

# ***THE EFFECT OF MULTI-ENTRANCE ON SHOPPING CENTER OF VISITOR CIRCULATION CASE STUDY: PASKAL 23 SHOPPING CENTER***

**<sup>1</sup> Michelle Fiona Sutrisno. <sup>2</sup> Ir. Alexander Sastrawan, MSP**

*<sup>1</sup> Student in the Bachelor's (S-1) Study Program in Architecture  
at Parahyangan Catholic University*

*<sup>2</sup> Senior lecturer in the Bachelor's (S-1) Study Program in Architecture  
at Parahyangan Catholic University*

**Abstract-** *The shopping center as one of the commercial buildings becomes a building that accommodates various groups of people. In this day and age, especially in urban areas, going to a shopping center has become a necessity for the community so that activities in a shopping center must also be able to keep up with the times that make the shopping center not only function as a shopping place but also must be able to function as a place recreation and socializing for the community. The combination of shopping, recreation and socializing has become a lifestyle for urban communities to reduce the level of depression.*

*The convenience offered in a shopping center is an important point for achieving a shopping center's success. Confusing visitor circulation will certainly disrupt the comfort of visitors when in a shopping center.*

*The possibility that causes visitors to feel confused is the circulation itself or the presence of multi-entrance in a shopping center. The purpose of this study is to determine whether the multi-entrance at Paskal 23 Shopping Center causes visitors to feel confused when they are inside the building and how it affects.*

*The method used is a qualitative method, data obtained from literature studies, direct collection to the field, and interviews with visitors to Paskal 23 Shopping Center. Such a conclusion was obtained when discussing multi-entrances at Paskal 23 Shopping Centers can give visitors consent to the building. The multi-entrance system must have its own elements and have a strong character to be able to access the location of each entrance. The existence of this element is not seen in the multi-entrance Paskal 23 Shopping Center which in turn causes confusion for visitors in circulation.*

**Key Words:** *shopping center, circulation, multi-entrance, Paskal 23 Shopping Center*

## **PENGARUH *MULTI-ENTRANCE* PADA PUSAT PERBELANJAAN TERHADAP SIRKULASI PENGUNJUNG STUDI KASUS: PASKAL 23 SHOPPING CENTER, BANDUNG**

**<sup>1</sup> Michelle Fiona Sutrisno. <sup>2</sup> Ir. Alexander Sastrawan, MSP**

*<sup>1</sup> Mahasiswa S1 Program Studi Arsitektur Universitas Katolik Parahyangan*

*<sup>2</sup> Dosen Pembimbing S1 Program Studi Arsitektur Universitas Katolik Parahyangan*

**Abstrak-** Pusat perbelanjaan sebagai salah satu bangunan komersial menjadi bangunan yang mawadahi berbagai kalangan masyarakat. Pada zaman sekarang ini, terkhususnya di wilayah perkotaan, pergi ke sebuah pusat perbelanjaan sudah menjadi kebutuhan bagi masyarakat sehingga kegiatan dalam sebuah pusat perbelanjaan juga harus dapat mengikuti perkembangan zaman yang menjadikan pusat perbelanjaan tidak hanya berfungsi sebagai tempat berbelanja saja namun juga harus dapat berfungsi sebagai tempat berekreasi dan bersosialisasi bagi

---

<sup>1</sup> Corresponding author: michellefiona72@gmail.com

masyarakat. Perpaduan kegiatan berbelanja, berekreasi, dan bersosialisasi telah menjadi suatu gaya hidup bagi masyarakat perkotaan untuk menurunkan tingkat depresi.

Kenyamanan yang ditawarkan dalam sebuah pusat perbelanjaan adalah poin penting untuk mencapai kesuksesan sebuah pusat perbelanjaan. Sirkulasi pengunjung yang membingungkan tentu akan mengganggu kenyamanan pengunjung ketika berada dalam sebuah pusat perbelanjaan. Kemungkinan yang menyebabkan pengunjung merasa bingung adalah sirkulasi itu sendiri atau dengan adanya multi-entrance pada sebuah pusat perbelanjaan.

Tujuan studi ini adalah untuk mengetahui apakah multi-entrance yang terdapat pada Paskal 23 Shopping Center ini menyebabkan pengunjung merasa kebingungan ketika berada di dalam bangunan dan bagaimana pengaruhnya.

Metode yang digunakan adalah metode kualitatif, data diperoleh dari studi literatur, pengamatan langsung ke lapangan, serta wawancara terhadap pengunjung Paskal 23 Shopping Center. Diperoleh kesimpulan bahwa walaupun keberadaan multi-entrance pada Paskal 23 Shopping Center dapat memudahkan pencapaian pengunjung ke dalam bangunan. Namun Sistem multi-entrance ini harus memiliki elemen-elemen tersendiri dan memiliki karakter yang kuat untuk dapat menggambarkan lokasi setiap entrance. Keberadaan elemen ini tidak terlihat pada multientrance Paskal 23 Shopping Center yang pada akhirnya menimbulkan kebingungan bagi pengunjung dalam bersirkulasi.

**Kata Kunci:** pusat perbelanjaan, sirkulasi, *multi-entrance*, Paskal 23 Shopping Center.

## 1. PENDAHULUAN

Pusat Perbelanjaan sebagai salah satu bangunan komersial mewadahi berbagai kalangan masyarakat. Kegiatan dalam sebuah pusat perbelanjaan pun harus dapat mengikuti perkembangan zaman agar tidak tertinggal sehingga pusat perbelanjaan tidak hanya berfungsi sebagai tempat berbelanja saja, namun juga dapat berfungsi sebagai tempat berekreasi dan bersosialisasi bersama keluarga, teman, dan sebagainya. Kenyamanan sebuah pusat perbelanjaan tentu menjadi poin penting dalam mencapai suksesnya sebuah pusat perbelanjaan karena dengan merasa nyaman, pengunjung tentu akan selalu kembali lagi pada pusat perbelanjaan tertentu.

Penelitian ini dilakukan dengan mengangkat fenomena yang terdapat pada sebuah pusat perbelanjaan di Kota Bandung yaitu pada Paskal 23 Shopping Center dimana berdasarkan pengamatan awal peneliti dan wawancara terhadap beberapa pengunjung, mereka seringkali merasa kebingungan dan kehilangan arah ketika berada di dalam Paskal 23 Shopping Center.

