



TUGAS AKHIR - RI 141501

**DESAIN INTERIOR GALERI SENTRA UMKM MADIUN DENGAN
KONSEP MEMFASILITASI UMKM DAERAH DAN RAMAH
PENGUNJUNG BERNUANSANA MODERN ETNIK LOKAL**

RIENALDY PUTRA ANANDIA MUSAFFA
0841144000004

Dosen Pembimbing
Dr. Mahendra Wardhana, S.T., M.T.

Departemen Desain Interior
Fakultas Arsitektur, Desain dan Perencanaan
Institut Teknologi Sepuluh Nopember
Surabaya 2018



TUGAS AKHIR - RI 141501

**DESAIN INTERIOR GALERI SENTRA UMKM MADIUN DENGAN
KONSEP MEMFASILITASI UMKM DAERAH DAN RAMAH
PENGUNJUNG BERNUANSAN MODERN ETNIK LOKAL**

RIENALDY PUTRA ANANDIA MUSAFFA
08411440000004

Dosen Pembimbing
Dr. Mahendra Wardhana, S.T., M.T.

Departemen Desain Interior
Fakultas Arsitektur, Desain dan Perencanaan
Institut Teknologi Sepuluh Nopember
Surabaya 2018



FINAL PROJECT - RI 141501

**DESIGN INTERIOR GALLERY SENTRA UMKM MADIUN WITH
FACILITING REGIONAL UMKM AND FRIENDLY VISITORS
CONCEPTS OF MODERN ETHNIC LOCAL NUANCE**

**RIENALDY PUTRA ANANDIA MUSAFFA
08411440000004**

**Supervisor Lecturer
Dr. Mahendra Wardhana, S.T., M.T.**

**Departemen Desain Interior
Fakultas Arsitektur, Desain dan Perencanaan
Institut Teknologi Sepuluh Nopember
Surabaya 2018**

LEMBAR PENGESAHAN

**DESAIN INTERIOR GALERI SENTRA UMKM MADIUN DENGAN KONSEP
MEMFASILITASI UMKM DAERAH DAN RAMAH PENGUNJUNG BERNUANS
MODERN ETNIK LOKAL**

TUGAS AKHIR

Disusun untuk Memenuhi Salah Satu Syarat

Memperoleh Gelar Sarjana Teknik

Pada

Departemen Desain Interior

Fakultas Arsitektur Desain dan Perencanaan

Institut Teknologi Sepuluh Nopember

Oleh :

RIENALDY PUTRA ANANDIA MUSAFFA

NRP 08411440000004

Disetujui oleh Dosen Pembimbing Tugas Akhir :



Dr. Mahendra Wardhana ST., MT

NIP 19720428 200312 1 001

**SURABAYA,
AGUSTUS 2018**



**DESAIN INTERIOR GALERI SENTRA UMKM MADIUN DENGAN
KONSEP MEMFASILITASI UMKM DAERAH DAN RAMAH
PENGUNJUNG BERNUANSYA DESAIN MODERN ETNIK LOKAL**

Nama : Rienaldy Putra Anandia Musaffa
NRP : 08411440000004
Jurusan : Desain Interior
Dosen Pembimbing 1: Dr. Mahendra Wardhana, S.T., M.T.

ABSTRAK

Usaha Mikro, kecil, dan menengah merupakan salah satu bagian yang memegang peran penting di dalam perekonomian suatu Negara maupun daerah. Pentingnya peran tersebut telah mendorong banyak Negara termasuk Indonesia untuk terus berupaya mengembangkan UMKM di berbagai daerah. Perkembangan UMKM ini juga berlangsung di daerah Madiun. Pada tahun 2016, sebanyak 23.093 unit UMKM yang telah terdaftar. Melihat adanya peluang yang besar ini, pemerintah Kota Madiun ingin memfasilitasi para pengusaha UMKM dengan menggandeng perguruan tinggi, Interior Desain ITS untuk berkontribusi terhadap ide pemerintahan ini dengan membangun Sentra UMKM Madiun. Sentra UMKM ini diharapkan dapat menjadi sarana pemasaran, maupun edukasi terhadap produk, serta menambah perekonomian daerah.

Data yang didapatkan berdasarkan studi yang dilakukan seperti studi pustaka, studi observasi dan kuesioner, studi eksisting, studi pembandingan, hingga studi kebutuhan ruang dan fasilitas dapat membantu dalam pemilihan nuansa serta konsep yang cocok untuk desain interior. Proses desain dilakukan melalui brainstorming dengan membuat berbagai sketsa ide desain serta layouting. Berdasarkan proses desain yang telah dilakukan, ditentukan bahwa nuansa yang cocok untuk diaplikasikan ke dalam sentra UMKM ini adalah nuansa modern etnik. Nuansa ini dianggap sesuai dengan kebutuhan, fungsi, serta tujuan dibuatnya Sentra UMKM itu sendiri.

Objek yang akan di desain merupakan sebuah Galeri UMKM, di dalamnya terdapat area display mengenai informasi produk yang dijual, serta area ritel produk dari beberapa UMKM di daerah tersebut. Hasil akhir dari perancangan ini dapat disajikan melalui sebuah presentasi desain interior Sentra UMKM yang berbentuk sketsa awal, gambar kerja, 3D modelling, serta konsep desain.

Kata Kunci: Desain Interior, Sentra UMKM, Madiun.



ABSTRACT

Micro Business, small and medium enterprises are one of the most important parts in the economy of a country or region. The importance of these roles has encouraged many countries including Indonesia to continue to develop UMKM in various regions. The development of UMKM also took place in Madiun area. In 2016, there are 23,093 UMKM listed. Seeing this great opportunity, the government of Madiun City wants to facilitate UMKM entrepreneurs by cooperating with universities, ITS Interior Designs to contribute to the idea of this government by building a Madiun UMKM Sentra. Sentra UMKM is expected to be a means of marketing, as well as education to the product, and add to the regional economy.

Data obtained based on studies conducted such as literature studies, observation studies and questionnaires, existing studies, comparative studies, to study space and facilities needs can help in the selection of nuances as well as concepts suitable for interior design. The design process is done through brainstorming by making various sketches of design ideas as well as layouting. Based on the design process that has been done, it is determined that the nuances that are suitable to be applied into this UMKM center are modern ethnic nuances. This nuance is considered in accordance with the needs, functions, and objectives made Sentra UMKM itself.

The object to be designed is a UMKM Gallery, in which there is a display area about the product information sold, as well as the product retail area of some UMKM in the area. The end result of this design can be presented through an interior design presentation Sentra UMKM in the form of early sketches, work drawings, 3D modeling, and design concepts.

Keywords: Interior Design, Sentra UMKM, Madiun.



KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT karena berkat rahmat dan hidayah- Nya penulis dapat menyelesaikan laporan Tugas Akhir ini sesuai batas waktu yang ditentukan. Shalawat dan salam semoga senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad SAW, keluarga serta sahabat.

Laporan Tugas Akhir ini berjudul ” Desain Interior Galeri Sentra UMKM Madiun dengan Konsep Memfasilitasi UMKM Daerah dan Ramah Pengunjung Bernuansa Modern Etnik Lokal”. Laporan ini disusun sebagai syarat memperoleh gelar sarjana di Institut Teknologi Sepuluh Nopember Surabaya.

Dalam penyusunan dan penulisan laporan ini tentunya penulis menerima banyak bantuan, dukungan, dan bimbingan dari berbagai pihak. Untuk itu, Penulis ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya, kepada:

1. Allah SWT, yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga Penulis dapat menyelesaikan penyusunan Laporan Tugas Akhir ini.
2. Keluarga Penulis, bapak, ibunda, serta adik adik yang selalu memberikan dukungan dan doa yang tentu sangat berarti selama penyusunan laporan ini.
3. Bapak Dr. Mahendra Wardhana ST., MT selaku dosen pembimbing yang selalu memberikan bimbingan yang baik selama proses pelaksanaan kuliah Tugas Akhir maupun penyusunan laporan.
4. Ibu Anggra Ayu Rucitra ST., M.MT selaku dosen koordinator mata kuliah Tugas Akhir.
5. Pihak Pemerintah Perindustrian dan Ekonomi Kabupaten Madiun, Jawa Timur.
6. Teman-teman Desain Interior 2014, atas bantuan dan dukungan yang diberikan.
7. Semua pihak yang telah membantu dalam proses penyusunan Laporan Tugas Akhir ini.



Akhir kata, Penulis memohon maaf apabila terdapat kesalahan dalam penulisan laporan ini. Penulis berharap agar Laporan Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi penulis dan pembaca.

Surabaya, 3 Agustus 2018

Rienaldy Putra A.M

Penulis



DAFTAR ISI

COVER	
LEMBAR PENGESAHAN.....	
ABSTRAK	i
ABSTRACT.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GRAFIK.....	x
DAFTAR BAGAN.....	x
BABI I: PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan.....	5
1.4 Manfaat.....	6
1.5 Lingkup Desain.....	6
BABI II: KAJIAN PUSTAKA, EKSISTING, DAN PEMBANDING.....	7
2.1 Kajian UMKM.....	7
2.1.1 Pengertian UMKM.....	7
2.1.2 Klasifikasi UMKM.....	8
2.1.3 Undang-Undang Pengatur UMKM Indonesia.....	9
2.1.4 Analisis Data UMKM Nasional.....	10
2.1.5 Analisis Data UMKM Madiun.....	12
2.2 Kajian Modern Etnik.....	14
2.2.1 Pengertian Etnik.....	14
2.2.2 Pengertian Modern Etnik.....	15
2.2.3 Latar Belakang Modern Etnik.....	16



2.2.4	Karakteristik Modern Etnik.....	16
2.2.5	Contoh Visual Interior Modern Etnik.....	17
2.3	Kajian Galeri.....	18
2.3.1	Pengertian Galeri.....	18
2.3.2	Kategori Galeri.....	19
2.3.3	Faktor Utama Perancangan Galeri.....	21
2.3.4	Fasilitas Galeri.....	22
2.3.5	Tata Display Galeri.....	23
2.4	Kajian Retail.....	24
2.4.1	Pengertian display.....	24
2.4.2	interior display.....	25
2.4.3	eksterior display.....	26
2.5	Kajian Retail.....	27
2.5.1	Pengertian Retail.....	27
2.5.2	Fungsi Retail.....	27
2.5.3	Faktor Konsumen Retail.....	27
2.5.4	Kategori Retail.....	28
2.6	Tata Cahaya.....	31
2.6.1	Pengertian Tata Cahaya.....	31
2.6.2	Arah Datang Cahaya.....	32
2.6.3	Sumber Pencahayaan.....	33
2.6.4	Jenis Pencahayaan Buatan.....	35
2.7	Tata Letak atau Layout.....	37
2.7.1	Pengertian Layout.....	37
2.7.2	Tujuan Layout.....	38
2.7.3	Manfaat Layout.....	38
2.7.4	Klasifikasi Layout Area Retail.....	39
2.8	Foodcourt atau Pusat Makananan.....	40
2.9	Kajian Antropometri.....	41
2.9.1	Kajian Antropometri Galeri.....	41
2.9.2	Kajian Antropometri Area Retail.....	43
2.10	Kajian Eksisting.....	44
2.10.1	Kota Madiun.....	44
2.10.2	Lokasi Eksisting.....	47
2.10.3	Profil Ikatan Usaha Mikro Madiun.....	48
2.11	Kajian Pemandangan.....	53



2.11.1 Sentra UMKM Jatim.....	53
2.11.2 Sentra UMKM Menong.....	54
BAB III: METODE DESAIN.....	55
3.1 Proses Desain.....	55
3.2 Teknik Pengumpulan Data.....	55
3.2.1 Sampel Sumber Data.....	55
3.2.2 Instrumen Penulisan.....	56
3.2.3 Teknik Pengumpulan Data.....	56
3.2.4 Analisis Data.....	58
3.2.5 Tahapan Desain.....	59
BAB IV: ANALISIS DAN KONSEP DESAIN.....	61
4.1 Analisis Objek Desain & Studi.....	61
4.1.1 Analisis Objek Eksisting.....	61
4.1.2 Kesimpulan Studi.....	61
4.2 Studi Produk.....	62
4.2.1 Makanan.....	62
4.2.2 Minuman.....	62
4,2,3 Bonggol Jati.....	62
4,2,4 Herbal.....	63
4,2,5 Aksesoris.....	63
4.2.6 Batik	63
4.3 Studi Alur Produk.....	63
4.4 Studi Pengguna.....	64
4.4.1 Karakteristik Pengguna.....	64
4.4.2 Segmentasi Pengguna.....	65
4.5 Studi Aktivitas, Ruang, dan Fasilitas.....	65
4.5.1 Konsumen / Pengunjung.....	66
4.5.2 Karyawan / Pegawai.....	66
4.6 Hubungan Ruang.....	68
4.6.1 Matriks.....	68
4.6.2 Bubble Diagram.....	68



4.7	Konsep Makro.....	70
4.7.1	Konsep Desain.....	70
4.7.2	Langgam Desain.....	71
4.8	Konsep Mikro.....	75
4.8.1	Lantai.....	75
4.8.2	Dinding.....	75
4.8.3	Plafon.....	77
4.8.4	Furnitur.....	78
4.8.5	Estetis.....	78
4.8.6	Warna.....	79
BAB V: PROSES DAN HASIL DESAIN.....		81
5.1	Alternatif Desain.....	81
5.1.1	Alternatif Desain Layout 1.....	81
5.1.2	Alternatif Desain Layout 2.....	82
5.1.3	Alternatif Desain Layout 3.....	83
5.1.4	Weighted Method.....	84
5.2	Pengembangan Alternatif Layout Terpilih.....	84
5.3	Pengembangan Ruang Terpilih 1.....	87
5.3.1	Layout Furniture.....	87
5.3.2	Visualisasi Render	89
5.3.3	Visualisasi Furnitur	90
5.3.4	Visualisasi Estetis.....	90
5.4	Pengembangan Ruang Terpilih 2.....	91
5.4.1	Layout Furniture.....	91
5.4.2	Visualisasi Render	93
5.4.3	Visualisasi Furnitur	93
5.4.4	Visualisasi Estetis	94
5.5	Pengembangan Ruang Terpilih 3.....	95
5.5.1	Layout Furniture.....	95
5.5.2	Visualisasi Render	97
5.5.3	Visualisasi Furnitur	99



5.5.4. Visualisasi Estetis	100
BAB VI: PENUTUP	103
DAFTAR PUSTAKA.....	105
LAMPIRAN.....	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Contoh Desain Interior Display dan Workshop UMKM.....	7
Gambar 2.2 Contoh Pekerja UMKM di Madiun.....	13
Gambar 2.3 Interior modern etnik pada area keluarga.	15
Gambar 2.4 Contoh konsep desain interior Galeri.....	16
Gambar 2.5 Contoh sketsa desain interior Galeri.	16
Gambar 2.6 Contoh interior Vanity Galeri (kiri) dan Galeri Komersil (kanan).	18
Gambar 2.7 Contoh fasilitas yang ada di Galeri.	20
Gambar 2.8 Contoh Tata Display Galeri.	21
Gambar 2.9 Contoh <i>service retailing</i> (Tailor).	25
Gambar 2.10 Contoh <i>product retailing</i> (Toy Store).	26
Gambar 2.11 Contoh <i>Catalog Showroom</i> (Furniture Store).	26
Gambar 2.12 Contoh Tata Cahaya pada Galeri.	27
Gambar 2.13 Ilustrasi arah pandang yang nyaman pada Galeri.	28
Gambar 2.14 Ilustrasi letak pencahayaan terhadap arah pandang nyaman.	28
Gambar 2.15 Ilustrasi pencahayaan general lighting pada suatu ruangan.	31
Gambar 2.16 Ilustrasi pencahayaan task lighting pada suatu ruangan.	31
Gambar 2.17 Ilustrasi pencahayaan accent lighting pada suatu ruangan.	32
Gambar 2.18 Contoh penataan letak pada interior.	33
Gambar 2.19 Tata letak (layout) berpola lurus.	34
Gambar 2.20 Tata letak (layout) berpola arus bebas.	35
Gambar 2.21 Ilustrasi Antropometri.....	36
Gambar 2.22 Antropometri peletakkan objek display pada Galeri.	37
Gambar 2.23 Antropometri jarak pandang(kiri)&jarak sirkulasi(kanan) pada Galeri	
Gambar 2.24 Antropometri ukuran rak display pada area retail pada Galeri.	38
Gambar 2.25 Antropometri sirkulasi area display pada Retail.	39
Gambar 2.26 Gapura selamat datang Kabupaten Madiun.	40



Gambar 2.27 Hutan jati Saradan dan Ngawi.....	40
Gambar 2.28 Pengrajin ukiran di Madiun.....	41
Gambar 2.29 Hasil ukiran kayu jati Khas Madiun.....	42
Gambar 2.30 Site Plan Eksisting Galeri UMKM Madiun.	43
Gambar 2.31 Logo Ikatan Usaha Mikro Madiun.	44
Gambar 2.32 Interior Sentra UMKM Jatim.	48
Gambar 2.33 Sentra UMKM Menong, Purwakarta	49
Gambar 4.1 Interior Sentra UMKM di Indonesia.....	63
Gambar 4.2 Ilustrasi interior Sentra UMKM yang ramah pengunjung.	64
Gambar 4.3 Ilustrasi retail dengan langgam modern.....	65
Gambar 4.4 Ilustrasi interior dengan langgam modern.....	66
Gambar 4.5 Ilustrasi interior dengan langgam etnik.....	66
Gambar 4.6 Ilustrasi interior dengan langgam etnik Indonesia.	66
Gambar 4.7 Contoh motif batik Indonesia.....	67
Gambar 4.8 Konsep lantai pada Galeri UMKM Madiun.	68
Gambar 4.9 Konsep dinding pada Galeri UMKM Madiun.	68
Gambar 4.10 Konstruksi atap rumah Joglo.	69
Gambar 4.11 Konsep plafon pada Galeri UMKM Madiun.	69
Gambar 4.12 Konsep furnitur pada Galeri UMKM Madiun.....	69
Gambar 4.13 Konsep estetis pada Galeri UMKM Madiun.....	70
Gambar 4.14 Konsep warna pada Galeri UMKM Madiun.....	70

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Pembagian jenis usaha UMKM berdasarkan kriteria asset dan omset.....	8
Tabel 2.2 Pembagian Kategori Galeri menurut beberapa penilaian.	18
Tabel 2.3 jarak pencahayaan terhadap arah pandang yang nyaman pada Galeri.....	28
Tabel 4.1 Studi Aktivitas Pengunjung Galeri UMKM Madiun.....	59
Tabel 4.2 Studi Aktivitas Pegawai Galeri UMKM Madiun.....	60
Tabel 4.3 Kebutuhan Ruang serta Fasilitas di Galeri UMKM Madiun.	60

DAFTAR GRAFIK

Grafik 2.1 Grafik kenaikan jumlah UMKM di Indonesia.	10
Grafik 2.2 Grafik Perkembangan Jumlah UMKM Binaan di Indonesia.	11



Grafik 2.3 Persentase kenaikan jumlah UMKM di Indonesia..... 12

DAFTAR BAGAN

Bagan 3.1 Metodologi Desain.	51
Bagan 4.1 Matriks hubungan antar ruang di Galeri UMKM Madiun.....	61
Bagan 4.2 Bubble Diagram lantai 1 Galeri UMKM Madiun.....	62
Bagan 4.3 Bubble Diagram lantai 2 Galeri UMKM Madiun.....	62



BAB I

PENDAHULUAN

1.1. LATAR BELAKANG

UMKM atau UKM adalah Usaha Mikro Kecil Menengah, dimana jenis usaha yang dipisahkan berdasarkan kriteria aset dan omset. UMKM diatur berdasarkan **UU Nomor 20 tahun 2008** tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Lebih lengkap sebagai berikut :

- a. **Usaha Mikro** adalah usaha produktif milik orang perorangan dan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro .

Kriteria asset: Maks. Rp 50 Juta, kriteria Omzet: Maks. Rp 300 juta rupiah.

- b. **Usaha Kecil** adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil.

Kriteria asset: Rp 50 juta – Rp 500 juta, kriteria Omzet: Rp 300 juta – Rp 2,5 Miliar rupiah.

- c. **Usaha Menengah** adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha Kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.

Kriteria asset: 500 juta – Rp 10 Miliar, kriteria Omzet: >Rp 2,5 Miliar – Rp 50 Miliar rupiah.



Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah pada tahun 2014, terdapat sekitar 57.8 juta pelaku UMKM di Indonesia. Terutama sejak tahun 2014, Jumlah UMKM di Indonesia terus mengalami perkembangan dari tahun 2014, 2015, 2016 hingga tahun 2017. Jumlah pelaku UMKM di Indonesia juga akan terus mengalami pertumbuhan dan perkembangan. (**data UMKM Nasional 2017**)

Didukung dengan beberapa tahun belakangan, populasi penduduk dengan usia produktif lebih banyak daripada jumlah lapangan kerja yang tersedia. Hal ini memicu masyarakat khususnya para pemuda untuk menciptakan peluangnya sendiri dengan membuka bisnis. Sebagian besar tergolong sebagai pelaku usaha sektor industri Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM).

UMKM mempunyai peran penting dan strategis dalam pembangunan ekonomi nasional. Selain berperan dalam pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja, UMKM juga berperan dalam mendistribusikan hasil-hasil pembangunan. Selama ini UMKM telah memberikan kontribusi pada Produk Domestik Bruto (PDB) sebesar 57-60% dan tingkat penyerapan tenaga kerja sekitar 97% dari seluruh tenaga kerja nasional (**Profil Bisnis UMKM oleh LPPI dan BI tahun 2015**).

UMKM telah menjadi tulang punggung perekonomian Indonesia dan ASEAN. Sekitar 88,8-99,9% bentuk usaha di ASEAN adalah UMKM dengan penyerapan tenaga kerja mencapai 51,7-97,2%. UMKM memiliki proporsi sebesar 99,99% dari total keseluruhan pelaku usaha di Indonesia atau sebanyak 56,54 juta unit. Menyadari pentingnya kontribusi UMKM dalam meningkatkan perekonomian yang positif di Indonesia, 3 BUMN telah bersinergi untuk mendorong peningkatan UMKM di Indonesia. MEA (Masyarakat Ekonomi ASEAN) sudah diberlakukan sejak awal tahun 2016. Hal ini menuntut para pelaku UMKM agar bisa bersaing dengan para pengusaha dari negara ASEAN lainnya. Oleh karena itu dukungan penuh dari pemerintah, pelaku usaha besar dan masyarakat sangat diperlukan



untuk mendorong pertumbuhan UMKM supaya tidak sampai banyak yang tumbang di 2017. (sumber: depkop.go.id)

UMKM juga telah terbukti tidak terpengaruh terhadap krisis. Ketika krisis menerpa pada periode tahun 1997-1998, hanya UMKM yang mampu tetap berdiri kokoh. Data Badan Pusat Statistik memperlihatkan, pasca krisis ekonomi tahun 1997-1998 jumlah UMKM tidak berkurang, justru meningkat, bahkan mampu menyerap 85 juta hingga 107 juta tenaga kerja sampai tahun 2012.

Keberadaan UMKM juga berkontribusi besar dalam perkembangan Kota Madiun. Sebab, mampu menggerakkan pertumbuhan ekonomi di wilayah setempat, mengurangi angka pengangguran, dan tentunya berdampak pada pengurangan angka kemiskinan. Pemkot Madiun terus berintensif memberikan perhatian dengan melakukan berbagai upaya pendukung untuk meningkatkan UMKM di wilayahnya. Di antaranya, pemberian bantuan langsung ataupun dana bergulir yang bersumber dari APBD, APBD Provinsi, maupun APBN.

Sesuai data, pada tahun 2011, jumlah UMKM di Kota Madiun mencapai 22.790 unit. Jumlah tersebut naik menjadi 23.093 unit di akhir tahun 2016. Diperkirakan jumlah tersebut terus bertambah seiring dukungan kuat dari pemerintah daerah dan pusat. Dari 23.093 unit UMKM yang ada, tercatat dapat menyerap sekitar 8.000 tenaga kerja dengan nilai produksi mencapai Rp 65 miliar per tahunnya. Dari puluhan ribu UMKM tersebut, sebanyak 60 persen di antaranya merupakan usaha kecil yang bergerak di bidang makanan olahan. Salah satu produk unggulan yang diproduksi adalah sambal pecel, jajanan madumongso, kerupuk puli (lempeng), dan lainnya.

Mengingat perannya yang besar dalam meningkatkan perekonomian daerah, untuk itu Pemkot Madiun terus berupaya memberi kemudahan bagi pelaku UMKM yang ada di wilayahnya. Hal itu bertujuan agar keberadaan



UMKM tersebut terus berkembang, menghasilkan omzet yang tinggi, dan meningkatkan kesejahteraan hidup pelaku usahanya.

Hasil dari salah satu riset dengan pembahsan bahwa faktor – faktor yang menghambat pertumbuhan UMKM di Kota Madiun adalah:

- a) Kesulitan memenuhi tenaga kerja yang terampil dan tingginya biaya pemasaran independen, walaupun peminat dan SDM memadai bahkan melebihi.
- b) Dalam bidang Pemasaran, banyaknya pesaing yang bergerak dalam industri yang sama dan relatif minimnya kemampuan Branding, Lokasi dan Negosiasi independen berbagai daerah.
- c) Kesulitan melakukan pendataan terhadap UMKM dikarenakan menjamurnya Pelaku UMKM sedangkan Pelaku UMKM tidak melaporkan usahanya ke Perkantoran Dinas Perindustrian Daerah, Karena mengurus izin dari pemerintah tidak kompleks dalam satu daerah. Walaupun pemerintah sangat mendukung keberadaan UMKM.

