TUGAS AKHIR - DI 184836

RE-DESAIN LARISSO *DEPARTMENT STORE* UNTUK MENINGKATKAN *CUSTOMER EXPERIENCE* DENGAN SENTUHAN BUDAYA PENDALUNGAN

WAHYULIANA DEWI
NRP. 08411640000002

Dosen Pembimbing:
Thomas Ari Kristianto, S.Sn., M.T

DEPARTEMEN DESAIN INTERIOR
Fakultas Desain Kreatif dan Bisnis Digital
Institut Teknologi Sepuluh Nopember
Surabaya 2020

TUGAS AKHIR - DI 184836

RE-DESAIN LARISSO *DEPARTMENT STORE* UNTUK MENINGKATKAN *CUSTOMER EXPERIENCE* DENGAN SENTUHAN BUDAYA PENDALUNGAN

WAHYULIANA DEWI
NRP. 08411640000002

Dosen Pembimbing:
Thomas Ari Kristianto, S.Sn., M.T

DEPARTEMEN DESAIN INTERIOR
Fakultas Desain Kreatif dan Bisnis Digital
Institut Teknologi Sepuluh Nopember
Surabaya 2020

LEMBAR PENGESAHAN

RE-DESAIN LARISSO *DEPARTMENT STORE* UNTUK MENINGKATKAN *CUSTOMER EXPERIENCE* DENGAN SENTUHAN BUDAYA PENDALUNGAN

TUGAS AKHIR

Disusun untuk Memenuhi Salah Satu Syarat

Memperoleh Gelar Sarjana Desain

Pada

Departemen Desain Interior

Fakultas Desain Kreatif dan Bisnis Digital

Institut Teknologi Sepuluh Nopember

Oleh:

WAHYULIANA DEWI

NRP. 08411640000002

Disetujui oleh Dosen Pembimbing Tugas Akhir:

12 Agt 20

Thomas Ari Kristianto, S. Sn, M.T

NIP. 19750429 200112 1002

KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
INSTITUT TEKNOLOGI SEPULUH NOPEMBER
FAKULTAS DESAIN KREATIF DAN BISNIS DIGITAL
DEPARTEMEN DESAIN INTERIOR

SURABAYA

AGUSTUS 2020

RE-DESAIN LARISSO *DEPARTMENT STORE* UNTUK MENINGKATKAN *CUSTOMER EXPERIENCE* DENGAN SENTUHAN BUDAYA PENDALUNGAN

Nama : Wahyuliana Dewi

Nrp : 08411460000002

Departemen : Desain Interior

Dosen Pembimbing : Thomas Ari Kristianto, S.Sn., M.T

ABSTRAK

Semakin berkembangnya zaman, kebutuhan manusia semakin meningkat. Meskipun berbelanja *online* hanya diujung jari, namun masyarakat menengah kebawah lebih menyukai berbelanja secara *offline*. Kehadiran LaRisso *Department Store* di Kecamatan Ambulu disambut baik oleh masyarakat sekitar. Karena letaknya yang strategis, LaRisso *Department Store* dapat digunakan sebagai alat untuk mengenalkan budaya pada masyarakat sekitar.

Sejak diresmikan pada bulan Juni 2011 LaRisso *Department Store* belum pernah melakukan renovasi besar – besaran. Hal ini sangat dibutuhkan mengingat LaRisso *Department Store* selalu menambah produk dan fasilitas yang kurang diimbangi dengan *customer experience.* Maka dari itu konsep yang diangkat pada perancangan ini adalah pengaplikasian *mixed retail layout* dengan furniture *moveable* dan penambahan sistem *display* produk yang dikombinasikan dengan budaya Pendalungan Jember.

Konsep tersebut diharapkan dapat meningkatkan *customer experience* pada LaRisso *Department Store.* Selain itu, karya Tugas Akhir ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi dalam dunia interior *department store* di Indonesia

Kata kunci: *Customer Experience, Department Store, Desain Interior, Pendalungan*

Halaman ini sengaja dikosongkan

RE-DESIGN LARISSO DEPARTMENT STORE TO IMPROVE CUSTOMER EXPERIENCE WITH A TOUCH OF PENDALUNGAN CULTURE

Name : Wahyuliana Dewi

ID Number : 08411460000002

Department : Interior Design

Supervisor Lecturer : Thomas Ari Kristianto, S.Sn., M.T

ABSTRACT

As time goes by, human needs are increasing. Even though shopping online is only a fingertip, middle-class people prefer shopping offline. The presence of LaRisso Department Store in Ambulu was welcomed by the surrounding community. Because of its strategic location, LaRisso Department Store can be used as a tool to introduce culture to the surrounding community.

Since it was inaugurated in June 2011 LaRisso Department Store has never done a major renovation. This is very much needed considering that LaRisso Department Store always adds products and facilities that are not matched by customer experience. Therefore, the concept raised in this design is the application of mixed retail layouts with moveable furniture and the addition of a product display system that is combined with the Pendalungan Jember.

The concept is expected to improve customer experience at LaRisso Department Store. in addition, this final project is expected to be used as a reference in the world of interior department stores in Indonesia

Keywords: *Customer Experience, Department Store, Interior Design, Pendalungan*

Halaman ini sengaja dikosongkan

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala limpahan rahmat, inayah, taufik dan hidayahnya sehingga Laporan Tugas Akhir yang berjudul "Re-Desain Larisso *Department Store* untuk Meningkatkan *Customer Experience* dengan Sentuhan Budaya Pendalungan" dapat diselesaikan tepat waktu dalam bentuk maupun isinya yang sangat sederhana. Laporan ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan di Departemen Desain Interior, Fakultas Desain Kreatif dan Bisnis Digital, Institut Teknologi Sepuluh Nopember.

Selama menyusun laporan ini, tidak sedikit hambatan yang dihadapi baik berasal dari dalam maupun dari luar sehingga masih banyak kesalahan dan kekurangan. Namun dengan penuh kesabaran dan bantuan dari bebagai pihak, akhirnya laporan ini dapat diselesaikan. Maka dari itu, penulis ingin berterimakasih yang sebesar – besarnya kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa
2. Orang Tua yang selalu mendukung dari segi materi maupun non - materi
3. Bapak Dr. Mahendra Wardhana, S.T., M.T selaku Kepala Departemen Desain Interior periode 2019 – 2024
4. Ibu Ir. Nanik Rachmaniyah, M.T selaku Dosen Koordinator Mata Kuliah Tugas Akhir
5. Bapak Thomas Ari Kristianto, S.Sn., M.T selaku Dosen Pembimbing Mata Kuliah Tugas Akhir, yang selalu sabar membimbing, mengevaluasi, memberi nasehat dan meluangkan waktu selama penulisan dan penyusunan laporan ini
6. Bapak Sabdo Adi Setiawan selaku Direktur Utama LaRisso *Department Store* yang telah mengizinkan dan meluangkan waktunya untuk observasi serta wawancara guna keperluan perancangan LaRisso *Department Store*
7. Ibu Isna selaku Manager LaRisso *Department Store* yang telah membantu memberikan data perusahaan dan menyebarkan kuisioner

kepada karyawan LaRisso *Department Store* untuk menunjang keperluan perancangan LaRisso *Department Store*

8. Pihak lain yang membantu dalam menyelesaikan penulisan laporan ini yang tidak dapat disebutkan satu per satu

Tidak dipungkiri bahwa laporan ini jauh dari sempurna, maka dari itu penulis sangat mengharapkan kritik & saran dari pembaca. Semoga Laporan ini dapat menjadi rujukan mahasiswa Desain Interior, khususnya mahasiswa Desain Interior ITS. Selain itu dapat menjadi bahan evaluasi baik bagi Departemen Desain Interior maupun ITS agar kedepannya dapat lebih baik.

Surabaya, 10 Agustus 2020

Wahyuliana Dewi

NRP. 08411640000002

DAFTAR ISI

ABSTRAK ..... **iii**
KATA PENGANTAR ..... **vii**
DAFTAR ISI ..... **ix**
DAFTAR GAMBAR ..... **xiii**
DAFTAR TABEL ..... **xviii**
DAFTAR DIAGRAM ..... **xix**
BAB I PENDAHULUAN **1**
1.1 LATAR BELAKANG 1
1.2 RUMUSAN MASALAH 2
1.3 BATASAN MASALAH 3
1.4 TUJUAN DESAIN 3
1.5 MANFAAT 3
1.5.1 Bagi Penulis 3
1.5.2 Bagi LaRisso *Department Store* 3
1.5.3 Bagi Departemen Desain Interior 3
1.5.4 Bagi Pembaca 3
1.6 LINGKUP DESAIN 4
BAB II KAJIAN PUSTAKA, EKSISTING DAN PEMBANDING **5**
2.1 *DEPARTMENT STORE* 5
2.1.1 *Department Store* di Indonesia 5
2.2 PENDALUNGAN 10
2.2.1 Pengertian Pendalungan 10
2.2.2 Budaya Pendalungan di Jember 11
2.2.3 Motif dan Warna Khas Jember 13
2.2.4 Kebiasaan Masyarakat Pendalungan 14
2.3 *RETAIL STORE LAYOUT* 15
2.3.1 Macam – Macam *Retail Store Layout* 15
2.4 PENCAHAYAAN 22
2.4.1 Pencahayaan pada Ritel 22
2.4.2 Hal yang Perlu Dipertimbangkan dalam Pencahayaan Ritel 24
2.5 PENGHAWAAN 26
2.5.1 Faktor Penghawaan dalam Perencanaan Ruang 26

2.6 *CUSTOMER EXPERIENCE* 28
2.7 STUDI ANTROPOMETRI 31
2.7.1 Studi Antropometri *Display* 31
2.7.2 Studi Antropometri *Café* 34
2.8 SISTEM KEAMANAN PADA *RETAIL* 38
2.8.1 Jenis Ancaman Sistem Keamanan 38
2.8.2 Upaya Mengatasi Ancaman Keamanan 40
2.9 STUDI EKSISTING: LARISSO *DEPARTMENT STORE* 48
2.9.1 Sejarah LaRisso *Department Store* 48
2.9.2 Lokasi 49
2.9.3 Fasilitas 49
2.9.4 *Company Profile* 59
2.9.5 Standar Desain 61
2.9.6 Analisa Denah Eksisting 63
2.9.7 Analisa Fungsi Ruang 66
2.10STUDI PEMBANDING 67
2.10.1 Miniso 67
2.10.2 Pull&Bear 70
2.10.3 Tana Toraja 73
BAB III METODE DESAIN 75
3.1 BAGAN PROSES DESAIN 75
3.2 TEKNIK PENGUMPULAN DATA 76
3.2.1 Observasi 76
3.2.2 Wawancara 77
3.2.3 Kuisioner 77
3.2.4 Studi/Kajian Literatur 78
3.3 ANALISA DATA 78
3.4 TAHAPAN DESAIN 78
3.4.1 Pengumpulan Data 78
3.4.2 Identifikasi Masalah 79
3.4.3 Konsep Desain 79
3.4.4 Alternatif Desain 79
3.4.5 Revisi Desain 79
3.4.6 Desain Akhir 79

BAB IV ANALISA DAN KONSEP DESAIN 81
4.1 STUDI PENGGUNA 81
4.2 STUDI AKTIVITAS & RUANG 82
4.2.1 Studi Aktivitas 82
4.2.2 Kebutuhan Luas Area 83
4.3 HUBUNGAN & SIRKULASI RUANG 87
4.3.1 Matriks 88
4.3.2 *Bubble Diagram* 89
4.4 ANALISA RISET 90
4.4.1 Hasil Observasi 90
4.4.2 Hasil Wawancara 94
4.4.3 Hasil Kuisioner 95
4.5 KONSEP DESAIN 99
4.6 APLIKASI KONSEP DESAIN 101
4.6.1 Dinding 101
4.6.2 Lantai 102
4.6.3 Plafon 102
4.6.4 Furnitur 103
4.6.5 Pencahayaan 103
4.6.6 Elemen Estetis 104
4.6.7 Material 104
4.6.8 Warna 104
BAB V PROSES DAN HASIL DESAIN 105
5.1 ALTERNATIF *LAYOUT* 105
5.1.1 Alternatif *Layout* 1 105
5.1.2 Alternatif *Layout* 2 106
5.1.3 Alternatif *Layout* 3 108
5.1.4 Pemilihan Alternatif *Layout (Weighted Method)* 109
5.2 PENGEMBANGAN ALTERNATIF *LAYOUT* TERPILIH 111
5.2.1 Rotasi Layout setiap Empat Bulan 113
5.3 PENGEMBANGAN DESAIN AREA TERPILIH SATU 115
5.3.1 *Layout* Area Fashion Wanita Dewasa 115
5.3.2 Suasana Ruang 116
5.3.3 Furnitur dan Elemen Estetis 117

5.4 PENGEMBANGAN DESAIN AREA TERPILIH DUA 118
5.4.1 Layout Area *Kitchenware* dan *Bakery* 118
5.4.2 Suasana Ruang..... 119
5.4.3 Furnitur dan Elemen Estetis 120
5.5 PENGEMBANGAN DESAIN AREA TERPILIH TIGA..... 120
5.5.1 *Layout* Café 120
5.5.2 Suasana Ruang..... 121
5.5.3 Furnitur dan Elemen Estetis 122
BAB VI PENUTUP
6.1 KESIMPULAN..... 123
6.2 SARAN 123

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Logo Matahari *Department Store* 6
Gambar 2.2 Matahari *Department Store* TP 3 7
Gambar 2.3 Logo Ramayana *Department Store*.....7
Gambar 2.4 Logo Sarinah.....8
Gambar 2.5 Logo Sogo.....9
Gambar 2.6 Sogo Pakuwon Mall 9
Gambar 2.7 Logo Metro *Department Store*.....9
Gambar 2.8 Metero *Department Store* Ciputra Mall 10
Gambar 2.9 Musik Patrol Khas Jember.....11
Gambar 2.10 Tari Lahbako.....12
Gambar 2.11 Egrang Tanoker.....13
Gambar 2.12 Warna Khas Jember 13
Gambar 2.13 Motif Tembakau pada Kain.....14
Gambar 2.14 Contoh *Force Path Store Layout* 15
Gambar 2.15 Contoh *Grid Store Layout* 16
Gambar 2.16 Contoh *Loop Store Layout*.....17
Gambar 2.17 Contoh *Straight Store Layout* 17
Gambar 2.18 Contoh *Diagonal Store Layout* 18
Gambar 2.19 Contoh *Angular Store Layout*.....18
Gambar 2.20 Contoh *Geometric Store Layout* 19
Gambar 2.21 Contoh *Mixed Store Layout*.....20
Gambar 2.22 Contoh *Free Flow Store Layout* 20
Gambar 2.23 Contoh *Boutique Store Layout*.....21
Gambar 2.24 Contoh Pemanfaatan Cahya Matahari pada Ritel 22
Gambar 2.25 Contoh *Ambient Lighting* pada Ritel.....23
Gambar 2.26 Contoh *Accent/Display Lighting* pada Ritel 23
Gambar 2.27 Contoh *Task Lighting* pada Ritel 24
Gambar 2.28 Contoh *Decorative Lighting* pada Ritel.....24

Gambar 2.29 *Display/Visual Relationship* 31
Gambar 2.30 *Sales Area/Standing Customer* 31
Gambar 2.31 *Merchandise Case* 32
Gambar 2.32 *Hanging Merchandise Case* 33
Gambar 2.33 *Dressing Room* 34
Gambar 2.34 *Bar Area* 34
Gambar 2.35 Sirkulasi *Bar Area* 35
Gambar 2.36 *Table Size for Two Person* 36
Gambar 2.37 *Table Size Vertical Clearances* 36
Gambar 2.38 *Banquette Seating Clearances* 37
Gambar 2.39 *Table Size for Four Person* 37
Gambar 2.40 *Round Table Size for Four Person* 38
Gambar 2.41 Kunci 40
Gambar 2.42 Tag Sensor 40
Gambar 2.43 *Gate* Sensor 41
Gambar 2.44 (dari kiri) Kamera, SVR, Monitor 41
Gambar 2.45 *Single Entry Escape Chute* 42
Gambar 2.46 *Slide Escape* 42
Gambar 2.47 *Vertical Escape Chute New Generation* 42
Gambar 2.48 X-IT *Fire Escape Ladder* 43
Gambar 2.49 *Roll Out Ladder* 43
Gambar 2.50 *Wire Descender* 43
Gambar 2.51 *Smoke Detector* 43
Gambar 2.52 APAR 44
Gambar 2.53 Sprinkler Bangunana 45
Gambar 2.54 Hidran Kotak 45
Gambar 2.55 Hidran Halaman 46
Gambar 2.56 (dari kiri) Pintu Darurat & Tangga Darurat 46

Gambar 2.57 Petunjuk Arah Jalan Keluar 47
Gambar 2.58 Petunjuk Jalur Evakuasi 47
Gambar 2.59 Tampak Depan LaRisso *Department Store* 48
Gambar 2.60 Peta Lokasi LaRisso *Department Store*.....49
Gambar 2.61 Tempat Parkir Motor & Mobil LaRisso *Department Store*.....49
Gambar 2.62 Toilet LaRisso *Department Store* 50
Gambar 2.63 Mushola & Tempat Wudhu LaRisso *Department Store* 50
Gambar 2.64 Loker Karyawan LaRisso *Department Store*.....51
Gambar 2.65 Gudang LaRisso *Department Store* 51
Gambar 2.66 Kasir Lantai Dasar LaRisso *Department Store*.....52
Gambar 2.67 Area Mainan Anak 52
Gambar 2.68 Area Perlengkapan Bayi 53
Gambar 2.69 Area Perlengkapan Sekolah.....53
Gambar 2.70 Area Pecah Belah 54
Gambar 2.71 Area Kosmetik & Perhiasan 54
Gambar 2.72 Area Alas Kaki.....54
Gambar 2.73 Area Pakaian Anak.....55
Gambar 2.74 Area Pakaian Dewasa.....55
Gambar 2.75 Area *Bakery* 56
Gambar 2.76 *Fitting Room* 56
Gambar 2.77 *Arcade*.....57
Gambar 2.78 Bosse *Café* 57
Gambar 2.79 ATM 58
Gambar 2.80 Logo LaRisso *Department Store*.....60
Gambar 2.81 Area Masuk.....61
Gambar 2.82 Area *Display Case*.....61
Gambar 2.83 Area *Fashion*.....62
Gambar 2.84 Area Café (kiri) dan *Arcade* (kanan).....62
Gambar 2.85 Denah Eksisting Lantai 1 LaRisso *Department Store*.....63

Gambar 2.86 Denah Eksisting Lantai 2 LaRisso *Department Store*.....64

Gambar 2.87 Denah Eksisting Lantai 3 LaRisso *Department Store*.....65

Gambar 2.88 Miniso Pakuwon Mall 68

Gambar 2.89 Lorong Display Miniso Pakuwon Mall.....69

Gambar 2.90 *Display Case* Miniso Pakuwon Mall.....69

Gambar 2.91 *Display Rack* Miniso Pakuwon Mall.....70

Gambar 2.92 Pull&Bear Pakuwon Mall.....71

Gambar 2.93 Elemen Estetis pada Pull&Bear Pakuwon Mall.....71

Gambar 2.94 Tampak Dalam Pull&Bear Pakuwon Mall.....72

Gambar 2.95 Tekstur yang terdapat pada Pull&Bear Pakuwon Mall.....72

Gambar 2.96 Tana Toraja Tunjungan Plaza 6 73

Gambar 2.97 Motif yang Terdapat pada Tana Toraja Tunjungan Plaza 6 73

Gambar 3.1 Bagan Proses Desain 75

Gambar 4.1 Area Pintu Masuk (kiri), Area Mainan Anak (kanan).....91

Gambar 4.2 Area Pakaian Pria (kiri), Area Alas Kaki (kanan) 91

Gambar 4.3 Area *Arcade* (kiri), Area *Playground* (kanan).....92

Gambar 4.4 Cafe (kiri), Area *Rooftop* (kanan) 92

Gambar 4.5 Kolom *Display* (kiri), *Island Display* (tengah), *Storage* (kanan) 92

Gambar 4.6 Contoh Penumpukan Stok (kiri & tengah), Contoh Tidak Memenuhi Standart Sirkulasi (kanan).....93

Gambar 4.7 Material Keramik di Café (kiri), Material Plafond (kanan).....93

Gambar 4.8 Material furnitur Area Pecah Belah (kiri), Material Furnitur Area Perlengkapan Bayi (kanan) 94

Gambar 4.9 Contoh *Mixes Layout* pada *Retail Store* 99

Gambar 4.10 Contoh Furnitur yang akan Diaplikasikan..... 100

Gambar 4.11 Contoh Pengaplikasian pada Dinding 101

Gambar 4.12 Contoh Partisi 101

Gambar 4.13 Contoh Pengaplikasian Lantai 102

Gambar 4.14 Contoh Pengaplikasian Plafond dan Void..... 102

Gambar 4.15 Referensi Bentukan Furnitur..... 103

Gambar 4.16 Referensi *Accent Lighting* dan *Decorative Lighting* 103

Gambar 4.17 Warna yang akan Digunakan pada Konsep 104

Gambar 5.1 Alternatif Layout 1 106

Gambar 5.2 Alternatif Layout 2 107

Gambar 5.3 Alternatif Layout 3 108

Gambar 5.4 Pengembangan Alternatif *Layout* Lantai 1 111

Gambar 5.5 Pengembangan Alternatif *Layout* Lantai 2 112

Gambar 5.6 Pengembangan Alternatif *Layout* Lantai 3 112

Gambar 5.7 Rotasi *Layout* Pertama Lantai Satu 113

Gambar 5.8 Rotasi *Layout* Pertama Lantai Dua 114

Gambar 5.9 Rotasi *Layout* Kedua Lantai Satu 114

Gambar 5.10 Rotasi *Layout* Kedua Lantai Dua 115

Gambar 5.11 *Layout Area* Fashion Wanita Dewasa 115

Gambar 5.12 Serangkaian Suasana Ruang *Area* Fashion Wanita Dewasa 116

Gambar 5.13 Serangkaian Furnitur dan Elemen Estetis *Area* Fashion Wanita Dewasa 117

Gambar 5.14 *Layout* Area *Kitchenware* & *Bakery* 118

Gambar 5.15 Serangkaian Suasana Ruang Area *Kitchenware* 119

Gambar 5.16 Serangkaian Furniture dan Elemen Estetis Area *Kitchenware* & *Bakery* 120

Gambar 5.17 *Layout* Café *Semi-Outdoor* & *Outdoor* 120

Gambar 5.18 Serangkaian Suasana Café *Semi-Outdoor* & *Outdoor* 121

Gambar 5.19 Serangkaian Furniture dan Elemen Estetis Café *Semi-Outdoor* & *Outdoor* 122

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Jumlah Pergantian Udara dan Volume Ruang yang Baik.....26

Tabel 4.1 Studi Aktivitas Pengguna LaRisso *Department Store*.....82

Tabel 4.2 Studi Kebutuhan Area pada LaRisso *Department Store* 83

Tabel 5.1 *Objective Weighted Method* 109

Table 5.2 *Design Weighted Method* 110

DAFTAR DIAGRAM

Diagram 2.1 Struktur Organisasi CV. LaRisso 59

Diagram 4.1 Matriks Hubungan Ruang pada LaRisso *Department Store*.....88

Diagram 4.2 *Bubble Diagram* Lantai 1 pada LaRisso *Department Store* 89

Diagram 4.3 *Bubble Diagram* Lantai 2 pada LaRisso *Department Store* 89

Diagram 4.4 *Bubble Diagram* Lantai 3 pada LaRisso *Department Store* 90

BAB I
PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Semakin berkembangnya zaman, kebutuhan manusia semakin meningkat. Meskipun berbelanja *online* hanya diujung jari, namun masyarakat menengah kebawah lebih menyukai berbelanja secara *offline*. Sehingga membutuhkan tempat berbelanja yang menyediakan berbagai macam barang dengan *range* harga yang luas dalam satu tempat seperti *department store*.

Dewasa ini untuk menarik konsumen ke *department store* tidak hanya dengan fasilitas yang ditawarkan. Namun terdapat faktor penting dalam interior *department store* yang harus diperhatikan, seperti pemanfaatan ruang, pencahayaan, penghawaan hingga konsep desain yang diangkat. Hal ini nantinya akan mempengaruhi kenyamanan pengunjung saat berbelanja.

Kecamatan Ambulu termasuk salah satu kecamatan di Kabupaten Jember yang jumlah penduduknya lebih dari 105.103 jiwa[1]. Selain itu, Kecamatan Ambulu merupakan akses utama ke wisata alam kebanggan Jember. Sehingga banyak sekali *public space* yang dibangun untuk meningkatkan daya tarik wisatawan, seperti kolam renang, café hingga *department store.*

LaRisso *Department Store* contohnya, *department store* pertama yang dibangun di Ambulu – Jember dan menjadi tujuan utama warga sekitar untuk berbelanja. Tidak hanya itu, LaRisso *Department Store* juga menjadi tempat rekreasi warga jika bosan dengan wisata alam, karena di LaRisso *Department Store* tidak hanya menjual berbagai macam barang namun juga menyediakan fasilitas bermain dan berkumpul.

Lokasi LaRisso *Department Store* sangat strategis karena berada di jalan utama menuju ke pantai selatan (Pantai Watu Ulo, Pantai Tanjung Papuma, Pantai Payangan dan Teluk Love). LaRisso *Department Store* secara teratur selalu menambahkan fasilitas dan jenis barang yang dijual untuk memberikan pengalaman baru pada pengunjungnya.

[1] BPS Kabupaten Jember *update* terakhir 12 Maret 2015

Penambahan fasilitas dan jenis barang pada LaRisso *Department Store* ini kurang seimbang dengan penataan ruang. Seperti yang digunakan oleh *department store* pada umumnya, LaRisso *Department Store* mengaplikasikan *grid layout,* meskipun salah satu kelebihan *grid layout* terletak pada efisiensi namun letaknya yang monoton dan berulang kurang memberikan *customer experience.* Selain itu penggunaan satu teknik penerangan membuat beberapa *spot* dalam ruangan tidak menerima cahaya dengan baik. Hal – hal tersebut mengurangi tingkat kenyamanan pengunjung dalam berbelanja. Terlepas dari hal teknis, konsep desain yang diterapkan kurang diperhatikan karena LaRisso *Department Store* berfokus pada barang dan fasilitas yang ditawarkan.

Berdasarkan penjelasan tersebut, terdapat beberapa aspek yang harus ditingkatkan dimana sirkulasi ruang dan teknik penerangan adalah hal utama yang diperhatikan. Keduanya dikolaborasikan dengan sentuhan Budaya Pendalungan Jember dimana setiap area memiliki desain yang berbeda sesuai dengan kebutuhan dan fungsi masing – masing, namun tetap memiliki benang merah antara satu area dengan area lainnya. Budaya Pendalungan diangkat untuk meningkatkan daya tarik sekaligus mengenalkan budaya Pendalungan Jember kepada pengunjung.

1.2 RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana membuat *layout* ruang pada LaRisso *Department Store* yang mempertimbangkan sirkulasi ruang?
2. Bagaimana cara meningkatkan *customer experience* pada LaRisso *Department Store*?
3. Bagaimana mengaplikasikan konsep desain interior yang tepat dengan sentuhan budaya Pendalungan Jember pada LaRisso *Department Store*?

1.3 BATASAN MASALAH

Berdasarkan rumusan diatas, maka batasan masalahnya mengenai sistem tata ruang, sistem *display*, teknik pencahayaan dan *customer experience* pada LaRisso *Department Store* yang terdiri dari area *kitchenware* & *bakery*, area *fashion* wanita dan café *semi-outdoor* & *outdoor* dengan tidak mengubah struktur utama bangunan.

1.4 TUJUAN DESAIN

1. Menggunakan *mixed layout* pada LaRisso *Department Store*
2. Mendapatkan *customer experience* dengan menambahkan sistem *display* dan fasilitas pada LaRisso *Department Store*
3. Menggunakan warna dan motif khas Pendalungan Jember pada LaRisso *Department Store*

1.5 MANFAAT

1.5.1 Bagi Penulis

- Sebagai pengaplikasian ilmu yang diperoleh selama menempuh pendidikan di Departemen Desain Interior, Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS) Surabaya
- Sebagai salah satu syarat kelulusan di Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS) Surabaya

1.5.2 Bagi LaRisso *Department Store*

- Mendapatkan saran mengenai desain interior sehingga dapat menjadi bahan evaluasi yang dapat diaplikasikan, agar kedepannya dapat memberikan pengalaman yang maksimal kepada pengunjungnya

1.5.3 Bagi Departemen Desain Interior

- Sebagai tambahan pengetahuan yang dapat digunakan untuk kemajuan Departemen Desain Interior, Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS) Surabaya

1.5.4 Bagi Pembaca

- Sebagai sarana penambah ilmu dan referensi yang dapat berguna dalam lingkup desain

1.6 LINGKUP DESAIN

1. Redesain interior LaRisso *Department Store* ini dibatasi pada perancangan tata ruang area pecah belah
2. Redesain interior LaRisso *Department Store* ini dibatasi pada perancangan tata ruang area *fashion wanita*
3. Redesain interior LaRisso *Department Store* ini dibatasi pada perancangan tata ruang area café

BAB II
KAJIAN PUSTAKA, EKSISTING DAN PEMBANDING

2.1 *DEPARTMENT STORE*

Menurut Peraturan Menteri Perdagangan RI Nomor 53/M-DAG/PER/12/2008, *Department Store* adalah toko modern dengan sistem pelayanan mandiri. Namun secara umum, *Department Store* atau Toko Serba Ada (Toserba) adalah suatu toko yang spesialisasinya pada barang dagangan yang luas dan banyak macamnya, disaat yang bersamaan menawarkan berbagai merk dengan berbagai macam harga di semua kategori produk.

Department Store biasanya menjual pakaian, furniture, *home appliance,* peralatan elektronik dan beberapa tambahan produk lain seperti mainan anak, kosmetik hingga kebutuhan bayi. Umumnya *Department Store* lebih besar dari *supermarket* namun tidak sebesar *hypermarket.* Kebanyakan *Department Store* berbentuk CV. Terdapat dua macam *Department Store,* yaitu:

1. *Line Department Store*
   Menawarkan sejumlah besar jenis barang dagangan. Contoh: Toko Sakinah
2. *Limited Line Department Store*
   Menawarkan beberapa macam barang, pada umumnya barang-barang lunak seperti pakaian, handuk, sprei dengan orientasi model dan harga yang mahal. Contoh: Sogo, Metro dan Marks & Spencer

Department store di Indonesia memiliki batasan luas lantai yaitu lebih dari 400 m^2 namun jika *department store* tersebut memiliki modal dalam negeri 100%, luas lantainya kurang dari 2000 m^2 (Peraturan menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor: 53/M-DAG/PER/12/2008)

2.1.1 *Department Store* di Indonesia

Industri ini berkembang pertama kali di Jakarta pada tahun 1962 dengan nama Sarinah. Munculnya Sarinah mengilhami toko-toko yang menjadi cikal bakal beberapa pemain besar lokal seperti Matahari dan Ramayana. Menyusul kemudian sejumlah *department store* asing masuk ke Indonesia seperti Sogo, Metro, Debenhams dan sebagainya.

Meski mengalami pertumbuhan di bidang perekonomian, namun peningkatan jumlah *department store* tidak sebanyak peritel hypermarket, supermarket maupun minimarket. Penyebaran lokasi *department store* masih didominasi di wilayah Jabodetabek, selebihnya di wilayah Jawa Barat, Jawa Tengah dan Jawa Timur. Jumlah gerai *department store* di pulau Jawa mencapai 50% dari seluruh gerai department store secara nasional. Berikut beberapa *department store* ternama di Indonesia:

A. Matahari *Department Store*

Gambar 2.1 Logo Matahari *Department Store*
Sumber: Wikipedia.org, 2008

Didirikan pada tahun 1958 dengan gerai pertama di Pasar Baru, Jakarta dan dibesarkan oleh Hari Darmawan. Kemudian semakin bekembang besar dan dikelola oleh PT Matahari Putra Prima Tbk (PT MPP). Pada awalnya Matahari *Department Store* bergerak dibidang *fashion* retail, namun dalam perjalanannya PT MPP lebih fokus pada bisnis ritel hypermarket dan supermarket melalui Hypermart dan Foodmart bahkan sekarang Matahari terus berkembang dengan menjual *home décor.*

Untuk mengatasi persaingan dengan toko online, sekarang Matahari juga memiliki toko online, yaitu matahari.com sehingga pelanggan yang enggan membeli langsung ke tempat, dapat membelinya secara online. Ditambah lagi dengan adanya diskon khusus jika membeli secara online, membuat matahari *department store* masih diminati hingga sekarang.

Gambar 2.2 Matahari *Department Store* TP 3
Sumber: Wikipedia.org, 2008

Di Surabaya sendiri terdapat 6 Matahari *Department Store* yang semuanya berada di pusat perbelanjaan tersebar dari Surabaya Barat hingga pusat dengan gerai terbesarnya berada di Tunjungan Plaza (TP) 1 & 3 Lantai UG – Lantai 3.

B. Ramayana *Department Store*

Gambar 2.3 Logo Ramayana *Department Store*
Sumber: tribunnews.com, 2018

Perusahaan ini didirikan tahun 1978 oleh pasangan suami istri Paulus Tumewu dan Tan Lee Chuan yang dalam keluarganya memiliki tradisi kuat sebagai pelaku industri retail di Sulawesi Selatan. Bersama Agus Makmur yang saat ini menjabat Presiden Direktur mereka membuka gerai yang pertama di Jalan Sabang, Jakarta Pusat dengan nama Ramayana Fashion Store. Pada awalnya Ramayana hanya menjual produk garmen dan pakaian, namun dalam perkembangannya yakni pada tahun 1985 mereka mulai menjual produk aksesoris berupa sepatu dan tas.

Pada tahun 1989, Ramayana telah menjadi jaringan retail dengan 13 outlet dan memperluas produk yang dijualnya ke kebutuhan rumah tangga, mainan, *stationary*, hingga makanan tradisional kering. Hingga kini, Ramayana Department Store memiliki 103 outlet yang tersebar di Jawa, Sumatera, Bali, Kalimantan, Sulawesi, dan Nusa Tenggara Timur. Hingga saat ini

Ramayana telah mengoperasikan 103 gerai department store di seluruh Indonesia. Ramayana memiliki dua unit bisnis yakni department store dan supermarket. Meskipun gerainya tidak sebanyak Matahari *Department Store* namun, Ramayana masih diminati oleh masyarakat Surabaya kalangan menengah kebawah.

C. Sarinah

Gambar 2.4 Logo Sarinah
Sumber: id.wikipedia.org, 2016

Sarinah adalah pusat perbelanjaan pertama di Indonesia dan juga gedung pencakar langit pertama di Jakarta. Nama Sarinah berasal dari nama pengasuh Soekarno pada masa kecil dan pertama digagas oleh Soekarno, menyusul lawatannya ke sejumlah negara yang sudah lebih dulu memiliki pusat belanja modern. Hal ini juga dimaksudkan Soekarno untuk membuat pusat perbelanjaan untuk memenuhi kebutuhan rakyat mendapatkan barang-barang murah tetapi dengan mutu yang bagus.

PT. Sarinah Persero merupakan BUMN yang mengoperasikan Sarinah department store, khusus menjual aneka produk etnik khas Indonesia. Sebanyak 95 persen dari produk yang dijual di gerai Sarinah merupakan produksi lokal yang bekerjasama dengan 600 pengusaha UKM yaitu batik, wayang, *handicraft*. Disamping bisnis ritel, Sarinah memiliki bisnis lain yaitu perdagangan kakao, termasuk impor minuman alkohol, pembudidayaan minyak atsiri, serta penyewaan properti. Pada 2010 lalu Sarinah membuka gerai di luar negeri bekerjasama dengan pemilik gedung Zamzam Tower di Mekkah. Nantinya akan memasarkan produk kerajinan dari Indonesia.

D. Sogo

Gambar 2.5 Logo Sogo
Sumber: id.wikipedia.org, 2017

Sogo didirikan pada tahun 1830 di Osaka, Jepang oleh Ihei Sogo sebagai seorang pengecer kimono yang telah terpakai. Di Indonesia SOGO pertama dibuka pada tahun 1990 yang terletak di Jakarta. HIngga hari ini, SOGO telah berkembang menjadi 17 *department store* yang berlokasi strategis di delapan kota besar di Indonesia. Bergerak dibidang *fashion retail* dan aksesoris *branded,* target pasarnya adalah kelas menengah keatas. SOGO di Surabaya terdapat di 3 pusat perbelanjaan besar, yakni Galaxy Mall, Tunjungan Plaza dan Pakuwon Mall.

Gambar 2.6 Sogo Pakuwon Mall
Sumber: sogo.co.id, 2016

E. Metro

Gambar 2.7 Logo Metro *Department Store*
Sumber: id.wikipedia.org, 2016

Metro *Department Store* adalah sebuah perusahaan ritel di Indonesia yang merupakan pemilik dari PT Metropolitan Retailmart. Metro merupakan anak perusahaan dari Trans Corp. Metro telah memiliki 5 gerai di Jakarta, 1 gerai di Bandung, 1 gerai di Makassar, 1 gerai di Surabaya dan 1 gerai di Solo. Gerai

pertamanya resmi dibuka pada tahun 1991, tepatnya di Mal Pondok Indah, sebagai usaha memenuhi kebutuhan masyarakat di lingkungan hunian eksklusif Pondok Indah dan sekitarnya. Mengulangi kesuksesan Metro Pondok Indah, maka dihadirkan gerai keduanya di Plaza Senayan pada tahun 1995, untuk mendekatkan Metro dengan pusat distrik bisnis dan area hunian kelas menengah ke atas. Pada 8 Januari 2012, Metro membuka gerai yang ke-8 di Ciputra World Surabaya untuk memenuhi perkembangan *fashion* di Surabaya.

Gambar 2.8 Metro *Department Store* Ciputra Mall
Sumber: metroindonesia.com, 2012

2.2 PENDALUNGAN

2.2.1 Pengertian Pendalungan

Secara historis pendalungan adalah masuknya suku Madura ke wilayah tapal kuda seiring dengan berkembangnya wilayah perkebunan pada masa kolonial Belanda di wilayah Jember, Bondowoso, Banyuwangi dan Lumajang (Jawa Pos, 25 Juli 2010). Pintu masuknya adalah kota-kota pelabuhan di sepanjang pantai utara pulau Jawa, yaitu Pasuruan, Probolinggo dan Situbondo. Kota-kota ini yang kemudian menjadi "periuk" bagi bercampurnya (*melting pot*) komunitas asli dengan pendatang maupun pendatang dengan pendatang.

Secara umum, dikatakan bahwa ciri khas masyarakat Pendalungan adalah unsur budaya Madura dan Islam yang kental. Dinamika perkembangan masyarakat Pendalungan pun tak lagi terbatas pada percampuran kultur Jawa dan Madura, namun dapat ditemukan pula

percampuran dengan komunitas lokal lain seperti Osing atau keturunan etnis seperti Arab dan Tionghoa.

2.2.2 Budaya Pendalungan di Jember

Jember adalah salah satu Kabupaten yang berada di area tapal kuda dimana budaya pendalungannya sangat kental. Persebaran kebudayaan masyarakatnya juga unik, dimana di bagian utara Jember adalah suku Madura sedangkan bagian selatan adalah Suku Jawa yang berasal dari bagian barat Jawa Timur seperti Ponorogo dan Blitar. Kebanyakan Budaya Pendalungan ini adalah lisan, yakni bahasa dengan campuran bahasa Madura, Jawa dan Suroboyoan. Sehingga, orang Jember dikenal dengan nada bicara yang keras. Namun juga terdapat budaya lain yaitu:

1. Musik Patrol Khas Jember

Gambar 2.9 Musik Patrol Khas Jember
Sumber: persma-ideas.blogspot.com, 2012

Meskipun bukan musik asli Kabupaten Jember, musik patrol khas Jember memiliki unsur berbeda dengan musik patrol lain. Karena Musik patrol khas Jember tidak hanya dihasilkan oleh alat musik dari kayu Nangka pilihan dengan berbagai ukuran, namun juga dipadukan dengan alat musik seruling, lagu yang dinyanyikan pun kombinasi antara lagu daerah Jawa, Madura, dan Banyuwangi.

Awalnya, musik patrol ini digunakan untuk membangunkan masyarakat untuk sahur pada bulan Ramadhan, namun seiring berkembangnya jaman dan animo masyarakat yang tinggi, sekarang musik ini dapat dinikmati pada acara hiburan, acara resmi hingga karnaval di Jember. Tak jarang pula, musik patrol khas Jember ini dimainkan bersama dengan Tari Lahbako

2. Tari Lahbako

Gambar 2.10 Tari Lahbako
Sumber: ninienariesitta.wordpress.com, 2017

Merupakan tari khas Jember yang menceritakan tentang proses mengolah tembakau. Tari Lahbako ini diperagakan oleh penari perempuan dengan kostum ala petani tembakau dengan berbagai jenis aksesoris pelengkap seperti anting, bendera kecil dan hiasan lainnya yang berbentuk daun tembakau.

Tari Lahbako merupakan tari kreasi bukan tari peninggalan leluhur. Tari ini diciptakan oleh koreografer asal Jogja dengan beberapa seniman Jember pada tahu 1980-an, namun mengalami pergantian koreografi karena dianggap Tari Lahbako dulu kurang merepresentasikan masyarakat Jember yang rancak. Hal ini juga terjadi pada kostum tari Lahbako, semakin berkembangnya jaman terdapat beberapa macam kostum Tari Lahbako namun tidak merubah pakem – pakem pada tari tersebut.

3. Egrang Tanoker

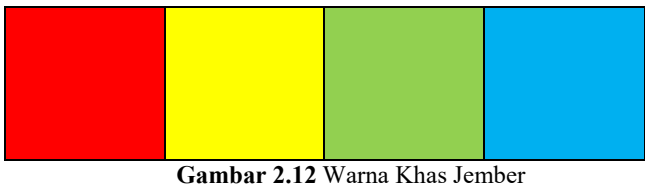
Gambar 2.11 Festival Egrang Tanoker
Sumber: tanoker.org, 2019

Egrang merupakan galah atau tongkat yang terbuat dari bambu, digunakan seseorang agar bisa berdiri dalam jarak tertentu di atas tanah. Sedangkan tanoker adalah nama suatu daerah yang berada di Kecamatan Ledokombo – Jember. Egrang biasanya dimainkan oleh anak – anak, mulai dari bermain biasa hingga menari dengan egrang. Setiap tahunnya dilaksanakan Festival Egrang Tanoker, dimana anak – anak menunjukkan bakatnya dengan menggunakan egrang.

2.2.3 Motif dan Warna Khas Jember

Seperti halnya daerah lain, Jember mempunyai warna dan motif khas yang terinspirasi dari kekayaan alamnya. Berikut adalah penjelasannya:

A. Warna



Gambar 2.12 Warna Khas Jember
Sumber: Penulis, 2020

Jember yang terkenal sebagai daerah penghasil tembakau, memakai warna tembakau sebagai warna khasnya yakni hijau, kuning dan merah. Ketiga warna tersebut mencerminkan kualitas daun tembakau dan warna tersebut selalu mendominasi pada kostum Tari Lahbako hingga Batik khas Jember. Setelah wawancara dengan salah satu pengrajin batik khas Jember, warga Jember menyukai kain batik

berwarna merah, kuning, hijau dan biru. Sehingga, selera warga Jember adalah warna warna cerah seperti yang disebutkan tadi.

B. Motif

Motif yang paling sering ditemui di Jember adalah motif daun tembakau yang merupakan komoditas utama Kabupaten Jember. Motif daun tembakau ini sering di jumpai di kostum Tari Lahbako hingga Batik Khas Jember. Selain motif tembakau, terdapat motif lain seperti motif JFC

Gambar 2.13 Motif Tembakau pada Kain
Sumber: Diolah, 2019

2.2.4 Kebiasaan Masyarakat Pendalungan

Seperti yang disebutkan diatas, masyarakat Jember adalah masyarakat yang beragam, percampuran dari suku Madura, Jawa, Tionghoa hingga Arab. Namun mesyarakat Pendalungan Jember memiliki kesamaan sifat, yang menjadi kebiasaan yakni sifat *up to date* (tidak mau ketinggalan berita) dan gemar eksplorasi hal baru. Jika ada fasilitas baru yang di buka di Jember, masyarakat selalu berbondong – bondong mengunjungi atau mencoba hal tersebut.

Selain itu masyarakat Pendalungan suka dengan hal modern dan *instagramable*, namun kurang memahami kebudayaannya sendiri. Sehingga hal ini menjadi poin yang ingin diangkat pada konsep perancangan, yakni memberikan tema modern pada LaRisso *Department Store* dengan menambahkan budaya Pendalungan.

2.3 *RETAIL STORE LAYOUT*

Retail Store Layout adalah strategi yang digunakan pada ruang untuk mempengaruhi *customer experience* dalam berbelanja. Cara pelanggan berinteraksi dengan produk yang dijual mempengaruhi perilaku pembelian. Selain itu, *Layout* dapat mempengaruhi tingkat kenyamanan dan efektifitas pelanggan.

