



Gambar 2. Sistem Sirkulasi Plaza
(Sumber: Sinarwastu, 2016)



Gambar 3. Sistem Sirkulasi Mall
(Sumber: Sinarwastu, 2016)

3. Faktor-faktor dalam Mall yang Menarik Minat Pengunjung

Ide awal *mall* adalah untuk menyediakan konsumen dengan koleksi toko di dalam gedung. Pusat perbelanjaan menciptakan lingkungan belanja dengan konsep *one-stop*

shopping, sehingga konsumen sebagai pengunjung tidak perlu berkeliling ke toko-toko individu. Hal terpenting yang dilakukan *mall* untuk menarik pengunjung adalah cara pemasaran kepada calon pengunjung. Dalam menarik minat pengunjung diperlukan sebuah rencana, yakni *shopping destination strategy*.

Dallen (2005) dalam (Mardiyana, 2012), menyebutkan bahwa *shopping destination strategy* merupakan usaha mencapai sasaran perusahaan dengan cara mendorong minat dan perhatian pengunjung kepada suatu objek perbelanjaan serta mendorong keinginan untuk berkunjung melalui atraksi visual secara langsung yang dijabarkan dalam strategi-strategi perusahaan seperti *display*, *location*, *layout*, *shopping venue design*, dan lain-lain. Keng Neo dan Lai Mun (2005) dalam (Mardiyana, 2012), menyebutkan tujuh faktor yang dapat mendorong konsumen untuk berkunjung ke *mall*:

- Lokasi meliputi adanya petunjuk arah, kemudahan akses transportasi, suasana toko, desain dan tata letak serta *display* produk yang ditawarkan
- Ambient* yaitu kondisi yang berhubungan dengan lingkungan sekitar, seperti penerangan, penghawaan, kebersihan, rambu, dan lainnya
- Sosial yaitu aspek pendukung suasana bangunan yang nyaman, termasuk waktu pengawasan satpam
- Produk adalah setiap *item* yang dapat ditawarkan guna memperoleh perhatian, permintaan, pembelian, pencarian, sebagai pemenuhan kebutuhan pasar
- Harga adalah jumlah uang atau nilai yang ditukar konsumen dengan jasa atau barang untuk memperoleh keuntungan
- Fasilitas yaitu bagian dari sarana dan prasarana fisik pasar antara lain sarana transportasi, jalan, telekomunikasi, tempat pembuangan sampah, WC umum, dan tempat ibadah
- Pelayanan merupakan perilaku yang diberikan oleh pengelola dan penyewa kepada para konsumen

METODE PENELITIAN

Suatu penelitian membutuhkan metode yang mampu menuntun dalam setiap tahapan meneliti. Jenis metode yang digunakan pada penelitian adalah metode kualitatif dengan menggunakan pendekatan analisis deskriptif, survey atau pengamatan langsung dan studi kepustakaan yang membutuhkan data. Data tersebut didapat dengan cara observasi secara langsung menggambarkan kondisi faktual di lapangan dengan objek penelitian adalah Transmart Pabelan. Untuk mengkaji permasalahan pada Transmart memerlukan pengambilan data yang nyata supaya tujuan penelitian tepat pada sasaran. Berikut tahapan pengumpulan dan pembahasan data yang dilakukan oleh penulis:

- Tahap pertama, yaitu melakukan studi terhadap literatur atau landasan teori yang terkait dengan pembahasan permasalahan yang ada
- Tahap kedua berupa pengamatan atau observasi dan dokumentasi. Pengamatan dilakukan melalui survey secara langsung dan mendokumentasikan kondisi aktual yang terjadi di Transmart Pabelan.
- Pada tahap ketiga dilakukan kajian analisa terhadap kondisi aktual yang ada dan mengevaluasinya atau menganalisa untuk mendapatkan hasil penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Kondisi Aktual Pola Susunan Ruang dan Alur Sirkulasi Transmart Pabelan