Usaha yang dilakukan pemerintah daerah agar pemberdayaan UMKM di Kota Madiun meningkat bersama ekonomi ASEAN adalah membuat himbauan agar:

- a) UMKM mempunyai daya pikir kreatif jauh kedepan sehingga memiliki perencanaan tidak saja hanya jangka pendek, namun bersifat panjang (*To be Continued*).
- b) Belajar dari pengalaman orang lain, kegagalan dan terbuka menerima kritik dan saran untuk masukan perkembangan. Dimana sangat dibutuhkan pembelajaran atau pengalaman untuk mencapai Target yang lebih besar.
- c) Bertindak inovatif, yaitu selalu berusaha meningkatkan efisiensi, efektivitas, dan produktivitas dalam setiap aspek kegiatan UMKM agar tidak tertinggal dan disalip oleh Usaha Sebidang lainnya.



Sehubungan dengan hal tersebut, tidak jarang suatu daerah mengalami penurunan daya jual, kualitas dan gairah kreatifitas dari UMKM. Untuk mengatasinya Pemerintah Daerah memiliki ide cerdas dengan menggandeng perguruan tinggi, Interior Desain ITS untuk berkontribusi terhadap Ide dari pemerintahan yaitu Membangun Sentra UMKM, dimana lokasi eksistingnya memakai eks. Bangunan pemerintah yang di pinjamkan kepada KPU Madiun. Dengan itu diharapkan dapat mewadahi secara besar UMKM daerah Madiun. Terutama Pembuatan Galeri UMKM dan area *Foodcourt* UMKM (masih dikoordinasikan kembali dengan pemerintah kota Madiun), untuk sarana Pemasaran, Edukasi dan Pusat UMKM daerah.

1.2. RUMUSAN MASALAH

- Bagaimana peran desain interior dalam memfasilitasi UMKM Kabupaten Madiun untuk menghadapi daya saing di tingkat Daerah, Nasional, hingga Internasional?
- Bagaimana nuansa desain interior yang cocok untuk Galeri Sentra UMKM Madiun agar mampu menggambarkan ciri khas daerah dan dapat memberi kesan melekat untuk *consumer* lewat desainnya?
- Bagaimana Konsep Desain UMKM dapat selaras dengan nuansa desain interior yang diaplikasikan?

1.3. TUJUAN

- Memfasilitasi UMKM Kabupaten Madiun dengan menerapkan konsep dan nuansa desain Galeri UMKM yang diyakini dapat meningkatkan produktivitas unit UMKM.
- Mengaplikasikan nuansa modern etnik pada desain interior Galeri UMKM guna mengangkat unsur lokalitas yang berguna untuk membranding daerah tersebut sehingga tercipta kesan melekat bagi *consumer*.



- Mengetahui karakteristik nuansa desain lokal sehingga dapat diselaraskan dengan konsep desain interior.

1.4. MANFAAT

- Berkembangnya sektor perindustrian madiun terutama di bidang UMKM serta menjadikan Sentra UMKM ini sebagai fasilitas bagi pada pelaku UMKM daerah Madiun.
- Memberikan hal positif untuk nama almamater Desain Interior ITS dan Institut Teknologi Sepuluh Nopember di mata masyarakat.
- Mendapatkan pengalaman pribadi untuk dapat merencanakan desain suatu objek penting di daerah yang diharapkan dapat memberi dampak baik bagi suatu daerah.

1.5. LINGKUP DESAIN

- Lingkup desain interior utama adalah sebuah Galeri UMKM yang diharapkan dapat memfasilitasi unit UMKM di Kabupaten Madiun dengan konsep dan nuansa desain interior modern etnik.
- Secara keseluruhan, objek yang akan di desain adalah sebuah sentra UMKM yang terdiri dari Galeri UMKM itu sendiri, *foodcourt*, musholla, workshop, kantor, dan gudang.



BAB II

KAJIAN PUSTAKA, EKSISTING DAN PEMBANDING

2. 1. KAJIAN UMKM



Gambar 2.1 Contoh Desain Interior Display dan Workshop UMKM.
Sumber: Google.com, 2017

UMKM adalah singkatan dari Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. UMKM diatur berdasarkan **UU no. 26 Tahun 2008** tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. Berikut Kutipan dari isi UU 20/2008 dijelaskan dalam Sub-Bab 2.1.1 Pengertian UMKM.

2.1.1. PENGERTIAN UMKM

a. Usaha Mikro

Adalah usaha produktif milik perorangan dan/ badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam UU ini.

b. Usaha Kecil

Adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dimana dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang



memenuhi kriteria Usaha Kecil yang dimana dimaksud dalam UU no.9 Tahun 1995.

c. **Usaha Menengah**

Adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, dan dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan penjualan Tahunan sebagaimana diatur dalam UU no.9 Tahun 1995.

NO	URAIAN	KRITERIA	
		ASET	OMSET
1.	USAHA MIKRO	Maks. 50 JUTA	Maks. 300 JUTA
2.	USAHA KECIL	>50 JUTA – 500 JUTA	>300 JUTA – 2,5 MILIAR
3.	USAHA MENENGAH	>500 JUTA – 10 MILIAR	>2,5 MILIAR – 50 MILIAR

Tabel 2.1 Pembagian jenis usaha UMKM berdasarkan kriteria asset dan omset.
Sumber: UU no.26 Tahun 2008

2.1.2. KLASIFIKASI UMKM

Dalam Perspektif berdasarkan perkembangannya, UMKM dapat diklasifikasikan menjadi 4 (Empat) kelompok, yaitu :

a. ***Livelihood Activities***

Merupakan UMKM yang digunakan sebagai kesempatan kerja untuk mencari nafkah , yang lebih umum dikenal sebagai sektor informal, sebagai contoh : Pedagang Kaki Lima.

b. ***Micro Enterprise***



Merupakan UMKM yang dimiliki sifat pengrajin tetapi belum memiliki sifat kewirausahaan.

c. ***Small Dynamic Enterprise***

Merupakan UMKM yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan mampu menerima pekerjaan subkontrak dan ekspor.

d. ***Fast Moving Enterprise***

Merupakan UMKM yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan melakukan transformasi menjadi Usaha Besar. Yang dimaksud usaha besar adalah usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh badan usaha dengan jumlah Kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan lebih besar dari Usaha Menengah, yang meliputi usaha milik negara atau swasta, Usaha Patungan dan Usaha Asing yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia.

2.1.3. UNDANG – UNDANG PENGATUR UMKM INDONESIA

Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia dilindungi oleh beberapa undang undang yang mengatur tentang UMKM dan segala batasan Masalahnya. Berikut Undang- Undang UMKM :

- a. UU NO.9 TAHUN 1995 Tentang Usaha Kecil dan Usaha Menengah.
- b. PP NO. 44 TAHUN 1997 Tentang kemitraan.
- c. PP NO. 32 TAHUN 1998 Tentang Pembinaan dan Pembangunan Usaha Kecil.
- d. Inpres NO. 10 TAHUN 1999 Tentang Pemberdayaan Usaha Menengah
- e. Keppres No. 127 TAHUN 2001 Tentang Bidang / Jenis Usaha yang dicadangkan untuk Usaha Kecil.



2.1.4. ANALISIS DATA UMKM NASIONAL

Data dari Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah pada tahun 2014, terdapat sekitar 57,8 juta pelaku UMKM di Indonesia. Terutama sejak tahun 2014, Jumlah umkm di Indonesia terus mengalami perkembangan dari tahun 2014, 2015, 2016 hingga tahun 2017. Jumlah pelaku UMKM di Indonesia juga akan terus mengalami pertumbuhan dan perkembangan. **(data UMKM Nasional 2017)**

Didukung dengan data beberapa tahun belakangan, populasi penduduk dengan usia produktif lebih banyak dibandingkan dengan jumlah lapangan kerja yang tersedia. Hal ini memicu khususnya para pemuda untuk menciptakan peluang kerjanya sendiri dengan cara membuka bisnis. Sebagian besar tergolong sebagai pelaku usaha sektor industri Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM).

UMKM mempunyai peran penting dan strategis dalam pembangunan ekonomi nasional. Selain berperan dalam pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja, UMKM juga berperan dalam mendistribusikan hasil-hasil pembangunan. Selama ini UMKM telah memberikan kontribusi pada Produk Domestik Bruto (PDB) sebesar 57-60% dan tingkat penyerapan tenaga kerja sekitar 97% dari seluruh tenaga kerja nasional **(Profil Bisnis UMKM oleh LPPI dan BI tahun 2015).**



Grafik 2.1 Grafik kenaikan jumlah UMKM di Indonesia.



UMKM juga telah terbukti tidak terpengaruh terhadap krisis. Ketika krisis menerpa pada periode tahun 1997-1998, hanya UMKM yang mampu tetap berdiri kokoh. Data Badan Pusat Statistik memperlihatkan, pasca krisis ekonomi tahun 1997-1998 jumlah UMKM tidak berkurang, justru meningkat terus, bahkan mampu menyerap 85 juta hingga 107 juta tenaga kerja sampai tahun 2012.

Pada tahun itu, jumlah pengusaha di Indonesia sebanyak 56.539.560 unit. Dari jumlah tersebut, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sebanyak 56.534.592 unit atau 99.99%. Sisanya, sekitar 0,01% atau 4.968 unit adalah usaha besar.



Grafik 2.2 Grafik Perkembangan Jumlah UMKM Binaan di Indonesia.

Selama tahun 2011 sampai 2012 terjadi pertumbuhan pada UMKM serta penurunan pada usaha besar. Bila pada tahun 2011, usaha besar mencapai 41,95% tahun berikutnya hanya 40,92%, turun sekitar 1,03%. Pada UMKM terjadi sebaliknya. Bila usaha menengah pada tahun 2011 hanya 13,46%, pada tahun 2012 mencapai 13,59%. Ada peningkatan sebesar 0,13%.

Berbeda dengan usaha kecil, ada sedikit penurunan dari tahun 2011. Pada tahun itu mencapai 9,94% namun pada tahun 2012 hanya mencapai 9,68%, artinya menurun sekitar 0,26%. Peningkatan cukup besar terjadi pada usaha mikro, bila tahun 2011 hanya mencapai

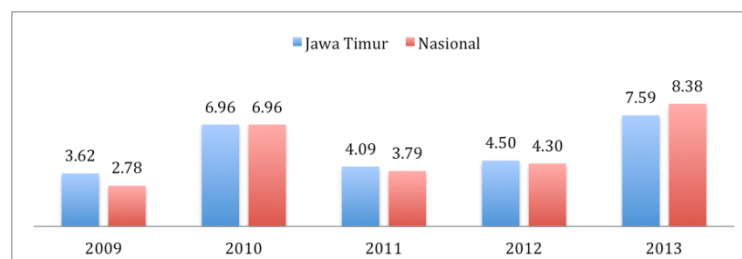


34,64%, pada tahun 2012 berhasil meraih 38,81% terjadi peningkatan sebesar 4,17%. *(sumber: depkop.go.id)*

UMKM telah menjadi tulang punggung perekonomian Indonesia dan ASEAN. Sekitar 88,8-99,9% bentuk usaha di ASEAN adalah UMKM dengan penyerapan tenaga kerja mencapai 51,7-97,2%. UMKM memiliki proporsi sebesar 99,99% dari total keseluruhan pelaku usaha di Indonesia atau sebanyak 56,54 juta unit. Menyadari pentingnya kontribusi UMKM dalam meningkatkan perekonomian yang positif di Indonesia, 3 BUMN telah bersinergi untuk mendorong peningkatan UMKM di Indonesia. MEA (Masyarakat Ekonomi ASEAN) sudah diberlakukan sejak awal tahun 2016. Hal ini menuntut para pelaku UMKM agar bisa bersaing dengan para pengusaha dari negara ASEAN lainnya. Oleh karena itu dukungan penuh dari pemerintah, pelaku usaha besar dan masyarakat sangat diperlukan untuk mendorong pertumbuhan UMKM supaya tidak sampai banyak yang tumbang di 2017. *(sumber: depkop.go.id)*

2.1.5. ANALISIS DATA UMKM MADIUN

Sesuai data, pada tahun 2011, jumlah UMKM di Kota Madiun mencapai 22.790 unit. Jumlah tersebut naik menjadi 23.093 unit di akhir tahun 2016. Diperkirakan jumlah tersebut terus bertambah seiring dukungan kuat dari pemerintah daerah dan pusat. Dari 23.093 unit UMKM yang ada, tercatat dapat menyerap sekitar 8.000 tenaga kerja dengan nilai produksi mencapai Rp. 65 miliar per tahunnya.



Grafik 2.3 Persentase kenaikan jumlah UMKM di Indonesia



Dari puluhan ribu UMKM tersebut, sebanyak 60 persen di antaranya merupakan usaha kecil yang bergerak di bidang makanan olahan. Salah satu produk unggulan yang diproduksi adalah sambal pecel, jajanan madumongso, kerupuk puli (lempeng), dan lainnya.

Keberadaan UMKM berkontribusi besar dalam perkembangan Kota Madiun. Sebab, mampu menggerakkan pertumbuhan ekonomi di wilayah setempat, mengurangi angka pengangguran, dan tentunya berdampak pada pengurangan angka kemiskinan. Pemkot Madiun terus berintensif memberikan perhatian dengan melakukan berbagai upaya pendukung untuk meningkatkan UMKM di wilayahnya. Di antaranya, pemberian bantuan langsung ataupun dana bergulir yang bersumber dari APBD, APBD Provinsi, maupun APBN.

Mengingat perannya yang besar dalam meningkatkan perekonomian daerah, untuk itu Pemkot Madiun terus berupaya memberi kemudahan bagi pelaku UMKM yang ada di wilayahnya. Hal itu bertujuan agar keberadaan UMKM tersebut terus berkembang, menghasilkan omzet yang tinggi, dan meningkatkan kesejahteraan hidup pelaku usahanya.



Gambar 2.2 Contoh Pekerja UMKM Brem di Madiun
Sumber: google.com, 2017



2. 2. KAJIAN MODERN ETNIK

2.2.1. PENGERTIAN ETNIK

Pengertian atau definisi Etnik adalah seperangkat keadaan atau kondisi spesifik yang dimiliki oleh kelompok masyarakat tertentu atau kelompok etnik. Yang dimaksud dengan sekelompok etnik adalah sekumpulan orang atau individu yang mempunyai budaya dan sosial yang unik serta menurunkannya kepada generasi mereka yang berikutnya.

1. KOMPONEN ETNIK

Menurut wujudnya, kebudayaan dapat digolongkan menjadi dua komponen utama sebagai berikut.

pertama adalah kebudayaan material. Semua komponen kebudayaan yang mengacu pada semua ciptaan atau yang dihasilkan masyarakat yang berbentuk nyata atau konkret. Yang termasuk dalam kebudayaan material ini antara lain penemuan-penemuan yang dihasilkan dari suatu penggalian arkeologi seperti perhiasan, mangkuk tanah liat, senjata, dan lain sejenisnya. Kebudayaan material juga mencakup barang-barang seperti stadion olahraga, televisi, pesawat terbang, pakaian, mesin cuci dan gedung pencakar langit serta yang lain sejenisnya.

kedua adalah kebudayaan nonmaterial. Merupakan komponen kebudayaan berupa ciptaan-ciptaan abstrak yang diwariskan dari generasi ke generasi. Misalnya antara lain seperti lagu-lagu, dongeng, atau tarian tradisional dan cerita rakyat dan sejenisnya.



2. KOMPONEN WUJUD ETNIK

Berdasarkan pada pendapat ahli bernama D. Oncil, menyebutkan bahwa wujud dari kebudayaan dibedakan menjadi tiga yang terdiri dari gagasan, aktivitas, dan artefak. Yang dimaksud dengan gagasan atau wujud ideal adalah merupakan kebudayaan yang berbentuk kumpulan ide-ide, gagasan-gagasan, nilai-nilai, norma-norma, peraturan-peraturan, dan sebagainya yang bersifat abstrak atau tidak nyata; tidak dapat diraba atau disentuh. Wujud dari kebudayaan ini terletak dalam kepala atau di alam pemikiran warga masyarakat. Jika masyarakat tersebut menyatakan gagasan mereka dalam bentuk tulisan, maka lokasi dari kebudayaan ideal itu berada dalam karangan dan buku-buku hasil karya para penulis tersebut. Yang dimaksud aktivitas individu atau tindakan adalah merupakan wujud dari kebudayaan sebagai suatu tindakan yang berpola dari individu/manusia dalam masyarakat tersebut. Wujud ini sering pula disebut dengan sistem sosial. Sistem sosial tersebut terdiri atas berbagai aktivitas manusia yang saling berinteraksi, bergaul serta mengadakan kontak dengan individu atau manusia lainnya

2.2.2. PENGERTIAN MODERN ETNIK

Menurut Wikipedia Ensiklopedia Bebas, modern adalah suatu langgam yang menggunakan bentuk sederhana dan geometris dalam pengaplikasiannya pada interior maupun eksterior. Modern biasanya merujuk pada sesuatu hal yang terkini dan terbaru.

Sedangkan, gaya desain interior etnik Indonesia adalah gaya yang mengadopsi kebudayaan lokal Indonesia. Gaya etnik ini sarat dengan makna dan simbol adat masyarakat suku tertentu di Indonesia. Desain etnik tidak harus muncul secara utuh dalam sebuah. Hanya



dengan memajang aksesoris dan ornamen hiasan/estetis bertema etnik tertentu, sudah mendukung hadirnya sebuah nuansa etnik dalam desain interior.

Menurut Hedda Pier, Modern Etnik adalah semua yang berhubungan dengan kedinamisan dan keseimbangan antara tekstur, bentuk simpel, kenaturalan, motif bentukan dan warna. Semua itu adalah tentang *earthy materials* bertemu dengan modern minimalis. Teknik kreatif etnik / kerajinan seperti memahat, mengolah tanaman, mengolah bentuk – bentuk dan kain yang rata – rata menggunakan bahan alami seperti kayu, tumbuh tumbuhan dan lainnya. Kolaborasi antara material, kerajinan dan etnik tersebut dengan bentuk bentuk modern itulah yang dinamakan Modern Etnik

2.2.3. LATAR BELAKANG MODERN ETNIK

Dewasa ini, interior bergaya minimalis dan modern memang sedang menjadi tren. Namun, ditengah maraknya desain bergaya internasional, masih banyak masyarakat yang ingin mengutamakan nilai-nilai lokal hingga menyebabkan tidak tergesernya desain interior etnik. Banyak masyarakat yang menganggap bahwa Indonesia merupakan Negara dengan kekayaan budaya yang melimpah, sehingga sayang untuk tidak melestarikannya. Untuk menyeimbangi kedua hal tersebut, maka muncullah gaya modern etnik. Gaya etnik dianggap mewah jika dikombinasikan dengan gaya modern minimalis yang menjadi tren saat ini.

2.2.4. KARAKTERISTIK MODERN ETNIK

Karakteristik utama dari desain modern etnik dapat dilihat dari pengertiannya. Tema modern etnik juga dapat dibilang sebagai perkembangan konsep minimalis yang dipadukan dengan etnik khas.



Karakteristik yang dapat diperhatikan dari desain interior bertema modern etnik adalah:

- a. Ruangan ditata sedemikian rupa agar fungsional.
- b. Memperhatikan efisiensi serta multifungsi desain.
- c. Menghadirkan kebudayaan lokal Indonesia di dalam ruangan.
- d. Memberi efek rekreasi pada pengguna ruangan karena citra budaya yang dihadirkan.

2.2.5. CONTOH VISUAL INTERIOR MODERN ETNIK



Gambar 2.3 Interior modern etnik pada area keluarga.
Sumber: Rumah.com, 2017

Interior area keluarga diatas merupakan sebuah contoh interior bergaya modern etnik. Gaya modern dapat dilihat dari pemilihan bentuk serta tata ruang yang minimalis. Selain itu, sentuhan material modern juga menambah kesan mewah di dalam interior tersebut. Gaya etnik yang digunakan dalam interior ruangan tersebut terlihat jelas dari motif yang ada pada sarung bantal, serta pemilihan palet warna yang cenderung netral. Material alam juga menambah kesan etnik di dalam ruangan tersebut.



2.3. KAJIAN GALERI



Gambar 2.4 Contoh konsep desain interior Galeri.
Sumber: pinterest.com, 2017

2.3.1. PENGERTIAN GALERI

Galeri adalah sebuah lembaga yang bersifat tetap, tidak mencari keuntungan, melayani masyarakat, terbuka untuk umum, mengumpulkan, merawat dan memamerkan benda-benda yang bersangkutan, yang bertujuan untuk penelitian, pendidikan dan hiburan

Dari penjabaran tersebut dapat disimpulkan bahwa Galeri merupakan gedung yang digunakan sebagai tempat untuk memamerkan benda atau karya seni yang mendapat tempat perhatian umum.



Gambar 2.5 Contoh sketsa desain interior Galeri.
Sumber: pinterest.com, 2017



Beberapa sumber berpendapat bahwa galeri adalah, *“An art gallery is a space for the exhibition of art”* Yang berarti suatu tempat untuk memamerkan hasil karya, baik berupa karya ataupun kerajinan, budaya. Galeri berasal dari kata latin yaitu “galleria”, sebuah kata benda yang bermakna “ sebuah ruang terbuka tanpa pintu yang dibatasi dinding berbentuk U dan disangga tiang-tiang kantilever yang berfungsi sebagai ruang pertemuan umum untuk berdiskusi apa saja” Pengertian tersebut, dapat ditarik sebuah pengertian bahwa galeri adalah tempat/ruang yang digunakan sebagai memamerkan karya dan budaya dalam bentuk dan penataan secara estetis. Galeri bukan saja digunakan sebagai pusat hiburan, melainkan sebagai pengembang wawasan dan edukasi setiap pengunjung. Galeri berbeda dengan museum, selain berbeda dari ukuran, perbedaan yang paling menonjol dari galeri dan museum adalah bila galeri hanya menjual hasil karya, sedangkan museum hanya tempat atau wadah untuk memamerkan koleksi benda-benda yang memiliki nilai sejarah dan langka. Bagaimanapun, ada banyak galeri yang tidak menjual hasil karya mereka, namun digunakan sebagai pusat edukasi dan konservasi. (http://en.wikipedia.org/wiki/Art_museum).

2.3.2. KATEGORI GALERI

Kategori galeri berdasarkan fungsi dan karakter, yaitu :

a. Galeri di Dalam Museum

Yaitu galeri khusus untuk memamerkan benda-benda yang dianggap memiliki nilai sejarah ataupun kelangkaan.

b. Galeri Kontemporer

Yaitu galeri yang memiliki fungsi komersial dan dimiliki oleh perorangan.

c. Vanity Galeri

Yaitu galeri seni artistik yang dapat diubah menjadi suatu kegiatan didalamnya, seperti pendidikan dan pekerjaan.

d. Galeri Arsitektur



Yaitu galeri untuk memamerkan hasil karya-karya di bidang arsitektur yang memiliki perbedaan antara 4 jenis galeri tersebut menurut karakter masing-masing.

e. Galeri Komersil

Fungsi utamanya adalah untuk mencari keuntungan, bisnis secara pribadi untuk menjual hasil karya. Ada juga galeri tidak berorientasi mencari keuntungan kolektif, dari pemerintah nasional atau lokal (<http://en.wikipedia.org/wiki/artmuseum>)



Gambar 2.6 Contoh interior Vanity Galeri (kiri) dan Galeri Komersil (kanan).
Sumber: pinterest.com, 2017

Selain jenis galeri berdasarkan fungsi dan karakter, terdapat juga jenis galeri berdasarkan penilaian lainnya seperti dibawah:

JENIS GALERI	KETERANGAN
Berdasarkan Status Masyarakat	- Galeri swasta yang diselenggarakan dan dikelola oleh badan swasta dalam bentuk badan hukum - Galeri pemerintah diselenggarakan oleh pemerintah pusat maupun pemerintah daerah.
Berdasarkan Jenis Koleksinya	- Galeri umum - Galeri khusus - Galeri pendidikan
Menurut Luas Lingkup Wilayah	- Galeri nasional - Galeri yang mempunyai ruang lingkup yang lebih besar - Galeri lokal - Galeri yang mempunyai ruang lingkup yang lebih



	sempit, meliputi kabupaten dan kota
--	-------------------------------------

2.3.3. FAKTOR UTAMA PERANCANGAN GALERI

Ada beberapa faktor utama perancangan galeri yang harus diperhatikan agar desain interior galeri tersebut dapat memberikan kesan yang nyaman terhadap pengunjung, yaitu sebagai berikut:

a. Faktor Koleksi

Penampilan benda-benda koleksi yang merupakan suatu syarat terbentuknya Galeri Budaya, terutama dari segi visual sebagai mediator dari pesan pesan yang disampaikan, misalnya:

1. Senjata Tradisional Daerah tersebut
2. Alat Transportasi Tradisional daerah tersebut.

Tabel 2.2. Pembagian Kategori Galeri menurut beberapa penilaian.

3. Makanan Minuman daerah tersebut.
4. Kerajinan Daerah tersebut.

b. Faktor Karakter Pengunjung

Galeri budaya secara garis besar dapat diuraikan menjadi 3(tiga) Tipe pengunjung dengan kriteria dan karakter yang berbeda beda, berikut adalah (tiga) Faktor tersebut :

1. Pengunjung yang hanya menikmati galeri / pameran dalam arti berekreasi.
2. Pengunjung Ilmiah, Pengunjung hanya ingin mencariinformasi tentang produk atau barang karya budaya yang di pameran di galeri
3. Pengunjung yang melalui proses penerimaan dengan memberikan pengarahan ataupun pendidikan sebagai petunjuk.

c. Faktor Motivasi Pengunjung



Pendekatan terhadap pengunjung agar pengunjung dapat merasa nyaman berada dalam sebuah Interior Galeri juga memiliki Faktor, Dimana secara garis besar faktor tersebut sebagai berikut:

- **Pendekatan Estetis**

Lebih menonjolkan segi estetika dari penataan Interior salam Galeri, misal seperti permainan Material dan Pola desain dari elemen- elemen Interior yaitu Lantai, Dinding dan Plafon / Atap.

- **Pendekatan Romantik**

Pendekatan ini menonjolkan dari segi manusiawi dan daya imajinasi yang mengundang partisipasi dan identifikasi pengunjung.