Terdapat 2 hal penting dalam interior *retail store layout,* yaitu:

1. *Store Design*

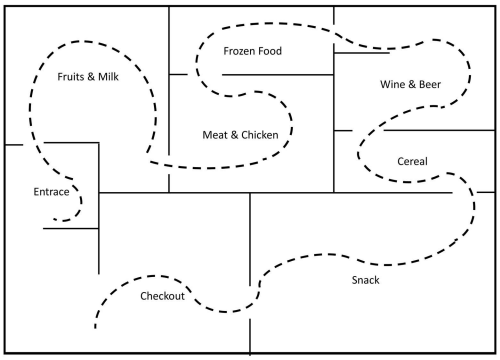
   Maksut dari *store design* ini adalah pengaplikasian denah yang strategis dan manajemen ruang yang baik. Hal tersebut termasuk penempatan furnitur, *display*, pencahayaan dan *signage.*

2. *Customer Flow*

   Customer Flow adalah pola perilaku dan navigasi saat berada di sebuah toko. Memahani *customer flow* dan pola umum yang muncul ketika pelanggan berinteraksi dengan barang dagangan berdasarkan *layout* adalah hal yang penting dan dapat digunakan untuk strategi manajemen ritel.

2.3.1 Macam – Macam *Retail Store Layout*

1. *Forced-Path*



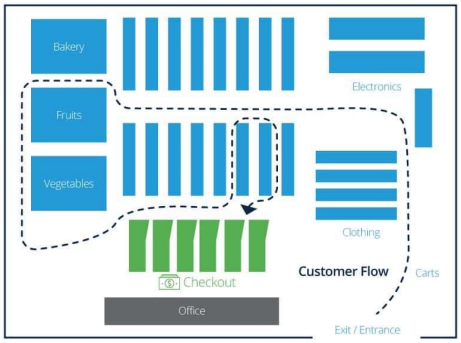
Gambar 2.14 Contoh *Forced Path Store Layout*
Sumber: smartsheet.com, 2018

Layout ini mengarahkan pelanggan yang sudah ditentukan oleh toko tersebut. *Layout* ini mencapai *customer flow* yang seragam dan efisien, menghasilkan penjualan yang lebih tinggi daripada *layout* lain. Seperti yang terlihat pada gambar diatas, *layout* ini

memaksimalkan setiap lorong agar pelanggan dapat melihat semua barang yang ditawarkan sehingga *layout* ini mungkin memikat pelanggan untuk melakukan pembelian yang tidak direncanakan.

Kekurangan lain dari *layout* ini adalah dapat memberikan kesan tidak nyaman kepada pelanggan yang sudah punya tujuan untuk membeli barang tertentu dan dapat meberikan kesan kewalahan kepada pelanggan karena sebelum melakukan pembelian spesifik, harus melewati banyak *display*.

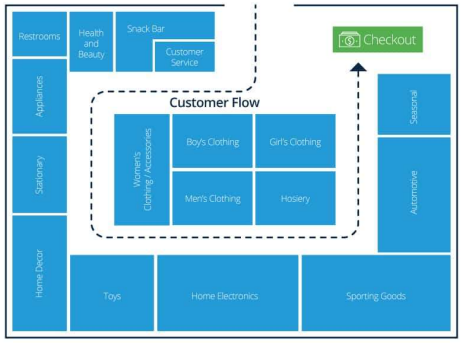
2. *Grid*



Gambar 2.15 Contoh *Grid Store Layout*
Sumber: smartsheet.com, 2018

Grid adalah *layout* yang paling kita jumpai baik di *department store* hingga *convenience store*. *Layout* ini berbentuk kotak yang berulang sehingga menghasilkan lorong – lorong yang panjang. *Layout* ini sangat baik digunakan untuk toko yang mempunyai banyak jenis produk yang ditawarkan, sehingga pelanggan mudah memahaminya. Namun *layout* ini kurang memberikan *customer experience* dan pengaplikasian desain yang minim.

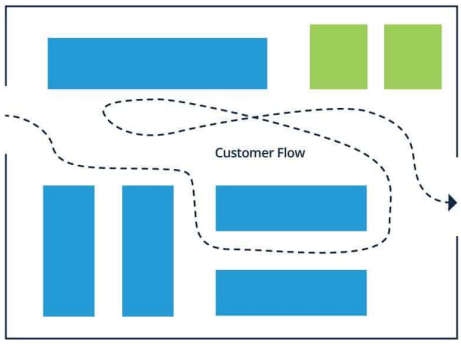
3. *Loop*



Gambar 2.16 Contoh *Loop Store Layout*
Sumber: smartsheet.com, 2018

Loop atau biasa dikenal dengan *racetrack* adalah pengembangan dari grid *layout.* Seperti yang dilihat diatas, pelanggan diarahkan untuk mengelilingi toko sebelum *checkout,* sehingga pelanggan terpapar produk yang dijual. Sirkulasi pada *layout* ini mengalir sehingga menciptakan *customer experience*. Namun kekurangan *layout* ini dapat membuang waktu pelanggan, karena pelanggan tidak bisa mengambil jalan pintas untuk menemukan kebutuhannya dan tidak cocok diterapkan pada toko yang mempunyai banyak jenis barang

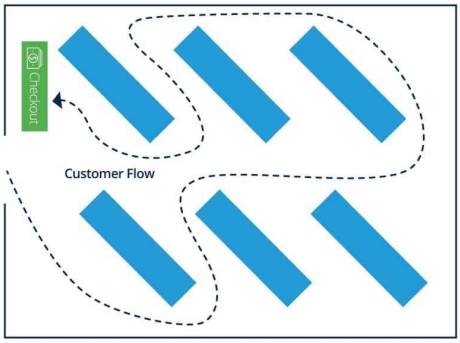
4. *Straight*



Gambar 2.17 Contoh *Straight Store Layout*
Sumber: smartsheet.com, 2018

Layout ini sangat efisien, mudah diaplikasikan dan mampu menciptakan area individu untuk pelanggan. Desain yang lurus, dapat menarik pelanggan ke arah belakang toko yang dapat diisi dengan barang unggulan/promo. Kelemahan dari *layout* ini adalah kesederhanaannya, karena terdapat area yang kurang menonjol.

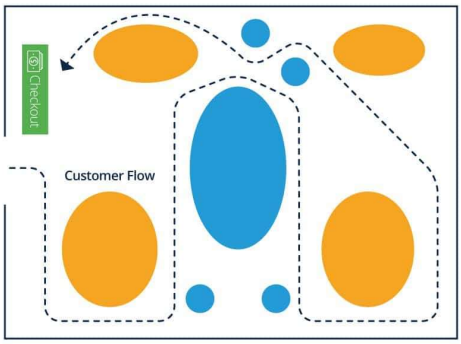
5. *Diagonal*



Gambar 2.18 Contoh *Diagonal Store Layout*
Sumber: smartsheet.com, 2018

Sesuai dengan namanya, *layout* ini mengaplikasikan penempatan furniturnya dengan arah diagonal. Hal ini dilakukan untuk meningkatkan garis pandang pelanggan dan mengekspos barang dagangan. Desain ini dapat memandu pelanggan ke area *checkout.*

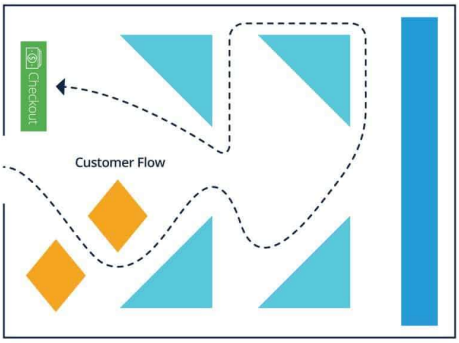
6. *Angular*



Gambar 2.19 Contoh *Angular Store Layout*
Sumber: smartsheet.com, 2018

Meskipun bernama *angular,* bentukan *display* pada *layout* ini melengkung sehingga mengatur pergerakan pelanggan. *Layout* ini kebanyakan diaplikasikan pada toko mewah karena dianggap efektif. Menurut Herb Sorenson dari *Inside the Mind of the Shoppper: The Science of Retailing,* pelanggan cenderung melihat produk yang berdiri bebas 100% dari waktu ke waktu, daripada hanya di *display* di rak. Terdapat persepsi bahwa *layout* ini membuat barang dagangan lebih berkualitas meskipun mengrobankan banyak *space.*

7. *Geometric*

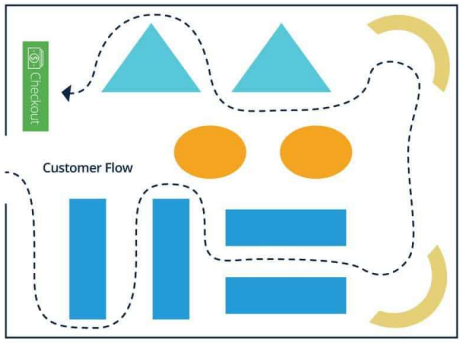


Gambar 2.20 Contoh *Geometric Store Layout*
Sumber: smartsheet.com, 2018

Layout ini biasanya digunakan oleh toko yang target pasarnya adalah milenial atau gen Z yang *trendy. Layout* ini menawarkan ekspresi dan fungsi artistik bila dikombinasikan dengan tampilan dan perlengkapan yang sesuai. Pada beberapa kasus, *layout* ini digabungkan dengan arsitektur toko yang unik seperti sudut dinding, kolom hingga plafon yang berbeda namun bercampur dengan baik dengan *layout* geometris ini.

Tampilan dan perlengkapan *merchandise* dari berbagai bentuk dan ukuran geometris bergabung untuk membuat pernyataan, bahkan seringkali digunakan untuk identitas toko itu sendiri. *Layout* ini sangat direkomendasikan jika toko tersebut mengutamakan *customer experience.*

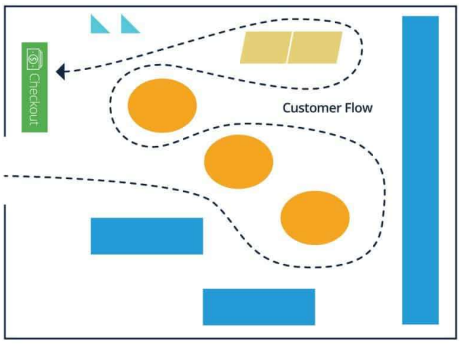
8. *Mixed*



Gambar 2.21 Contoh Mixed Store Layout
Sumber: smartsheet.com, 2018

Mixed atau campuran merupakan *layout* yang menggunakan campuran elemen desain dari beberapa *layout* sehingga menarik. *Department store* biasanya menggunakan *layout* ini dengan menggunakan konsep *straight, angular diagonal* dan campuran elemen desain lain untuk mencipatakan aliran yang dinamis ketika melewati barang dagangan yang jenisnya beragam. Sehingga *layout* ini memberikan *customer experience* yang berbeda daripada *layout* lainnya.

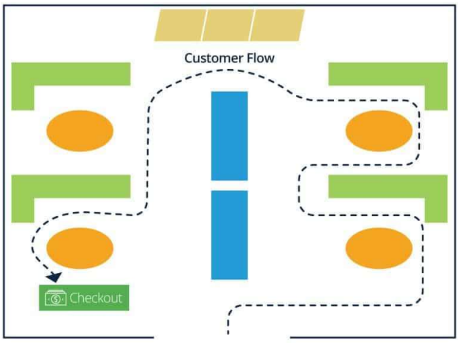
9. *Free Flow*



Gambar 2.22 Contoh Free Flow Store Layout
Sumber: smartsheet.co, 2018

Layout ini menolak pola desain dan gaya yang umum digunakan untuk mempengaruhi perilaku pelanggan. Tujuan *layout* ini bukan untuk mengarahkan pelanggan dengan menggunakan pola desain, tampilan atau *signage* yang dapat diprediksi. Tidak ada aturan khusus yang harus diikuti pada *layout*.

10. *Boutique*



Gambar 2.23 Contoh Boutique Store Layout
Sumber: smartsheet.com, 2018

Menurut Ebster, *layout* ini disebut *shop-in-the-shop* adalah jenis *layout freeflow* yang paling banyak digunakan. Barang dagangan dipisahkan berdasarkan kategori dan pelanggan didorong untuk berinteraksi lebih dekat dengan barang serupa di area setengah terpisah yang diciptakan oleh dinding/*display/*perlengkapan lain. Jenis ini biasanya digunakan oleh butik, *gourmet* dan *wine merchant.*

Dari 10 macam *Retail Store Layout*, layout yang akan diterapkan pada perancangan ini adalah *Mixed Layout* yang berupa gabungan antara *straight, angular diagonal* dan elemen desain lain, sehingga secara tidak langsung *layout* ini dapat mengarahkan pelanggan. *Layout* ini mendukung tujuan perancangan yaitu untuk meningkatkan *customer experience.* Namun kekurangan *layout* ini yaitu *space* yang digunakan untuk men-*display* produk berkurang dan apabila pelanggan belum terbiasa, *layout* ini akan membingungkan.

2.4 PENCAHAYAAN

Pencahayaan merupakan salah satu faktor untuk mendapatkan keadaan lingkungan yang aman dan nyaman dan berkaitan erat dengan produktivitas manusia. Pencahayaan yang baik memungkinkan orang dapat melihat objek-objek yang dikerjakannya secara jelas dan cepat.

2.4.1 Pencahayaan pada Ritel

Pencahayaan pada ritel merupakan hal yang sangat penting, karena pencahayaan ini tidak hanya dapat mempengaruhi minat berbelanja pelanggan namun juga berdampak pada produktifitas karyawan. Sekarang, sudah banyak tipe pencahayaan dengan berbagai macam teknologi, sehingga perancang dapat menciptakan pencahayaan yang sempurna dengan berbagai macam warna dan kualitas lampu terbaik. Tentunya hal ini sangat membantu bisnis untuk berkembang.

Salah satu cara yang paling efisien dan efektif untuk pencahayaan pada ritel adalah *layering ambient, task* dan *accent lighting*. Ketiganya memberikan variasi visual yang menarik pelanggan ke toko hingga mengarahkan pelanggan didalam ruangan. Berikut adalah jenis pencahayaan yang sering digunakan pada ritel:

A. Cahaya Matahari

Gambar 2.24 Contoh Pemanfaatan Cahaya Matahari pada Ritel
Sumber: solaia.co, 2018

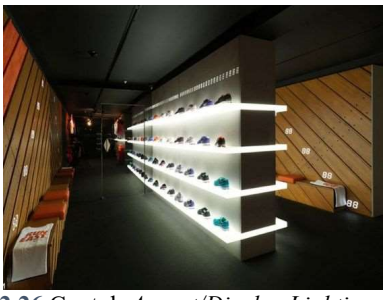
Ketika bangunan terkena cahaya matahari, hal ini mengurangi penggunaan energi. Meskipun begitu, cahaya matahari harus tetap di kontrol agar tidak silau dan menaikkan temperatur ruangan.

B. *Ambient Lighting*

Gambar 2.25 Contoh *Ambient Lighting* pada Ritel
Sumber: fitsmallbusiness.com, 2018

Ambient Lighting atau biasa disebut pencahayaan utama adalah jenis pencahayaan yang wajib ada pada ritel. Menurut IES bab 24 bagian 6 *Nonresidential Compliance Manual*, merekomendasikan bahwa 400 Lux adalah pencahayaan terbaik untuk lampu utama pada ritel.

C. *Accent or Display Lighting*



Gambar 2.26 Contoh *Accent/Display Lighting* pada Ritel
Sumber: light.reisenfuhrer.com, 2020

Biasanya, area ritel yang paling terang benderang dan menampilkan objek adalah area yang paling menarik perhatian pelanggan. Mempertahankan kontras antara lampu utama dan lampu aksen menciptakan visual yang menarik karena pelanggan cenderung ke tertarik dengan objek yang diterangi lebih banyak.

D. *Task Lighting*

Gambar 2.27 Contoh *Task Lighting* pada Ritel
Sumber: retaildesignblog.net, 2019

Task Lighting berfungsi menerangi area tertentu dengan aktivitas khusus yang tidak mendapatkan cukup cahaya. Contohnya kasir.

E. *Decorative Lighting*

Gambar 2.28 Contoh *Decorative Lighting* pada Ritel
Sumber: insbride.ru, 2020

Pencahayaan dekoratif digunakan untuk menciptakan visual yang menarik untuk meningkatkan minat beli pelanggan dalam ruang ritel. Contoh pencahayaan dekoratif adalah, lampu gantung dan lampu neon.

2.4.2 Hal yang Perlu Dipertimbangkan dalam Pencahayaan Ritel

Pencahayaan ritel yang baik dapat meningkatkan pengalaman berbelanja pelanggan. Pada sebagian besar pengaplikasiannya, pencahayaan dimaksimalkan sambil meminimalisir sumber cahaya sehingga pelanggan fokus pada barang tertentu. Bab 24, bagian 6 memungkinkan perancang untuk membuat tata letak pencahayaan ritel yang sesuai dengan luminer dan mendesain konvensi yang dipilih. Terdapat standar untuk penggunaan energi pencahayaan yang tidak

membatasi desain. Sehingga, terdaat beberapa hal yang perlu dipertimbangkan dalam menerangi ruang ritel adalah;

A. Arsitektur

Pencahayaan dapat menekankan, melembutkan hingga menyeimbangkan fitur arsitektur tertentu, dari membuat toko kecil terasa lebih luas hingga memainkan tekstur dan lengkungan pada dinding. Hal ini juga mempengaruhi material yang akan digunakan pada ruang tersebut, contohnya granit yang dipoles hingga mengkilap akan memantulkan cahaya berbeda dengan kayu.

B. Suasana

Mempertimbangkan aktivitas yang terjadi pada ruang tersebut, apakah pada ruang tersebut akan terjadi banyak aktivitas atau sedikit. Contohnya, butik kelas atas akan penggunaan pencahayaan kontras yang tinggi. Karena, aktivitas yang terjadi sedikit. Sedangkan, untuk toko ritel skala besar cenderung menggunakan tingkat pencahayaan yang seragam.

C. Estetika

Gaya pencahayaan harus selaras atau melengkapi gaya toko, baik itu klasik, kontemporer, *youthful* atau *sophisticated, edgy* atau *family oriented.* Pilihan sumber cahaya harus mencakup pertimbangan yang cermat dan kemampuan rendering warna untuk menampilkan produk yang dijual.

2.5 PENGHAWAAN

Penghawaan merupakan proses pertukaran udara di dalam bangunan untuk merekayasa pergerakan udara dan temperatur udara secara alami melalui bantuan elemen-elemen bangunan yang terbuka ataupun pengkondisian udara dengan alat mekanis. Untuk mencapai kenyamanan, kesehatan dan kesegaran hidup dalam rumah tinggal atau bangunanbangunan bertingkat, khususnya di daerah beriklim tropis dengan udara yang panas dan tingkat kelembaban tinggi, diperlukan usaha untuk mendapatkan udara segar baik udara segar dari alam dan aliran udaran buatan.

2.5.1 Faktor Penghawaan dalam Perencanaan Ruang

1. Manusia dengan kebutuhannya:
   A. Kebutuhan akan suhu nyaman 18°C - 25°C dan kelembaban suhu udara 40% - 70%
   B. Kebutuhan udara bersih 0,84 m^3/orang/menit
   C. Kebutuhan akan kecepatan angin yang nyaman 0,2-2m/detik
2. Pergantian udara bersih yang dibutuhkan dan volume ruang yang memenuhi persyaratan tersedianya udara bersih

Tabel 2.1 Jumlah Pergantian Udara dan Volume Ruang yang Baik

Sumber: Syamsiah, 1995

Ruang	Arus Udara Bersih M^3/Menit/Orang	Volume Ruang M^3/orang
Kantor Kecil	0,4	30
Kantor Besar	0,8	15 – 20
Toko Kecil	0,4	12 – 14
Toko Besar	0,6	8,5 – 12
Restoran Kecil	0,8	8,5 – 12
Restoran besar	0,7	5,5 – 8,5
Teater/Ruang Pertunjukan	0,4	5,5 – 8,5
Sekolah Anak	0,8	5,5 – 7

Sekolah Dewasa	0,6	5,5 – 7
Rumah Sakit	0,9 – 1,2	5,5 – >30

3. Temperatur Efektif

   Menurut Soegiyanto (1990) suhu efektif untuk mendukung kenyamanan adalah:

   A. Sejuk nyaman, 20,5°C - 22,8°C

   B. Nyaman Optimal, 22,8°C-25,8°C

   C. Hangat Nyaman, 25,8°C-29,5°C

   Batas kenyaman termal di daerah khatulistiwa adalah 22,5°C-29,5°C

2.5.2 Penghawaan pada Ritel

Penghawaan pada ritel merupakan salah satu hal yang penting. Jika digunakan dengan tepat, penghawaan dapat mepertahankan bahkan meningkatkan penjualan. Namun jika tidak digunakan dengan tepat (temperatur ruang terlalu dingin atau panas) maka penjualan kemungkinan besar akan menurun. Karena penghawaan ini berdampak langsung kepada kenyaman dan perilaku pelanggan. Berikut adalah beberapa hal yang harus dipertimbangkan untuk mencapai terperatur optimal pada ritel:

1. Pertimbangkan Cuaca

   Jika cuaca diluar sedang dingin, ada baiknya suhu didalam ruang tidak sedingin diluar. Jika cuaca diluar sedang panas, ada baiknya suhu ruang dingin.

2. Pertimbangkan Pelanggan

   Dalam sebuah ruang tentunya tidak hanya terdapat pelanggan, namun juga karyawan. Kesalahan yang sering terjadi adalah ritel menyesuaikan suhu ruang dengan karyawan bukan dengan pelanggan. Contohnya, ketika cuaca diluar dingin dan karyawan memakai seragam yang membuat mereka merasa panas, sehingga suhu ruangan dingin. Padahal pelanggan merasa suhu ruangan terlalu dingin, sehingga tidak nyaman dan mempengaruhi perilaku berbelanja.

3. Meningkatkan Lingkungan Ritel

   Maksud dari poin ini adalah selalu merawat lingkungan ruang ritel, dengan selalu membersihkan ruang hingga merawat sistem penghawaan buatan seperti AC. Selain itu meningkatkan sistem penghawaan jika kurang memenuhi standar, dari menambah jumlah AC hingga memanfaatkan ventilasi.

2.6 *CUSTOMER EXPERIENCE*

Menurut Meyer dan Schwager dalam bukunya *Understanding Customer Experience, Customer Experience* merupakan respon internal dan subjektif yang dimiliki konsumen terhadap kontak langsung maupun tidak langsung dengan sebuah perusahaan. Kontak langsung umumnya terjadi pada saat pembelian, penggunaan, dan pelayanan. Kontak tidak langsung meliputi, pertemuan yang tidak direncanakan dengan representasi dari produk, layanan, atau *brand* perusahaan yang berbentuk rekomendasi atau kritik, iklan, laporan berita, *review*, dan sebagainya (Schwager, 2007).

Membangun pengalaman pelanggan *(customer experience)* menjadi bagian penting dalam strategi pemasaran karena pengalaman adalah tahap utama untuk merebut hati pelanggan. Pada tahap ini, pelanggan tidak sekadar memperoleh informasi maupun janji-janji seperti dalam iklan, tetapi pelanggan merasakan dan mengalami sendiri keterlibatan dengan produk maupun layanan dari perusahaan tersebut. Setelah mereka merasakan bagaimana kualitas produk dan pelayanan, pelanggan akan memberikan informasi yang baik pada pelanggan lain. Berikut adalah strategi menciptakan *Customer Experience* yang baik pada ritel:

1. Buat visi-misi customer experience yang jelas

   Buatlah visi-misi yang jelas dan berfokus pada pelanggan, bagaimana mereka dapat berkomunikasi dengan toko secara langsung.

2. Prioritaskan Pelanggan

   Pebisnis harus menentukan apa yang menjadi kebutuhan pelanggannya yang utama dan berikan solusinya.

3. Memahami Siapa Pelanggan Toko

   Pelajari berbagai macam pelanggan yang akan berinteraksi dengan bagian *customer support*. Jika bisnsnya benar-benar dapat memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan, maka mereka harus dapat terhubung dengan baik dan berempati dengan situasi dan keluhan yang dihadapi pelanggan.

4. Buat hubungan emosional dengan pelanggan Anda

   Customer Experience terbaik dicapai ketika anggota tim Anda menciptakan hubungan emosional dengan pelanggan. Penelitian oleh *Journal of Consumer Research* menemukan bahwa lebih dari 50% pengalaman didasarkan pada emosi sebagai emosi membentuk sikap yang mendorong keputusan.

5. Bangun personality perusahaan

   Sosial media dapat digunakan untuk membangun *personality* perusahaan, membangun popularitas perusahaan, dan membuat ikatan emosional sehingga pelanggan merasa dekat dengan *brand* Anda.

6. Izinkan Pelanggan untuk Mencoba Produk

   Permudah pengunjung untuk dapat merasakan pengalaman menggunakan produk, hal ini dapat meyakinkan pengunjung untuk memberli produk tersebut.

7. Ciptakan Suasana Toko yang Membuat Pengunjung Nyaman

   Terdapat banyak faktor agar poin ini tercapai, mulai dari desain toko, penghawaan, pencahayaan, sirkulasi ruang hingga musik yang diputar pada ritel tersebut.

8. Mengintegrasikan Toko Fisik dan Toko *Online*

   Khusus untuk ritek yang memiliki toko *online,* izinkan pelanggan untuk dapat melakukan pemesanan atau pembelian di situ *e-commerce*, kemudian mengambil barang langsung di toko ritel. Menurut *International Ouncil of Shopping Centers* (ICSC) 69% pembeli yang pergi ketoko untuk mengambil pesanan mereka, pada akhirnya membeli barang lain.

9. Permudah Proses *Checkout* bagi Pelanggan

   Pelanggan akan berpikir ulang untuk membeli barang, jika mereka melihat antrian antrean panjang di kasir. Untuk menghindari hal tersebut, persiapkan beberapa karyawan kasir. Namun terdapat solusi lain, yaitu dengan mengimplementasikan sistem POS yang dapat diakses dari *smartphone* dan *table,* sehingga karyawan tidak bergantung pada computer kasir untuk menangani pembayaran pelanggan.

10. Menginspirasi Pelanggan

    Kemampuan untuk menginspirasi pelanggan secara khusus adalah hal yang sangat baik. Disini, *retailer* memiliki keuntungan yang tidak dapat ditandingi oleh merk massal untuk meningkatkan gairah berbelanja. Contohnya, toko *The North Face* menyediakan pengalaman mendaki tingkat dunia melalui *Virtual Reality*. Pembuatan konten bermakna, dapat menginspirasi pelanggan. Misalnya video tentang percobaan kosmetik pada hewan di toko *The Body Shop*.

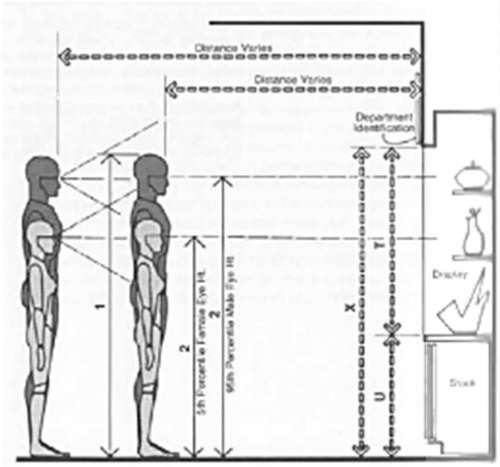
11. Menemukan Cara untuk Menghemat Waktu Berbelanja Pelanggan

    Tidak dapat dipungkrii, jika pelanggan akan menghabiskan waktu yang banyak di *department store* karena variasi produk yang sangat luas. Dari situ, dapat diminimalisir dengan cara kategorisasi produk secara lebih detail.

2.7 STUDI ANTROPOMETRI

2.7.1 Studi Antropometri *Display*

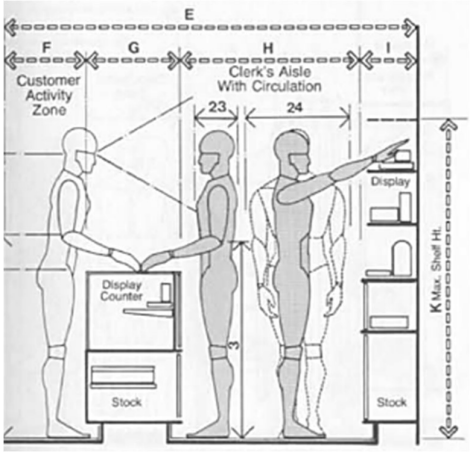
	cm
T	121,9
U	91,4
X	213,4



Gambar 2.29 *Display/Visual Relationship*
Sumber: Human Dimension & Interior Space, 1979

Ukuran *display* sangat mempengaruhi pandangan pengunjung. Sehingga terdapat ukuran standart yang harus dipenuhi agar *display* tersebut dapat terlihat oleh jangkauan mata. Hal ini merupakan hal penting karena nantinya dapat mempengaruhi perilaku pembelian pelanggan. Seperti yang terlihat di **Gambar 2.29**, standar timggi *display* adalah **(X) 213.4 cm**, dengan **(U) 91.4 cm** diatas lantai digunakan sebagai *storage* dan **(T) 121.9 cm** sisanya digunakan sebagai *display.* Ini merupakan ukuran standart agar *display* tersebut dapat sepenuhnya dilihat oleh mata manusia.

	cm
G	45,7 – 61
H	72,6 – 121,9
I	45,7 – 55,9
J	88,9 – 96,5
K	182,9

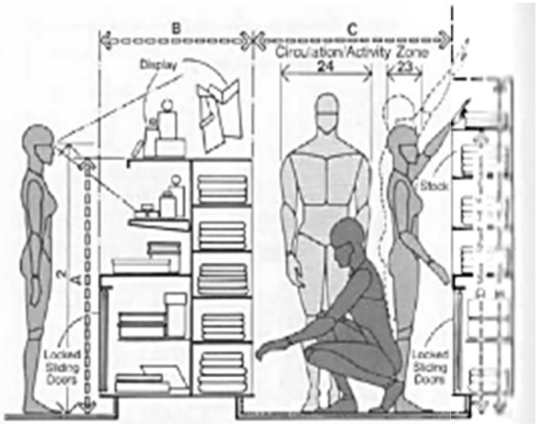


Gambar 2.30 *Sales Area/Standing Customer*
Sumber: Human Dimension & Interior Space, 1979

Gambar 2.30 adalah standar ukuran yang ditetapkan untuk area penjualan atau area pelanggan yang berdiri. Area ini biasanya terdapat pada area *display* yang dapat dijangkau oleh pelanggan (barang dapat diambil) tidak seperti **Gambar 2.29** dimana barang yang di *display* tidak dapat diambil. Dapat dilihat pada **Gambar 2.30**, diantara *display case* terdapat interaksi baik antar pelanggan – pelanggan maupun pelanggan – karyawan. Sehingga, terdapat jarak minimal untuk sirkulasi ruang agar tidak terjadi tabrakan antar pelanggan. Jarak tersebut adalah **(H) 76.2 cm – 121.9 cm**.

Sedangkan untuk *standing display*, memiliki standart ukuran tinggi maksimal **(K) 182.9 cm** dan lebar **(I) 45.7 cm – 55.9 cm**. *Display* pada *sales area* memiliki standart tinggi maksimal **(J) 88.9 cm – 96.5 cm** dengan lebar **(G) 45.7 – 61 cm**. Tentunya hal tersebut harus diperhatikan dan diaplikasikan untuk memberikan kenyamanan berbelanja kepada pengunjung.

	cm
A	121,9
B	76,2 – 91,4
C	129,5
E	182,9

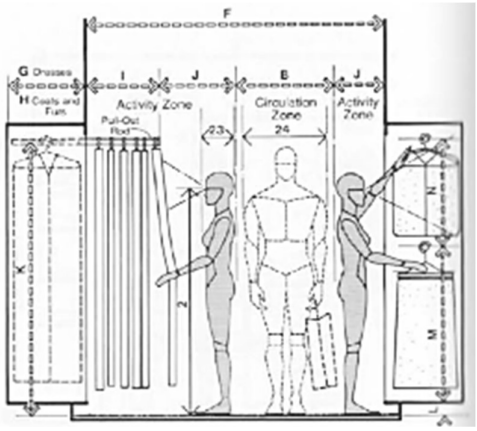


Gambar 2.31*Merchandise Case*
Sumber: Human Dimension & Interior Space, 1979

Gambar 2.31 menunjukkan standart sirkulasi pada *merchandise area* dan standart *merchandise case.* Hal ini sangat penting, karena mempengaruhi aktivitas dan kenyamanan manusia didalamnya, baik karyawan maupun pembeli. Tinggi *merchandise case* maksimal **(A) 121.9 cm** dengan lebar antara **(B) 76.2 cm – 91.4 cm**, dimana *case* tersebut memiliki ruang *display* diatasnya.

Selain itu, jika *case* sampai bawah maka dibutuhkan sirkulasi yang lebih lebar agar penggunjung/karyawan dapat jongkok tanpa menabrak pelanggan/karyawan lain yang sedang berdiri dengan minimal jarak **(C) 129.5 cm**. Hal ini diterapkan agar tidak mengganggu aktivitas pengunjung/karyawan lain. Selain itu untuk *rack case*, memiliki maksimal ketinggian **(E) 182.9 cm**, hal ini agar *case* tersebut masih dapat di jangkau oleh manusia tanpa menggunakan alat bantu.

	cm
B	76,2 – 91,4
J	45,7
K	182,9
M	106,7
N	66

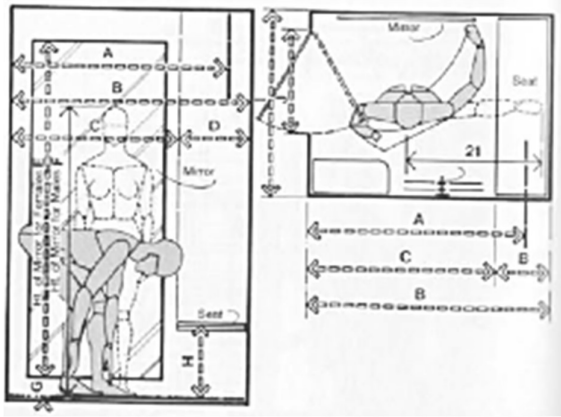


Gambar 2.32 *Hanging Merchandise Cases*
Sumber: Human Dimension & Interior Space, 1979

Gambar 2.32 menunjukkan standart *Hanging Case* yang biasa digunakan untuk *display fashion.* Menurut gambar, jika terdapat dua *case* yang berjejeran jarak minimal antar *case* adalah **(J) + (B) 180 cm** karena pada setiap *case* harus mempunyai *activity zone* minimal **(J) 45.7 cm** untuk aktivitas pengunjung yang sedang memilih barang dan penambahan *space* **(B) 76.2 cm – 91.4 cm** untuk pengunjung lain yang melewati area tersebut. Sehingga tidak terjadi tabrakan/senggolan dan kenyamanan pengguna tetap terjaga.

Selain itu, apabila *hanging case* tersebut dibuat untuk pakaian terusan (panjang) maka ukuran standar yang diterapkan adalah maksimal **(K) 182.9 cm**. Sedangkan untuk *hanging case* yang dapat memuat 2 tipe pakaian dalam satu area disarankan area bawah memiliki tinggi **(M) 106.7 cm** dan area atas minimal **(N) 66 cm**. Hal tersebut diatur agar pakaian/*merchandise* dapat dijangkau oleh pengunjung tanpa menggunakan alat bantu sehingga efisien.

	cm
A	121,9
B	137,2 – 147,3
D	30,5 – 40,6
F	190,5
G	10,2
H	40,6
I	91,4
J	61

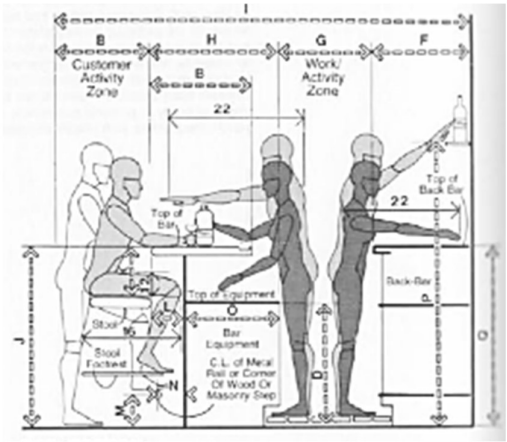


Gambar 2.33 *Dressing Room*
Sumber: Human Dimension & Interior Space, 1979

Dressing Room/Fitting Room adalah hal penting dalam *retail fashion*. Meskipun ukurannya kecil, terdapat standar untuk membuat *dressing room* ini yang cukup banyak. Jika terdapat kursi pada *dressing room* tersebut maka, panjang areanya adalah **(B) 137.2 cm – 147.3 cm** dengan lebar kursi **(D) 30.5 cm – 40.6 cm** dan tinggi kursi **(H) 40.6 cm**. Jika *dressing room* tersebut tidak memiliki kursi, maka panjang area nya minimal **(A) 121.9 cm**. Baik mempunyai kursi atau tidak, lebar *dressing room* minimal **(I) 91.4 cm** dengan lebar pintu **(J) 61 cm**. Hal lain yang perlu diperhatikan dalam membangun *dressing room* adalah cermin dengan tinggi maksimal **(F) 190.5 cm** yang di pasang **(G) 10.2 cm** dari atas lantai.

2.7.2 Studi Antropometri *Café*

	cm
B	45,7 - 61
D	76,2
F	61 – 78,1
G	76,2 – 91,4
J	106,7 – 114,3
K	27,9 – 30,5
O	91,4 – 106,7
P	152,4 – 175,3

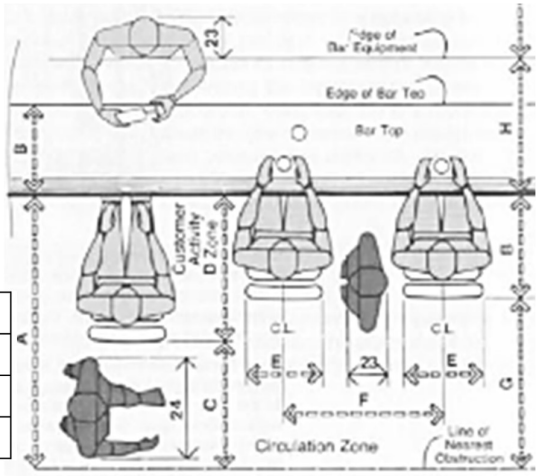


Gambar 2.34 *Bar Area*
Sumber: Human Dimension & Interior Space, 1979

Antropometri ini diterapkan pada area café untuk mencipatkan *customer experience*. Penggunaan berbagai macam tipe tempat duduk merupakan salah satu cara meningkatkan *customer experience.* Hal yang perlu diperhatikan untuk tipe bar adalah tinggi *top table* **(J) 106.7 – 114.3 cm** dan tinggi antara bar *stool* dengan meja adalah **(K) 27.9 cm – 30.5 cm**. *Customer activity zone* antara **(B) 45.7 cm – 61 cm**, dimana area ini merupakan area bersih khusus untuk aktivitas pelanggan.

Area ini nantinya akan bergabung dengan *dry kitchen,* maka diperlukan *space* yang besar untuk barista yang nantinya akan melakukan aktivitas disana. Dibawah *top table* terdapat perlengkapan Bar dengan lebar antara **(O) 91.4 cm – 106.7** cm dengan tinggi **(D) 76.2 cm**. Selanjutnya, area interaksi antara barista dan pelanggan adalah **(H) 71.1 cm – 96.5 cm** lalu *Work Activity Zone* untuk barista adalah **(G) 76.2 cm – 91.4 cm**. Selain itu, terdapat *back bar* (tempat barista membuat minuman) dimana tinggi furniturnya adalah **(G) 76.2 cm – 91.4 cm** dengan lebar **(F) 61 cm – 78.2 cm**. Apabila pada area ini terdapat *shelf,* maka *shelf* tersebut harus dipasang antara **(P) 152.4 cm – 175.3 cm** agar dapat dijangkau oleh barista tanpa menggunakan alat bantu.

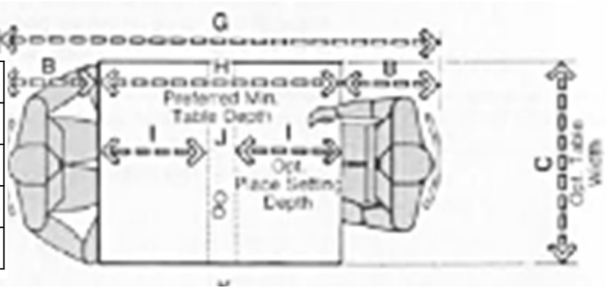
	cm
C	61
D	76,2
E	40,6 – 45,7



Gambar 2.35 *Sirkulasi Bar Area*
Sumber: Human Dimension & Interior Space, 1979

Gambar 2.35 menekankan pada sirkulasi area tersebut agar dapat memberikan kenyamanan kepada pengunjung. Hal yang perlu diperhatikan adalah lebar tiap *bar stool* yaitu **(E) 40.6 cm – 45.7** cm yang nantinya dapat menjadi patokan untuk memberi jarak yang pas antar *bar stool.* Selain itu, apabila *bar stool* pada posisi maksimal **(D) 76.2 cm** maka ditambahkan jarak sebesar **(C) 61 cm** untuk sirkulasi pelanggan berjalan agar tidak menganggu pelanggan lain.

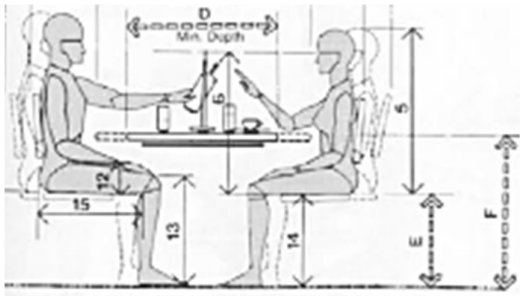
	cm
B	45,7 - 61
C	76,2
G	182,9 – 213,4
H	61,4



Gambar 2.36 Table Size for Two Person
Sumber: Human Dimension & Interior Space, 1979

Ukuran standar meja makan untuk dua orang dapat dilihat pada **Gambar 2.36**, pada gambar tersebut dijelaskan bahwa panjang area yang dibutuhkan adalah **(G) 182.9 cm – 213.4** cm dengan estimasi panjang tiap orang adalah **(B) 45.7 cm – 61 cm**. Selain itu, panjang meja yang digunakan adalah **(H) 61.4 cm** dengan lebar **(C) 76.2 cm**.

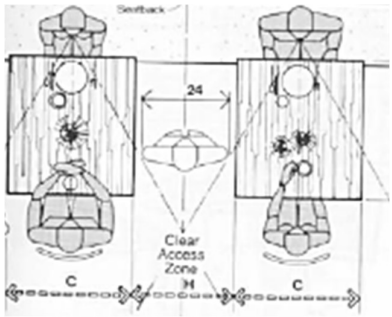
	cm
E	40,6 – 43,2
F	73,7 – 76,2



Gambar 2.37 Table Size Vertical Clearances
Sumber: Human Dimension & Interior Space, 1979

Gambar 2.37 merupakan penjabaran dari **Gambar 2.36** dilihat tampak vertikalnya, digambar tersebut menunjukkan bahwa standar tinggi kursi makan adalah **(E) 40.6 cm – 43.2 cm** dan tinggi meja adalah **(F) 73.7 cm – 76.2 cm.**

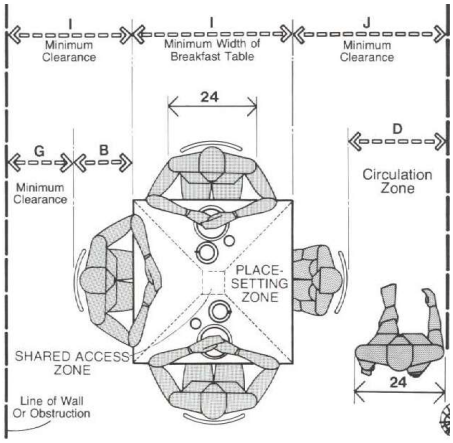
	cm
C	76,2
H	61



Gambar 2.38 Banquette Seating Clearances
Sumber: Human Dimension & Interior Space, 1979

Gambar 2.38 merupakan standar sirkulasi pada *Banquette Seating,* terlihat bahwa setiap meja membutuhkan lebar **(C) 76.2 cm** dan jarak standar antar *banquette* adalah **(H) 61 cm.**

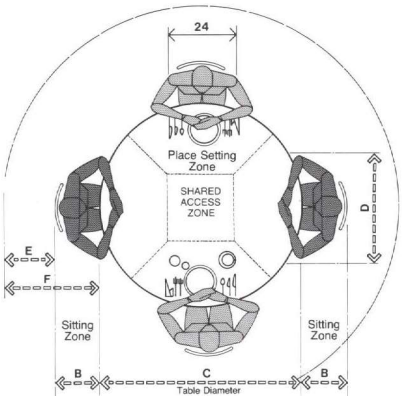
	cm
B	45,7 -61
D	76,2
G	45,7
I	91,4 – 106,7



Gambar 2.39 Tabel Size for Four Person
Sumber: Human Dimension & Interior Space, 1979

Gambar 2.39 merupakan standar meja makan untuk empat orang dan sirkulasi yang dibutuhkan. Karena meja yang digunakan berbentuk persegi, maka ukuran meja tersebut adalah **(I) 91.4 cm – 106.7 cm**. estimasi lebar setiap orang adalah **(B) 45.7 cm – 61 cm**, sehingga membutuhkan *minimum clearance* sebesar **(G) 45.7 cm** sedangkan zona sirkulasinya adalah **(D) 76.2 cm**.

	cm
C	152,4



Gambar 2.40 Round Tabel Size for Four Person
Sumber: Human Dimension & Interior Space, 1979

Jika **Gambar 2.39** merupakan standar meja makan untuk empat orang yang berbentuk persegi, maka **Gambar 2.40** merupakan standar meja makan untuk empat orang berbentuk lingkaran. Meskipun sama – sama untuk empat orang, namun ukurannya berbeda yaitu diameter meja adalah **(C) 152.4 cm.**

2.8 SISTEM KEAMANAN PADA *RETAIL*

Sistem Keamanan adalah komponen jaringan yang digunakan untuk memberikan rasa bebas dari bahaya, tidak merasa takut, resah, atau gelisah terhadap barang berharga yang dimiliki. Sistem keamanan dapat mengetahui kemungkinan terjadinya pencurian terhadap barang berharga.