Selain itu, Paskal 23 Shopping Center juga memiliki desain *multi-entrance* yang dapat digunakan pengunjung untuk masuk ke dalam bangunan ataupun keluar dari dalam bangunan. Keberadaan *entrance* dalam sebuah bangunan komersial menjadi poin penting dalam memberikan kenyamanan bagi pengunjung khususnya dalam sebuah pusat perbelanjaan untuk mewakili pencapaian dalam menjangkau aktivitas dalam bangunan maupun untuk keluar dari bangunan karena *entrance* pada sebuah pusat perbelanjaan merupakan sebuah titik awal dan juga merupakan titik akhir dari sirkulasi pengunjung dalam sebuah pusat perbelanjaan. Menurut Northen<sup>2</sup>, *entrance* pada bangunan harus dapat diidentifikasi dengan jelas baik dalam mengarahkan pengunjung untuk mencapai pusat perbelanjaan maupun pada saat pengunjung akan meninggalkan pusat perbelanjaan. Dengan adanya *multi-entrance* pada Paskal 23 Shopping Center mungkin dapat berpengaruh bagi kenyamanan pengunjung dalam bersirkulasi di dalam bangunan.

Dari fenomena diatas dapat dibuat suatu rumusan masalah yaitu bagaimana dampak *multi-entrance* pada Paskal 23 Shopping Center terhadap sirkulasi pengunjung.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh *multi-entrance* pada Paskal 23 Shopping Center terhadap sirkulasi pengunjung.

Penelitian ini bersifat deskriptif dengan menganalisa pengaruh *multi-entrance* pada sebuah pusat perbelanjaan terhadap sirkulasi pengunjung dengan paradigma kualitatif yang dilakukan dengan cara reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Penelitian ini hanya dibatasi pada area

---

<sup>2</sup> Frics, R. I., & Haskoll, M. (1977). *Shopping Centres: A Developer's Guide to Planning and Design*. England: Colege of Estate Management.

bangunan Paskal 23 *Shopping Center* dan difokuskan kepada setiap *entrance* dan sirkulasi pengunjung di dalam bangunan

## 2. KAJIAN TEORI

### 2.1 PEMAHAMAN *MULTI-ENTRANCE* TERHADAP SIRKULASI PENGUNJUNG

**Definisi.** Definisi *Shopping Center* adalah sebuah kelompok usaha ritel dan komersial lainnya yang direncanakan, dikembangkan, dimiliki, dan dikelola sebagai properti tunggal, dan biasanya disediakan tempat parkir<sup>3</sup>.

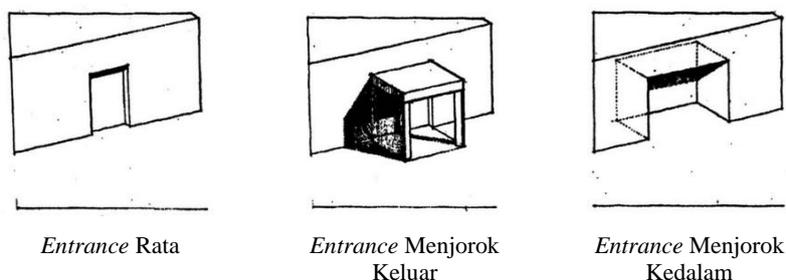
Definisi dari sirkulasi adalah peredaran atau pergerakan dari suatu tempat ke tempat lainnya baik secara vertikal maupun horizontal.

Definisi dari *Entrance* adalah kegiatan menembus sebuah bidang yang membedakan suatu ruang dari ruang berikutnya. Selain itu multi memiliki arti banyak, lebih dari satu, lebih dari dua atau bentuk berlipat ganda<sup>4</sup> sehingga dapat disimpulkan bahwa *multi-entrance* adalah terdapat banyak pintu.

**Sirkulasi.** Menurut DK Ching, terdapat 5 elemen yang dapat mempengaruhi sebuah sirkulasi yaitu pencapaian bangunan, *entrance*, konfigurasi jalur sirkulasi, bentuk ruang sirkulasi, dan hubungan jalur dan ruang sirkulasi<sup>5</sup>.

**Pencapaian Bangunan.** Sebelum memasuki sebuah ruang, kita akan mendekati pintu masuk melalui sebuah jalur. Hal ini merupakan tahap pertama dari suatu sistem sirkulasi. Pencapaian dapat dilakukan secara langsung dimana pendekatan ini mengarah langsung pada suatu tempat masuk melalui sebuah jalan lurus yang segaris, selain itu terdapat pendekatan secara tersamar dimana jalur dapat diubah arahnya satu atau beberapa kali untuk menghambat, ataupun berputar untuk memperpanjang urutan pencapaian dan mempertegas bentuk bangunan sewaktu mengelilingi tepi bangunan.

**Entrance.** Peletakkan lokasi *entrance* berkaitan dengan konfigurasi ruang yang dilaluinya dan akan menentukan konfigurasi jalur sirkulasi dan pola aktivitas terhadap ruang. Terdapat beberapa jenis *entrance* yang dapat dikategorikan menjadi 3 yaitu *Entrance Rata*, *Entrance Menjorok Keluar*, *Entrance Menjorok Kedalam*. Jenis *entrance* yang rata mempertahankan kontinuitas dari permukaan dinding dan keberadaan *entrance* dapat disamarkan. Jenis *entrance* yang menjorok keluar memperlihatkan fungsinya sebagai penarik perhatian dan biasanya menyediakan atap di bagian atasnya sebagai perlindungan. Jenis *entrance* yang menjorok kedalam juga memberikan perlindungan dan menerima sebagian ruang eksterior ke dalam bangunan.



Figur 1. Jenis *entrance*

Sumber: Ching, *Architecture: Form, Space, and Order*, 1979: 257

<sup>3</sup> ICSC, 2019. Shopping Center Definitions. International Council of Shopping Centers: <https://www.icsc.com/news-andviews/research/shopping-center-definitions>: 3 Oktober 2019.

<sup>4</sup> KBBI, 2019. Kamus Besar Bahasa Indonesia: <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/multi-> : 3 Oktober 2019

<sup>5</sup> Ching, F. D. (2000). *Arsitektur, bentuk, ruang, dan Tatanan*. Canada: John Wiley & Sons

Prinsip dasar *entrance* pada pusat perbelanjaan:

1. *Entrance* sebaiknya dapat dicapai dari segala arah untuk memudahkan akses keluar masuk pengunjung. Penataan *entrance* yang baik pada tapak direncanakan untuk memudahkan pencapaian ke dalam bangunan tanpa mengesampingkan faktor kenyamanan, keamanan, keselamatan, kejelasan, fungsional, dan efisien<sup>6</sup>
2. Jumlah *entrance* tidak dapat hanya dilihat dari bentuk dan aksesnya saja, namun dilihat pula dari persyaratan kode bangunan. Harus diingat bahwa setiap *entrance* adalah pintu keluar sehingga harus diletakkan agar mengakomodasi para pengunjung untuk dapat melarikan diri apabila terjadi kebakaran atau bahaya lainnya.
3. *Entrance* harus mudah teridentifikasi, mengundang, memberikan perlindungan dari cuaca, dan berbeda dari yang lain serta mudah dicapai.
4. Idealnya, jalur dari sebuah *entrance* ini menuju lokasi yang menarik dari pusat perbelanjaan tersebut, yaitu dapat berupa anchor atau lapangan memusat (atrium).
5. *Entrance* yang baik dapat mengarahkan para pengunjung menuju pusat perbelanjaan, selain itu dapat dengan mudah dikenali untuk melokasikan para pengunjung saat akan meninggalkan pusat perbelanjaan.
6. *Entrance* yang ideal sebaiknya merupakan sebuah gerbang terbuka atau pintu masuk yang lebar tanpa display namun diperbolehkan seluruh interior toko terlihat dari luar sebagai sebuah display. Semakin lebar sebuah *entrance*, maka akan semakin banyak pengunjung yang masuk sehingga akan semakin baik.
7. Bentuk dan skala *entrance* harus memperhatikan perbedaan fungsional dan simbolis antara daerah untuk umum dan ruangan pribadi, serta koridor pegawai.
8. Jarak maksimum 200-250m adalah jarak ideal panjang sebuah rute pusat perbelanjaan karena pengunjung tidak akan berjalan melebihi dari jarak tersebut tanpa bosan dan kelelahan.<sup>7</sup>