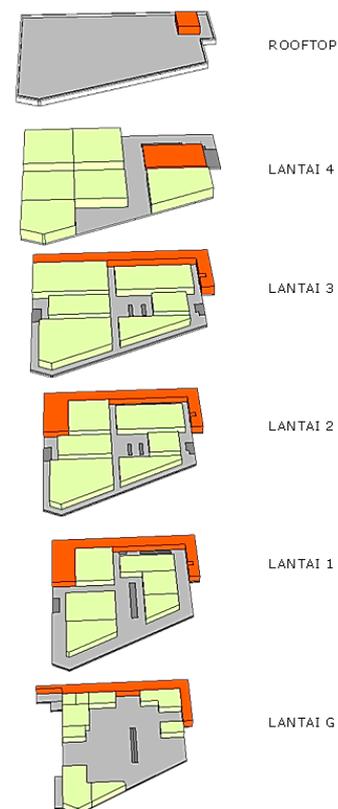
Bentuk bangunan Transmart memiliki bentuk arsitektur modern yang mempunyai ciri khas tersendiri, salah satunya terdapat rel *roll coaster* yang menembus keluar. Dan ciri khas tersebut dapat dijadikan landmark dari bangunan Transmart Pabelan, disertai warna yang mencolok supaya menarik minat pengunjung. Bangunan terdiri dari lima lantai dan memiliki *rooftop* yang dilengkapi dengan lift dan eskalator (Gambar 4). Fasilitas di Transmart tidak hanya terdiri dari ritel tetapi fasilitas pendukung diantaranya adalah *praying room*, *on ground parking*, *restroom*, dan *information center*. Bangunan Transmart sendiri terbagi menjadi tiga zona:

- Transmart zone* terdiri dari area makanan dan minuman dilengkapi dengan *food court*, *café*, restoran, dan *patisserie*
- City zone* merupakan area ritel *fashion* dan *life style* yang menampilkan beragam fasilitas dari dalam maupun luar negeri
- Fasilitas pelengkap *transmart* dan *city zone*, terdapat *outdoor area* seperti *rooftop* dan *playground* serta *indoor area* yaitu bioskop untuk menonton

Tabel 1. Zoning Transmart

Lantai	Zoning
Lantai G	Area retail dan <i>food court</i>
Lantai 1	Area <i>fashion</i> , kosmetik, dan <i>fresh market</i>
Lantai 2	Area ritel peralatan
Lantai 3	Area hiburan (Trans Studio)
Lantai 4	Area hiburan (Bioskop)
Rooftop	Area terbuka

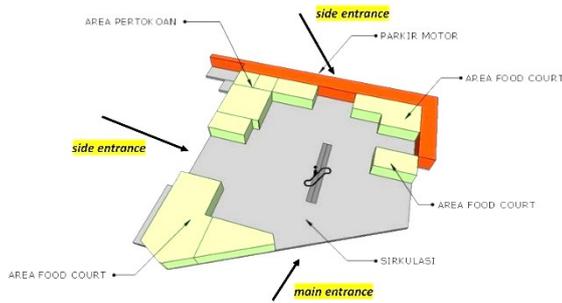
(Sumber: Analisa Penulis, 2021)



Gambar 4. Isometri Lantai Transmart Pabelan
(Sumber: Analisa Penulis, 2021)

Pada lantai G (*ground floor*) atau lantai dasar Transmart Pabelan (Gambar 5) terdapat beberapa ritel yang didominasi oleh area kuliner atau *foodcourt* dan area pertokoan seperti Bank Mega. Lantai G merupakan area

pertama yang dituju oleh pengunjung setelah area parkir, dimana terdapat *multi-entrance* yang diletakkan di lantai dasar. Selain itu, hasil pengamatan menunjukkan area yang menjadi magnet pengunjung atau area yang biasanya dituju pengunjung setelah masuk Transmart adalah area bazar (promo atau diskon) yang ada di sekeliling eskalator (Gambar 6).



Gambar 5. Lantai G (Ground) Transmart Pabelan
(Sumber: Analisa Penulis, 2021)



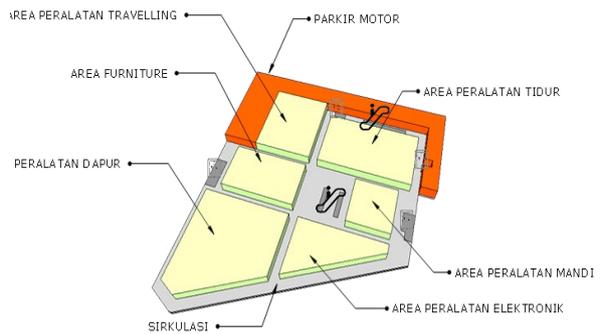
Gambar 8. Area Fashion pada Lantai 1 Transmart
(Sumber: Dokumen Penulis, 2021)



