

STUDI AKSESIBILITAS DAN SIRKULASI FASILITAS SUPERMARKET DAN THEME PARK PADA BANGUNAN MALL

(Studi Kasus: Transmart Banyumanik, Semarang)

Oleh: Cintya Putri Damayanti, Erni Setyowati

Abstrak

Transmart Banyumanik merupakan bangunan mall dengan konsep mix-used building antara supermarket dan tempat hiburan di Kota Semarang. Pada bangunan ini, akses masuk dan keluar bangunan terdiri dari dua akses yaitu akses dari pintu depan atau pintu selatan sebagai pintu utama dan pintu samping atau pintu timur. Keadaan kedua akses ini ternyata tidak seimbang, Pengunjung Transmart Banyumanik juga memiliki berbagai tujuan untuk datang ke Transmart Banyumanik. Oleh karena itu perlu dilakukan penelitian untuk mengetahui apa yang menjadi penyebab akses masuk dan keluar transmart tidak seimbang dan mengetahui tujuan yang paling banyak dikunjungi oleh pengunjung Transmart Banyumanik.. Metode penelitian yang digunakan adalah pengambilan data dengan berkunjung ke lokasi penelitian untuk mengamati dan menghitung pengunjung yang datang serta menggunakan metode pembagian kuesioner kepada masyarakat yang pernah berkunjung ke Transmart Banyumanik. Lalu dianalisis dengan mendata jumlah pengunjung yang masuk melewati pintu depan dan pintu samping serta membuat data sirkulasi pengunjung Transmart Banyumanik. Hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa pengunjung lebih memilih melewati pintu samping dan tujuan yang paling banyak didatangi pengunjung adalah Bioskop.

Kata kunci: Transmart Banyumanik, Aksesibilitas, Sirkulasi, Pengunjung

1. LATAR BELAKANG

Setelah diperkenalkan pertama kali di Indonesia pada era 1970-an, perusahaan retail modern mengalami perkembangan yang sangat cepat. Perusahaan retail terbagi menjadi tiga, yaitu miiimarket, supermarket, dan hipermarket. Perbedaan utama dari ketiganya terletak pada luas lahan dan range jenis barang yang diperdagangkan. Perkembangan dan peningkatan fasilitas pada perusahaan retail seperti supermarket dari tahun ke tahun semakin menjadi perhatian masyarakat. Hal ini terlihat dari semakin ketatnya persaingan kualitas pelayanan, lokasi, serta harga di antara sekian banyak supermarket. Supermarket sebagai sarana berbelanja keluarga dirasakan menjadi semakin penting perannya. Dalam melihat sebuah supermarket, masyarakat akan mengutamakan kualitas produk dan kualitas pelayanan seperti kecepatan, kenyamanan, dan

keamanan dalam berbelanja, yang tidak akan mereka dapatkan bila berbelanja di pasar tradisional.

Selain kebutuhan retail, tentunya masyarakat juga membutuhkan adanya fasilitas hiburan. Budaya menghabiskan waktu untuk terus bekerja masih sangat terasa. Hal ini bisa menyebabkan kejenuhan dan meningkatnya kadar stress masyarakat. Maka dari itu, kebutuhan akan sarana hiburan bagi masyarakat sangat diperlukan untuk mengatasi kejenuhan akibat rutinitas. Fasilitas- fasilitas tersebut antara lain bioskop, *café*, maupun taman hiburan.

Aksesibilitas serta sirkulasi pada suatu supermarket dan tempat hiburan perlu diperhatikan karena akan mempengaruhi kesenangan dan kenyamanan pengunjung yang mengunjungi bangunan tersebut. Ukuran nyaman atau tidaknya pengunjung dipengaruhi oleh susah

atau tidaknya akses serta yang dipilih, serta sirkulasi antar toko yang mudah.

2. Data Objek Penelitian



Gambar 1 Lokasi Transmart Banyumanik

Sumber: Google Maps

Pada penelitian ini mengambil objek Transmart Banyumanik yang terletak di Jl. Setiabudi No. 127 Kelurahan Srandol Kulon, Kec. Banyumanik, Kota Semarang, Jawa Tengah. Bangunan mall milik CT Corp ini memiliki 2 cabang lainnya di Kota Semarang.

Transmart Banyumanik dibuka untuk umum pada tanggal 16 Juni 2017. Transmart Banyumanik adalah bangunan bekas gedung Carrefour Srandol. Transmart Banyumanik yang berdiri di area seluas 10.200 m² ini menghadirkan konsep 4-in-1, yaitu belanja, bersantap, bermain, dan menonton.

3. KAJIAN PUSTAKA

Konsep *department store* berkembang pada 1860-an di kota-kota Amerika Serikat. Periode *department store* ditandai dengan *display* massal karena adanya produksi massal dari barang-barang yang dihasilkan pabrik" (Sinungan, 1987). Setelah *department store*, konsep baru retail bernama *supermarket* muncul di AS pada 1930-an. Saat itu depresi ekonomi melanda AS, Distribusi barang agraria terganggu. *Supermarket* menjadi penyelamat

petani sekaligus menjadi penghubung dengan konsumen. Barangjualan *supermarket* berjenis daging, buah, susu, dan sayuran.

Selain supermarket, dikenal pula minimarket, midimarket, dan hipermarket. Perbedaan istilah minimarket, supermarket dan hipermarket terletak pada format, ukuran, dan fasilitas yang diberikan.