**Tabel 1. Tabel Kriteria Desain *Entrance* dalam Pusat Perbelanjaan**

NO.	Kriteria	Keterangan	<i>Entrance</i>
1	Lokasi	Mudah dicapai dari jalan, area parkir, stasiun bus, atau titik lainnya	
2	Aman	Dapat mengakomodasi pengunjung untuk melarikan diri jika terjadi bahaya	
3	Mengundang	Dapat mengundang dan menarik minat pembeli	
4	Terarah	Dapat mengarahkan pengunjung menuju lokasi yang menarik dari pusat perbelanjaan (atrium, anchor tenant, dll.)	
5	Dikenali	Mudah dikenali saat pengunjung saat akan meninggalkan pusat perbelanjaan	
6	Bentuk		
	Skala	Skala <i>entrance</i> harus memperhatikan perbedaan fungsional dan simbolis	
	Lebar	Semakin lebar <i>entrance</i> akan semakin banyak pengunjung yang masuk sehingga akan semakin baik	
7	Jarak	Jarak maksimum dari <i>entrance</i> menuju daya tarik lain adalah 200-240m	

Dari rangkuman tabel tersebut terdapat indikator yang akan digunakan dalam meneliti dan akan dinilai dengan 2 kategori penilaian. Kategori Baik jika *entrance* telah memenuhi ciri-

<sup>6</sup> Maitland, B. (1990). *The New Architecture of Retail Mall*. New York: Van Nostrand Reinhold

<sup>7</sup> Frics, R. I., & Haskoll, M. (1977). *Shopping Centres: A Developer's Guide to Planning and Design*. England: Colege of Estate Management

ciri prinsip dasar entrance pada pusat perbelanjaan dan kategori buruk apabila entrance belum memenuhi ciri-ciri prinsip dasar entrance pada pusat perbelanjaan yang kemudian, hasil tersebut akan dinilai apakah entrance tersebut lebih mengarah pada kategori baik atau buruk sebagai *entrance* dan akan dikaji pengaruhnya terhadap sirkulasi pengunjung

- Teori Wayfinding

Penggunaan Teori *Wayfinding* digunakan untuk mengetahui bagaimana hubungan antara *entrance* dengan fenomena yang terdapat pada Paskal 23 yaitu pengunjung yang seringkali merasa bingung.

*Wayfinding* adalah sebuah kemampuan untuk mempelajari rute melalui lingkungan sekitarnya<sup>8</sup>. Terdapat 5 elemen utama dalam *architectural wayfinding* yaitu<sup>9</sup> Paths, Markers, Nodes, Edges, dan Zones. Berikut ini adalah rangkuman kriteria dalam mendesain elemen *Architectural Wayfinding* yang baik sebagai berikut:

Tabel 2. Kriteria Kriteria Desain Elemen *Architectural Wayfinding*

No.	Elemen	Kriteria	Keterangan
1	Paths	Jelas	Fokal poin dan sistem jalur sirkulasi yang jelas Membedakan jalur sirkulasi yang berlainan dengan membedakan lebar, ketinggian, material atau warna yang digunakan Bedakan secara jelas area publik dan privat
		Terarah	Dapat mengarahkan pengunjung dari suatu node ke node lainnya.
		Intuitif dan <i>Perceptible</i>	Sistem sirkulasi dikomunikasikan kepada pengguna segera setelah memasuki bangunan
2	Markers	Strategis	Meletakkan penanda pada tempat yang dapat terlihat dari segala arah Menempatkan penanda pada fokal poin dan pada tempat yang berhubungan dengan persimpangan. Tempatkan bukaan-bukaan pada posisi yang strategis
		Berkarakter	Penambahan Elemen visual seperti kanopi, kantilever, lansekap, dll Membuat sistem penanda yang berkarakter pada bagian berbeda agar mudah dikenali dan diingat
3	Nodes	Informatif	Menempatkan informasi yang hanya diperlukan untuk saat itu saja
		Mudah Dipahami	Penggunaan sistem node yang mudah dipahami seperti grid
4	Edges	Spesifik	Merancang sebuah area perbatasan yang spesifik untuk memudahkan deteksi visual
		Jelas	Permainan kontras dan tekstur dan juga kekerasan lantai bangunan untuk menentukan suatu tepi/batas yang jelas
5	Zones	Unik	Desain setiap zona agar unik dan mudah diingat
		Tertib	Penempatan signage pada jalur menuju ke zona tertentu dapat dilakukan untuk memperkuat proses identifikasi karakter zona yang bersangkutan

<sup>8</sup> Blades, M. 1991. *Wayfinding Theory and Research: The Need for a New Approach*. United Kingdom: Springer, Dordrecht.

<sup>9</sup> Passini, R. 1984. *Wayfinding in Architecture*. New York: Van Nostrand Reinhold.

### 3. METODA PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif deskriptif karena dalam penelitian ini, ingin digunakan pendekatan induktif untuk menampilkan perspektif dari subjek untuk ditonjolkan. Penentuan sampel penelitian dilakukan khususnya pada pengunjung yang melewati *entrance* yang terdapat pada Paskal 23 Shopping Center. Penentuan ini dilakukan untuk mengetahui mengapa pengunjung menggunakan *entrance* tersebut ketimbang *entrance* lainnya. Objek studi penelitian yang digunakan adalah Paskal23 Shopping Center yang terletak pada kawasan Paskal Hypersquare, Bandung. Penelitian dilakukan pada setiap *entrance* Paskal23 Shopping Center yang dilalui oleh pengunjung dan juga pada setiap sirkulasi pengunjung di dalam bangunan.

Terdapat tiga tahap yang dilakukan dalam menganalisa data yaitu tahap reduksi data dilakukan dengan cara mengerucutkan data yang didapat dengan menggunakan teori-teori yang berkaitan agar memfokuskan penelitian sehingga lebih tajam. Penyajian data dilakukan dengan teks naratif, catatan lapangan, dan juga matriks yang kemudian dinilai menjadi 2 kategori baik dan buruk. Setelah itu, dilakukan penarikan kesimpulan untuk menjawab pertanyaan penelitian ini..