- **Pendekatan Intelektual**

Pendekatan terakhir ini menonjolkan dari segi ilmu dan pengetahuan atau sejarah dari suatu produk yang dimuat dalam konsep Galeri tersebut.

2.3.4. FASILITAS GALERI



Gambar 2.7 Contoh fasilitas yang ada di Galeri.
Sumber: Pinterest.com, 2017.



Sebuah Galeri pasti memiliki fasilitas guna mendukung kenyamanan pengguna. Contoh fasilitas Galeri ada beberapa, antara lain :

1. Exhibition Room
2. Workshop
3. Stock Room
4. Restorasion Room
5. Auction Room
6. Wadah berkumpulnya pelaku seniman dan produsen lokal.

2.3.5. TATA DISPLAY GALERI



Gambar 2.8 Contoh Tata Display Galeri.
Sumber: Pinterest.com, 2017.

Terdapat 3 (tiga) macam penataan atau display benda koleksi menurut Patricia Tutt dan Davis Adler (Architectural Press, 1979) yaitu:

a. *In Show Case*

Benda koleksi mempunyai dimensi kecil maka diperlukan suatu tempat displau berupa kotak tembus pandang yang biasanya terbuat dari kaca, selain untuk melindungi, kotak tersebut terkadang berfungsi untuk memperjelas atau memperkuat tema benda koleksi.



b. Free Standing on the Floor or Plinth or Support

Besar display atau karya yang maksimal sehingga dibutuhkan sebuah panggung khusus atau pembuatan leveling guna batas dari display yg ada. Sebagai contoh: Patung.

c. On Wall or Panels

Benda yang akan dipamerkan biasanya merupakan karya kecil 2 dimensi dan ditempatkan di dinding ruangan maupun partisi yang dibentuk untuk menjadikan pembatas ruang.

2.4. KAJIAN DISPLAY BARANG

2.4.1. PENGERTIAN DISPLAY

Menurut Buchari Alma (2009:189) display ialah keinginan membeli sesuatu yang tidak didorong oleh seseorang, tapi didorong oleh penglihatan ataupun oleh perasaan lainnya.

Ngadiman (2008 : 329) menyatakan bahwa display tata letak barang dengan memperhatikan unsur pengelompokan jenis dan kegunaan barang, kerapihan dan keindahan agar terkesan menarik dan mengarahkan konsumen untuk melihat, mendorong, dan memutuskan untuk membeli. M. Tohar (2000:50) berpendapat bahwa menempatkan barang merupakan hal yang penting terutama penempatan barang dalam windows display, interior display, dan exterior display.

Selanjutnya, Menurut Buchari Alma (2009:189) display dibagi menjadi 3 macam yaitu:

2.4.1.1. WINDOWS DISPLAY

Yaitu memajangkan barang-barang, gambar -gambar kartu harga, symbol -simbol dan sebagainya di bagian toko yang disebut etalase. Dengan demikian calon konsumen



yang lewat di muka took-toko diharapkan akan tertarik oleh barang-barang tersebut dan ingin masuk ke dalam took. Wajah toko akan berubah jika windows display diganti. Fungsi windows display ini mempunyai beberapa tujuan sebagai berikut:

- a. Untuk menarik perhatian orang-orang yang lewat.
- b. Menyatakan kualitas yang baik, atau harga yang murah, sebagai ciri khas dari toko tersebut.
- c. Memancing perhatian terhadap barang-barang istimewa yang dijual toko.
- d. Untuk menimbulkan impulse buying (dorongan seketika untuk membeli).
- e. Agar menimbulkan daya tarik terhadap keseluruhan daya toko.

2.4.2. INTERIOR DISPLAY

Yaitu memajangkan barang-barang, gambar-gambar, kartu-kartu harga, poster-poster didalam toko misalnya di lantai, di meja, di rak-rak dan sebagainya. Interior display ini ada beberapa macam:

2.4.2.1. MERCHANDISE DISPLAY

Barang-barang dagangan dipajangkan didalam toko dan ada tiga bentuk memajangnya, yaitu :

1) Open display

barang-barang dipajangkan pada suatu tempat terbuka sehingga dapat dihindari dan dipegang, dilihat dan diteliti oleh calon pembeli tanpa bantuan dari petugas-petugas penjualnya, misalnya self display, island display (barang disimpan di atas lantai yang di atur bagus seperti pulau-pulau dan sebagainya).

2) Closed display:

barang-barang dipajangkan dalam suasana tempat tertutup. Barang-barang tersebut tidak dapat dihindari dan dipegang atau diteliti oleh calon pembeli kecuali atas bantuan



petugas. Jelas ini bertujuan melindungi barang dari kerusakan, pencurian dan sebagainya.

3) *Architecture display*:

memperlihatkan barang-barang dalam penggunaannya misalnya diruang tamu, meubel dikamar tidur, dapur dengan perlengkapannya, dan sebagainya.

2.4.2.2. STORE SIGN AND DECORATION

Tanda-tanda, simbol-simbol, lambang-lambang, poster-poster, gambar-gambar, bendera-bendera, semboyan-semboyan dan sebagainya disimpan diatas meja atau digantung didalam toko. Store design digunakan untuk membimbing calon pembeli ke arah barang dagangan dan memberi keterangan kepada mereka tentang kegunaan barang-barang tersebut. “decoration” pada umumnya diguna-kan dalam rangka peristiwa khusus seperti penjualan pada saat Hari Raya, Natal, Tahun Baru dan sebagainya.

2.4.2.3. DEALER DISPLAY

Ini dilaksanakan oleh wholesaler terdiri dari simbol-simbol petunjuk-petunjuk tentang penggunaan produk, yang kesemuanya berasal dari produsen. Dengan memperlihatkan kegunaan produk dalam gambar dan petunjuk, maka display ini juga memberi peringatan kepada para petugas penjualan agar mereka tidak memberikan keterangan yang tidak sesuai dengan petunjuk yang ada dalam gambar tersebut.

2.4.3. EKSTERIOR DISPLAY

Ini dilaksanakan dengan memajangkan barang-barang diluar kota misalnya, pada waktu mengadakan obral, pasar malam. Display ini mempunyai beberapa fungsi antara lain:

- a. Memperkenalkan suatu produk secara tepat dan ekonomis.



- b. Membantu para produsen menyalurkan barang-barangnya dengan cepat dan ekonomis.
- c. Membantu mengkoordinasikan advertis-ing dan merchandising
- d. Membangun hubungan yang baik den-gan masyarakat misalnya pada hari raya. Semakin tinggi tingkat pameran display, maka semakin besar pula angka penjualan dan pengembalian investasi

2.5. KAJIAN RETAIL

2.5.1. PENGERTIAN RETAIL

Retail adalah semua kegiatan penjualan barang maupun jasasecara langsung kepada konsumen akhir untuk pemakaian pribadi dan atau rumah tangga, bukan untuk keperluan bisnis. Apabila institusi pabrikan, Retail Store atau wholesaler menjual sesuatu kepada konsumen akhir untuk pemakaian nonbisnis, maka itu berarti mereka sudah melakukan Penjualan Retail.

2.5.2. FUNGSI RETAIL

Fungsi utama dari Retailing ada 4 (empat), yaitu:

- 1. Membeli dan menyimpan barang.
- 2. Memindahkan hak milik barang kepada konsumen akhir.
- 3. Memberikan informasitentang sifat dasar serta cara pemakaian barang tersebut.
- 4. Memberikan kredit kepada konsumen (dalam kasus tertentu).

2.5.3. FAKTOR KONSUMEN RETAIL

Dalam suatu Retail Store ada juga faktor faktor yang harus di perhatikan, Pembeli / Konsumen mempertimbangkan banyak hal diantaranya adalah Faktor yang berhubungan dengan kebutuhan ekonominya dan kebutuhan emosional (seperti gengsi). Berikut adalah faktor faktor yang berpengaruh:

a. Harga



Terdapat retail store yang memasang harga mati seperti misalnya Supermarket dan Departemen store. Serta ada pula yang menetapkan Harga Fleksibel atau dapat ditawarkan.

b. Kualitas Produk

Kualitas seperti apa yang ditawarkan *dengan build quality grade* yang memumpuni.

c. Nilai yang Ditawarkan,

d. Kemudahan

Kemudahan ini memiliki banyak arti dan maksud seperti kemudahan Parkir, Mudah mencari produk, Mudah mengenali produk, Mudah membandingkan, Sehingga dapat segera memilih dan memutuskan untuk pembayaran.

e. Bantuan Wiranaga

Swalayan membantu secara aktif dan inisiatif

f. Reputasi

g. Jasa – Jasa Khusus

2.5.4. KATEGORI RETAIL

Retailing dapat diklasifikasikan berdasarkan lima kriteria, yaitu tipe kepemilikan, produk atau jasa yang dijual, non store retailing, strategi penetapan harga, dan lokasi. Berikut penjelasan lebih dalam.

- **Tipe Kepemilikan**

Tipe kepemilikan sebuah retail juga berpengaruh terhadap klasifikasi Retail, dimana dapat menjadi suatu poin penilaian dan kriteria jenis suatu Retailing. Berikut berdasarkan tipe tipenya yang dibagi menjadi tiga jenis. Yaitu sebagai berikut:

a. Independent retail firm

Merupakan suatu outlet pengecer yang dimiliki serta dioperasikan secara independen dan tanpa afiliasi



(penggabungan). Contoh kios, warung, atau toko toko barang kelontong yang dimiliki oleh orang per orang, baik yang berlokasi di pasar regional, pasar tradisional, pasar inpres, jajaran rumah toko, perumahan penduduk, ataupun di lokasi lokasi lainnya, termasuk juga outlet yang dikelola oleh Koperasi.

b. Waralaba (*Franchising*)

Yakni suatu sistem pemasaran atau distribusi barang dan jasa, dimana sebuah perusahaan induk memberikan kepada perusahaan atau individu lain yang berskala menengah atau kecil dengan hak hak istimewa untuk melaksanakan suatu sistem usaha tertentu melalui cara yang telah ditentukan, selama waktu tertentu dan disuatu tempat tertentu.

c. *Corporate chain*

ialah suatu kelompok yang terdiri dari satu atau lebih perusahaan / usaha bisnis yang saling berhubungan dalam satu manajemen dan dimiliki oleh suatu kelompok pemegang saham. Wujudnya dapat berupa Swalayan, Speciality store, jaringan Toko Serba ada (departement store), ataupun jaringan superstore (Mall).

- **Produk atau Jasa Jual**

Berdasarkan kriteria produk atau jasa yang dijual, retailing dapat dibagi menjadi 2 jenis. Yakni *service retailing* dan *product retailing*. Yaitu sebagai berikut:

a. *Service Retailing*, yaitu terdapat 3 (tiga) jenis sebagai berikut:

- *Rented Goods Service*, sebuah usaha retail yang dimana berada dalam perjanjian sewa menyewa atau kontrak antar Retail dan penjual
- *Owned Goods Service*



- *Non Goods Service*



Gambar 2.9 Contoh *service retailing* (Tailor).

Sumber: Pinterest.com, 2017.

b. *Product Retailing,*

- *Departement Store*, menjual segala macam item yang diantaranya perabotan, mebel, pakaian, perlengkapan dan peralatan rumah tangga. Umumnya *dept store* yang besar dibagi secara divisi dan departemen
- *Speciality Store* Atau Toko khusus adalah suatu bentuk pasar yang menjual suatu lini barang dengan kedalaman tertentu. Sebagai beberapa klasifikasi produk yang lebih dalam dan beragam. Konsentrasinya pada barang dagang ang terbatas atau sedikit. Umumnya berlokasi dipusat pusat perbelanjaan yang besar.



Gambar 2.10 Contoh *product retailing* (Toy Store).

Sumber: Google.com, 2017.

- *Catalog showroom*, menawarkan merek nasionaln harga yang rendah dan daerah perbelanjaan yang



kecil yang berdekatan dengan tempat pajangan. Biasanya pembeli akan menelaah kataloh-katalog yang tedistribusi luas sebelum akhirnya mengunjungi toko tersebut. Pembeli atau konsumen harus melengkapi blanko pemesanan yang akan diproses sebelum item yang dibeli diserahkan kepadanya dilokasi pusat. Dengan membatasi pajangan produknya.



Gambar 2.11 Contoh *Catalog Showroom (Furniture Store)*.
Sumber: Google.com, 2017.

- *Food and drug retailer,*
- c. ***Non Store Retailing,***
 - Telephone and Media retail
 - Vending machines
 - Electronic Shopping

2.6. TATA CAHAYA

2.6.1. PENGERTIAN TATA CAHAYA

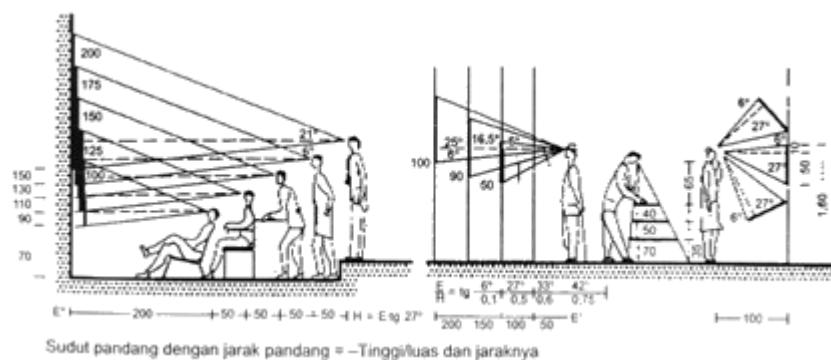
Pencahayaan adalah jumlah penyinaran pada suatu bidang kerja yang diperlukan untuk melaksanakan kegiatan secara efektif. Dengan adanya cahaya pada lingkungan ruang dalam yang bertujuan menyinari berbagai bentuk elemen-elemen yang ada di dalam ruang, sehingga ruangan menjadi teramati dan dapat dirasakan suasana visualnya.



Gambar 2.12 Contoh Tata Cahaya pada Galeri.
Sumber: Pinterest.com, 2017.

2.6.2. ARAH DATANG CAHAYA

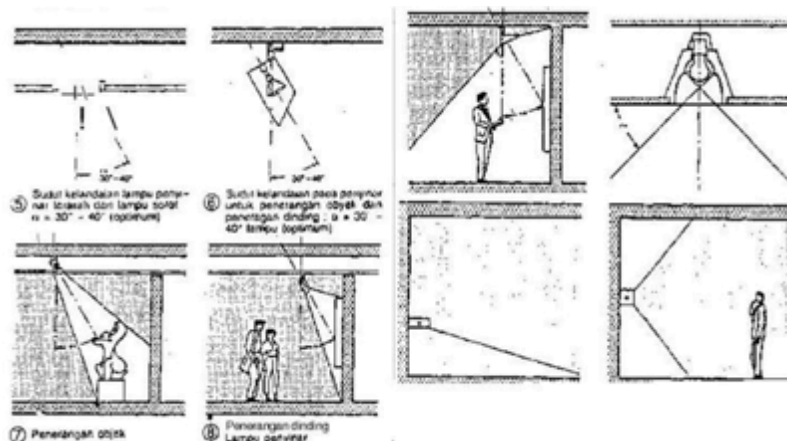
Pandangan yang nyaman ke arah objek display pada tembok adalah pandangan di dalam daerah visual 30° ke arah atas, 30° ke arah bawah, 30° ke arah kiri. Hal tersebut dikarenakan pada daerah tersebut merupakan daerah dimana mata kita dapat mengenali warna atau membedakan daerah dimana kita dapat mengenali warna. Sebagai penjabaran seperti ilustrasi berikut:



Gambar 2.13 Ilustrasi arah pandang yang nyaman pada Galeri.
Sumber: Panero; Zelnik, 1979.



Pencahayaan yang memberikan kesan ruang dan meningkatkan kualitas karya dan produk Pencahayaan dalam galeri seni dapat berupa cahaya alami dan buatan (dengan menggunakan spotlight).



Gambar 2.14 Ilustrasi letak pencahayaan terhadap arah pandang yang nyaman pada Galeri.

Sumber: Google.com, 2017.

Sistem pencahayaan buatan masyarakat Indonesia mempunyai jarak pandangan yang nyaman dengan ketinggian tertentu untuk menikmati suatu objek yang dilihat, yakni:

Pengguna	Tinggi Rata-Rata	Pandangan Mata
Pria	165 cm	160 cm
Wanita	155 cm	150 cm
Anak - anak	115 cm	110 cm

Tabel 2.3 Jarak pencahayaan terhadap arah pandang yang nyaman pada Galeri.

2.6.3. SUMBER PENCAHAYAAN

Menurut sumbernya, pencahayaan dapat dibagi menjadi:



a. Pencahayaan Alami

Pencahayaan alami adalah sumber pencahayaan yang berasal dari sinar matahari. Sinar alamimempunyai banyak keuntungan, selain menghemat energi listrik juga dapat membunuh kuman. Untukmendapatkan pencahayaan alami pada suatu ruang diperlukan jendela-jendela yang besar ataupun dinding kaca sekurang-kurangnya 1/6 daripada luas lantai.

Sumber pencahayaan alami kadang dirasa kurang efektif dibanding dengan penggunaan pencahayaanbuatan, selain karena intensitas cahaya yang tidak tetap, sumber alami menghasilkan panas terutama saat siang hari.

b. Pencahayaan Buatan

Pencahayaan buatan adalah pencahayaan yang dihasilkan oleh sumber cahaya selain cahaya alami. Pencahayaan buatan sangat diperlukan apabila posisi ruangan sulit dicapai oleh pencahayaan alami atausaat pencahayaan alami tidak mencukupi. Fungsi pokok pencahayaan buatan baik yang diterapkan secara mandiri maupun yang dikombinasikan dengan pencahayaan alami adalah sebagai berikut:

- Menciptakan lingkungan yang memungkinkan penghuni melihat secara detail serta terlaksananya tugasserta kegiatan visual secara mudah dan tepat.
- Memungkinkan penghuni berjalan dan bergerak secara mudah dan aman.
- Tidak menimbulkan penambahan suhu udara yang berlebihan pada tempat kerja.
- Memberikan pencahayaan dengan intensitas yang tetap menyebar secara merata, tidak berkedip, tidakmenyilaukan, dan tidak menimbulkan bayang-bayang^[1]
- Meningkatkan lingkungan visual yang nyaman dan



meningkatkan prestasi.

2.6.4. JENIS PENCAHAYAAN BUATAN

Dalam teknik pencahayaan memiliki beberapa strategi untuk membuat suasana menjadi berubah, dengan merubah titik lampu serta layout sendiri. Dalam pencahayaan memiliki beberapa jenis, berikut penjabaran lebih lanjut dari pencahayaan.

a. General Lighting

General lighting atau pencahayaan umum adalah sistem pencahayaan yang menjadi sumber penerangan utama. Umumnya penerangan dilakukan dengan cara menempatkan titik lampu pada titik tengah ruangan atau pada beberapa titik yang dipasang secara simetris dan merata.

Tujuan menggunakan general lighting adalah menghasilkan sumber cahaya secara terang dan menyeluruh. Lampu yang digunakan adalah lampu TL atau downlight. Selain itu, dapat pula digunakan pencahayaan tidak langsung (*indirect lighting*) dengan lampu tersembunyi yang memanfaatkan bias cahayanya saja.

Keunggulan lampu *indirect* adalah dapat menghasilkan cahaya yang merata tanpa membuat mata silau dan suasana “hangat” pun lebih terasa dengan tampilan lampu warna kekuningan.





Gambar 2.15 Ilustrasi pencahayaan general lighting pada suatu ruangan.
Sumber: Google.com, 2017.

b. Task Lighting

Task lighting merupakan sistem pencahayaan yang difokuskan pada suatu area dengan tujuan membantu aktivitas tertentu. Task lighting juga dapat menjadi satu cara untuk menghindari ketegangan mata ketika beraktivitas.

Contoh *task lighting* adalah ruang kerja yang dilengkapi dengan lampu meja untuk membaca sehingga mata tidak cepat lelah. Contoh lain adalah lampu di atas counter table yang memungkinkan orang untuk membaca resep masakanketika akan memasak. Atau, lampu gantung yang diletakkan di atas ruang makan yang mengarah pada meja makan. Selain diperuntukkan sebagai lampu penegas fungsi, task lighting juga dapat berfungsi sebagai pembentuk suasana.



Gambar 2.16 Ilustrasi pencahayaan task lighting pada suatu ruangan.
Sumber: Pinterest.com, 2017.

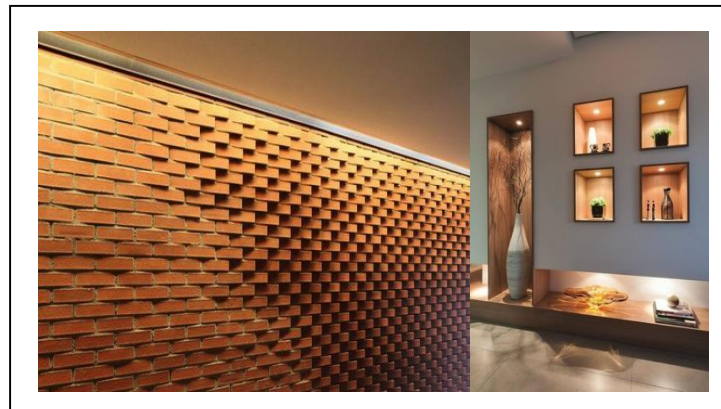
c. Accent lighting

Accent lighting digunakan untuk menyorot atau memfokuskan pada suatu benda agar dapat lebih terlihat. Pemasangan accent lighting pada ruang dalam umumnya



digunakan untuk menyorot benda seni (artwork) atau menyorot lukisan.

Accent lighting dapat dihasilkan dengan menggunakan spotlight karena dapat menghasilkan bias cahaya yang kuat dan menghasilkan fokus pada objek yang dituju. Aplikasi wall lamp juga dapat digunakan untuk pada dinding tertentu sehingga menghasilkan tampilan ruang yang dinamis. Ditambah juga dengan Led Strip atau teknik Hidden Lamp mampu membuat accent yang baik dalam ruangan, sekaligus menjadikan estetis ruangan semakin terasa dan dinamis.

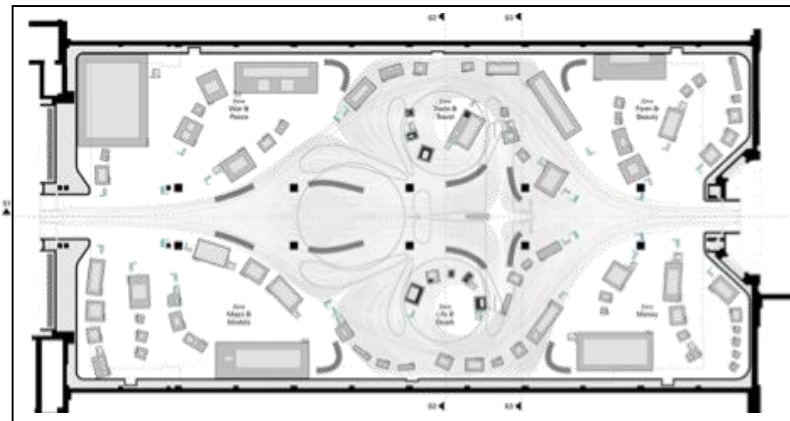


Gambar 2.17 Ilustrasi pencahayaan accent lighting pada suatu ruangan.
Sumber: Pinterest.com, 2017.

2.7. TATA LETAK / LAYOUT

2.7.1. PENGERTIAN LAYOUT

Layout atau tata letak berhubungan erat dengan alokasi ruang, guna penempatan produk yang akan dijual. Layout adalah pemetaan Area yang dirancang sebagai tempat menjual suatu produk untuk membantu konsumen dalam berbelanja dan mencari produk.



Gambar 2.18 Contoh penataan letak pada interior.
Sumber: Google.com, 2017.

2.7.2. TUJUAN LAYOUT

Tujuan dari layout sendiri ialah untuk mendekatkan produk kepada konsumen agar tersedia dalam tempat serta jumlah yang tepat, untuk kenyamanan dan kemudahan untuk memperoleh produk, serta untuk efisiensi dan efektifitas space yang ada, yaitu pengelompokan produk berdasarkan group dan sub group.

2.7.3. MANFAAT LAYOUT

Dengan layout yang baik maka, penjual dan Konsumen akan mendapatkan beberapa manfaat, yaitu sebagai berikut:

a. Manfaat Kegunaan Tempat

Kegunaan ini didapatkan konsumen karena dengan Produk (Layout) ditempatkan pada letaknya yang dapat didatangi oleh konsumen.

b. Manfaat Kegunaan Informasi

Dengan melakukan promosi dan penempatan produk yang baik maka konsumen dapat memperoleh informasi, membujuk konsumen membeli dan mengingatkan konsumen agar tidak melupakan produk dan tempatnya (layout)

c. Manfaat Kegunaan Waktu



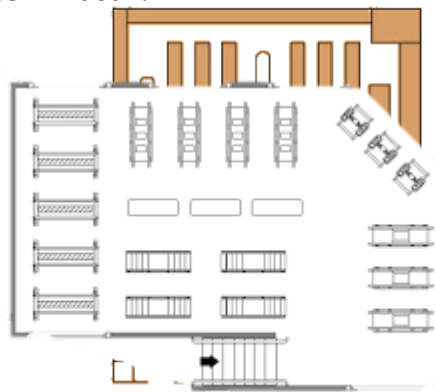
Hal ini berkaitan dengan kenyataan bahwa konsumen dapat memperoleh produk pada saat yang diinginkan.