Pentingnya sistem keamanan pada *retail*, kurang lebih sama dengan bangunan. Dikarenakan pada *retail*, kita tidak hanya mendesain sesuatu yang memiliki fasilitas yang baik, nyaman bagi pengunjung dan karyawan serta memiliki nilai estetika yang tinggi, namun juga aman bagi pengunjung dan pihak manajemen. Apabila tidak ada sistem keamanan, pengunjung dan manajemen akan merasa tidak aman dan selalu was - was dalam berbelanja.

2.8.1 Jenis Ancaman Sistem Keamanan

A. Ancaman Manusia

Meliputi agresor/penyerang dan taktik agresor. Agresor dikelompokkan menjadi lima kategori antara lain; penjahat, pengacau, aktivis, ekstrimis, protes kelompok – kelompok dan teroris. Tindakan bermusuhan dilakukan oleh agresor ini berkisar

dari kejahatan (seperti pencurian) ke ancaman konflik (seperti perang konvensional).

B. Ancaman Alam

Ancaman Alam biasanya konsekuensi dari fenomena alam. Mereka tidak dapat dicegah dengan tindakan fisik-keamanan, tetapi mereka cenderung memiliki efek yang signifikan pada sistem keamanan dan operasi. Mereka memerlukan peningkatan upaya perlindungan baik untuk mengatasi situasi baru atau untuk mengkompensasi hilangnya langkah – langkah keamanan yan ada. Mereka dapat mengurangi efektivitas langkah – langkah keamanan yang ada dengan kejadian seperti runtuhnya pagar perimeter dan hambatan, pencahayaan pelindung, rusaknya kendaraan patrol dan visibilitas miskin.

C. Ancaman Jaringan

Keamanan jaringan adalah suatu sistem yang digunakan untuk memberikan proteksi atau perlindungan pada suatu jaringan agar terhindar dari berbagai ancaman luar yang mampu merusak jaringan. Tujuannya untuk mengantisipasi resiko jaringan berupa bentuk ancaman fisik maupun *logic* baik langsung ataupun tidak langsung yang dapat mengganggu aktivitas yang sedang berlangsung dalam jaringan.

Satu hal yang perlu diingat bahwa tidak ada jaringan yang anti sadap atau tidak ada jaringan yang benar-benar aman. karna sifat jaringan adalah melakukan komunikasi, dan setiap komunikasi dapat jatuh ke tangan orang lain dan di salah gunakan. Beberapa ancaman jaringan yang umum ditemukan adalah Virus, Trojan Horse, *Spyware* dan *Hacking*

2.8.2 Upaya Mengatasi Ancaman Keamanan

A. Kunci

Gambar 2.41 Kunci
Sumber: Indonesia.alibaba.com, 2020

Kunci pada konteks retail dapat di aplikasikan pada furniture seperti *storage* barang atau *display* produk berharga (emas, tas bermerk, jam tangan, dll). Selain itu, biasanya kunci diterapkan pada laci kasir. Hal ini guna meminimalisir terjadinya hal – hal yang tidak diinginkan baik yang merugikan pengunjung maupun manajemen.

B. *Tag Sensor*

Gambar 2.42 Tag Sensor
Sumber: tokopedia.com, 2020

Tag Sensor merupakan sensor yang biasanya di tempelkan pakaian atau produk lain yang dijual di suatu toko yang besar. Alat ini menempel dengan kuat, alat ini sangat efektif untuk mendeteksi pencurian dalam suatu toko. Karena jika alat ini belum dilepaskan dapat memicu alarm.

C. *Gate Sensor*

Gambar 2.43 *Gate Sensor*
Sumber: sistemakses.com, 2020

Gate sensor adalah sistem keamanan untuk toko yang diletakkan pada pintu masuk atau keluar. Sistem keamanan ini berupa tiang yang bermaterial beso hingga akrilik yang didalamnya memiliki sirkuit dan antenna yang akan memberikan sinyal dan peringatan berupa bunyi alarm dan lampu yang menyala jika terdapat barang milik toko yang keluar melalui pintu ini tanpa otorisasi sebelumnya oleh petugas (*Tag Sensor* belum dilepas)

D. CCTV

Gambar 2.44 (dari kiri) Kamera, DVR, Monitor
Sumber: amazon.uk, 2020

Closed Circuit Television (CCTV) adalah televisi yang memiliki sirkuit tertutup, tidak seperti televisi pada umumnya. Pada umumnya CCTV digunkan sebagai pelengkap keamanan pada bangunan. CCTV merupakan satu kesatuan sistem yang terdiri dari kamera, DVR *(Digital Video Recorder)* dan Monitor. Semakin berkembangnya jaman, jenis kamera yang dipakai untuk CCTV semakin banyak dengan fungsi yang berbeda pula.

E. Alat Penyelamatan Luncur dan Tangga Kebakaran

Alat penyelamatan luncur harus diijinkan untuk bangunan kelas 2 sampai dengan 9. Alat penyelamatan luncur diijinkan sebagai sarana jalan keluar, harus berkapasitas 60 orang dan tidak lebih dari 25%

kapasitas jalan keluar yang dipersyaratkan dari setiap bangunan atau setiap lantai (Badan Standardisasi Nasional 2000:50). Alat ini digunakan sebagai alat evakuasi apabila terjadi kebakaran. Berikut adalah jenis alat penyelamatan luncur dan tangga kebakaran:

1. *Single Entry Escape Chute*

Gambar 2.45 *Single Entry Escape Chute*
Sumber: www.thefirstescape.com, 2020

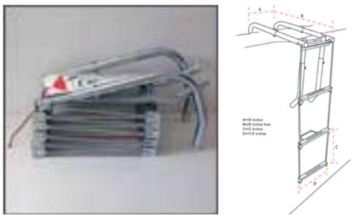
2. *Slide Scape*

Gambar 2.46 *Slide Scape*
Sumber: www.thefirstescape.com, 2020

3. *Vertical Escape Chute New Generation*

Gambar 2.47 *Vertical Escape Chute New Generation*
Sumber: www.thefirstescape.com, 2020

4. *X-IT Fire Escape Ladder*



Gambar 2.48 *X-IT Fire Escape Ladder*
Sumber: www.thefirstescape.com, 2020

5. *Roll-Out Ladder*

Gambar 2.49 *Roll Out Ladder*
Sumber: www.thefirstescape.com, 2020

6. *Wire Descender*

Gambar 2.50 *Wire Descender*
Sumber: www.thefirstescape.com, 2020

F. *Smoke Detector*

Gambar 2.51 *Smoke Detector*
Sumber: www.shopee.co.id, 2020

Alat ini berfungsi untuk mendeteksi adanya sinyal – sinyal bahaya seperti asap. Menurut Juwana (2005) detektor asap memiliki persyaratan pemasangan seperti berikut:

- Untuk setiap luas lantai 92 m^2.
- Jarak antar detektor maksimum 12 meter di dalam ruang aktif dan 18 meter untuk ruang sirkulasi.
- Jarak detektor dengan dinding minimum 6 meter untuk ruang aktif dan 12 meter untuk ruang sirkulasi.
- Setiap kelompok sistem dibatasi maksimum 20 buah detektor untuk melindungi ruangan seluas 2000 m^2.

G. APAR

Gambar 2.52 APAR
Sumber: www.alatpemadamapi101.com, 2020

Alat pemadam kebakaran ringan (APAR) dapat dimiliki oleh siapa saja dan mudah untuk didapat, dan mudah penggunaannya. Alat ini juga harus selalu diperiksa oleh dinas pemadam kebakaran untuk memastikan bahwa tabung tersebut masih dapat berfungsi dengan baik. APAR harus diletakkan ditempat yang mudah terlihat dan aman, sehingga akan dapat dijangkau pada keadaan darurat.

Persyaratan yang harus terpenuhi oleh APAR tabung adalah:

a. Tabung harus dalam keadaan baik.
b. Etikel atau label mudah dibaca dengan jelas dan dapat dimengerti
c. Sebelum digunakan, segel harus dalam keadaan baik (tidak rusak).
d. Selang harus tahan terhadap tekanan tinggi.
e. Bahan baku pemadam selalu dengan keadaan baik.
f. Isi tabung gas sesuai dengan tekanan yang diisyartakan.
g. Penggunaannya belum kadaluwarsa.

h. Warna tabung harus mudah dilihat (merah, hijau, biru, atau kuning)

H. Sprinkler Bangunan

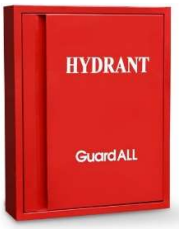
Gambar 2.53 Sprinkler Bangunan
Sumber: www.patigeni.com, 2020

Menurut Kepmen Pekerjaan Umum nomor 10/KPTS/2000, bahwa sprinkler adalah alat pemancar air untuk pemadaman kebakaran yang mempunyai tudung deflektor pada ujung mulut pancarnya, sehingga air dapat memancar ke semua arah secara merata.

I. Hidran

Berdasarkan lokasi penempatan, maka hidran dibedakan atas (Juwana, 2005):

1. Hidran Bangunan (*Box Hydrant* – hidran kotak)



Gambar 2.54 Hidran Kotak
Sumber: www.bromindo.com, 2020

Hal lain yang perlu diperhatikan pada pemasangan hidran adalah:

- Hidran bangunan yang menggunakan pipa tegak (*riser*) ukuran 6 inchi (15 cm) harus dilengkapi dengan kopling dari barisan atau unit pemadam kebakaran dan ditempatkan pada tempat yang mudah dijangkau oleh petugas pemadam kebakaran.
- Kotak hidran bangunan harus mudah dibuka, dapat terlihat, terjangkau dan tidak terhalang oleh apapun.

b. Hidran Halaman (*Pole Hydrant*)

Gambar 2.55 Hidran Halaman
Sumber: www.firesytem.id, 2020

Hidran halaman diletakkan di luar bangunan pada lokasi yang aman dari api. Penyaluran air ke dalam bangunan dilakukan melalui katup *Siamese.* Hal-hal yang harus diperhatikan pada pemasangan hidran halaman adalah:

- Hidran halaman harus disambungkan dengan pipa induk yang berukuran diameter minimum 6 inchi (15 cm) dan mampu mengalirkan air 1000 liter/menit. Maksimal jarak antar hidran adalah 200 meter dan penempatan hidran harus mudah dicapai oleh mobil pemadam kebakaran.
- Hidran halaman yang mempunyai dua kopling outlet harus menggunakan katup pembuka dengan diameter 4 inchi (10 cm) dan yang mempunyai tiga kopling outlet harus menggunakan katup pembuka dengan diameter 6 inchi (15 cm).

J. *Emergency Exit*

Gambar 2.56 (dari kiri) Pitu Darurat & Tangga Darurat
Sumber: www.isibangunan.com, 2020

Menurut Purbo (1992), keadaan darurat (*emergency*) yang menimpa suatu bangunan adalah suatu keadaan yang tidak lazim terjadi, cenderung dapat mencelakakan penghuninya. Keadaan ini dapat

diakibatkan oleh alam (gempa bumi, tanah longsor, gunung meletus, banjir, dll atau oleh masalah teknis dan ulah manusia (kebakaran, runtuhnya gedung akibat kegagalan/kesalahan konstruksi). *Emergency exit* ini dapat digunakan untuk mengatasi ancaman alam maupun manusia. Namun, ancaman yang sering terjadi adalah ancaman manusia yang berupa kebakaran maka spesifikasinya menggunakan ancaman kebakaran.

K. Petunjuk Arah Jalan Keluar

Gambar 2.57 Petunjuk Arah Jalan Keluar
Sumber: www.surabayaproxsisgroup.com, 2020

Petunjuk arah jalan keluar *(EXIT)* sangat penting diadakan. Petunjuk ini dimaksudkan untuk mempermudah penghuni untuk menyelamatkan diri dengan cepat. Menurut Juwana (2005), *"EXIT"* harus dapat dilihat dengan jelas, diberi lampu yang menyala pada kondisi darurat, dengan kuat cahaya tidak kurang dari 50 lux dan luas tanda minimum 155 cm^2 serta ketinggian huruf tidak kurang dari 15 cm (tebal huruf minimum 2 cm).

L. Jalur Evakuasi

Gambar 2.58 Petunjuk Jalur Evakuasi
Sumber: www.rianjayasafety.com, 2020

Jalur Evakuasi adalah jalur khusus yang menghubungkan semua area ke area yang aman (Titik Kumpul). Dalam sebuah bangunan, jalur evakuasi sangatlah penting untuk mengevakuasi para pekerja ke tempat aman apabila di dalam sebuah bangunan terjadi hal-hal yang tidak diinginkan. Oleh sebab itu, rambu-rambu jalur evakuasi harus dipasang di semua area bangunan.

2.9 STUDI EKSISTING: LARISSO *DEPARTMENT STORE*

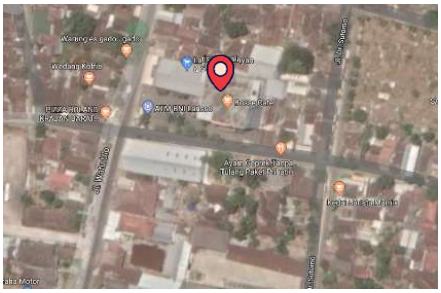
2.9.1 Sejarah LaRisso *Department Store*

Gambar 2.59 Tampak Depan LaRisso *Department Store*
Sumber: Dok. Pribadi, 2019

Toko Adi Karya merupakan cikal bakal berdirinya LaRisso Swalayan dan Grosir di tahun 2009. Bapak Sabdo Adi Setiawan yang merupakan pemilik tunggal toko Adi karya ini, menawarkan konsep *modern market* di Kecamatan Ambulu melalui LaRisso Swalayan & Grosir yang diresmikan pada tanggal 28 Juni 2009. Dengan hanya 25 orang karyawan saat ini, LaRisso Swalayan & Grosir menyediakan kebutuhan sehari – hari yang dikelola berdasarkan kelompok barang seperti; *Bazaar House Hole, Groceries Food & Drink, Health & Beauty Care* dan *Home Care.*

Dua tahun setelah LaRisso Swalayan & Grosir berdiri, pihak perusahaan mulai berkembang dengan menggeluti bidang *fashion.* Dengan adanya perkembangan tersebut, LaRisso menambah bangunan 3 lantai di belakang LaRisso Swalayan & Grosir yang diresmikan pada bulan Juni 2011. Dengan adanya bangunan tersebut, LaRisso mulai berbenah diri dan menggeluti empat departemen yaitu LaRisso Swalayan & Grosir, LaRisso *Market*, Larisso *Fashion* dan *Foodcourt.* Bangunan 3 lantai di LaRisso dapat disebut LaRisso *Department Store.*

2.9.2 Lokasi



Gambar 2.60 Peta Lokasi LaRisso *Department Store*
Sumber: Google Maps, 2019

LaRisso *Department Store* terletak di Jl. Watu Ulo No.21 Krajan – Ambulu, Kabupaten Jember – Jawa Timur (68172). Letak LaRisso *Department Store* ini sangat strategis karena berada di akses jalan utama menuju beberapa Pantai Selatan (Pantai Papuma, Pantai Watu Ulo, Teluk Love dll). Letak yang strategis membuat LaRisso *Department Store* didatangi oleh banyak pengunjung baik yang berasal dari Ambulu maupun luar Ambulu.

2.9.3 Fasilitas

1. Tempat Parkir

Gambar 2.61 Tempat Parkir Motor & Mobil LaRisso *Department Store*
Sumber: Dok. Pribadi, 2019

LaRisso *Department Store* memiliki parkir khusus untuk pengunjung dan karyawan yang leatknya dibedakan, parkir pengunjung di sisi barat dan parkir karyawan disisi timur tujuannya jika terjadi pergantian *shift* karyawan tidak mengganggu pengunjung. Parkir pengunjung dibedakan atas jenis kendaraan, mobil dan motor hal ini untuk memudahkan keamanan dan pemaksimalan penggunaan lahan.

2. Toilet

Gambar 2.62 Toilet LaRisso *Department Store*
Sumber: Dok. Pribadi, 2019

Seperti toilet pada umumnya, toilet LaRisso *Department Store* dibedakan berdasarkan jenis kelamin, wanita dan pria namun tidak dibedakan berdasarkan pengguna (pengunjung dan karyawan). Sehingga ketika jadwal sholat atau pergantian *shift* tiba, area ini dipadati oleh karyawan.

3. Mushola & Tempat Wudhu'

Gambar 2.63 Mushola & Tempat Wudhu LaRisso *Department Store*
Sumber: Dok. Pribadi, 2019

Mushola & tempat wudhu LaRisso *Department Store* terletak di sebelah toilet. Terlihat mushola ini jarang sekali digunakan, terutama oleh pengunjung. Kebanyakan penggunanya adalah karyawan LaRisso *Department Store.*

4. Loker Karyawan

Gambar 2.64 Loker Karyawan LaRisso *Department Store*
Sumber: Dok. Pribadi, 2019

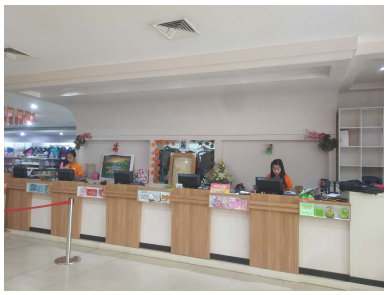
Loker karyawan ini terletak di sebelah timur gedung, tepat di tembok timur area *loading in* menuju gudang. Loker ini digunakan untuk menyimpan barang berharga karyawan, baik tas hingga helm.

5. Gudang

Gambar 2.65 Gudang LaRisso *Department Store*
Sumber: Dok. Pribadi, 2019

LaRisso *Department Store* memiliki banyak gudang, **Gambar 2.65** adalah gudang untuk barang grosir yang berada di sisi utara LaRisso *Department Store.* Untuk gudang penyimpanan barang *department store* terletak disetiap lantai.

6. Kasir



Gambar 2.66 Kasir Lantai Dasar LaRisso *Department Store*
Sumber: Dok. Pribadi, 2019

LaRisso *Department Store* memiliki 2 kasir yang terletak di lantai 1 dan lantai 2. Dua kasir tersebut memiliki konsep yang berbeda, namun kapasitasnya sama, yaitu 5 komputer.

7. Area *Display*

A. Area Mainan Anak

Gambar 2.67 Area Mainan Anak
Sumber: Dok. Pribadi, 2019

Area ini terletak disisi barat Lantai Dasar LaRisso *Department Store* yang menyediakan berbagai macam mainan baik untuk laki – laki maupun perempuan. Selain itu, terdapat mainan biasa hingga boneka. Tak jarang boneka untuk orang dewasa juga di jumpai diarea ini.

B. Area Perlengkapan Bayi

Gambar 2.68 Area Perlengkapan Bayi
Sumber: Dok. Pribadi, 2019

Perlengkapan bayi yang disediakan oleh LaRisso *Department Store* sangat luas *range*-nya, dimulai dari pakaian, alat mandi, alat pendukung bayi, *stroller* hingga alat pendukung ibu. Area ini berada di sisi timur lantai 1, berbatasan langsung dengan toilet, mushola dan tempat wudhu'.

C. Area ATK & Kebutuhan Sekolah

Gambar 2.69 Area Perlengkapan Sekolah
Sumber: Dok. Pribadi, 2019

Area ini terdapat pada sisi utara lantai 1, selain menyediakan Alat Tulis Kantor dan perlengkapan sekolah, area juga menyediakan perlengkapan ulang tahun.

D. Area Pecah Belah

Gambar 2.70 Area Pecsh Belah
Sumber: Dok. Pribadi, 2019

Area pecah belah ini terdapat di sisi utara lantai 1, yang menawarkan berbagai macam produk tidak hanya *kitchenware*, namun *homeware* hingga *home décor*. Sehingga *range* barang yang ditawarkan sangat luas dengan tempat yang terbatas

E. Area Kosmetik & Perhiasan

Gambar 2.71 Area Kosmetik & Perhiasan
Sumber: Dok. Pribadi, 2019

Area ini terdapat di sisi utara lantai 1. Kosmetik dan perhiasan yang ditawarkan di LaRisso *Department Store* cukup beragam dengan kuantitas yang banyak. Pencahayaan pada area ini sudah cukup namun masih bisa dikembangkan lagi.

F. Area Alas Kaki

Gambar 2.72 Area Alas Kaki
Sumber: Dok. Pribadi, 2019

Area ini terdapat di sisi barat lantai 2, menawarkan alas kaki wanita dan pria baik dewasa maupun anak – anak. *Display* yang kurang menarik membuat area ini terkesan kosong padahal stok yang di *display* banyak jenisnya. Selain itu, meskipun area ini mendapatkan pencahayaan natural yang sangat cukup namun pencahayaan tersebut kurang berkesan.

G. Area Pakaian Anak

Gambar 2.73 Area Pakaian Anak
Sumber: Dok. Pribadi, 2019

Pakaian anak yang ter *display* di area sisi selatan ini adalah pakaian anak umur 5 tahun keatas baik untuk anak perempuan maupun laki – laki. Karena untuk pakaian anak dibawah umur 5 tahun diletakkan bersamaan dengan perlengkapan bayi di lantai 1.

H. Area Pakaian Dewasa

Gambar 2.74 Area Pakaian Dewasa
Sumber: Dok. Pribadi, 2019

Area ini terdapat pada sisi utara, barat hingga timur lantai 2 yang menyediakan berbagai macam pakaian yang dibedakan berdasarkan gender pria dan wanita, model pakaian yang ditawarkan mulai dari baju, celana, kaos hingga *underwear* dengan kuantitas yang banyak. Pencahayaan pada area ini sudah cukup namun dapat dikembangkan lagi dan sirkulasi pada area ini kurang diperhatikan.

8. *Bakery*

Gambar 2.75 Area *Bakery*
Sumber: Dok. Pribadi, 2019

LaRisso *Department Store* memiliki *bakery* yang baru diresmikan bulan Agustus tahun 2019. Nantinya *bakery* ini akan berada di bangunan baru yang berada di sebelah barat LaRisso *Department Store* (**Gambar 2.75** sebelah kanan), namun karena belum selesai maka untuk sementara *bakery* berada di dalam LaRisso *Department Store* (**Gambar 2.75** sebelah kiri) yang menjadi aksentuasi di lantai 1.

9. *Fitting Room*

Gambar 2.76 *Fitting Room*
Sumber: Dok. Pribadi, 2019

Fitting Room berada di lantai 2 dekat dengan area pakaian wanita, LaRisso *Department Store* hanya menyediakan 4 *fitting room* untuk area pakaian baik anak maupun dewasa, tentunya *fitting room* tersebut kurang sehingga perlu ditambah.

10. *Arcade & Playground*

Gambar 2.77 *Arcade*
Sumber: Dok. Pribadi, 2019

Pada awal berdirinya LaRisso *Department Store,* area *Arcade* ini mendominasi lantai 3. Namun seiring berkembangnya zaman dan berkembangnya LaRisso, area ini semakin kecil namun menambah *playground.* Area ini semakin kecil, karena berbagi tempat dengan café yang baru direnovasi.

11. *Café*

Gambar 2.78 Bosse *Cafe*
Sumber: Google, 2019

Bosse *Café* adalah café yang diolah oleh pihak LaRisso, café yang barada di lantai 3 ini memiliki luas setengah lantai tersebut. Karena tempatnya yang luas, café ini menawarkan berbagai macam tempat duduk dan *spot* foto. Selain itu, café ini juga menyediakan fasilitas *rooftop* bagi masyarakat sekitar yang ingin menikmati keindahan Kecamatan Ambulu dari lantai 3..

12. ATM

Gambar 2.79 ATM
Sumber: Google, 2019

ATM yang tersedia di LaRisso *Departement Store* adalah ATM bank Mandiri, Bank BCA, Banks Muamalat dan Bank BRI. Letak ATM ini dipinggir jalan besar, sehingga ATM ini mudah sekali dijangkau. ATM ini berada di sisi barat LaRisso *Department Store.*

2.9.4 *Company Profile*

A. Struktur Organisasi

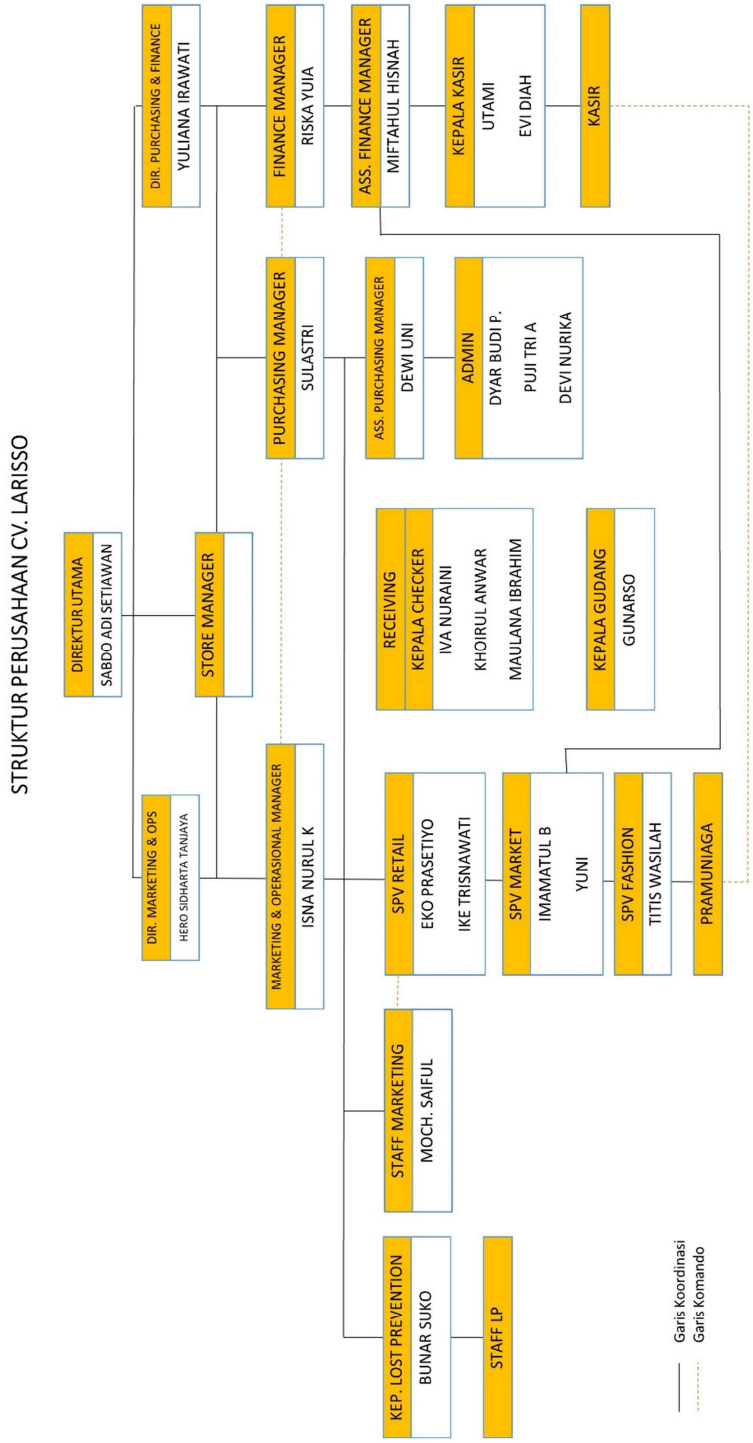


Diagram 2.1 Struktur Organisasi CV. LaRisso
Sumber: Dok. Perusahaan LaRisso, 2019

B. Visi & Misi

- Visi : Menjadi perusahaan *retail* lokal dengan taraf nasional dan berbisnis dengan hati
- Misi : - Menumbuhkan rasa senang berbelanja
  - Setara dalam bermitra dengan toko – toko sekitar
  - Melakukan sinergi dengan sekolah

C. Logo

Gambar 2.80 Logo LaRisso *Department Store*
Sumber: Dok. Perusahaan, 2019

Logo LaRisso digambar kan dengan 3 hati yang bersatu, hal tersebut menggambarkan pemilik LaRisso, Bapak Sabdo Adi memiliki 3 orang buah hati. Diharapkan kedepannya, anak – anak bapak Sabdo Adi dapat menlanjutkan bisnis yang digeluti Ayahnya dan dapat lebih berkembang lagi. Warna yang digunakan adalah warna merah, oranye dan kuning.

Warna merah menggambarkan keberanian dimana LaRisso berani untuk menjadi yang berbeda dan berani menghadirkan hal baru untuk pelanggan. Warna oranye menggambarkan optimisme, LaRisso yakin bahwa hadirnya LaRisso dapat membawa dampak bagi lingkungan sekitar. Dan warna kuning menggambarkan kebahagiaan, dimana diharapkan LaRisso dapat membawa kebahagiaan bagi pengunjungnya.

2.9.5 Standar Desain

Gambar 2.81 Area Masuk
Sumber: Dok. Pribadi, 2019

Gambar 2.81 adalah potret LaRisso *Department Store* dari area pintu masuk, terlihat dominasi warna putih yang diterapkan pada dinding dan plafon. Selain itu, untuk lantai menggunakan keramik warna krem dengan kombinasi warna coklat. Terlihat pula partisi garis – garis pada **Gambar 2.81**, partisi tersebut digunakan untuk pembatas antar area seperti area kasir dan area *bakery*.

Terlihat pula pada **Gambar 2.82,** *display case* yang digunakan memiliki bentuk standar. Material besi dengan *finishing* putih, *display case* tersebut dimaksimalkan fungsinya. Dapat dilihat pada **Gambar 2.82** bahwa area tersebut tidak memiliki *signage* untuk membantu pengunjung dalam memilih barang.

Gambar 2.82 Area *Display Case*
Sumber: Dok. Pribadi, 2019

Gambar 2.83 Area *Fashion*
Sumber: Dok. Pribadi, 2019

Gambar 2.83 menunjukkan tampak area *fashion* pada LaRisso *Department Store* yang berada di lantai 2, bisa dilihat bahwa area ini mengaplikasikan *downceiling* dengan pencahayaan berwarna putih dan keramik lantai berwarna krem. *Display case* yang dipakai menggunakan material besi campuran multiplek dengan *finishing* putih dan hitam.

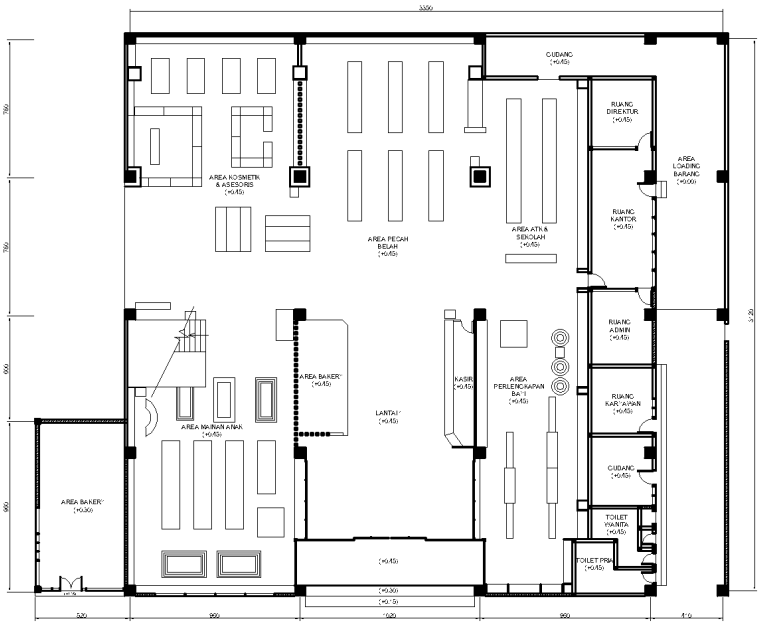
Sedangkan **Gambar 2.84** adalah lantai 2 yang berisi area *arcade, playground* dan café. Konsep desain pada lantai ini paling menonjol daripada yang lain, karena pusat *entertainment.* Namun, konsep yang diangkat antara area satu dan area lainnya tidak berkesinambungan.

Gambar 2.84 Area *Café* (Kiri) dan *Arcade* (Kanan)
Sumber: Dok. Pribadi, 2019

2.9.6 Analisa Denah Eksisting

LaRisso *Department Store* merupakan bangunan yang dibangun sejak tahun 2009, selama masa perkembangannya terjadi beberapa kali penambahan fasilitas. Pihak LaRisso memberikan foto denah eksisting kosong (tanpa furniture) sehingga dibutuhkan *redrawing* yang menyesuaikan dengan kondisi eksiting sekarang. Berikut adalah denah eksisting terbaru pada LaRisso *Department Store*

- *Lantai 1*



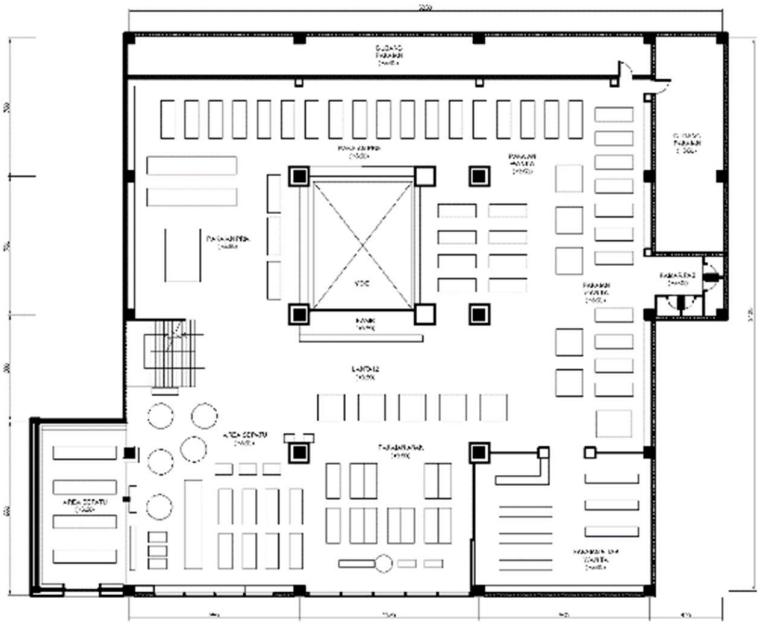
Gambar 2.85 Denah Eksisting *Lantai 1* LaRisso *Department Store*
Sumber: Dok. Pribadi, 2019

Lantai 1 LaRisso *Department Store* memiliki 4 pintu, pintu selatan dan barat dapat diakses oleh pelanggan dan karyawan, sedangkan pintu timur dan utara adalah akses khusus untuk karyawan. Pintu Selatan merupakan pintu utama, pintu barat berbatasan dengan LaRisso Swalayan, pintu utara berbatasan dengan gudang dan pintu timur berbatasan dengan kantor manajemen LaRisso.

Lantai 1 dibagi menjadi 7 area yaitu; kasir, *bakery,* mainan anak, perlengkapan bayi, ATK, pecah belah dan kosmetik. Perbatasan setiap area menggunakan bentuk fisik, baik panel atau *display case.* Sirkulasi ruang pada hampir sebagian besar *lantai 1* kurang

diperhatikan, beberaa jarak antar *display* case terlalu sempit sehingga tidak dapat diakses oleh 2 pengunjung sekaligus. Ketika terjadi penambahan stok *display*, beberapa area di penuhi oleh kardus tak jarang menutup akses pengunjung. Akses karyawan yang berada dua area berbeda mengakibatkan penambahan sirkulasi pada area tersebut, sehingga area tersebut tidak dapat dimaksimalkan.

- *Lantai 2*



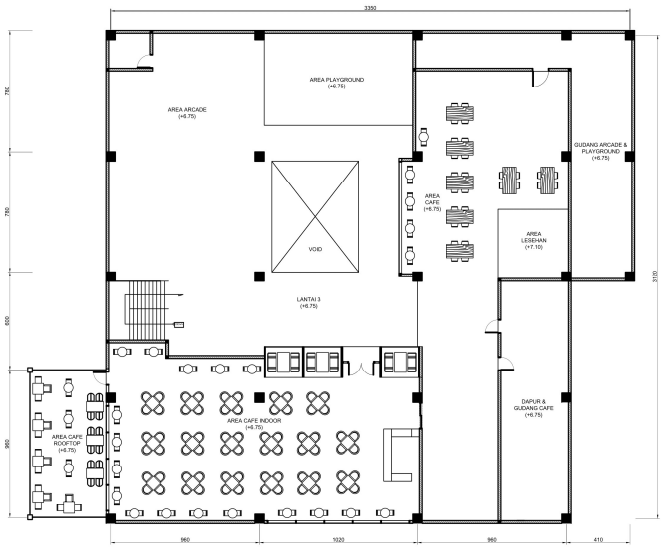
Gambar 2.86 Denah Eksisting *Lantai 2* LaRisso *Department Store*
Sumber: Dok. Pribadi, 2019

Lantai 2 LaRisso *Department Store* merupakan area khusus *fashion* dari wanita hingga pria, baik anak – anak hingga dewasa. Namun, untuk pakaian anak dibawah 5 tahun berada di area perlengkapan bayi. Meskipun lantai 2 ini khusus untuk *fashion* namun terdapat area alas kaki yang terdapat di sisi Barat Daya LaRisso *Department Store.*

Akses utama menuju lantai ini adalah tangga, jika kita menaiki/menuruni tangga hal pertama yang di lihat dilantai ini adalah kasir. Dapat dilihat pada **Gambar 2.86** bahwa penataan furnitur dilantai ini sangat padat dan kurang memperhatikan sirkulasi ruangnya. Terdapat area kosong pada beberapa area. Dapat dilihat

pula, bahwa terdapat gudang yang berada di sisi utara dan timur bangunan, gudang tersebut merupakan gudang khusus *fashion.* Selain itu, LaRisso *Department Store* memiliki void yang kurang dimanfaatkan, karena void pada lantai ini tertutup oleh kasir dan *display case*.

- *Lantai 3*



Gambar 2.87 Denah Eksisting *Lantai 3* LaRisso *Department Store*
Sumber: Dok. Pribadi, 2019

Lantai ini adalah area hiburan yang menyediakan 3 fasilitas, *arcade, playground* dan *café*. Awalnya area *arcade* ini mendominasi lantai 3, namun seiring berkembangnya jaman dan tingginya permintaan pasar, area café menjadi dominan. Untuk area sekitar void tidak ada furnitur atau *display case* disekitarnya sehingga area ini mudah di akses namun terkesan kosong.

Jika dilihat secara lebih dekat, café terbagi menjadi beberapa area dan setiap area tersebut diberi pembatas fisik (dinding) sehingga memberi kesan bahwa café tersebut terdiri atas dua café yang berbeda, hal tersebut didukung oleh akses masuk café yang memiliki 2 pintu. Di sisi tenggara café terdapat area kosong yang luas, area tersebut berbatasan langsung dengan dapur café yang disayangkan karena kurang dimanfaatkan dengan baik.

Karena lantai ini juga merupakan area *arcade* dan *playground* maka terdapat gudang untuk area tersebut. Gudang tersebut terletak di timur laut gedung yang akses masuknya melalui café. Hal ini kurang efisien karena tidak ada akses langsung yang dapat di jangkau dari area *arcade/playground.* Sehingga selain menyusahkan karyawan, dapat mengganggu sirkulasi ruang café.

2.9.7 Analisa Fungsi Ruang

- Lantai 1

  Lantai 1 LaRisso *Department Store* berfungsi sebagai area *display.* Karena produk yang di *display* banyak, sehingga ruang lantai 1dibagi menjadi beberapa area sesuai dengan kategori produk yang ditawarkan yaitu, pelengkapan bayi, ATK, *Homeware,* mainan anak, kosmetik dan *bakery*. Tentunya fungsi area tersebut untuk men *display* produk yang dijual oleh LaRisso *Department Store*, agar pengunjung tertarik membeli produk yang ditawarkan. *Selain* berfungsi sebagai area *display,* lantai 1 juga mempunyai area kasir yang berfungsi sebagai tempat transaksi pelanggan, area penitipan barang, gudang, kantor manajemen, area *loading-in*, toilet, tempat wudhu dan mushola.

- Lantai 2

  Fungsi ruang lantai ini sama dengan lantai 1 yaitu sebagai area *display* produk yang dijual oleh LaRisso *Department Store*, namun bedanya terletak pada kategori yang ditawarkan. Lantai 2 berfungsi untuk men*display* produk pakaian dan alas kaki, baik untuk pria, wanita hingga anak – anak. Selain sebagai area *display*, pada lantai 2 terdapat *fitting room*, gudang dan area kasir sebagai tempat transaksi.

- Lantai 3

  Fungsi ruang lantai 3, berbeda seperti lantai lainnya karena lantai ini berfungsi sebagai *entertainment area* dimana terdapat area *arcade, playground* dan café. *Arcade* berfungsi untuk pengunjung yang ingin bermain *arcade* untuk melepas penat, permainan pada area ini beragam mulai dari anak - anak hingga dewasa, namun untuk anak – anak harus dalam pengawasan orang tua. Untuk *playground* berfungsi sebagai

tempat bermain balita. Sedangkan café berfungsi sebagai tempat makan, berkumpul, pertemuan bisnis hingga *live music*. Cocok dikunjungi apabila ingin melepas penat sambal mencicipi hidangan. Area cafe dibedakan menjadi dua, *indoor* dan *rooftop.* Selain fungsi diatas, terdapat juga dapur dan gudang pada lantai ini.

2.10 STUDI PEMBANDING

Kajian ini digunakan untuk pembanding objek yang akan di re-desain, karena LaRisso *Department Store* tidak hanya bergerak dalam bidang *fashion retail* saja maka studi pembanding yang diambil ada tiga, yaitu Miniso dan Pull&Bear yang berada di Pakuwon Mall Surabaya dan Tana Toraja yang berada di Tunjungan Plaza 6.

2.10.1 Miniso

Miniso merupakan jaringan ritel yang didirikan pada tahun 2011 oleh desainer asal Jepang, Junya Miyake dan konglomerat asal Tiongkok, Ye Guofu yang memiliki kantor pusat di Guangzhou, Tiongkok. Miniso merupakan toko dengan konsep estetik baru, yang dapat berada di pusat perbelanjaan hingga *fashion district*. Miniso menyediakan produk yang lebih pintar, sederhana namun tetap nyaman untuk konsumen, sehingga konsumen dapat mengalami gaya hidup santai dan bahagia ketika berbelanja. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya jenis produk yang dijual oleh Miniso dengan harga rendah seperti; kosmetik, alat tulis, mainan, alat elektronik hingga *kitchenware*.

Ketenaran Miniso sudah mendunia, salah satu *store* Miniso yang ada di Surabaya adalah Miniso Pakuwon Mall yang terletak di *lantai 1*. Meskipun Miniso selalu dipadati pengunjung dan sering berganti tema, *display case* tidak pernah terlihat kosong dan selalu terlihat rapi. Karena mengusung tema yang sederhana, semua store memiliki kesamaan dalam penataan dan tidak memiliki *window display*.

Gambar 2.88 Miniso Pakuwon Mall
Sumber: Dok. Pribadi, 2020

a) Dapat dilihat pada **Gambar 2.88** sistem *display* pada Miniso dapat digolongkan menjadi 2 tipe. Tipe pertama yaitu *display case* dan tipe kedua yaitu *display rack. Display case* berwarna putih dengan tinggi tidak lebih dari 150 cm. Sehingga tidak menutupi pandangan pengunjung sepenuhnya. *Display case* tersebut dimaksimalkan fungsinya sehingga dari atas hingga bawah penuh dengan produk dan diletakkan dengan sistem *grid* sehingga menciptakan lorong - lorong. Sedangkan *Display rack* diterapkan pada tembok, dengan tinggi sampai plafon. *Display rack* ini mempunyai dua fungsi, sebagai tempat *display* dan *storage.* Biasanya bagian *storage* disesuikan dengan tema produk kolaborasi terbaru di Miniso. Seperti pada **Gambar 2.88** *storage* dipenuhi dengan gambar Superhero Marvel karena saat ini Miniso sedang berkolaborasi dengan Marvel.

***Gambar* 2.89** Lorong *Display* Miniso Pakuwon Mall
Sumber: Dok. Pribadi (2020)

b) Terlihat pada **Gambar 2.89,** Miniso mempertimbangkan sirkulasi ruang. Jarak antar *display case* cukup luas untuk pengunjung berpapasan sehingga tidak mengganggu pengunjung yang lain dan memberikan kesan nyaman kepada pengunjung.

