



TUGAS AKHIR - RI 141501

**REDESAIN OUTLET KERAJINAN KULIT INTAKO DENGAN
KONSEP LUXURY GUNA MENINGKATKAN NILAI JUAL PRODUK**

**FRIZCA AYU AGUSTIN
0841144000019**

**Dosen Pembimbing
Dr. Mahendra Wardhana, ST. MT**

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



TUGAS AKHIR - RI 141501

**REDESAIN OUTLET KERAJINAN KULIT INTAKO DENGAN
KONSEP LUXURY GUNA MENINGKATKAN NILAI JUAL PRODUK**

**FRIZCA AYU AGUSTIN
0841144000019**

**Dosen Pembimbing
Dr. Mahendra Wardhana, ST. MT**

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



FINAL PROJECT - RI 141501

**REDESIGN OF INTAKO LEATHER CRAFT OUTLET IN LUXURY
CONCEPT TO INCREASE THE PRODUCT VALUE**

**FRIZCA AYU AGUSTIN
0841144000019**

**Supervisor Lecturer
Dr. Mahendra Wardhana, ST. MT**

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

LEMBAR PENGESAHAN

**REDESAIN OUTLET KERAJINAN KULIT INTAKO DENGAN
KONSEP LUXURY GUNA MENINGKATKAN NILAI JUAL
PRODUK**

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:

FRIZCA AYU AGUSTIN
NIM 08411440000019

Disetujui oleh Tim Pembimbing Tugas Akhir



Dr. Mahendra Wardhana, ST., MT.
NIP. 19720428 200312 1 001



SURABAYA,
JULI 2018

RE-DESAIN OUTLET KERAJINAN KULIT “INTAKO” DENGAN KONSEP LUXURY GUNA MENINGKATKAN NILAI JUAL PRODUK

Nama : Frizca Ayu Agustin
Dosen Pembimbing : Dr. Mahendra Wardhana, ST., MT.
Mahasiswa Departemen Desain Interior, Institut Teknologi Sepuluh Nopember, Kampus
ITS Sukolilo, Surabaya 60111, Indonesia
frizcaaagustin@gmail.com

ABSTRAK

Tanggulangin merupakan salah satu kawasan Industri dengan banyak UKM kerajinan kulit. Intako (Industri Tas dan Koper) merupakan koperasi yang memfasilitasi pengerajin kulit di Tanggulangin. Koperasi Intako memberikan fasilitas berupa *showroom* untuk menjual produk dari pengerajin yang menjadi anggota koperasi Intako. Tahun 2006 terjadi bencana lumpur lapindo yang mengakibatkan tertutupnya beberapa akses jalan menuju Tanggulangin dan berimbas pada menurunnya penjualan di Intako. Untuk meningkatkan kembali jumlah penjualan pada outlet Intako dibutuhkan sebuah desain yang mampu menarik pengunjung dan dapat membranding outlet Intako.

Metode penelitian yang digunakan meliputi wawancara dan observasi untuk mengetahui masalah yang ada pada bangunan, serta menyebarkan kuesiner kepada masyarakat untuk mengetahui tanggapan masyarakat tentang produk kulit. Berdasarkan hasil penelitian terhadap target pasar Intako, desain yang dapat menarik minat pembeli adalah desain dengan konsep *luxury*. Konsep *luxury* dapat dipadukan dengan karakter pengguna kulit untuk memberikan branding pada outlet Intako.

Konsep *luxury* tersebut diterapkan pada area outlet Intako serta beberapa fasilitas tambahan seperti mini galeri, photo booth serta kantin. Penerapan konsep ini diharapkan dapat menarik pembeli sehingga pembeli berkeinginan untuk membeli produk tersebut.

Kata kunci: desain interior, UKM, Intako, *luxury*

REDESIGN OF INTAKO LEATHER CRAFT OUTLET IN LUXURY CONCEPT TO INCREASE THE PRODUCT VALUE

Name : Frizca Ayu Agustin
Advisor: Dr. Mahendra Wardhana, ST., MT.
Student of Interior Design Department, Institut Teknologi Sepuluh Nopember, Kampus
ITS Sukolilo, Surabaya 60111, Indonesia
frizcaaagustin@gmail.com

ABSTRACT

Tanggulangin is one of the Industrial area with many UKM of leather craft. Intako (Industri Tas dan Koper) is a cooperative that facilitates leather craftsmen in Tanggulangin. The Intako cooperative provides a showroom facility to sell products from craftsmen who are members of the Intako cooperative. In 2006, the Lapindo mudflow disaster resulted in the closing of several access roads to Tanggulangin and the impact on decreasing sales in Intako. To increase the number of sales at the Intako outlet it needs a design that is able to attract visitors and can give a branding to Intako outlets.

The methods used include interviews and observations to find out the problems that exist in the building, as well as spread the questionnaire to the public to know about the public reaction about leather craft. Based on the results of research on Intako's target market, the design that can attract buyers is the design with the concept of luxury. The concept of luxury can be combined with leather user characters to provide branding on Intako outlets.

The concept of luxury is applied to the Intako outlet area as well as some additional facilities such as mini gallery, photo booth and canteen. Implementation of this concept is expected to attract buyers so that buyers want to buy the product.

Key word : interior design, UKM, Intako, luxury

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT, atas berkat rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis diberikan kesempatan untuk menyelesaikan Tugas Akhir Re-desain outlet Intako dengan baik dan tepat waktu.

Laporan yang berjudul “Re-desain Outlet Kerajinan Kulit “INTAKO” dengan Konsep Luxury Guna Meningkatkan Nilai Jual Produk” disusun sebagai persyaratan akademis yang terdapat pada kurikulum Departemen Desain Interior, Institut Teknologi Sepuluh Nopember Surabaya (ITS).

Diharapkan dengan adanya Laporan Tugas Akhir Desain Interior menjadi sebuah solusi dalam menyelesaikan permasalahan yang terjadi dimasyarakat. Penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Pengurus koperasi dan outlet Intako yang telah membantu memberikan data – data yang diutuhkan penulis.
2. Dr. Mahendra Wardhana, S.T, M.T. selaku Ketua Departemen Desain Interior Institut Teknologi Sepuluh Nopember serta dosen pembimbing.
3. Ibu Anggra Ayu Rucitra, S.T., M.MT. dan bapak selaku dosen koordinator mata kuliah Tugas Akhir.
4. Keluarga penulis yang selalu memberikan dukungan, doa dan semua yang terbaik untuk penulis.
5. Sheila Juwita P.P, Diah Rachmawati, Nafis Sirin W, Shafyna El B, Dzulhijjahini Ismi Nafia, Fernanda Anindya B.S dan Hafidh Abdul A yang telah memberikan dukungan, doa dan semangat kepada penulis.
6. Teman-teman Desain Interior ITS Angkatan 2014 dan semua teman-teman yang telah memberi dukungan, semangat dan doa.

Apabila dalam pembuatan laporan ini terdapat kesalahan, penulis mohon maaf. Semoga laporan ini dapat bermanfaat bagi pembaca, penulis, dan mampu menginspirasi penulis lainnya dalam membuat karya tulis.

Surabaya, 25 Februari 2018

Penulis

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Lembar Pengesahan	iii
Abstrak	iv
Abstract	v
Kata Pengantar	vi
Daftar Isi	vii
Daftar Gambar	xi
Daftar Tabel	xv
Daftar Lampiran	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Tujuan	3
1.4 Manfaat	3
1.5 Lingkup Desain	3
BAB II STUDI PUSTAKA DAN EKSISTING	5
2.1 Outlet Kerajinan Kulit di Tanggulangin	5
2.1.1 Pengertian Outlet	5
2.1.2 Kerajinan Kulit.....	13
2.1.3 Tanggulangin	21
2.2 Luxury	22
2.2.1 Warna.....	24
2.2.2 Pencahayaan.....	33
2.2.3 Elemen Estetis.....	36
2.2.4 Pemilihan Material.....	37
2.3 Store Atmosphere.....	47
2.3.1 Exterior (Bagian Luar Toko).....	48
2.3.2 General Interior (Bagian Dalam Toko).....	49
2.4 Galeri.....	51

2.4.1	Pengertian Galeri	51
2.4.2	Jenis Galeri	52
2.4.3	Fungsi Galeri	53
2.4.4	Jenis Kegiatan pada Galeri	53
2.4.5	Aktivitas pada Galeri	54
2.4.6	Media Display pada Galeri	55
2.5	Kafe.....	55
2.5.1	Pengertian Kafe	55
2.5.2	Pembagian Ruang Kafe	56
2.5.3	Aktivitas pada Kafe	57
2.6	Studi Antrophometri	57
2.6.1	Antrophometri Toko	58
2.6.2	Antrophometri Galeri	60
2.6.3	Antrophometri Kafe.....	60
2.7	Studi Pencahayaan	62
2.8	Studi Eksisting	64
2.8.1	Profil Perusahaan	64
2.8.2	Struktur Organisasi	67
2.8.3	Analisa Denah / Layout Ruang.....	67
2.8.4	Analisa Target Pasar	72
2.9	Studi Perbandingan	74
2.9.1	Gucci flagship store, London.....	74
2.9.2	Chemins d’Or – Les Galeries D’Anjou, Canada	76
BAB III METODE DESAIN		79
3.1	Metode Penelitian	79
3.2	Proses Desain.....	80
3.3	Teknik Pengumpulan Data	81
3.3.1	Observasi Lapangan (Langsung).....	81
3.3.2	Wawancara	81
3.3.3	Survei.....	82
3.3.4	Studi Literatur.....	83
3.4	Analisis Data.....	84

3.5 Tahapan Desain.....	84
3.5.1 Pengumpulan Data.....	84
3.5.2 Identifikasi Masalah.....	85
3.5.3 Analisis Data.....	85
3.5.4 Tahap Kesimpulan.....	86
3.5.5 Proses Desain.....	86
3.5.6 Desain Akhir.....	86
BAB IV ANALISA DAN KONSEP DESAIN.....	87
4.1 Studi Pengguna.....	87
4.2 Studi Ruang.....	90
4.3 Hubungan Ruang.....	92
4.4 Analisa Riset.....	94
4.4.1 Analisis Hasil Wawancara.....	94
4.4.2 Analisis Hasil Kuesioner.....	96
4.5 Tema / Konsep Desain.....	103
4.6 Konsep Branding.....	104
4.7 Aplikasi Konsep Desain.....	105
4.7.1 Konsep Dinding.....	105
4.7.2 Konsep Lantai.....	106
4.7.3 Konsep Plafon.....	107
4.7.4 Konsep Furnitur.....	108
BAB V ANALISA DAN KONSEP DESAIN.....	111
5.1 Alternatif Layout.....	111
5.1.1 Alternatif 1.....	111
5.1.2 Alternatif 2.....	112
5.1.3 Alternatif 3.....	113
5.1.4 Pemilihan Alternatif Layout.....	114
5.2 Pengembangan Layout Terpilih.....	114
5.3 Pengembangan Desain Ruang Terpilih 1.....	117
5.4 Pengembangan Desain Ruang Terpilih 2.....	119
5.5 Pengembangan Desain Ruang Terpilih 3.....	125
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....	127

6.1 Kesimpulan.....	127
6.2 Saran	127
DAFTAR PUSTAKA	129
LAMPIRAN.....	131

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Curved plan	11
Gambar 2.2 Varied plan	11
Gambar 2.3 Straight plan	11
Gambar 2.4 Pathway plan	12
Gambar 2.5 Diagonal plan	12
Gambar 2.6 Geometric plan	13
Gambar 2.7 Display tas dengan cara digantung.....	15
Gambar 2.8 Display tas dengan rak gantung	15
Gambar 2.9 Display tas dengan media manekin.....	15
Gambar 2.10 Display tas dengan sistem piramid.....	16
Gambar 2.11 Display pada konter display	16
Gambar 2.12 Display jaket pada manekin	17
Gambar 2.13 Display ikat pinggang	17
Gambar 2.14 Display ikat pinggang pada rak gantung.....	18
Gambar 2.15 Display sepatu pada manekin.....	19
Gambar 2.16 Outlet Gucci Shanghai.....	23
Gambar 2.17 Penelusuran google ‘luxury logo	24
Gambar 2.18 Penelusuran google ‘luxury interior’	24
Gambar 2.19 Black it out	25
Gambar 2.20 Kombinasi warna kuning	26
Gambar 2.21 Kombinasi warna biru	27
Gambar 2.22 Kombinasi warna ungu	27
Gambar 2.23 Elegant white.....	28
Gambar 2.24 Soft pastel pink.....	28
Gambar 2.25 Elegant in red	29
Gambar 2.26 Gray combination.....	29
Gambar 2.27 Dark choco	30

Gambar 2.28 Light brown addiction.....	30
Gambar 2.29 The ivory.....	31
Gambar 2.30 The white and purple-gray.....	31
Gambar 2.31 Cokelat – putih.....	32
Gambar 2.32 Putih dan abu – abu	32
Gambar 2.33 The antique white	33
Gambar 2.34 Penerapan uplight pada Interior bar.....	34
Gambar 2.35 Penerapan downlight pada Interior.....	34
Gambar 2.36 Penerapan backlight pada Interior	35
Gambar 2.37 Penerapan sidelight pada Interior	35
Gambar 2.38 Penerapan frontlight pada Interior	36
Gambar 2.39 Interior ruang tamu dengan langgam luxury	37
Gambar 2.40 Kaca dengan finishing cutting sticker	38
Gambar 2.41 Solid wood.....	39
Gambar 2.42 Partikel board.....	40
Gambar 2.43 MDF board	40
Gambar 2.44 Blockboard.....	41
Gambar 2.45 Multiplek	41
Gambar 2.46 Penerapan finishing leather/antik pada granit.....	44
Gambar 2.47 Penerapan finishing sandblasted pada granit.....	45
Gambar 2.48 Penerapan finishing glossy pada granit	45
Gambar 2.49 Penerapan finishing honed pada granit.....	45
Gambar 2.50 Penerapan finishing flamed pada granit	46
Gambar 2.51 Penerapan finishing satin finish pada granit.....	46
Gambar 2.52 Etalase atau bidang – bidang pandang optimal.....	58
Gambar 2.53 Hubungan display visual	59
Gambar 2.54 Area penjualan tipikal/pembeli pada posisi berdiri	59
Gambar 2.55 Ergonomi dan antropometri ruang pameran.....	60
Gambar 2.56 Ukuran lebar meja optimal	60

Gambar 2.57 Ukuran lebar meja optimal.....	61
Gambar 2.58 Ukuran jarak antar kursi.....	61
Gambar 2.59 Ukuran jarak antar meja.....	62
Gambar 2.60 Logo koperasi Intako	64
Gambar 2.61 Eksisting lantai satu outlet koperasi Intako.....	67
Gambar 2.62 Fasad outlet koperasi Intako.....	68
Gambar 2.63 Area display top collection	68
Gambar 2.64 Area display produk kulit.....	69
Gambar 2.65 Area display dompet	69
Gambar 2.66 Area display aksesoris.....	70
Gambar 2.67 Area display produk non kulit.....	70
Gambar 2.68 Area display produk sepatu kulit	71
Gambar 2.69 Area kasir dan area kantin.....	71
Gambar 2.70 Kantor pembelian.....	72
Gambar 2.71 Toilet, tempat wudhu dan musholla.....	72
Gambar 2.72 Interior dan fasad gucci-London	74
Gambar 2.73 Interior gucci-London	75
Gambar 2.74 Fasad Chemins d’Or – Les Galeries D’Anjou	76
Gambar 2.75 Interior Chemins d’Or – Les Galeries D’Anjou.....	77
Gambar 4.1 Diagram matriks outlet Intako	92
Gambar 4.2 Bubble diagram outlet Intako.....	93
Gambar 4.3 Konsep tembok	106
Gambar 4.4 Konsep lantai.....	107
Gambar 4.5 Konsep plafon	108
Gambar 4.6 Batik khas Sidoarjo motif kembang tebu.....	108
Gambar 4.6 Konsep furnitur	109
Gambar 5.1 Alternatif Denah 1.....	111
Gambar 5.2 Alternatif Denah 2.....	112
Gambar 5.3 Alternatif Denah 3.....	113

Gambar 5.4 Pengembangan alternatif 1	115
Gambar 5.5 Pengembangan alternatif 2	116
Gambar 5.6 Pengembangan alternatif 3	116
Gambar 5.7 Layout area display tas	117
Gambar 5.8 View 1 area display tas	118
Gambar 5.9 View 2 area display tas	118
Gambar 5.10 Transformasi bentuk logo Intako.....	119
Gambar 5.10 Layout mini galeri.....	120
Gambar 5.11 View1 Mini Galeri.....	124
Gambar 5.12 View 2 Photo Booth.....	124
Gambar 5.13 Layout Kantin Intako.....	125
Gambar 5.14 View 1 Kantin Intako.....	126
Gambar 5.15 View 2 Kantin Intako.....	126

DAFTAR TABEL

Tabel 2.7.1 Tingkat pencahayaan minimum dan renderasi warna	63
Tabel 2.7.2 Renderasi warna.....	64
Tabel 2.7.3 Contoh harga Ra dan temperatur warna lampu	64
Tabel 4.1 Tabel studi pengguna outlet koperasi Intako	85
Tabel 4.2 Tabel studi ruang dan aktifitas outlet koperasi Intako	90
Tabel 5.1 Weighted Method	114
Tabel 5.2 Daftar Benda Yang Di Display Pada Mini Galeri	121



BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Upaya pembangunan ekonomi daerah dapat dimulai dengan adanya pengembangan potensi daerah, salah satu sektor ekonomi yang masih perlu dikembangkan adalah Usaha Kecil Menengah (UKM). UKM adalah sebuah istilah yang mengacu ke jenis usaha kecil yang memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 200.000.000 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.^[1] Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia tersebar secara merata di seluruh wilayah Indonesia. Kabupaten Sidoarjo dikenal sebagai kota industri yang tak pernah mati. Selain sebagai Kota Industri, Sidoarjo juga dikenal sebagai kota UMKM dengan lebih dari 15.000 UMKM yang tersebar di 18 kecamatan, dan merupakan kabupaten dengan jumlah UMKM terbanyak di Indonesia.^[2]

Tanggulangun merupakan salah satu kawasan industri yang berada di wilayah kabupaten Sidoarjo dengan produk unggulan berupa kerajinan kulit. Produk kerajinan kulit tersebut meliputi tas, sepatu serta jaket. Kerajinan kulit tersebut dikerjakan oleh UKM yang tersebar di beberapa desa di wilayah Tanggulangun. Desa tersebut antara lain Desa Kedensari, Desa Kalisampurno, Desa Kludan, Desa Ketegan, dan Desa Randegan. Dari kelima Desa tersebut, Desa Kedensari merupakan desa yang mayoritas warganya sebagai pengrajin industri tas dan koper.^[3] Dengan nilai jual yang cukup tinggi, kerajinan kulit menjadi salah satu sumber penghasilan penduduk di wilayah Tanggulangun. Munculnya banyak UKM kerajinan kulit di daerah Tanggulangun melatar belakangi berdirinya koperasi dengan nama INTAKO (Industri Tas dan Koper) pada tanggal 7 April 1976. Koperasi Intako memberikan fasilitas berupa *showroom* untuk menjual produk dari pengerajin yang menjadi anggota koperasi Intako.

^[1]UKM, diambil dari https://id.wikipedia.org/wiki/Usaha_Kecil_dan_Menengah

^[2]^[3]Duwi dan Fitrotun. Jurnal Pemberdayaan Industri Tas Dan Koper (Intako) Tanggulangun Pasca Bencana Lumpur Lapindo Oleh Diskoperindag Kabupaten Sidoarjo



Tahun 2006 perindustrian di Tanggulangin mengalami penurunan jumlah penjualan. Penurunan jumlah penjualan ini dikarenakan tertutupnya beberapa akses jalan menuju Tanggulangin setelah adanya bencana lumpur lapindo. Tahun 2008 banyak pengerajin kulit di Tanggulangin mulai gulung tikar dikarenakan sedikitnya jumlah pembeli. Tahun 2012 industri kerajinan kulit di Tanggulangin mulai dikenal masyarakat lagi dengan beberapa metode promosi yang dilakukan oleh pemerintah daerah dan koperasi Intako. Hingga saat ini, jumlah penjualan kerajinan kulit di Tanggulangin belum mampu menyamai jumlah penjualan pada tahun sebelum terjadinya bencana lumpur lapindo.