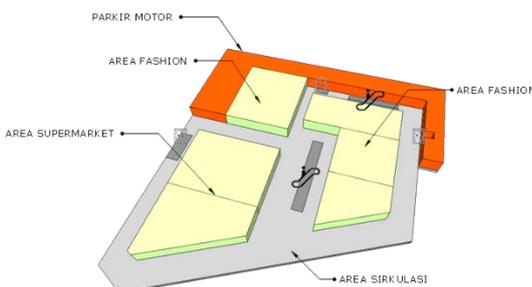
Gambar 9. Area Fresh market pada Lantai 1
(Sumber: Dokumen Penulis, 2021)



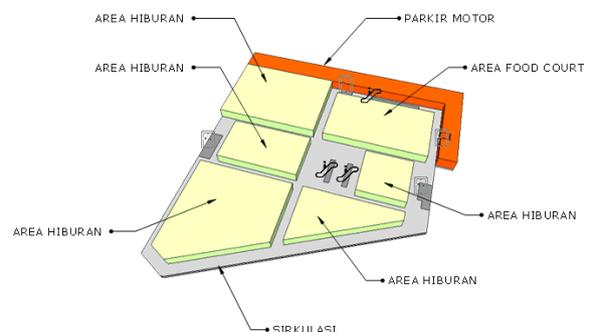
Gambar 6. Area Bazar Dekat Eskalator
(Sumber: Dokumen Penulis, 2021)



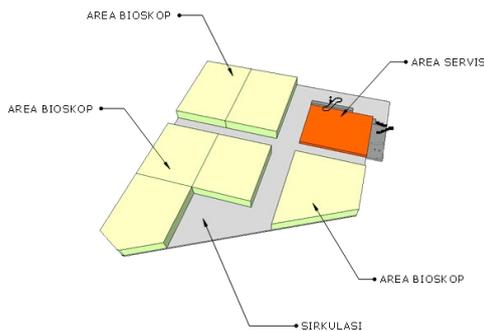
Gambar 10. Lantai 2 Transmart Pabelan
(Sumber: Dokumen Penulis, 2021)



Gambar 7. Lantai 1 Transmart Pabelan
(Sumber: Dokumen Penulis, 2021)



Gambar 11. Lantai 3 Transmart Pabelan
(Sumber: Dokumen Penulis, 2021)



Gambar 12. Lantai 4 Transmart Pabelan
(Sumber: Dokumen Penulis, 2021)



Gambar 13. Trans Studio Mini Pabelan
(Sumber: *kompasiana.com*, 2019)

Lantai 1 (Gambar 7) pada Transmart Pabelan memiliki variasi yang lebih berbeda dan menarik. Pada lantai ini, yang menjadi *anchor stores* atau magnet keramaian terbagi menjadi dua zona, yaitu area *fashion* (Gambar 8) dan *fresh market* (Gambar 9). Berdasarkan pengamatan penulis ketika di lapangan, kedua area pada lantai 1, memiliki konsentrasi jumlah pengunjung yang cukup tinggi. Hal ini dikarenakan pencapaian lantai 1 dari eskalator lantai dasar membentuk *flow* yang menjadikan pengunjung melewati semua bagian depan retail. Lantai yang dituju selanjutnya oleh pengunjung adalah lantai 2, terdiri dari area yang didominasi oleh ritel peralatan, baik itu alat rumah tangga dan elektronik (Gambar 10).

Area tersebut menjadi zona yang memiliki jumlah pengunjung terhitung paling sedikit selama pengamatan berlangsung. *Flow* pengunjung selanjutnya menuju lantai 3 (Gambar 11), yang merupakan konsep utama Transmart Pabelan, yaitu adanya wahana Trans

Studio Mini Pabelan yang hadir sebagai tempat bermain bersama keluarga (Gambar 13). Biasanya saat akhir pekan, lantai ini menjadi zona dengan tingkat keramaian paling tinggi daripada lantai 1. Selain itu, dari lantai 3 pengunjung dapat menuju lantai 4 yang merupakan area CGV Cinema untuk menonton film. Trans Studio dan CGV menjadi zona yang saling berhubungan dan menjadi atraksi utama atau *anchor magnet* yang berfungsi sebagai *landmark* pada lantai 3 dan 4 (Gambar 12).