- 1) **Minimarket** berukuran kecil (100m² s/d 999m²) Minimarket mirip seperti toko kelontong yang menjual segala macam barang dan makanan. Namun minimarket menggunakan sistem swalayan, dimana pembeli mengambil sendiri barang yang ia butuhkan dari rak-rak dagangan dan membayarnya di kasir.
- 2) **Midi Market** Ukuran midimarket lebih besar sedikit daripada minimarket. Midimarket sudah menyediakan daging dan buah-buahan. Waktu operasional midimarket 24 jam. Contoh midimarket adalah Alfamidi dan Hero.
- 3) **Supermarket** berukuran sedang (1.000m² s/d 4.999m²) Supermarket menyediakan lebih banyak barang, mulai dari kebutuhan sehari-hari, sepeda, alat elektronik, furnitur, baju, ikan, daging, buah-buahan, dan minuman. Beberapa supermarket yang ada di Indonesia antara lain, Giant Supermarket, Carrefour Express, Foodmart, Super Indo, dan lain-lain.
- 4) **Hipermarket** berukuran besar (5.000m² ke atas) supermarket yang besar, termasuk lahan parkirnya. Menurut Levy dan Weitz dalam bukunya "*Retailing Management*" (2007, P.39), hipermarket memiliki kombinasi produk makanan sebesar 60% sampai dengan 70% dan barang dagangan umum sebesar 30% sampai dengan 40%. Sebagai contoh Carefour, Hypermart, Giant Hypermarket, dan lain-lain.
- 5) **Grosir** berukuran besar (5.000m² ke atas) Pusat grosir menyediakan semua barang baik dari kebutuhan sehari-hari sampai alat elektronik. Barang-barang tersebut

umumnya dijual secara grosir. Ada bongkar muat di dalam pusat grosir. Contohnya Indo Grosir dan Lotte Mart.

6) **Mal** adalah jenis dari pusat perbelanjaan yang secara arsitektur berupa bangunan tertutup dengan suhu yang diatur dan memiliki jalur untuk berjalan-jalan yang teratur sehingga berada diantara antar toko-toko kecil yang saling berhadapan. Karena bentuk arsitektur bangunannya yang melebar (luas), umumnya sebuah mal memiliki tinggi tiga lantai. Di dalam sebuah mal, penyewa besar (*anchor tenant*) terdapat lebih dari satu (banyak). Contoh dari sebuah standar mal adalah Cinere Mall dan Blok M Mall. Jika ditinjau dari lokasi, mal sebenarnya diperuntukkan berada di dekat lokasi perumahan. Maka dari itu, bangunan mal cenderung melebar. Karena lokasinya yang dekat perumahan, harga tanah relatif lebih murah daripada pembangunan sebuah plaza, yang berada di lokasi pusat kota. Dalam bangunan mal juga umumnya terdapat atrium.

7) **Pusat Perbelanjaan** adalah sekelompok penjual eceran dan usahawan komersil lainnya yang merencanakan, mengembangkan, mendirikan, memiliki, dan mengelola sebuah properti tunggal. Pada lokasi properti ini berdiri disediakan juga tempat parkir. Tujuan dan ukuran dari pusat perbelanjaan ini umumnya ditentukan dari karakteristik pasar yang dilayani. Konfigurasi umum dari pusat perbelanjaan adalah gedung tertutup dan pasar terbuka.

Pengguna bangunan pusat perbelanjaan adalah mereka yang secara langsung melakukan aktivitas di dalam bangunan ini, berdasarkan hasil studi banding dan literatur, pelaku aktivitas yang terdapat dalam pusat perbelanjaan dapat dikelompokkan menjadi:

1) Kelompok Utama

- Pengunjung,
- Penyewa Retail

2) Kelompok Pengelola

- *General Manager,*
- Sekretaris,
- *Manager Office Operation,*
- *Divisi General Affair,*
- *Divisi Marketing,*
- *Divisi Finance & Marketing,*
- *Divisi Security & Parking,*
- *Divisi Engineering,*
- *Divisi Entertainment*

Theme Park (Taman Hiburan Tematik) merupakan sebuah taman hiburan yang dekoratif dan didesain untuk mencerminkan satu tema tertentu sebagai tema utama, seperti suatu periode khusus dalam suatu cerita atau dunia di masa yang akan datang. Menurut Sorkin, *Theme Park* dapat didefinisikan sebagai dunia atau tempat yang memiliki ciri antara lain tidak terikat pada geografi tertentu, lingkungan yang terkontrol dan teramati, serta memberikan stimulasi tanpa henti.

Theme Park tidak hanya ruang arsitektur atau fisik tetapi juga suatu pikiran atau tempat yang menangkap perhatian dalam bentuk bervariasi, termasuk novel, fitur film, *video game*, dan ruang virtual lainnya. *Theme Park* ditujukan untuk rekreasi yang menekankan pada fantasi dan imajinasi yang dibuat dengan pertimbangan khusus, seperti *Disney World* (skala besar) maupun *Water Activity Park* (skala kecil). Dalam perkembangan selanjutnya, penerapan konsep *Theme Park* tidaklah terbatas pada desain taman hiburan atau rekreasi (*Amusement Park*) saja, namun juga dipakai dalam perkembangan kota. Dengan diterapkannya konsep ini pada pusat-pusat kota (*downtown*) lama, diharapkan mampu mengatasi hilangnya koneksi antar unsur-unsur kota (bangunan dan ruang kota) akibat pengaturan

kota yang hanya berdasarkan fungsi saja dan menghidupkan kembali aktivitas dan peranannya.