Untuk meningkatkan kembali jumlah penjualan di Tanggulangin, terutama penjualan pada *showroom* koperasi Intako, dibutuhkan sebuah desain yang mampu menarik pengunjung sehingga dapat membranding Intako dengan baik. Konsep luxury dianggap mampu untuk membranding Intako karena nilai jual kerajinan kulit yang tinggi tentu menjadikan target penjualan produk kerajinan kulit berasal dari kalangan menengah hingga kalangan atas. Konsep ini diambil untuk mendukung perkembangan penjualan produk kerajinan kulit Tanggulangin yang kualitasnya dapat bersaing dengan produk impor.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana cara meningkatkan penjualan produk kerajinan kulit di Intako?
2. Bagaimana meningkatkan kenyamanan pengunjung ketika berbelanja di Intako?
3. Bagaimana cara membranding Intako sehingga masyarakat semakin mengenal Intako?



1.3 Tujuan dan Manfaat

1.3.1 Tujuan

1. Meningkatkan penjualan produk kerajinan kulit di Intako.
2. Meningkatkan kenyamanan pengunjung ketika berbelanja di Intako.
3. Membranding Intako sehingga masyarakat semakin mengenal Intako.

1.3.2 Manfaat

1. Dapat dijadikan salah satu cara untuk meningkatkan nilai jual produk di outlet Intako.
2. Dapat digunakan sebagai salah satu alternatif untuk meningkatkan pendapatan daerah dalam sektor penjualan produk UKM Tanggulangin.

1.4 Lingkup Desain

a. Aspek Fungsi

- Aktivitas pengunjung
- Studi antropometri pengunjung terhadap furnitur di dalam interior ruangan untuk menunjang kenyamanan pengunjung.

b. Aspek Sosial Budaya

- Studi tentang kebutuhan pengunjung tentang suasana nyaman yang dibutuhkan saat berbelanja.
- Studi mengenai ketertarikan pengunjung terhadap *display* produk.

c. Aspek Estetika

- Aspek Estetika diterapkan dengan menganalisa konsep luxury hingga memperoleh variable untuk diterapkan pada desain.



(Halaman ini sengaja dikosongkan)



BAB II

STUDI PUSTAKA DAN EKSISTING

2.1 Outlet Kerajinan Kulit di Tanggulangin

2.1.1 Pengertian Outlet

“An outlet store or factory outlet is a brick and mortar or online store in which manufacturers sell their stock directly to the public, cutting out the middle-men. Traditionally, a factory outlet was a store attached to a factory or warehouse, sometimes allowing customers to watch the production process.”^[4]

Terjemahan :

Outlet toko atau *factory outlet* merupakan sebuah bangunan permanen maupun toko online, dimana produsen menjual langsung produk mereka kepada masyarakat, sehingga memotong jalur distributor. Secara tradisional *factory outlet* letaknya bergabung dengan pabrik ataupun gudang, terkadang memungkinkan pelanggan untuk melihat proses produksi.

Arti kata outlet dalam bahasa Indonesia adalah : kb. 1 saluran keluar (for o`'s energy). 2 jalan keluar/lepas. 3 Elec.: stopkontak. 4 toko/tempat.^[5]

Kata outlet masih sering dipakai karena padanannya dalam bahasa Indonesia belum ada. Dalam hal ini kata outlet bisa diartikan 'toko'.^[6] Berdasarkan penjelasan tersebut dapat diartikan bahwa outlet merupakan suatu bangunan yang didalamnya digunakan untuk menjual suatu produk dalam skala besar maupun skala kecil. Namun outlet dan *factory outlet* memiliki beberapa perbedaan, pada *factory outlet* barang yang dijual merupakan produk dari satu *brand* sedangkan outlet dapat menjual beberapa jenis produk dari brand yang berbeda – beda.

^[4] Outlet, diambil dari https://en.wikipedia.org/wiki/Outlet_store

^[5] Outlet, diambil dari <http://kamuslengkap.com/kamus/inggris-indonesia/arti-kata/outlet>

^[6] Outlet, diambil dari http://www.balaibahasajateng.web.id/index.php/read/home/infobahasa_detail/8/Outlet-Counter-dan-Gerai



2.1.1.1 Fungsi dan Karakteristik Outlet

Outlet yang menjual kembali suatu produk dalam skala kecil disebut *retail*. *Retail* memiliki tiga karakteristik utama^[7], yaitu :

1. *Small Average Sale*

Tingkat penjualan *retailing* pada toko tersebut relatif kecil, dikarenakan targetnya merupakan konsumen akhir yang membeli dalam jumlah kecil.

2. *Impulse Purchase*

Pembelian yang terjadi dalam *retailing* sebagian besar merupakan pembelian yang tidak direncanakan. Hal ini yang harus dicermati pengecer, yaitu bagaimana mencari strategi yang tepat untuk memaksimalkan pembelian untuk mengoptimalkan pendapatan.

3. *Popularity Of Stores*

Keberhasilan dari *retailing* sangat tergantung akan popularitas dan image dari toko atau perusahaan. Semakin terkenal toko atau perusahaan maka semakin tinggi pula tingkat kunjungan yang pada akhirnya berdampak pada pendapatan.

Penjual yang menjual kembali suatu produk langsung dari produsen dalam skala besar disebut distributor. Distributor memiliki tiga karakteristik berdasarkan fungsinya^[8], yaitu :

1. Pedagang Grosir

Pedagang atau perusahaan independen yang kegiatan utamanya adalah mendistribusikan produk berbagai produsen dengan atau tanpa ikatan perjanjian.

2. Pialang

Pialang memiliki fungsi untuk mempertemukan penjual dan pembeli serta membantu dalam proses negosiasi. Pialang mendapat komisi dari pihak yang dibantunya. Pialang tidak menyimpan stok, tidak terlibat dalam pendanaan dan tidak ikut menanggung resiko.

^[7] Berman dan Evans, 2001

^[8] Distributor, diambil dari <http://arti-definisi-pengertian.info/pengertian-pedagang-besar/>



3. Agen

Agen mewakili pembeli atau penjual secara resmi dan permanen. Antara agen dan produsen ada ikatan perjanjian atau kontrak yang mengikat.

2.1.1.2 Ruang Pada Outlet

Ruangan yang umum ditemukan pada outlet antara lain :

1. *Display Area*

Pemajangan barang dagangan (*Display*) adalah penataan barang dagangan di tempat tertentu dengan tujuan menarik minat konsumen untuk melihat dan akhirnya membeli produk yang ditawarkan. Secara umum *display* dapat dibagi menjadi tiga,^[9] yaitu :

a. *Window Display*

Window Display adalah pemajangan barang dagangan di etalase atau jendela kegiatan usaha. Tujuan dari *window shopping* antara lain :

- Untuk menarik perhatian orang
- Memancing perhatian terhadap barang yang dijual
- Menimbulkan impulse buying
- Menimbulkan daya tarik terhadap keseluruhan suasana toko
- Menyatakan kualitas barang yang baik dan ciri khas toko tersebut

b. *Interior Display*

Interior display adalah pemajangan barang dagangan di dalam toko. *Interior display* ini merupakan kebalikan dari *window display* dimana barang yang di *display* adalah barang – barang yang harus cepat terjual dan pemilik toko dapat mengubah susunan sewaktu – waktu.

^[9] *Display area*, diambil dari <http://displayprdku.blogspot.co.id/2012/11/menata-produk-deskripsi-singkat-salah.html>



c. *Eksterior Display*

Eksterior Display sama dengan fasad bangunan. Fasad adalah bagian depan dari sebuah toko. Fasad toko didesain sedemikian rupa sehingga dapat menarik minat bagi konsumen untuk masuk ke dalam toko dan melakukan pembelian.

2. Kassa

Kassa merupakan area yang digunakan oleh kasir untuk menjalankan tugasnya sebagai pencatat pembayaran pembeli dan juga bertanggung jawab terhadap kas (uang).

3. Area Penyimpanan / Gudang Barang

Area penyimpanan merupakan area yang digunakan untuk menyimpan barang yang tidak di display pada display area. Area penyimpanan juga biasanya digunakan untuk menyimpan barang yang berhubungan dengan produk yang dijual, misalnya kotak sepatu. Area penyimpanan hanya dapat di akses oleh pemilik ataupun pegawai outlet.

4. Ruang Kantor

Ruang kantor merupakan bagian penting dalam sebuah outlet. Ruang kantor berfungsi untuk mengatur dan memantau keadaan outlet. Ruang kantor pada outlet cukup beragam, beberapa hanya memiliki ruang untuk pemilik toko serta ruang staff, beberapa memiliki banyak divisi yang membutuhkan ruang tersendiri seperti divisi marketing, divisi akuntansi, divisi perpajakan dan sebagainya.

5. Toilet dan Musholla

Toilet merupakan perlengkapan rumah yang kegunaan utamanya sebagai tempat pembuangan kotoran , yaitu air seni dan feses.^[10] Untuk menunjang kenyamanan pengunjung terutama yang beragama Islam, outlet juga dilengkapi dengan musholla untuk mempermudah melaksanakan ibadah.

^[10] Astrid.2005.Peran Penting Perancangan Interior Pada Store Based Retail.Dimensi Interior,Vol.3,No.1,17-30



2.1.1.3 Layout Pada Outlet

Store layout direncanakan sesuai dengan program ruang yang biasanya disusun berdasarkan observasi mengenai kebutuhan ruang. Tiap toko memiliki luas lantai yang berbeda, namun yang terpenting adalah bagaimana melakukan pembagian antara *selling*, *merchandise*, *personnel* dan *customer area*, yang memiliki fungsi yang berbeda^[10]:

- *Selling space* adalah area untuk display merchandise, adanya interaksi antara penjual dan *customer* demonstrasi dan lain sebagainya. Untuk retail dengan sistem *self service*, misalnya, membutuhkan lebih banyak tempat untuk display barang-barang.
- *Merchandise space* adalah area tempat penyimpanan stok barang. Toko sepatu tradisional, sebagai contoh membutuhkan banyak ruang untuk penyimpanan.
- *Personnel space* merupakan area khusus bagi karyawan, biasanya dipergunakan untuk berganti pakaian, makan dan rest room. Biasanya pemilik bisnis *retail* cenderung memberikan alokasi yang ketat karena ruang yang ada sangat berharga.
- *Customer space* merupakan area bagi pengunjung, area ini dapat meningkatkan mood berbelanja. Termasuk di dalamnya adalah tempat duduk, *lounge*, *dressing room*, *cafe*, dan *aisles*.

Penataan layout pada toko pada umumnya diatur berdasarkan beberapa spesifikasi,^[11] yaitu :

- *functional product grouping*
Merupakan jenis penataan layout berdasarkan fungsi dari suatu produk. Sebagai contoh sebuah toko perlengkapan pria mengelompokkan produknya menjadi area baju, area jas, area sepatu dan sebagainya.

^[11] Ade.Padmanaba.Sherly.2016.Perancangan Interior Lego House sebagai Pusat Edukasi dan Retail di Surabaya. Jurnal Intra.Vol. 4, No. 2,534-543



- *Purchase motivation product grouping*
Merupakan jenis penataan layout berdasarkan motifasi pembelian suatu produk. Sebagai contoh penataan barang pada rak minimarket. Pada bagian rak bawah umumnya adalah barang yang memiliki keputusan pembelian yang cepat, sedang pada rak yang lebih tinggi memiliki keputusan pembelian yang lama.
- *Market segment grouping*
Merupakan jenis penataan layout berdasarkan perbedaan segmen pasar yang dituju, sebagai contoh pemisahan pegelompokan baju anak dengan baju wanita.
- *Storability product grouping*
Merupakan jenis penataan layout berdasarkan kebutuhan penyimpanan. Misalnya pada lay out supermarket, terdapat pemisahan area untuk bahan makanan dingin yang membutuhkan lemari pendingin dan barang- barang yang dapat disimpan pada suhu normal.

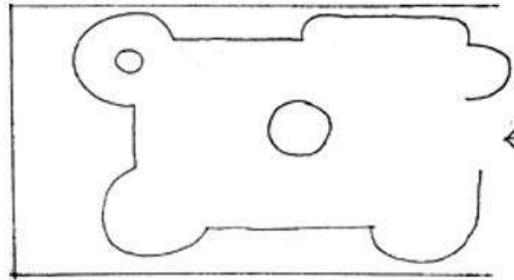
Outlet Intako menerapkan 2 jenis cara penataan layout yaitu *functional product grouping* dan *market segment grouping*. *Functional product grouping* digunakan karena outlet Intako menjual lebih dari 1 jenis produk, sehingga untuk memudahkan konsumen dalam memilih barang dilakukan pengelompokan berdasarkan jenis produk. Alasan *market segment grouping* digunakan pada outlet Intako adalah karena segmen pasar dari produk kulit asli dan juga produk kulit imitasi yang berbeda sehingga dibutuhkan pengelompokan khusus.

Layout toko memiliki hubungan erat dengan sirkulasi yang digunakan. Terdapat beberapa jenis sirkulasi yang biasanya digunakan dalam mengatur layout toko yaitu sirkulasi dengan pola geometris (*straight pattern*), sirkulasi dengan *pathway plan*, *diagonal plan*, *curved plan*, *varied plan* dan *geometric plan*.^[12]

^[12] Ade.Padmanaba.Sherly.2016.Perancangan Interior Lego House sebagai Pusat Edukasi dan Retail di Surabaya. Jurnal Intra.Vol. 4, No. 2,534-543



a. *Curved plan*

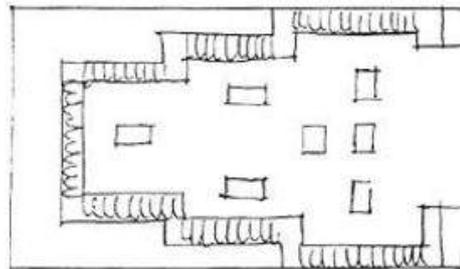


Gambar 2.1 *Curved plan*

Sumber : Barr, 1984:44

Sirkulasi ini umumnya digunakan pada butik atau salon serta beberapa tipe toko lain yang menjual pajangan eksklusif. *Curved plan* menciptakan susana yang special dan mengundang bagi konsumen.

b. *Varied plan*

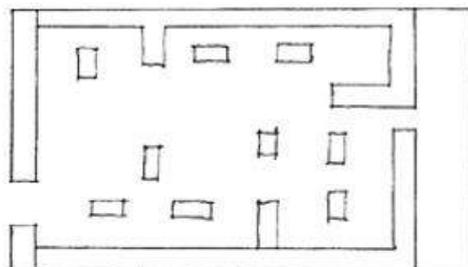


Gambar 2.2 *Varied plan*

Sumber : Barr, 1984:44

Sirkulasi ini ditujukan bagi produk yang membutuhkan stok barang yang diletakkan berdampingan. Ciri *varied plan* ini adalah pengarahannya yang berfokus pada area khusus pada bagian belakang.

c. *Straight plan*



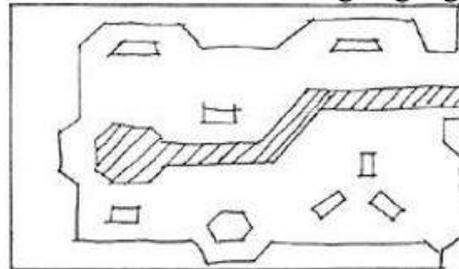
Gambar 2.3 *Straight plan*

Sumber : Barr, 1984:44



Sirkulasi *straight plan* berkesan ekonomis dan dapat diadaptasi pada berbagai tipe toko. Pola sirkulasi ini mendorong konsumen agar menuju ke bagian belakang toko. Untuk melambatkan kecepatan melangkah dapat dibuat kenaikan lantai.

d. *Pathway plan*

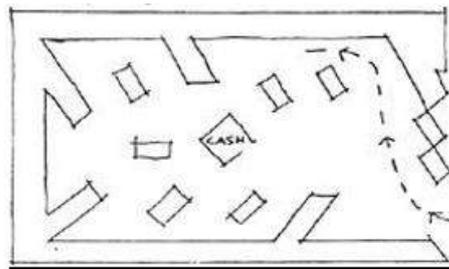


Gambar 2.4 *Pathway plan*

Sumber : Barr, 1984:44

Sirkulasi ini dapat diaplikasikan pada jenis toko apapun, khususnya untuk toko dengan luas lebih dari 5000 kaki pada suatu lantai. Sirkulasi layout ini mendorong pengunjung berjalan dari depan ke belakang tanpa interupsi. Bentuk ini dapat diterapkan pada toko pakaian dimana pengunjung tidak akan merasa kesulitan untuk menemukan jalan untuk kembali melalui barang dagangan yang membingungkan.

e. *Diagonal plan*



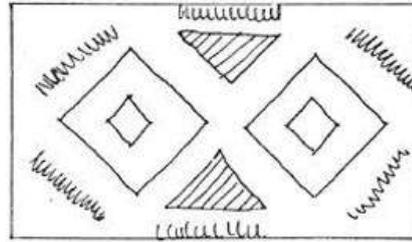
Gambar 2.5 *Diagonal plan*

Sumber : Barr, 1984:44

Sirkulasi ini cocok untuk self service store. Kasir dapat diletakkan pada bagian tengah, dengan pandangan yang dapat mengamati seluruh area toko. Layout ini menarik dan bersifat dinamis karena tidak berdasarkan garis lurus, mengakibatkan banyak gerak dan sirkulasi.



f. *Geometric plan*



Gambar 2.6 *Geometric plan*

Sumber : Barr, 1984:44

Siekulasi pada pola layout ini menciptakan bentuk dan susunan yang diperoleh dari tempat pajangan, rak-rak atau gondola. *Geometric plan* dapat mengakomodasi system *storage* yang berdampingan secara rapi. Ceiling dan lantai dapat direndahkan atau ditinggikan untuk menciptakan zona dan departemen.

Berdasarkan beberapa jenis layout toko di atas, layout yang sesuai digunakan pada outlet Intako adalah layout jenis *Pathway plan*. Hal ini dikarenakan penataan produk pada outlet kerajinan kulit Intako yang dikelompokkan berdasarkan jenis produk sehingga mengharuskan pengunjung untuk berjalan hingga bagian belakang outlet untuk melihat semua produk yang dijual pada outlet kerajinan kulit Intako.

2.1.2 Kerajinan Kulit

2.1.2.1 Pengertian Kerajinan kulit

Kerajinan atau *Kunt Nijverheid* dalam bahasa Belanda dapat diterjemahkan seni yang dilahirkan oleh sifat rajin dari manusia. Adapun makna yang sesuai tentang kerajinan yaitu benda hasil dari keterampilan yang menghasilkan keahlian atau kemahiran kerja dalam profesi tertentu.^[13]

Berdasarkan pengertian tersebut dapat diartikan bahwa kerajinan merupakan hasil dari keterampilan manusia yang memiliki keahlian pada bidang tertentu yang dapat menghasilkan suatu karya sesuai dengan keahlian yang dimiliki.

^[13] Kusnadi, 1983: 11



Kerajinan kulit dapat diartikan sebagai suatu hasil keterampilan manusia yang memiliki keahlian untuk mengelolah bahan utama berupa kulit hewan menjadi sebuah karya atau produk. Kulit hewan yang biasanya digunakan sebagai bahan kerajinan kulit antara lain kulit sapi, kambing, domba, rusa, babi, kerbau, anjing, buaya, ular, kanguru, ikan pari, serta unggas besar seperti burung unta.^[14] Hasil produk dari kerajinan kulit cukup beragam, beberapa jenis produk yang sering kita jumpai seperti tas, dompet, jaket, ikat pinggang, sepatu dan tidak menutup kemungkinan akan terus berkembang sejalan dengan keterampilan serta kreatifitas manusia.

2.1.2.2 Jenis-Jenis Produk Kerajinan Kulit

a. Tas

Tas adalah wadah tertutup yang dapat dibawa bepergian. Fungsi utama tas adalah sebagai alat untuk membawa barang seperti pakaian, buku dan sebagainya. Terdapat beberapa jenis tas yang dibedakan berdasarkan fungsi dan juga cara penggunaannya antara lain ransel, koper serta tas kecantikan. Tas merupakan salah satu produk industri yang digemari laki-laki dan perempuan.^[15]

Beberapa cara untuk mendisplay tas pada outlet untuk memudahkan pengunjung menemukan produk yang dicari antara lain^[16]:

1. Menggantung tas pada pengait atau kenop dekoratif pada area display. Sistem display ini dapat digunakan sebagai salah satu *point of interest* pada ruangan outlet. Dimana pembeli akan merasa tertarik dengan display yang unik dan berbeda.