2. Hubungan antara Pola Sirkulasi dengan Tingkat Keramaian Pengunjung

Berdasarkan penjabaran sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa Transmart Pabelan memiliki pola sirkulasi ruang yang merupakan kombinasi antara bentuk *linier* dan spiral (Gambar 14). Bentuk linier merupakan jalan lurus yang menjadi unsur struktur utama dalam deretan tempat ritel atau ruang-ruang. Pada Transmart Pabelan, sirkulasi pengunjung tidak sekedar garis lurus, namun juga berbentuk spiral atau putar, yakni pola sirkulasi yang mempunyai sebuah jalan tunggal menerus yang berawal dari titik pusat, dan mengelilingi pusat tersebut dengan jarak yang berubah.

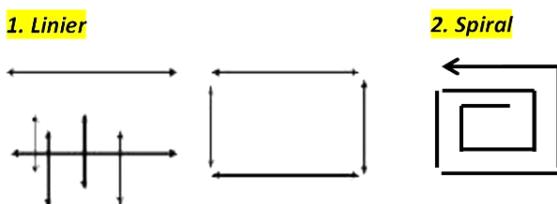
Dalam hal ini, titik pusat terletak di eskalator utama pengunjung yang berada di tengah lantai 1. Tahapan pengunjung dalam merasakan tatanan ruang di Transmart Pabelan, dapat dibagi menjadi tiga tipe (Gambar 15), apabila dikaitkan dengan teori Francis D. K. Ching dalam Teori Arsitektur (1993), yaitu sirkulasi menembus ruang, sirkulasi melewati ruang, dan sirkulasi berakhir dalam ruang.

- a. Sirkulasi menembus ruang merupakan tempat pergekan yang berperan sebagai penghubung ruang satu dengan lainnya melalui atau menembus ruang yang lain. Hal ini dapat ditemui berdasarkan area

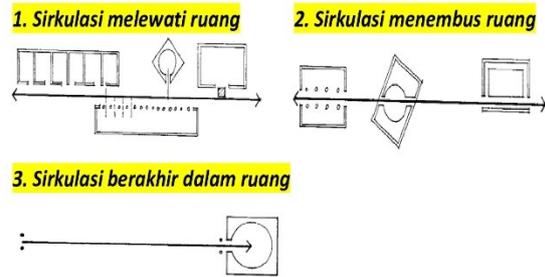
CGV Cinema di Transmart Pabelan, yang lokasinya harus ditempuh melalui eskalator yang hanya terdapat di lantai 3.

- b. Sirkulasi melewati ruang merupakan ruang bergerak di Transmart Pabelan yang berguna sebagai penghubung antar ruang. Alur sirkulasi ini dapat ditemui ketika pengunjung berjalan dari lantai dasar menuju lantai 4, dimana banyak ruang-ruang retail yang dilewati.
- c. Sirkulasi berakhir dalam ruang, dapat ditemukan ketika *flow* pengunjung menuju area *fresh market* pada lantai 1, dimana area tersebut difokuskan untuk dapat diakses sebagai *point of interest* yang berakhir pada suatu ruang.

Sirkulasi pengunjung dimulai dari pintu depan (*entrance*) dan diarahkan ruang-ruang penting (*attraction*) yang terdapat di ujung bangunan, Sirkulasi Transmart Pabelan membentuk pola linier yang ditandai dengan ruang jalan yang tercipta dari deretan ritel menuju ke samping sehingga membentuk suatu garis lurus menjadi sebuah *flow* sirkulasi yang berorientasi dengan jelas. Pengembangan sistem *pedestrian* dalam sirkulasi linier akan membuat setiap ritel mempunyai lokasi yang strategis dan memungkinkan semua konsumen atau pengunjung melalui *magnet anchor* yang ada di Transmart Pabelan. Namun, terdapat beberapa ruang yang dilalui dengan jalur sirkulasi spiral atau putar, yang dapat mengakibatkan adanya kemungkinan disorientasi pengunjung di dalam Transmart Pabelan (Anisah et al., 2019; Ischak & Walaretina, 2019).