Beberapa jenis *theme park* antara lain adalah:

- **Marine Life Parks**, adalah sebuah taman hiburan yang khusus menampilkan acara, wahana, dan atraksi tentang kehidupan laut. Taman hiburan ini semacam taman untuk mendidik penonton khususnya anak-anak guna mengetahui tentang hewan air dan bagaimana melestarikan lingkungan mereka. Marine Life Parks ini juga berkontribusi pada pelestarian dan penyelamatan pada hewan air yang telah terdampar, terluka, atau ditinggalkan.
- **Water Parks**, adalah sebuah taman hiburan yang dilakukan dengan air seperti water slide, kolam renang, area air mancur, dan sebagainya. Water Parks umumnya memiliki kolam renang besar dan slide untuk keluarga. Water Park tertentu juga mempunyai wahana pantai buatan dan olahraga air di dalamnya.
- **Zoo and Wild Life Parks**, adalah taman hiburan seperti kebun binatang yang menawarkan petualangan yang luar biasa di lingkungan liar namun aman untuk anak-anak dan orang dewasa. Zoo & Wild Life Parks biasanya memiliki suasana alami yang dapat dinikmati pengunjung dan dapat berhubungan dengan alam, serta atraksi membawa pengunjung kedalam hutan.
- **Traditional Theme Parks**, adalah jenis taman yang lebih menekankan pada taman daripada wahana, seperti bagian atau lansekap yang tematik daripada wahananya. Traditional Theme Parks menciptakan budaya dan membuat fantasi para pengunjung menjadi kenyataan.
- **Amusement Parks**, adalah jenis taman hiburan yang lebih fokus pada wahana permainannya. Amusement Parks tidak memiliki tema, zona-zona, dan tidak

memiliki cerita melainkan hanya memiliki wahana karnaval klasik.

- **Futuristic Parks**, adalah taman yang memiliki atraksi teknologi tinggi penuh efek khusus yang memungkinkan pengunjung mengalami masa depan.

Jenis tema dalam sebuah Taman Hiburan Tematik (Theme Park)

Berikut merupakan jenis jenis tema dalam sebuah Taman Hiburan Tematik (Theme Park).

- **Adventure (petualangan)**
Tema adventure mempunyai ciri khas berupa wahana wahana yang bersifat petualangan seperti arung jeram, panjat tebing, dll.
- **Futurism (teknologi dan kecanggihan)**
Tema futurism mempunyai ciri khas penggunaan teknologi serta wahana yang canggih dan mutakhir pada masa tersebut.
- **International**
Tema internasional umumnya mempunyai ciri khas berupa bangunan-bangunan yang dibuat berdasarkan arsitektur seluruh dunia.
- **Nature (alam)**
Tema nature mempunyai ciri khas berupa pemandangan indah, laut, taman, serta berbagai macam hewan dan flora sebagai pendukung.
- **Fantasy (dunia maya)**
Tema fantasy umumnya mempunyai ciri khas wahana dan arsitektur bangunan yang mengundang imajinasi.
- **Sejarah dan budaya**
Tema ini berisikan sejarah dan budaya dari negara sendiri atau negara lain.
- **Movies (film)**
Tema ini jelas mengangkat sebuah film khususnya layar lebar ke dalam sebuah taman tematik.

Taman Hiburan Tematik (*Theme Park*) ini memiliki pelaku kegiatan yang dibagi menjadi 4 bagian, yaitu :

- 1) Kelompok Pengelola

- Direktur usaha rekreasi,
- Direktur keuangan,
- *Human resources director*,
- *Head staff*

2) Kelompok Karyawan

- Karyawan loket,
- Karyawan wahana permainan,
- Karyawan *food court*,
- Karyawan *merchandise shop*,
- Karyawan penitipan barang

3) Kelompok Pengunjung

- Masyarakat

4) Kelompok Service

- Satpam,
- *Cleaning Service*

International Association of Amusement Parks and Attractions (IAAPA) mengungkapkan bahwa terdapat pembagian kelas dan jenis tema dalam sebuah *Theme Park*. Pembagian menurut IAAPA tersebut adalah:

1) Kelas Taman Hiburan Tematik (*Theme Park*) berdasarkan Jumlah Pengunjung per Tahun

- Kelas 1a
Kehadiran di bawah 250.000 pengunjung.
- Kelas 1b
Kehadiran di angka 250.001 sampai 500.000 pengunjung.
- Kelas 2
Kehadiran di angka 500.001 sampai 1 juta pengunjung.
- Kelas 3
Kehadiran di angka 1 juta sampai 2 juta pengunjung.
- Kelas 4
Kehadiran lebih dari 2 juta pengunjung.

2) Jenis tema dalam sebuah Taman Hiburan Tematik (*Theme Park*)

Berikut merupakan jenis jenis tema dalam sebuah Taman Hiburan Tematik (*Theme Park*).

- *Adventure* (petualangan)

Tema *adventure* mempunyai ciri khas berupa wahana wahana yang bersifat petualangan seperti arung jeram, panjat tebing, dll.

- *Futurism* (teknologi dan kecanggihan)

Tema *futurism* mempunyai ciri khas penggunaan teknologi serta wahana yang canggih dan mutakhir pada masa tersebut.

- *International*

Tema internasional umumnya mempunyai ciri khas berupa bangunan-bangunan yang dibuat berdasarkan arsitektur seluruh dunia.

- *Nature* (alam)

Tema *nature* mempunyai ciri khas berupa pemandangan indah, laut, taman, serta berbagai macam hewan dan flora sebagai pendukung.

- *Fantasy* (dunia maya)

Tema *fantasy* umumnya mempunyai ciri khas wahana dan arsitektur bangunan yang mengundang imajinasi.