^[14] Bahan baku kulit, diambil dari [https://id.wikipedia.org/wiki/Kulit_\(produk_hewan\)](https://id.wikipedia.org/wiki/Kulit_(produk_hewan))

^[15] Tas, diambil dari <https://id.wikipedia.org/wiki/Tas>

^[16] How to Display Handbags at Retail Store, diambil dari <https://www.ichinesedress.com/how-to-display-handbags-at-retail-store-shows>



Gambar 2.7 Display tas dengan cara digantung

Sumber : pinterest

2. Mendisplay tas pada rak gantung. Penataan jenis tas dapat dikelompokkan berdasarkan warna, ukuran dan bentuk tas.



Gambar 2.8 Display tas dengan rak gantung

Sumber : pinterest

3. Mendisplay tas pada sebuah model atau manekin. Tujuan dari display ini untuk memberi gambaran pada pembeli bagaimana memadukan tas dengan outfit yang digunakan.



Gambar 2.9 Display tas dengan media manekin

Sumber : pinterest



4. Mendisplay tas pada storage dengan struktur tipe piramid. Tujuan penggunaan sistem piramid ini adalah agar tas yang berada pada area dalam tidak tertutup tas lain.



Gambar 2.10 Display tas dengan sistem piramid

Sumber : pinterest

b. Dompot

Dompot merupakan tempat/wadah yang digunakan untuk menyimpan barang pribadi seperti kartu nama, kartu kredit, sim, uang dan sebagainya. Umumnya dompet dibuat dari bahan kulit atau kain.^[17]

Cara display dompet tidak jauh berbeda dengan display tas. Karena dompet tidak memiliki tali maka dompet tidak dapat di display dengan cara digantung. Dompet dengan ukuran kecil dapat didisplay pada konter display untuk mencegah pencurian. Dompet dengan ukuran yang cukup besar dapat di display pada storage.



Gambar 2.11 Display pada konter display

Sumber : pinterest

^[17] Wallet, diambil dari <https://en.wikipedia.org/wiki/Wallet>



c. Jaket

Jaket adalah baju luar yang panjangnya hingga pinggang atau pinggul. Jaket dibuat dengan menggunakan kain tebal dan bahan penghangat karena fungsi jaket untuk menahan angin dan cuaca dingin.^[18]

Jaket yang dibuat menggunakan material kulit tidak dapat didisplay dengan cara dilipat karena akan memberikan bekas yang tidak dapat dihilangkan. Sehingga cara yang dapat digunakan untuk mendisplay jaket kulit adalah dengan cara menggantung pada rak atau mengenakan pada manekin.



Gambar 2.12 Display jaket pada manekin

Sumber : pinterest

d. Ikat Pinggang

Ikat pinggang atau sabuk ialah pita fleksibel, yang terbuat dari kulit atau pakaian keras. Ikat pinggang dikenakan pada area sekitar pinggang. Fungsi ikat pinggang untuk mengikat celana atau bahan pakaian lain dan berguna sebagai salah satu tren mode.^[19]



Gambar 2.13 Display ikat pinggang

Sumber : pinterest

^[18] Jaket, diambil dari <https://id.wikipedia.org/wiki/Jaket>

^[19] Ikat pinggang, diambil dari https://en.wikipedia.org/wiki/Ikat_pinggang



Cara display ikat pinggang dapat digantung menggunakan rak khusus untuk mendisplay ikat pinggang. Ikat pinggang juga dapat di display pada konter display dengan cara diulung. Cara display lain adalah dengan memasang ikat pinggang pada akrilik yang sudah di lengkungkan.



Gambar 2.14 Display ikat pinggang pada rak gantung

Sumber : pinterest

e. Alas kaki

Alas kaki atau kasut adalah produk seperti sepatu dan sandal yang digunakan untuk melindungi kaki terutama pada bagian telapak kaki. Fungsi utama alas kaki adalah untuk melindungi kaki agar tidak cidera karena kondisi lingkungan dan pada saat bekerja, melindungi dari udara panas maupun dingin, menjaga kaki tetap bersih dan sebagai gaya busana.^[20]

Beberapa cara untuk mendisplay alas kaki pada outlet antara lain :

1. Mendisplay sepatu pada manekin dengan dandanan lengkap, sehingga dapat memberikan gambaran visual kepada pembeli.
2. Mendisplay sepatu pada rak display. Dengan ketinggian yang masih dapat dijangkau oleh tangan manusia.
3. Mendisplay sepatu pada storage dengan struktur tipe piramid.

^[20] Alas kaki, diambil dari https://id.wikipedia.org/wiki/Alas_kaki



Gambar 2.15 Display sepatu pada manekin

Sumber : pinterest

2.1.2.3 Pengelolaan Display Barang Kerajinan Kulit

Berdasarkan penjelasan pada NPS Museum Handbook, Part I (1996) halaman 12, untuk menjaga produk berbahan kulit agar tidak mudah rusak dan tahan lama pada saat di display antara lain :

- Kadar kelembaban dianjurkan tidak boleh diatas 65%.
- Kadar kelembaban dianjurkan tidak boleh kurang dari 22%.
- Kadar kelembaban dianjurkan sekitar 40% - 60%.
- Pada umumnya kulit barang kerajinan yang baru dibuat memiliki rentang suhu aman dari titik beku hingga 20°C.
- Pada umumnya menggunakan penghawaan buatan AC sentral.
- Pencahayaan buatan yang direkomendasikan adalah sekitar 50 - 150 lux.
- Pencahayaan alami direkomendasikan memiliki radiasi sinar UV yang rendah, maksimum 75 microwatts per lumen.
- Menggunakan dimmer pada pencahayaan buatan.

2.1.2.4 *Visual Merchandising*

Pemasaran produk kerajinan kulit umumnya melalui media outlet maupun toko. *Visual merchandising* adalah suatu bentuk penyajian produk dan toko untuk menarik konsumen. Beberapa faktor *visual merchandising* dibagi menjadi dua yaitu *fixture* dan *presentation techniques*.^[21]

^[21]Levy dan Weitz, 2009:527



1. *Fixture*

Fixture merupakan rak atau gantungan untuk meletakkan produk yang dijual pada suatu outlet sehingga dapat diketahui konsumen dengan mudah. Fungsi dari rak adalah sebagai alat untuk menampilkan produk (*display merchandise*) serta untuk mendukung alur sirkulasi sehingga konsumen tertarik untuk melihat dan berkeliling pada area display.

2. *Presentation Techniques*

Presentation techniques yang diterapkan pada *visual merchandising* berupa pengelompokan display produk. Pengelompokan tersebut dapat di dasarkan pada beberapa faktor antara lain :

a. *Idea Oriented Presentation*

Idea-oriented presentation merupakan teknik display dengan menunjukkan bagaimana cara penggunaan produk serta mendeskripsikan bagaimana tampilan produk tersebut pada saat digunakan.

b. *Style/Item Presentation*

Style/Item Presentation merupakan teknik display produk dengan mengelompokkan sesuai dengan tipe dan jenis produk. Teknik display ini dapat mempermudah konsumen menemukan produk yang diinginkan.

c. *Color Presentation*

Color Presentation Teknik penyajian menggunakan kesamaan warna dari produk yang ada. Teknik display ini dapat memberikan ciri khas pada outlet.

d. *Price Lining*

Price Lining menggunakan harga produk sebagai faktor pengurutan produk. Teknik ini dapat menunjukkan klasifikasi target marketing produk dengan mudah.



e. *Vertical Merchandise*

Vertical Merchandise didasari pada pergerakan alamiah mata (*eye's natural movement*) yang selalu melihat secara beruntun dari kiri ke kanan dan dari atas ke bawah. Sehingga penyusunan produk dengan teknik ini adalah dengan menyusun secara vertikal produk yang sama pada satu garis lurus.

f. *Tonnage Merchandise*

Tonnage Merchandise merupakan teknik penyajian dengan menampilkan 1 jenis produk dalam jumlah yang banyak pada 1 tempat yang sama untuk menimbulkan persepsi pada konsumen bahwa persediaan produk sedang banyak sehingga harga produk lebih terjangkau.

g. *Frontal Presentation*

Frontal Presentation merupakan teknik penyajian produk dengan menampilkan produk dengan sangat terbuka (*frontal*) dengan tujuan menarik konsumen. Dengan cara membuat replika produk atau gambar 2 dimensi dengan ukuran yang lebih besar.

2.1.3 Tanggulangin

Tanggulangin merupakan salah satu kecamatan yang berada di kabupaten Sidoarjo. Tanggulangin merupakan pusat kerajinan kulit yang ada di kabupaten Sidoarjo. Tanggulangin memiliki banyak pengerajin kulit yang tersebar di beberapa desa seperti desa Kedensari, desa Kalisampurno, desa Kludan, desa Ketegan dan desa Randegan. Desa Kedensari merupakan desa yang mayoritas warganya adalah pengerajin kulit selain itu desa Kedensari merupakan desa pertama yang mengggagas munculnya sentra industri tas dan koper. Sehingga dibentuk Koperasi Intako yang berada di desa Kedensari.



Koperasi adalah organisasi ekonomi yang dimiliki dan dioperasikan oleh orang-seorang demi kepentingan bersama. Koperasi melandaskan kegiatan berdasarkan prinsip gerakan ekonomi rakyat yang berdasarkan asas kekeluargaan.^[22] Koperasi Intako ini berdiri pada tanggal 23 Desember 1977. Koperasi Intako didirikan untuk mewadahi UKM kerajinan kulit yang ada di daerah Tanggulangin. Jumlah anggota koperasi Intako sebanyak 27 orang pengerajin pada awal berdiri, dan pada tahun 2013 jumlah anggota sudah mencapai 308 orang pengerajin.

Pengerajin kulit yang menjadi anggota koperasi Intako dapat menjual hasil kerajinan kulit mereka pada outlet Intako. Para pengerajin kulit di Tanggulangin tidak hanya menganalkan outlet Intako, umumnya mereka memiliki outlet kecil pada bagian depan rumah mereka. Sehingga Tanggulangin memiliki banyak outlet kerajinan kulit terutama di sepanjang jalan utama desa Kedensari dan desa Kludan.

Industri kerajinan kulit di Tanggulangin pernah sangat maju, hingga terjadi kesalahan informasi yang diberikan oleh media massa kepada masyarakat yang menyatakan bahwa kampung TAS Tanggulangin merupakan salah satu wilayah yang terendam lumpur Lapindo. Kampung TAS yang dimaksudkan adalah nama sebuah kawasan perumahan Tanggulangin Anggun Sejahtera (TAS). Hal ini mengakibatkan Industri tas dan koper menurun drastis.

2.2 Luxury

Luxury dalam bahasa Indonesia memiliki arti kemewahan. Definisi dari luxury dan hal yang berhubungan dengannya sering tidak jelas, tergantung dari perspektif masyarakat (Kapferer, 2008)^[23].

^[22] Koperasi, diambil dari <https://en.wikipedia.org/wiki/Koperasi>

^[23] Heine, Klaus. (2011). *Concept of Luxury Brands*. Berlin.



Luxury adalah tentang mencapai gaya hidup yang nyaman dan berfikir bahwa memiliki barang tertentu dapat membuat hidup terasa lebih baik, menyenangkan dan memuaskan. Masyarakat dengan gaya hidup ini akan memiliki status sosial yang tinggi di masyarakat karena dengan memiliki barang luxury dapat menggambarkan kekayaan seseorang dan selera yang bagus.^[24]

Langgam luxury banyak digunakan dalam desain bangunan komersil seperti hotel, resort, toko serta restoran yang menargetkan masyarakat dari kalangan atas. Pada satu sisi luxury juga menarik minat masyarakat menengah, karena ingin merasakan pengalaman ketika berada di lingkungan luxury. Pada barang luxury nilai estetis menjadi hal yang utama dibandingkan nilai fungsinya.^[24] Sehingga gaya luxury khas dengan material finishing glossy seperti metal cutting, marmer, granit, dan sebagainya.



Gambar 2.16 Outlet Gucci Shanghai

Sumber : Pinterest

Penerapan konsep luxury pada outlet Gucci yang berada di Shanghai dapat dirasakan dari pemilihan material dan finishing warna pada area outlet. Jenis material yang digunakan pada outlet Gucci antara lain kaca, besi, cermin serta keramik marmer. Kaki meja display pada area display menggunakan material besi dengan finishing warna *gold*. Penggunaan warna *gold* juga terdapat pada finishing *down ceiling*, gantungan pakaian serta bingkai cermin. Selain menggunakan warna *gold*, outlet gucci juga menggunakan warna putih pada dinding, lantai dan plafon. Pada lantai outlet terdapat aksesoris berupa pola lantai berwarna hitam menggunakan material setara kemarik marmer.

^[24] Pricillia.2017.Aplikasi Konsep Luxury pada Interior Hotel Bisnis. Jurnal Sains Dan Seni POMITS Vol. 6, No.2



Berdasarkan gambar diatas, nuansa yang diperoleh dari desain outlet Gucci tersebut menerapkan konsep luxury yang dengan menggunakan warna – warna seperti gold, putih dan hitam.

Kemewahan langgam luxury dapat ditunjang dengan beberapa faktor. Faktor tersebut antara lain :

2.2.1 Warna

Pemilihan warna dapat digunakan untuk menunjukkan nuansa luxury pada suatu desain. Luxury yang identik dengan konsep kemewahan identik dengan memadukan warna hitam atau putih dengan warna – warna metalik seperti *gold* dan *silver*. Hal ini dapat dilihat ketika melakukan pencarian melalui google dengan memberikan *keyword* ‘luxury logo’ dan ‘luxury interior’ maka hasil pencarian adalah sebagai berikut :

Gambar untuk luxury



Gambar 2.17 Penelusuran google ‘luxury logo’

Sumber : Google



Gambar 2.18 Penelusuran google ‘luxury interior’

Sumber : Google



Berdasarkan gambar diatas dapat dilihat bahwa konsep luxury pada desain logo dan desain interior umumnya menggunakan tone warna yang hampir sama. Pada desain logo berkonsep luxury umumnya menggunakan warna gelap dan putih sebagai *background* dan warna metalik seperti emas atau silver digunakan sebagai warna untuk tulisan pada logo. Warna – warna yang digunakan sebagai *background* misalnya warna hitam, putih, biru, coklat dan abu – abu.

Berdasarkan gambar hasil penelusuran konsep luxury pada interior ruangan warna yang digunakan pada dinding interior adalah warna putih, abu – abu dan warna coklat. Warna yang digunakan pada furnitur hitam, biru, dan warna metalik seperti *gold* atau *silver*. Kesimpulan dari analisa yang dilakukan pada hasil pencarian google, warna yang sering digunakan pada desain dengan konsep luxury antara lain hitam, putih, abu – abu, coklat, biru serta warna metalik seperti emas dan silver. Warna – warna tersebut kemudian dikombinasikan sehingga dapat menghasilkan desain dengan konsep luxury.

Kombinasi warna cat rumah yang dapat memberikan kesan luxury dan elegan dapat diperoleh dengan kombinasi warna sebagai berikut ^[25] :

1. Black it out



Gambar 2.19 Black it out

Sumber : <http://www.belirumahminimalis.com/2017/11/kombinasi-warna-cat-rumah-mewah-elegan.html>

^[25] 15 Kombinasi Warna Cat Rumah Mewah yang Elegan, diambil dari <http://www.belirumahminimalis.com/2017/11/kombinasi-warna-cat-rumah-mewah-elegan.html>



Cat dasar hitam dapat digunakan untuk memberikan kesan eksklusif pada hunian. Perpaduan warna pitch-black dan faded-black pada dinding dengan trim emas dapat memberikan kesan elegan dan mewah. Untuk menghindari desain yang memberikan kesan terlalu gelap dapat dilakukan dengan menggunakan cat putih sebagai warna dasar dan memadukan dengan perabotan yang memiliki aksen hitam. Perpaduan warna kontras tersebut dapat menghasilkan suasana elegan dan mewah pada rumah.

2. Kombinasi warna kuning



Gambar 2.20 Kombinasi warna kuning

Sumber : <https://id.pinterest.com/pin/532691462168278046/>

Menggunakan warna kuning sebagai kombinasi warna cat rumah mewah yang elegan dapat menambahkan kesan menyenangkan pada ruangan. Untuk memperkuat kesan elegan dapat dilakukan dengan memadukan kombinasi tersebut dengan aksen emas ataupun silver pada elemen estetis di ruangan. Kombinasi ini juga dapat dipadukan dengan warna hitam yang kontras dengan warna kuning untuk menghadirkan kesan yang lebih modern dan elegan.



3. Kombinasi warna biru



Gambar 2.21 Kombinasi warna biru

Sumber : <https://id.pinterest.com/pin/397513104600128616/>

Perpaduan warna putih dengan warna biru safir dengan *finishing* glossy menghadirkan suasana ruangan yang berkilau. Bahan suede dengan warna serupa pada tempat duduk menjadi poin untuk menciptakan suasana elegan dan mewah untuk hunian.

4. Kombinasi warna ungu



Gambar 2.22 Kombinasi warna ungu

Sumber : <https://id.pinterest.com/pin/97249673188069282/>

Kombinasi warna ungu dapat memberikan kesan elegan pada ruangan apabila dipadukan dengan warna putih dengan tambahan sedikit aksen hitam. Memadukan warna ungu dengan *coffee table* yang memiliki motif *marble* juga dapat memberikan kesan elegan dan mewah.



5. Elegant white



Gambar 2.23 Elegant white

Sumber : <http://www.belirumahminimalis.com/2017/11/kombinasi-warna-cat-rumah-mewah-elegan.html>

Kombinasi warna putih yang dipadukan dengan warna emas dapat menghadirkan kesan yang luxury dan elegan. Untuk menghasilkan kesan lebih elegan, komponen tersebut dapat dipadukan dengan coffee table transparan dan pola lantai dengan aksen emas.

6. Soft pastel pink



Gambar 2.24 Soft pastel pink

Sumber : <https://id.pinterest.com/pin/862087553646756617/>

Komposisi warna pastel pink yang lembut dapat dipadukan dengan warna hitam dapat memberikan kesan luxury pada ruangan. Pemilihan elemen estetis dengan warna emas serta pola lantai berbentuk segitiga juga dapat menambah kesan mewah pada ruangan.



7. Elegant in red



Gambar 2.25 Elegant in red

Sumber : <http://www.belirumahminimalis.com/2017/11/kombinasi-warna-cat-rumah-mewah-elegan.html>

Komposisi warna-warna dengan tone yang sangat pucat seperti *white smoke* dan *tea green* sebagai warna dasar pada interior dan dipadukan dengan *dark red* pada ruangan dapat menciptakan kesan glamor.

8. Gray combination



Gambar 2.26 Gray combination

Sumber : <http://www.belirumahminimalis.com/2017/11/kombinasi-warna-cat-rumah-mewah-elegan.html>

Kombinasi bertema *grays combination* merupakan perpaduan beberapa warna abu-abu dengan rona yang berbeda sebagai cat rumah. Warna silver dengan rona keabuan pada dinding yang dipadukan gunakan warna putih sebagai trim dapat digunakan untuk menghasilkan kesan mewah pada ruangan.



9. Dark choco



Gambar 2.27 Dark choco

Sumber : <http://www.belirumahminimalis.com/2017/11/kombinasi-warna-cat-rumah-mewah-elegan.html>

Warna coklat tua dengan tone warna yang cenderung gelap dapat digunakan sebagai varian pengganti warna hitam pada interior bangunan. Warna bisque sebagai warna trim dan penggunaan karpet dengan motif binatang dapat menguatkan kesan luxury pada ruangan.

10. Light brown addiction



Gambar 2.28 Light brown addiction

Sumber : <http://www.belirumahminimalis.com/2017/11/kombinasi-warna-cat-rumah-mewah-elegan.html>

Penggunaan warna *light brown* dapat menghadirkan kesan hangat pada ruangan. Kesan mewah dan elegan pada rumah dihadirkan melalui detail warna emas pada furnitur. Kesan mewah dan elegan juga dihadirkan melalui lukisan abstrak yang memiliki ukuran cukup besar yang terletak pada dinding ruang tamu yang juga dapat berfungsi sebagai center of attention.



11. The ivory

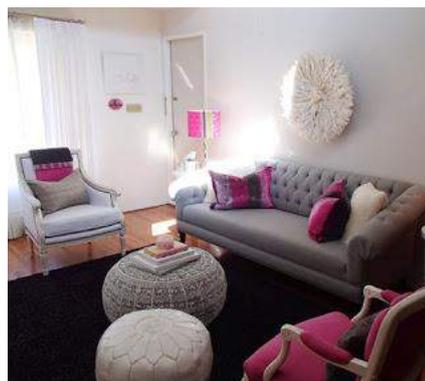


Gambar 2.29 The ivory

Sumber : <http://www.belirumahminimalis.com/2017/11/kombinasi-warna-cat-rumah-mewah-elegan.html>

Warna ivory digunakan sebagai warna dasar untuk kombinasi warna cat rumah mewah elegan tanpa menampilkan kesan berlebihan pada ruangan. Warna ivory atau kuning gading diaplikasikan pada seluruh permukaan dinding, dengan dekorasi yang memiliki warna senada. Kesan elegan dihadirkan melalui warna perak atau silver yang terdapat pada beberapa asesoris pelengkap seperti bingkai foto berukuran besar dengan detail victorian serta pada sarung bantal comfy yang berpadu cantik dengan warna putih dan pink pastel yang lembut.