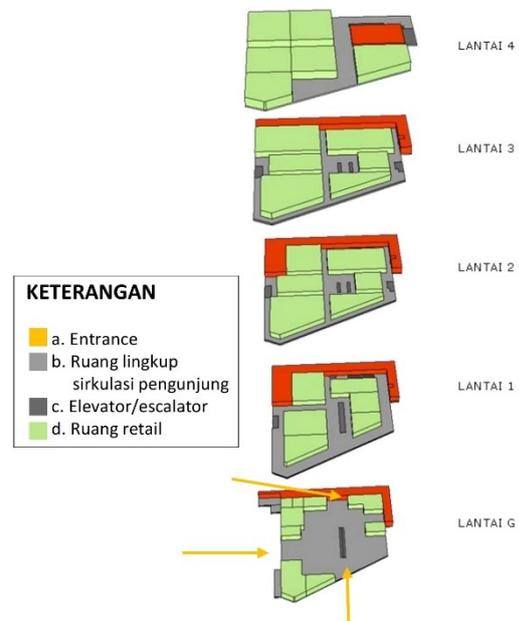


Gambar 14. Analisa Pola Sirkulasi Transmart (Sumber: Analisa Penulis, 2021)



Gambar 15. Analisa Sirkulasi Ruang di Transmart (Sumber: Analisa Penulis, 2021)

Transmart Pabelan merupakan *shopping mall* dengan skala yang luas dan disertai dengan fasilitas pendukung lainnya, seringkali menyebabkan pengunjung susah menemukan tujuan karena alur sirkulasi yang memutar dan koridor yang berbeda terlihat sama di mata pengunjung. Selain itu, sistem spiral sebagai pola sirkulasi dapat membuat penyebaran pengunjung menjadi tidak rata dalam, yang mengakibatkan tidak tercapainya tujuan untuk meramaikan unit-unit ritel yang ada berada di antara *magnet anchor* bangunan.



Gambar 16. Alur sirkulasi spiral dan linier (Sumber: Analisa Penulis, 2021)

KESIMPULAN

Pusat perbelanjaan modern adalah wadah yang menyediakan kebutuhan hidup, di mana barang-barang dirancang penempatannya agar memberikan kenyamanan bagi pengunjung. Pusat perbelanjaan dikategorikan menurut kuantitas barang yang dijual, luas bangunan, dan jenis pelayanannya. Saat ini, konsep *shopping mall* semakin berkembang dengan adanya fasilitas hiburan (*entertainment*) dan rekreasi. Hal tersebut membuat masyarakat lebih memilih untuk berbelanja di pusat perbelanjaan modern daripada toko-toko yang ada di pasar tradisional.

Transmart Carrefour Pabelan merupakan pusat perbelanjaan modern yang mengusung konsep *four in one*, yang tidak hanya memiliki fasilitas berbelanja kebutuhan, namun konsumen juga mendapatkan tempat rekreasi yang dapat dikunjungi oleh keluarga. Berangkat dari analisa yang dilakukan oleh penulis dapat disimpulkan bahwa:

- a. Pola sirkulasi pada Transmart Pabelan terbentuk karena penataan ruang
- b. Pola sirkulasi terdiri dari kombinasi sirkulasi linier dan spiral
- c. Sirkulasi linier dengan sistem pedestrian membuat setiap retail memiliki lokasi yang strategis dan memungkinkan untuk dilalui oleh semua pengunjung yang ingin menuju *magnet anchor* pada Transmart.
- d. Pola sirkulasi di dalam bangunan tidak sepenuhnya berbentuk linier. Terdapat beberapa ruang yang harus ditempuh dengan cara mengelilingi ruang jalan lalu menggunakan eskalator. Hal tersebut dapat memunculkan adanya disorientasi pengunjung.
- e. Terdapat beberapa kehadiran *anchor tenant* di dalam Transmart Pabelan yang dapat mudah dikenali pengunjung karena ukuran ruangnya yang lebih luas dibandingkan dengan retail *tenant* lainnya sehingga dapat dijadikan penanda orientasi oleh pengunjung. Dalam hal ini, *anchor tenant* yang dimaksud adalah Trans Studio dan CGV Cinema.