- Sejarah dan budaya

Tema ini berisikan sejarah dan budaya dari negara sendiri atau negara lain.

- *Movies* (film)

Tema ini jelas mengangkat sebuah film khususnya layar lebar ke dalam sebuah taman tematik.

4. Metode Penelitian

Metode Pengumpulan data pada penelitian ini meliputi data primer yang diperoleh melalui observasi langsung dan secara *online*. Observasi dilakukan langsung di lapangan dengan

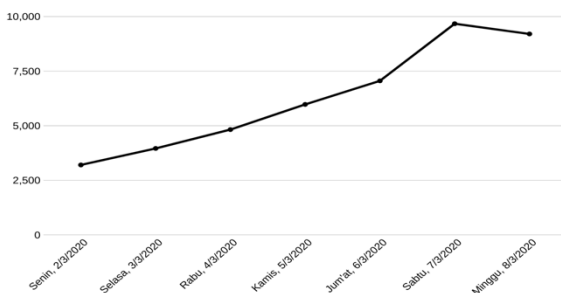
menghitung pengunjung yang datang dari arah pintu depan dan pintu samping. Alat bantu yang digunakan untuk observasi berupa alat penghitung manual, telepon genggam, serta alat tulis serta mengikuti sebagian pengunjung untuk mengetahui alur perjalanan yang akan dilakukan. Sedangkan secara *online* yaitu melakukan pembagian kuesioner dengan format *google form* untuk diisi oleh pengunjung yang pernah datang ke Transmart Banyumanik. Data sekunder yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah peta lokasi bangunan yang didiapat dari *Google Earth*, serta informasi umum yang diperoleh dari internet.

5. Data dan Analisa

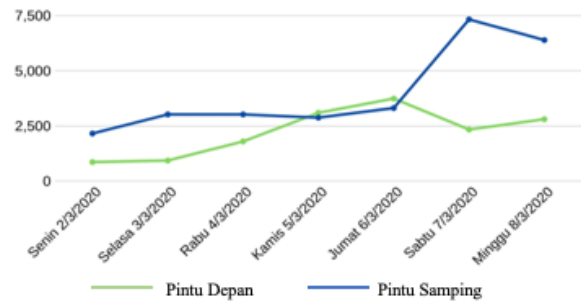
Pengumpulan data pada penelitian ini dibagi menjadi dua bagian, yaitu observasi langsung dan pembagian kuesioner. Data Pengunjung didapatkan dengan pengukuran langsung di lapangan yang dilakukan selama tujuh hari, dengan pengambilan data setiap hari selama 10 menit pada waktu ter ramai. Penghitungan ini dilakukan pada pintu depan dan pintu samping. Berikut adalah data yang dihasilkan:

HARI/ TANGGAL	AKSES MASUK		JUMLAH PENGUNJUNG
	PINTU DEPAN	PINTU SAMPING	
Senin, 2/3/2020	864 Orang	2.160 Orang	3.024 Orang
Selasa, 3/3/2020	936 Orang	3.024 Orang	3.960 Orang
Rabu, 4/3/2020	1.800 Orang	3.024 Orang	4.824 Orang
Kamis, 5/3/2020	3.096 Orang	2.880 Orang	5.976 Orang
Jum'at, 6/3/2020	3.744 Orang	3.312 Orang	7.056 Orang
Sabtu, 7/3/2020	2.340 Orang	7.332 Orang	9.672 Orang
Minggu, 8/3/2020	2.808 Orang	6.396 Orang	9.204 Orang
JUMLAH	15.588 Orang	28.128 Orang	43.716 Orang

Tabel 1 data pengunjung (Penulis,2020)



Grafik 1 data pengunjung (Penulis,2020)



Grafik 2 data pengunjung berdasarkan akses (Penulis,2020)

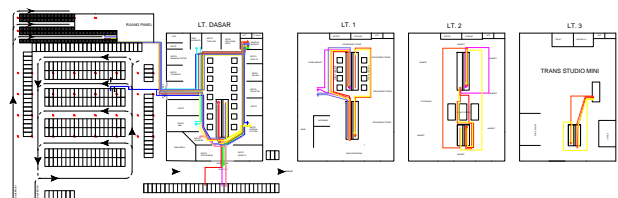
Berdasarkan tabel dan grafik diatas, didapatkan data bahwa jumlah pengunjung Transmart Banyumanik mengalami peningkatan setiap harinya. Rata - rata pengunjung di Transmart Banyumanik adalah 43.716 orang per minggu.

Jumlah pengujung terbanyak adalah hari Sabtu dengan jumlah 9.672 Orang. Akses terbanyak yang dipilih oleh pengunjung adalah akses melalui Pintu Samping.

Data Pengelola di Transmart Setiabudi memiliki jumlah yang dapat diasumsikan bahwa 2 orang berada di toko retail, 1 orang di kios kecil, dan 5 orang di restoran. Sehingga dapat diasumsikan bahwa Transmart Setiabudi memiliki jumlah staff dan pengelola sebanyak 140 orang dengan rincian sebagai berikut:

- 1) 2 toko (2 tenant x 2 orang = 4 orang)
- 2) 11 kios kecil (11 tenant x 1 orang= 11 orang)
- 3) 13 Restoran (= 13 tenant x 5 orang= 65 orang)

Denah Sirkulasi didapatkan dengan cara mengamati pergerakan pengunjung secara langsung serta pembagian kuesioner. Pada kuesioner ini mendapat 69 Responden. Berikut ini adalah data sirkulasi yang didapatkan:

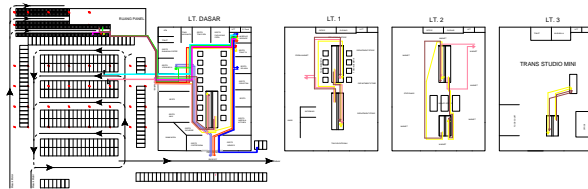


Gambar 2 Denah Situasi pengunjung 1- 10 (Penulis, 2020)

STUDI AKSESIBILITAS DAN SIRKULASI FASILITAS SUPERMARKET DAN THEME PARK PADA BANGUNAN MALL

Keterangan:

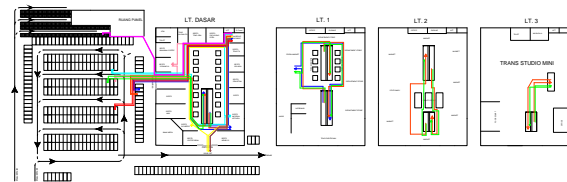
- Drop Off - Pintu Depan - Bioskop - Pintu Depan - Drop Off
- Parkir Mobil Depan - Pintu Depan - Naik eskalator menuju Lt. 1 - Supermarket Lt. 1 - menuju Lt. 2 - Supermarket Lt. 2
- Parkir Mobil Depan - Pintu Depan - Naik eskalator menuju Lt. 3 - Trans Studio Mini
- Parkir mobil Samping - Pintu Samping - Bioskop - Resto - Pintu Samping - Parkir mobil Samping
- Parkir Motor - Pintu Samping - Toko Kacamata - Resto - Pintu Samping - Parkir Motor
- Parkir Motor - Pintu Samping - Bioskop - Trans Studio Mini - Pintu Samping - Parkir Motor
- Parkir Motor - Pintu Samping - Bioskop - Pintu Samping - Parkir Motor
- Parkir Mobil Depan - Pintu Depan - Resto Richeese - Pintu Depan - Parkir Mobil Depan
- Parkir Motor - Pintu Samping - Bioskop - Trans Studio Mini - Resto Imperial Kitchen - Pintu Samping - Parkir Motor
- Parkir Motor - Pintu Samping - Bioskop - Supermarket Lt. 2 - Pintu Samping - Parkir Motor



Gambar 3 Denah Situasi pengunjung 11- 20 (Penulis, 2020)

Keterangan:

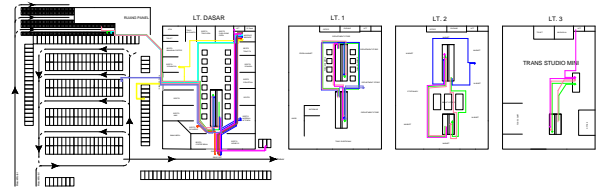
- Drop Off - Pintu Depan - Resto Yoshinoya - Pintu Depan - Drop Off
- Parkir Motor - Pintu Samping - Resto Tong Tji - Bioskop - Trans Studio Mini - Pintu Samping - Parkir Motor
- Parkir Motor - Pintu Samping - Bioskop - Resto Tong Tji - Pintu Samping - Parkir Motor
- Drop Off - Pintu Depan - Bioskop - Pintu Depan - Drop Off
- Parkir Mobil - Pintu Depan - Supermarket Lt. 1 - Supermarket Lt. 2 - Pintu Samping - Parkir Mobil
- Parkir Mobil (samping KFC) - Pintu Depan - Bioskop - Resto Tong Tji - Pintu Depan - Parkir Mobil (Samping KFC)
- Parkir Mobil Samping - Pintu Samping - Bioskop - Pintu Samping - Parkir Mobil Samping
- Parkir Motor - Pintu Samping - Resto Yoshinoya - Bioskop - Pintu Samping - Parkir Motor
- Parkir Motor - Pintu Samping - Bioskop - Pintu Samping - Parkir Motor
- Parkir Motor - Pintu Samping - Trans Studio Mini - Pintu Samping - Parkir Motor



Gambar 4 Denah Situasi pengunjung 21- 30 (Penulis, 2020)

Keterangan:

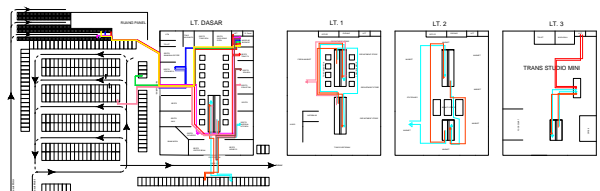
- Parkir Pintu Samping - Pintu Samping - Bioskop - Supermarket Lt. 1 - Resto Imperial Kitchen - Pintu Samping - Parkir Pintu Samping
- Drop Off - Pintu Depan - Resto Richeese - Bioskop - Pintu Depan - Drop Off
- Parkir Mobil Samping - Pintu Samping - Bioskop - Resto Yoshinoya - Pintu Samping - Parkir Mobil Samping
- Parkir mobil Samping - Pintu Samping - Bioskop - Resto Imperial Kitchen - Pintu Samping - Parkir mobil Samping
- Parkir Mobil Samping - Pintu Samping - Bioskop - Pintu Samping - Parkir Mobil Samping
- Parkir Mobil Samping - Pintu Samping - Trans Studio Mini - Bioskop - Pintu Samping - Parkir Mobil Samping
- Parkir Motor - Pintu Samping - Bioskop - Pintu Samping - Parkir Motor
- Parkir Mobil Samping - Pintu Samping - Supermarket Lt. 1 - Trans Studio Mini - Pintu Samping - Parkir Mobil Samping
- Parkir Motor - Pintu Samping - Bioskop - Trans Studio Mini - Resto Imperial Kitchen - Pintu Samping - Parkir Motor
- Drop Off - Pintu Depan - Bioskop - Pintu Depan - Parkir Mobil