12. The white and purple-gray



Gambar 2.30 The white and purple-gray

Sumber : <http://www.belirumahminimalis.com/2017/11/kombinasi-warna-cat-rumah-mewah-elegan.html>



Warna ungu adalah warna yang sering digunakan untuk menghadirkan gaya elegan untuk menghadirkan kesan elegan warna ungu dipadukan dengan putih. Komposisi ini dipadukan dengan furnitur yang berwarna abu - abu dan ungu serta aksent hitam untuk menambah kesan elegan.

13. Cokelat – putih



Gambar 2.31 Cokelat – putih

Sumber : <http://www.belirumahminimalis.com/2017/11/kombinasi-warna-cat-rumah-mewah-elegan.html>

Kombinasi warna cokelat dengan warna putih adalah pilihan untuk memberikan nuansa hangat pada ruangan. Penggunaan perabotan yang memiliki tone warna yang senada dengan komposisi warna tersebut untuk menciptakan nuansa yang elegan, seperti sofa warna kombinasi abu-abu *dim gray* dan cokelat *pale mauve* yang dipadu dengan *coffee table* mini bermaterial rotan untuk ruang tamu.

14. Putih dan abu – abu



Gambar 2.32 Putih dan abu – abu

Sumber : <http://www.belirumahminimalis.com/2017/11/kombinasi-warna-cat-rumah-mewah-elegan.html>



15. The antique white



Gambar 2.33 The antique white

Sumber : <http://www.belirumahminimalis.com/2017/11/kombinasi-warna-cat-rumah-mewah-elegan.html>

Antique white adalah warna putih yang memiliki rona peach muda lembut. Memadukan antique white dengan warna coklat muda pale brown serta coklat bistre dapat menjadikan komposisi ini terlihat lebih elegan.

2.2.2 Pencahayaan

Pencahayaan adalah jumlah penyinaran pada suatu bidang kerja yang diperlukan untuk melaksanakan kegiatan secara efektif. Oleh sebab itu salah satu masalah lingkungan ditempat kerja harus diperhatikan yaitu pencahayaan. Nilai Pencahayaan yang dipersyaratkan oleh Kep-Menkes RI No. 1405/Menkes/SK/XI/2002 yaitu minimal 100 lux.^[26]

Suasana atmosfer yang nyaman pada suatu interior didapatkan dengan adanya interaksi antara lampu dekoratif dan lampu fungsional, dimana pencahayaan harus memikat serta membuat pengunjung merasa diterima.^[27]

Pencahayaan memiliki beberapa jenis teknik pencahayaan. Teknik pencahayaan yang dapat memberikan kesan kemewahan pada suatu bangunan ataupun interior bangunan antara lain teknik pencahayaan *uplight*, *downlight*, *backlight*, *sidelight* dan *frontlight*.^[28]

^[26] Keputusan Menteri Kesehatan No.1405 tahun 2002

^[27] Astuti. 2016. Studi Layout Furnitur dan Desain Pencahayaan di Lobby Apartemen Studi Kasus : Apartemen di Daerah Surabaya Timur, Jurnal Desain Interior, Vol. 1, No. 1

^[28] Teknik pencahayaan, diambil dari <http://www.imaniadesain.com/teknik-pencahayaan>



a. *Uplight*



Gambar 2.34 Penerapan *uplight* pada Interior bar

Sumber : Pinterest

Uplight adalah teknik pencahayaan dengan mengatur arah cahaya datang dari bawah ke atas, dimana posisi lampu dihadapkan keatas. Efek cahaya yang ditimbulkan yaitu kesan megah, dan memunculkan dimensi. Jenis pencahayaan ini lebih cenderung digunakan pada pencahayaan dekoratif.

b. *Downlight*



Gambar 2.35 Penerapan *downlight* pada Interior

Sumber : Pinterest

Downlight adalah teknik pencahayaan dengan mengatur arah pencahayaan datang dari atas dan menyinari objek di bawahnya. *Downlight* berfungsi sebagai pencahayaan secara merata atau pencahayaan general. *Downlight* umumnya adalah lampu yang ditanam pada plafon dengan rumah lampu yang menjorok keluar, masuk ke dalam, menempel pada tembok, atau berupa lampu gantung.



c. *Backlight*



Gambar 2.36 Penerapan *backlight* pada Interior

Sumber : Pinterest

Backlight adalah teknik pencahayaan dengan mengatur cahaya berasal dari belakang objek. Tujuan dari *backlight* ini adalah untuk memberi aksentuasi pada objek, misalnya untuk memunculkan siluet. Sedangkan pada objek tertentu, teknik pencahayaan *backlight* ini memberikan cahaya pinggir yang mempesona, membentuk objek jadi lebih jelas terlihat.

Backlight umumnya menggunakan lampu LED *strip* sebagai sumber cahayanya. Lampu jenis ini memiliki ukuran yang relatif kecil dan mudah di pasang karena dilengkapi dengan *double tape* pada bagian belakang LED *strip*.

d. *Sidelight*



Gambar 2.37 Penerapan *sidelight* pada Interior

Sumber : Pinterest



Sidelight adalah teknik pencahayaan dengan mengatur cahaya berasal dari samping benda. Teknik *sidelight* sama dengan *backlight*, *sidelight* ditujukan untuk memberikan penekanan pada elemen-elemen interior tertentu yang menjadi aksen. Dan kebanyakan arah cahaya ini dipakai pada artwork, atau benda-benda seni lainnya.

e. *Frontlight*



Gambar 2.38 Penerapan *frontlight* pada Interior

Sumber : Pinterest

Frontlight adalah teknik pencahayaan dengan mengatur cahaya datang dari depan objek, dan cahaya tersebut sebaiknya merata. Cahaya yang tersebar rata membuat foto/lukisan tersebut terlihat apa adanya. Kecuali jika kita menginginkan bagian tertentu terlihat lebih terang atau lebih gelap.

2.2.3 Elemen Estetis

Elemen estetis berupa suatu hal yang bersifat pribadi atau umum, seperti warna, bentuk, ukiran ataupun relief yang terdapat pada elemen estetis tersebut. Bisa juga diterapkan pada fisik ruangan, komponen interior, maupun aksesoris yang berfungsi sebagai elemen estetis pendukung interior.^[29] Fungsi dari elemen estetis adalah untuk menghadirkan rasa, jiwa dan citra tersendiri sesuai dengan karakter yang ingin di hadirkan dalam interior suatu ruangan.

^[29] Elemen estetis, diambil dari <http://imagebali.net/detail-artikel/242-memilih%20aksesoris-elemen-penting-pendukung-estetis-interior-rumah.php>



Gambar 2.39 Interior ruang tamu dengan langgam luxury

Sumber : Google

Untuk menghadirkan karakter ruangan yang mewah, dapat digunakan warna – warna tertentu seperti warna coklat, cream, emas, silver dan warna yang netral. Untuk memperkuat kesan luxury pada suatu ruangan umumnya menggunakan finishing material *glossy*.

Penambahan lukisan serta finishing balok dengan gypsum dengan motif tertentu juga dapat memperkuat karakter luxury pada suatu ruangan. Permainan *down ceiling* serta *hidden lamp* juga sering digunakan untuk memberi kesan mewah pada interior bangunan.

2.2.4 Pemilihan Material

Material merupakan karakteristik utama produk yang dapat menghadirkan kesan *luxury* pada suatu benda maupun ruangan. Beberapa jenis material yang sering digunakan untuk menghasilkan kesan *luxury* pada interior ruangan diantaranya :

a. Kaca

Kaca merupakan zat tembus pandang yang berasal dari bahan yang bersifat cair namun memiliki kepadatan tinggi dan struktur amorf. Struktur amorf ini yang mengakibatkan titik lebur kaca tidak terlalu tinggi. Atom dalam kaca tidak membentuk jalinan beraturan seperti kristal.

Beberapa jenis kaca yang digunakan pada bangunan antara lain kaca bening, kaca warna, kaca es, kaca reflektif, kaca tempered dan kaca laminated. Fungsi penggunaan kaca pada bangunan adalah sebagai pencahayaan alami serta bagian dari estetika bangunan.^[30]

^[30] Mengetahui Jenis-jenis Kaca dan Penggunaannya, diambil dari <http://info-bedahrumah.blogspot.co.id/2014/03/mengenal-jenis-jenis-kaca-dan.html>



Pemakaian kaca pada interior ruangan dapat digunakan tanpa finishing apapun dapat juga diberikan finishing misalnya dengan ditambahkan stiker cutting.



Gambar 2.40 Kaca dengan finishing cutting sticker

Sumber : Google

b. Cermin

Cermin adalah permukaan yang licin dan dapat menciptakan pantulan bayangan benda dengan sempurna. Terdapat beberapa jenis cermin, antara lain cermin datar, cermin cekung dan cermin cembung.^[31]

Cermin digunakan untuk memberikan efek dekoratif dan psikologis pada ruangan. Efek dekortif dapat diciptakan dengan mengolah dan menempatkan cermin pada tempat tertentu pada dinding, sehingga cermin di display dengan bingkai. Sehingga menghasilkan poin yang menarik pada ruangan. Penggunaan cermin sebagai efek psikologis dapat diterapkan dengan menempatkan cermin pada permukaan yang luas. Dengan adanya cermin akan memberikan kesan luas pada ruangan.^[32]

^[31] Cermin, diambil dari <https://id.wikipedia.org/wiki/Cermin>

^[32] Aplikasi cermin pada bangunan, diambil dari <https://noverina.wordpress.com/2011/04/26/aplikasi-cermin-pada-bangunan/>



c. Kayu

Kayu adalah bagian batang atau cabang serta ranting tumbuhan yang mengeras karena mengalami lignifikasi/ pengayuan. Kayu digunakan sebagai bahan bangunan, bahan pembuat perabotan, hiasan dan sebagainya.^[33] Motif kayu berbeda-beda sesuai jenis tanamannya. Motif kayu dapat menghasilkan kesan hangat, mewah bahkan tradisional pada ruangan, tergantung pada finishing yang digunakan. Motif kayu sering digunakan sebagai motif HPL, vynil dan keramik.

Beberapa jenis kayu yang sering digunakan dalam industri pembuatan furnitur antara lain *solid wood*, partikel board, MDF (Medium Density Fibreboard), HDF (High Density Fibreboard), blok board/blok teak dan Multiplek.^[34] Masing-masing jenis kayu memiliki finishing yang berbeda-beda.

Finishing pada *solid wood* (kayu padat) dapat menggunakan melamine, HPL, teak oil, pernis, politure, cat bakaran, cat duco, politur air, wood stain, wood wax, wood dye dan oil finish. Tujuan *finishing* pada kayu padat adalah untuk melindungi kayu, beberapa jenis *finishing* juga berfungsi untuk memberi warna lain pada kayu seperti cat duco dan oil finish.



Gambar 2.41 Solid wood

Sumber : Google

^[33] Kayu, diambil dari <https://id.wikipedia.org/wiki/Kayu>

^[34] Kayu buatan yang sering digunakan untuk furniture, diambil dari <https://aneka-furnitur.blogspot.co.id/2016/02/kayu-buatan-yang-sering-digunakan-untuk.html>



Partikel board memiliki keuntungan dalam segi harga namun mudah rusak, tidak dapat menahan beban terlalu berat dan tidak boleh terkena air. Finishing yang biasa digunakan pada partikel board adalah decosheet.



Gambar 2.42 Partikel board

Sumber : Google

MDF merupakan kayu yang dibuat dari serbuk kayu yang dicampur dengan lem dan bahan kimia yang menjadikan papan ini lebih padat daripada partikel board. Keuntungan dari MDF adalah permukaan yang lebih halus sehingga mudah dalam segi finishing, lebih keras dan dapat menahan beban lebih berat dari partikel board. Kekurangan MDF adalah tidak tahan dengan air. Finishing yang cocok untuk MDF adalah HPL, melamic namun sebelumnya dilapis dengan veneer atau teakwood.



Gambar 2.43 MDF board

Sumber : Google

HDF memiliki tingkat kepadatan yang lebih tinggi daripada MDF. Keuntungan dari HDF adalah lebih kuat dan keras, permukaan halus sehingga mudah di finishing dan lebih tahan terhadap air dibandingkan dengan MDF. Kekurangan dari HDF adalah harganya yang lebih mahal dibandingkan dengan MDF. Finishing yang cocok dengan HDF adalah HPL, melamic namun sebelumnya dilapis dengan veneer atau teakwood.



Blockboard / Block teak merupakan susunan kayu solid yang dijepit/dilem dengan triplek. Blockboard umumnya memiliki tekstur polos karena menggunakan kayu meranti dan kayu albasia, sedangkan block teak memiliki tekstur jati karena menggunakan kayu jati. Keuntungan dari blockboard /block teak adalah lebih kuat dan dapat menahan beban hingga 150 kg. Kekurangan dari blockboard/block teak adalah tidak tahan terhadap hama rayap. Finishing yang cocok untuk blockboard adalah duco atau HPL, sedangkan block teak dapat menggunakan melamic.



Gambar 2.44 Blockboard3

Sumber : Google

Multiplek merupakan papan yang terbuat dari beberapa lapis triplek, umumnya memiliki ketebalan 9mm, 12mm, 15mm, dan 18mm. Keuntungan dari multiplek adalah lebih kuat dibandingkan partikel board, MDF dan HDF serta lebih tahan hama rayap. Namun multiplek tidak dapat menahan beban seberat blok board/blok teak. Multiplek dapat diberikan finishing berupa melamic, duco, HPL atau Polyurithane.



Gambar 2.45 Multiplek

Sumber : Google



d. Logam

Logam merupakan material yang keras, tidak tembus cahaya, berkilau serta memiliki konduktivitas listrik yang baik.^[35] Beberapa jenis logam yang sering digunakan sebagai material bangunan maupun material pembuatan furnitur antara lain besi, baja, Stainless Steel (Baja tahan karat), kromium, seng (zink), Galvanum (baja ringan), perunggu, timah, tembaga, kuningan, kobalt dan nikel.^[36]

Besi merupakan logam yang sering di gunakan dalam kehidupan karena besi merupakan jenis logam yang paling mudah ditemukan di kulit bumi, mudah diolah, serta mudah di modifikasi. Kelemahan dari besi adalah mudah korosi, sehingga mengurangi umur pakai produk.

Baja atau besi hitam merupakan logam paduan antara besi, carbon, mangan, fosfor, sulfur dan sebagian kecil oksigen, nitrogen dan aluminium. Untuk meningkatkan kekuatan tarik dan kekerasan pada baja biasanya ditambahkan unsur karbon.

Stainless steel merupakan baja yang dilapis dengan kromium untuk mencegah baja rapuh karena korosi. Kromium memiliki sifat berkilau, keras dan berwarna perak abu-abu dan tahan karat. Kromium juga dapat digunakan untuk melapisi ornamen bangunan, komponen kendaraan dan pelapis perhiasan yang terbuat dari emas.

Seng merupakan logam berwarna putih kebiruan, berkilau dan bersifat diamagnetik. Seng merupakan logam yang keras tetapi tidak tahan terhadap berbagai macam suhu. Seng juga merupakan penghantar listrik yang lebih baik dari logam lain.

Galvanum atau baja ringan merupakan logam baja tipis campuran dari aluminium, seng dan silicon. Galvanum lebih ringan daripada kayu, lebih ramah lingkungan, anti karat dan tahan lama.

^[35] Logam, diambil dari <https://id.wikipedia.org/wiki/Logam>

^[36] Jenis Logam & Penggunaannya, diambil dari <https://atlanticmetal.wordpress.com/2016/01/18/jenis-logam-penggunaannya/>



Perunggu merupakan logam campuran yang mengandung tembaga (Cu) sebagai komponen utamanya. Perunggu lebih kuat daripada tembaga, kuat terhadap korosi akibat air laut. Perunggu banyak digunakan sebagai pembuatan prasasti, gong dan gamelan, medali dan digunakan dalam industri.

Timah merupakan logam yang tahan dengan karat. Timah biasanya digunakan untuk melapisi logam. Untuk membuat logam perunggu dilakukan dengan mencampur tembaga dengan timah. Tembaga merupakan unsure kimia logam yang memiliki lambing Cu. Tembaga murni memiliki sifat halus dan lunak serta bewarna jingga kemerahan.

Kuningan merupakan logam paduan antara tembaga (Cu) dan seng (Zn). Kuningan banyak digunakan sebagai dekorasi karena memiliki warna yang cerah seperti emas. Kobalt merupakan logam yang bewarna abu-abu perak, keras dan berkilau. Kobalt digunakan pada kertas perak dan kawat Nikel adalah logam yang tahan karat. Nikel murni bersifat lembek. Nikel merupakan salah satu material pembuat baja.

Finishing yang dapat dilakukan pada furnitur yang menggunakan material besi antara lain cat besi sintetis, cat aluminium, cat efek dan cat duco.^[37] Fungsi utama dari *finishing* logam dengan cara pengecatan adalah untuk melindungi logam dari korosi, selain itu untuk memberikan efek tertentu pada produk atau furnitur.

e. Marmer dan Granit

Marmer merupakan batuan kristalin kasar yang berasal dari batu kapur. Marmer murni berwarna putih dan tersusun oleh mineral kalsit. Batu marmer sangat rentan pada kotoran, tahan terhadap goresan, daya kilap lebih tahan lama, memiliki corak yang indah dan alami, tahan terhadap suhu dan memiliki pori yang besar sehingga pada saat diterapkan pada permukaan lantai terasa lebih dingin. Batu marmer digunakan pada furnitur, lantai, piala, patung, papan nama dan sebagainya.^[38]

^[37] Membedakan berbagai macam cat besi, diambil dari <http://pintulipatharmonika.com/tips-pintu-lipatharmonika-solo-jogja-semarang/322-membedakan-berbagai-macam-cat-besi>

^[38] Apa perbedaan granit dan marmer, diambil dari <https://apaperbedaan.com/granit-dan-marmer/>



Granit merupakan tekstur yang keras yang terbentuk dari metamorfosa material gunung berapi. Ciri fisik granit yaitu memiliki warna dengan aksen corak bintik-bintik. Granit memiliki daya tahan yang lebih kuat terhadap kotoran dibandingkan batu marmer. Batu granit lebih tahan lama dibandingkan marmer, karena granit memiliki pori – pori yang lebih kecil dan padat, sehingga tahan terhadap air dan tidak mudah kusam serta patah. Batu granit sering digunakan pada lantai, dinding dan sebagainya.^[38]

Beberapa jenis finishing yang dapat dilakukan pada batu granit dan batu marmer antara lain *leather/antik*, *sandblasted*, *glossy*, *honed*, *flamed/bakar* dan *satın finish*.^[39]

Leather/antik merupakan *finishing* khusus yang menghasilkan hasil dalam yang agak kasar, sehingga terasa seperti kulit buaya. *Finishing* ini sering diterapkan pada granit berwarna gelap. *Finishing* ini menyebabkan granit atau marmer tampil kurang mengkilap dan menguatkan karakter alam.



Gambar 2.46 Penerapan *finishing leather/antik* pada granit

Sumber : Google

Sandblasted menggunakan jet tekanan tinggi dari pasir atau baja tembakan yang mengandung silika yang terapkan pada marmer dan granit. Jenis perawatan ini menghasilkan abrasi halus, meninggalkan permukaan material yang sedikit tergores namun tidak kasar, serta nada warna dan urat yang menjadi sedikit tumpul.

^[38] Apa perbedaan granit dan marmer, diambil dari <https://apaperbedaan.com/granit-dan-marmer/>

^[39] Jenis Finishing, diambil dari <http://www.royalstone.co.id/services/jenis-finishing>



Gambar 2.47 Penerapan *finishing sandblasted* pada granit

Sumber : Google

Glossy dilakukan dengan proses poles, jenis *finishing* ini membuat permukaan batu menjadi licin dan mengkilap. *Finishing* ini mampu mengungkapkan warna sejati dan karakter marmer serta granit serta memberikan tampilan elegan dan mewah pada batu marmer dan granit.



Gambar 2.48 Penerapan *finishing glossy* pada granit

Sumber : Google

Honed dikenal sebagai *satın/doff/matte*, *finishing* ini menjadikan permukaan marmer dan granit halus tetapi tidak mengkilap sehingga tidak terlalu licin. *Finishing* ini biasanya digunakan pada lantai, tangga, atau lokasi lain yang tidak boleh terlalu licin.