2.7.4. KLASIFIKASI LAYOUT AREA RETAIL

Secara umum *Layout* atau Tata Letak dibedakan menjadi 2 Jenis yaitu Layout Berpola Lrus (*Grid*) dan juga Layout Pola Arus Bebas (*Free flow*). Sebagai penjelasan berikut:

a. Layout atau Tata Letak Berpola Lurus (*Grid*)

Pada pola grid ini, Tata Letak display dalam toko dibuat secara berlajur yang terdiri atas lorong-lorong untuk meletakkan barang atau produk yang berdasarkan group ataupun sub group. Pola ini banyak diterapkan pada minimarket, supermarket atau hypermart. Dengan Pola ini diharapkan barang atau produk bisa dipajang lebih banyak, namun cukup untuk memberikan keleluasaan bagi konsumen untuk hilir mudik. Yang harus diperhatikan pada pola ini ialah barang barang mana saja yang harus ditampilkan dilorong utama. Pola lurus menguntungkan dalam hal kesan efisien, mempermudah konsumen untuk menghemat waktu belanja, lebih banyak menampung barang yang didisplay dan controlling lebih mudah.

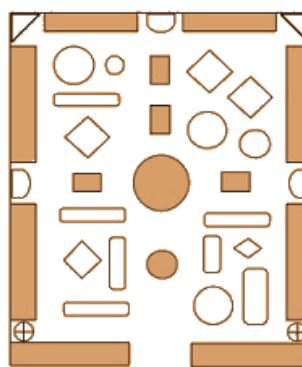


Gambar 2.19 Tata letak (layout) berpola lurus.
Sumber: Google.com, 2017.

b. Layout Pola Arus Bebas (*Free Flow*)



Pada pola free flow ini, barang diletakkan secara mengelompok dengan pola yang memudahkan konsumen untuk hilir mudik dan memberikan kebebasan kepada konsumen untuk melihat kelompok-kelompok barang atau produk. Hal yang diharapkan pada pola ini ialah pembelian secara spontan, dapat memberikan lebih banyak pilihan barang / produk dari satu tempat ke tempat lain dan dapat memberikan kesan yang bersahabat.



Gambar 2.20 Tata letak (layout) berpola arus bebas.
Sumber: Google.com, 2017.

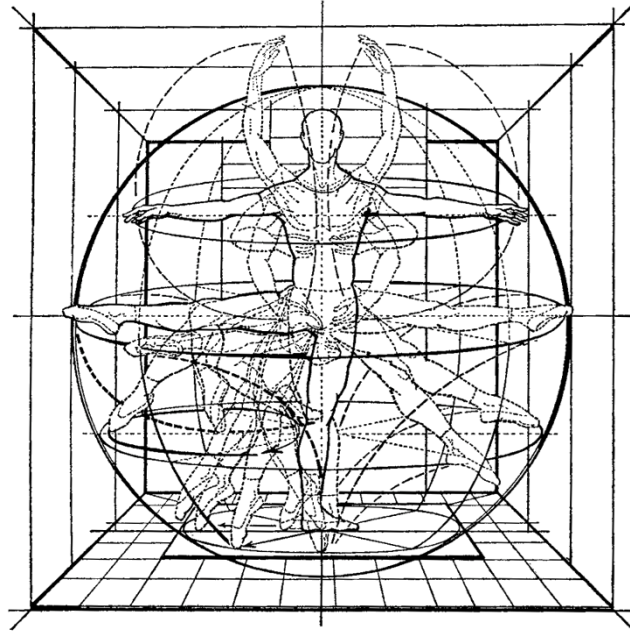
2.8. FOODCOURT ATAU PUSAT MAKANAN

Pusat Makanan umumnya merupakan plaza dalam ruangan atau area umum di dalam fasilitas yang berdekatan dengan loket beberapa penjual makanan dan menyediakan area umum untuk makan malam dengan melayani sendiri.

Pusat makanan dapat ditemukan di mall, bandara, dan taman. Di berbagai wilayah ini mungkin merupakan pengembangan mandiri. Di beberapa tempat belajar seperti sekolah menengah dan universitas, pusat makanan juga datang untuk mengganti atau melengkapi kafetaria tradisional.

Biaya rata-rata makanan per orang di pusat makanan di Indonesia berkisar 25.000 – 50.000/org, pada tahun 2013 sampai pada tahun 2016.

2.9. KAJIAN ANTROPOMETRI



Gambar 2.21 Ilustrasi Antropometri
Sumber: Google.com, 2017.

Antropometri dalam kasus desain ini cukup sensitif, karena berhubungan langsung dengan sense atau perasaan. Dimana desain interior Galeri UMKM memadukan dua fungsi menjadi satu kesatuan, yaitu galeri dan pusat ritel. Antropometri menjadi poin penting dalam mendesain sebuah Interior Galeri dan Retail Produk UMKM.

Dalam Kajian ini akan dibagi menjadi 3 tiga kajian Antropometri yaitu Antropometri standar Galeri, Antropometri standar Retail yang menjual sebuah produk dan Antropometri *Foodcourt* dimana *foodcourt* menjadi perencanaan desain yang memungkinkan untuk dilanjut guna melengkapi dan memfasilitasi Galeri UMKM Maidun. Berikut penjelasannya akan dijabarkan.

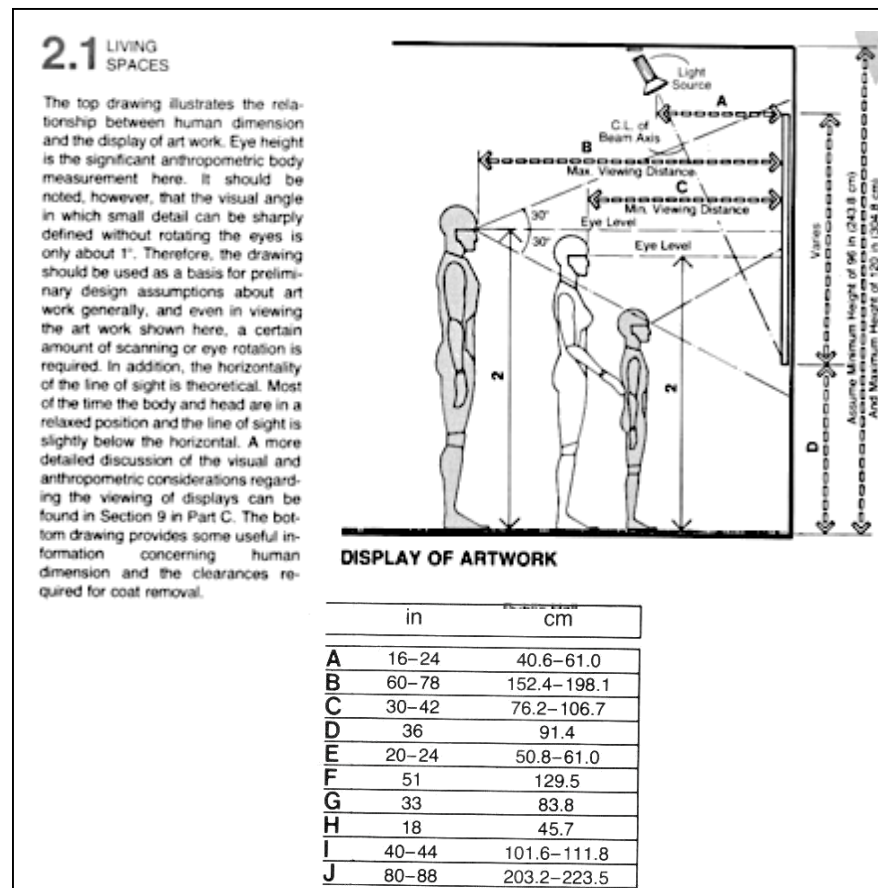
2.9.1. KAJIAN ANTROPOMETRI GALERI

Dalam kajian Galeri memiliki beberapa standar, sebagai penjabaran dan penjelasan lebih lanjut bisa dilihat dari gambar dibawah:



Antropometri pada galeri UMKM ini digunakan untuk memperlihatkan bagaimana jarak pandang melihat suatu objek, mengukur jarak, mengetahui kenyamanan melalui dimensi untuk melihat suatu objek dari berbagai macam perspektif.

Ilustrasi Antropometri dibawah ini berguna untuk mendisplay poster, pajangan atau penunjang display lainnya yang berada pada dinding *Wall of Fame* Galeri UMKM Madiun, dimana Galeri yang di butuhkan dan dipakai cenderung tidak sebesar dan seluas Area penjualan produk, karena Galeri UMKM mengutamakan penjualan UMKM dan menyelaraskan dengan memberi sedikit Edukasi lewat Galeri, serta display disediakan dengan gaya Galeri.

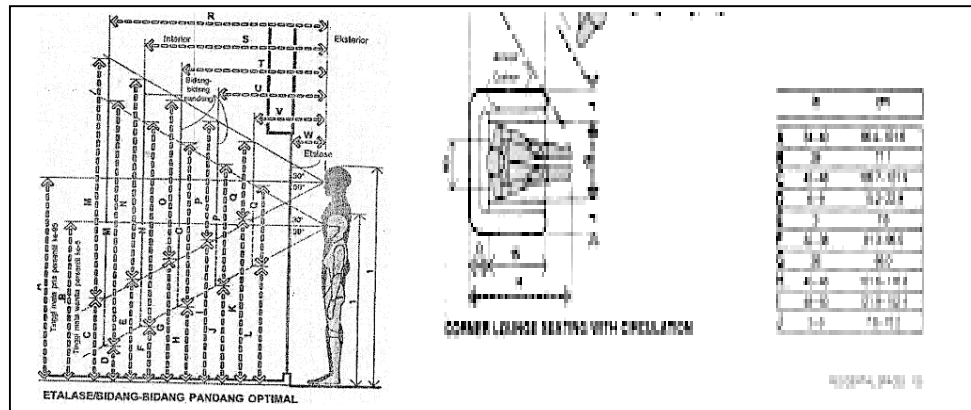


Gambar 2.22 Antropometri peletakkan objek display pada Galeri.
Sumber: Panero; Zelnik, 1979.

Penempatan sebuah poster atau komponen apapun itu harus memungkinkan untuk dilihat dan dibaca oleh pengunjung memiliki

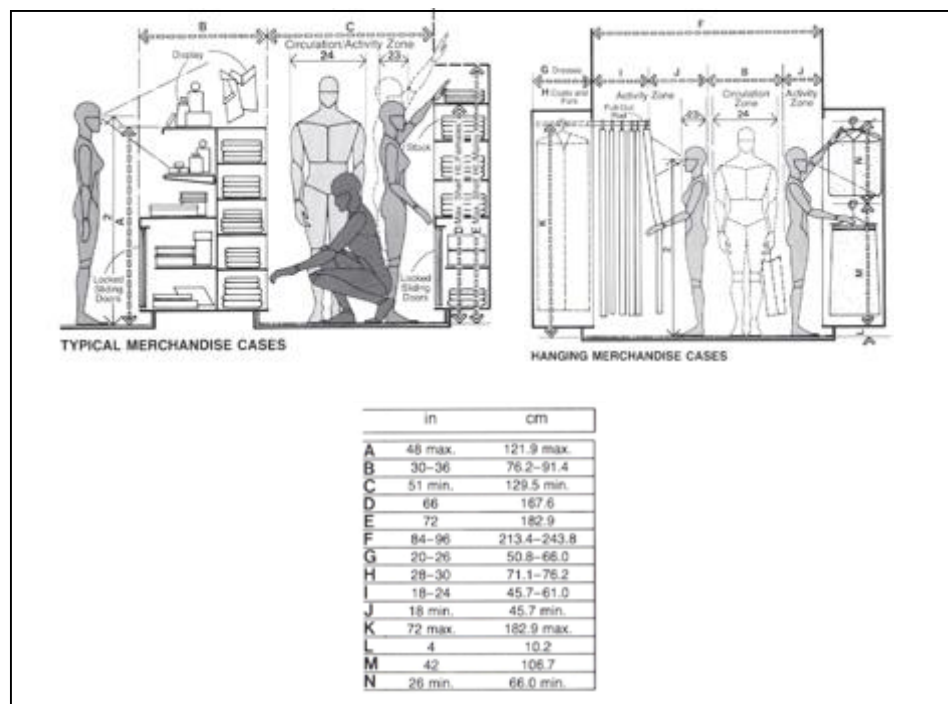


ukuran antropometri yang berbeda-beda. Dengan data antropometri standar diatas, kita dapat mendesain dengan acuan utama dari ukuran ergonomi untuk mencapai standar yang dibutuhkan.



Gambar 2.23 Antropometri jarak pandang (kiri) dan jarak sirkulasi (kanan) pada Galeri.
Sumber: Panero; Zelnik, 1979.

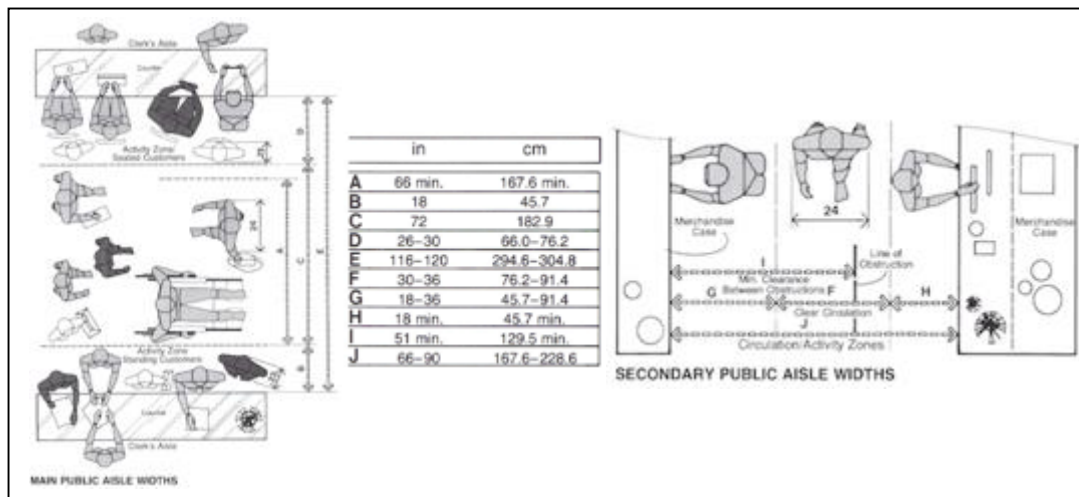
2.9.2. KAJIAN ANTROPOMETRI AREA RETAIL



Gambar 2.24 Antropometri ukuran rak display pada area retail pada Galeri.
Sumber: Panero; Zelnik, 1979.



Penempatan dan ukuran sebuah layout serta jarak sirkulasi minimal pada area display sangat berpengaruh dalam hal keputusan membeli dan antusias dari pengunjung/customer. Apabila ukuran objek memiliki standar yang baik sesuai dengan antropometri, dapat sangat membantu dan memfasilitasi kemudahan para customer dalam melihat, mentelaah, memilih dan membeli suatu produk yang di display.



Gambar 2.25 Antropometri sirkulasi area display pada Retail.
Sumber: Panero; Zelnik, 1979.

2.10. KAJIAN EKSISTING

2.10.1. KOTA MADIUN

Kota Madiun adalah sebuah kota di Provinsi Jawa Timur, Indonesia. Kota ini terletak 160 km sebelah barat Surabaya, atau 111 km sebelah timur Surakarta, Jawa Tengah. Di kota ini terdapat pusat industri kereta api (INKA). Madiun dikenal memiliki Lapangan Terbang Iswahyudi, yakni salah satu pangkalan utama AURI, meski sebenarnya terletak di Kabupaten Magetan. Madiun memiliki julukan Kota Gadis, Kota Brem, Kota Pelajar, Kota Sepur, Kota Pecel, dan Kota Budaya.



Gambar 2.26 Gapura selamat datang Kabupaten Madiun.
Sumber: Google.com, 2017.

Kota Madiun juga dikenal dengan industri makanan dan minumannya. Beberapa makanan dan minuman bahkan disupport hingga luar kota Madiun sendiri, Sebagai contoh Makanan khas Kota Madiun yaitu:

- Pecel Madiun
- Brem
- Bluder
- Madumongso
- Lempeng
- Kue Satu
- Emping Garut
- Sego Joto

Selain itu, keahlian masyarakat Madiun juga bergerak di bidang seni dan kerajinan. Kota Madiun dan daerah sekitarnya memiliki beberapa kerajinan tangan mulai dari kerajinan ringan seperti kain sampai dengan kerajinan berat seperti furnitur dan Jati pahat.



Gambar 2.27 Hutan jati Saradan dan Ngawi
Sumber: Google.com, 2017.

Saat melewati jalan raya Surabaya – Madiun tepatnya di tepi hutan jati Saradan dan Ngawi akan melihat bonggol-bonggol (tunggak) kayu jati dengan ukuran besar.

Bagi pengrajin ukiran, bonggol-bonggol ini dianggap sebagai peninggalan penebangan kayu jati pada masa lalu atau pada masa kolonial. Usia kayu jati yang ditebang saat itu rata-rata umurnya antara 90 – 100 tahun bahkan lebih. Maka bonggol-bonggol tersebut dapat ditaksir usianya sudah melebihi satu abad.



Gambar 2.28 Pengrajin ukiran di Madiun
Sumber: Google.com, 2017.

Meskipun hanya sebuah bonggol, namun bukan berarti merupakan kayu limbah yang tak ada nilai ekonomisnya. Bonggol-



bonggol tersebut dijual oleh pihak perhutani kepada warga setempat yang tertarik untuk dibina menjadi pengrajin dan pengukir bonggol tersebut menjadi sebuah karya seni yang bagus dan bernilai ekonomis tinggi. Jumlah pengrajin binaan Perhutani saat ini ada sekitar 30 orang dengan jumlah tenaga kerja sekitar 90 orang.



Gambar 2.29 Hasil ukiran kayu jati Khas Madiun
Sumber: Google.com, 2017.

Setiap bonggol kayu memiliki harga berbeda sesuai dengan ukuran dan usia kayu serta bentuknya. Seorang perajin menyebut kisaran empat ratus ribu hingga dua juta rupiah. Harga bonggol tersebut menjadi lebih mahal, terutama bonggol jati yang berasal dari Bojonegoro yang memiliki usia ratusan tahun dan bentuknya sudah mendekati fosil, selain itu warna lebih gelap.

2.10.2. LOKASI EKSISTING

Lokasi yang digunakan untuk pembangunan Sentra UMKM Madiun ini menggunakan Eksisting Gedung Pemerintahan Madiun yang disewa pakai oleh KPU sebagai tempat penyimpanan barang (Bilik Suara dan Kotak Suara). Dengan istilah lain eksisting saat ini digunakan untuk Gudang .

Dengan Tujuan dan Keinginan dari pemerintah daerah Madiun terutama IUM yang membutuhkan sebuah wadah untuk para



UMKM daerah, sehingga menumbuhkan keinginan pemerintah daerah untuk memfungsikan beberapa bangunan milik pemerintah yang kurang dimanfaatkan. Salah satunya adalah gedung pemerintah yang disewa pakai oleh KPU ini berlokasi di Jalan Utama Raya Madiun – Nganjuk.



Gambar 2.30 Site Plan Eksisting Galeri UMKM Madiun.
Sumber: Google.com, 2017.

Eksisting bangunan ini memiliki Luas Tanah 3100 m² dan memiliki lahan kosong disebelah selatan gedung dengan Luas Tanah 1100 m². Dari siteplan ini, telah direncanakan untuk dibangun sebuah Sentra UMKM, dimana didalamnya terdapat Galeri UMKM dan *Foodcourt* yang menjadi kajian Objek Desain.

2.10.3. PROFIL IKATAN USAHA MIKRO MADIUN (IUM2)

Ikatan Usaha mikro Madiun (IUM2) adalah sebuah perkumpulan pelaku usaha di wilayah Kabupaten Madiun yang berkeinginan mengangkat produk – produk daerah Madiun ketingkat regional, nasional bahkan internasional. Sehingga segala upaya dilakukan oleh pengurus IUM2 untuk menggapai keinginan tersebut, diantaranya memberikan penyuluhan pada anggota akan pentingnya perizinan usaha, perizinan kesehatan produk makanan, pengendalian mutu produk melalui terobosan pelatihan management produksi dan packing.



Selain itu, dalam rangka mencapai impian diatas pengurus IUM2 juga selalu mencari terobosan pemasaran produk melalui gelar – gelar produk maupun pameran yang diselenggarakan oleh instansi pemerintah maupun swasta.

Sejarah kelahiran lembaga ini dilatarbelakangi oleh keprihatinan beberapa pelaku usaha diMadiun yang merasa berat untuk memajukan kegiatan usahanya, diantaranya yang menjadi bentuk keprihatinannya adalah banyak produk yang daerah Madiun memproduksi namun dalam realita di pasar kalah bersaing dengan produk dari luar daerah. Sungguh ironis memang,,selain itu,,para pelaku usaha sangat menyadari bahwa dalam rangka menjadi leader market dan menciptakan brand image di dunia marketing mustahil akan terwujud bila para pelaku usaha berjalan sendiri – sendiri tanpa dukungan pihak manapun, sebab yang akan terjadi malah perang pasar dan persaingan tidak sehat.

Melalui lembaga inilah para pelaku usaha di Madiun sangat menggantungkan harapan agar bentuk usahanya mampu mengantarkan kesejahteraan bagi keluarga dan lingkungan sekitar. Sebab melalui lembaga ini para pelaku usaha di Madiun akan menemukan banyak relasi baik sesama pelaku usaha, instansi Pemerintah maupun exportir.



a. **VISI DAN MISI IUM2**

Visi dari Ikatan Usaha Mikro Madiun adalah :

*“DENGAN MENGEMBANGKAN RELASI YANG
MENDUNIA CIPTAKAN KESEJAHTERAAN.”*

Visi ikatan usaha mikro Madiun (IUM2) ini terpatris pada logo
IUM2:



Gambar 2.31 Logo Ikatan Usaha Mikro Madiun.
Sumber: Google.com, 2017.

- **JABAT TANGAN** menunjukkan arti = menjalin relasi
- Gambar **DUNIA** menunjukkan arti = pengembangan relasi dilakukan dengan seluas-luasnya bahkan tingkat dunia.
- **PADI DAN KAPAS** menunjukkan arti = tergapailah Kesejahteraan
- Tulisan **IUM2** menunjukkan arti = Harapan ini akan tercipta melalui wadah IUM2.
- Gambar **BINTANG** menunjukkan arti = organisasi ini tetap dalam lindungan dan petunjuk Tuhan yang Maha Esa.

Sebenarnya, IUM2 merupakan sebuah organisasi yang masih digolongkan muda. Sebab organisasi ini lahir pada tahun 2010. Namun dengan misi yang tertera diatas, maka para pengurus dan anggota IUM2 dengan penuh semangat



melakukan berbagai aktifitas guna mewujudkan visi tersebut. Diantara aktifitas pengurus dan anggota IUM2 tertera pada **MISI** dibawah ini :

1. Melakukan anjagsana anggota dalam rangka penyusunan data base anggota IUM2.
2. Melakukan pertukaran produk dan informasi peluang pasar dan bahan baku.
3. Mengadakan pembinaan pengemasan dan perlabelan pada anggota baru.
4. Membantu mencari perizinan produksi (SIUP) dan kesehatan makanan olahan (DINKES PIRT).
5. Bekerjasama dengan Pemerintah (Dinas Terkait) dalam setiap kegiatan pembinaan dan Pelatihan kewirausahaan.
6. Mengikuti even – event gelar produk dan pameran.
7. Bekerjasama dengan Pemerintah (Dinas terkait) dalam mencari terobosan kegiatan dalam rangka pemberdayaan anggota.
8. Bekerjasama dengan Pemerintah, Bank Pemerintah, BUMN maupun Swasta dalam mencari terobosan permodalan.

Dalam rangka mewujudkan visi dan misinya, berbagai kegiatan dan terobosan telah didapatkan IUM2. Diantara kegiatan dan terobosan pada tahun 2011 :

1. Mengikuti pasar lelang produk DISPERINDAG JATIM.
2. Mengikuti gelar produk tingkat Nasional di JCC, menjadi Duta dari Biro Kesra PIMPROV JATIM.
3. Mengikuti pameran dan gelar produk tingkat Jawa Timur di Grand city.
4. Berkunjung dan bekerjasama dengan exportir (PT. Galuh Aji – Jogjakarta).



5. Bekerjasama dengan Disperindag Kabupaten Madiun dalam pelatihan pengemasan produk.
6. Bekerjasama dengan Dinas Kesehatan Kabupaten Madiun dalam penyuluhan makanan layak, guna mendapatkan perizinan makanan olahan.

b. Daftar Kepengurusan IUM2

Pengurus Harian

Ketua Umum : Muhammad Mahbubi
Sekretaris : Fatchul Anam
Bendahara : Dwi Ernawati
Sukenti

Divisi EO dan Marketing :

- Nana Haerani
- Veri Pujiatmiko
- Muh. Imron, S.Pd

Divisi Kerohanian dan Konseling :

- Mashuri
- Suhadi
- Zaenuri.

Divisi Humas :

- Nur wasis

Ketua Zona 1 : Akhmad Khoiri

Sekretaris : Tri Novi Rahayu
Saradan : JOHANA NENDRA DINATA
Pilang kenceng : Suyatno
Mejayan : Sri Rokayati, S.Pd
Wonoasri : Emmy Puji Rahayu
Gemarang :

Ketua Zona 2 : Suparmi

Sekretaris : Dra Dyah Irawati Nugraheni
Madiun : sriwahyuni

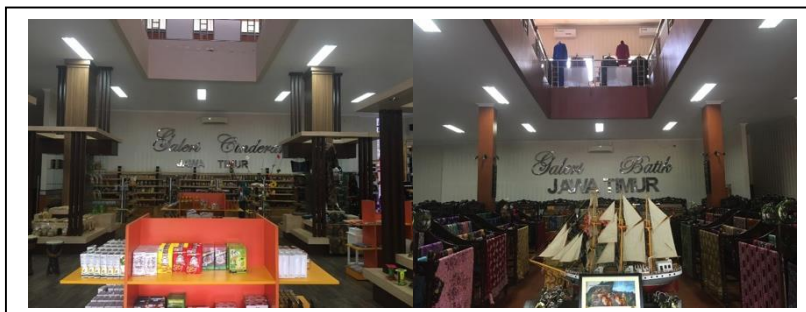


Jiwan	: Rini nirnawati
Sawahan	:
Wungu	: Ahmad fauzani, S.Pd
Balerej	: Juwariyah
Ketua Zona 3	: Suwito
Sekretaris	: Supriadi
Kebonsari	: Roisul Madyan, S.pd
Dolopo	: Ani Apriyanti
Dagangan	: Nur azizah rohmah
Geger	: Tanti dian Safitri S. Pd
Kare	: Mardiyah

2.11. KAJIAN PEMBANDING

2.11.1. Sentra UMKM Jatim

UMKM ini berlokasi di Jl. Raya Juanda No. 22, Sawotratap, Gedangan, Semabung, Gedangan, Kota SBY, Jawa Timur 61254. Lokasi ini dianggap strategis karena berdekatan dengan Bandara Juanda T1 dan Juanda T2, dimana para pelancong atau wisatawan berlalu-lalang, baik dari dalam negeri maupun mancanegara. Namun, selain wisatawan atau pelancong dari luar Surabaya, wisatawan atau pengunjung yang berpergian melalui jalur darat ataupun berdomisili daerah Surabaya dan sekitarnya pun dapat dengan mudah mengakses atau datang langsung ke Lokasi UMKM Jatim karena lokasinya yang cukup mudah dijangkau.