Gambar 2.90 *Display Case* Miniso Pakuwon Mall
Sumber: Dok. Pribadi (2020)

c) **Gambar 2.90** menunjukkan *display case* Miniso Pakuwon Mall dari dekat. Ciri khas *display case* Miniso yaitu label harga yang terdapat di ujung kiri pada setiap baris dan kategorisasi produk secara horizontal sehingga hanya diperlukan satu label harga setiap baris, hal ini sangat efisien dan menghemat tempat. Selain itu dalam satu *display case* diisi oleh minimal 3 produk berbeda yang ditata secara rapi dalam kategori yang sama. Produk pada *display case* biasanya berupa peralatan elektronik, alat tulis dan alat kosmetik.

Gambar 2.91 *Display Rack* Miniso Pakuwon Mall
Sumber: Dok. Pribadi (2020)

d) **Gambar 2.91** adalah *display rack* Miniso, masih dengan konsep yang sama seperti *display case* yatu satu label harga setiap baris. Perbedaan nya terletak pada ukurang dan produk yang di *display.* Tinggi *Display rack* ini dari lantai sampai plafon, namun 2 meter pertama digunakan untuk *display* sisanya digunakan untuk *storage.* Produk yang di *display* adalah *tumblr,* tas, kacamata hingga boneka.

2.10.2 Pull&Bear

Pull&Bear adalah peritel pakaian dan aksesoris asal Spanyol yang berkantor pusat di Narón, Galisia. Perusahaan ini didirikan pada tahun 1986 dengan nama New Wear, S.A. dan resmi menggunakan nama Pull&Bear pada tahun 1991. Pull&Bear merupakan anak usaha dari Inditex, dan mulai menjual produknya secara *online* pada bulan September 2011.

Pull&Bear berspesialisasi pada produksi dan penjualan pakaian dan aksesoris bergaya *urban*. Pull&Bear juga terinspirasi budaya populer asal Amerika Serikat dalam mendesain produknya sehingga tak jarang jika konsumennya adalah anak muda. Karena hal tersebut, *store* Pull&Bear selalu mengangkat konsep yang berbeda dan memaksimalkan *window display*. Letak Pull&Bear di Surabaya berada di dua lokasi, namun yang dijadikan sebagai studi pembanding disini adalah Pull&Bear Pakuwon Mall.

Gambar 2.92 Pull&Bear Pakuwon Mall
Sumber: Dok, Pribadi (2020)

a) **Gambar 2.92** adalah tampak depan Pull&Bear Pakuwon Mall. Terlihat tulisan Pull&Bear yang mendominasi di bagian atas pintu masuk yang digunakan sebagai *signage* sekaligus menarik pengunjung. Selain itu, telihat bahwa dominasi warna pada Pull&Bear adalah coklat dari material kayu yang menciptakan kesan natural namun tetap modern.

Gambar 2.93 Elemen Estetis pada Pull&Bear Pakuwon Mall
Sumber: Dok. Pribadi (2020)

b) Elemen estetis yang diterapkan pada Pull&Bear Pakuwon Mall selaras dengan produk yang sedang naik daun selain itu adanya layar LED memberikan kesan bahwa Pull&Bear selalu *up to date* dengan apa yang menjadi *trend* **(Gambar 2.93)**. Kuantitas elemen estetis yang pas memberikan kesan bahwa Pull&Bear sangat memperhatikan *customer experience*.

Gambar 2.94 Tampak Dalam Pull&Bear Pakuwon Mall
Sumber: Dok. Pribadi (2020)

c) **Gambar 2.94** menunjukkan keadaan didalam Pull&Bear Pakuwon Mall, terlihat bahwa Pull&Bear menerapkan rak setinggi plafon pada sisi dinding. Sehingga rak tersebut dapat menjadi *display* produk dan contoh barang jika dipakai (manekin). Sedangkan untuk area tengah sebagian besar menggunakan konsep *hanging case,* dimana satu buah *hanging case* berisi satu jenis produk dengan berbagai ukuran. Tinggi *hanging case* tidak lebh dari satu meter. Selain menggunaka *hanging case,* meja besar digunakan untuk meletakkan produk. Biasanya produk yang di letakkan di meja adalah seri Pull&Bear Basic. Material yang digunakan pad arak dan meja adalah kayu *finishing* medium, sedangkan *hanging case* adalah besi dengan *finishing* hitam.

Gambar 2.95 Tekstur yang Terdapat pada Pull&Bear Pakuwon Mall
Sumber: Dok. Pribadi (2020)

d) Selain mengaplikasikan elemen estetis untuk menarik pengunjung, Pull&Bear juga memadupadankan beberapa tekstur pada *window display* dan dinding **(Gambar 2.95)**. Seperti tekstur kayu dengan keramik, kayu

dengan *concrete* hingga tekstur geometris. Komposisi yang digunakan oleh Pull&Bear seimbang, sehingga terkesan kontemporer, estetik dan tidak berlebihan.

2.10.3 Tana Toraja

Tana Toraja adalah café yang terletak di Tunjungan Plaza 6 lantai 2, sesuai dengan namanya café ini menyediakan masakan khas Toraja dan masakan Indonesia lainnya. Café yang baru diresmikan tanggal 16 Desember 2019 lalu ini mengusung konsep budaya Toraja.

Gambar 2.96 Tana Toraja Tunjungan Plaza 6
Sumber: Dok Pribadi (2020)

a) **Gambar 2.96** menunjukkan tampak depan Tana Toraja, dapat dilihat dominasi warna pada café ini adalah coklat tua yang sebagian besar berasal dari furniture. Sedangkan untuk pencahayaan, Tana Toraja memanfaatkan pencahayaan alami secara maksimal melalui jendela yang besar. Penempatan pohon buatan di tengah café menambahkan kesan natural.

Gambar 2.97 Motif yang Terdapat pada Tana Toraja
Sumber: Dok Pribadi (2020)

b) Tana Toraja mengangkat konsep budaya Toraja, sehingga elemen estetis dan furnitur yang digunakan memiliki unsur budaya Toraja. Budaya yang diangkat adalah motif khas Toraja dengan *finishing* warna coklat dan merah gelap. Sedangkan elemen estetis lain yaitu miniatur rumah khas Toraja.

BAB III
METODE DESAIN

Setiap penelitian memerlukan perencanaan yang benar dan sistematis, hal ini dimaksudkan agar mendapatkan hasil yang sesuai dengan kondisi yang sebenarnya. Tak terkecuali dalam proses merancang interior LaRisso *Departement Store*, diperlukan data yang akurat. Data tersebut akan digunakan sebagai dasar atau latar belakang untuk mendapatkan solusi dari permasalahan pada objek tersebut.

3.1 BAGAN PROSES DESAIN

Gambar 3.1 Bagan Proses Desain
Sumber: Dok. Pribadi (2019)

Gambar 3.1 merupakan bagan proses desain dalam merancang interior LaRisso *Department Store*, hal pertama yang dilakukan adalah identifiasi awal objek sebagai gambaran kasar objek. Selanjutnya dilakukan survey awal objek berupa latar belakang, rumusan masalah, tujuan desain, ruang lingkup dan batasan desain. Setelah itu, dimulai pengumpulan data yang berupa data primer dan sekunder. Data primer, didapat dari survei objek langsung karena akan dilakukan observasi, wawancara dan kuisioner. Untuk kuisioner, dapat dilakukan secara langsung maupun *online.* Sedangkan data sekunder berupa studi literatur dan studi pembanding yang didapatkan dari jurnal, buku maupun internet. Setelah semua data terkumpul, dilakukan analisa data sehingga mendapatkan konsep yang menjadi solusi dari permasalahan objek.

Konsep yang telah didapat dari analisa data adalah usulan konsep desain yang nantinya akan dikembangkan dan diaplikasikan kedalam konsep desain interior LaRisso *Department Store*. Setelah diaplikasikan, akan dibuat beberapa alternatif desain yang akan dihitung menggunakan *weighted method* sehingga didapatkan alternatif terpilih. Tentunya alternatif tersebut belum sempurna, sehingga akan terus dikembangkan hingga mendapatkan konsep terbaik untuk LaRisso *Department Store.*

3.2 TEKNIK PENGUMPULAN DATA

Agar penelitian mendapatkan data-data yang valid dan dapat dipertanggung jawabkan mengenai LaRisso *Department Store*, maka metode yang dilakukan adalah sebagai berikut;

3.2.1 Observasi

Pengamatan (observasi) adalah metode pengumpulan data melalui pengamatan langsung atau peninjauan secara cermat di lokasi penelitian dalam hal ini LaRisso *Department Store.* Data lapangan yang di amati adalah kondisi eksisting, kondisi bangunan dan lingkungan sekitar. Kegiatan observasi yang dilakukan di LaRisso *Department Store* bertujuan untuk mendapat data sebagai berikut:

1. Fasilitas yang disediakan oleh LaRisso *Department Store*
2. Konsep desain yang diaplikasikan di LaRisso *Department Store*

3. Karakteristik pengguna (pelanggan dan karyawan) LaRisso *Department Store*
4. Aktivitas pengguna (pelanggan dan karyawan) LaRisso *Department Store*
5. Studi sirkulasi pengguna dan pembagian area di LaRisso *Department Store*
6. Dokumentasi baik interior maupun eksterior yang nantinya dapat digunakan sebagai data pendukung

3.2.2 Wawancara

Wawancara dilakukan secara terbuka dengan Direktur Marketing & Operasional LaRisso *Department Store,* Bapak Heru dan Marketing & Operasional Manager LaRisso *Department Store,* Ibu Isna. Wawancara ini bertujuan untuk mendapatkan informasi seperti *Corporate Identity*, perkembangan LaRisso *Department Store* dan latar belakang penambahan fasilitas pada LaRisso *Department Store.* Hasil wawancara ini, akan digunakan sebagai sumber data primer bersamaan dengan observasi dan kuisioner

3.2.3 Kuisioner

Pembuatan kuisioner bertujuan untuk mencari data dari pengunjung dan karyawan LaRisso *Department Store* mengenai beberapa hal yang diperlukan dalam perancangan. Kuisioner untuk karyawan dibuat secara *offline* dimana kuisioner tersebut diisi oleh karyawan ketika pergantian *shift.* Sedangkan kuisioner untuk pengunjung dibuat secara *online* dengan metode penyebaran dilakukan di beberapa sosial media.

Melalui kuisioner ini didapatkan data dari 2 sudut pandang berbeda, karyawan dan pengunjung. Dari kuisioner karyawan, data yang didapatkan berupa tingkat kenyamanan dan ke efisienan dalam menata stok barang. Sedangkan dari pengunjung data yang didapat berupa keinginan pengunjung terhadap konsep desain yang akan diaplikasikan dalam interior LaRisso *Department Store.*

3.2.4 Studi/Kajian Literatur

Untuk menunjang terciptanya interior LaRisso *Department Store* yang baik, diperlukan data pendukung yang bersifat sekunder yang didapatkan melalui buku, jurnal dan media lainnya tentang:

1. Studi mengenai *department store*
2. Studi mengenai Pendalungan
3. Studi mengenai *retail layout*
4. Studi pencahayaan
5. Studi *customer experience*
6. Studi antropometri
7. Studi keamanan bangunan
8. Studi pembanding

3.3 ANALISA DATA

Data – data yang didapatkan dari berbagai macam sumber akan dianalisa dengan metode deskriptif kualitatif. Hasil analisa tersebut akan digunakan sebagai acuan proses desain dengan hasil akhir adalah konsep desain yang sesuai dan dapat menyelesaikan permasalahan yang ada. Analisa tersebut dilakukan dalam beberapa aspek, seperti;

1. Analisa Eksisting
2. Analisa Kebutuhan Ruang
3. Analisa Pengguna
4. Analisa Konsep Desain
5. Analisa Kuisioner
6. Analisa Wawancara

3.4 TAHAPAN DESAIN

Tahapan desain adalah hal yang perlu dilalui dalam melakukan perancangan desain interior. Tahapan tersebut adalah;

3.4.1 Pengumpulan Data

Tahap ini merupakan tahap pertama yang dilakukan, pada dasarnya fase ini juga berupa tahap identifikasi objek. Nantinya akan didapatkan

dasar – dasar pemikiran dan landasan yang menjadi alasan untuk melakukan riset sehingga menciptakan desain interior LaRisso *Department Store.*

3.4.2 Identifikasi Masalah

Tahapan ini merupakan tahapan dilakukannya analisa identifikasi masalah yang terdapat pada objek dengan cara mengobservasi langsung dan melakukan wawancara dengan pihak LaRisso *Department Store.* Setelah mengetahui permasalahan tersebut, akan ditemukan inti permasalahan dan upaya untuk menyelesaikan permasalahan tersebut.

3.4.3 Konsep Desain

Setelah mengidentifikasikan masalah, mulai dilanjutkan dengan konsep desain dengan cara mempelajari *corporate identity, retail space,* studi aktifitas dan lain – lain yang dapat menjadi solusi dari permasalahan pada LaRisso *Department Store.*

3.4.4 Alternatif Desain

Setelah menentukan konsep desain secara garis besar, hal yang dilakukan selanjutnya adalah mengembangkan konsep desain hingga menjadi beberapa alternatif yang berbeda. Hal ini bertujuan untuk menentukan desain yang benar – benar sesuai berdasarkan keunggulan dan kelemahan pada masing – masing alternatif, yang kemudian di konsultasikan ke dosen pembimbing.

3.4.5 Revisi Desain

Pada proses ini, biasanya salah satu dari tiga altenatif sudah terpilih. Langkah selanjutnya, merevisi desain tersebut hingga tercapai sesuai dengan tujuan desain.

3.4.6 Desain Akhir

Merupakan tahapan terakhir dalam proses desain. Setelah melakukan revisi pada desain terpilih, desain akhir akan di buat karena desain tersebut dirasa paling sesuai untuk diaplikasikan pada LaRisso *Department Store*

Halaman ini sengaja dikosongkan

BAB IV
ANALISA DAN KONSEP DESAIN

4.1 STUDI PENGGUNA

LaRisso *Department Store* adalah toko yang menjual berbagai macam produk sehingga penggunanya beragam, namun secara garis besar pengguna LaRisso *Department Store* berasal dari kalangan menengah kebawah. Untuk lebih singkatnya pengguna LaRisso *Department Store* dibagi menjadi beberapa segmen, yaitu:

a) Pengunjung Anak – Anak

Pengunjung anak – anak LaRisso *Department Store* berusia < 10 tahun, biasanya di usia ini mengunjungi LaRisso *Department Store* dengan orang tua mereka. Secara umum, karakteristik pengunjung anak – anak adalah bergerak aktif, rasa eksplorasi tinggi dan mudah bosan. Tentunya, area yang menarik pengunjung anak – anak adalah area mainan anak, *playground* dan *arcade*. Namun selama observasi, orang tua sangat protektif kepada anaknya sehingga kurang mendapatkan kesempatan untuk eksplorasi.

b) Pengunjung Remaja

Pengunjung remaja memiliki rentan usia 10 – 17 tahun, biasanya pengunjung usia ini datang bersama orang tua maupun dengan teman sebaya. Pengunjung usia ini cenderung suka bereksplorasi mengenai produk yang ditawarkan oleh LaRisso *Department Store,* terutama jika ada hal *instagramable* respon pengunjung remaja ini sangat tinggi.

c) Pengunjung Dewasa

Pengunjung dewasa berusia > 17 tahun dengan tujuan untuk membeli barang yang dibutuhkan maupun *refreshing.* Biasanya pengunjung usia ini memadati LaRisso *Department Store* untuk *refreshing* selama *weekend* dengan mengajak keluarga ataupun bertemu dengan kerabat di café yang terletak di lantai 3. Karateristik pengunjung usia ini cenderung *to-the-point* menuju ke area yang mereka butuhkan. Sehingga kecil kemungkinan bagi mereka untuk mengeksplor area yang tidak mereka butuhkan.

d) Karyawan

Karyawan LaRisso *Department Store* berusia antara 18 – 35 tahun. Jumlah Karyawan LaRisso *Department Store* sebanyak 70 orang dan pegawai kantor sebanyak 10 orang. Berdasarkan observasi dan hasil kuisioner karakteristik Karyawan LaRisso *Department Store* adalah melakukan tugas sesuai dengan *jobdesc* yang diberikan, yaitu menata produk, merekap produk dan men*display* produk. Interaksi karyawan dengan pengunjung kurang, sehingga apabila pengunjung mengalami kesusahan pengunjung harus mencari karyawan terlebih dahulu.

4.2 STUDI AKTIVITAS & RUANG

4.2.1 Studi Aktivitas

Aktivitas yang dilakukan baik oleh pengunjung maupun karyawan pada LaRisso *Department Store* sangat banyak dan beragam, maka dari itu dibuatlah tabel sebagai berikut,

Tabel 4.1 Studi Aktivitas Pengguna LaRisso *Department Store*

Pengguna	Aktivitas	Area	Ket Lantai
Pengunjung	Membayar produk yang dibeli	Kasir	1 – 2
	Mengeksplorasi area	Seluruh Area	1 – 3
	Memilih produk yang diinginkan	*Display* produk	1 – 2
	Makan & minum	Café	3
	Bermain	*Arcade* & *Playground*	3
	Buang Air Kecil/Besar	Toilet	1
	Mencoba pakaian	*Fitting Room*	2
	Bersantai	*Rooftop café*	3
Karyawan	Menata produk	*Display* produk	1 – 2
	Merestok produk	*Display* produk	1 – 2
	Membersihkan area sekitar *display*	*Display* produk	1 – 3
	Buang Air Kecil/Besar	Toilet	1
	Ibadah	Tempat Wudhu & Mushola	1
	Melayani pelanggan	Seluruh Area	1 – 3
	Berinteraksi dengan karyawan lain	Seluruh Area	1 – 3
	Pergantian *Shift*	Kantor	1
	Loading barang	Gudang	1

4.2.2 Kebutuhan Luas Area

LaRisso *Department Store* menjual berbagai macam produk sehingga setiap lantai dibagi menjadi beberapa area sesuai dengan kategori produk yang dijual. Kebutuhan luas area ditentukan oleh rasio pengguna, ruang gerak pengguna, jumlah dan luas perabot yang ada disetiap area serta peralatan tambahan pada area tersebut. Luas area ini menjadi batas ukuran minimal pada suatu area. Kebutuhan luas area pada LaRisso *Department Store* ditunjukkan dalam tabel berikut,

Tabel 4.2 Studi Kebutuhan Area pada LaRisso *Department Store*
Sumber: Dok. Penulis, 2020

No	Area	Fasilitas	Luas Fasilitas (m^2)	Rasio Sirkulasi	Luasan Minimal (m^2)
		Lantai 1			
1	Kasir	5 buah Meja Kasir (180 x 85 x 80 cm)	7.65	50%	11.475
		5 buah Komputer (36 x 23 x 29 cm)	0.4		0.6
		5 buah *Storage* (100 x 50 x 80 cm)	2.5		3.75
				total	**15.825**
2	Perlengkapan Bayi	10 buah *Standing Case* (200 x 55 x 180 cm)	8.4	75%	14.7
		4 buah *Display Counter* (200 x 60 x 90 cm)	1.25		2.1875
		3 buah *display* bundar (d = 100 cm t = 125 cm)	2.355		4.12125
		1 buah Meja Komputer (60 x 50 x 100 cm)	0.3		0.525
				total	**39.76**
3	Perlengkapan Sekolah	6 buah *Merchandise Case* (200 x 90 x 120 cm)	10.8	75%	18.9
		4 buah *Standing Case* (200 x 55 x 180 cm)	4.4		7.7
		1 buah *Display Counter* (200 x 60 x 90 cm)	1.2		2.1
		1 buah Meja Komputer (60 x 50 x 100 cm)	0.3		0.525
				total	**29.225**
4	Pecah Belah	8 buah *Merchandise Case* (200 x 90 x 120 cm)	14.4	75%	25.2
		5 buah *Standing Case* (200 x 55 x 180 cm)	5.5		9.625
		2 buah *Shelf* (250 x 30 x 2 cm)	1.5		2.625
				total	**37.75**

No	Area	Fasilitas	Luas Fasilitas (m^2)	Rasio Sirkulasi	Luasan Minimal (m^2)
5	Kosmetik & Asesoris	10 buah *High Counter* (180 x 70 x 60 cm)	12.6	75%	22.05
		4 buah *Merchandise Case* (200 x 90 x 120 cm)	7.2		12.6
		6 buah *Standing Case* (200 x 55 x 180 cm)	6.6		11.55
		2 buah *Island Display* (200 x 120 x 125 cm)	4.8		8.4
				total	**54.6**
6	Mainan Anak	5 buah *Island Display* (200 x 120 x 125 cm)	12	75%	21
		1 buah *High Counter* (180 x 70 x 60 cm))	1.26		2.205
		5 buah *Standing Case* (200 x 55 x 180 cm)	5.5		9.625
		4 buah *Shelf* (250 x 30 x 2 cm)	3		5.25
		7 buah *Low Case* (200 x 60 x 120 cm)	8.4		14.7
				total	**52.78**
7	*Bakery*	1 buah *High Counter* (180 x 70 x 60 cm))	1.26	75%	2.205
		2 buah Super *Shelving* (180 x 80 x 160 cm)	2.88		5.04
		2 buah *Island Display* (200 x 120 x 125 cm)	4.8		8.4
				total	**15.645**
8	Kantor	10 buah Meja Kantor (120 x 80 x 80 cm)	9.6	75%	16.8
		10 buah Kursi Kantor (47 x 70 x 110 cm)	3.29		5.7575
		4 buah Rak Besar (125 x 60 x 200 cm)	3		5.25
		4 buah *Storage* (90 x 37 x 120 cm)	1.332		2.331
		1 set Loker Karyawan (720 x 45 x 120 cm)	3.24		5.67
				total	**35.8085**
9	Toilet	4 buah Wastafel (49.5 x 43 x 20 cm)	0.8514	75%	1.49005
		6 buah WC (35 x 60 x 80 cm)	1.26		2.205
		2 buah Urinoir (44 x 35 x 50 cm)	0.308		0.539
				total	**4.23405**
10	Mushola	1 set Tempat Wudhu (120 x 50 x 100 cm)	0.6	75%	1.05
		4 buah Sajadah (110 x 90 x 0.2 cm)	3.96		6.93
				total	**7.98**
Total Kebutuhan Luas Area *Lantai 1*					**293.60755**

No	Area	Fasilitas	Luas Fasilitas (m^2)	Rasio Sirkulasi	Luasan Minimal (m^2)
11	Kasir	5 buah Meja Kasir (180 x 85 x 80 cm)	7.65	50%	11.475
		5 buah Komputer (36 x 23 x 29 cm)	0.4		0.6
		5 buah *Storage* (100 x 50 x 80 cm)	2.5		3.75
				total	**15.825**
12	Alas Kaki	12 buah *Standing Case* (200 x 55 x 180 cm)	13.2	75%	23.1
		8 buah *Low Case* (200 x 60 x 120 cm)	19.6		16.8
		2 buah *Island Display* (200 x 120 x 125 cm)	4.8		8.4
		4 buah *Merchandise Case* (200 x 90 x 120 cm)	7.2		12.6
		2 buah *shelf* (250 x 30 x 2 cm)	1.5		2.625
				total	**63.525**
13	Pakaian Anak	4 buah *Island Display* (200 x 120 x 125 cm)	9.6	75%	16.8
		4 buah *Merchandise Case* (200 x 90 x 120 cm)	14.4		25.2
		12 buah *Low Hanging Case* (180 x 55 x 120 cm)	11.88		20.79
				total	**62.79**
14	Pakaian Wanita	10 buah *Standing Case* (200 x 55 x 180 cm)	11	75%	19.25
		5 buah Rak Obral (150 x 150 x 80 cm)	11.25		19.6875
		15 buah *Low Hanging Case* (180 x 55 x 120 cm)	14.85		25.9875
		4 buah I-H *Merchandise Island* (125 x 60 x 130 cm)	3		5.25
		10 buah *Standing* Manekin (60 x 20 x 180 cm)	1.2		2.1
		4 buah *Full Hanging Case* (180 x 55 x 180 cm)	3.96		6.93
				total	**79.205**
15	Pakaian Pria	10 buah *Standing Case* (200 x 55 x 180 cm)	11	75%	19.25
		5 buah Rak Obral (150 x 150 x 80 cm)	11.25		19.6875
		4 buah *Full Hanging Case* (180 x 55 x 180 cm)	3.96		6.93
		8 buah I-H *Merchandise Island* (125 x 60 x 130 cm)	6		10.5
		8 buah *Low Hanging Case* (180 x 55 x 120 cm)	7.92		13.86
		10 buah *Standing* Manekin (60 x 20 x 180 cm)	1.2		2.1
				total	**72.3275**

No	Area	Fasilitas	Luas Fasilitas (m^2)	Rasio Sirkulasi	Luasan Minimal (m^2)
16	*Fitting Room*	1 buah *High Counter* (180 x 70 x 60 cm)	1.26	100%	2.52
		4 buah Kursi (30 x 30 x 40 cm)	0.36		0.72
				total	**3.24**
Total Kebutuhan Luas Area *Lantai 2*					**299.5745**
Lantai 3					
17	Arcade	4 buah *High Counter* (180 x 70 x 60 cm)	5.04	85%	9.324
		2 buah *Shelf* (250 x 30 x 2 cm)	1.5		2.775
		4 buah *Storage* (100 x 50 x 60 cm)	2		3.7
		10 buah Mesin *Arcade* (70 x 110 x 180 cm)	7.7		14.245
		4 buah Mesin *Pinball* (72 x 130 x 192 cm)	3.744		6.9264
		4 buah *Big Basketball Machine* (100 x 264 x 233 cm)	10.56		19.536
		2 buah *Small Basketball Machine* (80 x 120 x 180 cm)	19.2		35.52
		1 buah *Foosball* (120 x 60 x 80 cm)	0.72		1.332
		2 buah *Car Racing Machine* (80 x 150 x 170 cm)	2.4		4.44
		2 buah *Motorcycle Racing Machine* (100 x 165 x 195 cm)	3.3		6.105
		2 buah *Dance Machine* (180 x 230 x 245 cm)	8.28		15.318
		5 buah Wahana Mainan Anak (60 x 80 x 100 cm)	2.4		4.44
				total	**30.303**
18	*Play ground*	2 buah *Playhouse* (200 x 180 x 125 cm)	7.2	100%	14.4
		2 buah Perosotan (40 x 180 x 120 cm)	1.44		2.88
		2 buah Ayunan (77 x 60 x 120 cm)	0.924		1.848
		1 buah Ring Basket (52 x 40 x 100 cm)	0.208		0.416
		1 buah *Tent Indoor Play* (150 x 140 x 120 cm)	2.1		4.2
		2 buah Rak Sepatu (50 x 30 x 75 cm)	0.3		0.6
		Total			**24.344**

No	Area	Fasilitas	Luas Fasilitas (m^2)	Rasio Sirkulasi	Luasan Minimal (m^2)
15	Café	10 buah *Two Person Table* (70 x 60 x 70 cm)	4.2	60%	6.72
		12 buah *Four Person Table* (90 x 90 x 70 cm)	9.72		15.552
		12 buah *Circle Four Person Table* (d = 120 cm , t = 70 cm)	13.5648		21.70368
		10 buah *Circle Two Person Table* (d = 60 cm , t = 70 cm)	2.826		4.5216
		10 buah *Six Person Table* (180 x 90 x 70 cm)	16.2		25.92
		220 buah Kursi (50 x 45 x 80 cm)	49.5		79.2
		4 buah *Bar Top Table* (200 x 50 x 115 cm)	4		6.4
		20 buah Bar *Stool* (42 x 42 x 80 cm)	3.528		5.6448
		4 buah *Storage Equipment* (100 x 60 x 75 cm)	2.4		3.84
		1 set *L-Shaped Pantry* (350 x 250 x 90 cm)	8.75		14
		1 set *Wet Kitchen* (500 x 80 x 90 cm)	4		6.4
		1 buah Kulkas (100 x 80 x 215 cm)	0.8		1.28
		1 buah Meja Kasir (180 x 85 x 80 cm)	1.53		2.448
				total	**193.63008**
16	*Rooftop* Café	4 buah *Six Person Table* (180 x 90 x 70 cm)	6.48	60%	10.368
		5 buah *Two Person Table* (70 x 60 x 70 cm)	2.1		3.36
		4 buah *Four Person Table* (90 x 90 x 70 cm)	3.24		5.184
		1 set *Stair Style* (375 x 300 x 150 cm)	11.25		18
				total	**36.912**
Total Kebutuhan Luas Area *Lantai 3*					**285.18908**
Total Kebutuhan Luas Area LaRisso *Department Store*					**851.37113**
Dibulatkan					**852**

4.3 HUBUNGAN & SIRKULASI RUANG

Analisis hubungan dan sirkulasi ruang digunakan sebagai acuan pembagian ruang/area pada desain. Analisa tersebut dibuat dengan mempertimbangkan aktivitas dan sirkulasi pengguna LaRisso *Department Store*. Setelah melihat kondisi eksisting, hubungan ruang/area pada LaRisso *Department Store* dapat dioptimalkan kembali dengan dibagi menjadi area privat pelanggan, privat

karyawan dan publik. Zonasi pada LaRisso *Department Store* juga perlu diperhatikan karena zonasi tersebut masih dapat dioptimalkan kembali.

4.3.1 Matriks

Didalam LaRisso *Department Store,* terdapat banyak area yang harus berhubungan, namun beberapa area/ruang lain tidak harus berhubungan. Jenis area di LaRisso *Department Store* dibedakan menjadi 3 yaitu, area publik, area privat untuk pelanggan, area privat untuk karyawan. Hal ini berkaitan dengan akses pengunjung dan akses karyawan. Untuk lebih jelasnya hubungan antar area digambarkan sebagai berikut:

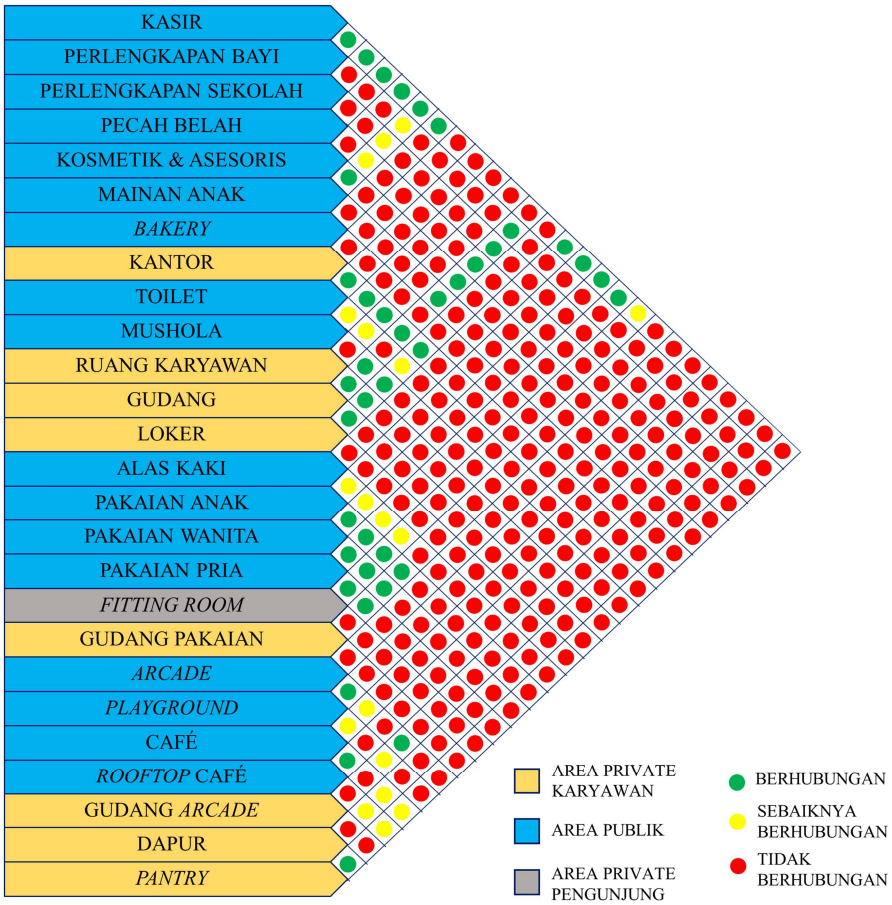


Diagram 4.1 Matriks Hubungan Ruang pada LaRisso *Department Store*
Sumber: Dok. Penulis, 2020

4.3.2 *Bubble Diagram*

Bubble Diagram menggambarkan alur sirkulasi manusia yang berada di LaRisso *Department Store*. Terdapat dua jenis sirkulasi pada LaRisso *Department Store* yaitu, sirkulasi pengunjung dan sirkulasi karyawan yang dapat dilihat pada diagram berikut,

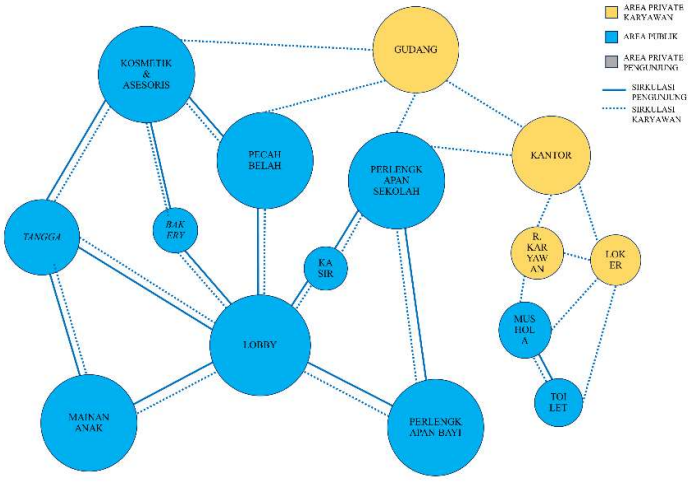


Diagram 4.2 *Bubble Diagram* Lantai 1 pada LaRisso *Department Store*
Sumber: Dok. Penulis, 2020

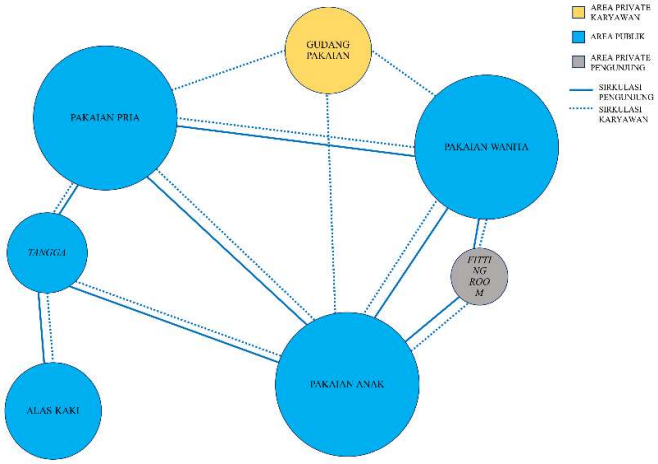


Diagram 4.3 *Bubble Diagram* Lantai 2 pada LaRisso *Department Store*
Sumber: Dok. Penulis, 2020

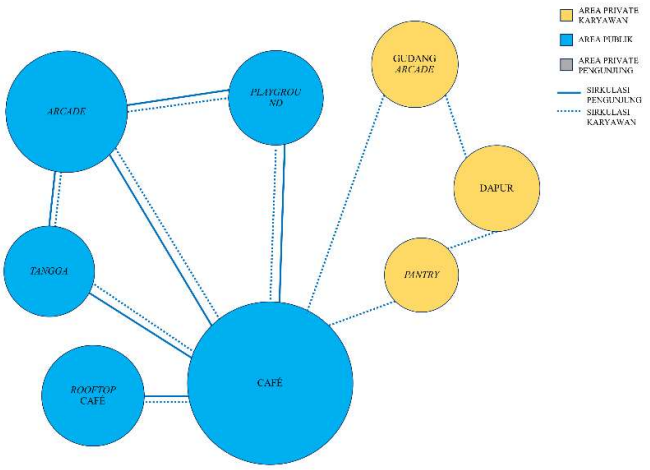


Diagram 4.4 *Bubble Diagram* Lantai 3 pada LaRisso *Department Store*
Sumber: Dok. Penulis, 2020

4.4 ANALISA RISET

Berdasarkan hasil riset yang telah dilakukan pada LaRisso *Department Store,* didapatkan analisis sebagai berikut:

4.4.1 Hasil Observasi

Observasi dilakukan secara langsung di LaRisso *Department Store* yang terletak di Jl. Watu Ulo No. 21, Ambulu – Jember. Letaknya yang tidak jauh dari pusat kota dan berada di akses jalan utama menuju pantai selatan, membuat LaRisso *Department Store* berada di lokasi yang strategis. Setiap harinya LaRisso *Department Store* buka dari pukul 07.00 WIB hingga 22.00 WIB. Observasi dilakukan sebanyak 2 kali, dengan rata – rata satu kali observasi minimal selama 60 menit dengan kondisi yang berbeda, sehingga pengamat melakukan observasi dengan sudut pandang yang berbeda. Observasi Pertama, Sabtu, 28 September 2019 pukul 09.30 – 11.30 WIB dan observasi Kedua, Senin, 7 Oktober 2019 pukul 14.00 – 15.00 WIB. Berikut adalah analisa observasinya;

1. LaRisso *Department Store* adalah perluasan LaRisso Swalayan, yang diresmikan tahun 2011. Semakin berkembangnya jaman, fasilitas yang ditawarkan semakin banyak sehingga membutuhkan

bangunan tambahan. Namun, bangunan ini tidak ada di denah eksisting sehingga membutuhkan *redrawing* sesuai dengan eksisting saat ini. Adanya penambahan bangunan ini membuat konsep desain yang di aplikasikan lebih kekinian daripada bangunan lama, sehingga desain antara bangunan lama dan baru kurang ada keselarasan.

2. Pada bangunan baru, warna putih sangat dominan di lantai 1. Namun terdapat warna lain yang menjadi aksentuasi, seperti di lantai 1, warna coklat muda yang digunakan pada furnitur, warna kuning dan oranye diterapkan pada dinding area mainan anak.

Gambar 4.1 Area Pintu Masuk (kiri), Area Mainan Anak (kanan)
Sumber: Dok. Penulis, 2020

3. Pada bangunan baru lantai 2, dominan warna putih mulai berkurang karena sebagian besar furnitur yang digunakan berwarna coklat, baik coklat tua maupun coklat muda

Gambar 4.2 Area Pakaian Pria (kiri), Area Alas Kaki (kanan)
Sumber: Dok. Penulis, 2020

4. Pada bangunan baru lantai 3, tidak ada warna putih karena fungsi lantai ini adalah *entertainment area* sehingga menerapkan konsep *colorfull* dengan dominan warna yang berbeda setiap area. Untuk area *arcade* warna dominannya biru, area *playground* warna dominanya hijau, café

warna dominan kuning dan area *rooftop* café warna dominannya abu – abu.

Gambar 4.3 Area *Arcade* (kiri), Area *Playground* (kanan)
Sumber: Dok. Penulis, 2020

Gambar 4.4 Café (kiri), Area *Rooftop* (kanan)
Sumber: Dok. Penulis, 2020

5. Bentuk furniture yang digunakan pada LaRisso *Department Store* sangat minimalis dan fungsional. Minim unsur dekoratif dan mengutamakan kapasitas. Sehingga dapat memuat produk dengan maksimal. Beberapa area sepeti kolom di beri rak sehingga dapat berfungsi sebagai *storage* maupun *display*.

Gambar 4.5 Kolom *Display* (kiri), *Island Display* (tengah), *Storage* (kanan)
Sumber: Dok. Penulis, 2020

6. Meskipun furniture dirancang untuk memuat kapasitas yang banyak, namun tidak jarang pada beberapa bagian terdapat stok yang berserakan sehingga mengganggu sirkulasi ruang. Selain itu, karena tidak memperhatikan sirkulasi ruang, beberapa area tidak memenuhi standart sirkulasi sehingga membuat pelanggan tidak nyaman.

Gambar 4.6 Contoh Penumpukan Stok (kiri & tengah), Contoh Tidak Memenuhi Standart Sirkulasi (kanan)
Sumber: Dok. Penulis, 2020

7. Pemilihan material interior yang digunakan cenderung seragam kecuali. Material lantai yang digunakan adalah keramik warna krem dengan aksen coklat ukuran 60 x 60 cm, untuk material lantai pada lantai 3 adalah keramik putih ukuran 30 x 30. Sedangkan pada café menggunakan beberapa jenis material lantai, seperti keramik putih ukuran 30x30, lantai plester berwarna abu – abu dan keramik motif berwarna krem ukuran 30 x 30. *Finishing* dinding adalah cat berwarna dimana lantai 1 dan lantai 2 berwarna putih sedangkan kan lantai 3 berwarna – warni, tergantung area. Material plafon semua seragam memakai PVC kecuali pada café *outdoor* dan *semi outdoor* menggunakan asbes.

Gambar 4.7 Material Keramik di Café (kiri), Material Plafond (kanan)
Sumber: Dok. Penulis, 2020

8. Pemilihan material furnitur yang dipakai berbeda – berbeda, menyesuaikan dengan fungsi area. Pada area pecah belah, material furnitur yang digunakan adalah besi sedangkan pada area perlengkapan bayi material yang digunakan adalah kayu.

Gambar 4.8 Material Furnitur Area Pecah Belah (kiri), Material Furnitur Area Perlengkapan Bayi (kanan)
Sumber: Dok. Penulis, 2020

4.4.2 Hasil Wawancara

Wawancara dilakukan secara langsung dengan Marketing & Operational Manager Ibu Isna, didampingi dengan DIrektur Marketing & Operational Bapak Heru. Wawancara ini dilakukan untuk melengkapi dan mendukung data lainnya. Berikut adalah hasil wawancara yang dapat digunakan sebagai data pendukung:

1. Sejak diresmikan, tahun 2011 terdapat penambahan fasilitas pada LaRisso *Department Store* seperti café pada tahun 2016 dan *bakery* pada tahun 2019. Penambahan fasilitas ini dilakukan untuk memenuhi permintaan pasar
2. Setelah melakukan penambahan fasilitas, terjadi peningkatan jumlah pengunjung secara signifikan
3. LaRisso *Department Store* tidak pernah melakukan merenovasi besar – besaran pada interior. Hanya melakukan perbaikan skala kecil.
4. Pemeliharaan Lampu dilakukan setiap hari, dengan cara mengecek kesehatan lampu sebelum LaRisso *Department Store* dibuka. Apabila terjadi kerusakan, langsung di tangani.

5. Dari segi bangunan, ada rencana LaRisso *Department Store* dibangun hingga 5 lantai karena kontruksi LaRisso *Department Store* dirancang untuk menanggung beban hingga 5 lantai.
6. Selain dari segi bangunan, kedepannya LaRisso *Department Store* akan menambahkan fasilitas yang mendukung kenyamanan pengunjung, dimulai dari perluasan tempat parkir dan fasilitas umum seperti toilet khusus pengunjung.
7. Untuk desain interiornya, LaRisso *Department Store* berusaha menerapkan konsep terbaik dan kekinian agar bisa menarik minat pengunjung.

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, dapat disimpulkan bahwa LaRisso *Department Store* sangat memperhatikan permintaan pasar, sehingga menyediakan fasilitas untuk mendukung permintaan tersebut. Selain itu, LaRisso *Department Store* sangat memperhatikan kenyamanan pengunjung, dimulai dari pemeliharaan secara rutin pada fasilitas penting (AC dan Lampu) dan penambahan fasilitas seperti lahan parkir dan toilet. LaRisso *Department Store* selalu berusaha mengangkat konsep desain interior yang menarik untuk meningkatkan minat pengunjung. Karena sudah tidak dipungkiri lagi bahwa desain interior berperan penting dalam peningkatan pengunjung.

Untuk memaksimalkan hasil wawancara diatas, perlu adanya redesain interior pada LaRisso *Department Store* agar dapat menarik minat pengunjung. Tentunya, aspek yang dipertimbangkan dalam redesain interior LaRisso *Department Store* tidak hanya konsep yang menarik namun juga kenyamanan bagi pelanggan.