Bertolak dari hasil kajian dan survei yang dilakukan di lapangan, dapat disimpulkan bahwa tingkat keramaian pengunjung yang berintensitas tinggi terdapat di area *fresh*

market dan pada area hiburan yaitu Trans Mini Studio dan Cinema CGV. Pada area lantai 1 terjadi keramaian dengan tingkat tinggi, disebabkan karena area *fresh market* berdekatan dengan *main entrance* dengan pola sirkulasi berupa koridor lurus atau linier. Selain pada lantai 1, tingkat keramaian pengunjung yang tinggi juga terjadi pada lantai 4 pada fasilitas Trans Studio Mini dan CGV Cinema.

Tingkat keramaian yang tinggi pada lantai 4, hanya terjadi saat *weekend* saja. Berangkat dari fakta tersebut, tingkat keramaian pengunjung menurun pada *weekday*, karena pola sirkulasi yang menyebabkan disorientasi pada pengunjung. Disorientasi tersebut disebabkan oleh pola sirkulasi yang berbentuk spiral, sehingga diperlukan perbaikan terhadap kejelasan arah dan ruang.

Sirkulasi yang mempunyai identitas atau kejelasan arah akan lebih mudah diingat dan mempermudah orientasi pengunjung. Identitas area sirkulasi yang dimaksud adalah seperti layout, bentuk koridor, elemen interior, atrium, dan *signage*. Orientasi yang baik bagi pengunjung dapat diterapkan melalui penambahan ruang publik disekitar *anchor tenant* yang ada.

Disorientasi pengunjung dapat diperbaiki dengan menambah *graphic environment* sebagai penunjuk arah bagi pengunjung dan alat bantu orientasi. Pengunjung harus mempunyai orientasi dasar pada poin-poin krusial di sepanjang ruang sirkulasi seperti *signage* yang berhubungan dengan kebutuhan pengunjung.

DAFTAR PUSTAKA

- Anisah, A., Soedwihjono, S., & Miladan, N. (2019). Analysis of Regional Development in Kartasura District as a Rapidly. *Analisis Perkembangan Wilayah Kecamatan Kartasura Sebagai Kawasan Strategis Cepat Tumbuh*, 20 (November 2018), 486–499.
- Barry, M. (1987). *Shopping Malls: Planning and Design*. New York: Nichols Publishing Co.
- Mardiyana, E., Wibowo, L. A., & Andarini, R. (2012). Pengaruh Shopping Destination Strategy terhadap Keputusan Berkunjung di Wisata Belanja Mall.

Tourism and Hospitality Essentials (THE) Journal, 2(2), 315-335.

- Fransisca. (2013). Perbelanjaan Pusat Di Modern Studi Yogyakarta Ruang Tata Dengan Luar Citywalk Konsep Pusat Pengertian Modern Perbelanjaan. *E-Journal Uajy*, 1–22.
- Hapsari, H. (2012). Analisis Perbandingan Pola Sirkulasi Pusat Perbelanjaan Perkotaan Pada Dua Daerah Berbeda. *Penelitian Ilmiah*.
- Ischak, M., & Walaretina, R. (2019). *Design Efforts to Minimalize Visitor Disorientation on New Mall One Kelapa Gading*. 17(2), 88–97.
- Purbandini, R. A. (2011). Konsep Perencanaan dan Perancangan Hotel dan Shopping Mall. *Tugas Akhir Arsitektur*, 136.
- Putri, A. (2017). *Transmart Pabelan Sukoharjo Solo Dibuka*. DetikFinance. <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-3751004/transmart-pabelan-sukoharjo-solo-dibuka-ini-promo-promonya>
- Sinarwastu, A. K. E. (2016). *Pusat Perbelanjaan Di Surabaya Dengan Pendekatan Arsitektur Hijau*. 11–24. <http://e-journal.uajy.ac.id/id/eprint/9075>
- Subakti. (2014). Universitas kristen Petra. *Perancangan Interior Pusat Mitigasi Di Jogja*, 27(1989), 6–23.
- Syoufa, A. (2014). Pengaruh Pola Sirkulasi Pusat Perbelanjaan Mall Terhadap Pola Penyebaran Pengunjung. *Jurnal Desain Konstruksi*, 13(2), 46–57.
- Waskita, S. F. (2009). Shopping Center di Yogyakarta. *Thesis*, 1 & 16.