Figur 2. Lokasi Paskal 23 Shopping Center  
Sumber: google maps, 2019

#### Data Umum Kawasan:

- Lokasi : Kota Bandung, Jawa Barat
- Alamat : Jalan Pasir Kaliki No. 25-27
- Luas Lahan : 60.000m<sup>2</sup>
- Luas Bangunan : 40.000m<sup>2</sup>
- Jumlah Lantai : 3 lantai + 1 Basement
- Waktu Dibuka : April 2017
- Developer : PT Indonesia Paradise Property Tbk.

Terdapat dua jenis data yang di dapat. Data tersebut adalah data primer dan data sekunder. Data primer didapatkan dari hasil pengamatan terhadap jalur sirkulasi pengunjung pada Paskal23 Shopping Center, pengamatan terhadap tiap *entrance*, dan wawancara terhadap pengunjung. Selain itu dikumpulkan juga data berupa dokumentasi. Data sekunder didapatkan dengan melakukan kajian studi literatur yang berkaitan dengan teori mengenai pusat perbelanjaan, sirkulasi, mengenai *entrance*, dan Teori *wayfinding*.

### 4. ANALISA

#### 4.1 PENGARUH MULTI-ENTRANCE TERHADAP SIRKULASI PENGUNJUNG

**Klasifikasi Paskal 23 Shopping Center.** Paskal 23 Shopping Center merupakan sebuah pusat perbelanjaan yang masih tergolong baru di Kota Bandung. Paskal 23 Shopping Center merupakan pusat perbelanjaan yang terletak dalam sebuah kompleks yang direncanakan di

bawah satu manajemen yaitu PT. Indonesia Paradise Property Tbk. sehingga Paskal 23 dapat dikategorikan sebagai sebuah *shopping center* menurut Beddington. Paskal 23 *Shopping Center* memiliki luas 40.000m<sup>2</sup> atau sekitar 431.000 kaki<sup>2</sup> dan pada Paskal 23 *Shopping Center* menawarkan berbagai macam barang yang cukup lengkap mulai dari mode fashion, makanan, gadget, entertainment, dan masih banyak lagi. Berdasarkan luasannya, Paskal 23 *Shopping Center* ini termasuk ke dalam klasifikasi Regional Mall menurut *International Classification of Shopping Centers*.

Paskal 23 *Shopping Center* memiliki tipologi pusat perbelanjaan terpadu karena pada terdapat area tertutup pada bagian tengah dan juga terdapat bagian terbuka pada sebagian sisi-sisinya.

### Analisa Entrance Paskal 23 Shopping Center pada Lantai Dasar

Tabel 3. Data Jumlah Pengunjung pada Setiap Entrance

No	Pintu	Waktu	Hari													
			Senin		Selasa		Rabu		Kamis		Jumat		Sabtu		Minggu	
			IN	OUT	IN	OUT	IN	OUT	IN	OUT	IN	OUT	IN	OUT	IN	OUT
1	A	Pk. 13.00-14.00	84	76	89	82	90	98	121	55	101	85	144	94	136	99
2	B	Pk. 13.00-14.00	52	81	95	87	128	86	131	114	116	120	130	117	141	122
3	C	Pk. 13.00-14.00	137	202	225	249	302	314	333	326	296	301	428	303	402	350
4	D	Pk. 13.00-14.00	10	15	14	20	12	18	16	22	25	28	23	40	29	38
5	E	Pk. 13.00-14.00	30	33	28	46	55	59	53	54	44	49	75	69	67	50
6	F	Pk. 13.00-14.00	24	35	25	31	28	35	33	65	40	42	113	72	70	65
7	G	Pk. 13.00-14.00	105	90	78	69	79	90	95	88	101	92	98	85	112	81



Figur 3. Entrance Pada Lantai Dasar

Dari hasil survey yang telah dilakukan selama satu minggu secara berturut-turut untuk mengambil data dalam jangka waktu yang sama pada setiap *entrance* Paskal 23 *Shopping Center*, dapat dilihat dari Tabel 4.1 bahwa pengunjung yang datang pada Paskal 23 *Shopping Center* semakin meningkat pada akhir pekan yaitu pada Hari Sabtu dan Minggu karena pusat perbelanjaan pada saat ini tidak lagi berfungsi sebagai tempat berbelanja saja namun juga sebagai tempat berekreasi maka pada akhir pekan, pengunjung yang datang lebih ramai daripada hari biasanya. Dari Tabel 4.1 tersebut, dapat dilihat bahwa dengan adanya *multi-entrance* yang terdapat pada Paskal 23 *Shopping Center*, perbandingan jumlah pengunjung yang melalui setiap *entrance* tidak seimbang. Dari Hari Senin sampai Hari Minggu, *Entrance C* adalah *entrance* yang memiliki jumlah pengunjung paling banyak untuk keluar ataupun masuk walaupun *Entrance C* tidak terletak pada lobby utama, sedangkan *Entrance D* adalah *entrance* yang memiliki jumlah pengunjung paling sedikit untuk keluar ataupun masuk.

Terdapat faktor-faktor yang mungkin mempengaruhi jumlah pengunjung pada setiap *entrance* pada Paskal 23 Shopping Center yang akan dianalisis pada bab ini dengan menggunakan teori *entrance* menurut Frics dan Haskoll.

### Entrance A

Dari tabel di samping, dapat diketahui bahwa penilaian lokasi *Entrance A* dinilai baik karena lokasinya mudah dicapai dari Hotel Yello, ruko-ruko, dan parkir outdoor yang sejajar. *Entrance A* dinilai aman karena dapat mengakomodasi pengunjung untuk melarikan diri saat terjadi bahaya. Penilaian Mengundang dinilai baik karena pada *Entrance A* terdapat kanopi yang cukup besar beserta tulisan Paskal 23 sehingga dapat mengundang pengunjung. Penilaian terarah dinilai baik karena dari *Entrance A*, pengunjung diarahkan menuju Atrium maupun sirkulasi vertikal berupa eskalator. Penilaian dikenali dinilai buruk karena dari dalam bangunan, keberadaan *Entrance A* tidak memiliki elemen fisik yang spesifik dan berbeda dari lainnya sehingga keberadaan *Entrance A* dari dalam bangunan sulit dikenali. Skala dan Lebar *Entrance A* dinilai buruk karena *Entrance A* terletak pada lobby utama namun skala dan lebarnya tidak mendukung hal tersebut. Jarak dinilai baik karena jarak dari *entrance* menuju atrium tidak lebih dari 200meter.