Gambar 2.49 Penerapan *finishing honed* pada granit

Sumber : Google



Flamed/bakar merupakan teknik *finishing* dengan cara menembakkan api intens pada batu yang dapat mengakibatkan permukaan meledak dan menjadi kasar. *Finishing* ini tidak dapat dilakukan pada semua batu, tetapi dapat dilakukan pada sebagian besar granit dan batu kapur. *Finishing* ini sering digunakan terutama pada eksterior dimana slip resistensi sangat penting.



Gambar 2.50 Penerapan *finishing flamed* pada granit

Sumber : Google

Satin finish atau *semi doff* merupakan *finishing* yang menjadikan permukaan marmer dan granit halus dan sedikit mengkilap dibandingkan *finishing honed* tetapi tidak lebih mengkilap dari *finishing glossy*.



Gambar 2.51 Penerapan *finishing satin finish* pada granit

Sumber : Google

Harga batu marmer dan granit yang relatif mahal tidak dapat dijangkau semua kalangan. Beberapa cara yang dapat dilakukan untuk menghadirkan kesan mewah menggunakan corak marmer maupun granit antara lain dengan teknik kuas, dan teknik semprot.^[40]

^[40] Cara Membuat Motif Marmer pada Pilar dengan Cat sebagai Elemen Arsitektural, diambil dari <https://www.balimarmergranit.com/2017/07/cara-membuat-motif-marmer-pada-pilar.html>



2.3 Store Atmosphere

Store atmosphere dalam bahasa Indonesia memiliki arti suasana toko. Suasana toko sangat berpengaruh terhadap jumlah penjualan produk pada sebuah toko. Suasana toko harus di desain nyaman mungkin untuk membuat pembeli merasa nyaman pada saat berbelanja. *Store atmosphere* mencakup beberapa elemen dalam sebuah toko, misalnya desain fasad, pintu masuk, sirkulasi pengunjung, fasilitas pendukung dalam sebuah toko seperti toilet, musholla dan sebagainya.

Atmosphere mengacu pada desain lingkungan melalui komunikasi visual, pencahayaan, warna, music, dan bau untuk merangsang respon perseptual dan emosional pelanggan dan pada akhirnya mempengaruhi perilaku pembelian. Penggunaan *store atmosphere* yang tepat akan menimbulkan kesan menarik dan membantu memperbaiki citra sebuah toko dalam persepsi pelanggan, yang tentunya akan mendorong keputusan pembelian.^[41]

“Creating and maintaining an image depend heavily on a firm's atmosphere. Atmosphere refers to the store's physical characteristic that are used to develop an image and to draw customers.”^[42]

Terjemahan :

Menciptakan dan memelihara citra sangat tergantung pada suasana perusahaan. Suasana mengacu pada karakteristik fisik toko yang digunakan untuk mengembangkan citra dan untuk menarik pelanggan.

Suasana pada sebuah toko dipahami seseorang melalui perasaan psikologis ketika mengunjungi toko tersebut. Pelanggan dapat menilai sebuah toko dengan merasakan suasana yang disajikan. Penilaian ini menjadi hal yang sangat penting karena dapat mempengaruhi jumlah penjualan suatu produk.

“Atmosphere can be divided into these key elements: exterior, general interior, store layout, and displays.”^[42]

Terjemah :

Elemen Store Atmosphere ini meliputi: bagian luar toko, bagian dalam toko, tata letak ruangan dan cara penataan produk.

^[41] Levy dan Weits, 2007

^[42] Berman dan Evans, 1995



2.3.1 *Exterior* (Bagian Luar Toko)

Bagian luar toko memiliki pengaruh yang kuat terhadap toko tersebut. Bagian luar toko (fasad) menjadi daya tarik utama pengunjung untuk mengundang pengunjung masuk ke dalam toko dan melihat produk yang di jual pada toko tersebut. Sehingga bagian depan toko (fasad) harus dibuat unik, menarik serta mudah dikenali.

Bagian depan toko (fasad) dibagi menjadi beberapa elemen pendukung. Antara lain :

a. *Storefront* (Bagian Muka Toko)

Bagian muka atau depan toko meliputi kombinasi papan nama, pintu masuk, dan konstruksi bangunan. Bagian depan toko ini harus menarik untuk membuat orang tertarik masuk ke dalam toko. Bagian depan toko juga menjadi penilaian pertama pembeli terhadap citra suatu toko.

b. *Marquee* (Simbol)

Marquee adalah suatu tanda yang digunakan untuk memajang nama atau logo toko. *Marquee* di buat seunik dan semudah mungkin di baca, hal ini untuk memudahkan pengunjung mengingat nama toko tersebut.

c. *Entrance* (Pintu Masuk)

Syarat utama pintu masuk ialah ia harus mudah di kenali oleh pengunjung, letak pintu masuk akan mempengaruhi alur sirkulasi pembeli pada toko. Untuk mencegah terjadinya sirkulasi yang kurang nyaman antara pengunjung yang akan keluar dan pengunjung yang akan masuk, beberapa toko menyediakan pintu masuk dan pintu keluar yang berbeda. Perbedaan pintu masuk dan keluar ini juga dapat mencegah terjadinya pencurian barang.

d. *Display Window*

Display Window bertujuan untuk mencerminkan produk apa saja yang di jual pada toko tersebut. *Display window* biasanya di desain seunik mungkin. Produk yang di display merupakan produk unggulan dari toko tersebut sehingga menarik pengunjung untuk masuk ke dalam toko.



e. *Height and Size Building* (Tinggi dan Ukuran Gedung)

Bangunan yang lebih tinggi dari pada bangunan di sekitarnya memudahkan pengunjung untuk mengetahui lokasi toko. Selain ukuran gedung juga dapat mempengaruhi penilaian pengunjung. Umumnya pengunjung akan lebih tertarik untuk berbelanja pada gedung yang besar karena beranggapan bahwa barang yang dijual lebih lengkap dan beragam.

f. *Uniqueness* (Keunikan)

Keunikan suatu toko dapat dihasilkan dari desain bangunan yang tentunya harus sejalan dengan *corporate identity* dari toko tersebut.

g. *Surrounding Area* (Lingkungan Sekitar)

Toko yang berada di sekitar area toko dapat mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap citra suatu toko. Baik toko yang berada pada satu gedung yang sama maupun tidak.

h. *Parking* (Tempat Parkir)

Tempat parkir merupakan salah satu sarana yang sangat mempengaruhi kenyamanan pengunjung dalam menentukan pilihan akan mengunjungi sebuah toko atau tidak. Tempat parkir yang luas, aman, gratis dan dekat dengan toko akan menciptakan atmosfer yang positif pada toko.

2.3.2 *General Interior* (Bagian Dalam Toko)

General interior atau interior umum dirancang untuk memaksimalkan *visual merchandising*. Fungsi utama dari perencanaan general interior adalah untuk menarik pengunjung, namun hal yang lebih spesifik untuk menarik pengunjung adalah display. Tujuan utama dari display adalah untuk memudahkan pengunjung memilih, memeriksa, dan menentukan membeli produk yang di jual. Elemen – elemen dari *general interior* antara lain :

a. *Flooring* (Tata Letak Lantai)

Penentuan jenis finishing lantai, misalnya penggunaan keramik, HPL, Parket, dan sebagainya dapat memberikan persepsi yang berbeda terhadap atmosphere general pada toko. Perbedaan jenis material yang digunakan dapat menunjukkan batas area pada suatu toko.



b. *Color and Lighting*

Pencahayaan memiliki pengaruh yang besar terhadap minat beli pengunjung pada suatu toko. Tata cahaya yang baik mempunyai kualitas dan warna yang dapat menjadikan tampilan produk menjadi lebih menarik.

c. *Scent and sound* (Aroma dan Suara)

Aroma dan suara merupakan salah satu layanan untuk memberikan pengunjung suasana yang lebih santai, menghilangkan kejenuhan dan menghabiskan waktu lebih lama di dalam toko.

d. *Fixtures* (Perabot Toko)

Pemilihan perabot toko harus disesuaikan dengan produk yang dijual. Perabot yang digunakan untuk mendisplay produk baiknya dapat mengekspose produk sehingga produk terlihat lebih menarik.

e. *Wall Texture* (Tekstur Dinding)

Teksture dinding dapat memberikan kesan tertentu pada interior ruangan yang dapat membuat pengunjung lebih tertarik.

f. *Temperature* (Suhu Udara)

Temperature udara mempengaruhi kenyamanan pengunjung dalam sebuah toko. Pengaturan temperature udara pada toko umumnya menggunakan AC baik AC central maupun AC split.

g. *Widht of Aisles* (Lebar Jalan)

Jarak antar rak display mempengaruhi sirkulasi serta kenyamanan pada suatu toko. Jarak yang terlalu sempit dapat mengganggu aktifitas pembeli pada saat berbelanja.

h. *Merchandise* (Barang Dagangan)

Pemilihan produk yang dijual dalam sebuah toko dapat di dasarkan tren, kebutuhan dan produk yang disukai konsumen. Pemilihan produk yang dijual ini dapat mempengaruhi jumlah pengunjung pada suatu toko.

i. *Prices Level and Display* (Tingkat Harga dan Etalase Label)

Label harga yang dicantumkan pada suatu produk harus mudah di baca oleh pembeli sehingga memudahkan pembeli untuk mengetahui harga suatu produk.



j. *Cash Register* (Kasir)

Penentuan jumlah kasir umumnya mengacu pada jumlah pembeli. Jumlah kasir yang memadai dapat menghadirkan atmosphere yang nyaman karena konsumen tidak membutuhkan waktu yang lama untuk mengantri.

k. *Technology / Modernization*

Teknologi / modernization mencangkup pelayanan terhadap pembeli, hal ini dapat berupa sistem pembayaran serta sistem penjualan. Sistem pembayaran yang dimaksudkan contohnya seperti sistem pembayaran menggunakan kartu kredit ataupun debit, serta kupon diskon. Sistem penjualan secara online merupakan sistem penjualan yang modern dimana masyarakat dapat mengetahui jenis barang serta harga melalui jaringan internet.

l. *Cleanliness* (Kebersihan)

Kebersihan menjadi salah satu elemen penting dalam aspek penilaian pengunjung terhadap suatu toko. Kebersihan ini melingkupi kebersihan area toko serta produk. Kebersihan produk dapat mempengaruhi jumlah produk yang terjual.

2.4 Galeri

2.4.1 Pengertian Galeri

Galeri adalah selasar atau tempat; dapat pula diartikan sebagai tempat yang memamerkan karya seni tiga dimensional karya seorang atau sekelompok seniman atau bisa juga didefinisikan sebagai ruangan atau gedung tempat untuk memamerkan benda atau karya seni.^[43]

“*Gallery: A room or building for showing works of art*”.^[44]

Terjemah :

Galeri : sebuah ruang atau bangunan untuk memamerkan hasil karya seni.

^[43] Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, 2003

^[44] Oxford Advanced Learner’s Dictionary, A.S Hornby, edisi kelima, Great Britain: Oxford University Press, 1995



Kesimpulan yang di dapat yakni galeri merupakan suatu ruangan yang memiliki fungsi utama sebagai tempat untuk memamerkan hasil karya seni baik perseorangan maupun kelompok.

Dalam mendisplay hasil karya seni pada sebuah galeri terdapat beberapa syarat yang harus terpenuhi. Syarat tersebut antara lain :

- a. Pencahayaan yang cukup
- b. Penghawaan yang baik dan kondisi ruang yang stabil
- c. Display area didesain semenarik mungkin dan mudah dilihat.

2.4.2 Jenis Galeri

Penggunaan kata ‘galeri’ di Amerika Utara, menyiratkan sebuah galeri pribadi, sementara galeri publik lebih cenderung disebut sebagai museum seni. *British and Commonwealth* menyatakan bahwa makna dari kata museum dipahami untuk merujuk pada institusi yang memegang koleksi artefak bersejarah, arkeologi atau ilmiah, bukan seni rupa.^[44]

Berdasarkan pengertian diatas dapat diketahui terdapat beberapa jenis galeri yang di kelompokkan berdasarkan status kepemilikan galeri. Selain beberapa jenis di atas, terdapat beberapa jenis galeri yang secara umum dibedakan berdasarkan fungsi dan tempat galeri tersebut. Jenis – jenis galeri tersebut antara lain^[45] :

1. Galeri Di Dalam Museum

Ruang pada museum yang di khususkan untuk menampilkan karya seni yang memiliki nilai sejarah, contohnya ruang pada museum yang digunakan untuk menampilkan karya seni mesir kuno dapat disebut *Egyptian Gallery*.

2. Galeri Kontemporer

Galeri seni kontemporer pada umumnya dibuka untuk umum tanpa memungut biaya. Galeri ini ditujukan untuk menampilkan hasil karya seni dari para seniman. Keuntungan yang diperoleh oleh galeri seni kontemporer ini berasal dari mengambil sebagian keuntungan dari penjualan hasil karya sen. Keuntungan yang diambil umumnya sebesar 25% - 50% dari hasil penjualan karya seni.

^[45] *Types of galleries*, diambil dari https://en.wikipedia.org/wiki/Art_museum



3. *Vanity Gallery*

Galeri seni artistik yang dapat diubah menjadi suatu kegiatan didalamnya, seperti pendidikan dan pekerjaan

4. Museum Dan Galeri Seni Universitas

Museum dan galeri seni universitas merupakan suatu galeri yang dimiliki dan dikelola oleh semua jenis sekolah maupun universitas. Barang yang di tampilkan pada galeri jenis ini merupakan hasil karya dari pelajar pada sekolah ataupun universitas tersebut. Sehingga umumnya berhubungan dengan fokus ilmu yang di pelajari pada masing - masing sekolah atau universitas.

2.4.3 Fungsi Galeri

Menurut kepala kantor wilayah perdagangan fungsi galeri antara lain :

1. Sebagai tempat promosi barang-barang seni.
2. Sebagai tempat mengembangkan pasar bagi para seniman.
3. Sebagai tempat melestarikan dan memperkenalkan karya seni dan budaya dari seluruh Indonesia.
4. Sebagai tempat pembinaan usaha dan organisasi usaha antara seniman dan pengelola.
5. Sebagai jembatan dalam rangka eksistensi pengembangan kewirausahaan.
6. Sebagai salah satu obyek pengembangan pariwisata nasional

2.4.4 Jenis Kegiatan pada Galeri

Jenis kegiatan pada galeri berdasarkan tugasnya dapat dibedakan menjadi beberapa bagian, yaitu^[46] :

1. Kegiatan Utama

Kegiatan pameran, merupakan kegiatan komunikasi visual antara karya (objek) dengan pengunjung (subjek).

2. Kegiatan Pengunjung

Kegiatan perpustakaan, merupakan kegiatan pencarian informasi mengenai karya dan pengetahuan tentang karya (obyek) melalui kegiatan baca dan *audiovisual*.

^[46] H. Sutrisno, 2011 Tinjauan Prinsip Perancangan Museum, diambil dari e-jurnal.uajy.ac.id



3. Kegiatan Pengelola

Kegiatan yang bersifat pengelolaan, kegiatan administrasi, kegiatan ekonomi, dan kegiatan kerumah tanggaan.

4. Kegiatan yang bersifat Konservasi dan Preservasi

Kegiatan pengadaan koleksi, perawatan dan perencanaan koleksi, pendokumentasian obyek, perawatan dan perlindungan obyek.

5. Kegiatan Service

Kegiatan mekanikal elektrik, keamanan, service, dan pemeliharaan karya (objek).

2.4.5 Aktivitas pada Galeri

Galeri pada outlet kerajinan kulit Intako merupakan jenis galeri yang digunakan sebagai media pembelajaran kepada pengunjung outlet Intako. Galeri ini memberikan informasi mengenai jenis – jenis kulit yang digunakan pada produk yang dijual pada outlet Intako, kekurangan dan kelebihan jenis kulit, cara penyimpanan serta cara perawatan produk kulit. Aktivitas yang dapat dilakukan pada area galeri antara lain :

1. Pengunjung

- a. Pengunjung melihat objek untuk mendapatkan informasi mengenai jenis - jenis kulit.
- b. Pengunjung merasakan jenis kulit yang di display sehingga mengetahui perbedaan masing - masing jenis kulit.
- c. Pengunjung mendengarkan keterangan dari penjaga galeri mengenai jenis - jenis kulit pada galeri.
- d. Pengunjung membaca keterangan yang terdapat pada masing - masing jenis kulit.
- e. Pengunjung melihat proses pembuatan produk kulit melalui media video.

2. Pengelola

- a. Pengelola menjaga dan memelihara koleksi yang berada di galeri.
- b. Pengelola menjelaskan mengenai koleksi kepada pengunjung galeri.



2.4.6 Media Display pada Galeri

Metode penyajian koleksi pada galeri maupun museum dapat disesuaikan dengan motivasi masyarakat lingkungan atau pengunjung dari galeri. Metode yang digunakan untuk menyajikan karya antara lain^[47] :

1. Metode penyajian artistik merupakan metode yang digunakan untuk meningkatkan penghayatan terhadap nilai - nilai artistik dari warisan budaya maupun koleksi yang tersedia pada area museum.
2. Metode penyajian intelektual / edukatif merupakan metode penyajian yang bertujuan mengedukasi, sehingga benda yang dipamerkan diberikan penjelasan mengenai proses terjadinya, penggunaannya, fungsi dan semua informasi yang berhubungan dengan benda tersebut.
3. Metode penyajian romantik atau evokatif merupakan metode penyajian dengan memamerkan semua unsur lingkungan dimana benda tersebut berada.

Galeri pada outlet kerajinan kulit Intako menggunakan metode penyajian intelektual atau edukatif sehingga setiap jenis kulit yang di display pada area galeri diberikan informasi mengenai jenis kulit tersebut. Media yang digunakan untuk memberikan informasi mengenai kulit menggunakan media tulisan. Selain itu area galeri dijaga oleh petugas yang akan menjelaskan secara singkat. Media lain yang digunakan berupa video yang menampilkan proses pembuatan kerajinan kulit.

2.5 Kafe

2.5.1 Pengertian Kafe

Kafe merupakan salah satu jenis restoran yang biasanya menyajikan kopi dan makanan ringan. Kata ‘Café’ berasal dari bahasa Prancis yang memiliki arti *coffee*.^[48]

Kafe adalah tempat minum kopi yang pengunjungnya dihibur dengan musik; tempat minum yang pengunjungnya dapat memesan minuman, seperti kopi, teh, bir, dan kue-kue; kedai kopi.^[49]

^[47] H. Sutrisno, 2011 Tinjauan Prinsip Perancangan Museum, diambil dari e-jurnal.uajj.ac.id

^[48] *Café*, diambil dari <https://simple.wikipedia.org/wiki/Café>

^[49] Kafe, diambil dari <https://kbbi.web.id/kafe>



Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa kafe merupakan salah satu jenis restoran yang utamanya menyajikan minuman berupa kopi serta beberapa makanan ringan. Beberapa kafe memiliki fasilitas tambahan berupa *live music*.

2.5.2 Pembagian Ruang Kafe

Pembagian ruang pada kafe umumnya dibagi menjadi 3 area utama, yaitu^[50] :

1. Area Makan

Area makan merupakan satu tempat untuk menikmati hidangan yang di jual pada kafe. Pentaan area makan umumnya memperhatikan beberapa hal seperti sirkulasi pengunjung dan pelayan kafe, antropometri furnitur serta layout furnitur kafe.

2. Bar

Tempat menikmati minuman berupa hot drink, coctail, dan jenis minuman yang dicampur oleh bartender seperti wiski, chivas, vodka, dan wine. Umumnya bar menggunakan furnitur bangku yang tinggi.

3. Dapur

Dapur merupakan suatu tempat atau ruangan yang memproduksi makanan dan memasak bahan – bahan makanan untuk keperluan tamu hotel serta karyawan hotel keseluruhannya. Pada dapur terdapat beberapa area yang berkaitan dengan peayanan pada kafe. Area tersebut antara lain :

a. Area Servis dan Area Menunggu

Area servis merupakan area transisi antara dapur dan ruang makan dimana para juru masak dan pelayan bekerjasama untuk memproses makanan pada area yang tidak terlihat oleh tamu.

b. Area Persiapan

Area ini merupakan area dimana bahan makanan diolah dan dikelompokkan sesuai jenisnya, sehingga memudahkan ketika proses produksi makanan. Pengolahan bahan makanan ini meliputi proses pemotongan, pencincangan, pengulitan bahan makanan.

^[50] A. Rachman Arif, 2005 : 111



c. Area Produksi Makanan

Area ini merupakan area pengolahan bahan makanan yang sudah di siapkan pada area persiapan menjadi makanan yang siap untuk dihidangkan.

d. Area Cuci

Area ini merupakan area yang digunakan untuk membersihkan segala macam peralatan makan. Area ini harus menggunakan bahan lantai yang tahan terhadap kelembaban, mudah dibersihkan dan tidak licin.