Gambar 2.32 Interior Sentra UMKM Jatim.
Sumber: dokumen pribadi.

Gaya interior yang digunakan merupakan gaya etnik modern. Hal ini dapat dilihat dari pemilihan material, bentukan, serta ornamen-ornamen estetik yang ada di dalam ruangan. Rak display didominasi dengan jenis bentuk gondola dan layout yang digunakan berjenis *freeform*.

2.11.2. Sentra UMKM Menong

UMKM ini berlokasi di Jl. Veteran 134 Purwakarta, Jawa Barat. Sentra UMKM ini juga disebut Galeri Menong. Lokasi ini dianggap strategis karena merupakan jalan raya yang sering dilewati pendatang, khususnya yang ingin pariwisata.



Gambar 2.33 Sentra UMKM Menong, Purwakarta.
Sumber: dokumen pribadi.

Gaya interior yang digunakan merupakan gaya industrial etnik. Hal ini dapat dilihat dari pemilihan material yaitu besi, bata ekspos, dan batu alam. Rak display didominasi dengan jenis bentuk gondola dan layout yang digunakan berjenis *grid*.

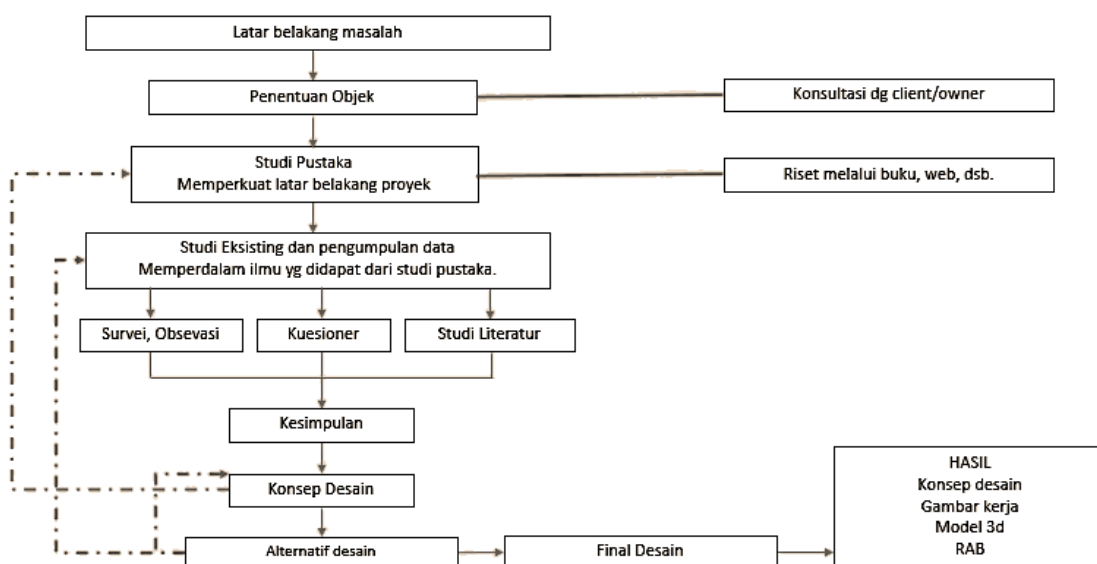


BAB III

METODE DESAIN

3.1. PROSES DESAIN

Dalam proses merancang Sentra UMKM Madiun, terdapat beberapa tahapan yang dilalui untuk mendapatkan desain akhir berupa konsep, gambar kerja dan model 3D. Tahapan- tahapan tersebut tergambar pada bagan berikut:



Bagan 3.1 Metodologi Desain.

3.2. TEKNIK PENGUMPULAN DATA

3.2.1. SAMPEL SUMBER DATA

Adapun sumber data dalam penulisan kali ini adalah:

- **Sumber Data Primer**

Yakni data-data mengenai Kebutuhan dan keinginan yang didapat langsung dari hasil observasi eksisting maupun



interview dengan Perwakilan Pemerintah Madiun serta Dinas Perindustrian Madiun.

- **Sumber Data Sekunder**

Yakni data-data mengenai Eksisting, UMKM Madiun, Gaeri UMKM yang dapat diakses melalui website dan data-data lain yang didapat melalui buku, internet, maupun sumber lain yang dapat melengkapi data yang dibutuhkan.

3.2.2. INSTRUMEN PENULISAN

Instrumen penulisan adalah semua alat yang digunakan untuk mengumpulkan, memeriksa, menyelidiki suatu masalah, atau mengumpulkan, mengolah, menganalisa dan menyajikan data-data secara sistematis serta objektif dengan tujuan memecahkan suatu persoalan atau permasalahan.

Instrumen yang digunakan dalam penulisan ini adalah:

- **Daftar Pertanyaan**

Daftar pertanyaan adalah sejumlah pertanyaan yang diajukan kepada responden untuk mengetahui keinginan pengunjung, asosiasi maupun pemerintah daerah terhadap desain interior Semtra UMKM, terutama Galeri UMKM .

- **Dokumentasi**

Dokumentasi adalah salinan dokumen-dokumen gambar atau foto mengenai kondisi ruang yang ada di Eksisting untuk Sentra UMKM, Galeri UMKM.

3.2.3. TEKNIK PENGUMPULAN DATA

Proses pengumpulan data menggunakan metode deskriptif. Pengumpulan data dengan metode ini bertujuan agar data memiliki nilai kepastian. Dari data- data yang di dapatkan kemudian ditarik kesimpulan untuk merancang konsep yang sesuai dengan



perancangan hotel ini. Pengumpulan data dilakukan dalam bentuk studi literatur, kuesioner, observasi, dan interview.

- **Studi Literatur**

Penulis mempelajari ilmu dan hal- hal yang berkaitan dengan objek, yaitu Galeri UMKM Madiun dan hal lain yang berhubungan dengan perancangan interior ini yang berasal dari sumber- sumber yang sudah ada sebelumnya seperti buku, internet, majalah, modul seminar, artikel dan lain sebagainya. Sumber literatur yang digunakan sebaiknya merupakan yang terbaru.

Studi literatur membantu penulis dalam mengumpulkan dan mempelajari data- data yang berkaitan dengan objek seperti pengertian, jenis dan klasifikasi Galeri UMKM (Galeri dan Retail), standarisasi khusus untuk sebuah Galeri dan Retail yang dijadikan satu kesatuan, pengertian dan karakteristik Konsep maupun Langgam (*style*). Selain itu penulis juga dapat melengkapi kekurangan data mengenai objek perancangan ketika melakukan wawancara dan observasi dari internet.

- **Kuesioner**

Kuesioner merupakan metode survei yang dilakukan dengan cara memberikan pertanyaan kepada koresponden tanpa harus bertatap muka. Penulis mengumpulkan data dari koresponden dengan menanyakan beberapa pertanyaan yang berkaitan dengan objek, yaitu Sentra UMKM Madiun (Galeri) dan keinginan koresponden terhadap objek. Dapat melihat antusias responden yang dimana bisa juga dijadikan sebuah data apakah dan bagaimanakah respon dari responden terhadap Galeri, Retail dan UMKM.

- **Observasi**



Penulis melakukan pengamatan langsung di gedung Aula Pemerintah (Eksisting yang akan dipakai menjadi Galeri UMKM Madiun). Kegiatan yang dilakukan selama observasi bangunan Aula Pemerintah adalah mengamati struktur bangunan, menghitung dimensi ruangan, serta menganalisis kelebihan serta kekurangan dari objek.

Observasi hanya dilakukan sekali, mengingat jarak Madiun-Surabaya yang cukup jauh, sehingga penulis mencoba mengoptimalkan hasil observasi pada saat itu juga.

- **Interview**

Interview merupakan metode survei yang dilakukan dengan dengan cara berkomunikasi secara langsung dengan narasumber. *Interview* dilakukan untuk mengumpulkan data yang bersifat lebih personal. Melalui metode *interview*, data yang diperoleh akan lebih mendetail. Pada *interview* ini, penulis mengajukan beberapa pertanyaan yang berkaitan dengan objek yang akan didesain, yaitu Sentra UMKM kepada pemerintah Kota Madiun langsung.

3.2.4. ANALISIS DATA

Data yang didapat akan diproses melalui beberapa tahap :

- **Tahap Analisis**

Pada tahap ini penulis melakukan pengumpulan data dan identifikasi masalah-masalah yang ada atau ditemukan pada eksisting Sentra UMKM Madiun yang sekarang masih merupakan gedung penyimpanan bagi KPU. Selain itu, penulis mengidentifikasi unsur-unsur atau elemen yang mempengaruhi desain interior Galeri UMKM melalui studi pustaka yang telah dilakukan.

- **Tahap Sintesis**



Tahap ini digunakan untuk mengolah data sekunder dan primer yang berhubungan dengan desain interior Sentra UMKM Madiun yang sudah didapatkan oleh penulis sebelumnya. Kemudian data yang sudah diolah ini dikaitkan dengan hasil dari kuesioner mengenai keinginan yang ingin dicapai, serta tujuan pembuatan Sentra UMKM Madiun oleh pemerintah setempat.

- **Tahap Kesimpulan**

Pada tahap ini penulis mengungkap kesimpulan berupa konsep serta tema desain yang tepat untuk digunakan pada desain interior Sentra UMKM Madiun.

3.2.5. TAHAPAN DESAIN

- **Pengumpulan data**

Seperti sudah dijelaskan sebelumnya, penulis mengumpulkan data yang berhubungan dengan perancangan ini dengan empat cara, yakni observasi, kuesioner, *interview* dan studi literatur.

- **Identifikasi Masalah**

Penulis mengidentifikasi masalah yang ada pada eksisting bangunan yang akan dibuat menjadi Galeri Sentra UMKM Madiun. Penulis mengetahui masalah-masalah yang ada dengan cara observasi langsung dan bertanya kepada pemerintah setempat mengenai apa- apa saja yang ingin dihadirkan dalam Galeri Sentra UMKM ini. Penulis kemudian mencari inti dari tujuan yang diungkapkan menjadi sebuah konsep desain interior.

- **Menentukan Konsep Desain**



Setelah mengidentifikasi masalah, mengetahui tujuan yang ingin dicapai, serta fasilitas yang ingin dihadirkan di dalam Galeri Sentra UMKM ini, penulis kemudian menentukan konsep desain yang sesuai dengan hal-hal yang disebut diatas.

Konsep yang dirasa paling sesuai adalah konsep ramah pengunjung dengan tema desain modern etnik Jawa Timur. Konsep ini merupakan pengerucutan dari tujuan dibuatnya Galeri Sentra UMKM Madiun.

- **Membuat Alternatif Desain**

Penulis membuat tiga buah alternatif desain yang sesuai dengan konsep Ramah pengunjung bernuansa modern etnik Jawa Timur. Masing-masing alternatif berbeda dan memiliki keunggulan dibanding alternatif yang lain. Alternatif ini kemudian di asistensikan kepada dosen pembimbing.

- **Melakukan Revisi Desain**

Penulis akan kemudian memilih satu desain terbaik yang dirasa paling sesuai dengan konsep serta nuansa yang ingin dihadirkan. Desain terpilih ini kemudian direvisi agar semakin sesuai dengan tema yang diterapkan, keinginan pemerintah, serta tingkat kenyamanan pengguna / pengunjung.

- **Membuat Desain Akhir**

Setelah melakukan beberapa revisi pada desain yang dibuat, penulis akan membuat desain akhir untuk interior Sentra UMKM Madiun yang akan difokuskan pada subyek Galeri UMKM. Hasil akhir dari perancangan ini antara lain konsep desain, gambar kerja interior, maket, animasi, gambar tiga dimensi (suasana ruang desain) serta rencana anggaran biaya (RAB).



BAB IV

ANALISIS DAN KONSEP DESAIN

4.1. ANALISIS OBJEK DESAIN & STUDI

4.1.1. ANALISIS OBJEK EKSISTING

Lokasi yang digunakan untuk pembangunan Sentra UMKM Madiun ini menggunakan Eksisting Gedung Pemerintahan Madiun yang disewa pakai oleh KPU sebagai tempat penyimpanan barang (Bilik Suara dan Kotak Suara). Dengan istilah lain eksisting saat ini digunakan untuk Gudang.

Eksisting bangunan ini memiliki Luas Tanah 3100 m² dan memiliki lahan kosong disebelah selatan gedung dengan Luas Tanah 1100 m². Dari siteplan ini, telah direncanakan untuk dibangun sebuah Sentra UMKM, dimana didalamnya terdapat Galeri UMKM dan *Foodcourt* yang menjadi kajian Objek Desain.

4.1.2. KESIMPULAN STUDI

Menurut analisis yang telah dilakukan, penulis menyimpulkan bahwa di dalam Sentra UMKM Madiun ini akan dibangun sebuah Galeri UMKM, *foodcourt*, *rest area*, serta Musholla. Kajian objek desain akan difokuskan pada Galeri UMKM, sedangkan area *foodcourt* masih menjadi pertimbangan.



4.2. STUDI PRODUK

Menurut analisis yang telah dilakukan, dapat disimpulkan adanya kategori dalam produk UMKM Madiun. Diantaranya ada Makanan dan Minuman, Kerajinan Tangan, Aksesoris, Herbal dan Batik, tidak lupa juga Kuliner siap saji namun dalam studi ini difokuskan dalam Galeri UMKM saja. Dalam galeri UMKM ini mendisplay seluruh UMKM kecuali Kuliner, karena kuliner berada pada beda objek yaitu Foodcourt.

4.2.1. Makanan

Pada kategori makanan, dipisahkan menjadi 2 macam, yaitu makanan basah atau makanan yang membutuhkan kulkas dan makanan kemasan yang cukup dengan display terbuka. Contohnya pada makanan basah adalah kue dan Saos makanan tradisional, juga pada makanan kemasan seperti Brem, keripik dan kerupuk.

4.2.2. Minuman

Pada kategori minuman, dibagi menjadi 2 macam, yaitu minuman siap minum serta minuman botolan berupa sirup. Penggunaan furniture pun juga berbeda, pada minuman siap memerlukan kulkas untuk menjaga suhu dan kesegaran minuman, serta pada minuman botol kemasan dapat di display pada rak display luar.

4.2.3. Bonggol Jati

Pada kategori Bonggol jati, dipisahkan sendiri dan mendapat perhatian khusus karena mengingat dimensi dan *treatment* serta *maintenancenya* yang diharuskan untuk lebih hati hati, dikarenakan produk yang cukup mahal dan sulit dalam prosesnya.



4.2.4. Herbal

Pada kategori Herbal, dipisahkan sendiri dan mendapat perhatian khusus, sama halnya dengan Bonggol Jati. Diposisi kan pada tengah area galeri karena menjadi pusat dan inti dari konsep UMKM Galeri ini, dimana berawal alam serta untuk alam dan lingkungan juga.

4.2.5. Aksesoris

Pada area ini cukup berbeda karena area untuk display ini berbeda dengan display lainnya, karena display ini berada pada lantai 2 atau lantai *mezzanine* .

4.2.6. Batik

Pada area ini cukup berbeda sama dengan kategori display batik, dikarenakan display ini berada pada lantai 2 atau lantai *mezzanine* .

4.3. STUDI ALUR PRODUK

Dalam studi alur produk ini, dapat dijelaskan berdasarkan hasil analisis yang sudah didapat dari hasil wawancara kepada Kepala Dinas bagian Koperasi, bahwa display yang direncanakan ada dalam galeri adalah produk unggul dan produk yang sudah masuk dalam tahap seleksi, berguna untuk mengangkat kualitas produk. Dalam sistematisnya, Produk diolah pada setiap UMKM yang ada, lalu berlanjut kepada pengajuan kepada Dinas Koperasi dan Industri, lalu dilanjutkan kepada tahap seleksi dari Dinas, setelah melakukan tahap seleksi, melalui Dinas memberikan info lebih lanjut kepada masing-masing UMKM apakah diterima untuk masuk kedalam galeri ataukah harus melakukan tahap 2 atau workshop lebih lanjut, agar dapat memenuhi kriteria Galeri UMKM.



4.4. STUDI PENGGUNA

4.4.1. KARAKTERISTIK PENGGUNA

Sentra UMKM terutama pada bangunan Galeri UMKM memiliki sasaran dan juga lapangan kerja bagi sebagian orang, dimana semua saling berbungan. Pengguna dari Galeri UMKM Madiun terdiri dari:

- Pengunjung
- Pengusaha
- Peserta Workshop
- Pejabat Pemerintah / Dinas
- Dan lain sebagainya

Karakteristik Pengunjung Galeri UMKM berdasarkan tujuan kedatangannya, yaitu:

- Mencari makan minum
- Mencari oleh oleh khas Madiun
- Ingin tahu lebih dalam mengenai sekilas sejarah tentang Madiun ataupun UMKM di Madiun sendiri .
- Sekedar Jalan-jalan berkunjung bersama keluarga, teman ataupun sendiri untuk refreshing.
- Sebagai rest area, beristirahat karena melihat lokasi yang streategis untuk lalu lalang jalan raya utama Jawa Timur.

Secara umum, Pengunjung Galeri UMKM Madiun datang untuk mencari oleh-oleh berupa cinderamata, atau makanan dan minuman. Dari keadaan tersebut juga ada sebagian pengunjung yang datang untuk membeli dan ingin tahu lebih dalam mengenai sejarah Madiun ataupun sejarah suatu produk yang dijual dalam Galeri UMKM Madiun tersebut.

Melihat Lokasi yang berada cukup strategis karena berada pada pertengahan jalur utama Kota Madiun, serta banyaknya lalu lalang



kendaraan yang melintas tidak hanya dari Surabaya ke Jogja, bahkan dari Jawa Timur ke Jawa Tengah yang melalui jalur Selatan dapat melewati Jalan utama Madiun, selain melewati tol. Kasus ini dapat dijadikan sebuah keuntungan dengan memfasilitasi pengunjung menggunakan *Rest Area* dan *Foodcourt*, melihat pengunjung yang melintasi Sentra UMKM ini telah/akan menempuh jarak yang jauh.

4.4.2. SEGMENTASI PENGGUNA

Galeri Sentra UMKM Madiun telah direncanakan untuk memiliki area Galeri UMKM, *Foodcourt*, *Rest Area*, Musholla dan Workshop oleh Pemerintah Daerah. Sementara, dari hasil wawancara dengan Kepala Dinas Koperasi dan Dinas Industri Madiun, Sentra UMKM ini nantinya akan ditargetkan untuk segala Pengunjung mulai dari Wisatawan Lokal, Wisatawan Asing, keluarga, pengusaha dll. Selain itu pemerintah daerah juga berharap bahwa Sentra Galeri UMKM ini dapat dijadikan suatu Objek Wisata baru di Madiun.

4.5. STUDI AKTIVITAS, RUANG DAN FASILITAS

Studi aktivitas ini berguna untuk memberikan informasi aktivitas apa yang dilakukan dalam suatu objek Interior dan siapa yang melakukan aktivitas tersebut (siapa penggunanya). Dari sebuah aktivitas juga akan berlanjut pada kebutuhan ruang serta fasilitas yang dibutuhkan.



4.5.1. KONSUMEN / PENGUNJUNG

No.	Aktivitas	Waktu	Ruang/Area	Keterangan
1.	Memasuki Galeri UMKM	Jam Operasional	<i>Entrance</i>	
2.	Melihat Galeri	Jam Operasional	Wall of Fame	
3.	Membeli Makanan&Minuman	Jam Operasional	Ritel Makanan&Minuman	
4.	Membeli Ukiran Jati	Jam Operasional	Ritel Jati	
5.	Membeli Kain&Baju	Jam Operasional	Ritel Kain&Baju	
6.	Membeli Aksesoris	Jam Operasional	Ritel Aksesoris	
7.	Duduk	Jam Operasional	<i>Lounge</i>	
8.	Membayar Belanjaan	Jam Operasional	Kasir	
9.	Buang Air	Jam Operasional	Toilet	
10.	Keluar Galeri UMKM	Jam Operasional	<i>Exit</i>	

Tabel 4.1 Studi Aktivitas Pengunjung Galeri UMKM Madiun
Sumber: dokumen pribadi.

4.5.2. KARYAWAN / PEGAWAI

No.	Aktivitas	Waktu	Ruang/Area	Keterangan
1.	Memasuki Galeri UMKM	Bebas	<i>Loading Dock</i>	
2.	Loading Barang	Pagi dan Malam	Loading Dock	
3.	Melayani Customer Area Ritel	Jam Operasional	Area Ritel	
4.	Melayani Customer Area Galeri	Jam Operasional	Area Galeri	
5.	Transaksi dengan Konsumen	Jam Operasional	Kasir	

Tabel 4.2 Studi Aktivitas Pegawai Galeri UMKM Madiun



Berdasarkan studi aktivitas diatas, dapat disimpulkan bahwa kebutuhan ruang serta fasilitas Galeri UMKM Madiun sebagai berikut:

N o	RUANG / AREA	AKTIVITAS	PENGGUNA (a) = 0,48 X JMLH	FASILITAS (b)	SIRKULASI (c) = b x 40%	L. CAKUPAN minimal = (a + b + c)
1.	AREA INFORMAS I PRODUK	- MELIHAT INFORMASI PRODUK - MELIHAT PRODUK TERBARU & BEST SELLER	0,48x20= 9,6m²	10 DISPLAY info (600x50x180) = 3m²	3x40% = 1,2m²	13,8m²
2.	AREA BONGGOL JATI	- MELIHAT PRODUK - FOTO - JALAN MENGITARI	0,48x4= 1,92m²	3 BONGGOL JATI 3m²	3x40% = 1,2m²	6,12m²
3.	AREA PRODUK HERBAL	- MELIHAT PRODUK - MENGITARI DISPLAY	0,48x4= 1,92m²	6 DISPLAY PRODUK (165x110x170) 1,8m²	1,8x40%= 0,72m²	4,44m²
4.	AREA PRODUK MAKAN	- MELIHAT PRODUK - MENGITARI DISPLAY	0,48x4= 1,92m²	7 DISPLAY PRODUK (220x165x170) 14,52m²	14,52x40%= 5,80m²	22,24m²
5.	AREA PRODUK MINUM	- MELIHAT PRODUK - MENGITARI DISPLAY	0,48x4= 1,92m²	7 DISPLAY PRODUK (220x165x170) 14,52m²	14,52x40%= 5,80m²	22,24m²
6.	AREA PRODUK BATIK	- MELIHAT PRODUK - MENGITARI DISPLAY	0,48x6= 2,88m²	4 DISPLAY PRODUK (200x160x90) 3,2m²	3,2x40% = 1,28m²	7,36m²
7.	AREA PRODK AKSESORIS	- MELIHAT PRODUK - MENGITARI DISPLAY	0,48x6= 2,88m²	4 DISPLAY PRODUK (200x160x90) 3,2m²	3,2x40% = 1,28m²	7,36m²

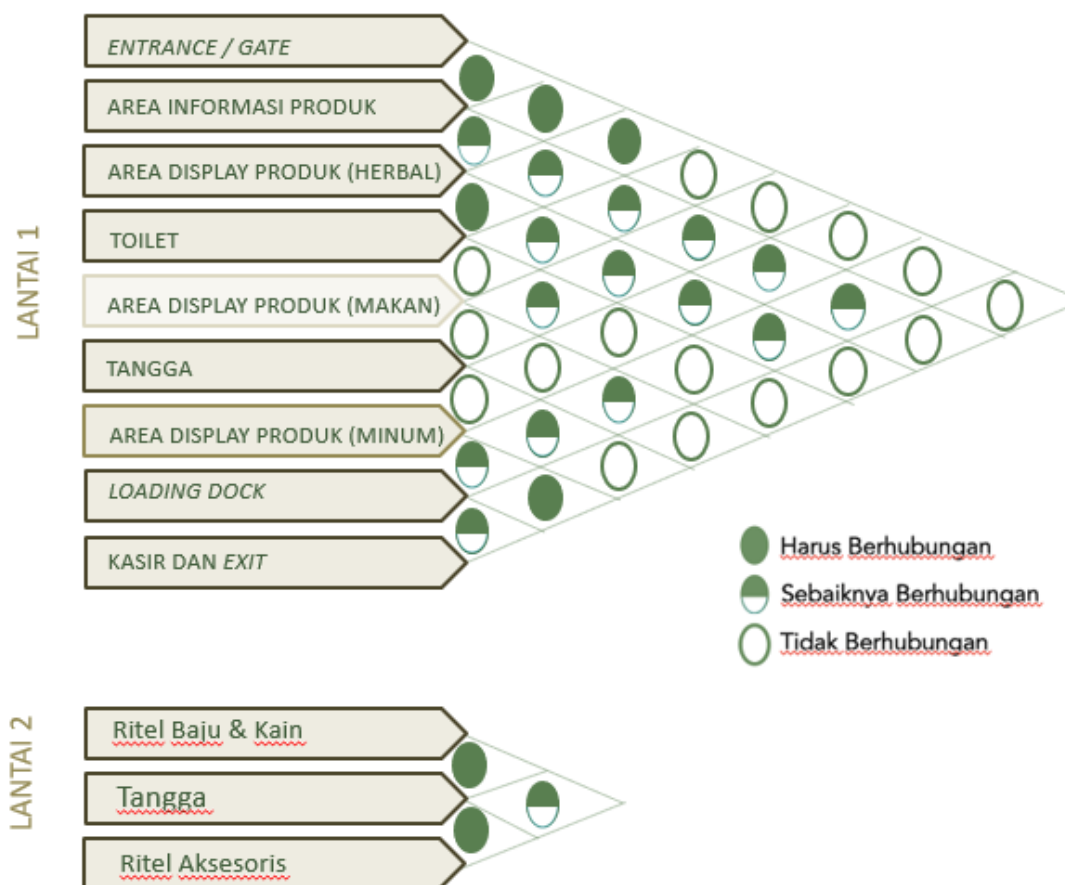
Tabel 4.3 Kebutuhan Ruang serta Fasilitas di Galeri UMKM Madiun.
Sumber: dokumen pribadi.