4.4.3 Hasil Kuisioner

Kuisioner yang digunakan adalah kuisioner *offline* dan *online.* Kuisioner *offline* ditujukan untuk karyawan LaRisso *Department Store,* kuisioner ini dilakukan agar mengetahui pendapat karyawan mengenai permasalahan pada LaRisso *Department Store*. Sedangkan kuisioner *online* ditujukan untuk pengunjung yang dilakukan untuk mengetahui

pendapat mereka mengenai fasilitas yang ada di LaRisso *Department Store.* berikut hasil kuisioner dan pembahasannya;

1. Kuisioner *Offline* (untuk karyawan)

   Kuisioner ini memiliki responden sebanyak 15 orang dari 70 orang karyawan LaRisso *Department Store.* Dari kuisioner yang di jawab oleh 15 orang tersebut dapat disimpulkan, bahwa:

   - Sistem peletakan produk berdasarkan jenis dan pada beberapa area berdasarkan merk
   - Selama bekerja, sebagian besar responden mengalami kesulitan dalam menyimpan stok produk. Karena terkadang stok yang datang tidak cukup untuk disimpan di *storage* yang sudah ada. Sehingga terjadi penumpukan barang di area tertentu

2. Kusioner *Online* (untuk pengunjung)

   Kuisioner ini memiliki responden sebanyak 38 orang, berikut hasil kuisioner dan pembahasannya:

   - 80% responden berusia 20 – 25 tahun, 10,5 % berusia dibawah 20 tahun, sisanya berusia 25 tahun keatas. Hal ini menunjukkan bahwa LaRisso *Department Store* merupakan tempat berkumpulnya anak muda
   - 65,8% responden berasal dari Kecamatan Ambulu, 34,2% sisanya berasal dari luar Kecamatan Ambulu. Hal ini menunjukkan bahwa jangkauan pasar LaRisso *Department Store* tidak hanya di Kecamatan Ambulu saja
   - 65,8% responden mengunjungi LaRisso *Department Store* setidaknya 1 – 2 kali dalam kurun waktu 2 minggu, 31,6% lainnya mengunjungi LaRisso *Department Store* 3 – 5 kali dan 2,6% sisanya mengunjungi LaRisso *Department Store* lebih dari 5 kali dalam 2 minggu. Hal ini menunjukkan bahwa pengunjung LaRisso *Department Store* merupakan pengunjung regular.
   - Sebagian besar responden mengunjungi LaRisso *Department Store* untuk berbelanja dan bersantai di café, yang membuktikan bahwa LaRisso *Department Store* adalah tujuan utama

masyarakat sekitar untuk berbelanja karena barang yang ditawarkan banyak, selain itu café yang kekinian merupakan salah satu daya tarik tersendiri bagi pengunjung

- 52,6% responden menghabiskan waktu kurang dari satu jam di LaRisso *Department Store,* sisanya sebesar 47,4% menghabiskan waktu antara 1 – 3 jam. Persentase ini cukup besar dan menandakan bahwa LaRisso *Department Store* memiliki banyak hal untuk di eksplor sehingga pengunjung membutuhkan waktu lebih banyak.
- Hal yang paling disukai oleh responden dari LaRisso *Department Store* adalah harga yang murah dan produk yang bermacam – macam. Tak heran jika LaRisso *Department Store* tidak pernah sepi pengunjung
- 44,7% responden memberikan tingkat kenyamanan di angka 8 pada LaRisso *Department Store*, hal ini merupakan hal baik namun dapat ditingkatkan. Alasan pengunjung bermacam – macam, mulai dari aspek penghawaan, produk, harga, tempat hingga pelayanan
- 73,7% responden menyatakan bahwa LaRisso *Department Store* sudah memiliki fasilitas yang cukup, dengan cara memberikan fasiltas pilihan produk yang luas dan harga yang murah
- Pada area *café semi outdoor-outdoor*, 90,5% responden berpendapat bahwa pencahayaan pada area ini cukup dan ketersediaan tempat duduk sudah sangat baik. Namun 50,9% responden berpendapat bahwa konsep desain yang diterapkan diarea ini kurang menarik minat pengunjung. 80,8% responden percaya bahwa variasi tipe tempat duduk dan dekorasi kreatif dapat meningkatkan ketertarikan pengunjung untuk membeli produk di area tersebut.
- Pada area pecah belah, 55,3% responden mengatakn bahwa area ini memiliki penerangan yang cukup dan 55,3% mengatakan

bahwa penataan barang pada area ini sudah efektif dan memudahkan pengunjung, namun 65,8% responden menyatakan konsep yang aplikasikan pada area pecah belah belum menarik minat pengunjung. lalu 55,3% berpendapat bahwa pemanfaatan penyimpanan barang full hingga plafon akan lebih menarik. Berdasarkan hasil tersebut masih banyak aspek yang harus diperhatikan pada area ini yang dapat digunakan untuk konsep redesain LaRisso *Department Store*

- Pada area pakaian wanita, 50% responden berpendapat bahwa penerangan area tersebut cukup dan penataan barang sudah efektif serta memudahkan pengunjung namun 65,8% responden sepakat apabila konsep desain pada area ini belum berhasil menarik minat pengunjung untuk membeli sehingga perlu di *redesain* dengan pemaksimalan ruang menggunakan material kayu yang berhasil mendapatkan respon dari responden sebanyak 44,7%

Secara keseluruhan responden sepakat bahwa sebagian besar pelanggan mengunjungi LaRisso *Department Store* untuk berbelanja dan bersantai di café, dengan rata – rata setiap pengunjungnya mengabiskan waktu 1,5 jam sekali kunjungan. Sebagian responden sepakat bahwa penataan barang pada area pecah belah dan Pakaian Wanita perlu diperhatikan, karena tak jarang pengunjung mengalami kebingungan saat berbelanja. Sedangkan untuk area café bisa sudah baik namun masih bisa ditingkatkan.

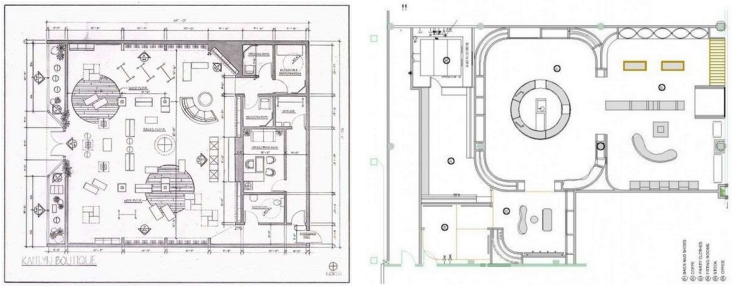
Selain itu responden sepakat bahwa konsep desain di area pecah belah dan *fashion* wanita belum berhasil menarik minat pengunjung untuk membeli. Sehingga perlu adanya redesain yang menerapkan konsep menarik dan memperhatikan *layout* ruang untuk meningkatkan efektivitas belanja pengunjung. Contoh dari perencanaan desain interior yang tepat adalah dengan tata ruang yang berbeda. Selain itu, penggunaan konsep furniture yang berbeda

tiap area dapat membantu penataan *display* pada LaRisso *Department Store* terkendali dan memberikan *customer experience*.

4.5 KONSEP DESAIN

Berdasarkan hasil pengumpulan data diatas, konsep desain yang dapat menjadi solusi untuk menyelesaikan masalah pada LaRisso *Department Store* adalah pemaksimalan *customer experience. Customer expeience* adalah pengalaman yang didapatkan pelanggan saat mengunjungi LaRisso *Department Store.* Pada dasarnya terdapat banyak faktor yang mempengaruhi *customer experience,* namun untuk perancangan ini penekanan *customer experience* terdapat pada *layout,* budaya setempat dan kebiasaaan masyarakat setempat.

Layout yang digunakan pada LaRisso *Department Store* adalah *mixed layout. Mixed layout* atau *layout* campuran merupakan *layout* yang menggunakan campuran elemen desain dari beberapa *layout* sehingga hasilnya menarik. *Layout* yang digunakan biasanya *straight* dan *angular diagonal.* Tak lupa ditambahkan elemen desain untuk menciptakan aliran yang dinamis ketika melewati barang dagangan yang jenisnya beragam. Sehingga *layout* ini memberikan *customer experience* yang berbeda daripada *layout* lainnya.



Gambar 4.9 Contoh *Mixed Layout* pada *Retail Store*
Sumber: Pinterest.com, 2019

Selain dari sisi *layout, customer experience* juga harus mempertimbangkan beberapa aspek lain seperti pelayanan, penataan produk hingga bentukan furnitur yang dipakai pada LaRisso *Department Store*. Sehingga pada konsep perancangan ini digunakan desain furnitur yang *modern* yang dapat berperan sebagai *display* dan penyimpanan stok dengan desain yang

modern namun tidak membosankan yang nantinya berdampak langsung kepada perilaku pelanggan.

Gambar 4.10 Contoh Furnitur yang akan diaplikasikan
Sumber: Pinterest.com, 2019

Dalam penerapannya, elemen desain yang digunakan untuk melengkapi *customer experience* adalah sentuhan budaya Pendalungan Jember. Budaya pendalungan yang diangkat adalah motif dan warna khas Jember, Tari Lahbako, Musik Patrol khas Jember dan Egrang Tanoker. Masing – masing elemen diaplikasikan dalam hal yang berbeda. Contohnya, motif khas Jember akan diaplikasikan sebagai elemen estetis dan tranformasi bentuk furnitur, elemen Tari Lahbako yakni warna (merah, kuning, hijau) pada kostum akan digunakan sebagai aksentuasi. Musik patrol khas Jember, bentukan alat musiknya akan diaplikasikan pada bentukan dasar *display* dan egrang tanoker yang material utamanya bambu akan digunakan sebagai material aksentuasi.

Hal ini semakin melengkapi *customer experience,* karena pengunjung tidak hanya ber eksplorasi ruang dan produk di LaRisso *Department Store* namun juga mendapatkan pengetahuan tambahan mengenai budaya setempat. Selain itu, pengaplikasian desain modern dan *instagramable* cocok sekali untuk masyarakat Pendalungan yang eksploratif dan antusias dengan hal baru. Meskipun konsep yang diaplikasikan modern, tapi tetap ada unsur Pendalungan agar pengunjung dapat merasakan budaya setempat. Sehingga, diyakini konsep ini dapat meningkatkan *customer experience* pengunjung LaRisso *Department Store.*

4.6 APLIKASI KONSEP DESAIN

4.6.1 Dinding

Gambar 4.11 Contoh Pengaplikasian pada Dinding
Sumber: Diolah penuli, 2020

Secara umum, konsep dinding akan di maksimalkan sebagai *display* dan *storage*. Namun sebelum difungsikan sebagai *display* dan *storage,* dinding diberi *finishing* cat warna putih untuk lantai 1 dan lantai 2. Sedangkan pada area *entertainment* di *lantai 3* dinding menggunakan *finishing* mural edukatif dengan kearifan lokal (Jember). Selain itu terdapat partisi pada LaRisso *Department Store* dimana partisi tersebut mempunyai 2 fungsi, *display* dan pembatas area.

Gambar 4.12 Contoh Partisi
Sumber: pinterest.com, 2020

4.6.2 Lantai

Gambar 4.13 Contoh Pengaplikasian Lantai
Sumber: retaildesignblog.net, 2019

Konsep lantai yang diaplikasikan menyesuaikan dengan area produk guna menciptakan zoning. Sehingga, meskipun pada pengaplikasiannya tidak ada sekat yang membatasi area satu dengan yang lain, masih ada pola lantai yang dapat digunakan sebagai tanda. Material yang digunakan untuk lantai adalah sebagian besarnya adalah keramik, hal ini karena memudahkan perawatan. Namun, material lain seperti parket dan lantai plester juga digunakan pada café. Selain itu akan diterapkan *leveling* pada lantai di beberapa area untuk mengekspos area tersebut.

4.6.3 Plafon

Gambar 4.14 Contoh Pengaplikasian Plafon (kiri), Pengaplikasian Void (kanan)
Sumber: visualinspirations.com.au, 2018

Pada konsep ini, mayoritas plafon yang digunakan adalah gypsumboard warna putih. Namun terdapat beberapa area yang menerapkan *donwceiling/upceiling* untuk memberikan aksen pada ruangan tersebut. Selain itu untuk void dimaksimalkan untuk *seasonal display* yang nantinya akan di gantung elemen estetis dan beberapa produk andalan LaRisso *Department Store*.

4.6.4 Furnitur

Gambar 4.15 Referensi Bentukan Furnitur
Sumber: yougreypatiofurniture.top, 2019

Seperti yang sudah dijelaskan pada konsep desain diatas, konsep furnitur yakni modern dengan bentukan tegas yang memudahkan pengunjung dalam berbelanja. Hal ini berarti furnitur yang diaplikasikan harus efektif, baik dalam hal *display* maupun *storage.* Selain itu furniture juga mudah dipindahkan *(moveable)*. Sedangkan furnitur pada area café beragam dengan faktor kenyamanan tetap menjadi hal utama yang dipertimbangkan. Bentukan furnitur pada café adalah modern *clean* tanpa menggunakan elemen dekoratif.

4.6.5 Pencahayaan

Gambar 4.16 Referensi *Accent Lighting* (kiri), *Decorative Lighting* (kanan)
Sumber: retaildesignblog.net, 2019

Selain menggunakan cahaya matahari dan lampu utama, ditambahkan beberapa teknik pencahayaan pada LaRisso *Department Store* seperti *accent lighting, task lighting* dan *decorative lighting. Accent lighting* akan digunakan untuk menyorot produk yang ter-*display*. T*ask light* digunakan untuk menerangi area tertentu seperti kasir, *window display* hingga *fitting room*. Sedangkan *decorative* lighting adalah *lignthing* yang bertujuan untuk mempercantik ruangan. Dengan penambahan teknik

pencahayaan ini, diharapkan dapat memberikan dampak yang berbeda kepada perilaku pengunjung sehingga memberikan *customer experience.*

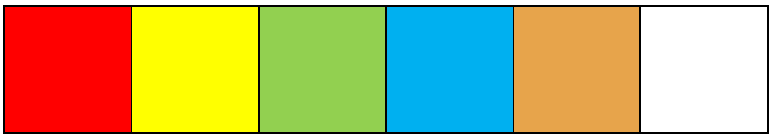
4.6.6 Elemen Estetis

Untuk elemen estetis, digunakan motif batik jember yang diaplikaskan pada elemen interior lain speerti plafon, dinding, lantai hingga furnitur. Warna khas Jember juga digunakan pada elemen estetis. Sehingga penggunakan budaya pendalungan pada elemen estetis sebagai aksen.

4.6.7 Material

Material yang digunakan pada LaRisso *Department Store* adalah kayu, hpl, besi dan bambu. Material ini nantinya akan diterapkan di area yang berbeda dan akan dikombinasikan. Seperti material besi, akan digunakan sebagai furnitur pada area pecah belah karena pada area ini terdapat produk yang berat, namun tidak menutup kemungkinan material lain seperti kayu dan hpl di aplikasikan pada area ini. Untuk material bambu nantinya digunakan sebagai aksentuasi, untuk menunjukkan budaya egrang tanoker Jember.

4.6.8 Warna



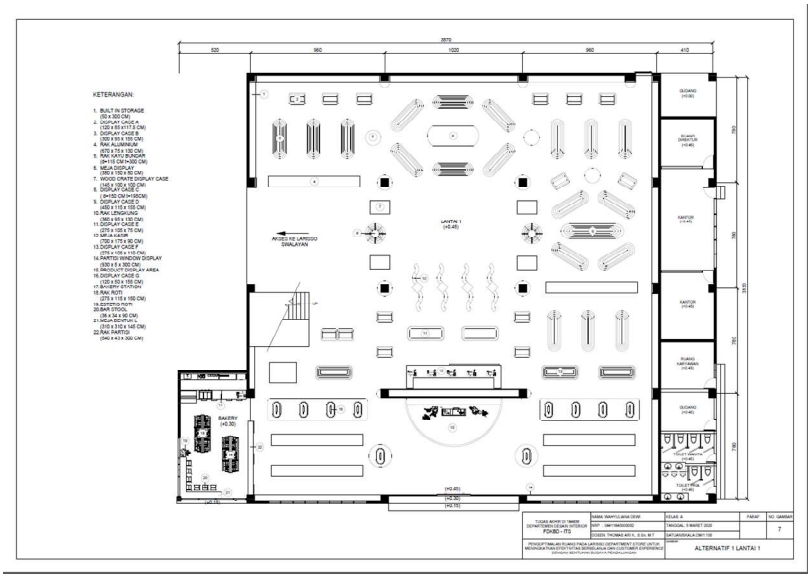
Gambar 4.17 Warna yang akan digunakan pada Konsep
Sumber: Dok. Penulis, 2020

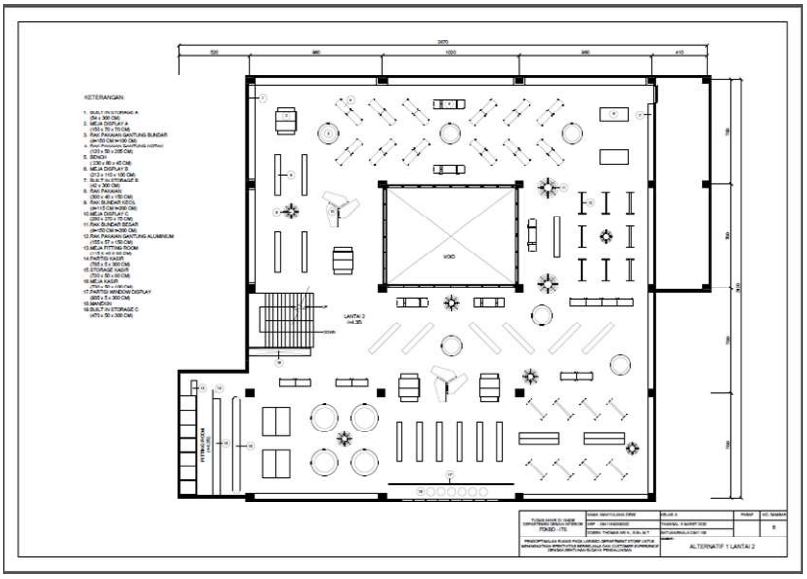
Skema warna yang digunakan pada konsep ini adalah warna cerah khas Jember, yaitu merah, kuning, hijau dan biru yang digunakan sebagai aksen dan warna netral seperti coklat muda dan putih sebagai warna dominan.

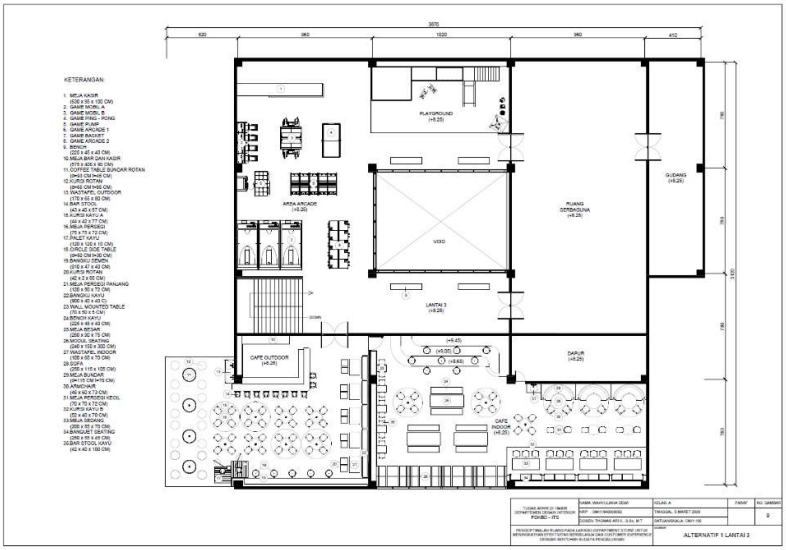
BAB V
PROSES DAN HASIL DESAIN

5.1 ALTERNATIF *LAYOUT*

5.1.1 Alternatif *Layout* 1





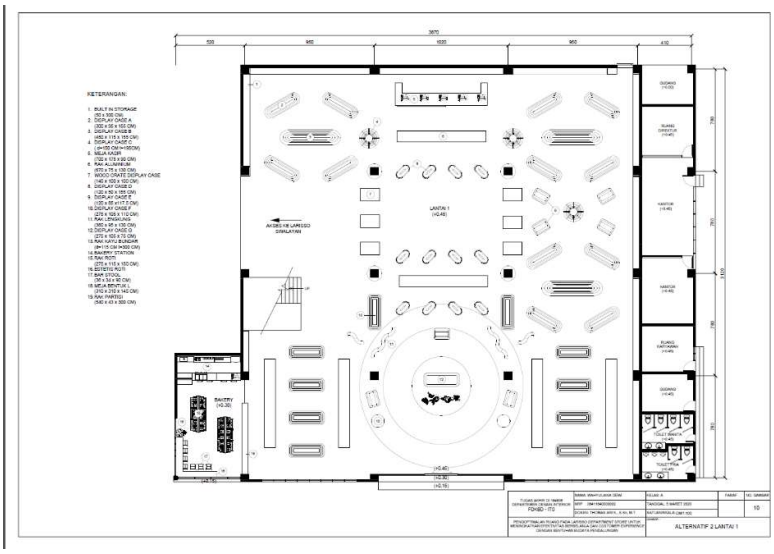


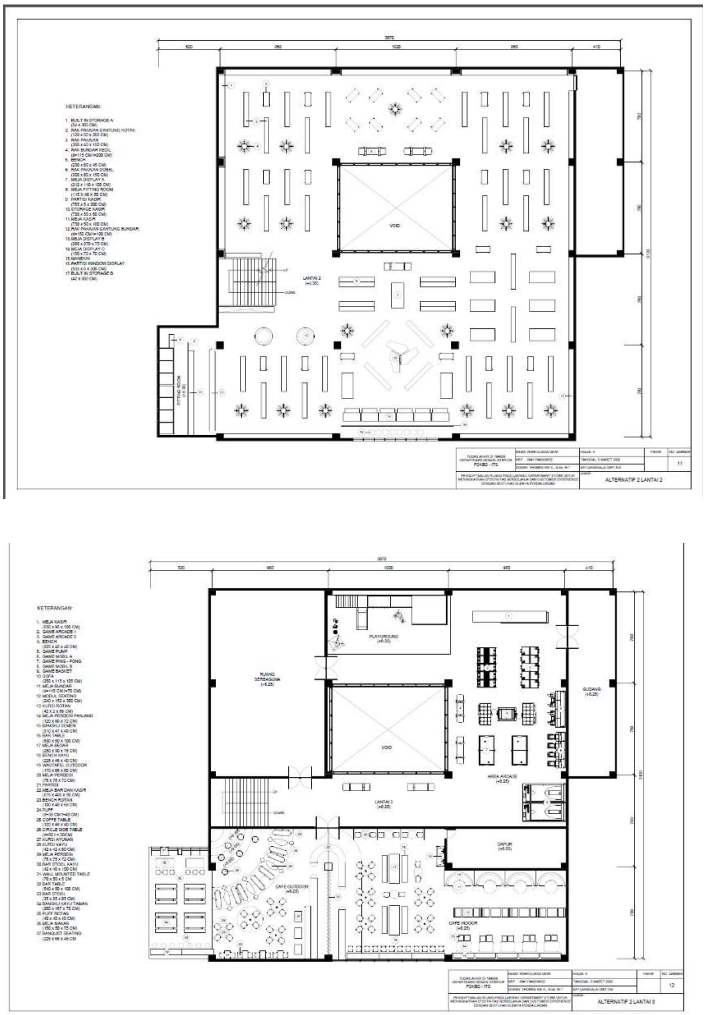
Gambar 5.1 Alternatif Layout 1

Sumber: *Dok. Penulis, 2019*

Pada alternatif pertama, terdapat penambahan fasilitas yaitu ruang serbaguna di lantai 3 yang terletak di sisi timur. Lantai 1 di sambut oleh *display* yang berada di tengah ruang. Selain itu peletakan meja kasir di belakang *window display*, membuat *layout* ini sangat memanfaatkan *space*. Furnitur menggunakan bentukan yang sederhana. Budaya Pendalungan nantinya akan di aplikasikan pada elemen estetis.

5.1.2 Alternatif *Layout* 2



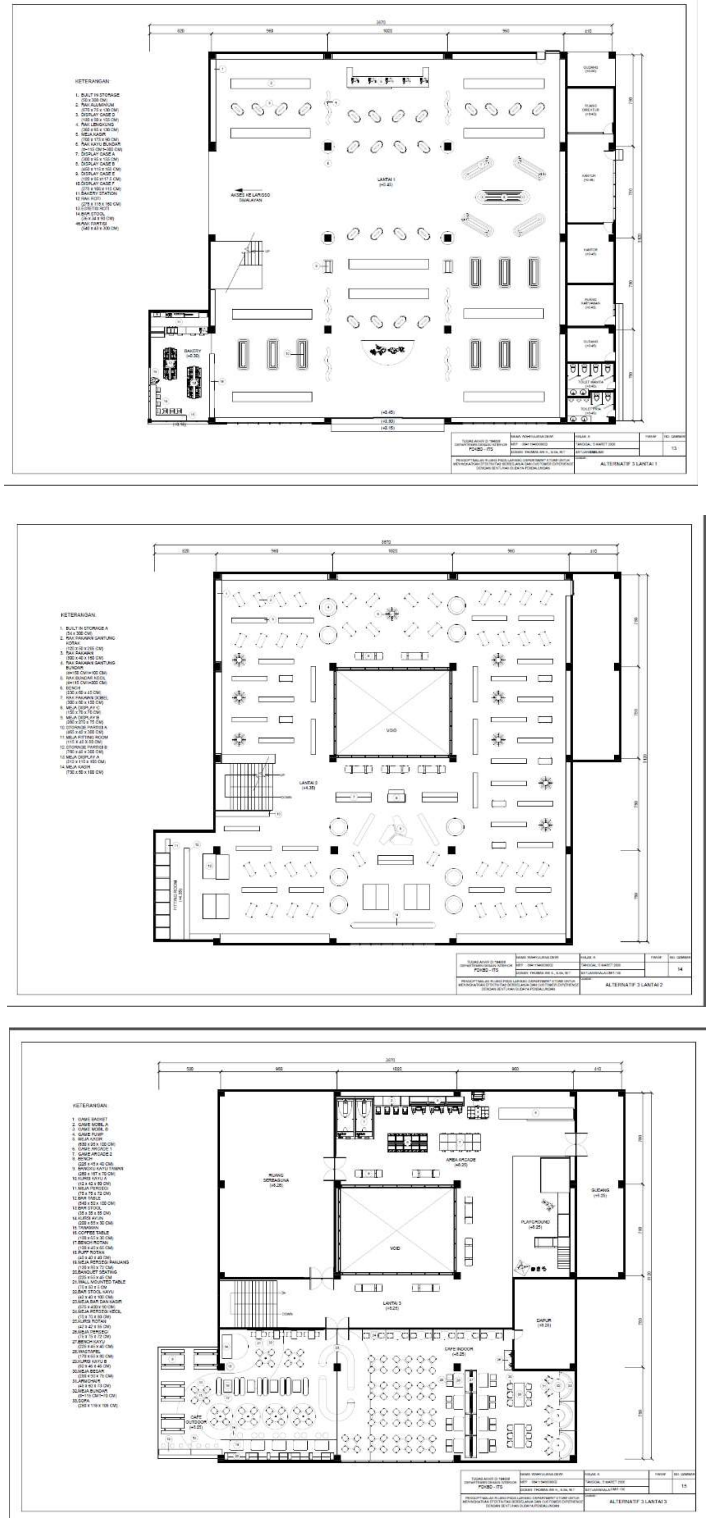


Gambar 5.2 Alternatif Layout 2

Sumber: *Dok. Penulis, 2019*

Pada alternatif layout 2, terdapat penampahan fasilitas ruang serbaguna pada lantai 3. Sirkulasi furniture pada alternatif ini lebih lebar dari alternatif sebelumnya. Meskipun pada lantai 2, masih banyak menggunakan sistem grid layout, namun untuk lantai1 dan lantai 3 sudah cukup menyebar dan bervariasi. Untuk menghemat tempat dan tidak mengganggu barang yang terdisplay, terdapat lemarin built in pada lantai 1 dan 3 lemari tersebut nantinya akan di beri setuhan budaya pendalungan. Sehingga barang yang terdisplay dapat tertata dengan baik.

5.1.3 Alternatif *Layout* 3



Gambar 5.3 Alternatif Layout 3

Sumber: *Dok. Penulis, 2019*

Sama seperti alternatif sebelumnya, terdapat penambahan fasilitas pada alternatif ini, yaitu ruang serbaguna yang berada di lantai 3. Alternatif 3, lebih mengacu pada kapasitas yang dapat dimuat oleh LaRisso *Department Store*, sehingga pada beberapa area kurang mempertimbangkan sirkulasi ruang. Furniture yang digunakan pada lantai 1 dan 2 sama seperti alternatif 1 dan 2. Aksen pendalungan pada alternatif ini akan di aplikasikan pada partisi terutama partisi lantai 3.

5.1.4 Pemilihan Alternatif *Layout (Weighted Method)*

Alternatif desain yang dirasa cocok untuk diterapkan pada LaRisso *Department Store* dipilih memalui metode *weighted method* dengan parameter yang disesuaikan dengan hal – hal ingin dicapai dalam desain. Berikut adalah tabel *Objective Weighted Method* yang menggunakan alternatif layout sebagai acuannya,

Tabel 5.1 *Objective Weighted Method*
Sumber: Penulis (2020)

	Tujuan/Kriteria	A	B	C	Jumlah	Rank	Score	Weight
A	Tata Ruang	-	1	1	2	1	100	0.52
B	Sirkulasi	0	-	1	1	2	60	0.31
C	Efetivitas Berbelanja	0	0	-	0	3	30	0.17

Keterangan: 1=Lebih Penting 0=Tidak Lebih Penting Skala Nilai=10-100

Objective	Weight	Parameter	Alternatif 1			Alternatif 2			Alternatif 3		
			M	S	V	M	S	V	M	S	V
Tata Ruang	0.52	- Fungsi Ruang - Keselarasan antar Area	Good	8	4.16	Good	8	4.16	Good	7	3.64
			Good	7	3.64	Good	8	4.16	Good	8	4.16
Sirkulasi	0.31	- Lorong *Display* dapat dilalui lebiha dari 2 orang - Peletakan furniture yang baik	Good	8	2.48	Very Good	9	2.79	Poor	6	1.86
			Good	8	2.48	Very Good	9	2.79	Good	8	.48
Efektivitas Berbelanja	0.17	- Penggunaan jenis *retail layout*	Good	8	1.36	Very Good	9	1.53	Very Good	9	1.53

		- *Layout* mudah dipahammi oleh pengunjung	Good	7	1.19	Very Good	9	1.53	Very Good	9	1.53
					15.31			**16.96**			**15.2**

Keterangan: Poor=1-5 Good=6-8 Very Good==9-10

Tabel diatas menunjukkan bahwa tata ruang berada di poin yang tinggi. Selain itu kriteria lain mengikuti seperti efektivitas berbelanja dan sirkulasi. Hal tersebut sama – sama penting dalam desain karena menjawab permasalahan objek. Berdasarkan hasil dari tabel tersebut maka *layout* alternatif 2 adalah *layout* yang terpilih, dengan nilai tertinggi 16.96. Sedangkan berikut adalah tabel *Design Weighted Method* yang menggunakan gambar perspektif sebagai acuannya,

Tabel 5.2 *Design Weighted Method*
Sumber: Penulis (2020)

	Tujuan/Kriteria	A	B	C	Jumlah	Rank	Score	Weight
A	Pendalungan	-	0	0	0	3	60	0.17
B	*Customer Experience*	1	-	1	2	1	100	0.52
C	Furnitur	0	1	-	1	2	60	0.31

Keterangan: 1=Lebih Penting 0=Tidak Lebih Penting Skala Nilai=10-100

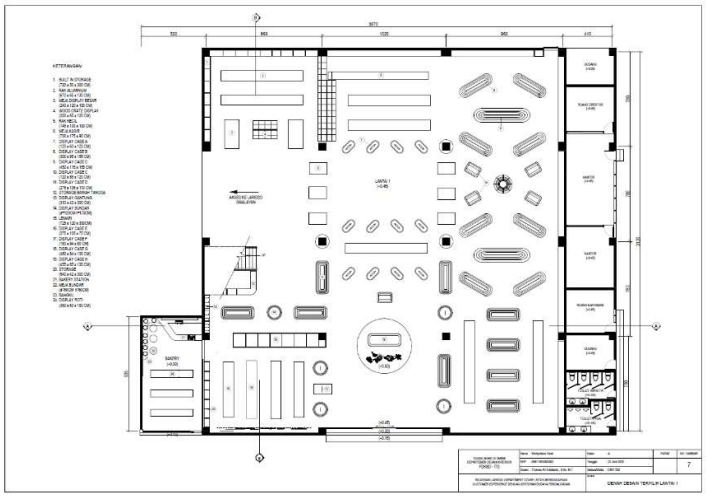
Objective	Weight	Parameter	Alternatif 1			Alternatif 2			Alternatif 3		
			M	S	V	M	S	V	M	S	V
Pendalungan	0.17	- Warna Khas - Transformasi bentuk kebudayaan	Very Good	10	1.7	Very Good	9	1.53	Poor	4	0.68
			Good	7	1.19	Very Good	9	1.53	Poor	4	0.68
Customer Experience	0.52	- Sistem Display - Kemudahan informasi	Good	8	4.16	Good	8	4.16	Poor	6	3.12
			Very Good	9	4.68	Very Good	9	4.68	Good	6	3.12
Furnitur	0.31	- *Display case* - Ukuran Furnitur standart	Good	8	2.48	Good	8	2.48	Good	8	2.48
			Good	8	2.48	Good	8	2.48	Good	7	2.17
					16.69			**16.86**			**12.25**

Keterangan: Poor=1-5 Good=6-8 Very Good==9-10

Berdasarkan tabel tersebut, desain yang paling memenuhi kreiteria adalah desain pada alternatif 2 dengan nilai 16.86.

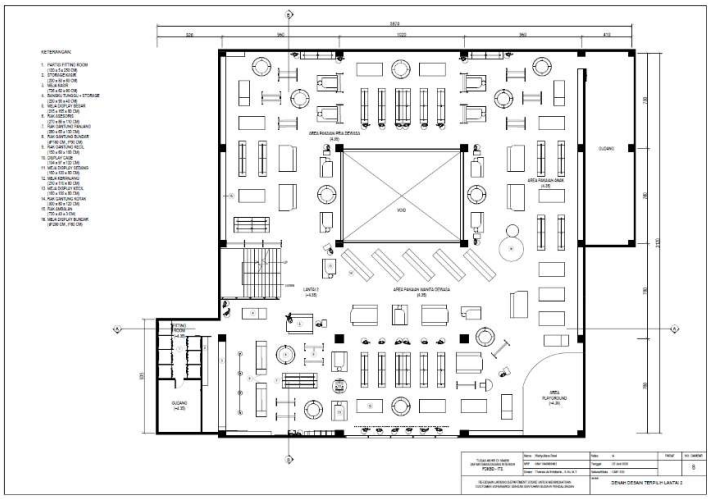
5.2 PENGEMBANGAN ALTERNATIF *LAYOUT* TERPILIH

Layout terpilih dari 3 alternatif sebelumnya adalah *layout* 2. *Layout* ini dikembangkan kembali untuk menyesuaikan penempatan furnitur, estetis dan sirkulasi secara detail. Berikut adalah pengembangan *layout* terpilih beserta uraian singkatnya.



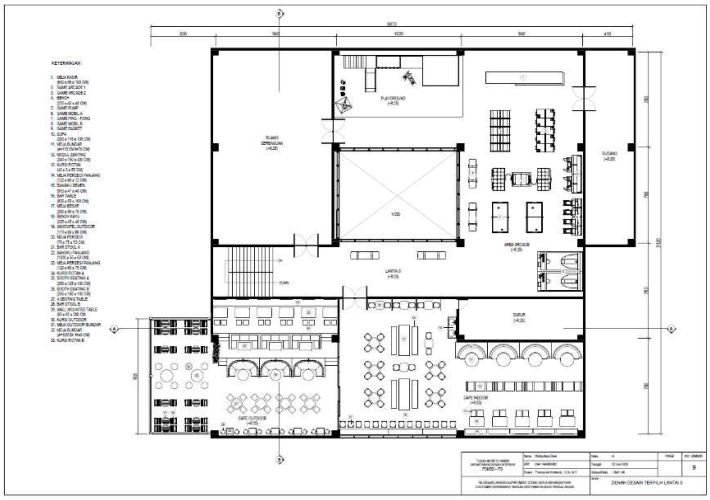
Gambar 5.4 Pengembangan Alternatif *Layout* Lantai 1
Sumber: *Dok. Penulis, 2020*

Terlihat pada sisi utara *layout* terdapat perubahan bentukan furniture, hal ini dimaksudkan untuk menghemat tempat dan kemudahan akses pengunjung. Area tersebut menggunakan *built-in* furnitur yang membutuhkan sirkulasi sedikit lebih lebar dengan area lain, karena pengunjung nantinya akan melihat barang dari bawah hingga keatas rak. Selain itu pada rencana lantai diaplikasikan beberapa material, yang bertujuan sebagai aksen sekaligus arah sirkulasi. Tidak hanya lantai, hal ini juga diterapkan pada plafon.



Gambar 5.5 Pengembangan Alternatif *Layout* Lantai 2
Sumber: *Dok. Penulis, 2020*

Sama seperti lantai 1, pada lantai 2 terjadi pergantian furnitur agar sesuai dengan tujuan desain. Selain itu digunakan permainan tekstur pada lantai dan plafon agar lebih menarik dan merepresentasikan budaya Pendalungan. Penambahan fasilitas seperti, area mainan anak dan bangku untuk pengunjung juga dilakukan. Hal ini bertujuan untuk memberikan fasilitas penunjang kepada pengunjung agar pengunjung lebih nyaman dalam berbelanja.



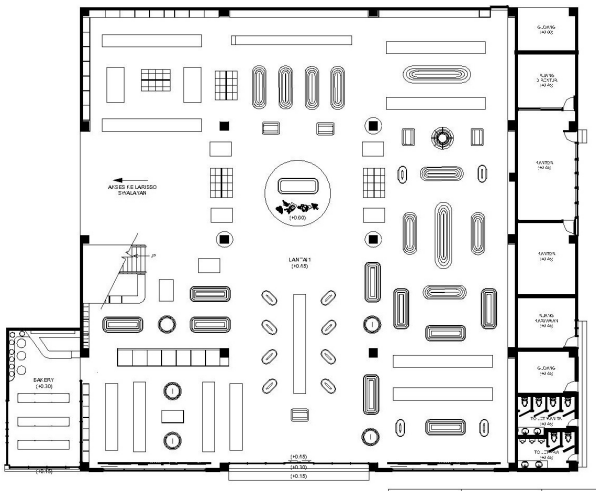
Gambar 5.6 Pengembangan Alternatif *Layout* Lantai 2
Sumber: *Dok. Penulis, 2020*

Lantai 3, mengalami banyak pengembangan dari denah sebelumnya. Seperti pada area café *semi outdoor* diaplikasikan *leveling* lantai yang dapat digunakan

untuk 3 tipe tempat duduk yang berbeda. Café *outdoor* juga mengalami perombakan penataan furnitur, karena pada denah sebelumnya kurang memperhatikan material furnitur pada area ini. Area arcade sama seperti denah sebelumnya dan café *indoor* sedikit mengalami perubahan di bagian penataan furnitur namun masih memiliki kapasitas yang sama.

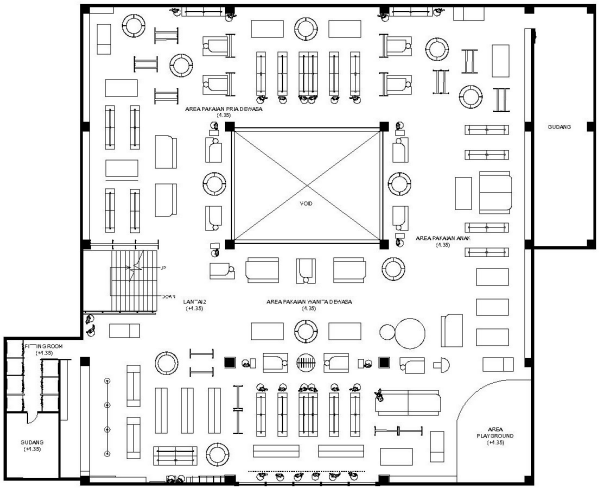
5.2.1 Rotasi Layout setiap Empat Bulan

Sudah rahasia umum jika LaRisso *Department Store* selalu berusaha untuk memberikan sesuatu yang baru kepada pelanggan, biasanya dengan menambah fasilitas baru setiap tahunnya. Namun, untuk memberikan kesan baru kepada pelanggan, dilakukan rotasi *layout* setiap empat bulan sekali untuk lantai 1 dan lantai 2 dengan kapasitas yang sama. Karena lantai tersebut adalah lantai yang digunakan untuk *display* produk. Sehingga selama satu tahun, terdapat tiga kali pergantian *layout.* Berikut adalah rotasi *layout*-nya:



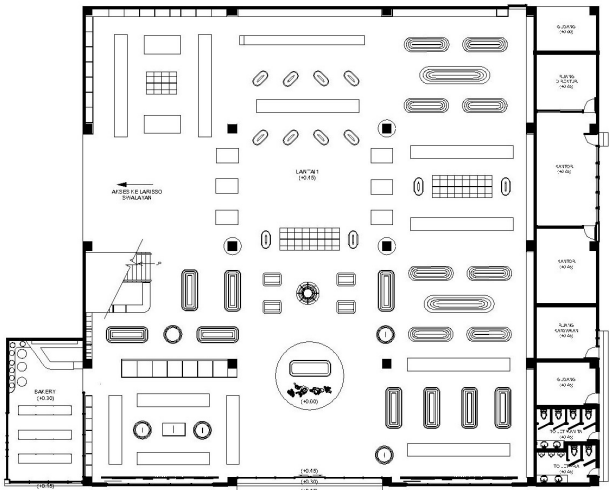
Gambar 5.7 Rotasi *Layout* Pertama Lantai Satu
Sumber: *Dok. Penulis, 2020*

Layout ini menggunakan *grid layout* namun dikombinasikan secara vertikal dan horizontal sehingga masih memberikan kesan yang berbeda kepada pengunjung. *White space* pada *layout* ini berada di area void dan akses menuju LaRisso Swalayan.



Gambar 5.8 Rotasi *Layout* Pertama Lantai Dua
Sumber: *Dok. Penulis, 2020*

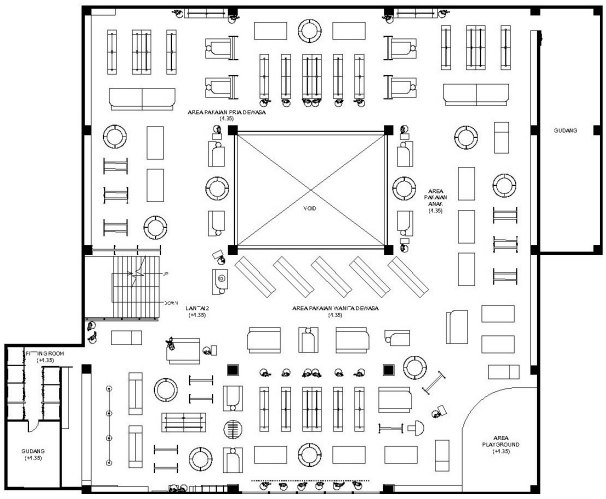
Terjadi rotasi furniture yang cukup banyak pada lantai dua rotasi layout pertama ini. Beberapa furnitur yang berada di dekat void dipindahkan menyebar disisi selatan gedung. Selain itu tidak ada furnitur yang ditata secara diagonal, namun jika diperhatikan lebih dekat terdapat *white space* yang mengelilingi ruangan. Hal ini digunakan sebagai sirkulasi ruang utama pada lantai ini.



Gambar 5.9 Rotasi *Layout* Kedua Lantai Satu
Sumber: *Dok. Penulis, 2020*

Layout kedua ini, memiliki *white space* yang lebih menyebar daripada *layout* sebelumnya, hal ini bertujuan untuk memberi

keleluasaan kepada pengunjung. Selain itu, pembagian area produk dan kasir masih sama dengan *layout* sebelumnya.

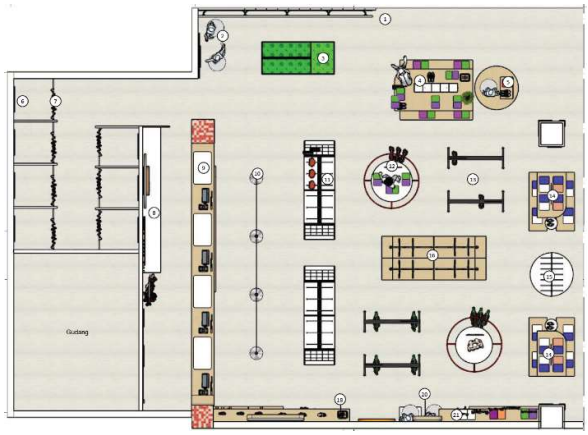


Gambar 5.10 Rotasi *Layout* Kedua Lantai Dua
Sumber: *Dok. Penulis, 2020*

Layout ini terdapat area yang menggunakan *diagonal layout,* beberapa furnitur juga berpindah namun tidak terlalu jauh dari rotasi sebelumnya. Kapasitas dan fasilitas pada rotasi ini sama seperti rotasi sebelumnya dengan tidak memindahkan area *mini playground.*

5.3 PENGEMBANGAN DESAIN AREA TERPILIH SATU

5.3.1 *Layout* Area Fashion Wanita Dewasa



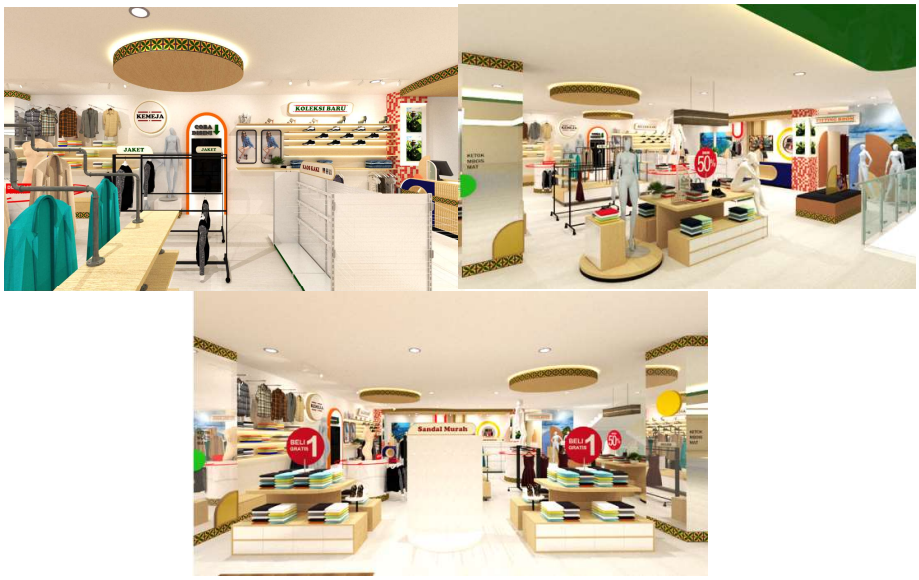
Gambar 5.11 *Layout* Area *Fashion Wanita Dewasa*
Sumber: *Dok. Penulis, 2020*

Area terpilih satu adalah area fashion wanita dewsa yang terletak di lantai 2. Area ini merupakan area pertama yang di lihat oleh pengunjung ketika menuju lantai 2, karena letaknya dekat tangga yang

merupakan akses utama. Terdapat kasir, area santai, akses menuju *fitting room* dan beberapa area display disini.