Tabel 4. Kriteria *Entrance A* sesuai Prinsip Dasar *Entrance*

NO.	CIRI-CIRI	Entrance
		A
1	Lokasi	●
2	Aman	●
3	Mengundang	●
4	Terarah	●
5	Dikenali	●
6	Bentuk	
	Skala	●
	Lebar	●
7	Jarak	●

\*Keterangan: ● = Baik    ● = Buruk

### Entrance B

Dari tabel di samping, dapat diketahui bahwa penilaian lokasi *Entrance B* dinilai buruk karena lokasinya sulit dicapai dari ruko-ruko dan parkir outdoor karena pengunjung harus menyebrangi jalan dan lokasinya jauh. *Entrance B* dinilai aman karena dapat mengakomodasi pengunjung untuk melarikan diri saat terjadi bahaya. Penilaian Mengundang dinilai baik karena pada *Entrance B* terdapat kanopi yang cukup besar sehingga dapat mengundang pengunjung. Penilaian terarah dinilai baik karena dari *Entrance B* pengunjung diarahkan menuju Atrium maupun sirkulasi vertikal berupa eskalator. Penilaian dikenali dinilai buruk karena dari dalam bangunan, keberadaan *Entrance B* tidak memiliki elemen fisik yang spesifik dan berbeda dari lainnya sehingga keberadaan *Entrance B* dari dalam bangunan sulit dikenali. Skala dan Lebar *Entrance B* dinilai buruk karena *Entrance B* terletak pada lobby utama namun skala dan lebarnya tidak mendukung hal tersebut. Jarak dinilai baik karena jarak dari *entrance* menuju atrium tidak lebih dari 200meter.

Tabel 5. Kriteria *Entrance B* Sesuai Prinsip Dasar *Entrance*

NO.	CIRI-CIRI	Entrance
		B
1	Lokasi	●
2	Aman	●
3	Mengundang	●
4	Terarah	●
5	Dikenali	●
6	Bentuk	✕
	Skala	●
	Lebar	●
7	Jarak	●

\*Keterangan: ● = Baik    ● = Buruk

### Entrance C

Dari tabel di samping, dapat diketahui bahwa penilaian lokasi *Entrance C* dinilai baik karena lokasinya mudah dicapai dari ruko-ruko, parkir outdoor, Fave Hotel, dan toilet. *Entrance C* dinilai aman karena dapat mengakomodasi pengunjung untuk melarikan diri saat terjadi bahaya. Penilaian Mengundang dinilai baik karena pada *Entrance C* terdapat kanopi yang cukup besar dan transparan sehingga dapat mengundang pengunjung. Penilaian terarah dinilai baik karena dari *Entrance C* pengunjung diarahkan menuju Atrium dengan jarak sekitar 15 meter. Penilaian dikenali dinilai baik karena dari dalam bangunan, keberadaan *Entrance C* memiliki elemen fisik yang berbeda dari lainnya seperti ukurannya sekitar 13 meter dan terdapat kolom dengan hiasan tanaman rambat sehingga keberadaan *Entrance C* dari dalam bangunan mudah dikenali. Skala dan Lebar *Entrance C* dinilai baik karena *Entrance C* memiliki skala dan lebar yang cukup besar. Jarak dinilai baik karena jarak dari *entrance* menuju atrium tidak lebih dari 200 meter yaitu 15 meter.

NO.	CIRI-CIRI	Entrance
		C
1	Lokasi	●
2	Aman	●
3	Mengundang	●
4	Terarah	●
5	Dikenali	●
6	Bentuk	
	Skala	●
	Lebar	●
7	Jarak	●

\*Keterangan: ● = Baik    ● = Buruk

Tabel 6. Kriteria *Entrance C* Sesuai Prinsip Dasar *Entrance*

### Entrance D

Dari tabel di samping, dapat diketahui bahwa penilaian lokasi *Entrance D* dinilai buruk karena lokasinya sulit dicapai dari area drop-off. *Entrance D* dinilai aman karena dapat mengakomodasi pengunjung untuk melarikan diri saat terjadi bahaya. Penilaian Mengundang dinilai buruk karena pada *Entrance D* letaknya yang tersembunyi. Penilaian terarah dinilai baik karena dari *Entrance D* pengunjung diarahkan menuju anchor tenant Hero Supermarket. Penilaian dikenali dinilai buruk karena dari dalam bangunan, keberadaan *Entrance D* tidak terlalu terlihat. Skala dan Lebar *Entrance D* dinilai buruk karena *Entrance D* memiliki skala dan lebar yang kecil yaitu sekitar 4 meter. Jarak dinilai baik karena jarak dari *entrance* menuju koridor *entrance E* tidak lebih dari 200 meter.

NO.	CIRI-CIRI	Entrance
		D
1	Lokasi	●
2	Aman	●
3	Mengundang	●
4	Terarah	●
5	Dikenali	●
6	Bentuk	
	Skala	●
	Lebar	●
7	Jarak	●

\*Keterangan: ● = Baik    ● = Buruk

Tabel 7. Kriteria Entrance D Sesuai Prinsip dasar Entrance

### Entrance E

Dari tabel di samping, dapat diketahui bahwa penilaian lokasi Entrance E dinilai baik karena lokasinya mudah dicapai dari Binus. Entrance E dinilai aman karena dapat mengakomodasi pengunjung untuk melarikan diri saat terjadi bahaya. Penilaian Mengundang dinilai baik karena pada Entrance E terdapat kanopi yang cukup besar untuk mengundang pengunjung. Penilaian terarah dinilai baik karena dari Entrance E pengunjung diarahkan menuju atrium atau sirkulasi vertikal berupa eskalator. Penilaian dikenali dinilai buruk karena dari dalam bangunan, keberadaan Entrance E tidak mudah dikenali karena tidak terdapat elemen khusus yang membedakan entrance ini dengan entrance yang lainnya. Skala dan Lebar Entrance E dinilai buruk karena Entrance E memiliki skala dan lebar yang tidak terlalu besar yaitu sekitar 6.8 meter. Jarak dinilai baik karena jarak dari entrance menuju atrium tidak lebih dari 200meter yaitu sekitar 70 meter.

Tabel 8. Kriteria Entrance E Sesuai Prinsip dasar Entrance

NO.	CIRI-CIRI	Entrance
		E
1	Lokasi	●
2	Aman	●
3	Mengundang	●
4	Terarah	●
5	Dikenali	●
6	Bentuk	
	Skala	●
	Lebar	●
7	Jarak	●

\*Keterangan: ● = Baik    ● = Buruk

### Entrance F

Dari tabel di samping, dapat diketahui bahwa penilaian lokasi Entrance F dinilai buruk karena lokasinya sulit dicapai dan jauh. Entrance F dinilai aman karena dapat mengakomodasi pengunjung untuk melarikan diri saat terjadi bahaya. Penilaian Mengundang dinilai baik karena pada Entrance F terdapat kanopi yang cukup besar untuk menarik perhatian. Penilaian terarah dinilai baik karena dari Entrance F pengunjung diarahkan menuju atrium dan sirkulasi vertikal berupa eskalator. Penilaian dikenali dinilai buruk karena dari dalam bangunan, keberadaan Entrance E tidak mudah dikenali karena tidak terdapat elemen khusus yang membedakan entrance ini dengan entrance yang lainnya.. Skala dan Lebar Entrance E dinilai buruk karena Entrance E memiliki skala dan lebar yang kecil yaitu sekitar 6.8 meter. Jarak dinilai baik karena jarak dari entrance menuju atrium tidak lebih dari 200meter yaitu sekitar 70 meter.