Gambar 5 Denah Situasi pengunjung 31- 40 (Penulis, 2020)

Keterangan:

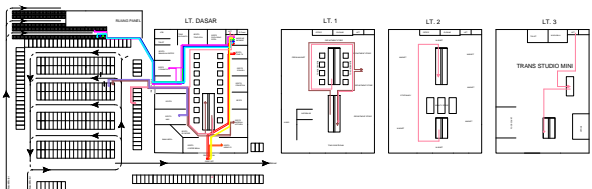
- Parkir Motor - Pintu Samping - Trans Studio Mini - Pintu Samping - Parkir Motor
- Parkir Mobil Samping - Pintu Samping - Bioskop - Restoran Yoshinoya - Pintu Samping - Parkir Mobil Samping
- Drop Off - Pintu Depan - Bioskop - Pintu Depan - Drop Off
- Drop Off - Pintu Depan - Bioskop - Supermarket Lt. 2 - Resto - Pintu Depan - Parkir Mobil Depan
- Parkir Motor - Pintu Samping - Bioskop - Pintu Samping - Parkir Motor
- Drop Off - Pintu Depan - Resto Richeese - Pintu Depan - Drop Off
- Drop Off - Pintu Depan - Bioskop - Pintu Depan - Drop Off
- Parkir Motor - Pintu Samping - Trans Studio Mini - Pintu Samping - Parkir Motor
- Parkir Mobil (samping KFC) - Pintu Depan - Bioskop - Trans Studio Mini - Pintu Depan - Parkir Mobil (samping KFC)
- Parkir Mobil samping - Pintu Samping - Supermarket Lt. 1 - Pintu Samping - Parkir Mobil Samping



Gambar 6 Denah Situasi pengunjung 41- 50 (Penulis, 2020)

Keterangan:

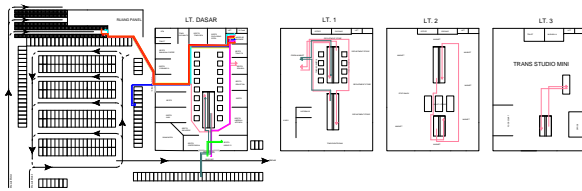
- Parkir Motor - Pintu Samping - Resto Yoshinoya - Pintu Samping - Parkir Motor
- Parkir Motor - Pintu Samping - Resto Yoshinoya - Bioskop - Pintu Samping - Parkir Motor
- Parkir Mobil Samping - Pintu Samping - Bioskop - Pintu Samping - Parkir Mobil Samping
- Parkir Motor - Pintu Samping - Bioskop - Resto Richeese - Pintu Samping - Parkir Motor
- Parkir Mobil - Pintu Depan - Trans Studio Mini - Supermarket Lt. 2 - Resto - Pintu Depan - Parkir Mobil
- Parkir Motor - Pintu Samping - Bioskop - Trans Studio Mini - Pintu Samping - Parkir Motor
- Parkir Mobil depan - Pintu Depan - Trans Studio Mini - Pintu Depan - Parkir Mobil Depan
- Parkir Mobil Samping - Pintu Samping - Supermarket Lt. 1 - Resto Penyetan - Pintu Samping - Parkir Mobil Samping
- Parkir Motor - Pintu Samping - Bioskop - Pintu Samping - Parkir Motor
- Drop Off - Pintu Depan - Resto Salaria - Bioskop - Pintu Depan - Drop Off



Gambar 7 Denah Situasi pengunjung 51- 60 (Penulis, 2020)

Keterangan:

- Parkir Motor - Pintu Samping - Bioskop - Pintu Samping - Parkir Motor
- Parkir Motor - Pintu Samping - Bioskop - Pintu Samping - Parkir Motor
- Parkir Motor - Pintu Samping - Restoran Yoshinoiya - Bioskop - Pintu Samping - Parkir Motor
- Drop Off - Pintu Depan - Resto Tong Tji - Bioskop - Pintu Depan - Drop Off
- Parkir Motor - Pintu Samping - Bioskop - Pintu Samping - Parkir Motor
- Drop Off - Pintu Depan - Resto Wendy's - Pintu Depan - Drop Off
- Parkir Mobil Samping - Pintu Samping - Supermarket Lt. 1 - Pintu Samping - Parkir Mobil Samping
- Parkir Mobil Samping - Pintu Samping - Bioskop - Trans Studio Mini - Pintu Samping - Parkir Mobil Samping
- Drop Off - Pintu Depan - Bioskop - Pintu Depan - Drop Off
- Parkir Mobil Samping - Pintu Samping - Resto A&W - Pintu Samping - Parkir Mobil Samping



Gambar 8 Denah Situasi pengunjung 61- 69 (Penulis, 2020)

Keterangan:

- Parkir Motor - Pintu Samping - Bioskop - Pintu Samping - Parkir Motor
- Parkir Mobil Samping - Pintu Samping - Bioskop - Pintu Samping - Parkir Mobil Samping
- Parkir Motor - Pintu Samping - Bioskop - Pintu Samping - Parkir Motor
- Parkir Motor - Pintu Samping - Bioskop - Resto Solaria - Trans Studio Mini - Supermarket Lt. 1 - Pintu Samping - Parkir Motor
- Drop Off - Pintu Depan - Bioskop - Pintu Depan - Drop Off
- Parkir Motor - Pintu Samping - Bioskop - Pintu Samping - Parkir Motor
- Parkir Mobil depan - Pintu Depan - Supermarket Lt. 1 - Pintu Depan - Parkir Mobil Depan
- Drop Off - Pintu Depan - Restoran Wendy's - Pintu Depan - Drop Off
- Parkir Motor - Pintu Samping - Bioskop - Pintu Samping - Parkir Motor

Berdasarkan gambar denah sirkulasi pengunjung diatas, didapatkan data bahwa tujuan terbanyak pengunjung datang ke Transmart Banyumanik adalah Bioskop. Pengunjung Transmart Banyumanik paling banyak melewati lajur pintu samping.