Area santai dapat digunakan sebagai area tunggu pengunjung yang hendak ke *fitting room* atau menunggu kerabat yang sedang mengantri di kasir. Sedangkan pada kasir, terdapat *display* produk 'terlaris' pada bulan ini hal ini bertujuan untuk memberikan informasi sekaligus menarik minat pengunjung untuk membeli produk tersebut. Untuk *display* pakaian, pada area terpilih ini terdapat beberapa kategori, kategori diskon 50%, koleksi terbaru, asesoris, kemeja, *dress* dan celana pendek. Setiap display diusahakan untuk menampung stok barang yang banyak, sehingga display tersebut selain dapat digunakan sebagai display, namun bisa juga digunakan sebagai menyimpan stok.

5.3.2 Suasana Ruang



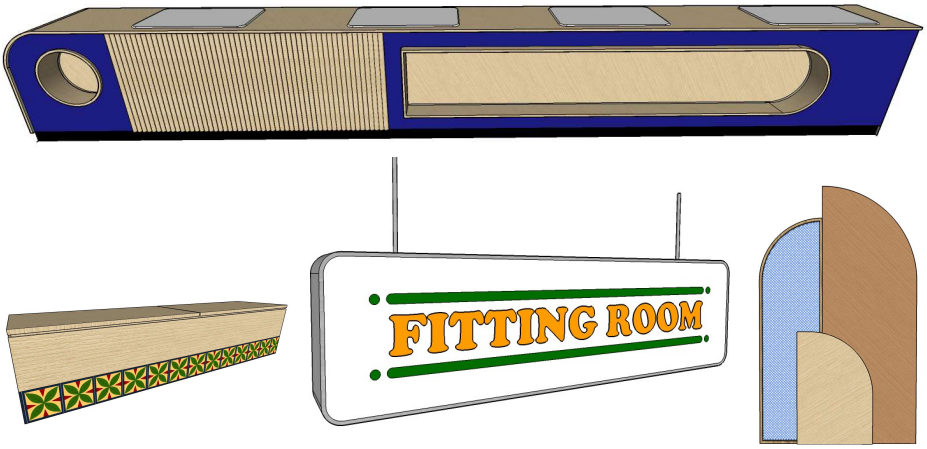
Gambar 5.12 Serangkaian Suasana Ruang Area Fashion Wanita Dewasa
Sumber: *Dok. Penulis, 2020*

Penerapan konsep pendalungan dapat dilihat dari penggunaan warna (merah, kuning, ijo, biru) pada estetis, furnitur hingga plafon. Selain penggunaan warna, terdapat juga motif daun tembakau yang diaplikasikan pada furnitur dan plafon. Untuk memberikan kesan pendalungan lebih kental, digunakan wallpaper yang menggambarkan

suasana alam Jember yang diaplikasikan pada area kasir dan area santai serta penggunaan *frame* yang menunjukkan kebudayaan Jember (Tari Lahbako, Musik Patrol, Egrang Tanoker hingga pengolahan tembakau) sebagai estetis pada kolom bangunan.

Dinding dibiarkan polos dengan *finishing* cat putih untuk memberikan kesan bersih dan netral, karena furniture dan elemen estetis sudah menggunakan berbagai macam warna, tekstur dan material. *Customer experience* terdapat pada sisi penataan barang yang dikategorisasi, penataan furnitur dan elemen lain seperti cermin pada kolom dan TV untuk interaksi dengan pengunjung. Terlepas dari hal tersebut, *layout* yang diterapkan adalah *mixed layout.* Sehingga tujuan desain pada area ini sudah terpenuhi.

5.3.3 Furnitur dan Elemen Estetis



Gambar 5.13 Serangkaian Furnitur dan Elemen Estetis Area Fashion Wanita Dewasa Meja Kasir (atas), *Storage*, Neonbox dan *Backrop*
Sumber: *Dok. Penulis, 2020*

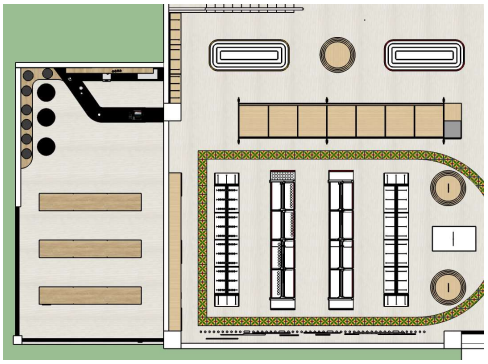
Meja kasir berbentuk memanjang dengan aksen lengkung di salah satu ujungnya, ukuran menyesuaikan jarak antar kolom. Meja kasir ini dilengkapi dengan rak *display* dibagian depan dan *storage* dibagian belakang. Material yang digunakan pada meja ini adalah multiplek dengan finishing HPL, meja ini juga dilengkapi *hidden lamp* agar barang yang di *display* di bagian depan lebih menarik. Sedangkan untuk *storage*, material yang digunakan tetap sama yaitu multiplek dan HPL

dengan aksen motif tembakau dibagian bawah. *Storage* ini digunakan sebagai penyimpanan, *display* hingga tempat duduk.

Elemen estetis yakni neonbox yang bertujuan sebagai *signage* menggunakan warna khas Jember. Selain itu *backdrop* menggunakan bentuk gabungan dari persegi dengan ¼ lingkaran, dengan material kayu,multiplek,HPL hingga anyaman bambu. Pemasangan HPL scara 45° sehingga memberikan efek seperti serat daun. Anyaman bambu yang di gunakan di finishing cat warna khas Jember.

5.4 PENGEMBANGAN DESAIN AREA TERPILIH DUA

5.4.1 Layout Area *Kitchenware* dan *Bakery*



Gambar 5.14 *Layout* Area *Kitchenware*
Sumber: *Dok. Penulis, 2020*

Area terpilih 2 merupakan area *kitchenware* dan *bakery*. Pengaplikasian *mixed layout* dapat terlihat karena memadukan *display* yang berbentuk persegi panjang dengan lingkaran. Area *kitchenware* produk yang ditawarkan beragam maka untuk menghemat tempat furniture yang digunakan adalah *build-it storage*, dan *display* yang digunakan pada beberapa titik adalah jenis *display* gantung. Produk yang ada pada area *kitchenware* dikaterogisasikan sebagain berikut; alat masak, alat makan, peralatan dapur, peralatan kebersihan dan peralatan elektronik.

Area *bakery* selain menjual roti juga menjual minum. Selain itu area ini memiliki fasilitas duduk yang dapat digunakan oleh pengunjung LaRisso *Dpeartment Store* baik untuk menikmati roti atau minuman.

Display produk roti terdiri dari 3 identik *storage* yang menggunakan *grid layout* yang diaplikasikan dengan mempertimbangkan kondisi eksiting.

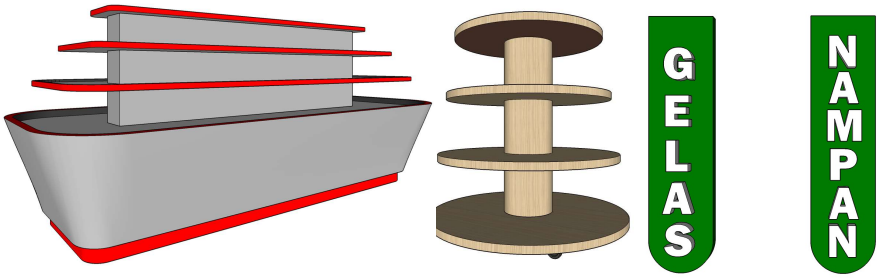
5.4.2 Suasana Ruang

Gambar 5.15 Serangkaian Suasana Ruang Area *Kitchenware* & *Bakery*
Sumber: *Dok. Penulis, 2020*

Penerapan budaya Pendalungan pada area *kitchenware* ini adalah penggunaan warna khas Jember pada berbagai elemen, seperti warna kuning pada *pdrop ceiling*, warna hijau pada *signage* dan aksen warna merah pada rak *display.* Selain itu terdapat pula pengaplikasian motif tembakau pada pola lantai, furniture hingga partisi *window display.*

Untuk area *bakery,* budaya pendalungan diterapkan pada *finishing* tembok bagian barat yang di penuhi dengan mural bahasa Jemberan, selain itu pengaplikasian motif tembakau juga terdapat pada area ini yakni pada bagian tembok atas dan rak roti.

5.4.3 Furnitur dan Elemen Estetis

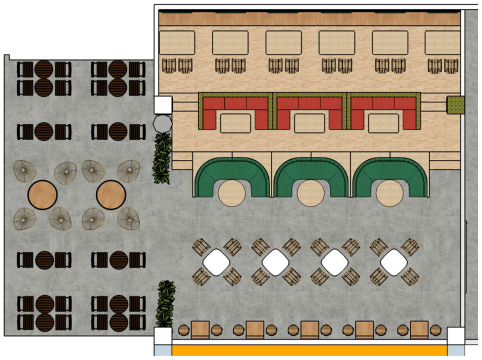


Gambar 5.16 Serangkaian Furniture dan Elemen Estetis pada Area *Kitchenware* & *Bakery*
Sumber: *Dok. Penulis, 2020*

Furnitur yang digunakan pada area ini adalah furnitur bermaterial aluminum, mulitplek hingga kayu solid hal ini dikarenakan beberapa produk yang ditawarkan tidak ringan. Penggunaan material tersebut bukan berarti bentukan furnitur monoton. Seperti contoh furnitur diatas, dengan bentukan lengkung hingga lingkaran. Sehingga pengunjung tidak bosan dengan bentuk furnitur yang umum. Elemen estetis pada area ini kebanyakan adalah *signage* yang aplisikan untuk memudahkan pengunjung dalam mencari produk yang diinginkan.

5.5 PENGEMBANGAN DESAIN AREA TERPILIH TIGA

5.5.1 *Layout* Café



Gambar 5.17 *Layout* Café
Sumber: *Dok. Penulis, 2020*

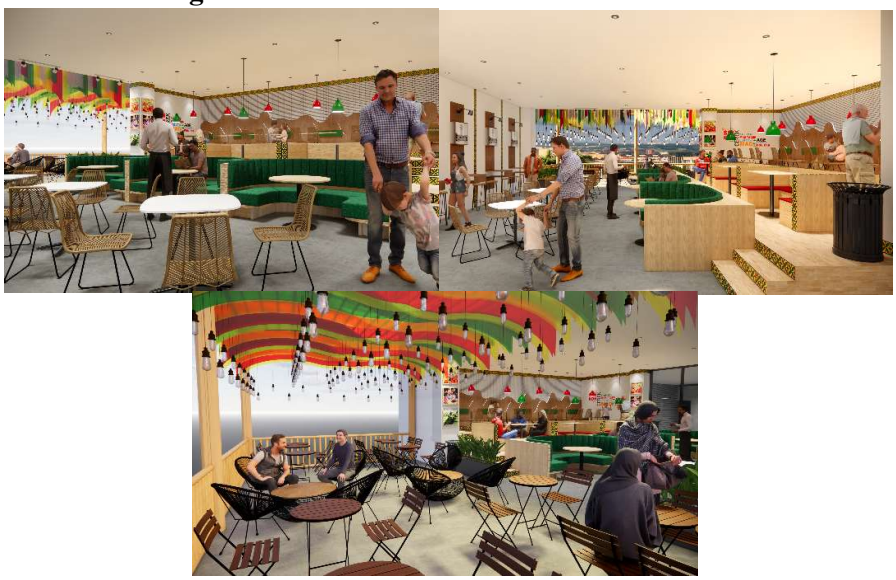
Area ini dipilih karena area ini merupakan salah satu daya tarik utama LaRisso *Department Store*. Area ini memiliki 2 jenis café yakni café semi outdoor dan café outdoor. Keduanya dimaksimalkan agar dapat memberikan kenyamanan dan meningkatkan *customer experience* pada

pengunjung. Mengingat selain untuk makan dan minum, area ini sering digunakan untuk bersantai dan titik temu oleh masyarakat sekitar.

Penataan furniture menerapkan konsep yang berbeda, tidak sejajar namun bertribun yang memiliki 3 jenis tempat duduk yang berbeda dengan 3 tingkat. Tingkat pertama dan kedua, menggunakan jenis tempat duduk *booth* sedangkan tingkat tiga memadukan bangku dengan kursi. Area tribun ini bisa digunakan untuk berkumpul bersama teman atau keluarga, namun juga disediakan tempat duduk pasangan jika pengunjung hanya datang bersama satu kerabat lain.

Untuk area *outdoor layout* yang digunakan tidak bermacam – macam dan hanya memiliki 2 jenis tempat duduk. Frunitu yang digunakan juga furniture yang ringan dan tahan matahari hingga air hujan.

5.5.2 Suasana Ruang



Gambar 5.18 ***Serangkaian*** Suasana Café *Semi Outdoor* (atas) dan Café *Outdoor* (bawah)

Sumber: *Dok. Penulis, 2020*

Dapat dilihat di gambar diatas, bahwa dominasi warna yang digunakan adalah coklat karena penggunaan material yang sebagian besar adalah kayu, bamboo dan HPL serat kayu meskipun begitu budaya Pendalungan masih terlihat. Pengaplikasian warna pada sofa *booth* dan lampu gantung merupakan warna khas Jember, yakni merah dan hijau.

Selain itu motif tembakau jember mengelilingi seliruh ruangan yang diaplikasian pada tangga, tembok hingga furnitur. Pada tembok tribun sisi timur dan barat di memiliki mural yang merepresentasikan bahasa Jemberan.

Pada cafe outdoor, bambu digunakan sebagai naungan dilengkapi dengan kain yang warna – warni (merah, kuning, hijau) sebagai estetis. Selain itu furniture yang digunakan bermaterial kayu solid, besi dan rotan. Hal ini bertuuan agar furnitu untuk area ini lebih tahan disaat panas maupun hujan. Tak lupa, terdapat lampu bohlam yang digantung dari rangka bamboo, sehingga pada malam hari, lampu tersebut dapat mencipatakan suasana yang hangat dan nyaman.

5.5.3 Furnitur dan Elemen Estetis

Gambar 5.19 Serangkaian Furnitur dan Elem Estetis Café *Semi Outdoor* dan *Outdoor*
Sumber: *Dok. Penulis, 2020*

Area terpilih 3 yang merupakan café menggunakan furnitur dengan bentukan yang simpel dan nyaman. Material yang digunakan adalah material campuran antara rotan, besi hingga kain. Pemilihan bentukan furnitur mempertimbangkan kenyamanan sehingga pengunjung yang duduk dapat menikmati suasana secara maksimal. Untuk elemen estetis pada area ini adalah lampu gantung dan *frame* kebudayaan Jember. Kap lampu di cat sesuai dengan warna khas Jember.

BAB VI
PENUTUP

6.1 KESIMPULAN

Sebagai pelopor *department store* pertama di Kecamatan Ambulu, LaRisso *Department Store* membutuhkan interior yang mampu menunjang aktivitas karyawan dan pengunjung seperti dapat men*display* banyak produk namun tidak membuat pengunjung bosan.

Konsep yang ditawarkan pada LaRisso *Department Store* adalah konsep yang mempertimbangkan *customer experience* dan budaya Pendalungan. Setelah ditinjau lebih lanjut, banyak faktor yang mempengaruhi *customer experience* dalam lingkup interior yakni penggunaan *layout,* furniture dan sistem *display.* Ketiga hal tersebut akan mengahasilkan suasana yang berbeda pada LaRisso *Department Store* yang berujung pada perilaku pengunjung.

Layout yang digunakan adalah *mixed layout* perpaduan antara *grid* dan elemen estetis, sehingga *flow* yang diciptakan dinamis. Untuk furniture, menggunakan tipe furniture yang mudah dipindahkan dan dapat menjadi *storage* dan *display case* secara bersamaan. Sedangkan sistem *display* yang dimaksud adalah penataan barang pada *display,* kategorisasi barang dan *signage* untuk memudahkan pengunjung dalam mencari barang yang diinginkan.

Hal diatas dipadukan dengan budaya Pendalungan Jember yang berupa motif daun tembakau dan warna khas Jember cerminan dari Tari Lahbako, penggunaan material bambu cerminan dari Egrang Tanoker dan penggunaan bentuk dasar (lingkaran) cerminan dari alat musik patrol Jember. Selain itu, kebiasaaan masyarakat pendalungan yang eksploratif dan *up to date* dengan hal baru, di aplikasikan pada konsep ini dengan cara menggunakan konsep desain yang modern dan *instagrammable.*

6.2 SARAN

a. Hal yang diperhatikan dalam mendesain interior *department store* adalah kebutuhan *department store* tersebut dan segmentasi pengunjung.

b. Penerapan warna khas Jember dan motif tembakau tidak boleh sembarangan, harus mempertimbangkan komposisi dan fungsi ruangan.
c. Pengaplikasian budaya harus merata/berkesinambungan disemua ruangan.

DAFTAR PUSTAKA

[1] Califonia Lighting Technology Center, UC Davis. 2013. *Retail Lighting.* California: UC Davis

[2] Kotler, Philip. 1994. *Marketing management: Analysis, Planing, Implementation Control.* Ed. 8, New Jersey: Prentice Hall, Inc

[3] Neufert, Ernst and Peter. 2002. *Architects' Data Third Edition.* Oxford: Wiley-Blackwell

[4] Panero, Julius. 1979. *Human Dimension & Interior Space.* United States: Whitney Library of Design.

[5] Manual Desain Bangunan Sehat, Program Studi Arsitektur. Institut Teknologi Bandung.

[6] Schwager, Andre and Meyer, Peter. 2007. *Understanding Customer Experience.* Harvard Businees Review

[7] Peraturan Menteri Perdagangan RI Nomor 53/M-DAG/PER/12/2008

[8] Sensus Penduduk Tahun 2010 Menurut Kecamatan, Badan Pusat Statistik (BPS) Jember

[9] Syamsiyah Nur. R. 1995. "*Materi Kuliah Fisika Bangunan I".* Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta

[10] Wardhani, Dyah Laksmi. 2016. "Budaya Pendalungan (Rekonstruksi Makna Budaya Multietnis di Wilayah Tapal Kuda)". Paper <URL:https://muhammadiyahjember.academia.edu/wahjudyahlaksmi>, diakses pada tanggal 23 September 2019 pukul 22.51 WIB

[11] Admin. 2018. *"The Best Temperature for Retail Stores",* <URL: https://www.theseverngroup.com/temperature-for-retail-stores/>, diakses pada tanggal 27 Maret 2020 pukul 18.30 WIB

[12] Aninsita, Kanya. 2018. "5 Tips Meningkatkan 'Customer Experience' di Toko Ritel Anda" , <URL: https://www.kompasiana.com/kanya/5b62d853677ffb635c53e207/5-tips-meningkatkan-customer-experience-di-toko-ritel-anda?page=all>, diakses pada tanggal 27 Maret 2020 pukul 20.33 WIB

[13] Berbagi. 2017. "Keragaman Sosial dan Budaya di Kabupaten Jember", <URL: https://bagiilmunei.blogspot.com/2017/04/keragaman-sosial-dan-budaya-di.html>, diakses pada tanggal 23 September pukul 23.20 WIB

[14] Hana. 2011. "Perkembangan Departemen Store di Indonesia". <URL: https://elmodista.com/2020/02/11/perkembangan-departemen-store-di-indonesia/>, diakses pada tanggal 27 Maret 2020 pukul 20.55 WIB

[15] Mimin. 2016. "Tanoker Ledokombo (Bahasa Indonesia), <URL. https://tanoker.org/tanoker-ledokombo-bahasa-indonesia/>, diakses pada tanggal 23 September 23.03 WIB

[16] Redaksi. 2017. "6 Strategi Menciptakan Cutomer Experience yang Baik", <URL: http://shiftindonesia.com/6-strategi-menciptakan-customer-experience-yang-baik/>, diakses pada tanggal 27 Maret 2020 pukul 20.30 WIB

[17] Rodriguez, Jaina. 2018. *"The Essential Guide to retail Store Layouts that Shape the Customer Experience",* <URL: https://www.smartsheet.com/store-layout>, diakses pada tanggal 23 September 19.08 WIB

[18] Smith, Aaron. 2017. *"Escaping Amazon: 5 Strategies to Improve Retail Customer Experience",* <URL: https://www.prophet.com/2017/04/5-strategies-to-improve-retail-customer-experience/>, diakses pada tanggal 27 Maret 2020 pukul 20.35 WIB

[19] Utami, Novia Widya. 2018. "Hal Penting yang Dibutuhkan untuk membangun Customer Experience", <URL: https://www.jurnal.id/id/blog/2018-pengertian-customer-experience-dan-hal-penting-yang-dibutuhkan-untuk-membangunnya/> , diakses pada tanggal 23 September 20.01 WIB

[20] "Metro Departemen Store". <URL: https://id.wikipedia.org/wiki/Metro_Department_Store>, diakses pada tanggal 27 Maret 2020 pukul 21.15 WIB

[21] "Sarinah". <URL: https://id.wikipedia.org/wiki/Sarinah>, diakses pada tanggal 27 Maret 2020 pukul 21.00 WIB

[22] https://www.sistemakses.com/eas-gate-sensor-perpustakaan-toko/ 1 agt 10.33

[23] https://id.wikipedia.org/wiki/Televisi_sirkuit_tertutup

LAMPIRAN 1

RENCANA ANGGARAN BIAYA

Area Terpilih 1

No.	Uraian Pekerjaan	Spesifikasi	Volume	Jumlah	Satuan	Harga Satuan	Total
A	**PEKERJAAN PERSIAPAN**						
1	Persiapan Loading in Alat dan Bahan	Pekerja + Mandor	5,00		orang	Rp149.414,32	Rp747.071,60
2	Pekerjaan Pembersihan Lokasi	Pekerja + Mandor	146,80		m2	Rp27.890,50	Rp4.094.185,95
	Sub Total A						**Rp4.841.257,55**
B	**PEKERJAAN DINDING**						
1	Mengapur Dinding Tembok Lama sampai Baik 3x		59,25		m2	Rp3.525,39	Rp208.879,36
2	Pengecatan Tembok Lama	1 lapis cat dasar, 2 lapis cat penutup	59,25		m2	Rp55.190,30	Rp3.270.025,28
3	Pemasangan Wallpaper		14,64		m2	Rp404.921,00	Rp5.927.031,14
4	Pemasangan Partisi Double Gypsum	12mm, rangka metal stud	63,55		m2	Rp282.450,74	Rp17.949.744,53
5	Pemasangan Railing		4,00		m	Rp699.946,94	Rp2.799.787,76
	Sub Total B						**Rp30.155.468,06**
C	**PEKERJAAN PLAFON**						
1	Pemasangan Plafon Rangka metal Furing	Gypsum 9mm	146,80		m2		Rp362.449,21
2	Pemasangan Drop Ceiling	Gypsum 9mm, fin HPL, diameter 190cm	31,93		m2	Rp350.541,71	Rp11.192.796,80
3	Pengecatan Plafond		146,80		m2	Rp55.938,30	Rp8.211.462,75
	Sub Total C						**Rp19.766.708,76**
D	**PENGERJAAN LANTAI**						
1	Pemasangan Keramik 60x60cm	Milan keramik Leon Light Beige	138,00		m2	Rp273.079,73	Rp37.685.002,74
	Sub Total D						Rp37.685.002,74

E	**PENGERJAAN ELETRIKAL**						
1	Pemasangan Stop Kontak	Stop kontak Broco	10,00		buah	Rp223.399,00	Rp2.233.990,00
2	Pemasangan Titik Lampu		24,00		buah	Rp552.805,00	Rp13.267.320,00
4	Pemasangan Saklar Ganda	Saklar Ganda Broco	20,00		buah	Rp52.954,00	Rp1.059.080,00
5	Pemasangan Ac Cassette	Daikin AC Casette SkyAir 5pk		3,00	buah	Rp34.482.569,00	Rp103.447.707,00
	Sub Total E						**Rp120.008.097,00**
F	**PEKERJAAN FURNITURE**						
	CUSTOM FURNITURE						
1	Storage Pakaian	190 x 40 x 40 cm, Multiplek fin HPL		2,00	buah	Rp1.000.000,00	Rp2.000.000,00
2	Meja Kasir	728 x 62 x 100 cm, Multiplek fin HPL		1,00	buah	Rp7.000.000,00	Rp7.000.000,00
3	Bangku Besar + Storage	200 x 90 x 40 cm,Multiplek fin HPL+Oscar		1,00	buah	Rp750.000,00	Rp750.000,00
4	Display Case Sepatu	110 x 120 x 150 cm, Multiplek fin HPL		1,00	buah	Rp450.000,00	Rp450.000,00
5	Meja Display Besar	215 x 165 x 80 cm, Multiplek fin HPL		1,00	buah	Rp2.500.000,00	Rp2.500.000,00
6	Meja Display Kecil	160 x 120 x 80 cm, Multiplek fin HPL		1,00	buah	Rp2.000.000,00	Rp2.000.000,00
7	Rak Gantung Bundar	d=150 cm, Multiplek fin HPL		2,00	buah	Rp800.000,00	Rp1.600.000,00
8	Storage Display	60 x 35 x 50 cm, Multiplek fin HPL		2,00	buah	Rp445.000,00	Rp890.000,00
9	Storage Kasir	400 x 50 x 80 cm, multiplek fin HPL		1,00	buah	Rp1.695.000,00	Rp1.695.000,00
10	Rak Gantungan Display Besar + Storage	280 x 65 x 130 cm, Besi dan Multiplek		2,00	buah	Rp750.000,00	Rp1.500.000,00
	NON-CUSTOM FURNITURE						
1	Rak Ambalan		23,40		m'	Rp100.000,00	Rp2.340.000,00

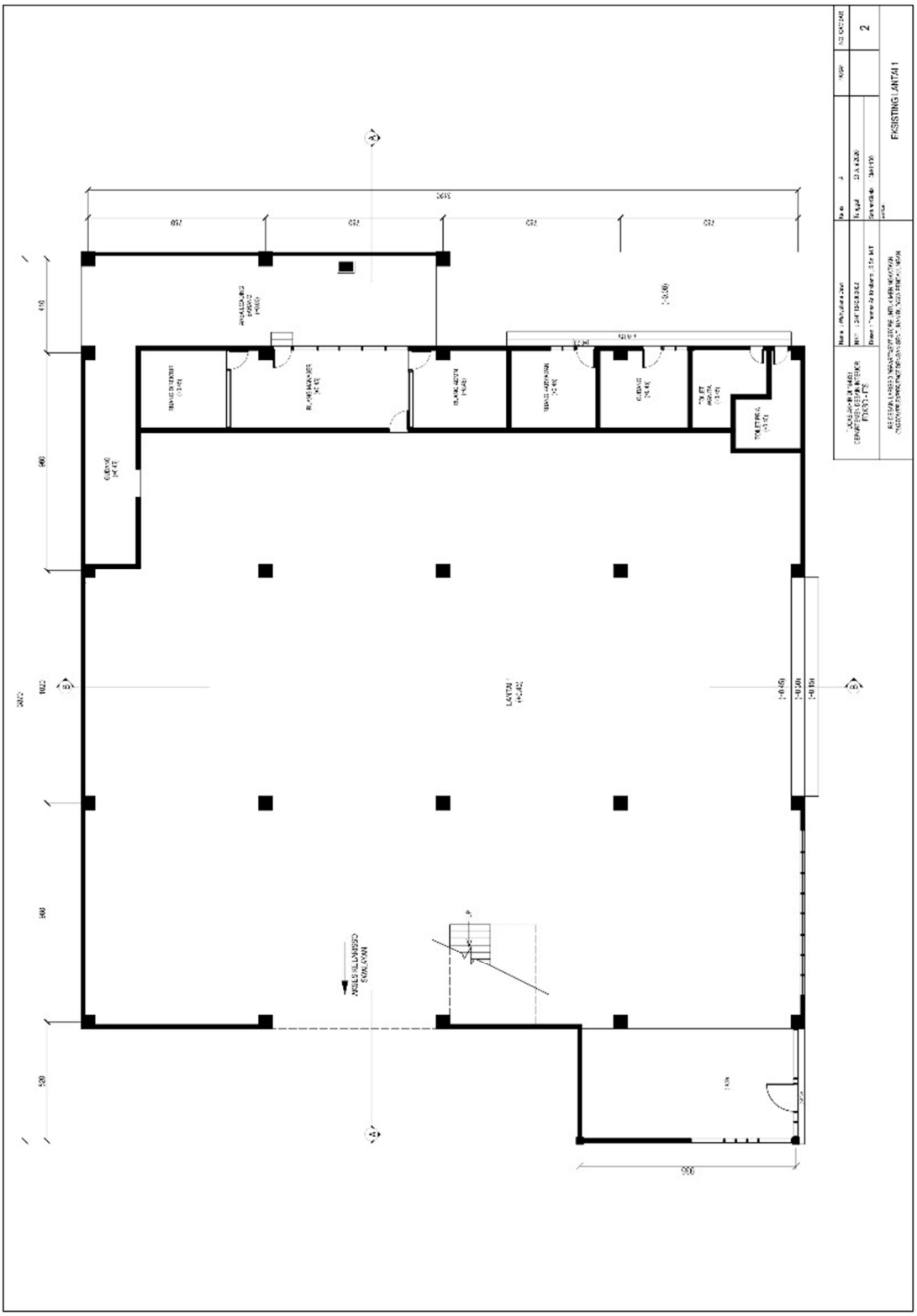
2	Rak Gantungan Display Kecil	Besi fin Hitam		4,00	buah	Rp115.000,00	Rp460.000,00
3	Tiang Batas Antrian			1,00	buah	Rp679.000,00	Rp679.000,00
4	Rak Display Asesoris			2,00	buah	Rp1.000.000,00	Rp2.000.000,00
	Sub Total F						**Rp25.864.000,00**
G	**PEKERJAAN AKSESORIS**						
1	Estetis Kasir & Display			6,00	paket	Rp35.000,00	Rp210.000,00
2	Estetis Bangku			2,00	paket	Rp50.000,00	Rp100.000,00
3	Estetis Backdrop Kasir			1,00	paket	Rp1.000.000,00	Rp1.000.000,00
4	Estetis TV			1,00	buah	Rp350.000,00	Rp350.000,00
5	Estetis Backdrop Manekin			1,00	paket	Rp500.000,00	Rp500.000,00
6	Neonbox Kotak	150 x 40 cm		2,00	buah	Rp750.000,00	Rp1.500.000,00
7	Neonbox Lingkaran	diameter 80		1,00	buah	Rp650.000,00	Rp650.000,00
8	Frame 16R	kayu		13,00	buah	Rp75.000,00	Rp975.000,00
9	Banner		3,84		m2	Rp15.000,00	Rp57.600,00
10	Manekin Full Body			7,00	buah	Rp550.000,00	Rp3.850.000,00
11	Manekin Torso			1,00	buah	Rp100.000,00	Rp100.000,00
12	Lampu Gantung Kotak			1,00	buah	Rp250.000,00	Rp250.000,00
13	TV 55 Inch	LG 55 Inch Smart TV 4k UHD		2,00	buah	Rp8.470.000,00	Rp16.940.000,00
14	Komputer Kasir			4,00	buah	Rp8.600.000,00	Rp34.400.000,00
15	Tanaman Palsu			3,00	buah	Rp35.000,00	Rp105.000,00
16	Keranjang Besi Wall Grid			3,00	buah	Rp30.000,00	Rp90.000,00
17	Signage			1,00	paket	Rp300.000,00	Rp300.000,00
	Sub Total H						**Rp61.377.600,00**
						Total	**Rp299.698.134,10**
						Dibulatkan	**Rp300.000.000,00**