4.6. HUBUNGAN RUANG

4.6.1. MATRIKS

Hubungan matriks ruang dapat diciptakan melalui aktivitas yang ada di dalam ruangan tersebut, apakah saling berpengaruh dengan ruangan/area lainnya atau tidak. Matriks Galeri UMKM dibagi menjadi 2 lantai, dimana lantai kedua merupakan sebuah *mezanine*.



Bagan 4.1 Matriks hubungan antar ruang di Galeri UMKM Madiun
Sumber: dokumen pribadi.

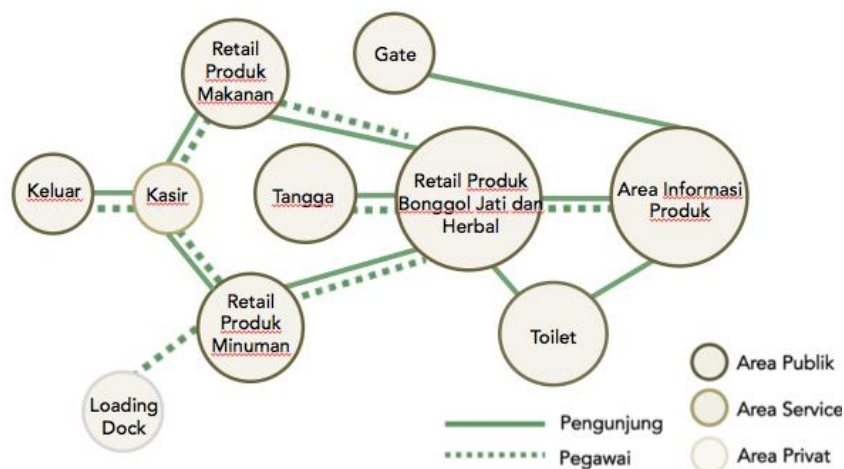
4.6.2. BUBBLE DIAGRAM

Diagram bubble terdiri dari serangkaian lingkaran atau bentuk bulat digambar di atas kertas untuk menunjukkan area apa yang akan difungsikan sebagai apa. Area tersebut mungkin merupakan daerah Pengunjung, Karyawan, dll. Informasi yang ada di dalam diagram



bubble digunakan untuk membuat dan merancang konsep berikutnya yang dikembangkan melalui proses desain lansekap.

Bubble diagram ini menggambarkan alur sirkulasi pengguna yang berada di dalam Galeri UMKM. Terdapat dua jenis sirkulasi pengguna, yaitu sirkulasi pengunjung dan sirkulasi pegawai. Alur sirkulasi lantai dasar dapat dilihat pada bagan 4.2 dan alur sirkulasi lantai dua (*mezanine*) dapat dilihat pada bagan 4.3



Bagan 4.2 Bubble Diagram lantai 1 Galeri UMKM Madiun
Sumber: dokumen pribadi.



Bagan 4.3 Bubble Diagram lantai 2 Galeri UMKM Madiun
Sumber: dokumen pribadi.



4.7. KONSEP MAKRO

4.7.1. KONSEP DESAIN

A. FASILITAS UMKM

Memberi konsep memfasilitasi UMKM daerah berangkat dari permasalahan dimana UMKM Daerah Madiun terutama Dinas perindustrian dan Koperasi membutuhkan adanya suatu wadah yang dapat menampung dan membantu promosi UMKM yang sudah semakin menjamur di Madiun . Diharapkan dengan adanya sebuah wadah Sentra UMKM ini pula dapat memfasilitasi UMKM dan Dinas / Pemerintah Madiun dalam mengembangkan sisi Usaha , Industri dan Ekonomi.



Gambar 4.1 Interior Sentra UMKM di Indonesia
Sumber: Google.com, 2017.

Sebagai penjabaran perencanaan Fasilitas untuk UMKM dalam Sentra UMKM Madiun ini berupa Kompleks yang berisikan Galeri UMKM, *Foodcourt*, Kantor Pemerintah, Workshop dan Gudang UMKM. Objek desain utama adalah Galeri UMKM, sedangkan area *Foodcourt* masih direncanakan, hal ini dikarenakan tingkat urgensi kebutuhan dari pemerintah yang ingin memfasilitasi para pengusaha UMKM Daerah.

B. RAMAH PENGUNJUNG

Konsep ini diterapkan guna membantu menyelesaikan masalah yang ada, dengan memberi Konsep desain Ramah pengunjung diharap dapat memberi kesan tersendiri bagi



pengunjung tersebut. Dengan arti kata Ramah Pengunjung memiliki pengertian yg beragam, namun untuk desain ini memfokuskan pada Keramahan segi pandang, estetika dan pelayanan.



Gambar 4.2 Ilustrasi interior Sentra UMKM yang ramah pengunjung.
Sumber: Google.com, 2017.

Dari segi keramahan pandang ini diterapkanlah display yang tidak *massive* serta ruangan yang seolah-olah tidak sepenuhnya tertutup namun memiliki ruang tinggi yang cukup tinggi. Dari segi estetika diperbanyak melalui elemen interior Dinding dengan diberi pendukung berupabeberapa wall panel, serta bagian plafond menggunakan *custom build* serta penerapan display Produk yang tidak terkotak kotak secara kasat mata, memberikan kesan luwes dan mengalir namun tetap diharap dapat terkoordinir dengan baik.

4.7.2. LANGGAM NUANSA DESAIN

A. MODERN

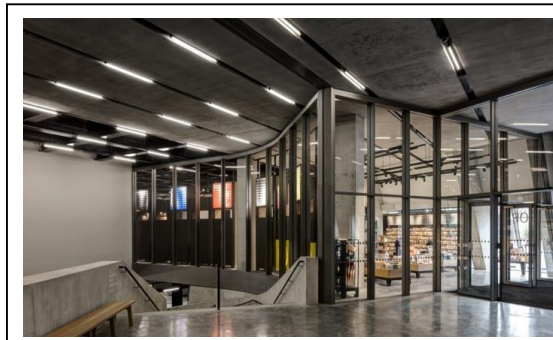
Gaya modern adalah gaya desain yang simple, bersih, fungsional, stylish dan selalu mengikuti perkembangan jaman yang berkaitan dengan gaya hidup modern yang sedang berkembang pesat. Gaya hidup modern ditopang oleh kemajuan teknologi fungsional.



Gambar 4.3 Ilustrasi retail dengan langgam modern
Sumber: Pinterest.com, 2017.

Beberapa ciri arsitektur modern, yaitu:

- Asimetris
- Tidak ada cornice atau profil atap
- Tekstur halus
- Penampilan efisien
- Sudut lengkung
- Jendela kaca
- Alumunium dan stainless steel trim pada pintu dan jendela
- Deretan jendela atau garis – garis
- Denah terbuka.



Gambar 4.4 Ilustrasi interior dengan langgam modern
Sumber: Pinterest.com, 2017.

Dengan pemilihan kombinasi *Style Modern* memberikan kesan yang tetap mengikuti jaman dan tidak tertinggal, serta dapat menyelaraskan antar desain etnik dengan kondisi saat ini.



B. ETNIK



Gambar 4.5 Ilustrasi interior dengan langgam etnik
Sumber: Google.com, 2017.

Gaya desain interior etnik Indonesia adalah gaya yang mengadopsi kebudayaan lokal Indonesia. Gaya etnik ini sarat dengan makna dan simbol adat masyarakat suku tertentu di Indonesia. desain *etnik* tidak harus muncul secara utuh dalam suatu Proyek bangunan ataupun Interior. Hanya dengan memajang aksesoris dan ornamen hiasan rumah bertema etnik tertentu, sudah mendukung hadirnya sebuah desain *etnik* dalam hunian. Inspirasi dalam rancangan *desain interior* bisa didapatkan dari manapun. Berbagai hal bisa dieksplorasi untuk mendapatkan ide, misalnya saja berasal dari karakter pengunjung, karakter penjual, karakter display produk.



Gambar 4.6 Ilustrasi interior dengan langgam etnik Indonesia.
Sumber: Google.com, 2017.



Banyak aplikasi yang bisa diberikan untuk memenuhi unsur tradisional pada suatu ruangan, seperti memberikan sentuhan tradisional berupa penggunaan *wall panel*, pemilihan furnitur dan *artwork*, serta material-material yang dapat memengaruhi suasana. Seperti terlihat pada desain interior ini, di sisi kiri terdapat bidang yang di *cutting* laser motif tradisional dan di bagian kanan ukir-ukiran khas Indonesia yang diproses secara modern.



Gambar 4.7 Contoh motif batik Madiun Indonesia
Sumber: Google.com, 2017.

Pengaplikasian nuansa desain dengan langgam Etnik adalah salah satu cara untuk menyelesaikan masalah, yaitu dapat menyelaraskan antar bangunan dan interior, memberikan Sejarah kepada personal yang ada di dalamnya, serta melestarikan ciri khas budaya Indonesia sebagai negara dengan kekayaan Etnik yang beragam.



4.8. KONSEP MIKRO

4.8.1. LANTAI

Pada desain interior galeri umkm madiun, rencana lantai merupakan dominasi concrete/beton dengan finishing serta list aluminium, dengan kombinasi ubin tegel teraso. Selain itu ada juga aksentuasi pada area display jati menggunakan rumput sintetis,=. Selain itu dilantai mezanine menggunakan vinyl kayu serta terdapat konsep wayfinding floor pada lantai beton yg dimana terbuat dari Cat.



Gambar 4.8 Konsep lantai pada Galeri UMKM Madiun.
Sumber: Dokumen Pribadi, 2018.

4.8.2. DINDING

Pada desain interior galeri umkm madiun, konsep dinding yang digunakan pada area transisi adalah transformasi bentuk dari kelopak bunga kenongo hal ini dijadikan point of interest pada ruangan. Sedangkan, dominasi konsep dinding pada area lainnya tidak menggunakan eksplorasi bentuk agar consumer lebih fokus terhadap produk yang dijual.



Pada Dinding Utama galeri ini ditreatment dengan panel dinding aksen dengan Transformasi dari Bentukan Bunga Kenongo, yang diambil dari bunga kenongo itu sendiri adalah bentuk dasar dari kelopakannya. Bunga kenongo ini memiliki bentuk yang unik terlihat biasa saja sekilas, namun jika diperhatikan memiliki detail bentuk yang menarik. Juga untuk menambah kedinamisan ruang, Bentukannya yang mendukung dengan garis bergelombang disertakan juga aroma therapy yg di berikan agar ruangan menjadi lebih nyaman dari segi hawa.



Gambar 4.9 Gagasan Ide dan Skets Transformasi Bunga Kenongo.
Sumber: DOK. pribadi, 2018.

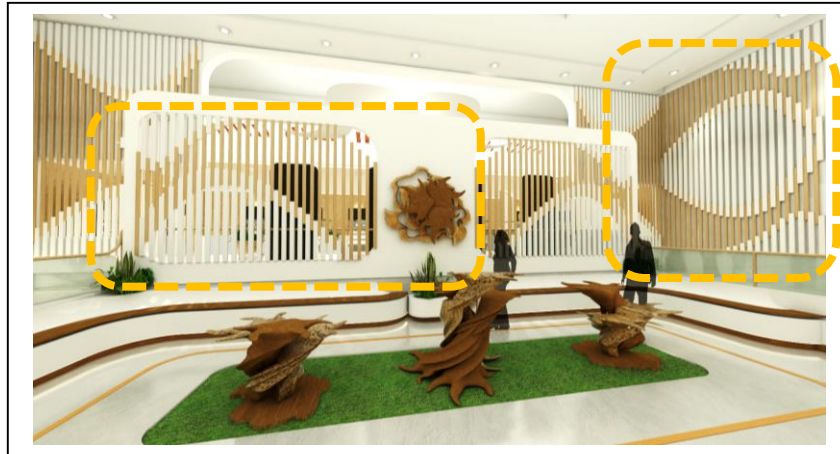


Gambar 4.10 Gagasan Ide Transformasi.
Sumber: DOK. pribadi, 2018.

Pada Dinding Utama galeri ini ditreatment dengan panel dinding aksen dengan Transformasi dari Bentukan Bunga Kenongo, yang diambil dari bunga kenongo itu sendiri adalah bentuk dasar dari kelopakannya. Bunga kenongo ini memiliki bentuk yang unik terlihat



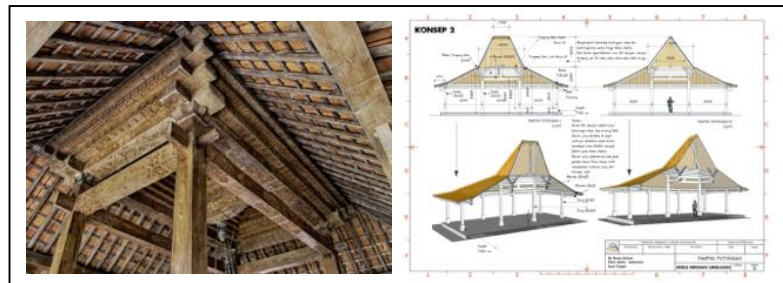
biasa saja sekilas, namun jika diperhatikan memiliki detail bentukan yang menarik. Juga untuk menambah kedinamisan ruang, Bentukannya yang mendukung dengan garis bergelombang disertakan juga aroma therapy yg di berikan agar ruangan menjadi lebih nyaman dari segi hawa.



Gambar 4.11 Konsep dinding pada Galeri UMKM Madiun.
Sumber: Dokumen Pribadi, 2018.

4.8.3. PLAFON

Pada plafond Galeri UMKM Madiun ini menggunakan sentuhan modern dimana terdapat up dan drop ceiling juga pada area void, digunakan juga plafond custom untuk Area display produk makanan dan minuman. Seperti contoh up dan drop ceiling pada void ditransformasikan dari bentuk tengah konstruksi Atap Rumah Joglo.



Gambar 4.12 Konstruksi atap rumah Joglo.
Sumber: Google.com, 2017.



Gambar 4.13 Konsep plafon pada Galeri UMKM Madiun.
Sumber: Dokumen Pribadi, 2018.

4.8.4. FURNITUR

Pada desain interior Galeri UMKM Madiun, konsep furnitur yang digunakan adalah furnitur yang memiliki bentuk simple (merupakan ciri khas dari desain modern) dipadukan dengan material alami berupa kayu atau motif serat kayu. Selain itu, material furnitur juga dipadukan dengan material kaca guna menambah kesan modern di dalam ruangan.



Gambar 4.14 Konsep furnitur pada Galeri UMKM Madiun.
Sumber: Pinterest.com, 2017.

4.8.5. ESTETIS

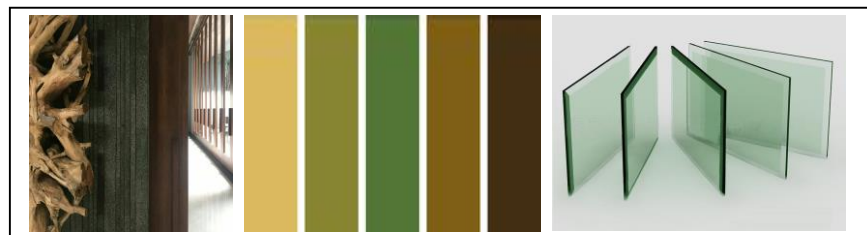
Konsep estetis pada desain interior galeri umkm madiun ini sebagian besar bernuansa etnik dengan sentuhan modern. Seperti contoh, elemen estetis pada wall panel yang bentuknya diambil dari suatu bentuk kelopak bunga kenongo madiun. Contoh lainnya elemen produk yang didisplay menjadi elemen estetis pada galeri umkm ini.



Gambar 4.15 Konsep estetis pada Galeri UMKM Madiun.
Sumber: Dokumen Pribadi, 2018.

4.8.6. WARNA

Konsep warna dalam interior ruangan galeri umkm mengusung warna-warna modern natural yang dihasilkan oleh material seperti kayu, bebatuan, dll. Warna yang menjadi aksentuasi pada desain interior ini adalah warna hijau yang merupakan ciri khas kota madiun. Warna netral ini akan diaplikasikan pada sudut sudut detail tertentu, serta penggunaan *green glass* guna menciptakan suasana ruang yang sejuk dan nyaman.



Gambar 4.16 Konsep warna pada Galeri UMKM Madiun.
Sumber: Google.com, 2017.





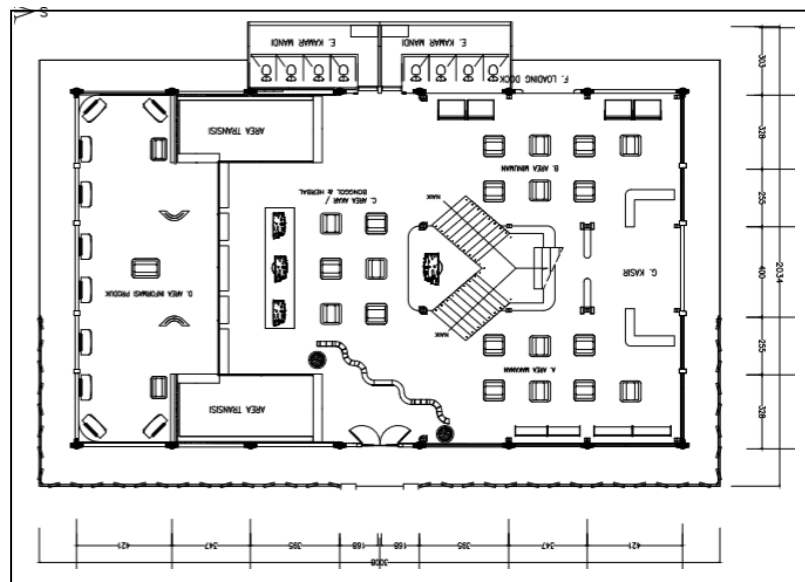
BAB V

PROSES DAN HASIL DESAIN

5.1 ALTERNATIF DESAIN

Pada tahap ini, alternatif layout dibuat dengan mempertimbangkan beberapa kemungkinan yang menyelesaikan permasalahan yang ada. Alternatif yang dibuat meliputi perubahan layout furnitur pada ruangan, dan perubahan suasana tanpa merubah tatanan ruang yang telah ada.

5.1.1 ALTERNATIF LAYOUT 1



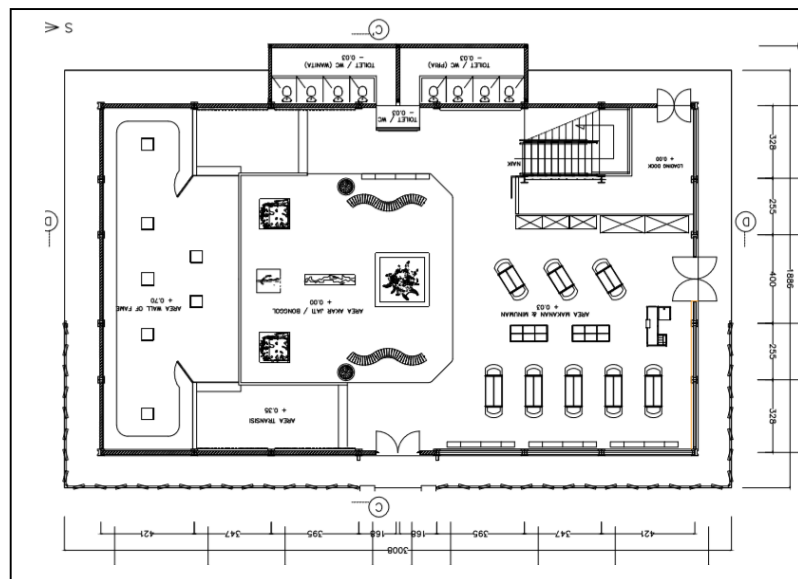
Gambar 5.1 Alternatif 1
Dokumen pribadi 2018..

Layout alternatif pertama diberikan karena melihat dari area dan konsep yang diusung, pembagian 3 area secara dominan terlihat jelas yaitu, area Informasi Produk yang dimenjadi salah satu konsep untuk memfasilitasi pengguna, area penjualan produk mulai dari produk estetika sampai makanan dan minuman, dan yang terakhir adalah area kasir dan area tunggu.



Alur sirkulasi sengaja diciptakan terflow diawal dan dipecah dipertengahan agar pengunjung dapat leluasa melihat dan memberikan kesempatan untuk mengetahui suatu produk..

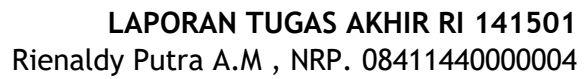
5.1.2 ALTERNATIF LAYOUT 2



Gambar 5.2 Alternatif 2
Dokumen pribadi 2018..

Pada alternative layout kedua, pembagian area masih sama namun dengan alur sirkulasi yang berbeda, di alternative 2 ini mengaplikasikan sirkulasi airflow sejak pertama kali pengunjung masuk. Hal ini memberikan kesan yang membingungkan pengunjung, dalam hal ini, layout tidak dapat maksimal.

Sirkulasi yang tidak tepat atau tidak maksimal dapat membuat pengunjung merasa tidak nyaman, hal itu kontras dengan konsep yang diangkat yaitu memfasilitasi dan ramah pengunjung.



Architectural floor plan of the first floor of the 'V' building. The plan shows a large central hall with a staircase labeled 'MAIN' and a ramp. To the left is a 'REAR MAIN JAM / BENCH' area with a blue star-shaped feature. To the right is a 'REAR MAIN JAM & BENCH' area. The plan includes various rooms, corridors, and a 'LOBBY' area. Dimensions are provided along the top and right edges. The plan is oriented with North at the top.

Pada alternative layout kedua, pembagian area masih sama namun dengan alur sirkulasi yang berbeda, di alternative 2 ini mengaplikasikan sirkulasi airflow sejak pertama kali pengunjung masuk. Hal ini memberikan kesan yang membingungkan pengunjung, dalam hal ini, layout tidak dapat maksimal.

83



5.1.4 WEIGHTED METHOD

KRITERIA	WEIGHTED	PARAMETER	ALTERNATIF 1				ALTERNATIF 2				ALTERNATIF 3			
			M	S	V	RATA-RATA	M	S	V	RATA-RATA	M	S	V	RATA-RATA
RAMAH PENGUNJUNG	0.45	WAYFINDING	EXCELLENT	9	4.05	3.60	POOR	4	1.80	2.25	POOR	4	1.80	2.25
		SIRKULASI	GOOD	7	3.15		GOOD	6	2.70		GOOD	6	2.70	
FASILITAS	0.35	INFORMASI PRODUK	EXCELLENT	9	3.15	3.15	GOOD	6	2.10	2.10	POOR	5	2.10	1.75
MODERN ETNIK	0.20	SIMPLISITAS BENTUK	GOOD	8	1.60	1.40	GOOD	8	1.60	1.40	GOOD	7	1.40	1.40
		ELEMEN ESTETIS	GOOD	6	1.20		GOOD	6	1.20		GOOD	7	1.40	
OVERALL VALUE UTILITY			8.15				5.75				5.40			

Skala Score = 1 - 10

Poor = 1 - 5

Good = 6-8

Excellent= 9 - 10

M = Magnitude

S = Score

V = Value

Tabel 5.1 weighted method 1
Dokumen pribadi 2018..

Dari pembobotan tersebut didapatkan alternatif denah yang paling sesuai yaitu Alternatif Denah 1 berdasarkan Keramahan terhadap pengunjung, konsep fasilitas untuk para UMKM dan juga konsep Modern Etnik sebagai nuansa desain utama.

5.2 PENGEMBANGAN ALTERNATIF LAYOUT TERPILIH

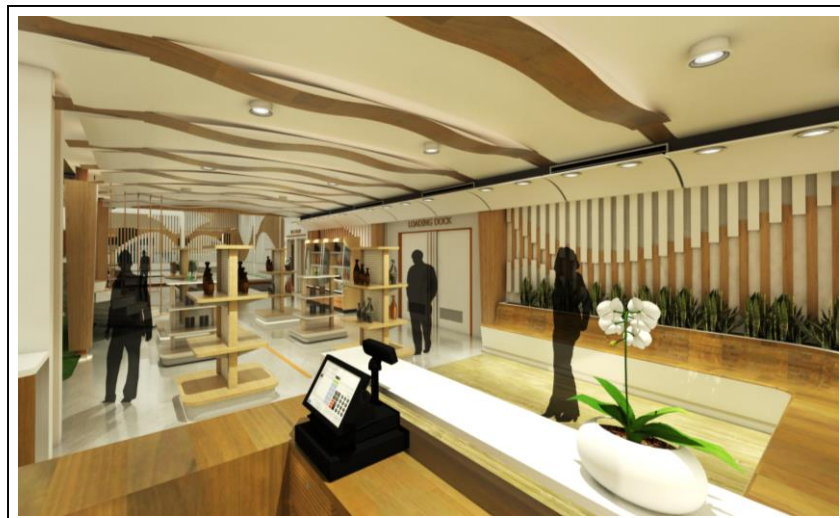
Desain pada alternatif 1 yang telah terpilih berdasarkan weighted methods dikembangkan lebih lanjut dengan nuansa dan konsepna. Gagasan desain tersebut dapat dilihat sebagai berikut :



Gambar 5.4 Gagasan Awal Layout terpilih Area Info Poduk
Dokumen pribadi 2018..