Hasil data diatas yang sudah terkumpul direkapitulasikan sehingga mendapat data sebagai berikut:

Jenis transportasi yang digunakan untuk datang ke Transmart Banyumanik	Mobil	24 Responden (35.3%)
	Motor	29 Responden (42.6%)
	Transportasi Online	12 Responden (17.6)
	Drop Off	3 Responden (4.4%)

Tabel 2 Hasil rekapitulasi 1 (Penulis,2020)

Hasil rekapitulasi diatas menunjukkan bahwa pengunjung yang datang ke Transmart Banyumanik paling banyak menggunakan transportasi motor. Data tersebut didapatkan

berdasarkan hasil survei ke lapangan dan pembagian kuesioner *google form* kepada masyarakat yang pernah mengunjungi Transmart Banyumanik. Karena letak Transmart Banyumanik yang berada dekat dengan Kab. Semarang yang memiliki masyarakat dengan mayoritas menengah kebawah sehingga pengunjung Transmart Banyumanik banyak menggunakan transportasi motor untuk bepergian.

Lokasi memarkirkan kendaraan	Parkir motor	28 Responden (40.6%)
	Parkir mobil pintu samping	20 Responden (29%)
	Parkir mobil samping KFC	2 Responden (2.9%)
	Parkir mobil depan	2 Responden (2.9%)
	Tidak membawa kendaraan	17 Responden (24.6%)

Tabel 3 Hasil rekapitulasi 2 (Penulis,2020)

Berdasarkan hasil rekapitulasi diatas, dengan data sebelumnya yang menyebutkan bahwa pengunjung Transmart Banyumanik mayoritas menggunakan transportasi motor, maka lokasi parkir kendaraan terbanyak adalah parkir motor. Data tersebut didapat berdasarkan hasil *survey* ke lapangan dengan melihat keadaan parkir motor yang selalu ramai setiap harinya dan juga pembagian kuesioner *google form yang* diisi oleh masyarakat yang pernah mengunjungi Transmart Banyumanik. Untuk parkir mobil terbanyak berada di parkir mobil bagian dekat pintu samping karena lokasinya yang strategis dengan pintu masuk serta adanya penutup atap yang membuat pengunjung merasa aman untuk memarkirkan mobil jika terjadi hujan.

Akses pintu masuk ke Transmart Setiabudi	Pintu Timur (Pintu Depan)	15 Responden (21.7%)
	Pintu Selatan (Pintu Samping)	48 Responden (69.5%)

Tabel 4 Hasil rekapitulasi 3 (Penulis,2020)

Hasil rekapitulasi diatas menunjukkan bahwa pengunjung Transmart Banyumanik lebih memilih melewati pintu selatan atau pintu samping. Data tersebut didapatkan dari hasil *survey* lapangan dengan menghitung jumlah pengunjung yang masuk melewati pintu samping dan pintu depan selama 10 menit dengan waktu ter ramai serta pembagian koesioner *google form* kepada masyarakat yang pernah berkunjung ke Transmart Banyumanik. Pengunjung lebih memilih pintu samping sebagai pintu masuk ke Transmart

Setiabudi karena aksesnya yang dekat dengan parkir motor dan sebagian parkir mobil.

Akses yang dipilih untuk menuju lantai atas	Menggunakan Lift	5 Responden (7.2%)
	Menggunakan Eskalator	64 Responden (92.8%)

Tabel 5 Hasil rekapitulasi 4 (Penulis,2020)

Berdasarkan hasil rekapitulasi diatas, sebagian besar pengunjung Transmart Banyumanik memilih eskalator sebagai akses yang digunakan menuju lantai atas. Data ini didapatkan dari hasil *survei* lapangan serta pembagian kuesioner *google form* kepada masyarakat yang pernah mengunjungi Transmart Banyumanik. Eskalator dipilih oleh pengunjung Transmart Banyumanik karena letaknya yang strategis berada di pusat bangunan. Sedangkan letak lift berada di ujung belakang yang jauh dengan pusat bangunan. Lift biasanya digunakan pengunjung yang ingin menuju Trans Studio Mini setelah dari Bioskop dan juga untuk pengelola karena letaknya yang dekat dengan kantor pengelola.