Tabel 9. Kriteria Entrance F Sesuai Prinsip dasar Entrance

NO.	CIRI-CIRI	Entrance
		F
1	Lokasi	●
2	Aman	●
3	Mengundang	●
4	Terarah	●
5	Dikenali	●
6	Bentuk	
	Skala	●
	Lebar	●
7	Jarak	●

\*Keterangan: ● = Baik    ● = Buruk

### Entrance G

Dari tabel di samping, dapat diketahui bahwa penilaian lokasi *Entrance G* dinilai baik karena lokasinya mudah dicapai dari ruko-ruko, area parkir yang cukup luas, dan parkir motor. *Entrance G* dinilai aman karena dapat mengakomodasi pengunjung untuk melarikan diri saat terjadi bahaya. Penilaian Mengundang dinilai buruk karena pada *Entrance G* kanopinya tersamar dan tidak terlalu terlihat karena sejajar dengan ruko-ruko di sampingnya. Penilaian terarah dinilai baik karena dari *Entrance G* pengunjung diarahkan menuju atrium. Penilaian dikenali dinilai baik karena *Entrance G* memiliki ukuran dan elemen dekorasi yang berbeda dari entrance lainnya. Skala dan Lebar *Entrance G* dinilai baik karena *Entrance G* memiliki skala dan lebar yang paling besar yaitu sekitar 14.3 meter. Jarak dinilai baik karena jarak dari *entrance* menuju atrium tidak lebih dari 200meter.

Tabel 10. Kriteria Entrance G Sesuai Prinsip dasar Entrance

NO.	CIRI-CIRI	Entrance
		G
1	Lokasi	●
2	Aman	●
3	Mengundang	●
4	Terarah	●
5	Dikenali	●
6	Bentuk	
	Skala	●
	Lebar	●
7	Jarak	●

\*Keterangan: ● = Baik    ● = Buruk

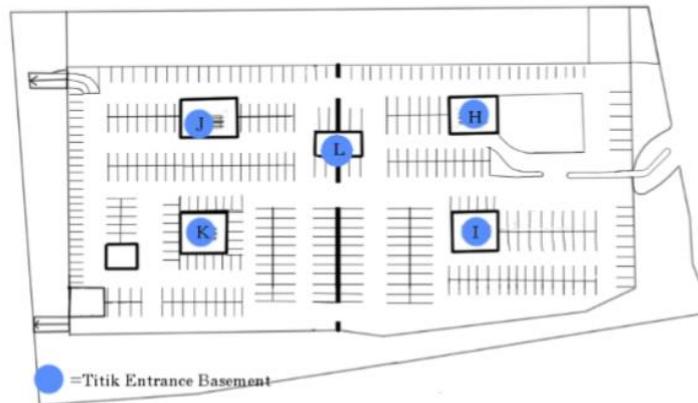
### Analisa Entrance Paskal 23 Shopping Center pada Lantai Basement

Dari hasil analisa pada lantai basement, dapat diketahui bahwa entrance yang terdapat pada lantai basement dapat memudahkan pengunjung untuk masuk ke dalam bangunan, namun keberadaannya kurang dikenali karena entrance H,I,J, dan K yang terdapat pada basement memiliki elemen-elemen fisik yang hampir mirip satu dan lainnya seperti penggunaan material kaca sebagai pelingkup dan terdapat papan iklan yang sama. Sedangkan entrance L adalah entrance yang mengakomodasikan lift. Namun, pengunjung jarang menggunakan lift karena telah terdapat entrance dengan eskalator yang akan lebih cepat dibandingkan harus menunggu lift. Namun keberadaan lift juga dibutuhkan terutama untuk mengakomodasi penyandang disabilitas, orangtua dan pengunjung yang membawa anak kecil.

Tabel 11. Kriteria *Entrance* pada Lantai Dasar sesuai Prinsip Dasar *Entrance*

NO.	CIRI-CIRI	<i>Entrance</i>						
		A	B	C	D	E	F	G
1	Lokasi	●	●	●	●	●	●	●
2	Aman	●	●	●	●	●	●	●
3	Mengundang	●	●	●	●	●	●	●
4	Terarah	●	●	●	●	●	●	●
5	Dikenali	●	●	●	●	●	●	●
6	Bentuk	/ / / / / / /						
	Skala	●	●	●	●	●	●	●
	Lebar	●	●	●	●	●	●	●
7	Jarak	●	●	●	●	●	●	●

\*Keterangan: ● = Baik    ● = Buruk



Figur 4. Entrance Pada Lantai Basement

Tabel 12. Kriteria *Entrance* pada Lantai Dasar sesuai Prinsip Dasar *Entrance*

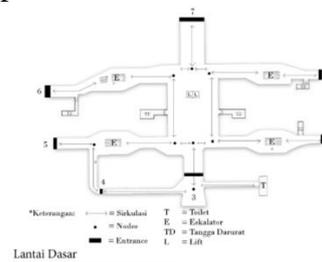
NO.	CIRI-CIRI	<i>Entrance</i>				
		H	I	J	K	L
1	Lokasi	●	●	●	●	●
2	Aman	●	●	●	●	●
3	Mengundang	●	●	●	●	●
4	Terarah	●	●	●	●	●
5	Dikenali	●	●	●	●	●
6	Bentuk	/ / / / /				
	Skala	●	●	●	●	●
	Lebar	●	●	●	●	●
7	Jarak	●	●	●	●	●

### Analisa Sirkulasi Pengunjung Paskal23 Shopping Center berdasarkan Teori Wayfinding

Tabel 13. Kriteria *Architectural Wayfinding* pada Paskal 23 Shopping Center

No.	Elemen	Kriteria	Lantai Dasar	Lantai 1	Lantai 2
1	Paths	Jelas	-	-	√
		Terarah	√	√	√
		Intuitif dan <i>Perceptible</i>	√	√	√
2	Markers	Strategis	√	√	√
		Berkarakter	-	-	√
3	Nodes	Informatif	√	√	√
		Mudah Dipahami	√	√	√
4	Edges	Spesifik	-	-	-
		Jelas	-	-	-
5	Zones	Unik	-	-	√
		Tertib	√	-	√

Berdasarkan hasil analisis menurut teori *wayfinding*, maka dapat disimpulkan bahwa pada lantai dasar, penilaian elemen paths masih belum memuaskan karena masih belum terlihatnya kejelasan sirkulasi secara horizontal yang dapat membantu pengunjung dalam mengidentifikasi keberadaan setiap entrance.