2.5.3 Aktivitas pada Kafe

Kafe pada outlet kerajinan kulit Intako merupakan salah satu fasilitas pendukung dari outlet. Fasilitas kafe ini memiliki tujuan sebagai salah satu rest area pada outlet. Kafe yang berada pada area outlet kerajinan kulit tidak memungkinkan untuk membawa makanan atau minuman keluar dari area kafe. Beberapa aktivitas yang dapat dilakukan pada area kafe antara lain :

1. Pengunjung

- a. Pengunjung datang dan mencari tempat duduk.
- b. Pengunjung memesan makanan dan membayar di kasir.
- c. Pengunjung yang telah mendapatkan pesanan menghabiskan makanan dan minuman pada area kafe.

2. Pegawai

- a. Pegawai mencatat pesanan dan menerima pembayaran dari pengunjung.
- b. Pegawai menyiapkan pesanan dari pengunjung.
- c. Pegawai mengantarkan pesanan pada meja pengunjung.

2.6 Studi Antrophometri

Studi antrophometri adalah studi yang berkaitan dengan pengukuran dimensi tubuh manusia.^[51] Studi antrophometri ini bertujuan untuk menyesuaikan sirkulasi dengan ukuran tubuh sehingga tidak menghambat pekerjaan. Studi antrophometri juga digunakan untuk menentukan ukuran furnitur sehingga pengguna merasa lebih nyaman.

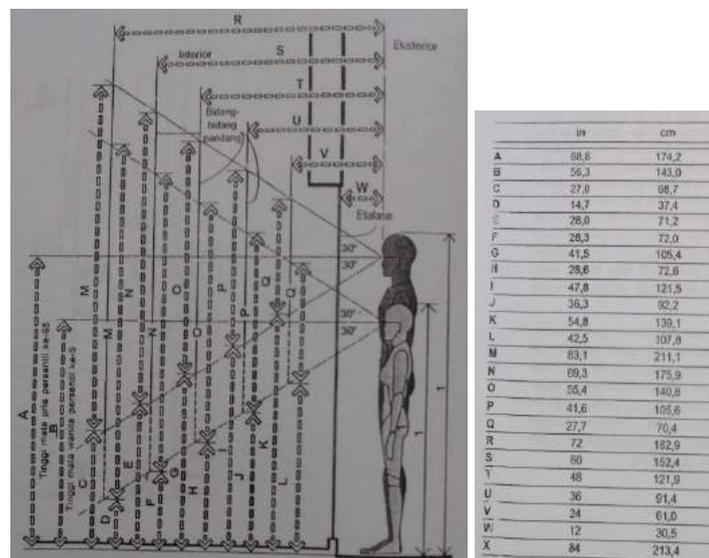


Beberapa hal yang dapat mempengaruhi dimensi antropometri manusia antara lain umur, jenis kelamin, rumpun dan suku bangsa, pekerjaan, dan sosial ekonomi. Untuk dapat memfasilitasi semua golongan penyandang disabilitas memiliki pengukuran studi antropometri yang berbeda dengan normal.

2.6.1 Antrophometri Toko

a. Rak display

Rak display merupakan furnitur yang digunakan untuk memajang produk yang dijual pada sebuah toko. Untuk menarik minat pembeli ketinggian rak display baiknya disesuaikan dengan jarak bidang pandang manusia. Berikut antrophometri mengenai jarak bidang pandang manusia terhadap rak display.

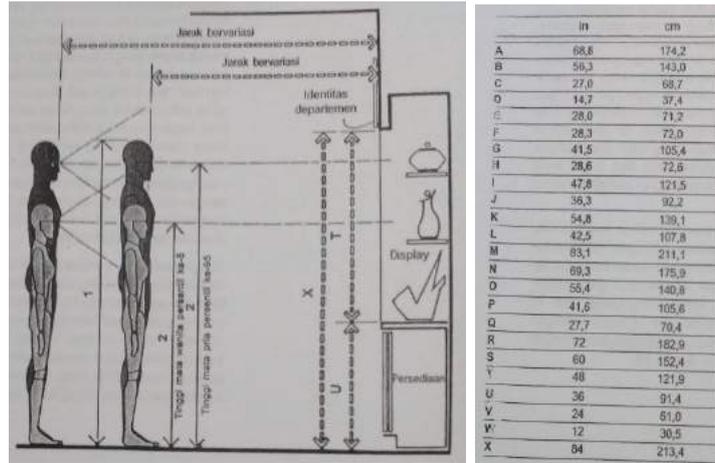


Gambar 2.52 Etalase atau bidang – bidang pandang optimal

Sumber : Dimensi manusia dan ruang interior

Berdasarkan gambar diatas maka dapat diketahui bahwa laki – laki dan perempuan memiliki bidang pandangnya yang sama yaitu 211,1 cm. Data tersebut digunakan untuk mengetahui jarak yang sesuai untuk *windows shopping* serta *display area* pada interior toko.

[51] Wignjosoebroto, 2008



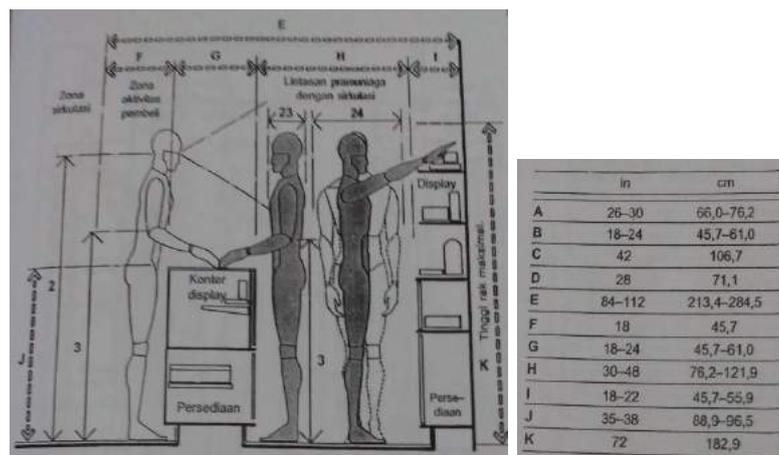
Gambar 2.53 Hubungan display visual

Sumber : Dimensi manusia dan ruang interior

Gambar diatas menggambarkan area penglihatan mata, dimana belum mencakup pergerakan kepala maupun kemampuan mata menyapu pandang. Namun dengan gambaran area penglihatan ini display benda serta informasi visual dapat ditangkap oleh mata manusia dengan baik. Penerapan pengukuran ini di khususkan pada peletakkan papan penanda.

b. Konter display

Konter display umumnya digunakan untuk mendisplay produk eksklusif. Konter display umumnya dijaga oleh pramuniaga karena pembeli tidak dapat menyentuh produk yang di display pada konter display. Berikut antropometri pada konter display.



Gambar 2.54 Area penjualan tipikal/pembeli pada posisi berdiri

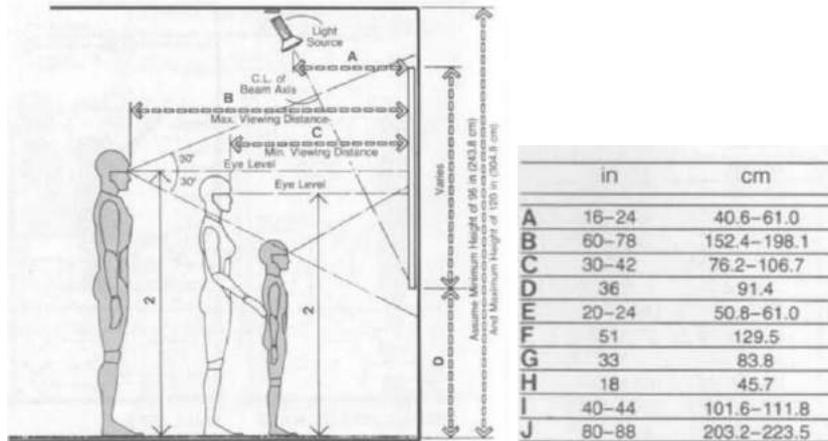
Sumber : Dimensi manusia dan ruang interior



Pada area konter display digunakan standar pengukuran studi antropometri dimana posisi pembeli dan pramuniaga adalah berdiri. Sehingga ketinggian konter berkisar antara 88,9 – 96,5 cm. Dengan jarak sirkulasi pramuniaga berkisar antara 76,2 – 121,9 cm.

2.6.2 Antrophometri Galeri

a. Display Ruang Pamer



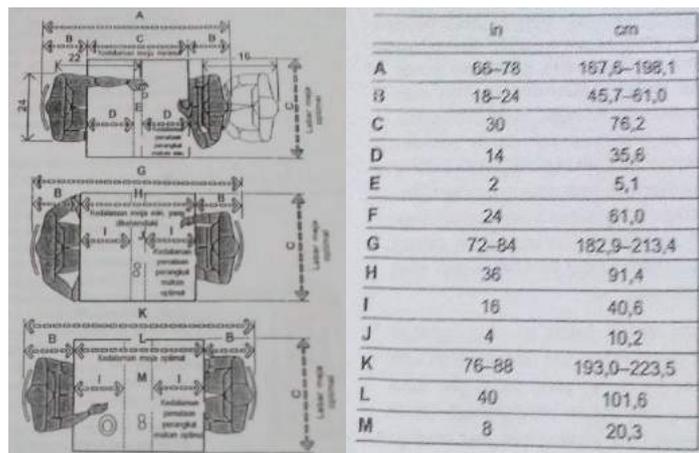
Gambar 2.55 Ergonomi dan antropometri ruang pameran

Sumber : Dimensi manusia dan ruang interior

Gambar display ruang pameran di atas digunakan sebagai acuan dalam ukuran peletakan karya pada area mini galeri.

2.6.3 Antrophometri Kafe

a. Ukuran meja

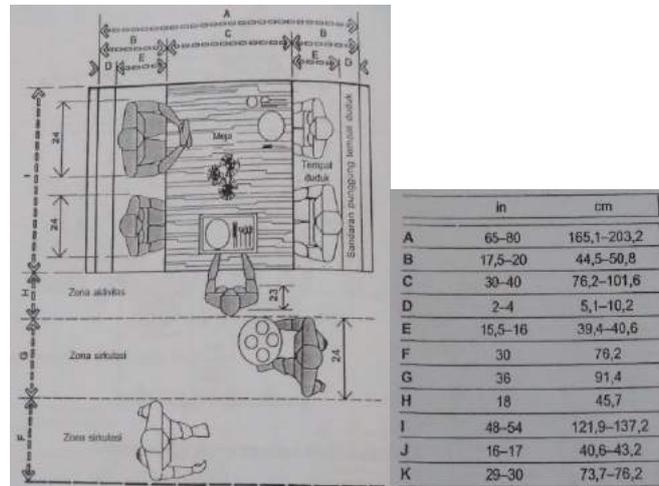


Gambar 2.56 Ukuran lebar meja optimal

Sumber : Dimensi manusia dan ruang interior



Lebar meja yang optimal pada gambar diatas dapat dilihat pada gambar kedua dan ketiga. Pada gambar kedua dan ketiga jarak yang disarankan pada kedalaman penataan peralatan meja adalah 40,6 cm untuk masing – masing individu. Ukuran lebar meja yang disarankan untuk kenyamanan pembeli adalah 91,4 – 101,6 cm.



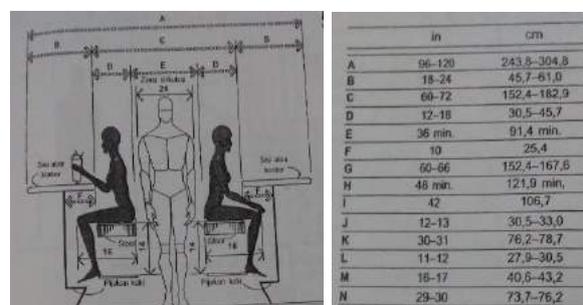
Gambar 2.57 Ukuran lebar meja optimal

Sumber : Dimensi manusia dan ruang interior

Data di atas merupakan tolok ukur yang digunakan dalam pemilihan ukuran meja yang difungsikan untuk 4 orang pengunjung. Data di atas digunakan pada area makan pada kafe.

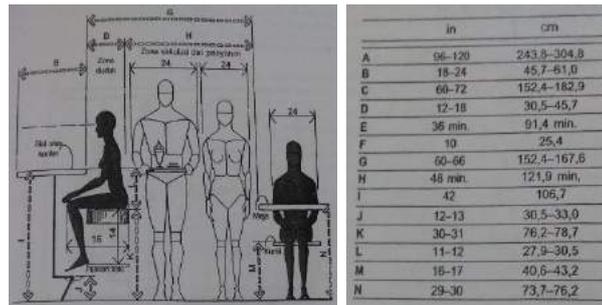
b. Jalur pelayanan

Jalur pelayanan merupakan salah satu hal penting yang harus diperhatikan pada perencanaan layout kafe. Ukuran jalur pelayanan dapat mempengaruhi kenyamanan pengunjung dalam kafe. Berikut merupakan acuan yang digunakan pada ukuran jalur pelayanan pada kafe.



Gambar 2.58 Ukuran jarak antar kursi

Sumber : Dimensi manusia dan ruang interior



Gambar 2.59 Ukuran jarak antar meja

Sumber : Dimensi manusia dan ruang interior

Data antropometri di atas digunakan sebagai acuan jarak antar kursi dan juga antar meja. Jarak ini mempengaruhi sirkulasi pengunjung dan juga jalur pelayanan.

2.7 Studi Pencahayaan

Pencahayaan merupakan elemen penting pada outlet. Pencahayaan dapat menjadikan pengunjung penasaran dengan produk yang dijual pada suatu outlet. Beberapa cara yang dapat mengoptimalkan pencahayaan pada outlet antara lain ^[52]:

1. Menunjukkan warna asli produk. Untuk dapat menjadikan produk yang di display lebih *eye-catching* dapat dilakukan dengan menambahkan pencahayaan dengan menggunakan lampu LED. Lampu LED dapat memberikan tingkat ketepatan warna dan pencahayaan yang tinggi.
2. Memperhatikan pemilihan lampu. Untuk menjadikan tampilan outlet lebih menarik, sebaiknya menggunakan lebih dari 1 jenis lampu. Outlet yang menjual pakaian hangat maupun produk berbahan kulit dapat menggunakan lampu dengan warna 2700K - 3000K, pakaian berwarna hitam seperti jas memerlukan warna yang lebih dingin sekitar 4000K, aksesoris dan perhiasan memerlukan lampu cerah sekitar 4500K - 6500K.

^[52] Pencahayaan yang Harus Dimiliki Toko Baju, diambil dari <https://leddo.id/pencahayaan-yang-harus-dimiliki-toko-baju/>



3. Menggunakan lampu sorot. Lampu sorot digunakan untuk menyinari bagian tertentu pada outlet dengan jenis pencahayaan *accent lighting*. Lampu sorot memungkinkan cahaya terpusat pada suatu benda. Penggunaan lampu LED yang bersifat fleksibel dengan tambahan track dapat digunakan untuk memudahkan apabila terjadi perubahan konsep pencahayaan.
4. Mengatur tata letak pencahayaan. Secara umum jenis pencahayaan antara lain pencahayaan langsung (*direct lighting / ambient lighting*), *accent lighting* dan *decorative lighting*. Ketiga jenis pencahayaan tersebut memiliki fungsi yang berbeda, sehingga dibutuhkan kombinasi dengan porsi yang tepat.

Tingkat pencahayaan minimum dan renderasi warna yang direkomendasikan pada pertokoan / ruang pameran adalah sebagai berikut ^[53]:

Tabel 2.7.1 Tingkat pencahayaan minimum dan renderasi

Fungsi ruangan	Tingkat Pencahayaan (lux)	Kelompok renderasi warna	Keterangan
Pertokoan/Ruang pameran			
Ruang pameran dengan obyek berukuran besar (misalnya mobil).	500	1	Tingkat pencahayaan ini harus dipenuhi pada lantai. Untuk beberapa produk tingkat pencahayaan pada bidang vertikal juga penting
Toko kue dan makanan.	250	1	
Toko buku dan alat tulis/gambar.	300	1	
Toko perhiasan, arloji.	500	1	
Toko Barang kulit dan sepatu.	500	1	
Toko pakaian.	500	1	
Pasar Swalayan.	500	1 atau 2	Pencahayaan pada bidang vertikal pada rak barang.
Toko alat listrik (TV, Radio/tape, mesin cuci, dan lain-lain).	250	1 atau 2	

^[53] SNI 03-6575-2001 diambil dari elfajr.blog.uns.ac.id/files/2010/04/desain_pencahayaan_buatan.pdf



Tabel 2.7.2 Renderasi warna

Kelompok Renderasi Warna	Rentan Indeks Renderasi Warna (Ra)	Tampak warna
1	Ra > 85	Dingin
		Sedang
		Hangat
2	70 < Ra < 85	Dingin
		Sedang
		Hangat
3	40 < Ra < 70	
4	Ra < 40	

Tabel 2.7.3 Contoh harga Ra dan temperatur warna lampu

Lampu	Temperatur Warna (K)	Ra
Fluoresen standar		
White	4200	60
Cool daylight	6200	70
Fluoresen super		
Warm white	3500	85
Cool white.	4000	85
Cool daylight.	6500	85
Merkuri tekanan tinggi.	4100	50
Natrium tekanan tinggi	1950	25
Halida Metal	4300	65

2.8 Studi Eksisting

2.8.1 Profil Perusahaan

Intako merupakan koperasi yang menaungi UKM kerajinan kulit di wilayah Tanggulangin - Sidoarjo. Intako berdiri pada tanggal 7 April 1976 di kawasan pusat industri tas dan koper desa Kedensari. Koperasi merupakan organisasi ekonomi yang dimiliki dan dioperasikan demi kepentingan bersama. Koperasi melandaskan kegiatan berdasarkan prinsip gerakan ekonomi rakyat yang berdasarkan asas kekeluargaan.



Gambar 2.60 Logo koperasi Intako

Sumber : Google



Intako memiliki sebuah outlet yang berada di Jalan Utama Kedensari no. 27, Tanggulangin - Sidoarjo. Outlet ini menjual berbagai jenis kerajinan kulit yang di produksi oleh anggota koperasi Intako. Jenis kerajinan kulit yang dijual meliputi tas, koper, trolley, dompet, sabuk, topi, sepatu, sandal, serta jaket.

Tahun 1986 koperasi Intako mendapat penghargaan dari presiden berupa Upakarti atas peranan koperasi Intako dalam hal membantu industri kecil yang ada di daerah kerjanya. Pada tahun 1986 hingga tahun 1991 koperasi Intako memperoleh gelar sebagai koperasi terbaik tingkat nasional dalam kategori koperasi industri dan kerajinan. Serta beberapa penghargaan tingkat nasional lainnya.

Koperasi Intako memiliki visi sebagai berikut :

“Mewujudkan koperasi Intako sebagai perusahaan yang berwawasan internasional, profesional dan kompetitif serta menjadi kiblat perkoperasian Indonesia.”

Koperasi Intako memiliki misi sebagai berikut :

1. Menggalang kerjasama untuk membantu kepentingan ekonomi anggota dalam rangka pemenuhan kebutuhan bahan baku.
2. Mengusahakan bahan dan memasarkan barang jadi secara bersama.
3. Mengeksplorasi potensi skill pengrajin untuk membangun perekonomian koperasi yang mandiri.
4. Memproduksi barang - barang yang berkualitas dan berstandar internasional dengan di dukung sumber daya manusia yang profesional.
5. Meningkatkan omset penjualan dan protabilitas yang berorientasi pasar.
6. Memproduksi tas, koper dan barang jadi lainnya secara profesional yang berakar dari nilai tradisi.
7. Berperan aktif dalam memberantas kemiskinan dan pengangguran untuk meningkatkan kesejahteraan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya.