LAMPIRAN 2

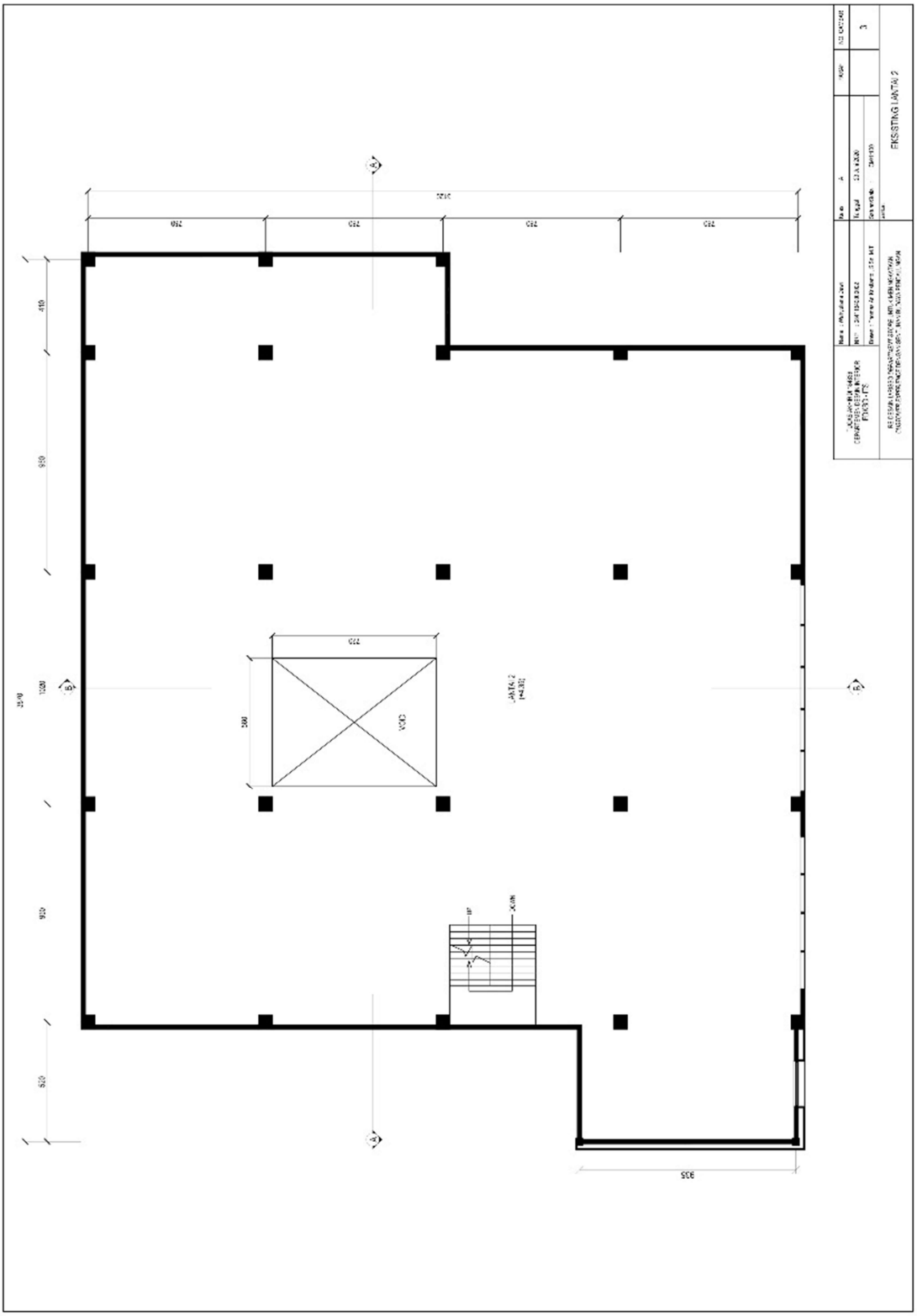
GAMBAR TEKNIK

Siteplan

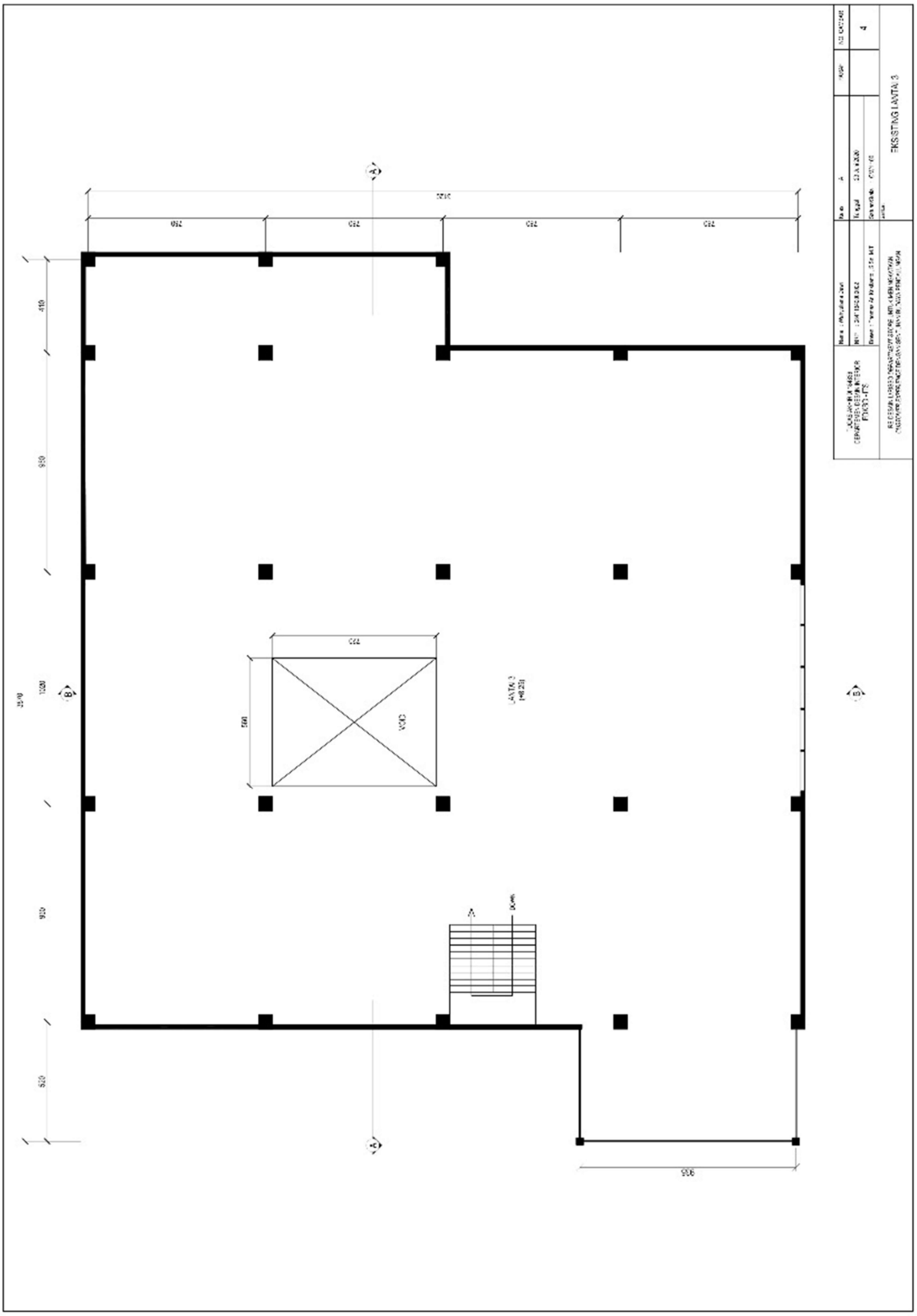
Eksisting Lantai 1



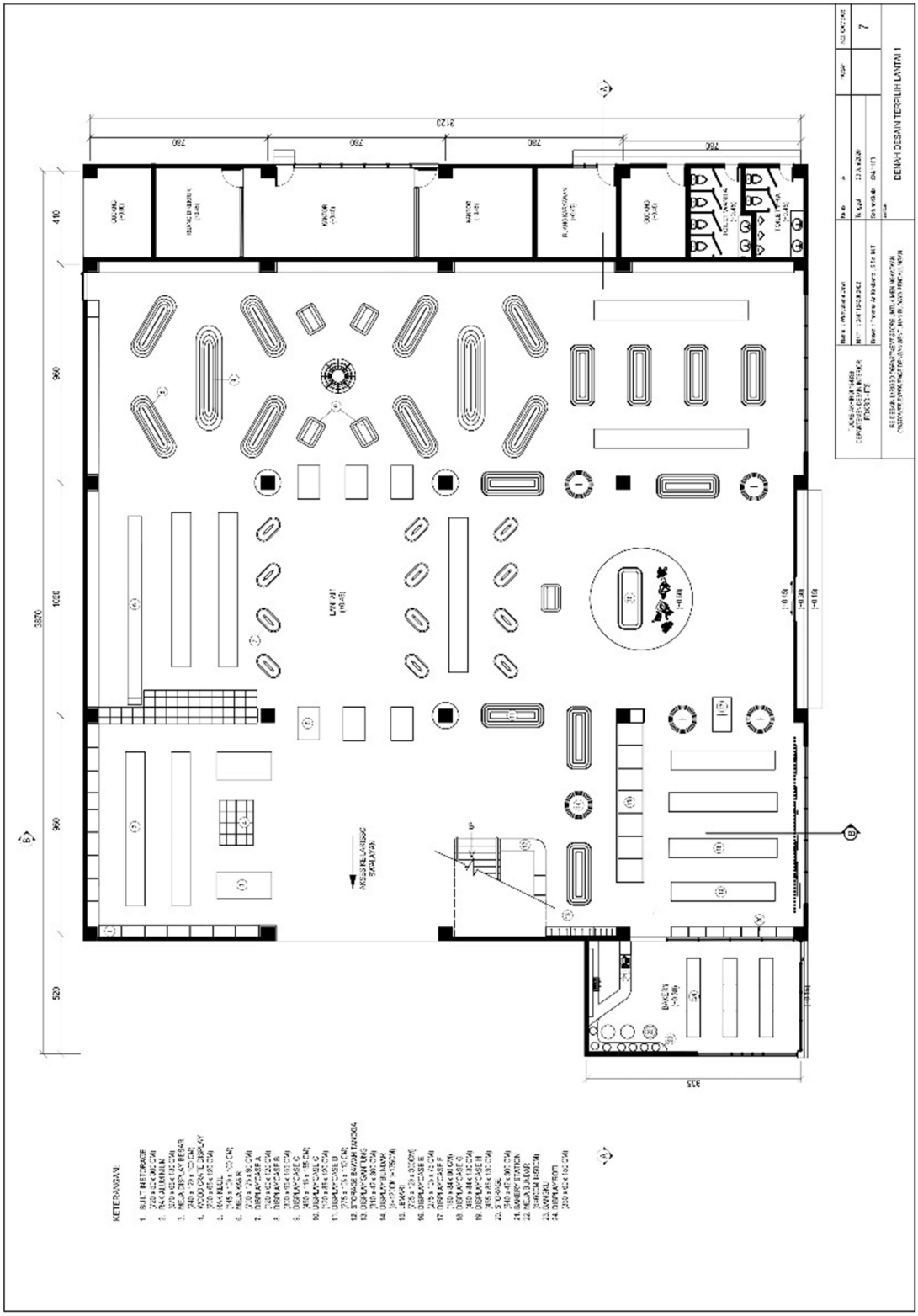
Eksisting Lantai 2



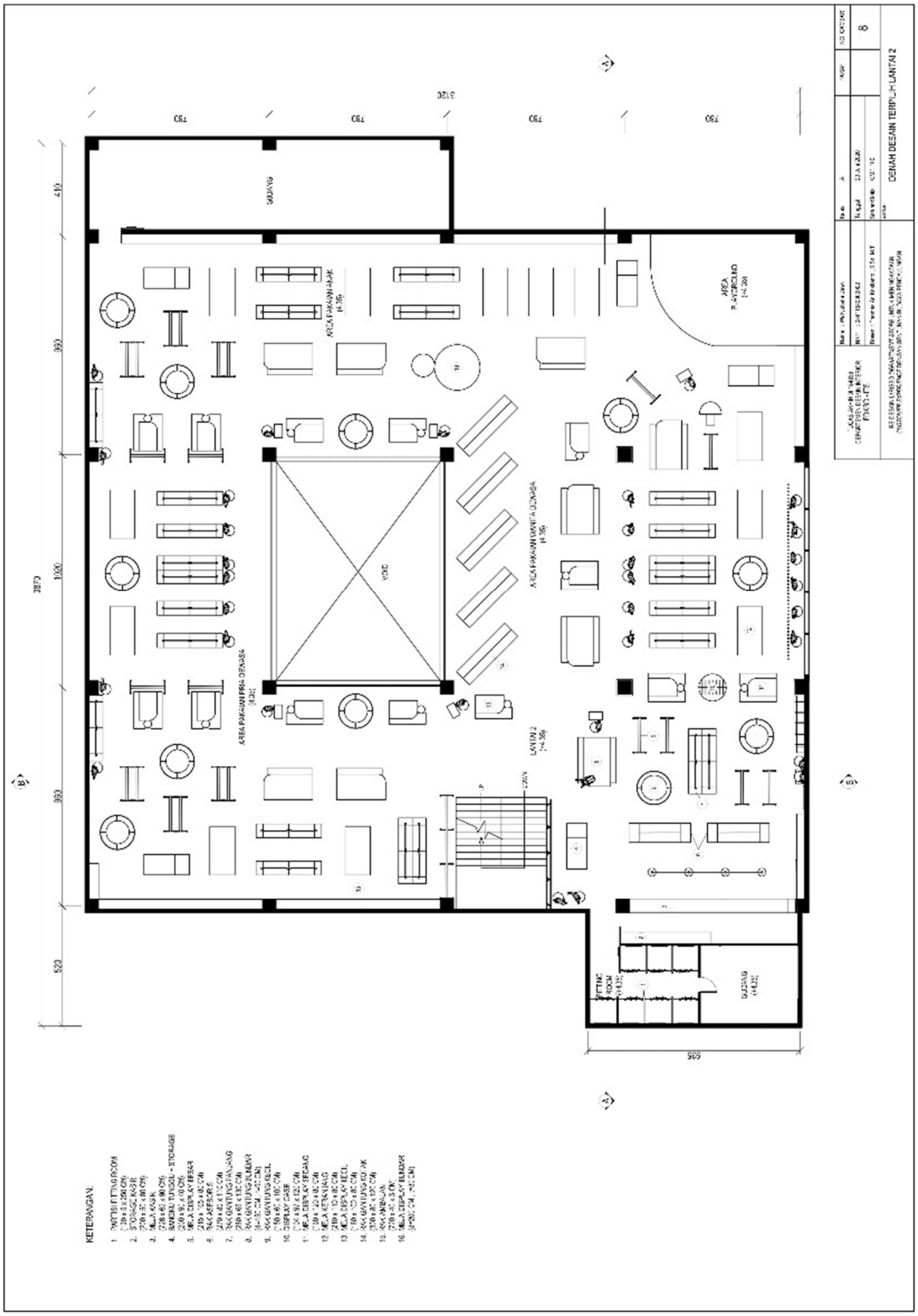
Eksisting Lantai 3



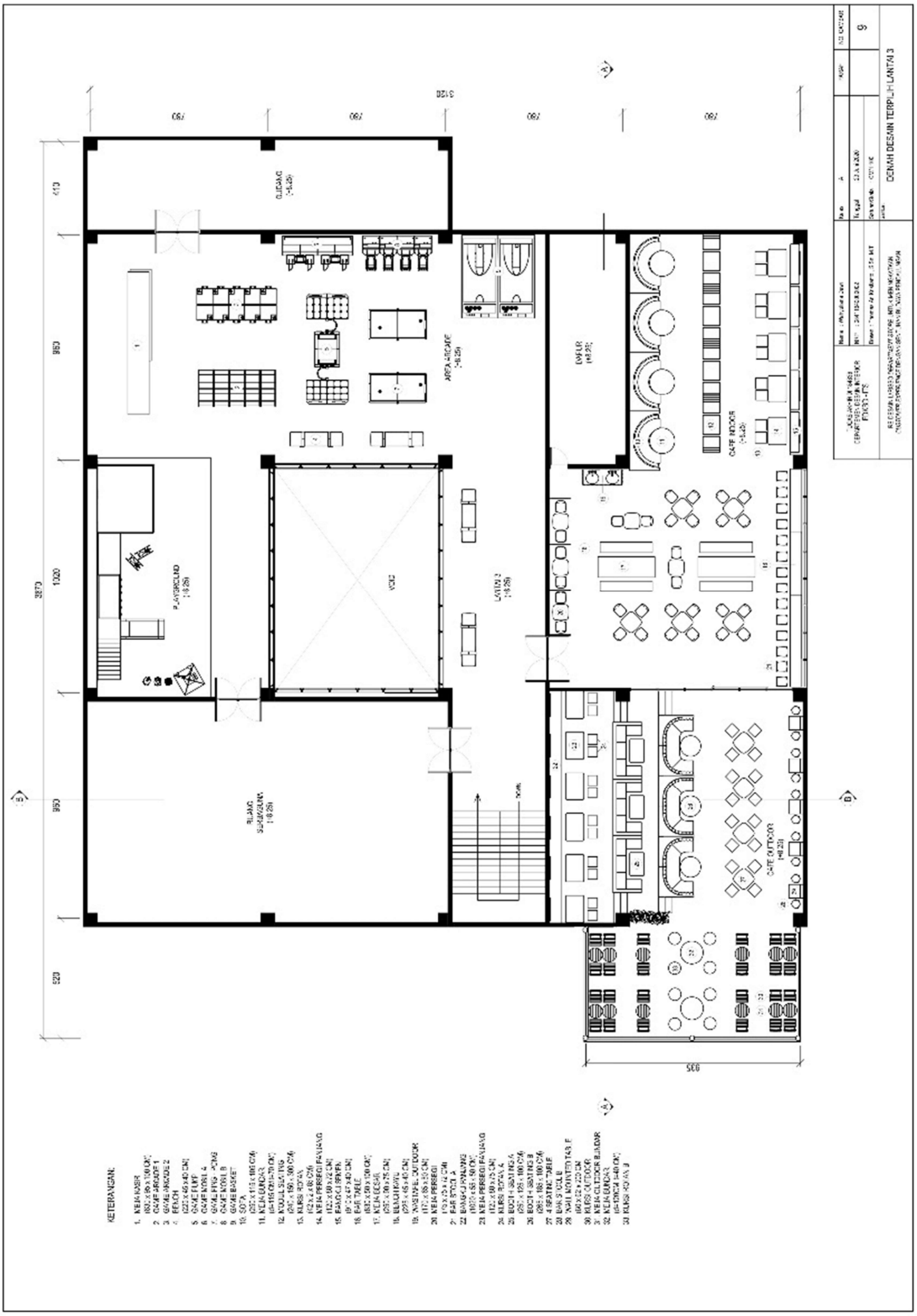
Denah Terpilih Lantai 1



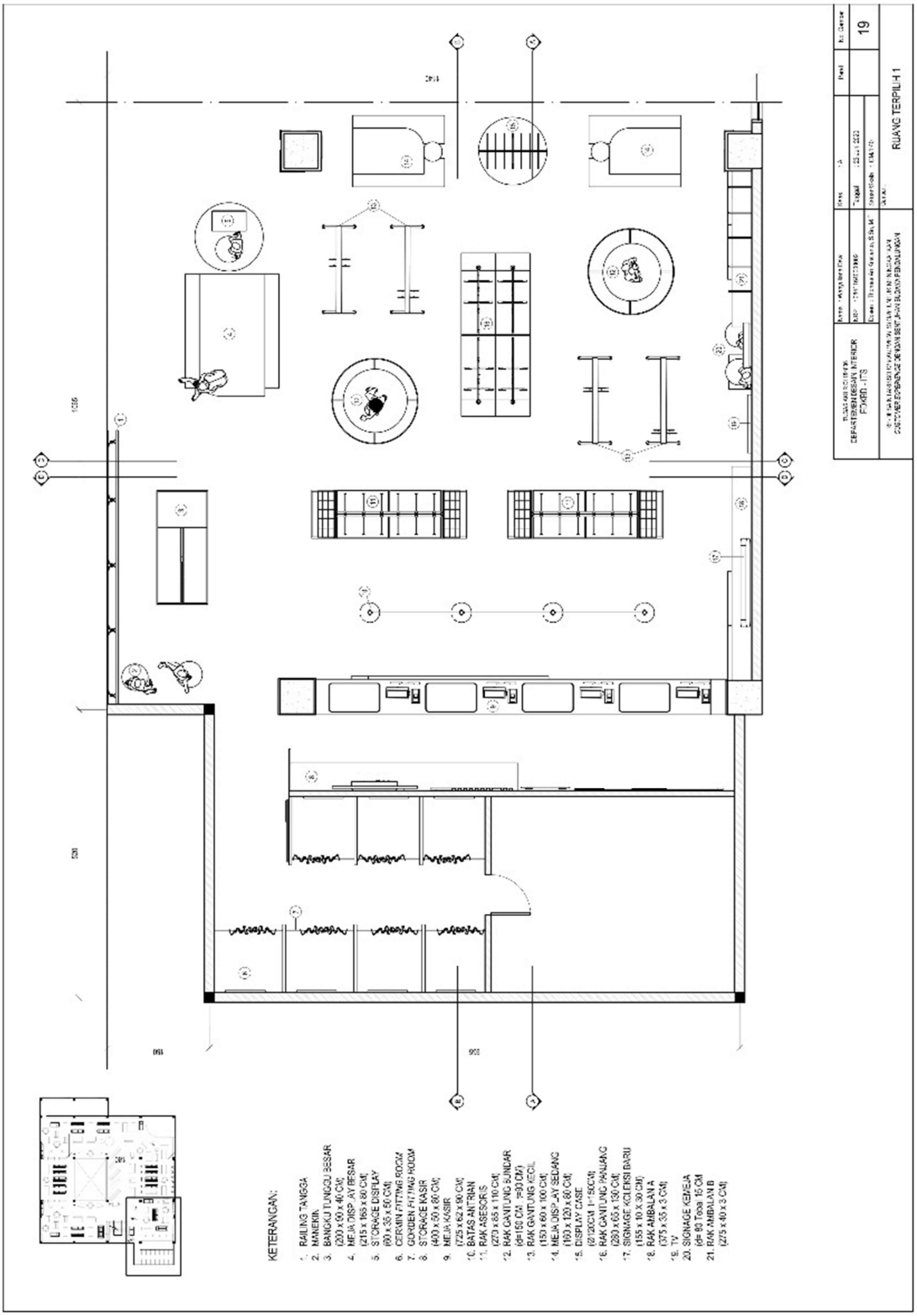
Denah Terpilih Lantai 2



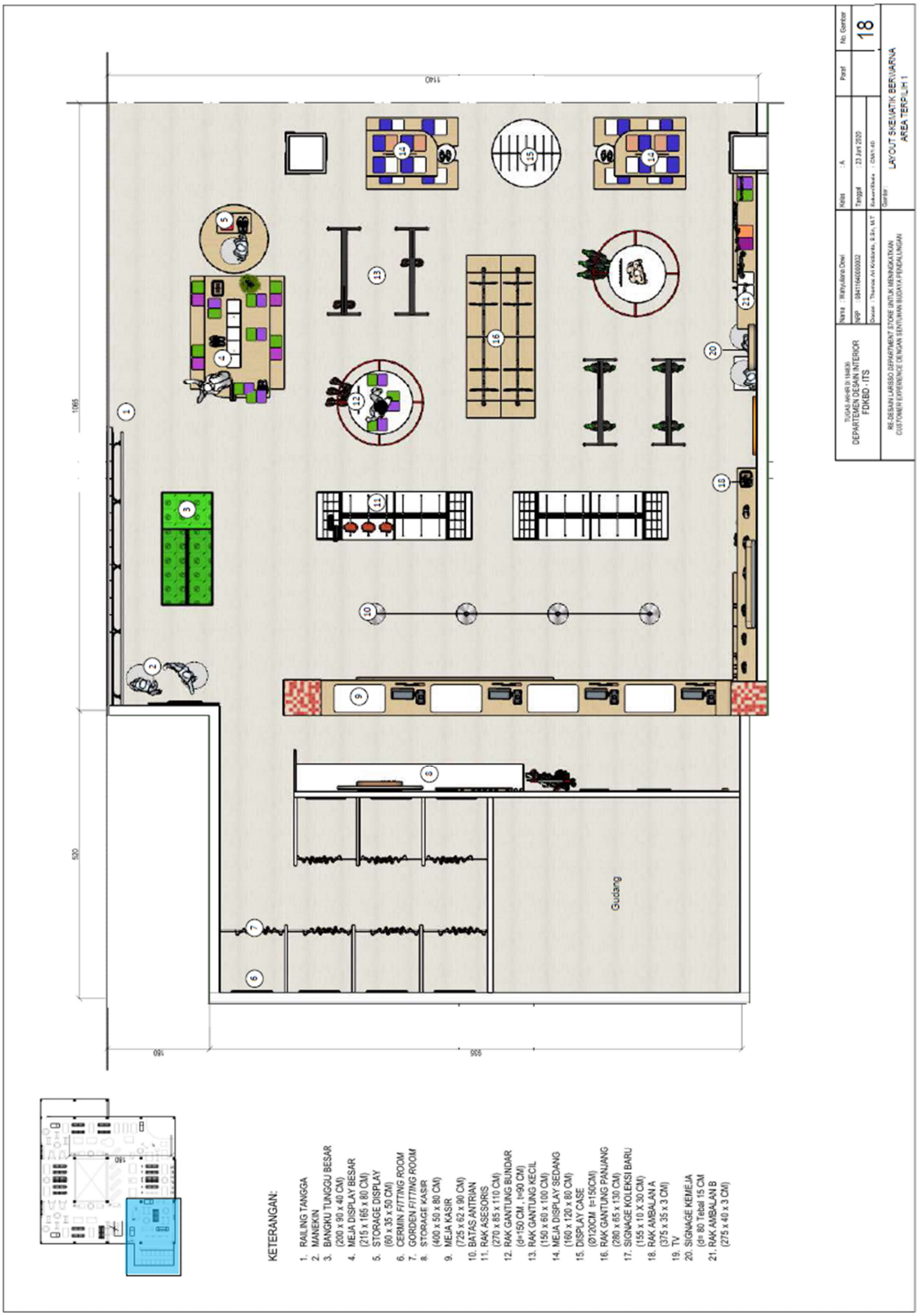
Denah Terpilih Lantai 3



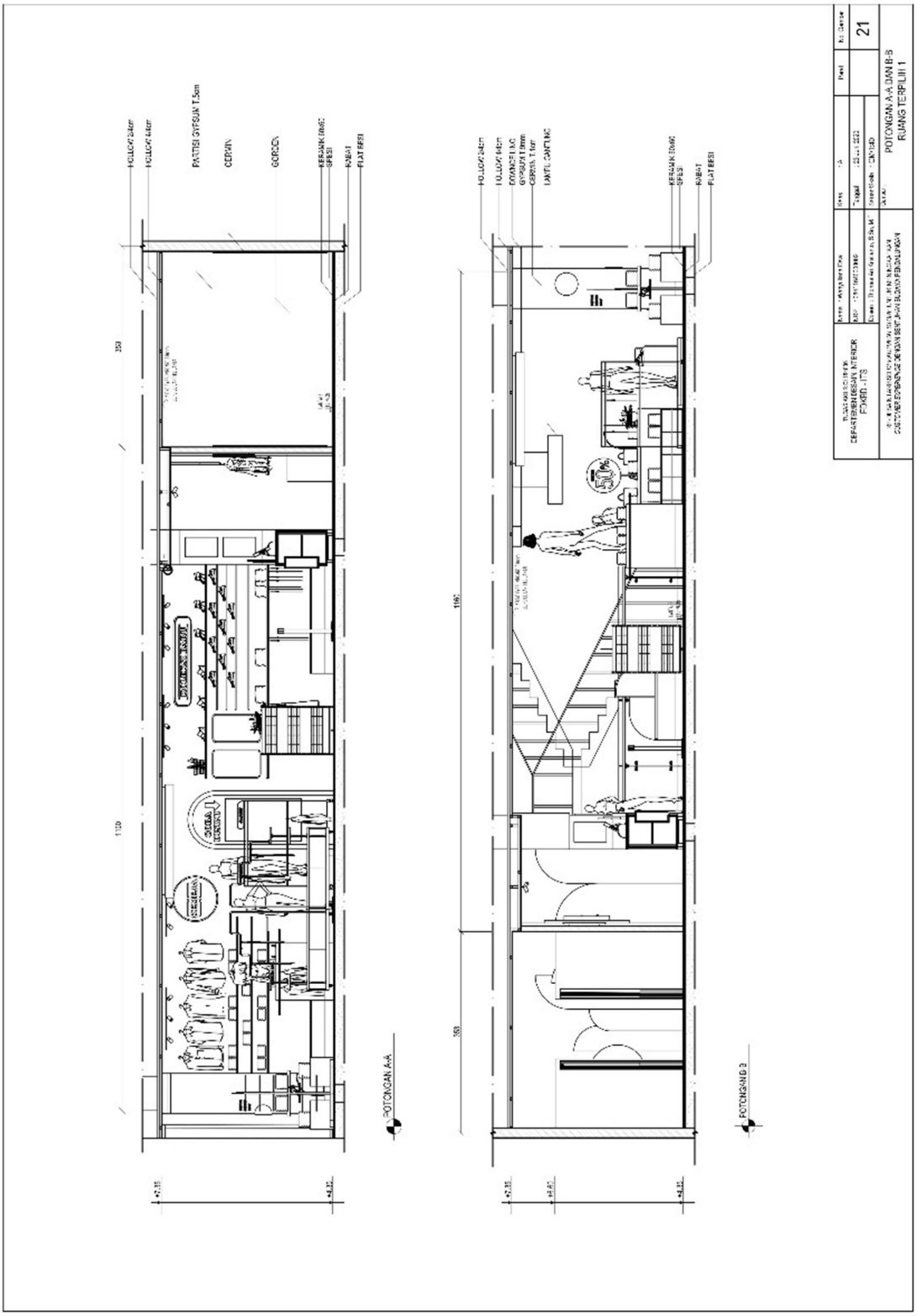
Denah Area Terpilih 1



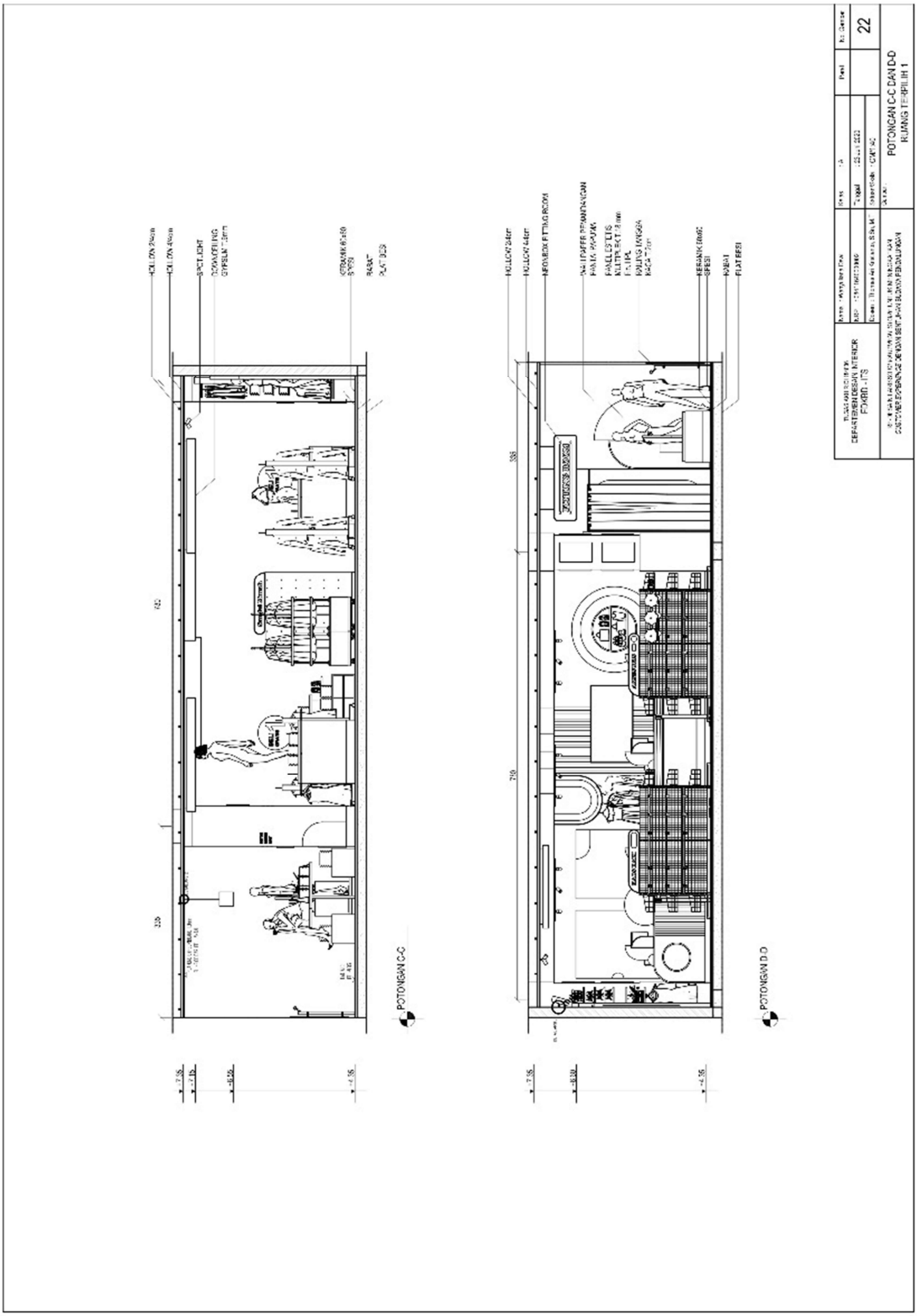
Denah Area Terpilih 1 Berwarna



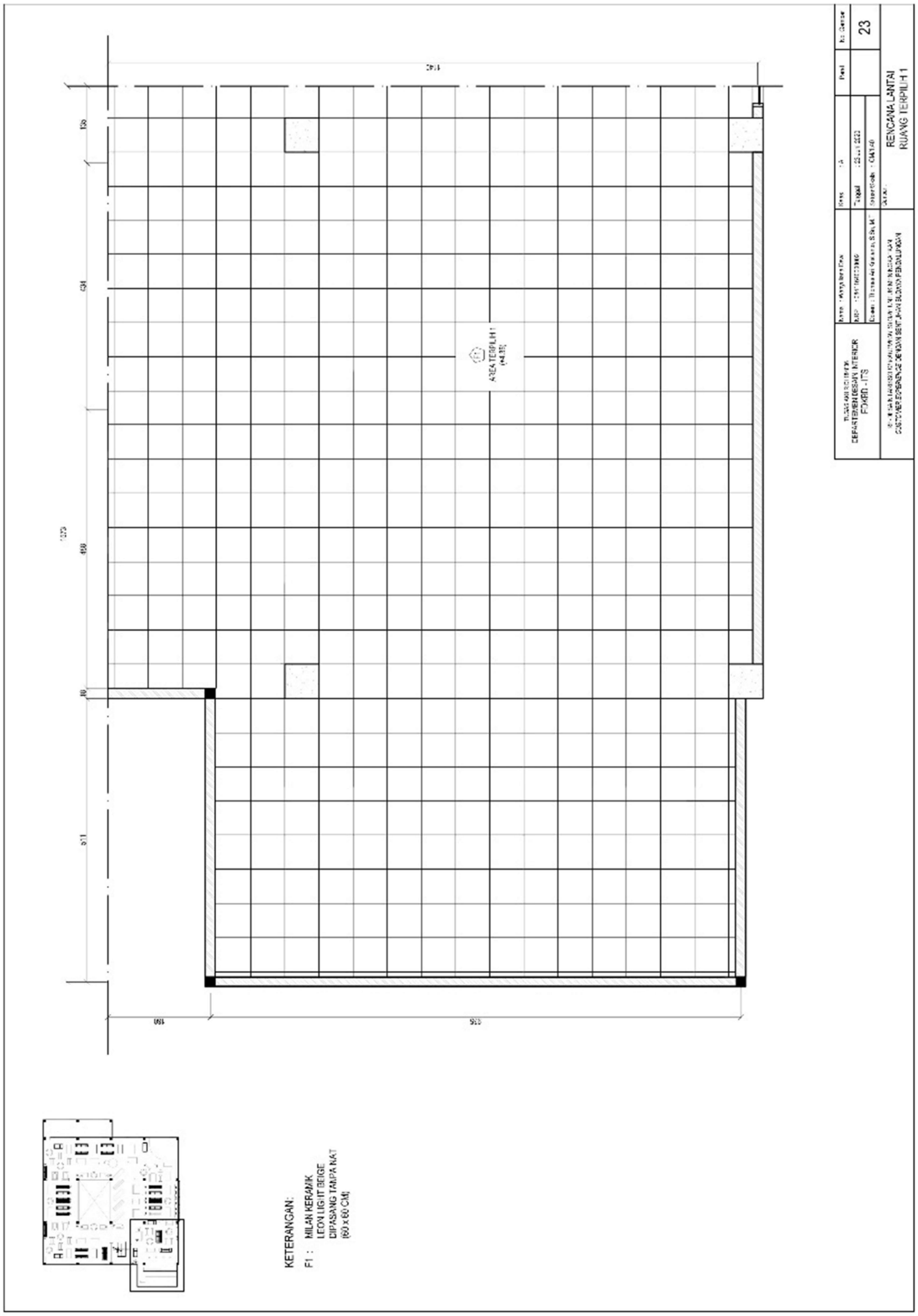
Potongan AA’ & BB’ Area Terpilih 1



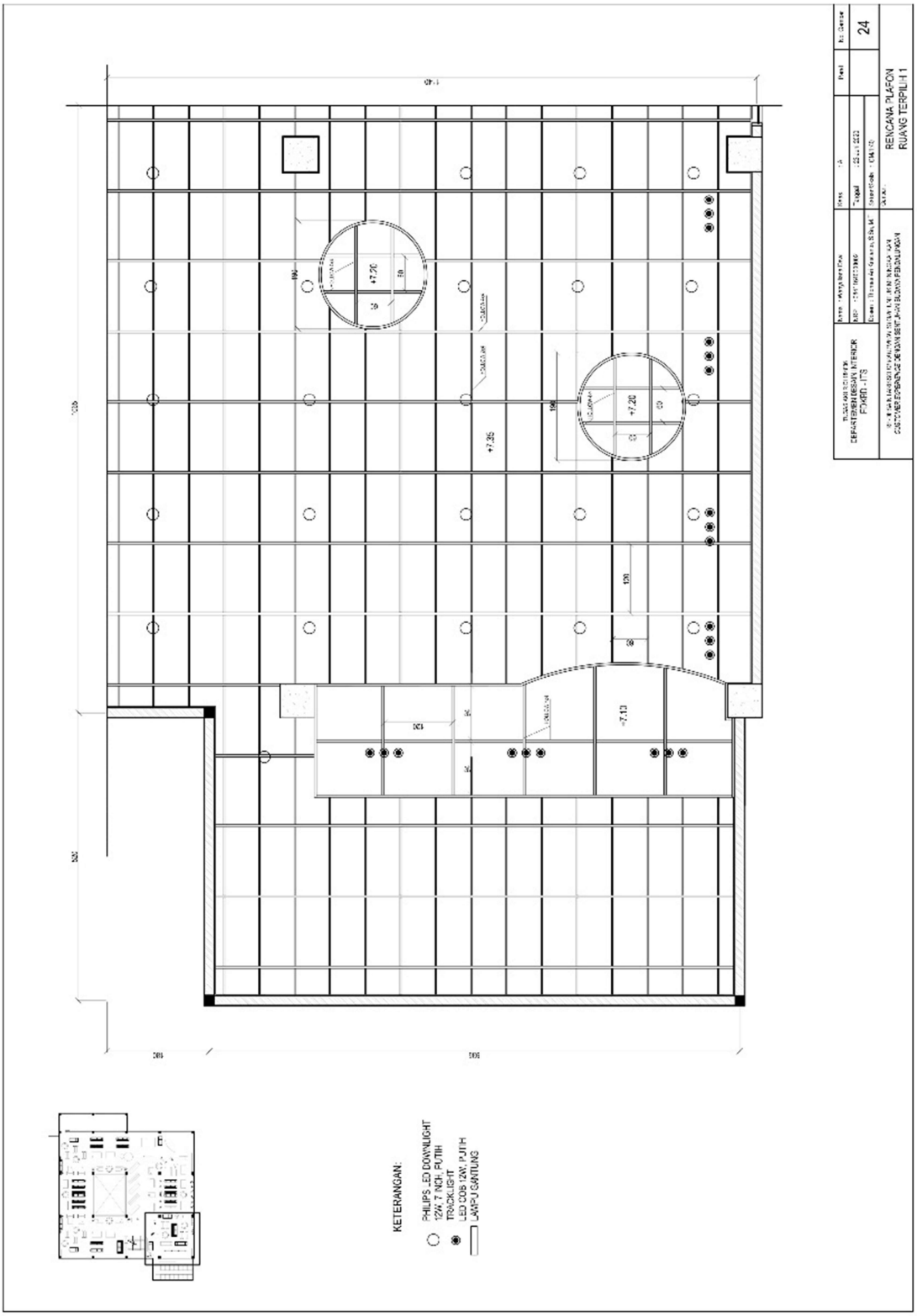
Potongan CC’ & DD’ Area Terpilih 1



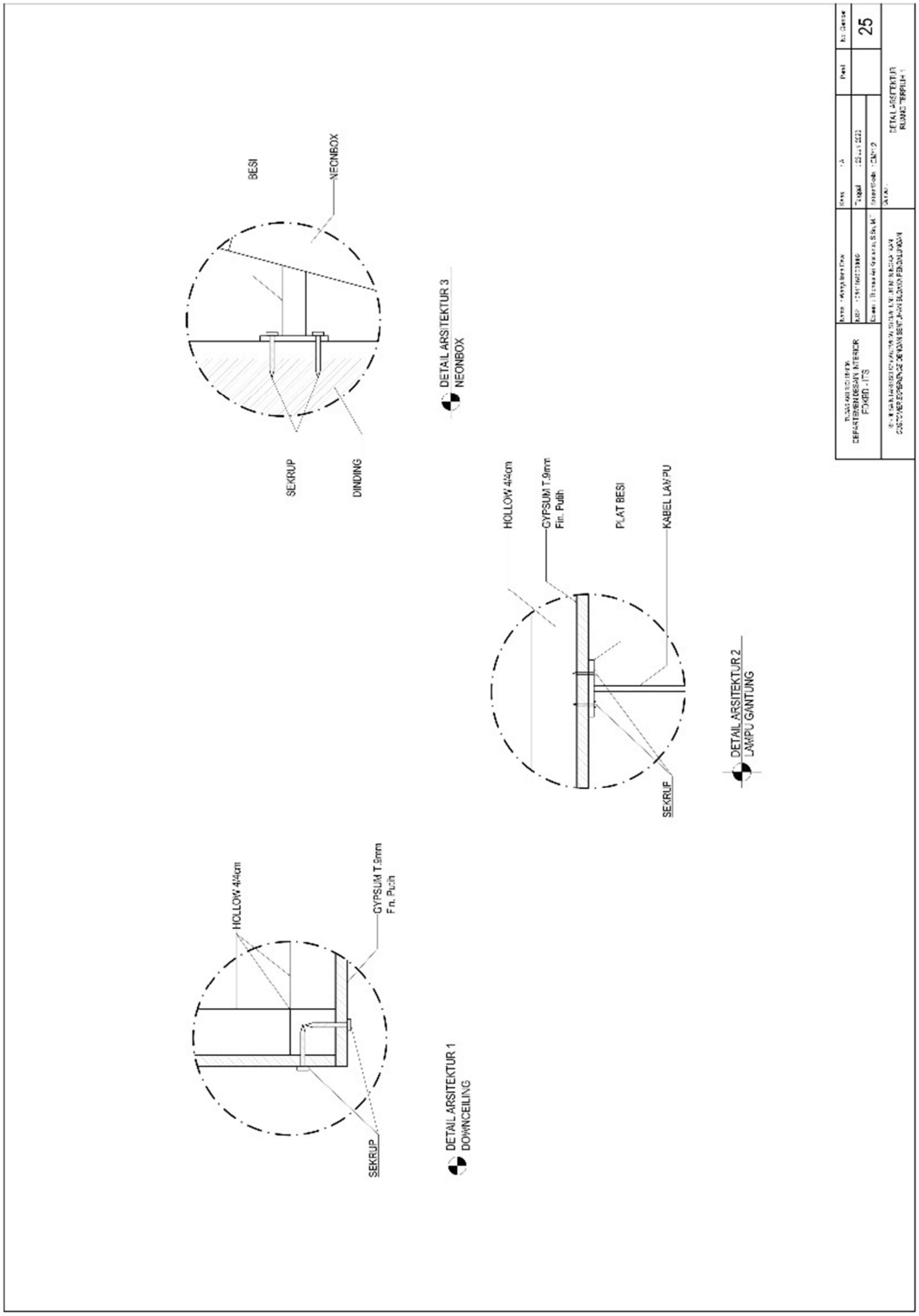
Rencana Lantai Area Terpilih 1



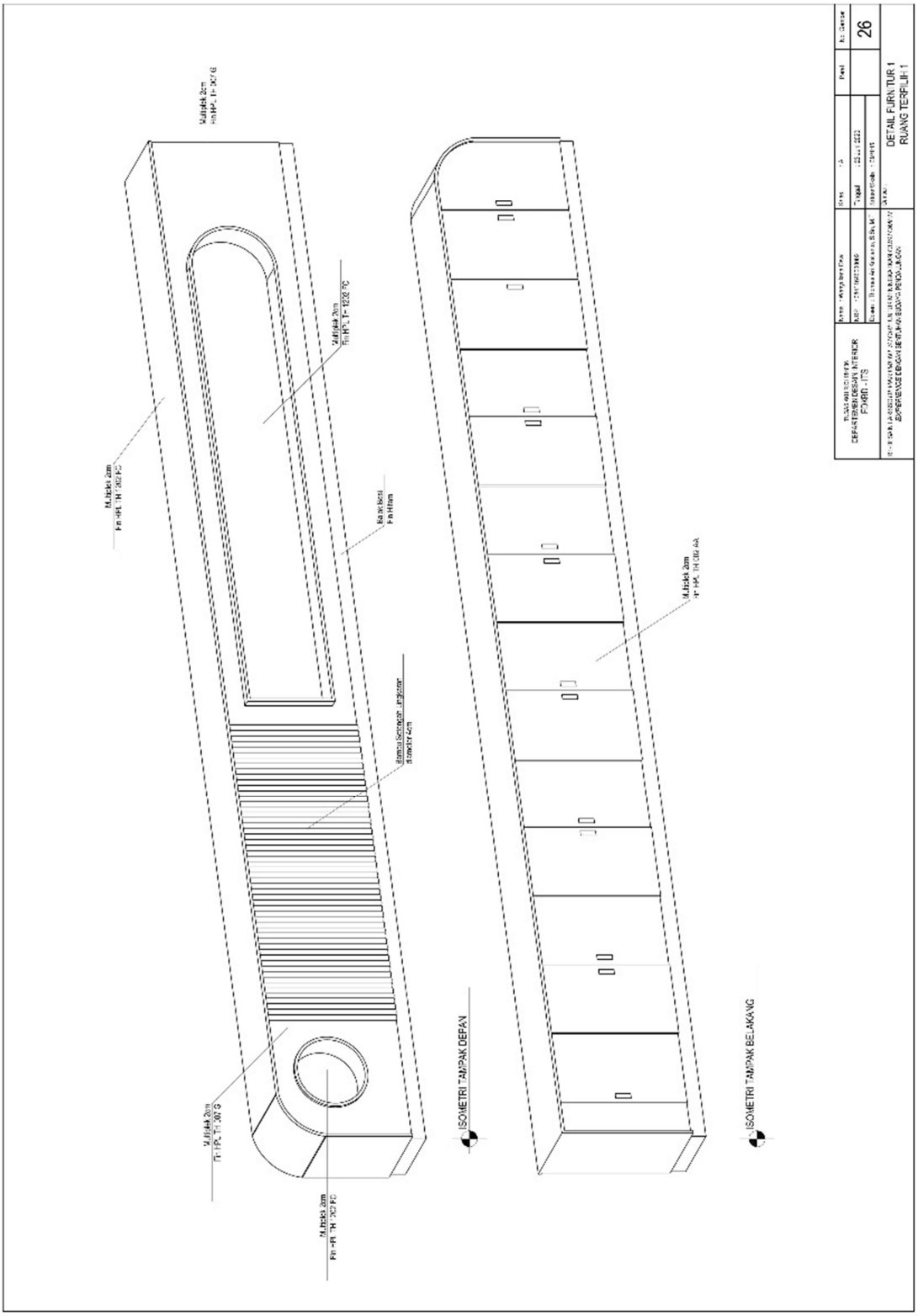
Rencana Plafon Area Terpilih 1



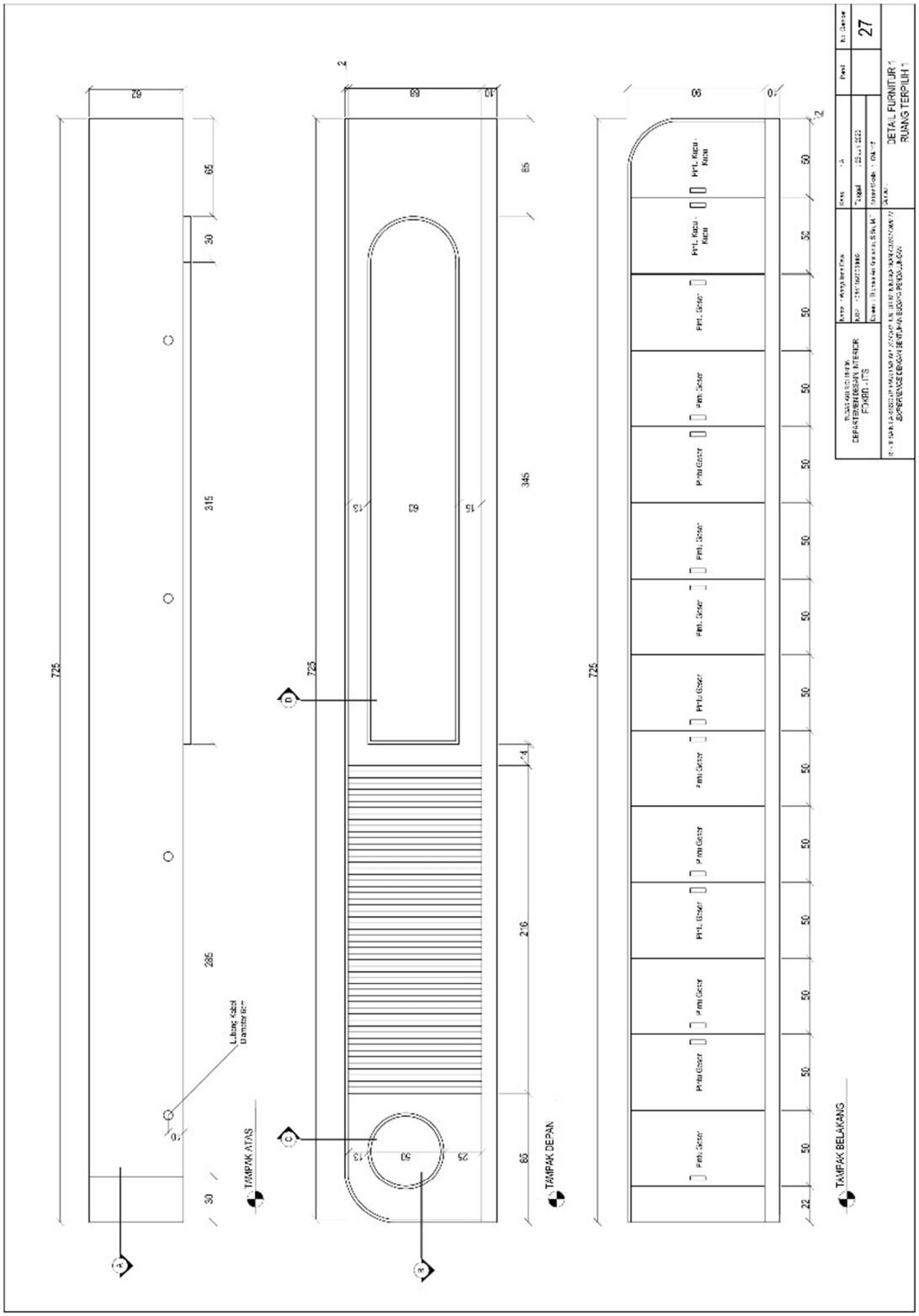
Detail Arditektur Area Terpilih 1



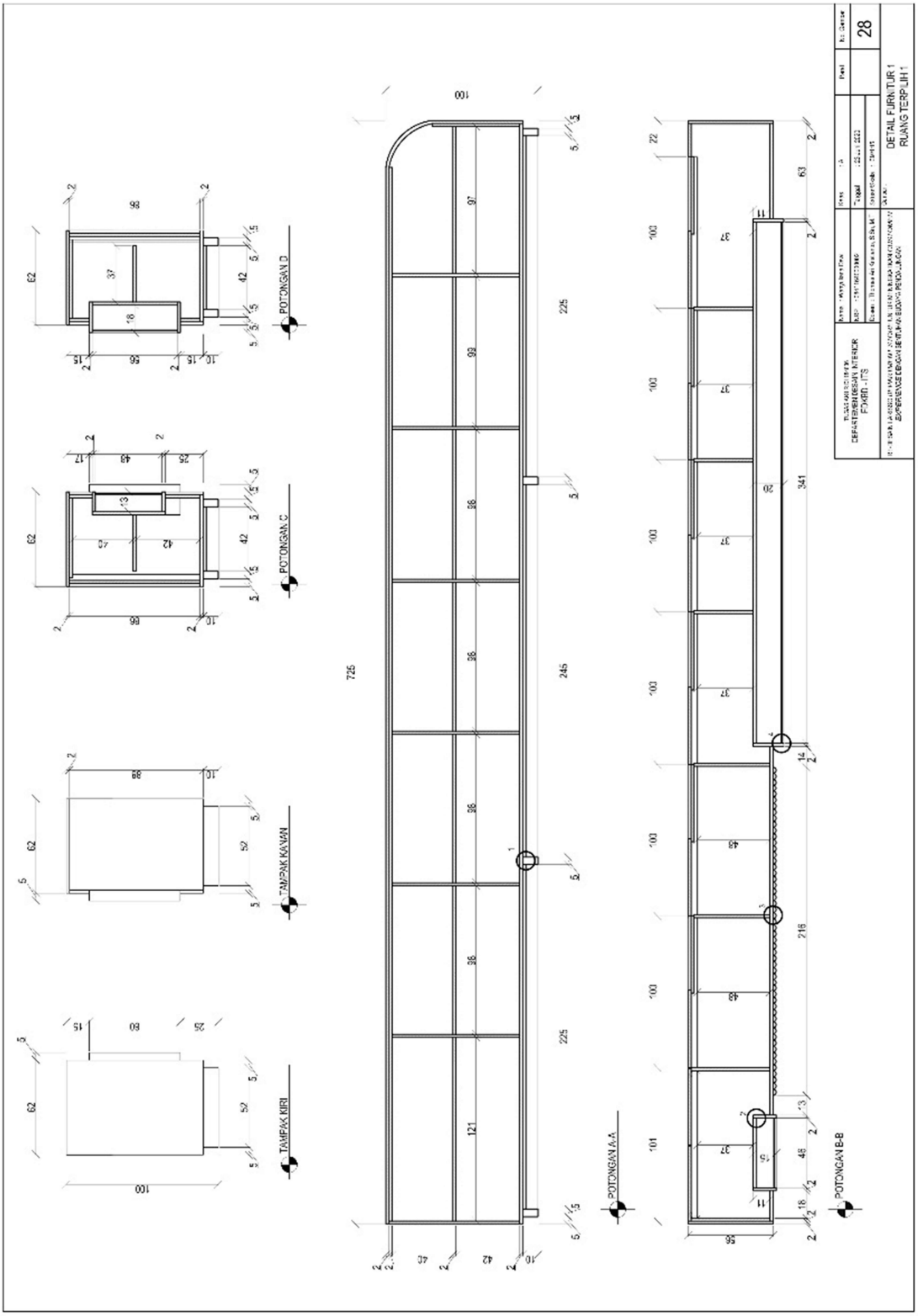
Detail Furnitur A Area Terpilih 1



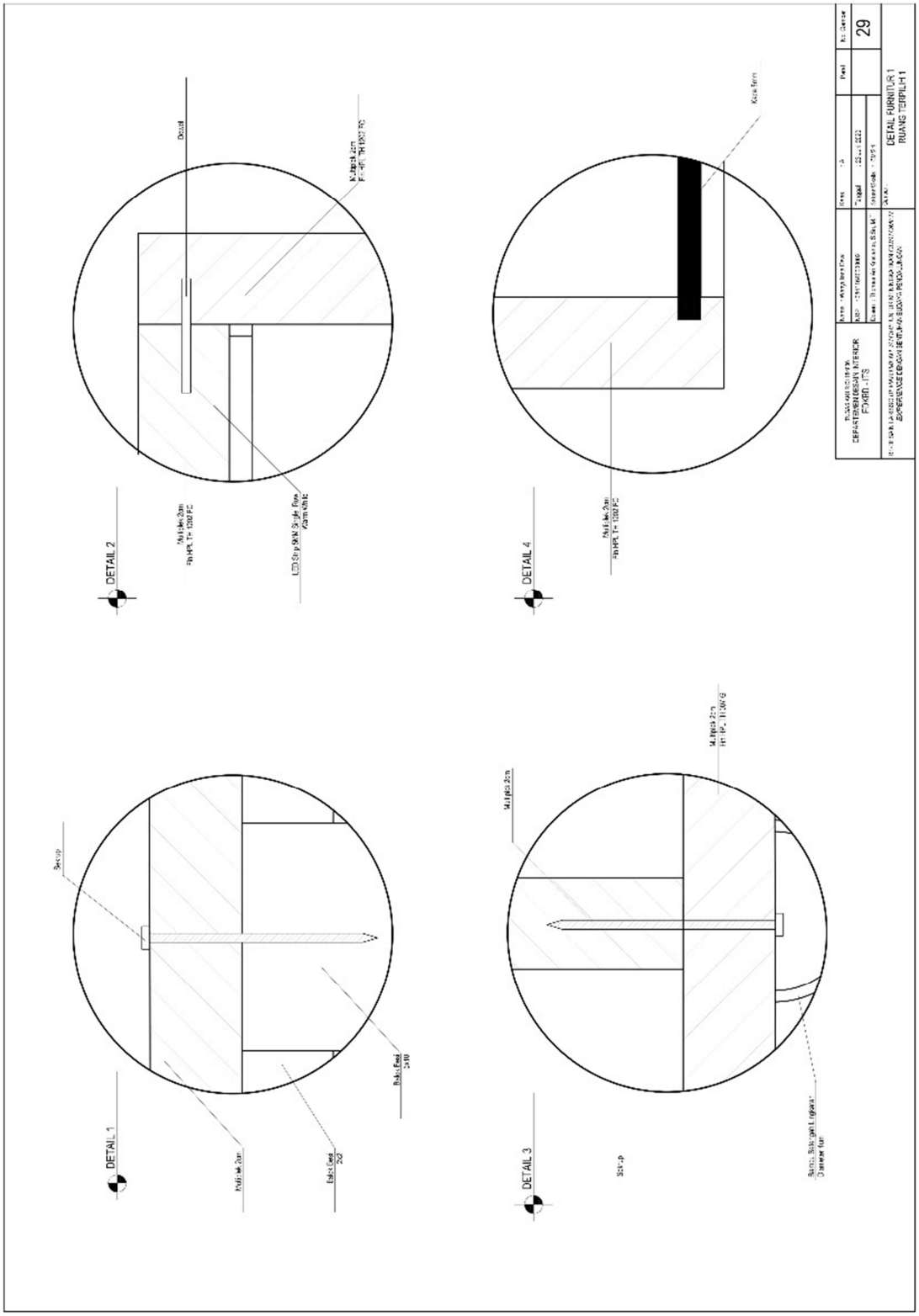
Detail Furnitur A Area Terpilih 1



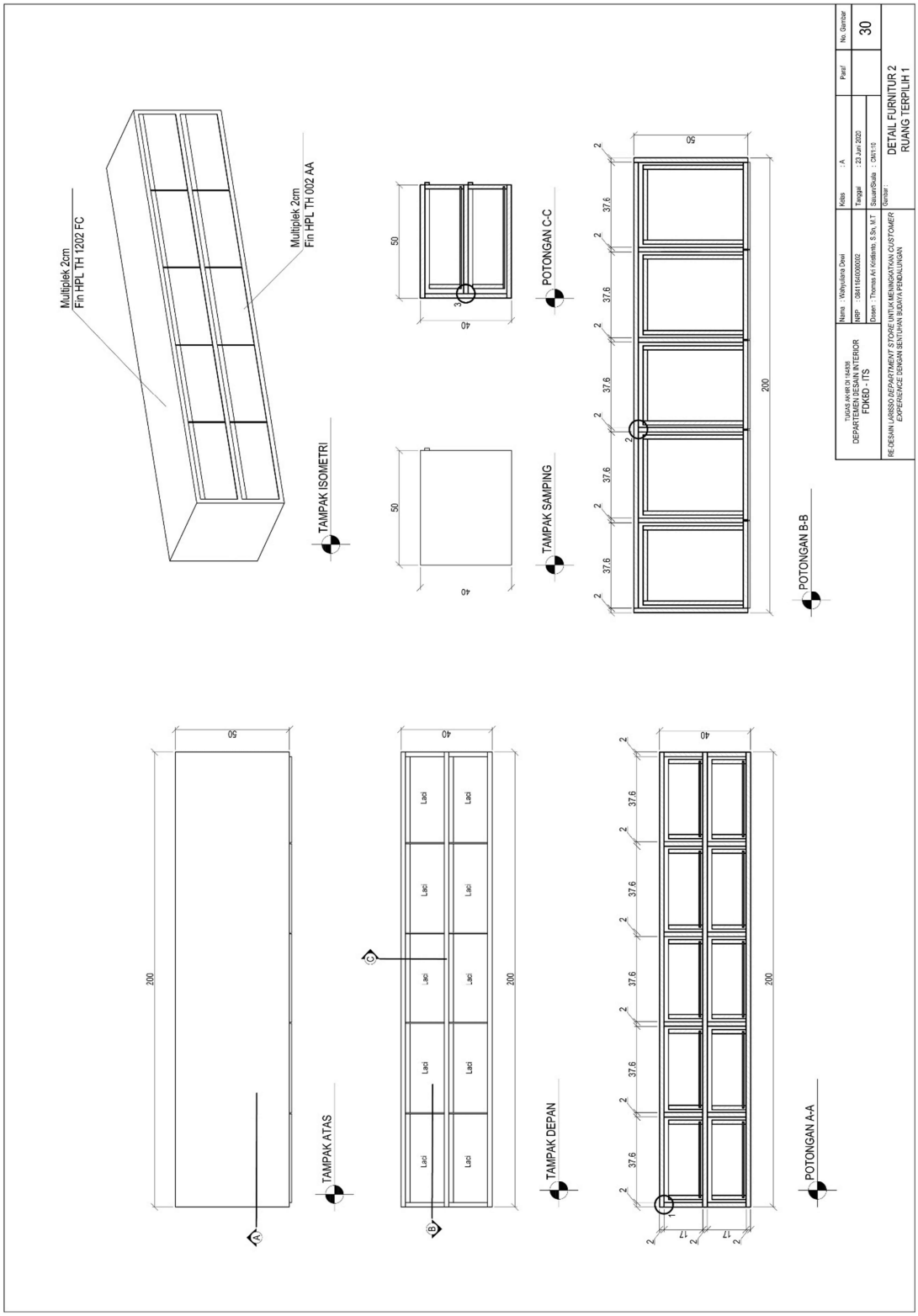
Detail Furnitur A Area Terpilih 1



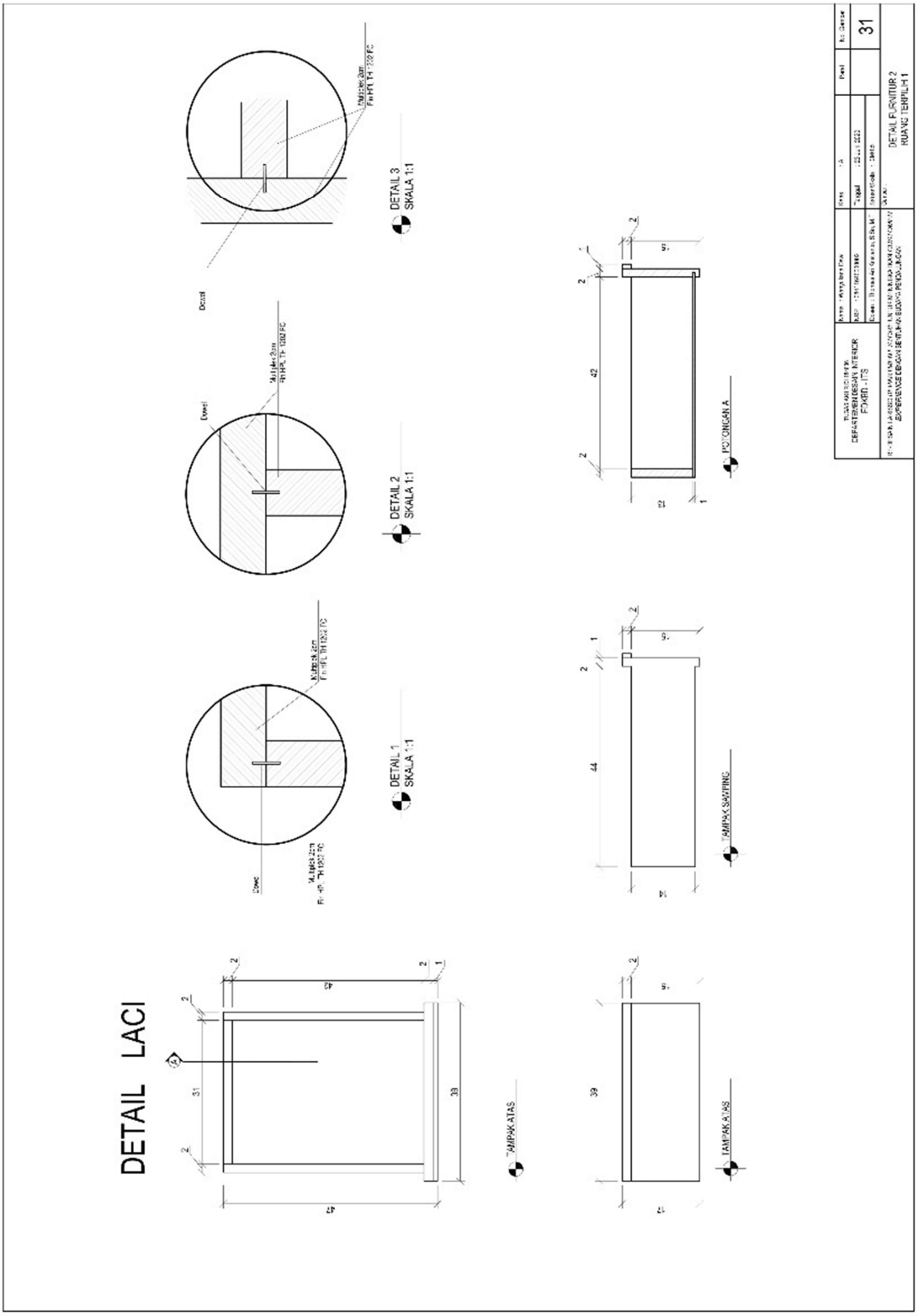
Detail Furnitur A Area Terpilih 1



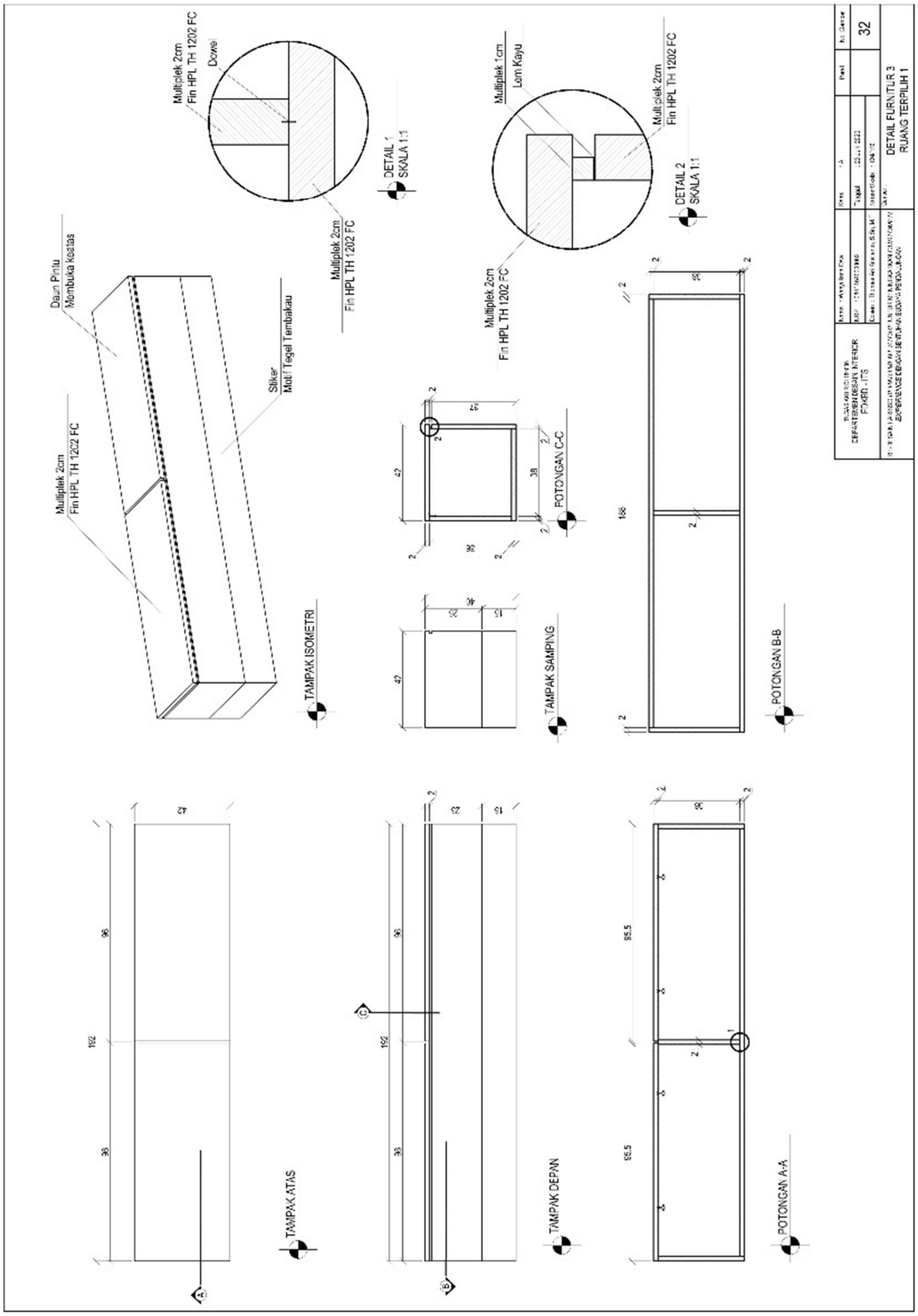
Detail Furnitur B Area Terpilih 1



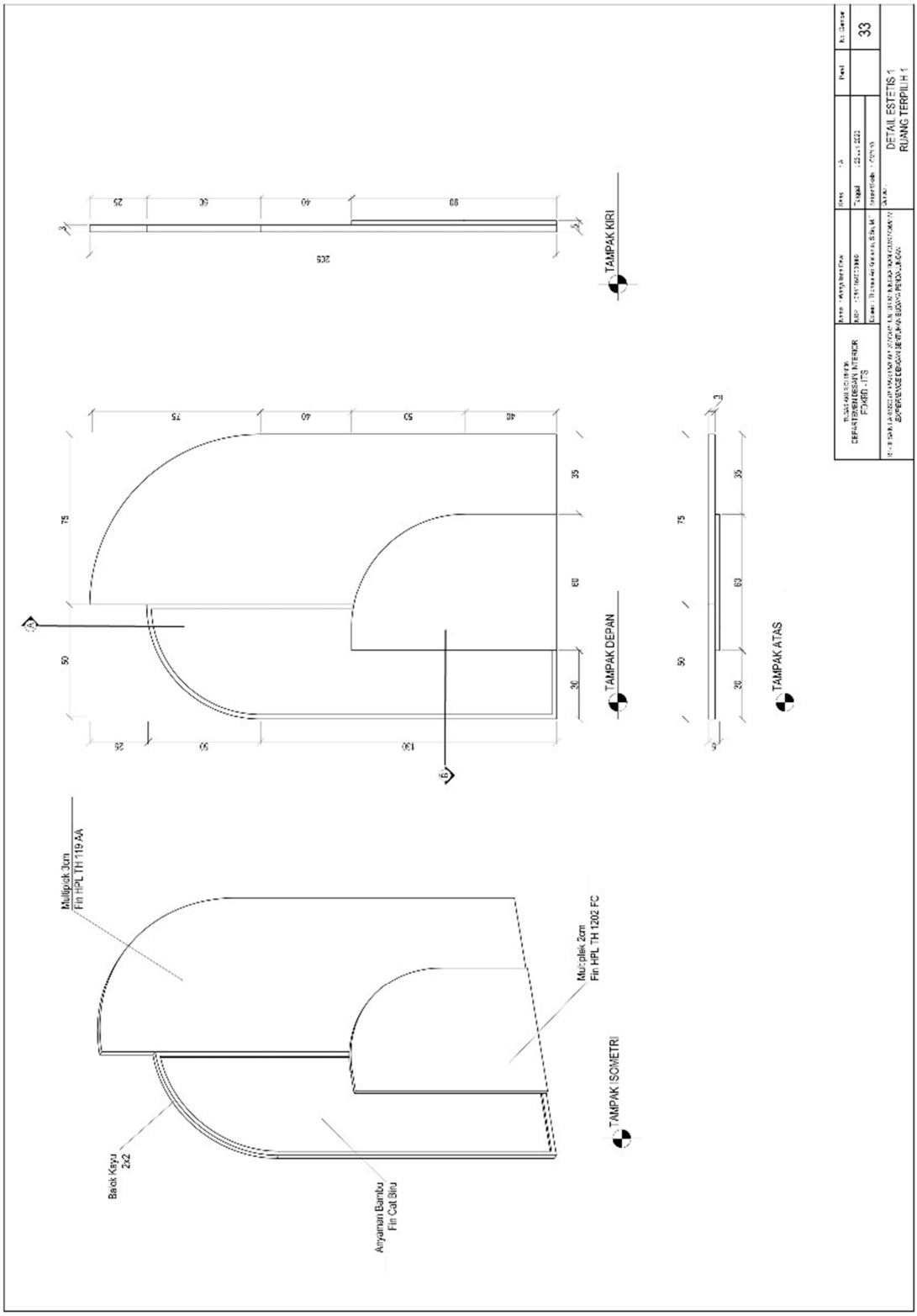
Detail Furnitur B Area Terpilih 1



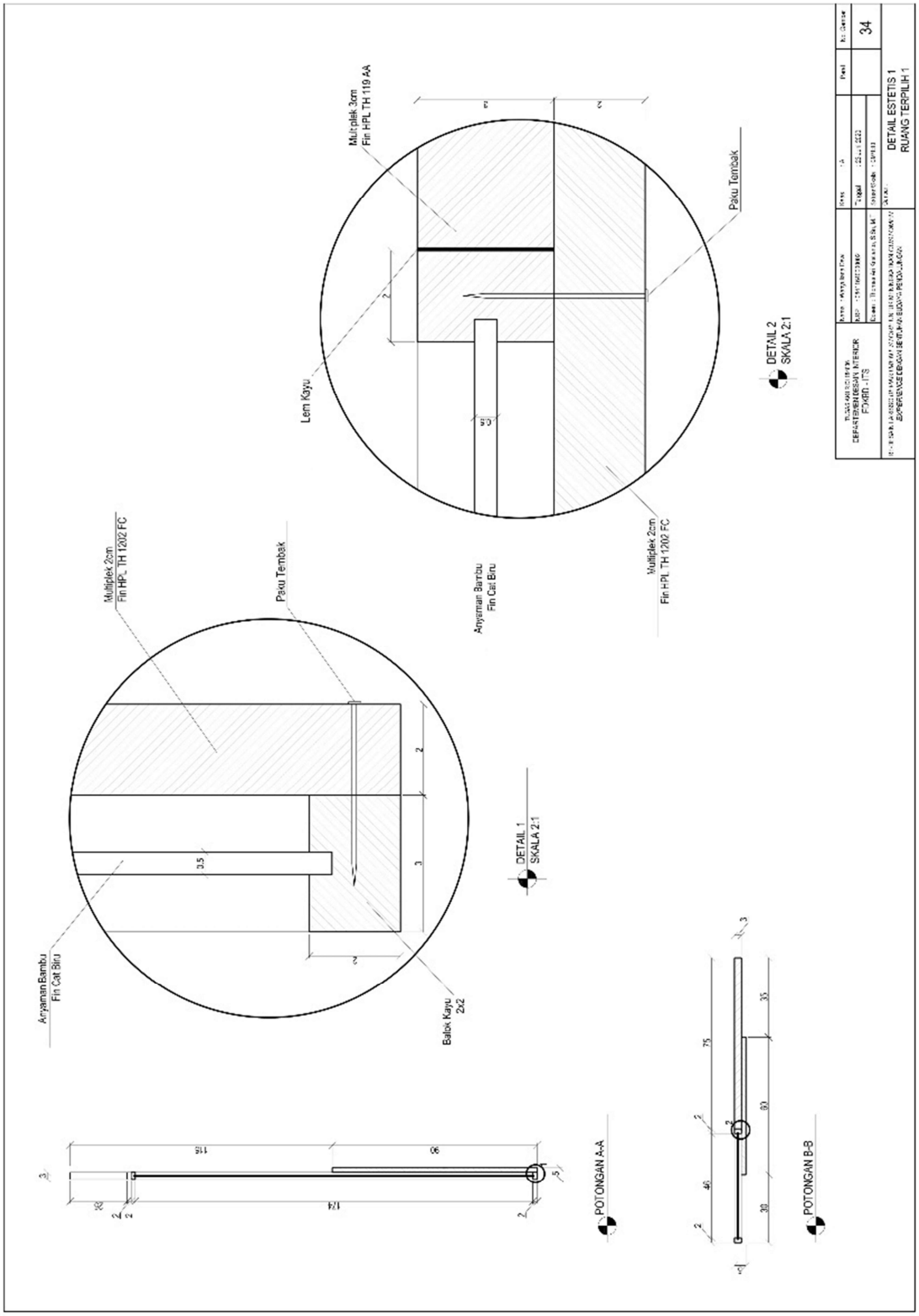
Detail Furnitur C Area Terpilih 1



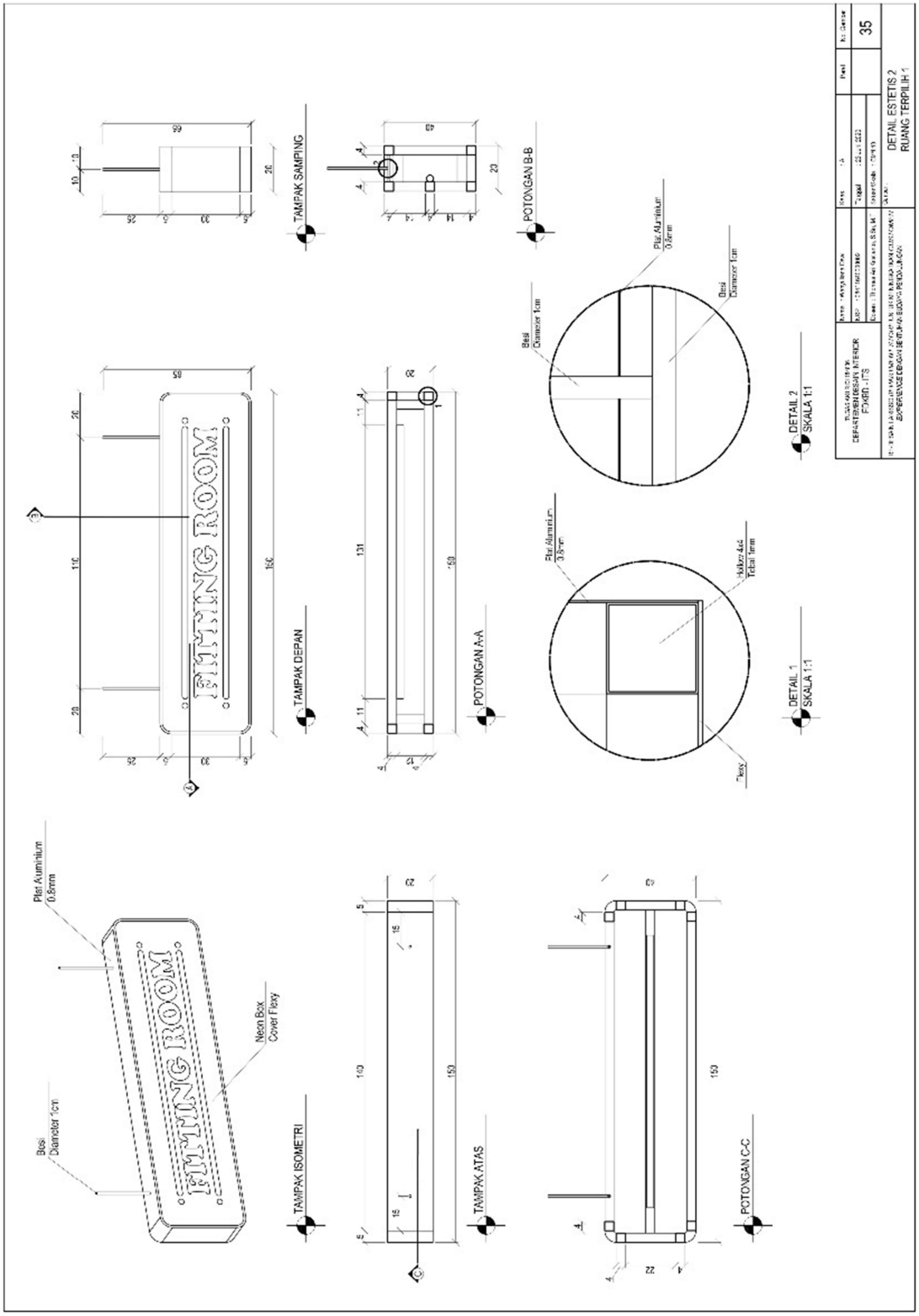
Detail Estetis A Area Terpilih 1



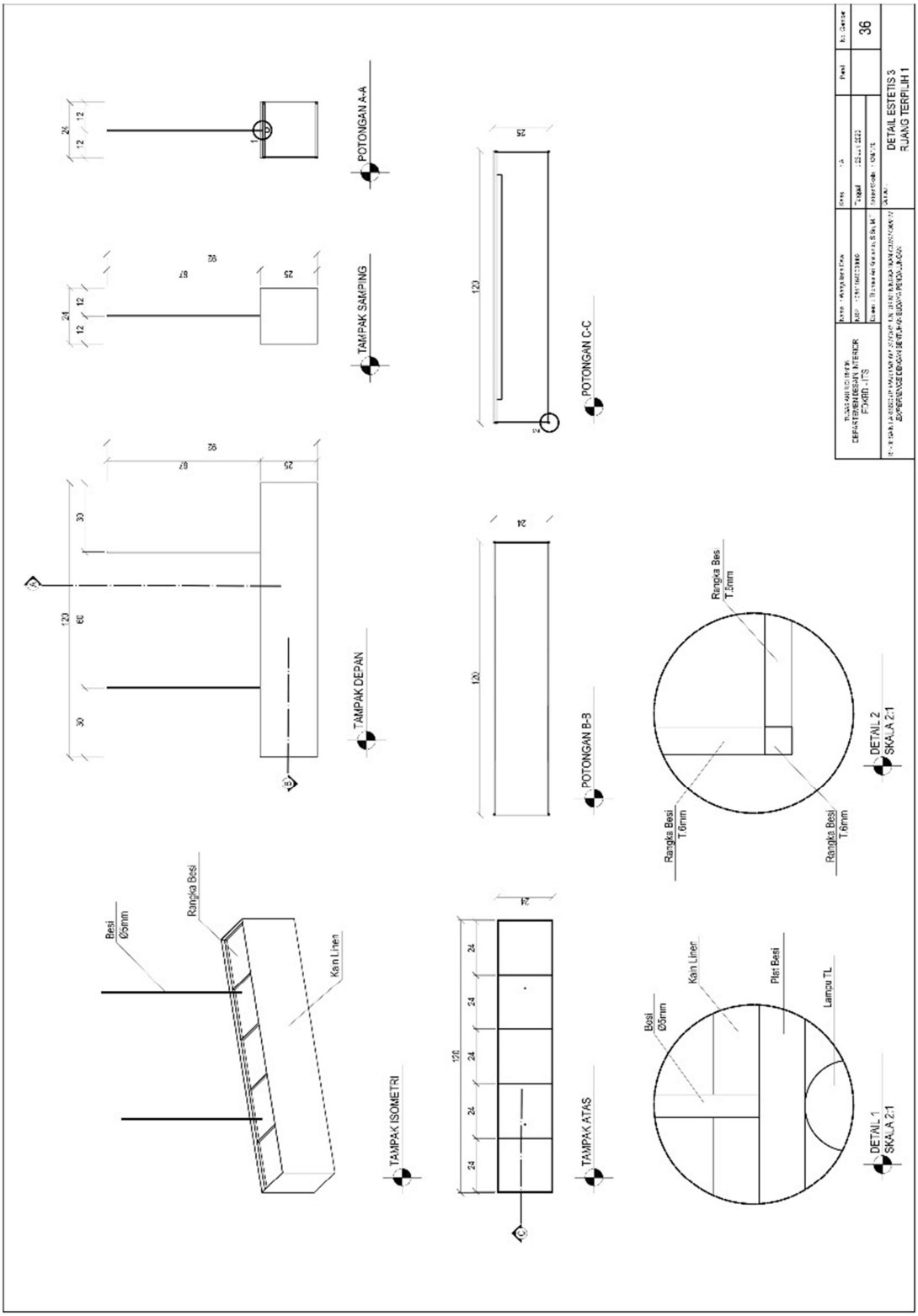
Detail Estetis A Area Terpilih 1



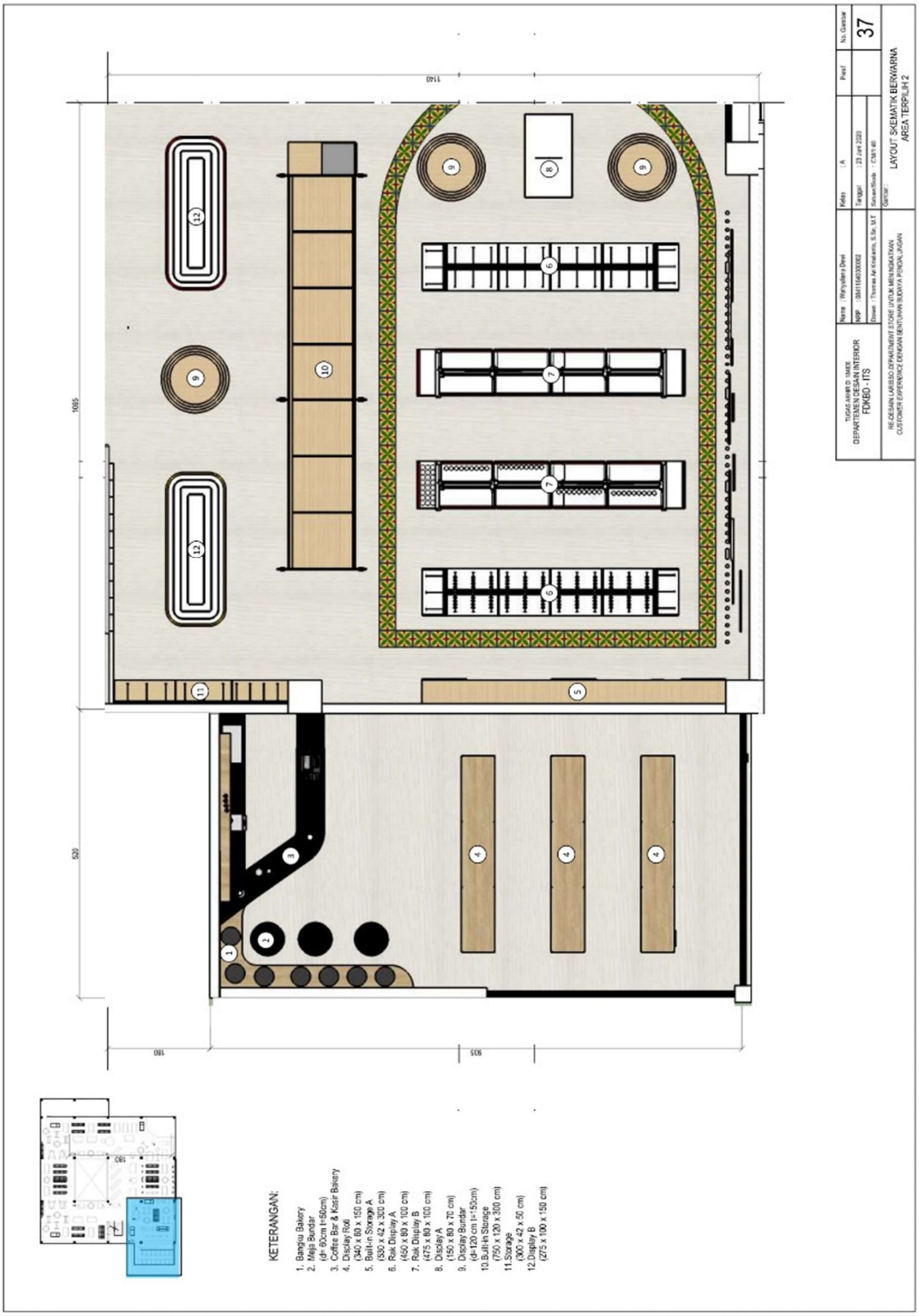
Detail Estetis B Area Terpilih 1



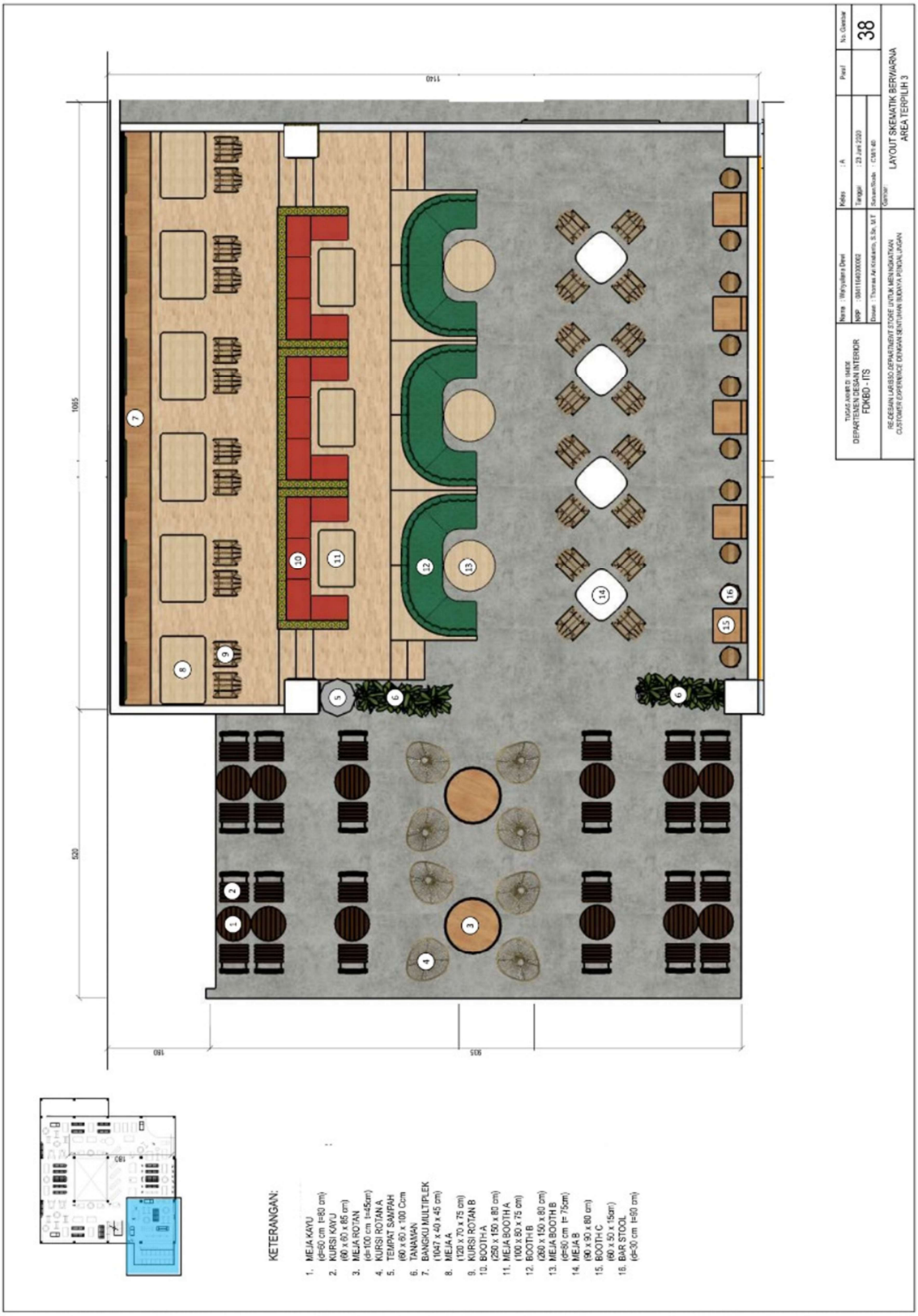
Detail Estetis C Area Terpilih 1



Denah Area Terpilih 2



Denah Area Terpilih 3



LAMPIRAN 3

PERSPEKTIF

Area Terpilih 1: Fashion Wanita Dewasa

View 1

View 2

View 3

Area Terpilih 2: *Kitchenware* & *Bakery*

View 1

View 2

NAMPAN
LES
PIRING
ALAT MAKAN
CONTAINER
ALAT MASAK

View 3

BARANG BARU
ALAT MAKAN
PIRING
OBRAL
15RB-AN
TOPLES

Area Terpilih 3: Café *Semi-outdoor* & *Outdoor*

View 1

View 2

View 3

LAMPIRAN 4

BERITA ACARA

KOLOKIUM I TUGAS AKHIR

DEPARTEMEN DESAIN INTERIOR

SEMESTER II 19/20

Pada hari ini, tanggal	Senin, 9 Maret 2020
Telah dilaksanakan Kolokium I, atas nama	
Nama Mahasiswa	WAHYULIANA DEWI
NRP	08211640002
Dosen Pembimbing	Thomas Arik
Judul	LARISSO Dept Store.
Catatan Kolokium	

- Studi budaya fisik pendalungan.
- Studi departemen store dunia.

Dengan mempertimbangkan hasil Kolokium I, maka yang bersangkutan dinyatakan **LOLOS** / **TIDAK LOLOS** * ke Kolokium II.

(*Coret yang tidak perlu)

Dosen Penguji 1

Nama :

NIP :

Dosen Penguji 2

Nama : Lea E.A. ST., MS.

NIP :

Dosen Pembimbing

Nama : Thomas Ari K

NIP : 197504292001010 02

BERITA ACARA
KOLOKIUM 2 TUGAS AKHIR
DEPARTEMEN DESAIN INTERIOR
SEMESTER GENAP 2019/2020

Pada hari ini, tanggal	Selasa, 4 Mei 2020
Telah dilaksanakan Kolokium 2, atas nama	
Nama Mahasiswa	Wahyuliana Dewi
NRP	08411640000002
Dosen Pembimbing	Thomas Ari Kristianto, S.Sn., M.T
Judul	Re-Desain LaRisso *Department Store* untuk Meningkatkan *Customer Experience* dengan Sentuhan Budaya Pendalungan
Catatan Kolokium 2	
• Perlu bimbingan lebih lanjut unruk pengolahan komposisi desain • Ketepatan gambar teknik perlu pembimbingan lebih lanjut	

Dengan mempertimbangkan hasil Kolokium 2, maka yang bersangkutan dinyatakan **LOLOS / ~~TIDAK LOLOS~~** * ke Kolokium 3.

(*Coret yang tidak perlu)

Dosen Penguji 1

Nama : Ir. Susy Budi Astuti, M.T
Anggraeni, S.T., M.Ds

NIP : 19650624 199002 2001
2001

Dosen Penguji 2

Nama : Lea Kristina

NIP : 19800720 201504

Dosen Pembimbing

Nama : Thomas Ari Kristianto, S.Sn., M.T

NIP : 19750429 200112 1002

BERITA ACARA

SIDANG TUGAS AKHIR

DEPARTEMEN DESAIN INTERIOR

SEMESTER GENAP 2019/2020

Pada hari ini, tanggal	Senin, 6 Juli 2020
Telah dilaksanakan Sidang TA , atas nama	
Nama Mahasiswa	Wahyuliana Dewi
NRP	0841164000
Dosen Pembimbing	Thomas Ari Kristianto
Judul	TOKO SWALAYAN DAN DEPARTEMEN STORE PENDALUNGAN DI JEMBER
Catatan Sidang TA	
Kelengkapan portfolio memenuhi syarat. Kualitas gambar memenuhi syarat, namun kualitas masih berpeluang dimaksimalkan. Gartek perlu ditingkatkan. Pola pikir baik, detail materi dan konten dan SAF toko swalayan perlu belajar lagi. Eksplorasi desain bisa ditingkatkan	