Figur 5. Sirkulasi Lantai Dasar

Sedangkan penilaian terhadap markers juga masih belum memuaskan karena seharusnya, entrance pada lantai dasar dapat membantu pengunjung untuk mengidentifikasi lokasi di dalam bangunan sebagai salah satu markers. Namun, entrance yang terdapat pada lantai dasar terdiri dari 7 pintu dan dari ke-7 pintu masuk ini masih terdapat *entrance* yang belum memiliki karakter yang kuat yaitu entrance A,B, E, dan F dengan memiliki elemen-elemen dekorasi yang dibuat sama seperti penggunaan elemen silinder bambu, kemiripan ukurannya, dan penggunaan material kaca berdekorasi batik juga dibuat sama sehingga seringkali pengunjung dibuat bingung dengan *entrance* tersebut.



Koridor pada Entrance A



Koridor pada Entrance B



Koridor pada Entrance E



Koridor pada Entrance F

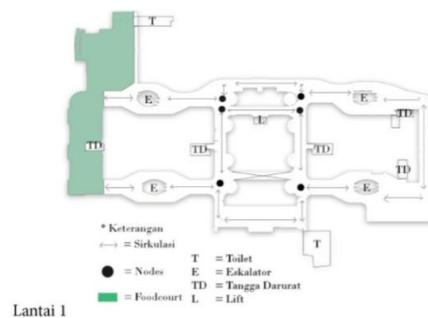
Figur 6. Persamaan elemen dekorasi pada setiap koridor

Selain itu, pada lantai dasar, keberadaan elemen dekorasi yang terdapat pada setiap koridor yang mengarah pada setiap *entrance* memiliki warna dan bentuk yang sama sehingga pengunjung dibuat bingung oleh hal tersebut.



Figur 7. Nodes pada Lantai dasar

Penilaian nodes pada lantai dasar sudah cukup memuaskan karena pada setiap nodes di lantai dasar sudah cukup informatif dan mudah dipahami yang dapat membantu pengunjung dalam bersirkulasi menemukan lokasi dan arah terutama arah menuju lobby. Penilaian elemen edges tidak memuaskan karena semua jalur sirkulasi yang terdapat pada lantai dasar tidak memiliki perbedaan yang jelas dan tidak terdapat batasan yang spesifik pada bagian entrance. Penilaian zonasi juga dikatakan belum memuaskan karena walaupun zona sudah tertata dengan rapi, namun tidak diimbangi dengan desain yang sesuai dengan karakter zona tersebut sehingga terdapat 3 zona yang menlingkupi *Entrance A, B, dan F* yang sama pada lantai dasar namun ketiganya memiliki karakter yang hampir mirip sehingga dapat membuat bingung pengunjung.



Lantai 1

Gambar 4.84 Sirkulasi Lantai 1  
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Figur 8 Sirkulasi Lantai 1

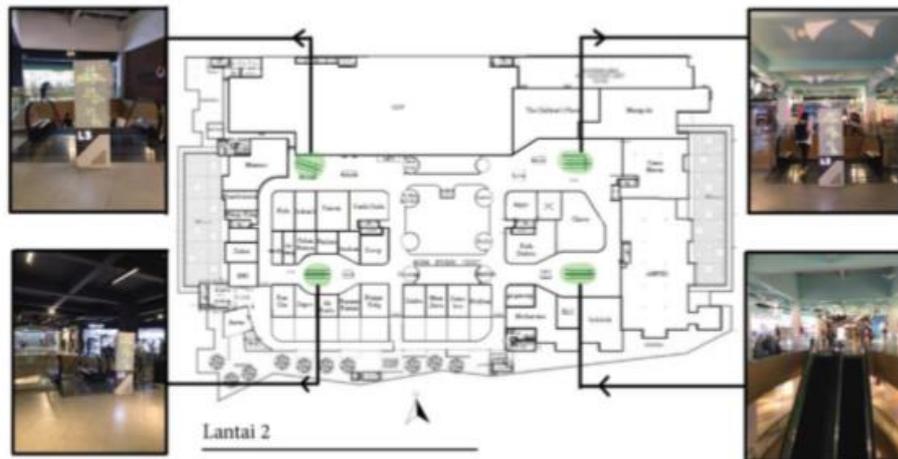
Pada lantai 1, penilaian terhadap elemen paths masih belum memuaskan karena pada lantai 1, bentuk sirkulasinya yang sedikit rumit dan tidak terdapat perbedaan yang jelas untuk

dapat mengidentifikasi keberadaan eskalator pada lantai 1 . Untuk sirkulasi vertikal juga dianggap masih belum jelas karena tidak terdapat perbedaan yang jelas dari segi desain dan elemen dekorasinya walaupun letaknya sudah strategis yang dapat memudahkan sirkulasi pengunjung. Penilaian terhadap elemen markers juga masih belum jelas karena pada lantai 1 walaupun letak markers sudah strategis, namun masih belum berkarakter dengan kuat sehingga untuk mengidentifikasi keberadaan eskalator masih tidak kuat.

Penilaian terhadap nodes sudah cukup memuaskan karena sistem nodes yang dipakai sederhana dengan bentuk grid dan pada setiap nodes sudah terdapat informasi-informasi grafis yang dapat memudahkan pengunjung dalam bersirkulasi dan menentukan arah. Penilaian terhadap edges tidak memuaskan karena tidak terdapat batasan yang spesifik dan jelas pada setiap eskalator. Penilaian terhadap zones juga tidak memuaskan karena zona yang terdapat pada lantai 1 tidak tertib dan tidak berkarakter sehingga pengunjung tidak dapat menggunakan zones sebagai petunjuk dalam menentukan lokasi eskalator.

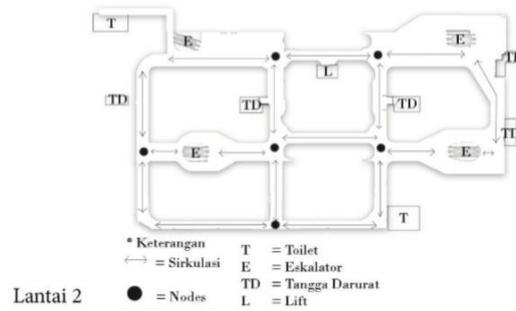


Figur 9. Nodes pada Lantai 1



Figur 10 Sirkulasi Vertikal pada Lantai 2

Pada lantai 2, penilaian terhadap elemen paths sudah dianggap cukup memuaskan karena sirkulasi yang terdapat pada lantai 2 sudah cukup jelas, terarah dan letak sirkulasi vertikalnya sendiri yang strategis.



Figur 11 Sirkulasi pada Lantai 2

Penilaian terhadap markers dianggap belum memuaskan karena letak anchor tenant yang sudah cukup strategis dan elemen sirkulasi yang strategis, namun masih belum terlihat berkarakter sehingga sulit untuk menentukan keberadaan eskalator pada lantai 2.