Berikut merupakan profil perusahaan dari koperasi Intako.^[52]

- Bentuk Badan Hukum : Koperasi
- Nama Perusahaan : INTAKO
- Badan Hukum Nomor : 3991/BH/II/77
- Alamat : Jl. Utama Kedensari no.27.
Tanggulangin Sidoarjo – 61272
Jawa Timur – Indonesia
- Telepon : 031 – 8851887
- Fax mail : 031 – 8851888
- Bidang Usaha :
 - Produksi dan penjualan tas dan koper dari bahan kulit alami dan bahan kulit sintetis.
 - Pengadaan bahan baku tas dan koper.
 - Pusat jasa bordir.
 - Pusat pendidikan dan pelatihan.
 - Pusat kunjungan karya wisata, studi banding, praktek kerja lapangan (PKL), Kuliah Kerja Nyata (KKN).
- Jml anggota (th. 1976) : 27 orang pengerajin
- Jml anggota (th. 2013) : 308 orang pengerajin
- Modal awal : Rp135.000,00

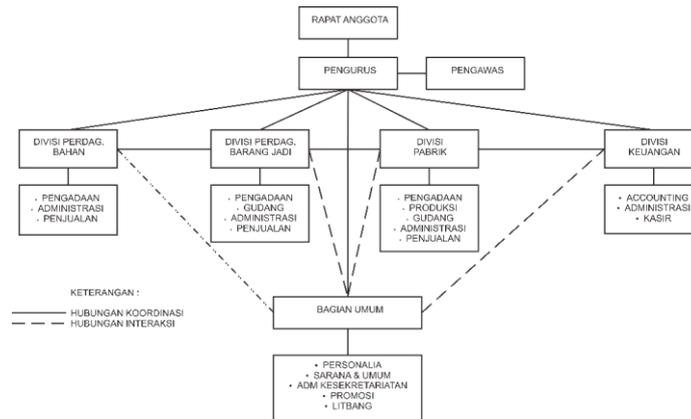
Aspek legalitas koperasi Intako terdaftar sebagai berikut :

- Surat Keputusan Kepala Kantor Wilayah Direktorat Jendral Koperasi Propinsi Jawa Timur tentang pengesahan koperasi sebagai Badan Hukum dengan nomor 3991/BH/II/77 tanggal 23 Desember 1977.
- Surat Ijin Usaha Perdagangan (SIUP) dengan nomor 336/1317/PB/VII/89
- Tanda Daftar Perusahaan (TDP) nomor 3.17.2.32.00003
- TDI (Tanda Daftar Industri)

^[54] Company profile koperasi Intako



2.8.2 Struktur Organisasi

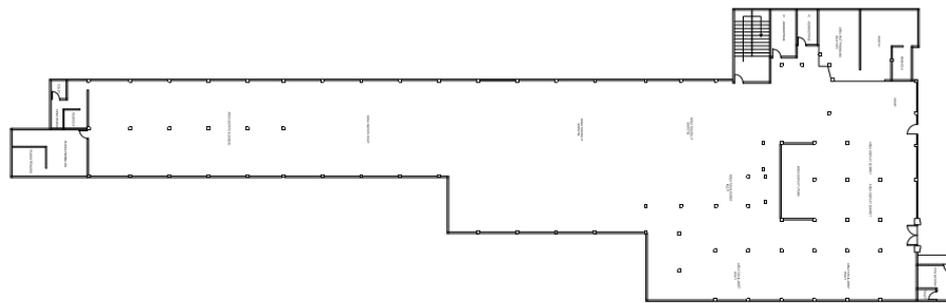


Bagan 2.1 Struktur organisasi koperasi Intako

Sumber : Profil perusahaan koperasi Intako

2.8.3 Analisa Denah / Layout Ruang

a. Denah Eksisting



Gambar 2.61 Eksisting lantai satu outlet koperasi Intako

Sumber : Frizca Ayu Agutin (2017)

Eksisting dari outlet koperasi Intako memiliki luasan lebih dari 1000 m² yang terdiri 3 lantai. Pada lantai pertama terdapat outlet dan beberapa fasilitas pendukung seperti kafe, musholla, toilet dan beberapa ruang kantor yang berhubungan langsung dengan publik.

Lantai dua bangunan ini digunakan sebagai kantor pengurus koperasi intako, ruang seminar serta ruang yang akan digunakan menjadi museum. Lantai tiga digunakan sebagai ruang penyimpanan produk. Dari keseluruhan eksisting, area yang didesain adalah keseluruhan lantai satu.

Eksisting outlet Intako adalah memiliki area outlet yang luas sehingga kuantitas produk yang di display lebih banyak. Area parkir outlet Intako terdapat pada bagian depan outlet dan dapat menampung sekitar 8 buah mobil. Eksisting outlet Intako ini telah melakukan beberapa kali peluasan



bangunan dengan cara menggabungkan beberapa bangunan. Sehingga pada outlet terdapat beberapa kolom yang merupakan bekas bangunan lamanya.

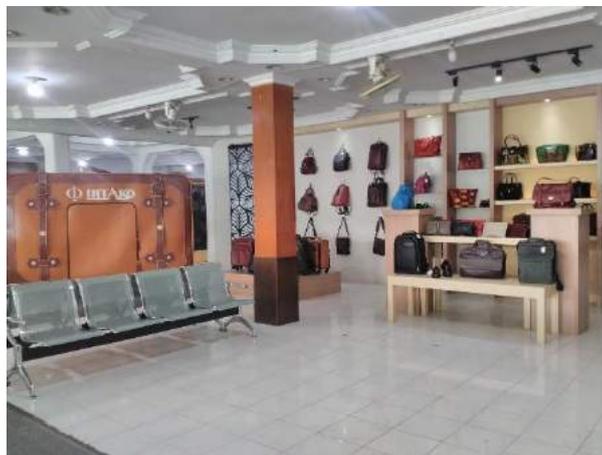
b. Analisa Fungsi Ruang



Gambar 2.62 Fasad outlet koperasi Intako

Sumber : Frizca Ayu Agutin (2017)

Fasad dari outlet koperasi Intako memiliki lebar 29 m. Pada bagian depan terdapat banyak area *window shopping* sehingga interior toko dapat dilihat dengan jelas. Terdapat logo dari koperasi Intako dengan ukuran yang besar sehingga mudah dibaca oleh pengunjung. Area parkir yang disediakan dapat menampung sekitar 8 buah mobil.



Gambar 2.63 Area display top collection

Sumber : Frizca Ayu Agutin (2017)

Area display *top collection* merupakan area yang digunakan untuk mendisplay produk *top collection* yang dijual di Intako. Terdapat sebuah tas koper dengan ukuran yang sangat besar serta pernah memecahkan rekor muri dan saat ini digunakan menjadi icon Intako. Banyak pembeli yang tertarik untuk berfoto dengan koper tersebut.



Gambar 2.64 Area display produk kulit

Sumber : Frizca Ayu Agutin (2017)

Area display produk kulit merupakan area yang digunakan untuk mendisplay produk kulit asli di Intako. Mulai dari tas wanita, koper hingga jaket. Area ini sengaja dipisah dengan area lain karena merupakan produk kulit asli dan harganya cukup mahal, sehingga memiliki sistem keamanan yang berbeda.



Gambar 2.65 Area display dompet

Sumber : Frizca Ayu Agutin (2017)

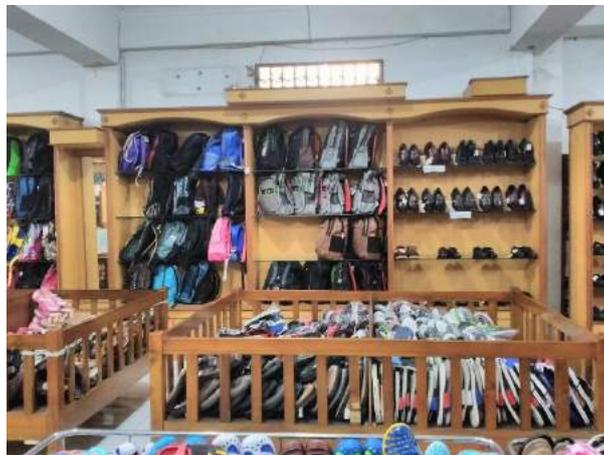
Area ini merupakan area yang digunakan untuk mendisplay dompet di Intako. Bahan yang digunakan untuk membuat dompet cukup beragam, beberapa etalase berisi dompet kulit asli, beberapa menggunakan bahan kulit imitasi dan beberapa menggunakan bahan kain. Area display dompet ini diletakkan pada area setelah pintu masuk untuk mempermudah pengawasan.



Gambar 2.66 Area display aksesoris

Sumber : Frizca Ayu Agutin (2017)

Area ini merupakan area yang digunakan untuk mendisplay beberapa aksesoris yang dijual di Intako. Aksesoris yang dijual menggunakan bahan utama kulit. Beberapa jenis aksesoris yang dijual antara lain ikat pinggang, tas pinggang serta topi. Beberapa jenis aksesoris di display pada meja display, sedangkan yang lain seperti tas pinggang dan ikat pinggang di display dengan cara di gantung.



Gambar 2.67 Area display produk non kulit

Sumber : Frizca Ayu Agutin (2017)

Intako juga menjual produk non kulit, seperti tas ransel dan sandal. Tas yang di display memiliki bentuk dan ukuran yang beragam dengan harga yang terjangkau. Untuk memperoleh *space* yang cukup tas di display dengan cara menyamping sedangkan sandal didisplay pada keranjang besar. Semua produk non kulit tersebut di kelompokkan pada satu area.



Gambar 2.68 Area display produk sepatu kulit

Sumber : Frizca Ayu Agutin (2017)

Produk sepatu yang menggunakan kulit di display pada rak khusus dan dikelompokkan pada area tertentu. Produk sepatu kulit yang didisplay memiliki desain yang hampir sama dengan ukuran yang berbeda – beda. Pada bagian belakang rak display terdapat ruang penyimpanan kecil yang digunakan untuk menyimpan box sepatu.



Gambar 2.69 Area kasir dan area kantin

Sumber : Frizca Ayu Agutin (2017)

Area kasir berada di samping area kantin dan berada di dekat pintu keluar. Terdapat 2 kassa pada area kasir. Area kasir dilengkapi dengan meja untuk melakukan transaksi. Area kantin terdapat beberapa kursi serta meja makan, kitchen set, wastafel serta lemari es dengan beberapa macam minuman siap saji. Kantin ini dapat menampung 10 orang. Kantin memiliki pintu yang langsung terhubung dengan area fasad outlet serta area musholla.



Gambar 2.70 Kantor pembelian

Sumber : Frizca Ayu Agutin (2017)

Barang yang dijual pada lemari display yang ada di Intako merupakan produk dari pengerajin di sekitar Tanggulangin yang menjadi anggota koperasi. Pengerajin menjual produknya pada bagian kantor pembelian sebelum produk tersebut di display pada lemari display. Kantor pembelian juga bertugas untuk mensortir produk yang dijual pada outlet.



Gambar 2.71 Toilet, tempat wudhu dan musholla

Sumber : Frizca Ayu Agutin (2017)

Toilet, tempat wudhu dan musholla di Intako terletak pada bagian belakang outlet. Musholla pada outlet dapat menampung hingga 5 orang. Pada musholla juga disediakan alat sholat. Musholla juga dilengkapi dengan tempat wudhu. Toilet pada outlet menggunakan closet jongkok.

2.8.4 Analisa Target Pasar

Targeting merupakan suatu strategi dalam mengalokasikan sumber daya perusahaan secara efektif. Strategi ini perlu dilakukan untuk mempermudah proses penyesuaian sumber daya-sumber daya yang dimiliki (Fitting) ke dalam segmen-segmen pasar yang telah dipilih.^[55]

^[55] Kartajaya (2006:16)



Terdapat tiga faktor utama yang harus dipertimbangkan dalam menyusun strategi targeting, yaitu^[56] :

1. Ukuran dan potensi pertumbuhan dari setiap segmen.
2. Tingkat profitabilitas yang ada pada setiap segmen.
3. Apakah tujuan perusahaan dapat tercapai dengan menarget segmen tertentu dan apakah sumber daya yang dimiliki perusahaan mampu melayani segmen tersebut.

Pembagian lapisan masyarakat pada masyarakat Amerika Serikat dibagi menjadi 6 kelas, yaitu^[57] :

1. Kelas sosial atas lapisan atas (Upper-upper class)
2. Kelas sosial atas lapisan bawah (Lower-upper class)
3. Kelas sosial menengah lapisan atas (Upper-middle class)
4. Kelas sosial menengah lapisan bawah (Lower-middle class)
5. Kelas sosial bawah lapisan atas (Upper lower class)
6. Kelas sosial lapisan sosial bawah-lapisan bawah (Lower-lower class)

Pembagian kelas menengah di Indonesia sering menggunakan definisi dari Asia Development Bank (ADB), yang dianggap cocok diterapkan pada negara di Asia. ADB menggolongkan kelas ekonomi masyarakat berdasarkan pengeluaran perkapita perhari. Kelas menengah dibagi menjadi 3 kelompok yaitu^[58] :

1. *lower middle class*: pengeluaran \$2-\$4
2. *middle middle class*: pengeluaran \$4-\$10
3. *upper middle class*: pengeluaran \$11-\$20

Dengan pembagian tersebut dapat diketahui bahwa masyarakat dengan pengeluaran perhari < \$2 merupakan kelompok masyarakat lapisan bawah (miskin), sedangkan masyarakat dengan pengeluaran perhari >\$20 merupakan kelompok masyarakat lapisan atas (kaya).

^[56] Wilson dan Gilligan(2005:347)

^[57] kelas sosial dalam masyarakat diambil dari <https://suparman11.wordpress.com/2013/11/17/kelas-sosial-dalam-masyarakat/>

^[58] Definisi Kelas Menengah dari <https://www.catatankeluargamuda.com/kelas-menengah-indonesia/>



Nilai dollar yang dipakai adalah dollar yang dikonversi dengan mempertimbangkan keseimbangan kemampuan berbelanja (purchasing power parity/PPP). Dengan memakai dollar PPP, kelas miskin di Indonesia adalah golongan masyarakat yang membelanjakan uang sekitar Rp12.500 ke bawah per hari atau sekitar Rp375.000 per bulan.^[59]

Lower middle class dalam 1 hari membelanjakan uang sebesar Rp25.000 – Rp50000 perhari atau sekitar Rp750.000 – Rp1.500.000 perbulan. Sedangkan *midle middle class* membelanjakan uang sebesar Rp1.500.000 – Rp3.750.000 per bulan.

Harga produk yang dijual pada outlet Intako beragam tergantung jenis kulit yang digunakan. Produk yang menggunakan kulit sintetis dihargai diatas Rp 100.000. Sedangkan produk kulit asli dihargai diatas Rp. 1.000.000. Sehingga target pasar yang sesuai untuk outlet Intako adalah golongan masyarakat *lower middle* hingga golongan atas atau upper.

2.9 Studi Pemodelan

2.9.1 Gucci flagship store, London



Gambar 2.72 Interior dan fasad gucci-London

Sumber : <http://retaildesignblog.net/2011/11/17/gucci-flagship-store-london>

^[59] Siapa Kelas Menengah Indonesia? dari <https://nasional.kompas.com/read/2012/06/08/13003111/Siapa.Kelas.Menengah.Indonesia>



Gucci adalah salah satu merek fashion tersohor di dunia. Gucci dibuat oleh Guccio Gucci di Florence, Italia, pada 1921. Gucci dipandang sebagai salah satu merek fashion terkenal, sukses dan mudah dijumpai di dunia. Kini Gucci dimiliki oleh perusahaan asal Prancis, Pinault Printemps – Redoute.^[60]

Salah satu outlet Gucci yang berlokasi London menggambarkan kemewahan dari brand Gucci pada interior outlet. Fasad outlet ini sangat khas dengan bentuk bangunan – bangunan tua di Inggris. Memadukan warna putih gading dan abu – abu dengan material logam memberikan kesan klasik dan mewah.

Furnitur yang digunakan pada interior outlet memiliki bentuk simetris menggunakan material logam dan kaca. Material logam yang digunakan sebagai furnitur dilapisi dengan cat emas. Furnitur pada outlet ditata memanjang ke belakang menciptakan satu jalur sirkulasi, sehingga pengunjung akan tertarik untuk melihat produk hingga pada area belakang outlet.



Gambar 2.73 Interior gucci-London

Sumber : <http://retaildesignblog.net/2011/11/17/gucci-flagship-store-london>

^[60] Profil Gucci diambil dari <https://profil.merdeka.com/mancanegara/g/gucci>



Sistem pencahayaan yang diterapkan pada outlet toko menggunakan *general lighting* berupa spot light yang disorot ke arah display dan area sirkulasi. Pada masing – masing rak dilengkapi dengan *hidden lamp* sehingga produk yang di display lebih menarik.

Pola lantai yang diterapkan pada area diantara rak difungsikan sebagai pembatas area duduk dan sirkulasi pengunjung. Pada beberapa sisi dinding diberikan kaca dengan tinggi hingga menyentuh plafon memberikan kesan luas pada ruangan.

2.9.2 Chemins d’Or – Les Galeries D’Anjou, Canada



Gambar 2.74 Fasad Chemins d’Or – Les Galeries D’Anjou

Sumber : <http://retaildesignblog.net/2013/10/25/chemins-dor-les-galleries-danjou-by-idx-design-com-montreal-canada>

Chemins d'Or memiliki arti jalan emas, sehingga interior toko di desain berdasarkan makna dari nama toko. Chemins d'Or merupakan toko yang menjual beberapa brand terkenal seperti Gucci, Tag Heuer, Tacori dan sebagainya. Desain fasad menggunakan material kaca sehingga interior toko terlihat jelas. Fasad toko berkesan modern karena bentuknya yang simpel. Chemins d'Or mampu menghadirkan kesan mewah pada toko karena pada beberapa sisi toko diberikan finishing dengan warna emas.



Gambar 2.75 Interior Chemins d'Or – Les Galeries D'Anjou

Sumber : <http://retaildesignblog.net/2013/10/25/chemins-dor-les-galeries-danjou-by-idx-design-com-montreal-canada>

Interior toko Chemins d'Or menggunakan plafon sebagai penunjuk alur sirkulasi pengunjung toko. Seperti arti nama toko yang memiliki arti jalan emas maka plafon pada area toko diberikan aksesoris berwarna emas dengan bentuk memanjang seperti jalan. Furnitur yang digunakan pada toko ini juga memiliki bentuk yang simetris dan menggunakan warna yang tidak terlalu mencolok sehingga pengunjung akan lebih fokus pada produk yang dijual pada toko.

Dinding belakang toko dibuat mencolok dengan warna emas dan coklat tua sehingga menarik pengunjung untuk melihat produk yang di display pada area dalam. *General lighting* yang digunakan pada area toko adalah *down light*. Namun pada setiap rak display maupun counter terdapat hidden lamp sehingga produk yang di display tampak lebih menarik.



(Halaman ini sengaja dikosongkan)



BAB III

METODE DESAIN

3.1 Metode Penelitian

Metode berasal dari kata "*methodos*" yang terdiri dari kata "*metha*" yaitu melewati, menempuh atau melalui dan kata "*hodos*" yang berarti cara atau jalan. Metode artinya cara atau jalan yang akan dilalui atau ditempuh. Sedangkan menurut istilah metode ialah cara atau jalan yang harus ditempuh untuk mencapai sebuah tujuan.^[61] Kata penelitian berasal dari kata "*research*" yang diterjemahkan dari bahasa Inggris. Kata *research* terdiri dari kata 're' yang berarti mengulang dan 'search' yang memiliki arti pencarian, pengejaran, penelusuran dan penyelidikan.

Metode penelitian ini mengkaji mengenai penelitian terhadap outlet yang dikelola oleh Koperasi Intako yang berlokasi di Tanggulangin. Tujuan metode penelitian ini adalah untuk memperoleh data yang valid terkait kelebihan dan kekurangan outlet koperasi Intako. Data tersebut digunakan sebagai bahan pertimbangan konsep desain yang digunakan untuk menyelesaikan masalah pada outlet koperasi Intako. Serta meningkatkan keunggulan dari outlet koperasi Intako.