Dengan mempertimbangkan hasil **SIDANG TA** maka yang bersangkutan dinyatakan **LOLOS / ~~TIDAK LOLOS~~** *

(*Coret yang tidak perlu)

Dosen Penguji 1

Nama : Ir. Susy Budi Astuti, M.T

NIP : 19650624 199002 2001

Dosen Penguji 2

Nama : Lea Kristina Anggraeni, S.T, M.Ds

NIP : 19800720 201504 2001

Dosen Pembimbing

Nama : Thomas Ari Kristianto

NIP : 197504292001121002

FORM REVISI
SIDANG TUGAS AKHIR
DEPARTEMEN DESAIN INTERIOR
SEMESTER Genap TAHUN 2019/2020

Hari / Tanggal	06 Juli 2020

Nama Mahasiswa/i	WAHYULIANA DEWI
NRP	0841164000001002
~~Dosen Pembimbing~~ / Penguji *	Lea Krsitina Anggraeni, S.T, M.Ds

*) Coret yang tidak perlu

Catatan Revisi Sidang Tugas Akhir
1. Optimalkan desain anda mengangkat detail pendalungan. Untuk menguatkan karakter budaya khas jember. Dapat dengan transformasi, dll. Lebih masif, lebih detail, lebih menarik. 2. Pertimbangkan penggunaan motif pada keramik lantai, apakah akan mempengaruhi estetika saat anda merubah lay out furnitur dan display secara berkala? Lebih menarik menonjolkan estetika paa plafon, dengan warna yang sama. Pertimbangkan pencahayaan yang lebih warmlight 3. Buatlah visual lay out yang berubah untuk mengurangi kebosanan, sesuai konsep cust. Experience anda. 4. Tambahkan kajian2 untuk mendukung konsep anda. Kajian keamanan kebakaran, keamanan bangunan dari pencurian, jalur evakuasi, dll 5. Gartek dilengkapi

Tanda Tangan

FORM REVISI
SIDANG TUGAS AKHIR
DEPARTEMEN DESAIN INTERIOR
SEMESTER Genap TAHUN 2019/2020

Hari / Tanggal	Senin / 6 July 2020, pukul 16.15 – 17.15

Nama Mahasiswa/i	Wahyuliana
NRP	084116400000
Dosen Penguji *	Dr. Ir. Susy Budi Astuti, M.T

*) Coret yang tidak perlu

Catatan Revisi Sidang Tugas Akhir

Desain :
- Komposisi warna tidak harus hadir imbang, dominan semua shg kesan nano2, buat tema yang terolah
- Motif lantai tidak berkaitan dengan sirkulasi, bagman maksudnya mix layout,
- Experience costumer pendalungan perlu disentuh, tidak hny warna

Jurnal :
- Buat yang menarik : budaya pendalungan sebagai costumer experience
- Tiba tiba ada kata efisien dan efektif ??
- Konsep desain blm menjawab , blm terhubung dengan judul

Laporan :
- Istilah costumer exp, mix layout. Harus dijelaskan dg rujukan refernsi
- Aspek aspek costumer experience diterapkan di semua konsep
- Rumusan masalah, batasan dan tujuan harus disesuaiakn dg topic costumer experience
- Pendalungan hanya diambil unsur warna ? blm ada greget kalau hanya warna bersifat umum. sebaiknya budaya yang diangkat shg spesifik

Tanda Tangan

LAMPIRAN 5

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Bersamaa dengan surat ini, saya menyatakan bahwa laporan tugas akhir yang berjudul "RE-DESAIN LARISSO *DEPARTMENT STORE* UNTUK MENINGKATKAN *CUSTOMER EXPERIENCE* DENGAN SENTUHAN BUDAYA PENDALUNGAN" adalah hasil karya saya pribadi. Bukan jiplakan/menyadur/mencopy milik orang lain. Jika saya terbukti melakukan plagiarism maka saya bersedia untuk dikenakan hukuman yaitu, tidak diluluskan pada mata kuliah Tugas Akhir.

Demikian surat pernyataan ini, saya sampaikan dengan sebenar – benarnya.

Surabaya, 15 Agustus 2020

METERAI TEMPEL

6000

Wahyuniana Dewi

NRP. 08411640000002

BIODATA PENULIS

Penulis laporan ini adalah Wahyuliana Dewi yang lahir di Jember pada tanggal 2 Juli 1998. Penulis merupakan anak tunggal yang berasal dari salah satu kecamatan di selatan Kabupaten Jember, yakni Kecamatan Ambulu. Sedari kecil penulis sudah berperan aktif dalam bidang seni dilingkungan sekitarnya, mulai dari seni musik, tari hingga rupa baik modern maupun tradisional.

Pendidikan yang sudah penulis tempuh adalah TK Dharma Wanita, SD Negeri Ambulu 1, SMP Negeri 1 Ambulu dan SMA Negeri 1 Jember. Ketika menduduki bangku SMA penulis tertarik dengan dunia desain, sehingga penulis menempuh pendidikan selanjutnya di Departemen Desain Interior, Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS) Surabaya.

Karena kecintaan penulis pada seni tradisional, menjadi alasan penulis mengangkat budaya Pendalungan pada tugas akhir ini. Selain untuk mendalami budaya Pendalungan, penulis juga ingin mengembangkan budaya tersebut pada desain sebuah *department store* agar mesyarakat sekitarnya juga dapat belajar tentang budaya yang sama.