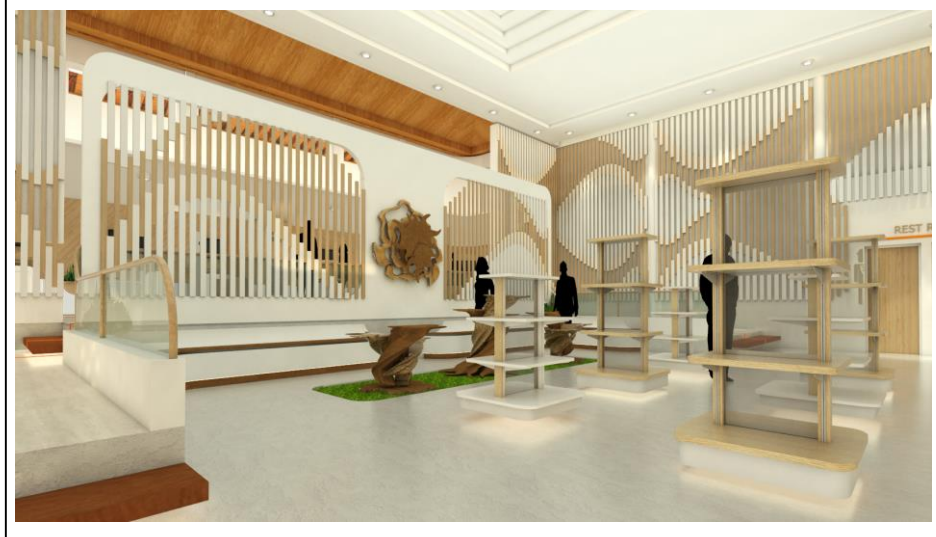


Pada pengembangan alternatif layout terpilih Area Info Produk , terlihat desain yang bernuansa Modern lewat pengaplikasian bentukan dan material *finishing*. Aplikasi panel dinding berbentuk dinamis dengan finishing HPL motif kayu serta Furnitur untuk display produk yang berbentuk simple modern, dengan aplikasi material HPL serta Duco. Area Info Produk berguna dan untuk menjawab Konsep desain awal dan utama dari Galeri UMKM ini yaitu memfasilitasi UMKM Daerah.



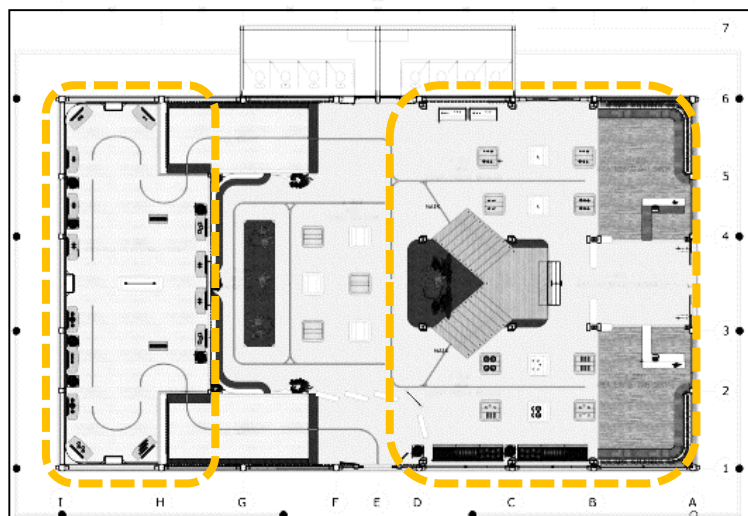
Gambar 5.5 Gagasan Layout terpilih Area Produk makanan minuman dan Area tunggu
Dokumen pribadi 2018..

Pada pengembangan alternatif layout terpilih Area Produk Makanan dan Minuman, terlihat desain yang bernuansa Modern lewat pengaplikasian bentukan dan material *finishing*. Aplikasi dinding bermaterial Bata Ekspos dengan finishing cat putih dan panel – panel frame untuk memajang batik dipadukan dengan desain awal plafond berbentuk garis – garis bermaterial kayu imitasi, serta Furnitur untuk display produk yang berbentuk simple modern, dengan aplikasi material HPL serta Duco. Area Displa produk Makanan dan Minuman ini berguna dan untuk menjual produk produk makanan dan minuman untuk memfasilitasi UMKM Daerah.

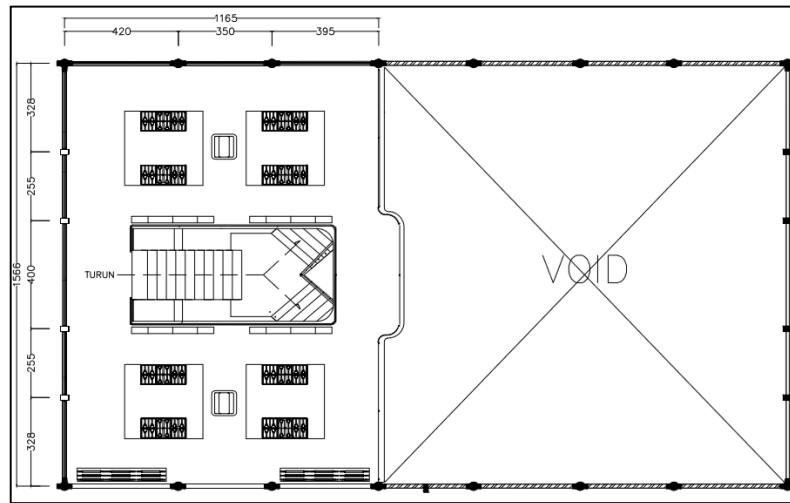


Gambar 5.6 Gagasan Awal Layout terpilih Area Tengah, Area Produk Jati dan Herbal
Dokumen pribadi 2018..

Pada pengembangan alternatif layout terpilih Area Tengah, Produk Jati dan Herbal, terlihat desain yang bernuansa Modern lewat pengaplikasian bentukan dan material *finishing* sama dengan Area area lainnya. Aplikasi panel dinding berbentuk dinamis dengan finishing HPL motif kayu serta Furnitur untuk display produk yang berbentuk simple modern, dengan aplikasi material HPL serta Duco. Area Tengah dan Produk Jati serta Herbal berguna dan untuk menjual produk produk makanan dan minuman untuk memfasilitasi UMKM Daerah.



Gambar 5.7 Gagasan Layout terpilih, Lantai 1
Dokumen pribadi 2018..



Gambar 5.8 Gagasan Layout terpilih, Lantai 2
Dokumen pribadi 2018..

5.3 PENGEMBANGAN RUANG TERPILIH 1

Pada tahap ini, alternatif layout dibuat dengan mempertimbangkan beberapa kemungkinan yang menyelesaikan permasalahan yang ada. Alternatif yang dibuat meliputi perubahan layout furnitur pada ruangan. Pada eksisting area ini adalah Hall, yang tidak berisikan furniture

5.3.1 LAYOUT FURNITUR



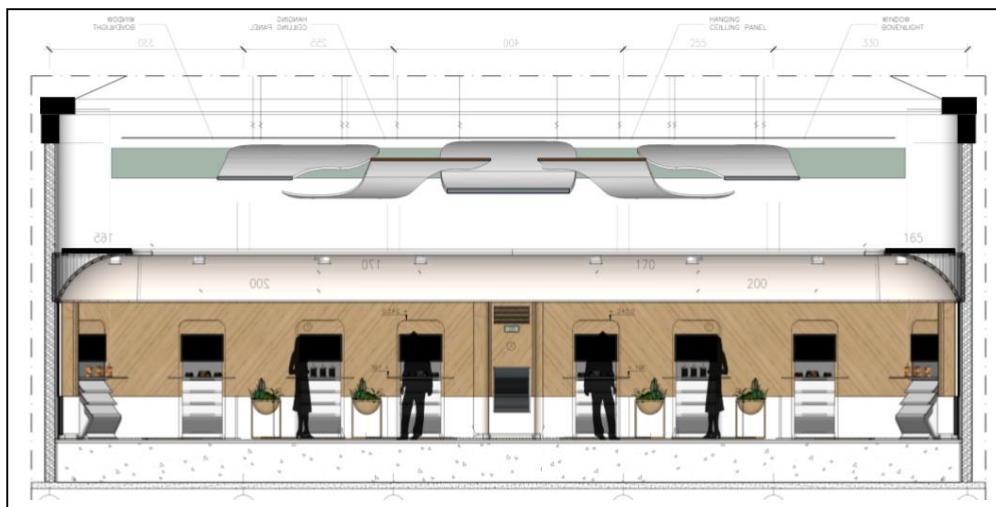
Gambar 5.9 Layout Furnitur Area terpilih 1
Dokumen pribadi 2018..

Area Informasi produk dan produk terbaru, area ini suatu fasilitas yang diberikan untuk UMKM dari segi interior,

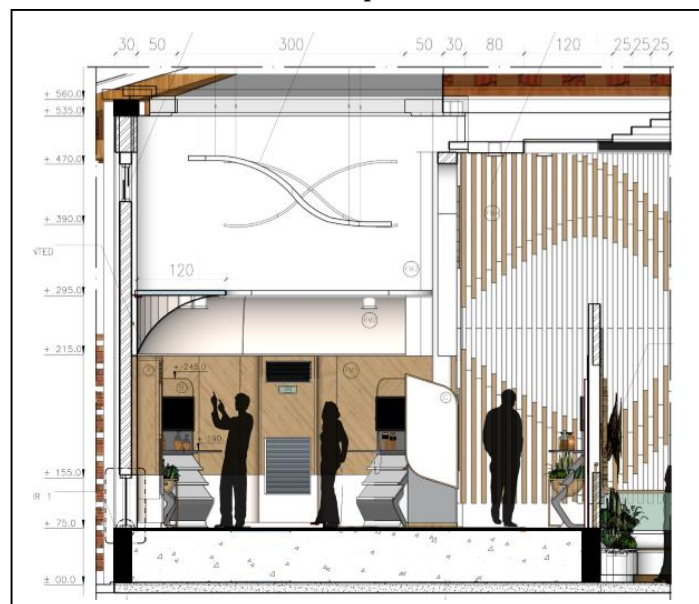


menyediakan tempat display yang *proper* dan membuat nyaman pengunjung yang datang untuk melihat. Luas area ini cukup besar dimana bisa untuk sirkulasi maksimal 35 orang.

Lantai pada area ini memiliki 3 jenis material, materia utama adalah Granit, material kedua ada sticker / cat untuk *wayfinding floor* dan juga kayu solid untuk pijakan tangga, dikarenakan area ini adalah panggung dengan ketinggian 75 cm. Dengan paduan dinding panel finishing material HPL kayu dan Plafond denga hanging panel



Gambar 5.10 Potongan 1 Furnitur Area terpilih 1
Dokumen pribadi 2018..



Gambar 5.11 Potongan 2 Furnitur Area terpilih 1
Dokumen pribadi 2018..



5.3.2 VISUALISASI RENDER



Gambar 5.12 Gambar Render 1 Area terpilih 1
Dokumen pribadi 2018..

Pada 3D visualisasi ini memperlihatkan desain area fasilitas Info Produk untuk menginformasikan produk produk yang dihasilkan oleh UMKM madiun, dan juga memberikan kesempatan untuk produk baru memajang atau promosi langsung didepan. Area Info Produk ini adalah area pasti yang akan dilewati pengunjung, karena alur yang dibuat mengharuskan pengunjung untuk langsung ke arah Area Info Produk.



Gambar 5.13 Gambar Render 2 Area terpilih 1
Dokumen pribadi 2018..



5.3.3 VISUALISASI FURNITUR



Gambar 5.14 Gambar Furnitr 1 Area terpilih 1
Dokumen pribadi 2018..

5.3.4 VISUALISASI ESTETIS



Gambar 5.15 Gambar Estetis 1 Area terpilih 1
Dokumen pribadi 2018..



5.4 PENGEMBANGAN RUANG TERPILIH 2

5.4.1. LAYOUT FURNITUR



Gambar 5.16 Layout Area terpilih 2
Dokumen pribadi 2018..

Pada Area Makanan Minuman Kemasan ini memiliki layout Grid Acak, dimana Area makanan dan Minuman hanya dipisahkan dengan tangga. Pada area ini Kapasitas produk yang bisa dipajang pada area Makanan Minuman kemasan ini sebanyak 500 pcs. Dalam Area ini juga terdapat Area kasir dan Area Tunggu, area tunggu ini berguna untuk bersantai dan menunggu barang yang akan di beli.

Sistem penjualan Galeri ini tidak seperti swalayan, system penjualan produk disini mirip seperti retail yang memiliki Gudang seperti contohnya IKEA. Sistem ini membuat suatu cara baru untuk membuat UMKM daerah menjadi lebih berbeda dan memiliki kelas

Area Makan Minum Kemasan ini memiliki aplikasi lantai beton poles, digabungkan dengan kayu parket dan juga sticker / cat untuk wayfinding floor. Pada bagian dinding yang mendapat olahan desain hanya pada dinding Panel, agar desain area selaras dengan desain area sebelumnya. Pada sisi dinding lainnya memakai kaca dengan siluet Fasad, lalu pada plafond dibuat dengan desain yang dinamis agar tidak terkesan berat.



Gambar 5.17 Potongan 1 Area terpilih 2
Dokumen pribadi 2018..



Gambar 5.18 Potongan 2 Area terpilih 2
Dokumen pribadi 2018..

Area Penjualan Makanan Minuman ini memiliki desain yang cukup sederhana dikarenakan sirkulasi diutamakan guna kenyamanan pengunjung berada didalamnya dan dapat dengan baik menerima info produk yang di display. Kapasitas produk yang bisa dipajang pada area Makanan Minuman kemasan ini sebanak 500 pcs. Dalam Area ini juga terdapat Area kasir dan Area Tunggu, area tunggu ini berguna untuk bersantai dan menunggu barang yang akan di beli.

Sistem penjualan Galeri ini tidak seperti swalayan, system penjualan produk disini mirip seperti retail yang memiliki Gudang.



5.4.2. VISUALISASI RENDER



Gambar 5.19 Visualisasi Render 1 Area 2
Dokumen pribadi 2018..

Pada visualisasi ini menunjukkan Area Penjualan Makanan Minuman Kemasan juga Area Kasir dan Tunggu, desain yang diciptakan bernuansa Modern Etnik, desain modern benar lebih condong terlihat dikarenakan mengejar kenyamanan dan bentuk dinamis

Dengan pengaplikasian material yang senada, dengan area sebelumnya juga memberikan kesan yang seimbang dan pada konteks modern. Material yang digunakan tidak jauh dari finishing simple Duco, HPL, solid wood dan juga tembaga.



Gambar 5.20 Visualisasi Render 2 Area 2
Dokumen pribadi 2018..

5.4.3. VISUALISASI FURNITUR



Gambar 5.21 Visualisasi Furnitur 1 Area 2
Dokumen pribadi 2018..

Pada visualisasi ini menunjukkan Furnitur yang diaplikasikan pada area Penjualan Makanan Minuman Kemasan juga Area Kasir dan Tunggu, desain yang diciptakan bernuansa Modern Etnik, desain modern benar lebih condong terlihat dikarenakan mengejar kenyamanan dan bentukan dinamis

Dengan pengaplikasian material yang senada, dengan area sebelumnya juga memberikan kesan yang seimbang dan pada konteks modern. Material yang digunakan tidak jauh dari finishing simple Duco, HPL, solid wood dan juga tembaga.

5.4.4. VISUALISASI ESTETIS

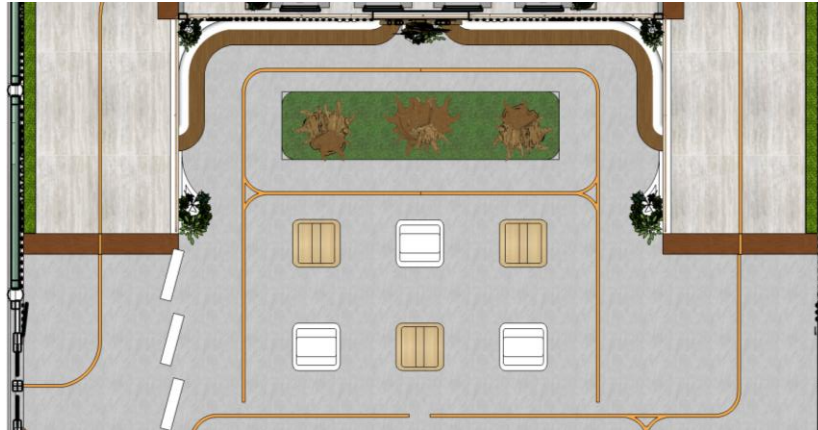


Gambar 5.22 Visualisasi Estetis 1 Area 2
Dokumen pribadi 2018..



5.5 PENGEMBANGAN RUANG TERPILIH 3

5.5.1. LAYOUT FURNITUR



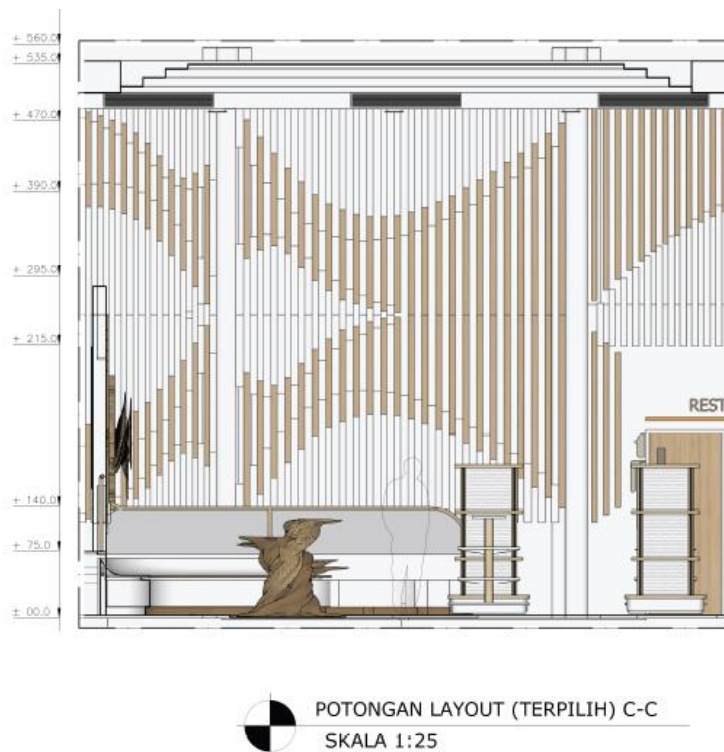
Gambar 5.23 Layout Area terpilih 3
Dokumen pribadi 2018..

Pada Area Display herbal dan bonggol jati ini memiliki layout Grid, Area herbal dengan display furniture tipikal dan display bonggol jati hanya dipisahkan dengan perbedaan material dan leveling pada lantai, dengan material rumput dan perbedaan leveling 3cm . Pada area ini Kapasitas produk yang bisa dipajang pada area ini sebanyak 40 pcs termasuk Bonggol jati. Dalam Area ini juga terdapat Area santai atau area duduk, area tunggu ini berguna untuk bersantai dan menunggu barang yang akan di beli.

Area display herbal dan bonggol jati ini memiliki aplikasi lantai granit doff / matte, digabungkan dengan rumput dan juga sticker / cat untuk wayfinding floor. Pada bagian dinding yang mendapat olahan desain hanya pada dinding Panel, dikarenakan pada area ini menjadi sentral dari ruang Galeri Umkm Madiun ini. Pada sisi dinding lainnya memakai kaca dengan siluet Fasad, lalu pada plafond dibuat dengan desain yang diambil dari bentukan konstruksi atap joglo jawa timur.



Gambar 5.24 Potongan Area terpilih 3
Dokumen pribadi 2018..



Gambar 5.25 Potongan Area terpilih 3
Dokumen pribadi 2018..



5.5.2. VISUALISASI RENDER



Gambar 5.26 Render Area terpilih 3
Dokumen pribadi 2018..

Pada visualisasi ini menunjukan Area Penjualan Makanan Minuman Kemasan juga Area Kasir dan Tunggu, desain yang diciptakan bernuansa Modern Etnik, desain modern benar lebih condong terlihat dikarenakan mengejar kenyamanan dan bentukan dinamis

Dengan pengaplikasian material yang senada, dengan area sebelumnya juga memberikan kesan yang seimbang dan pada konteks modern. Material yang digunakan tidak jauh dari finishing simple Duco, HPL, solid wood dan juga tembaga.



Gambar 5.27 Render Area terpilih 3
Dokumen pribadi 2018..

Pada visualisasi ini menunjukkan Area Penjualan Makanan Minuman Kemasan juga Area Kasir dan Tunggu, desain yang diciptakan bernuansa Modern Etnik, desain modern benar lebih condong terlihat dikarenakan mengejar kenyamanan dan bentukan dinamis

Dengan pengaplikasian material yang senada, dengan area sebelumnya juga memberikan kesan yang seimbang dan pada konteks modern. Material yang digunakan tidak jauh dari finishing simple Duco, HPL, solid wood dan juga tembaga.



5.5.3. VISUALISASI FURNITUR



Gambar 5.28 furnitur Area terpilih 3
Dokumen pribadi 2018..

Pada visualisasi ini menunjukkan Area Penjualan Makanan Minuman Kemasan juga Area Kasir dan Tunggu, desain yang diciptakan bernuansa Modern Etnik, desain modern benar lebih condong terlihat dikarenakan mengejar kenyamanan dan bentuk dinamis

Dengan pengaplikasian material yang senada, dengan area sebelumnya juga memberikan kesan yang seimbang dan pada konteks modern. Material yang digunakan tidak jauh dari finishing simple Duco, HPL, solid wood dan juga tembaga.



Gambar 5.29 furnitur Area terpilih 3
Dokumen pribadi 2018..



5.5.4. VISUALISASI ESTETIS



Gambar 5.30 furnitur Area terpilih 3
Dokumen pribadi 2018..



Gambar 5.31 furnitur Area terpilih 3
Dokumen pribadi 2018..

Pada visualisasi ini menunjukkan Area Penjualan Makanan Minuman Kemasan juga Area Kasir dan Tunggu, desain yang diciptakan bernuansa Modern Etnik, desain modern benar lebih condong terlihat dikarenakan mengejar kenyamanan dan bentukan dinamis

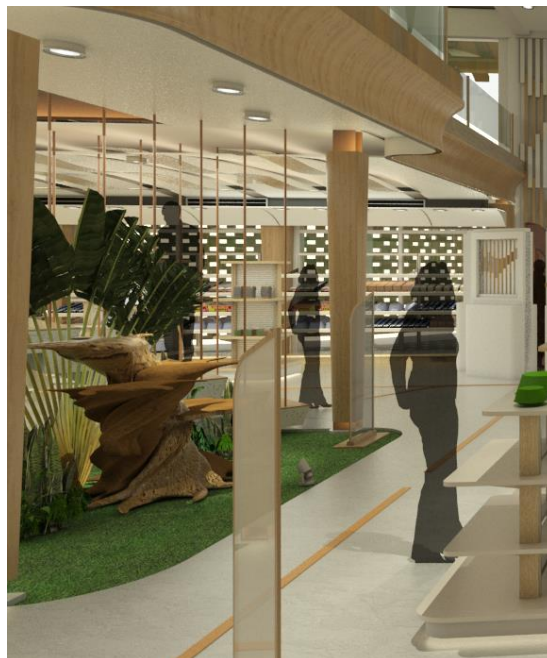
Dengan pengaplikasian material yang senada, dengan area sebelumnya juga memberikan kesan yang seimbang dan pada konteks



modern. Material yang digunakan tidak jauh dari finishing simple
Duco, HPL, solid wood dan juga tembaga



Gambar 5.31 furnitur Area terpilih 3
Dokumen pribadi 2018..



Gambar 5.31 furnitur Area terpilih 3
Dokumen pribadi 2018..





BAB VI

PENUTUP

6.1. KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian dan proses perencanaan yang telah penulis lakukan, maka kesimpulan yang dapat diambil dari desain interior Galeri Sentra UMKM Madiun ini adalah:

1. UMKM daerah Madiun memiliki potensi yang sangat tinggi, mulai dari sumber daya hingga kualitas produk yang dihasilkan. Melalui adanya perencanaan didirikannya Galeri Sentra UMKM Madiun dengan desain interior yang berkonsep memfasilitasi dan ramah terhadap pengunjung sehingga dapat membantu meningkatkan dan mewadahi kualitas dari produk masing masing UMKM, agar dapat bersaing.
2. Konsep Memfasilitasi dan Ramah pengunjung dengan Nuansa desain Modern Etnik Madiun merupakan konsep yang tepat untuk UMKM daerah Madiun dikarenakan dapat membantu memfasilitasi mulai dari showroom hingga kesan setiap orang yang berkunjung (ramah pengunjung) dengan desain yang diharapkan dapat menjadi dinamis hingga waktu yang tidak sementara.
3. Konsep Memfasilitasi dan Ramah pengunjung memberi kedinamisan dalam sebuah tata ruang, begitu juga dengan penerapan konsep modern dengan sentuhan etnik madiun memberikan sebuah poin lebih sebagai identitas sebuah daerah.

6.2. SARAN

Galeri UMKM di Indonesia mulai pesat bertumbuh, dengan konsep yang tipikal memberikan kesan bosan untuk mengunjunginya, Galeri UMKM Madiun dengan perencanaan Sentra UMKM Galeri Madiun memberikan kesan lebih mencangkup banyak hal dikarenakan adanya



Area yang kompleks dan lengkap, dimulai dari Galeri, foodcour, mushola, tempat istirahat, Kantor Pelayanan, Workshop dan juga Gudang Produk.