Apa keperluan Anda datang ke Transmart Banyumanik?	Makan di Resto	34 Responden (49.3%)
	Menonton film di Cinema XXI	52 Responden (75.4%)
	Berbelanja kebutuhan rumah tangga	13 Responden (18.8%)
	Bermain di Trans Studio Miini	18 Responden (26.1%)
	Lain-lain	
	1. Mengganti lensa kaca mata di Melawai 2. Jalan- jalan membeli sesuatu menarik	1 Responden (1.4%) 1 Responden (1.4%)

Tabel 6 Hasil rekapitulasi 5 (Penulis,2020)

Hasil rekapitulasi diatas menunjukkan tujuan pengunjung datang ke Transmart Banyumanik adalah untuk menonton film di *Cinema XXI*, selanjutnya diikuti oleh makan di restoran, bermain di Trans Studio Mini, Berbelanja kebutuhan rumah tangga, serta hal lainnya seperti sekedar melihat- lihat dan mengganti lensa kaca mata di Optik. Hal ini didasari dengan hasil *survei* lapangan dengan melihat pergerakan pengunjung serta pembagian kuesioner *google form* kepada masyarakat yang pernah berkunjung ke Transmart Banyumanik. Pengunjung Transmart banyumanik mayoritas adalah siswa sekolah dan mahasiswa perguruan tinggi yang letaknya dekat dengan Transmart Banyumanik dan Cinema XXI merupakan satu-satunya Bioskop yang berada di daerah semarang atas sehingga Cinema XXI dipilih

menjadi tujuan yang paling sering dikunjungi oleh pengunjung Transmart Banyumanik. Pada pilihan kedua yaitu makan di resto dikarenakan Transmart Banyumanik memiliki restoran dan tenant yang beragam sehingga menjadi tujuan terbanyak lainnya yang dipilih. Ditempat ketiga adalah bermain di Trans Studio Mini yang menjadi pilihan keluarga yang memiliki anak dan siswa SMA serta mahasiswa untuk bermain. Wahana-wahana di Trans Studio Mini sangat lengkap dan beragam sehingga menjadi pilihan untuk bermain. Pada posisi keempat tujuan yang dikunjungi adalah berbelanja kebutuhan rumah tangga di Supermarket milik Transmart Banyumanik. Supermarket di transmart sangat lengkap sehingga pengunjung memilih berbelanja di Transmart Banyumanik. Tujuan lainnya yaitu adalah sekedar berjalan-jalan serta mengganti lensa kaca mata di Optik. Pilihan ini tidak diminati oleh banyak pengunjung karena letak Optik yang berada jauh dengan pusat bangunan, sehingga pengunjung jarang melewati toko tersebut

6. Kesimpulan

Berdasarkan data yang didapatkan oleh peneliti mengenai “Studi Aksesibilitas dan Sirkulasi Fasilitas Supermarket dan Theme Park” dengan mengambil studi kasus pada Transmart Banyumanik, dapat disimpulkan bahwa akses masuk yang dipilih oleh pengunjung Transmart Banyumanik adalah melalui pintu samping atau pintu selatan dikarenakan aksesnya yang lebih dekat dengan parkir motor dan sebagian parkir mobil. Sedangkan untuk sirkulasi pengunjung terbanyak adalah menuju ke *Cinema XXI* karena mayoritas pengunjung Transmart Banyumanik adalah siswa SMA dan mahasiswa perguruan tinggi serta *Cinema XXI* merupakan satu – satunya Bioskop yang berada di daerah Semarang atas. Trans Studio Mini menjadi pilihan dengan tujuan lebih banyak daripada Supermarket karena mayoritas pengunjungnya adalah keluarga dengan membawa anak serta siswa SMA dan mahasiswa sehingga pengunjung lebih memilih untuk bermain di Trans Studio Mini.

Daftar Pustaka

- Martinus, Handy. 2011. ANALISIS INDUSTRI RETAIL NASIONAL. *HUMANIORA*. Vol.2 No.2 : 1309-1321.
- Sinungan, J. A. 1987. *Kelemahan dan Kekuatan Retail Business di Indonesia*. Prisma, 7.
- Cecila. 2016. *Ini 5 Mall Terpopuler yang Ada di Semarang*.<https://www.semberani.com/in-i-5-mall-terpopuler-yang-ada-disemarang/>. Diakses pada April 2020.
- Rianto, Angga Dwi. 2016. *Pusat Perbelanjaan Berkonsep Citywalk di Kota Bogor*.http://eprints.undip.ac.id/51815/6/ANGGA_DWI_RIANTO_21020112130109_BAB_V.pdf.%20Diakses%20pada%20April%202020. Diakses pada April 2020.
- Wikipedia, *Ensiklopedia Bebas*. 2019. *Supermarket*.<https://id.wikipedia.org/w/index.php?title=Supermarket&oldid=16345253>. Diakses pada April 2020.
- Leonard, Andre. 2016. *Kajian Arsitektural Theme Park Studi Kasus: Greenhill Sibolangit*.<http://repository.usu.ac.id/bitstream/handle/123456789/56172/Chapter%20II.pdf?sequence=3&isAllowed=y>. Diakses pada April 2020.
- Imammudin, Ahmad Haritz. 2017. *TAMAN HIBURAN TEMATIK (THEME PARK) DI YOGYAKARTA*.<http://ejournal.uajy.ac.id/11396/2/TA145411.pdf>. Diakses pada April 2020.
- Yusuf, Muchammad. 2017. *Belum Genap Sebulan Diresmikan, Transmart Semarang menjadi Lautan Manusia*.<http://yusufpunyatugas.blogspot.com/2017/07/belum-genap-sebulan-diresmikan.html>. Diakses pada April 2020
- Id, Historia. 2019. *Awal Mula Ritel Skala Besar di Indonesia*.
<https://today.line.me/id/pc/article/Awal+Mula+Ritel+Skala+Besar+di+Indonesia-LRNBNG>. Diakses pada April 2020.
- Semarang, Dots. 2017. *Review Bioskop Transmart Setiabudi XXI Semarang*.<https://dotsemarang.blogspot.com/2017/07/review-bioskop-transmart-setiabudi-xxi.html>. Diakses pada April 2020.