Figur 12. Nodes pada lantai 2

Penilaian nodes juga sudah dikatakan cukup memuaskan karena sistem nodes yang digunakan sederhana berbentuk grid dan juga sudah informatif. Penilaian terhadap edges tidak memuaskan karena tidak terdapat batasan yang spesifik dan jelas pada lantai 2.

Penilaian zones juga dikatakan belum memuaskan walaupun sudah cukup tertib namun belum memiliki karakter yang kuat dan unik untuk mengidentifikasi keberadaan eskalator di lantai 2.

## 5. KESIMPULAN

Sirkulasi dalam sebuah pusat perbelanjaan tentu menjadi poin penting dalam kesuksesan sebuah pusat perbelanjaan. Dalam hal ini, terdapat beberapa unsur yang mempengaruhi sirkulasi yaitu, pencapaian bangunan, *entrance*, bentuk ruang sirkulasi, serta konfigurasi jalur sirkulasi. *Entrance* yang merupakan titik awal dan titik akhir dalam sebuah sirkulasi. Hal ini penting dalam merancang sebuah sirkulasi pada pusat perbelanjaan.

### ***Entrance* pada Paskal 23 Shopping Center berdasarkan teori Frics dan Haskell**

Dapat diketahui bahwa *Entrance C* adalah *entrance* yang memiliki jumlah pengunjung paling banyak baik untuk aktivitas keluar maupun masuk bangunan. Hal ini berbanding lurus dengan hasil yang didapat dari tabel di atas, bahwa *Entrance C* adalah *entrance* yang tergolong baik berdasarkan teori Frics dan Haskell. Walaupun telah terdapat *entrance* yang tergolong paling baik berdasarkan teori Frics dan Haskell, dilihat pula dari bentuk bangunannya, Paskal 23 Shopping Center memiliki 4 muka bangunan karena terletak pada pusat suatu kawasan yang dikelilingi oleh ruko-ruko dengan berbagai fungsi komersial sehingga dengan keberadaan *multi-entrance* pada Paskal 23 Shopping Center, tentu akan mempermudah pengunjung untuk mencapai ke dalam bangunan maupun untuk keluar dari bangunan. Selain itu, berdasarkan analisis yang didapat, *Entrance D* dan *F* adalah *entrance* yang tidak terlalu efektif karena

letaknya yang berdekatan dengan *entrance* lain dan lokasinya yang tidak mudah untuk dicapai sehingga dapat dilihat pula dari tabel 3, jumlah pengunjung yang melalui *entrance* ini tidak terlalu banyak.

### **Sirkulasi Pengunjung Paskal 23 Shopping Center berdasarkan Teori Wayfinding.**

Berdasarkan dari analisis di atas, dapat disimpulkan bahwa pada lantai dasar, *entrance* yang dapat dengan mudah diidentifikasi adalah *Entrance C* dan *Entrance G* karena kedua *entrance* ini memiliki ukuran yang berbeda dan juga memiliki elemen dekorasinya masing-masing dan berbeda dari yang lainnya, sedangkan *Entrance A, B, D, E, dan F* tidak memiliki karakter yang kuat untuk dapat dengan mudah diidentifikasi oleh pengunjung dilihat dari elemen-elemen wayfindingnya.

Pada lantai 1, terdapat sirkulasi vertikal yang menghubungkan lantai dasar dan lantai 1. Keberadaan sirkulasi vertikal pada lantai ini juga masih belum dapat diidentifikasi dengan kuat karena elemen-elemen wayfinding pada lantai 1 masih belum terintegrasi dengan baik.

Pada lantai 2 keberadaan sirkulasi vertikal ada yang dapat diidentifikasi dengan mudah yaitu pada bagian CGV karena CGV merupakan anchor tenant yang memiliki karakter tersendiri dan kuat. Selain itu, sirkulasi vertikal yang berada pada zona anak-anak juga masih belum dapat diidentifikasi dengan kuat karena keduanya memiliki elemen-elemen wayfinding yang hampir mirip.

Oleh karena itu, berdasarkan hasil yang didapat dari analisis diatas untuk menjawab pertanyaan penelitian ini, berdasarkan Teori *Entrance Frics* dan *Haskoll* dan Teori *Wayfinding*, dapat diketahui bahwa keberadaan *multi-entrance* yang terdapat pada Paskal 23 Shopping Center berdasarkan teori *Frics* dan *Haskoll* tentu dapat memudahkan pencapaian pengunjung dari luar bangunan maupun di dalam bangunan walaupun telah terdapat *entrance* yang paling baik sehingga keberadaan *entrance* lainnya masih diperlukan.

Namun, berdasarkan analisis *wayfindingnya*, keberadaan setiap *entrance* harus didukung dengan elemen yang dapat mempermudah pengguna untuk mengetahui keberadaan setiap *entrance* terutama di dalam bangunan sehingga hal yang sama berlaku pada sistem *multi-entrance*. Sistem *multi-entrance* ini harus memiliki elemen-elemen tersendiri dan memberikan karakter yang kuat untuk dapat menggambarkan lokasi setiap *entrance* agar mudah diingat oleh pengunjung.

Keberadaan elemen-elemen seperti *path, marker, edge, dan zones* ini tidak terlihat pada *multi-entrance* Paskal 23 Shopping Center yang pada akhirnya menimbulkan kebingungan bagi pengunjung dalam bersirkulasi di dalam bangunan untuk mencari keberadaan *entrance* yang dilaluinya pada saat datang menuju Paskal 23 Shopping Center.

## **6. DAFTAR PUSTAKA**

- Beddington, N. (1982). *Design for Shopping Centres*. England: University Press.
- Blades, M. (1991). *Wayfinding Theory and Research: The Need for a New Approach*. United Kingdom: Springer, Dordrecht.
- Ching, F. D. (1979). *Architecture: Form, Space, and Order*.
- Ching, F. D. (2000). *Arsitektur, bentuk, ruang, dan Tatanan*. Canada: John Wiley & Sons.
- CIDEA. (2010). Diakses tanggal Oktober 6, 2019, dari: <https://udeworld.com/documents/designresources/pdfs/ArchitecturalWayfinding.pdf>
- Frics, R. I., & Haskoll, M. (1977). *Shopping Centres: A Developer's Guide to Planning and Design*. England: Colege of Estate Management.
- ICSC. (2019). *Shopping Center Definitions*. International Council of Shopping Centers. Diakses tanggal Oktober 3, 2019, dari: <https://www.icsc.com/news-and-views/research/shopping-center-definitions>

- Kamus Besar Bahasa Indonesia. (2019). Diakses tanggal Oktober 3, 2019 dari:  
<https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/multi->
- Maitland, B. (1990). *The New Architecture of Retail Mall*. New York: Van Nostrand Reinhold.
- Passini, R. (1984). *Wayfinding in Architecture*. New York: Van Nostrand Reinhold.
- Rubenstein, H. M. (1978). *Central City Mall*. New York: A. Wiley Interscience Publication.