Adanya peluang berkembangnya UMKM dan tidak menurunnya UMKM pada basis ekonomi Indonesia memberikan kesempatan untuk penulis, agar dapat memberikan suatu yang berarti bagi suatu daerah. Terutama berada pada daerah Madiun, dimana daerah ini memiliki potensi yang besar.

Juga memberikan tantangan bagi para desainer interior agar bisa mengangkat sebuah nama daerah melalui sebuah Konsep dan Desain, dengan berangkat melalui masalah yang ada pada daerah daerah di Indonesia.



DAFTAR PUSTAKA

- [1] Tim Penyusun Pusat Kamus, 2005. Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi 3, Jakarta, Balai Pustaka
- [2] Anonim, 2014. *Arsitektur modern*. Sumber : www.sanfranciscomirror.com/.
- [3] Dora, Purnama Esa. *Pemanfaatan Pencahayaan Alami Pada Rumah Tinggal Tipe Townhouse Di Surabaya*. Surabaya: Universitas Petra.
- [4] Panero, Julius dan Zelnik, Martin. 1979. *Human Dimension & Interior Space*. London: The Architectural Press Ltd.
- [5] Philips Lighting. *Lighting Manual Fifth Edition* (Netherlands: Philips Lighting B.V., 1993)
- [6] Wardhana, Mahendra (2016), “spasial analysis of users movement pattern and its socialization on public Facilities and environment through the SVA” *Social and Behaviour Sciences*. Vol 227, halaman 101 - 106





LAMPIRAN

No	Uraian Pekerjaan	Satuan	Volume	Harga Satuan (Rp)	Jumlah Harga (Rp)	TOTAL
A Pekerjaan Lantai						
1	Pasang Granit ukuran 80x80	m2	50	450000 IDR	22,500,000.00	
2	Pasang Tegel Lantai Kasar Samping	m2	12	100000 IDR	1,200,000.00	
3	Pasang Sticker Wayfinding Floor	m2	20	50000 IDR	1,000,000.00	
						IDR 24,700,000.00
B Pekerjaan Dinding						
1	Pasang Panel Dinding (Finishing HPL)	m2	40	120000 IDR	4,800,000.00	
2	Aplikasi Cat Dinding Putih	m2	80	80000 IDR	6,400,000.00	
3	Kusen dan Jendela Aluminium	unit	10	120000 IDR	1,200,000.00	
4	Kaca Temper 6mm (fin. Dark Green)	m2	20	260000 IDR	5,200,000.00	
5	Pasang Dinding & Partisi	m2	30	100000 IDR	3,000,000.00	
6	Pasang Wall Panel Partisi	bh	2	600000 IDR	1,200,000.00	
						IDR 21,800,000.00
C Pekerjaan Plafond						
1	Plafond Hanging Panel	unit	5	500000 IDR	2,500,000.00	
2	Plafond Utama	m2	60	80000 IDR	4,800,000.00	
3	Pasang cat plafond	m2	60	60000 IDR	3,600,000.00	
4	Pasang Plafond Mainan spotlamp	m2	40	80000 IDR	3,200,000.00	
						IDR 14,100,000.00
D Pekerjaan Kelistrikan						
1	Pasang lampu downlamp LED	bh	7	300000 IDR	2,100,000.00	
2	Pasang lampu LED strip	m1	25	30000 IDR	750,000.00	
3	Pasang lampu dinding spot light	bh	14	250000 IDR	3,500,000.00	
						IDR 6,350,000.00
E Pekerjaan Furnitur						
1	Display Produk Information Custom (include TV)	bh	14	3800000 IDR	53,200,000.00	
2	Display Produk Custom	bh	2	700000 IDR	1,400,000.00	
3	Pot Tanaman	bh	7	250000 IDR	1,750,000.00	
4	Buildin AC standing	bh	3	2600000 IDR	7,800,000.00	
						IDR 64,150,000.00
TOTAL						IDR 131,100,000.00

RAB RUANG TERPILIH 1 AREA INFORMASI PRODUK DAN DISPLAY PRODUK BAU

LAMPIRAN

No	Uraian Pekerjaan	Satuan	Volume	Harga Satuan (Rp)	Jumlah Harga (Rp)	TOTAL
A Pekerjaan Lantai						
1	Pasang Granit ukuran 80x80	m2	50	450000 IDR	22,500,000.00	
2	Pasang Tegel Lantai Kasar Samping	m2	12	100000 IDR	1,200,000.00	
3	Pasang Sticker Wayfinding Floor	m2	20	50000 IDR	1,000,000.00	
					IDR	24,700,000.00
B Pekerjaan Dinding						
1	Pasang Panel Dinding (Finishing HPL)	m2	40	120000 IDR	4,800,000.00	
2	Aplikasi Cat Dinding Putih	m2	80	80000 IDR	6,400,000.00	
3	Kusen dan Jendela Aluminium	unit	10	120000 IDR	1,200,000.00	
4	Kaca Temper 6mm (fin. Dark Green)	m2	20	260000 IDR	5,200,000.00	
5	Pasang Dinding & Partisi	m2	30	100000 IDR	3,000,000.00	
6	Pasang Wall Panel Partisi	bh	2	600000 IDR	1,200,000.00	
					IDR	21,800,000.00
C Pekerjaan Plafond						
1	Plafond Hanging Panel	unit	5	500000 IDR	2,500,000.00	
2	Plafond Utama	m2	60	80000 IDR	4,800,000.00	
3	Pasang cat plafond	m2	60	60000 IDR	3,600,000.00	
4	Pasang Plafond Mainan spotlamp	m2	40	80000 IDR	3,200,000.00	
					IDR	14,100,000.00
D Pekerjaan Kelistrikan						
1	Pasang lampu downlamp LED	bh	7	300000 IDR	2,100,000.00	
2	Pasang lampu LED strip	m1	25	30000 IDR	750,000.00	
3	Pasang lampu dinding spot light	bh	14	250000 IDR	3,500,000.00	
					IDR	6,350,000.00
E Pekerjaan Furnitur						
1	Display Produk Information Custom (include TV)	bh	14	3800000 IDR	53,200,000.00	
2	Display Produk Custom	bh	2	700000 IDR	1,400,000.00	
3	Pot Tanaman	bh	7	250000 IDR	1,750,000.00	
4	Buildin AC standing	bh	3	2600000 IDR	7,800,000.00	
					IDR	64,150,000.00
TOTAL						IDR 131,100,000.00

RAB RUANG TERPILIH 1 AREA INFORMASI PRODUK DAN DISPLAY PRODUK BAU

No.	Aktivitas	Waktu	Ruang/Area	Keterangan
1.	Memasuki Galeri UMKM	Jam Operasional	Entrance	
2.	Melihat Galeri	Jam Operasional	Wall of Fame	
3.	Membeli Makanan&Minuman	Jam Operasional	Ritel Makanan&Minuman	
4.	Membeli Ukiran Jati	Jam Operasional	Ritel Jati	
5.	Membeli Kain&Baju	Jam Operasional	Ritel Kain&Baju	
6.	Membeli Aksesoris	Jam Operasional	Ritel Aksesoris	
7.	Duduk	Jam Operasional	Lounge	
8.	Membayar Belanjaan	Jam Operasional	Kasir	
9.	Buang Air	Jam Operasional	Toilet	
10.	Keluar Galeri UMKM	Jam Operasional	Exit	

Tabel 4.1 Studi Aktivitas Pengunjung Galeri UMKM Madiun
Sumber: dokumen pribadi.

No.	Aktivitas	Waktu	Ruang/Area	Keterangan
1.	Memasuki Galeri UMKM	Bebas	Loading Dock	
2.	Loading Barang	Pagi dan Malam	Loading Dock	
3.	Melayani Customer Area Ritel	Jam Operasional	Area Ritel	
4.	Melayani Customer Area Galeri	Jam Operasional	Area Galeri	
5.	Transaksi dengan Konsumen	Jam Operasional	Kasir	

Tabel 4.2 Studi Aktivitas Pegawai Galeri UMKM Madiun

N o	RUANG / AREA	AKTIVITAS	PENGGUNA (a) = 0,48 X JMLH	FASILITAS (b)	SIRKULASI (c) = b x 40%	L. CAKUPAN minimal = (a + b + c)
1.	AREA INFORMASI PRODUK	- MELIHAT INFORMASI PRODUK - MELIHAT PRODUK TERBARU & BEST SELLER	0,48x20= 9,6m²	10 DISPLAY info (600x50x180) = 3m²	3x40% = 1,2m²	13,8m²
2.	AREA BONGGOL JATI	- MELIHAT PRODUK - FOTO - JALAN MENGITARI	0,48x4= 1,92m²	3 BONGGOL JATI 3m²	3x40% = 1,2m²	6,12m²
3.	AREA PRODUK HERBAL	- MELIHAT PRODUK - MENGITARI DISPLAY	0,48x4= 1,92m²	6 DISPLAY PRODUK (165x110x170) 1,8m²	1,8x40%= 0,72m²	4,44m²
4.	AREA PRODUK MAKAN	- MELIHAT PRODUK - MENGITARI DISPLAY	0,48x4= 1,92m²	7 DISPLAY PRODUK (220x165x170) 14,52m²	14,52x40%= 5,80m²	22,24m²
5.	AREA PRODUK MINUM	- MELIHAT PRODUK - MENGITARI DISPLAY	0,48x4= 1,92m²	7 DISPLAY PRODUK (220x165x170) 14,52m²	14,52x40%= 5,80m²	22,24m²
6.	AREA PRODUK BATIK	- MELIHAT PRODUK - MENGITARI DISPLAY	0,48x6= 2,88m²	4 DISPLAY PRODUK (200x160x90) 3,2m²	3,2x40% = 1,28m²	7,36m²
7.	AREA PRODUK AKSESORIS	- MELIHAT PRODUK - MENGITARI DISPLAY	0,48x6= 2,88m²	4 DISPLAY PRODUK (200x160x90) 3,2m²	3,2x40% = 1,28m²	7,36m²

Tabel 4.3 Kebutuhan Ruang serta Fasilitas di Galeri UMKM Madiun.
Sumber: dokumen pribadi.

KRITERIA	WEIGHTED	PARAMETER	ALTERNATIF 1				ALTERNATIF 2				ALTERNATIF 3			
			M	S	V	RATA-RATA	M	S	V	RATA-RATA	M	S	V	RATA-RATA
RAMAH PENGUNJUNG	0.45	WAYFINDING	EXCELLENT	9	4.05	3.60	POOR	4	1.80	2.25	POOR	4	1.80	2.25
		SIRKULASI	GOOD	7	3.15		GOOD	6	2.70		GOOD	6	2.70	
FASILITAS	0.35	INFORMASI PRODUK	EXCELLENT	9	3.15	3.15	GOOD	6	2.10	2.10	POOR	5	2.10	1.75
MODERN ETNIK	0.20	SIMPLISITAS BENTUK	GOOD	8	1.60	1.40	GOOD	8	1.60	1.40	GOOD	7	1.40	1.40
		ELEMEN ESTETIS	GOOD	6	1.20		GOOD	6	1.20		GOOD	7	1.40	
OVERALL VALUE UTILITY			8.15				5.75				5.40			

Skala Score = 1 - 10

Poor = 1 - 5

Good = 6-8

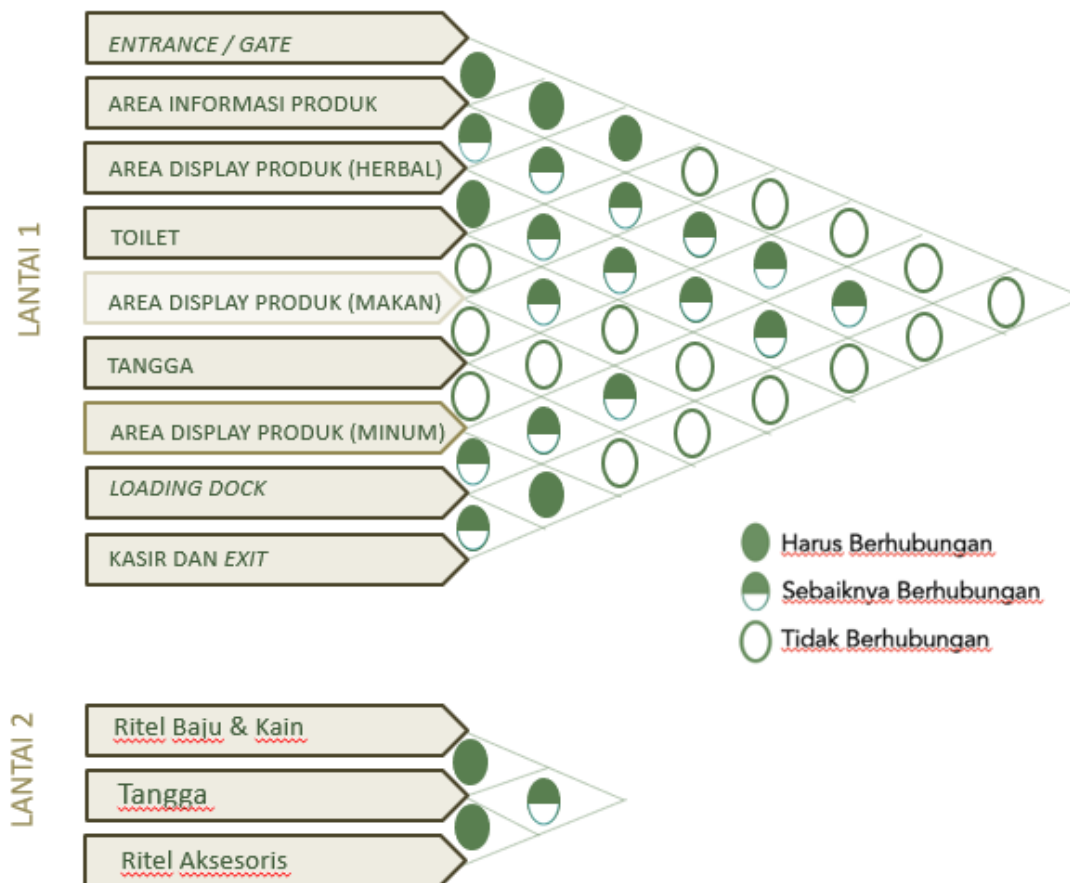
Excellent= 9 - 10

M = Magnitude

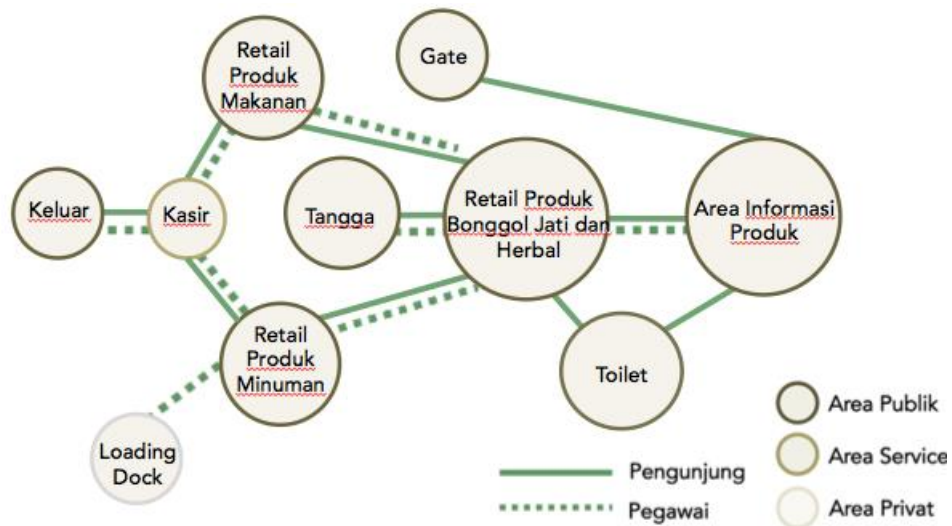
S = Score

V = Value

Tabel 5.1 weighted method 1
Dokumen pribadi 2018..



Bagan 4.1 Matriks hubungan antar ruang di Galeri UMKM Madiun
Sumber: dokumen pribadi.



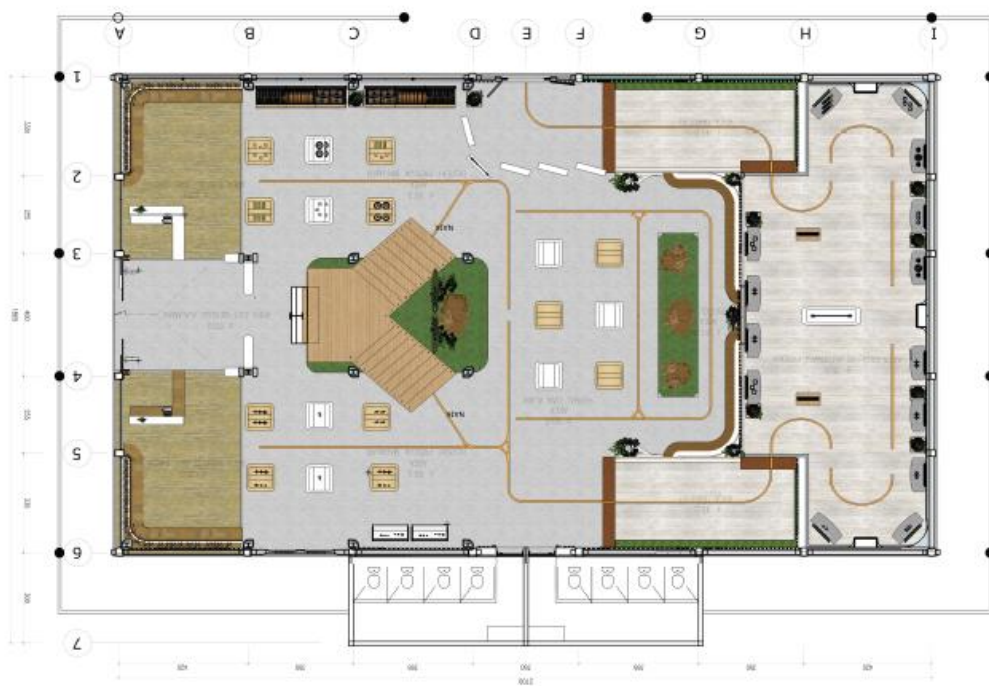
Bagan 4.2 Bubble Diagram lantai 1 Galeri UMKM Madiun
Sumber: dokumen pribadi.



Bagan 4.3 Bubble Diagram lantai 2 Galeri UMKM Madiun
Sumber: dokumen pribadi.



Rencana Layout siteplan



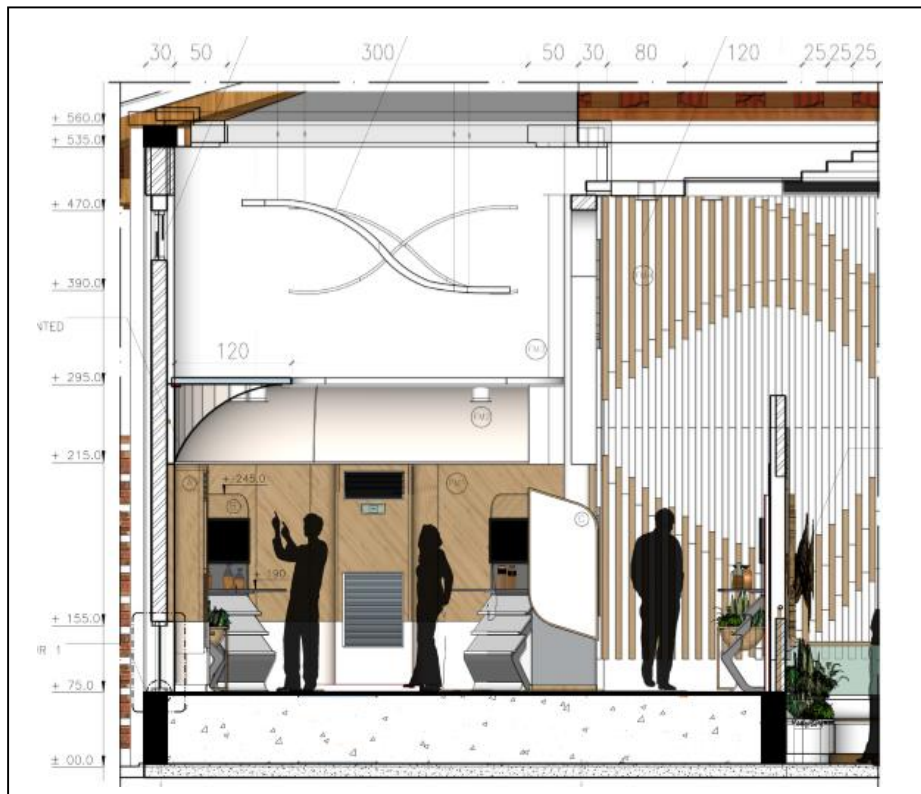
Rencana Layout Galeri UMKM



Gambar 5.9 Layout Furnitur Area terpilih 1
Dokumen pribadi 2018..



Gambar 5.10 Potongan 1 Furnitur Area terpilih 1
Dokumen pribadi 2018..



Gambar 5.11 Potongan 2 Furnitur Area terpilih 1
Dokumen pribadi 2018..



Gambar 5.13 Gambar Render 2 Area terpilih 1
Dokumen pribadi 2018..



Gambar 5.12 Gambar Render 1 Area terpilih 1
Dokumen pribadi 2018..



Gambar 5.14 Gambar Furnitr 1 Area terpilih 1
Dokumen pribadi 2018..



Gambar 5.16 Layout Area terpilih 2
Dokumen pribadi 2018..



Gambar 5.17 Potongan 1 Area terpilih 2
Dokumen pribadi 2018..



Gambar 5.18 Potongan 2 Area terpilih 2
Dokumen pribadi 2018..



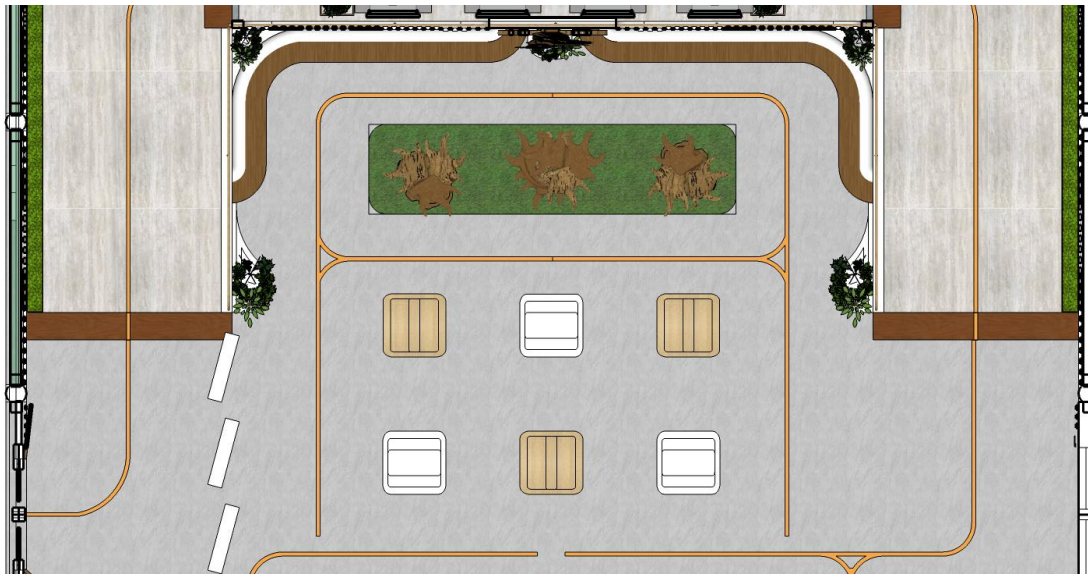
Gambar 5.19 Visualisasi Render 1 Area 2
Dokumen pribadi 2018..



Gambar 5.20 Visualisasi Render 2 Area 2
Dokumen pribadi 2018..



Gambar 5.21 Visualisasi Furnitur 1 Area 2
Dokumen pribadi 2018..



Gambar 5.23 Layout Area terpilih 3
Dokumen pribadi 2018..



Gambar 5.24 Potongan Area terpilih 3
Dokumen pribadi 2018..



POTONGAN LAYOUT (TERPILIH) C-C
SKALA 1:25

Gambar 5.25 Potongan Area terpilih 3
Dokumen pribadi 2018..



Gambar 5.26 Render Area terpilih 3
Dokumen pribadi 2018..



Gambar 5.27 Render Area terpilih 3
Dokumen pribadi 2018..



Gambar 5.29 furnitur Area terpilih 3
Dokumen pribadi 2018..

BIOGRAFI PENULIS

Penulis laporan ini adalah Rienaldy Putra Anandia Musaffa. Penulis lahir di Mataram pada 16 Januari 1996. Merupakan Anak pertama dari tiga bersaudara dalam keluarga. Penulis juga rajin mengikuti acara diskusi terbuka mengenai Arsitektur dan Desain Indonesia, juga gemar membaca seperti majalah, ensiklopedia, dan buku tentang desain interior. Selain itu penulis juga senang mendengarkan musik, otomotif dan berdiskusi serta aktif pada Himpunan yang diikuti.



Sebelum menempuh pendidikan di Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS) Surabaya, penulis bersekolah di SD AMI Indonesia (Bali), SMP Negeri 2 Denpasar, dan SMA Negeri 1 Denpasar. Penulis memilih jurusan desain interior atas kemauan sendiri dan didukung penuh oleh orang tua.

Banyak *Galeri* dan Sentra oleh-oleh sampai UMKM yang pernah disinggahi oleh penulis ketika sedang bepergian bersama teman maupun keluarga. Beberapa diantaranya memiliki kondisi yang menurut penulis kurang nyaman. Berbekal dari pengalaman tersebut, pada tugas akhir ini penulis memilih objek *Galeri*, terutama *Galeri* UMKM karena tertantang untuk mendesain *Galeri* UMKM dengan interior yang unik dan nyaman. Untuk berdiskusi lebih jauh mengenai tugas akhir ini dapat menghubungi penulis ke email aldmusaffa16@gmail.com.