Metode yang digunakan dalam riset ini adalah metode penelitian kualitatif. Tujuan metode ini adalah mengungkap fakta, keadaan, fenomena, variabel dan keadaan yang terjadi saat penelitian berjalan dan menyuguhkan apa adanya. Penelitian kualitatif bersifat deskriptif, cenderung menggunakan analisis dengan pendekatan induktif, proses dan makna (perspektif subjek) lebih ditonjolkan.^[62]

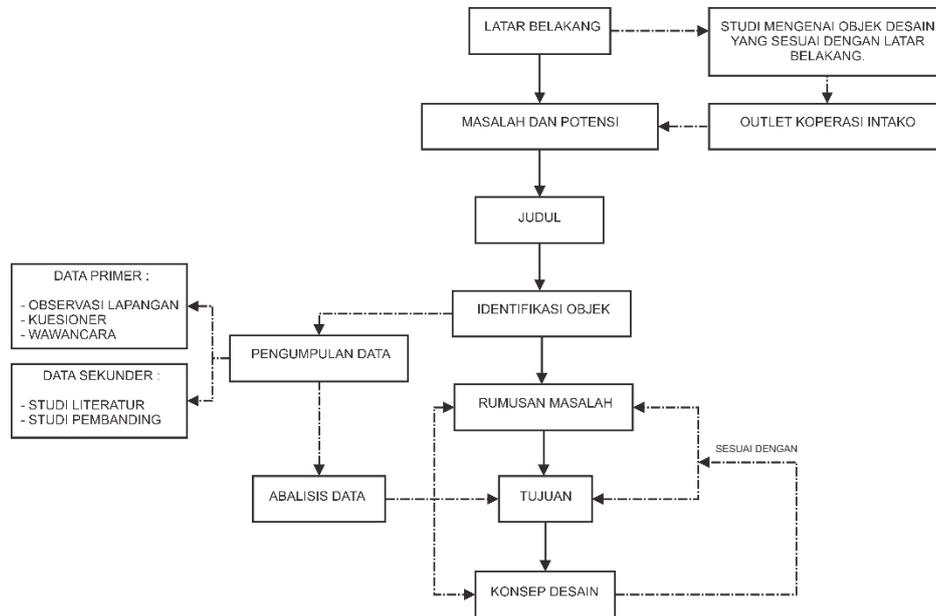
^[61] Pengertian metode diambil dari

https://academia.edu/12742996/Pengertian_Metode_Dan_Metodologi_Menurut_Para_Ahli

^[62] Sedarmayanti & Hidayat, 2011



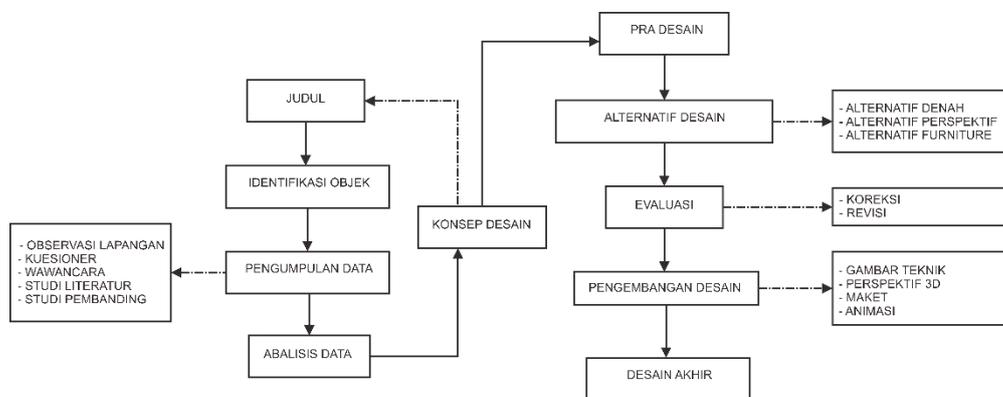
Berikut merupakan bagan metode penelitian pada desain interior outlet koperasi Intako dengan tujuan akhir berupa konsep perancangan :



Bagan 3.1 Bagan metode penelitian

Sumber : Frizca Ayu Agustin (2018)

3.2 Proses Desain



Bagan 3.2 Bagan proses desain

Sumber : Frizca Ayu Agustin (2018)

Bagan diatas merupakan bagan proses desain mulai dari tahap penentuan objek desain serta penentuan judul, menganalisa data yang telah dikumpulkan hingga menjadi konsep desain, proses selanjutnya adalah pembuatan beberapa alternatif desain hingga menemukan hasil desain akhir yang paling sesuai dan terbaik.



3.3 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data pada desain interior outlet Intako dibagi menjadi 2 jenis data, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang didapat secara langsung di lapangan (pihak yang bersangkutan). Data ini dibutuhkan untuk mengetahui keadaan lingkungan objek desain. Data sekunder adalah data yang didapatkan dari pihak yang tidak berkaitan langsung dan didapatkan dengan jalan menghimpun data yang ada dan menjadi sumber perolehan data yang akan dianalisis.

Dalam metode pengumpulan data mengenai outlet koperasi Intako dilakukan melalui beberapa metode pengambilan data, yaitu :

3.3.1 Observasi Lapangan (langsung)

Observasi dilakukan pada outlet koperasi Intako. Observasi ini digunakan untuk memperoleh data dengan cara pengamatan secara langsung. Observasi ini digunakan untuk memperoleh data antara lain :

- a. layout outlet koperasi Intako
- b. Dokumentasi tempat berupa foto
- c. Kelebihan dan kekurangan outlet
- d. Kebutuhan ruang
- e. Fasilitas pendukung pada outlet
- f. Sistem sirkulasi outlet
- g. Store atmosphere pada outlet
- h. Aktifitas pengunjung
- i. Aktifitas pekerja outlet
- j. Sistem display

3.3.2 Wawancara

Wawancara ditujukan kepada orang yang sering berhubungan dengan koperasi Intako. Berikut beberapa narasumber dan daftar pertanyaan yang diajukan yaitu :

- Pengurus koperasi Intako
 1. Jenis tas apa saja yang dijual di outlet Intako?
 2. Apakah produk yang dijual di outlet Intako hanya dari satu brand?



3. Berapa jumlah produk yang di ambil outlet Intako dari para pengerajin?
 4. Produk apa yang sangat diminati oleh pengunjung di outlet Intako?
 5. Apa saja fungsi dari bangunan yang saat ini digunakan sebagai outlet Intako?
 6. Berdasarkan artikel yang pernah saya baca, Intako pernah membuat program ‘one product, one person’ apakah program tersebut masih berjalan?
 7. Bagaimana penjualan produk di Intako beberapa bulan terakhir?
 8. Apakah pengunjung Intako tertarik dan sering berfoto dengan tas koper besar yang di display pada area bagian depan toko?
- Pengerajin Kerajinan Tas
 1. Apakah bapak menjual semua produk bapak kepada koperasi Intako?
 2. Dari mana bapak mendapat bahan kulit untuk memproduksi tas kulit?
 3. Bagaimana cara/proses pembuatan tas kulit?
 4. Apa yang bapak lakukan dengan limbah sisa dari pembuatan tas kulit?
 5. Kemana saja bapak menjual produk tas kulit bapak?
 - Pekerja yang bekerja di outlet koperasi Intako
 1. Produk apa yang sangat diminati oleh pengunjung Intako?
 2. Bagaimana penjualan produk di Intako beberapa bulan terakhir?
 3. Menurut anda apa yang harus diperbaiki dari interior outlet Intako?
 4. Bagaimana urutan pembelian barang dari pengerajin hingga ke tangan konsumen?
 5. Berapa jumlah stok barang yang tersedia di tempat penyimpanan Intako?
 6. Bagaimana cara menjaga agar produk tidak rusak selama masa penyimpanan?

3.3.3 Survei

Survei yang dilakukan untuk memperoleh data mengenai minat responden terhadap produk kulit, karakteristik dari produk kulit,



ketertarikan responden terhadap interior toko serta beberapa data umum mengenai outlet koperasi Intako. Data ini diperoleh dengan menyebarkan kuesioner online kepada masyarakat umum. Jenis pertanyaan yang digunakan adalah jenis pertanyaan pilihan ganda, hal ini bertujuan untuk membuat responden menunjukkan prioritas jawaban serta mempermudah pengambilan data.

Jenis pertanyaan yang diberikan kepada responden meliputi :

1. Data jenis kelamin responden
2. Ketertarikan terhadap produk kulit
3. Kesan yang didapatkan responden dari pengguna produk kerajinan kulit.
4. Produk kulit yang diminati oleh responden.
5. Pendapat responden mengenai hubungan interior toko dengan harga produk.
6. Hal apa yang menarik responden sehingga masuk ke toko.
7. Hal apa yang menjadikan responden merasa nyaman saat berbelanja.
8. Hal apa yang menjadikan responden tidak tertarik berbelanja pada toko.
9. Display yang menarik bagi responden.
10. Pendapat responden terhadap Intako

3.3.4 Studi Literatur

Studi literatur merupakan data sekunder yang didapatkan dari pihak yang tidak berkaitan langsung dengan outlet koperasi Intako. Data ini didapatkan dengan jalan menghimpun data yang ada dan kemudian dianalisis. Pencarian data diperoleh dari Jurnal, buku peraturan, laporan penelitian, internet, koran dan majalah. Data dan informasi yang dicari adalah :

- a. Tinjauan tentang outlet
- b. Tinjauan tentang layout pada outlet
- c. Tinjauan tentang kerajinan kulit
- d. Tinjauan tentang langgam luxury
- e. Tinjauan tentang store atmosphere
- f. Tinjauan tentang galeri



- g. Tinjauan tentang kafe
- h. Tinjauan tentang studi antropometri

3.4 Analisis Data

Metode analisa data yang digunakan dalam perancangan desain interior outlet koperasi Intako menggunakan tahapan pendekatan analisis data sebagai berikut:

- a. Analisa Induktif : Menganalisa permasalahan yang ada pada outlet koperasi Intako dengan cara menarik kesimpulan dari fakta-fakta yang ditemukan, kemudian dikembangkan menjadi rumusan masalah dan tujuan penelitian.
- b. Analisa Deskriptif : Menganalisa obyek eksisting outlet koperasi Intako dengan menjelaskan kondisi lingkungan, fasilitas, sarana dan prasarana yang ada pada obyek.
- c. Analisa Komparatif : Menganalisa dengan cara membandingkan outlet koperasi Intako dengan outlet lain yang menjual produk sejenis dan menelaah perbedaan dari keduanya.

3.5 Tahapan Desain

Tahapan desain merupakan langkah yang ditempuh dalam proses perancangan desain outlet koperasi Intako hingga menghasilkan desain akhir.

Tahapan desain yang dilaksanakan antara lain :

3.5.1 Pengumpulan Data

- a. Studi Lapangan/Observasi

Proses pengumpulan data dengan cara melihat secara langsung serta melakukan observasi terhadap kebutuhan, aktifitas serta eksisting pada objek desain yaitu outlet koperasi Intako.

- b. Studi Pustaka

Studi yang dilakukan melalui buku referensi, jurnal, artikel ataupun media lainnya yang memiliki data yang valid. Sehingga dapat digunakan sebagai bahan analisa terhadap studi pengenalan masalah dan informasi yang berhubungan dengan objek desain.



c. Studi Komparatif

Membandingkan data riset lapangan dengan literatur yang telah diperoleh.

3.5.2 Identifikasi Masalah

Tahap ini meliputi pengumpulan data mengenai objek desain yang diperoleh dari studi lapangan/observasi yang telah dilakukan. Dalam identifikasi permasalahan dapat dilakukan analisa melalui observasi terhadap kondisi objek, sirkulasi, aktifitas, tata letak furnitur hingga fasilitas yang dapat menambah kenyamanan pengunjung.

3.5.3 Analisis Data

Setelah proses pengumpulan data, maka proses selanjutnya yaitu analisis data riset. Penilaian analisa dilakukan dengan memperhatikan beberapa macam analisa yang melatar belakangi objek meliputi :

a. Analisa Segmen

Analisa mengenai faktor konsumen yang berupa gaya hidup, pendidikan, strata sosial, umur dan karakteristik pengguna.

b. Analisa Aktivitas

Analisa mengenai kegiatan, kebutuhan sarana serta fasilitas pada objek. Analisa aktivitas dilakukan untuk menentukan sirkulasi, hubungan antar ruang, fungsi ruang dan kebutuhan ruang.

c. Analisa Pengguna

Analisa mengenai pengguna pada saat sedang berada dala, outlet, misalnya seperti pengunjung, karyawan outlet, pengurus koperasi, pelayan, pramuniaga dan penjaga kasir.

d. Analisa Penghawaan

Analisa mengenai penghawaan yang digunakan di dalam outlet dan pengaruhnya terhadap kenyamanan pengguna.

e. Analisa Pencahayaan

Analisa mengenai pencahayaan yang digunakan di dalam outlet, jenis pencahayaan berdasarkan fungsi serta pengaruhnya pada kenyamanan pengguna.



f. Analisa Sirkulasi

Analisa mengenai jalur sirkulasi pada outlet. Sirkulasi ini juga meliputi sirkulasi pengunjung, sirkulasi pekerja, serta sirkulasi aktifitas pengunjung seperti alur pembayaran dan sebagainya.

g. Analisa Ruang

Analisa mengenai pembagian ruang dalam outlet berdasarkan fungsi, pembagian zona publik, non-publik dan privat.

3.5.4 Tahap Kesimpulan

Pengambilan kesimpulan dilakukan dengan menyesuaikan keadaan eksisting, studi aktivitas, studi kebutuhan ruang, studi pengguna, studi antropometri dan syarat – syarat outlet. Pada tahap ini akan menghasilkan sebuah konsep desain.

3.5.5 Proses Desain

Proses desain merupakan proses pembentukan gagasan, solusi permasalahan atau konsep desain yang diaplikasikan hingga menjadi sebuah desain nyata. Pembentukan gagasan desain merupakan tahapan awal dalam proses desain. Tahap ini dipresentasikan melalui konsep makro dan mikro, sketsa dan gambar kerja. Gagasan desain yang diajukan dilengkapi dengan alternatif-alternatif desain. Selanjutnya dilakukan evaluasi untuk menentukan desain terpilih yang kemudian akan dikembangkan.

3.5.6 Desain Akhir

Desain akhir merupakan perwujudan dari konsep desain yang disusun berdasarkan kesimpulan dari analisa data. Desain akhir ini bertujuan untuk menjadi solusi dari permasalahan yang sedang dihadapi obyek eksisting.



BAB IV ANALISA DAN KONSEP DESAIN

4.1 Studi Pengguna

Berikut ini merupakan klasifikasi pengguna outlet koperasi Intako menurut aktivitasnya:

Tabel 4.1 Studi Pengguna Outlet Koperasi Intako

No.	Pengguna	Tugas	Kebutuhan Ruang
1.	Pengunjung	<ul style="list-style-type: none">• Melihat produk yang di display• Membeli produk• Mencoba produk yang di display• Melihat koleksi ataupun sejarah dari outlet Intako• Berfoto pada area photo booth• Menikmati makanan dan minuman ringan• Berkeliling area outlet	Seluruh area display pada outlet, kasir, toilet, kafe, mini galeri, area photo booth, kantor pemasaran, musholla.
2.	Pengerajin	<ul style="list-style-type: none">• Menjual produk hasil kerajinan• Memindahkan barang (loading)	Kantor pembelian.
3.	Petugas kasir	<ul style="list-style-type: none">• Melakukan transaksi jual beli• Mencatat semua transaksi• Melayani pembeli	Area kasir
4.	Pramuniaga	<ul style="list-style-type: none">• Melayani pembeli• Mengambilkan produk yang diinginkan pembeli• Membuat nota untuk ditukar setelah proses pembayaran di kasir• Memastikan display produk tertata dengan baik• Menyimpan barang	Semua area display pada outlet, ruang karyawan, gudang penyimpanan.



No.	Pengguna	Tugas	Kebutuhan Ruang
5.	Satpam	<ul style="list-style-type: none"> • Menjaga keamanan outlet • Menyimpan barang • 	Pos keamanan.
6.	Koki	<ul style="list-style-type: none"> • Memasak dan mengolah bahan makanan • Menyimpan bahan makanan • Menyajikan bahan makanan • Mencuci bahan makanan 	Dapur kafe
7.	Pelayan	<ul style="list-style-type: none"> • Menyiapkan minuman • Mengantarkan makanan • Menyimpan barang • Mencuci peralatan makan • Mencatat pesanan pelanggan 	Dapur kafe, area bar, area makan kafe
8.	Pegawai administrasi	<ul style="list-style-type: none"> • Mengurus surat menyurat perusahaan • Menerima tamu workshop dll • mengurus teknis ketatausahaan • mengurus pembukuan perusahaan 	Kantor administrasi, kantor pengurus koperasi, aula
9.	Pegawai pemasaran	<ul style="list-style-type: none"> • Mencatat pembelian dalam bentuk grosir • Menerima pelanggan • Melakukan transaksi jual beli • Mengecek jumlah dan kesediaan barang 	Kantor pemasaran, gudang penyimpanan.
10.	Pegawai kantor pembelian	<ul style="list-style-type: none"> • Mencatat jumlah produk yang dijual pengerajin • Melakukan pengecekan dan penyeleksian saat pembelian • Menyimpan produk 	Kantor pembelian, gudang penyimpanan.



Berdasarkan uraian tabel studi pengguna tersebut dapat diketahui bahwa beragamnya pengguna yang ada pada outlet koperasi Intako dikarenakan aktifitas dari masing – masing pekerjaan yang berbeda – beda. Karakteristik pengunjung pada outlet koperasi Intako beraneka ragam. Berdasarkan observasi yang dilakukan, berikut pengelompokan jenis pengunjung pada outlet koperasi Intako :

a. Pembeli dalam bentuk grosir

Pada pembeli yang membeli produk dalam jumlah grosir umumnya tidak dilayani oleh pramuniaga. Pembeli dalam bentuk grosir akan dilayani oleh pegawai administrasi. Pada umumnya pembeli yang membeli dalam bentuk grosir akan menjual produk yang di beli dari outlet koperasi Intako kepada pembeli lain. Sehingga akan mendapat harga yang berbeda dengan pembeli yang mengecer.

Pembeli jenis ini biasanya tidak datang dalam bentuk berkelompok, biasanya hanya terdiri dari satu atau dua orang dalam sekali melakukan transaksi.

b. Pembeli dalam bentuk pengecer

Pembeli dalam bentuk pengecer biasanya terdiri dari 2 orang atau lebih. Pembeli eceran ini umumnya berasal dari satu keluarga atau kelompok organisasi sehingga variasi umur dan jenis kelamin sangat beragam. Pembeli pengecer ini akan dilayani oleh pramuniaga dan sistem pembayaran akan melalui kasir.

Outlet koperasi Intako merupakan outlet yang menjual berbagai jenis tas dan aksesoris yang menggunakan material kulit asli maupun kulit imitasi. Produk yang di jual di peroleh dari pengerajin yang bergabung menjadi anggota dari koperasi Intako. Harga produk yang di jual rata – rata berkisar Rp150.000 hingga Rp3.000.000. Berdasarkan nilai jual yang cukup tinggi tersebut mencerminkan bahwa produk yang dijual di outlet koperasi Intako ditujukan untuk kalangan menengah hingga atas.



4.2 Studi Ruang

Tabel 4.2 Studi Ruang Dan Aktifitas Outlet Koperasi Intako

Ruang dan Aktivitas	Furnitur	Dimensi	Sirkulasi	Kebutuhan Ruang
1. Area kasir <ul style="list-style-type: none"> Melakukan transaksi jual beli Mencatat semua transaksi Melayani pembeli 	3 Meja kasir 3 Kursi kerja	200 X 50 X 80 60 X 60 X 80	1:4	17,34 m ²
2. Area tas kulit <ul style="list-style-type: none"> Melihat dan memilih koleksi tas kulit Mencoba tas kulit 	11 Lemari display 4 Rak display	360 X 40 X 210 640 X 40 X 210	1:2	110,84 m ²
3. Area jaket kulit <ul style="list-style-type: none"> Melihat dan memilih koleksi jaket kulit Mencoba jaket kulit 	2 Rak display	300 X 40 X 120	1:4	10,2 m ²
4. Area koper <ul style="list-style-type: none"> Melihat dan memilih koleksi jaket kulit 	3 Partisi	240 X 260 X 20	1:3	62,4 m ²
5. Area dompet <ul style="list-style-type: none"> Mengambilkan pesanan pengunjung Melihat dan memilih koleksi dompet 	8 Konter display 2 Kusi kerja	300 X 50 X 100 60 X 60 X 80	1:2	31,8 m ²
6. Area display aksesoris <ul style="list-style-type: none"> Mengambilkan pesanan pengunjung Melihat dan memilih koleksi aksesoris 	5 Konter display 2 Rak display 2 Kursi kerja	250 X 30 X 100 150 X 10 X 100 60 X 60 X 80	1:2	10,9 m ²
7. Area sepatu sintetis <ul style="list-style-type: none"> Melihat dan memilih koleksi sepatu Mencoba sepatu 	8 Rak display 12 Rak display 2 2 Tempat duduk	360 X 50 X 210 170 X 60 X 150 360 X 50 X 50	1:2	68,4 m ²
8. Area tas kulit <ul style="list-style-type: none"> Melihat dan memilih koleksi tas sintetis Mencoba tas sintetis 	6 Lemari display 6 Box sepatu 5 rak sepatu	360 X 50 X 310 240 X 120 X 60 200 X 80 X 60	1:2	90,2 m ²
9. Area display best seller <ul style="list-style-type: none"> Melihat dan memilih koleksi produk best seller Mencoba produk best seller 	3 Rak display 2 Area duduk	345 X 30 X 5 50 X 240 X 80	1:4	23,3 m ²



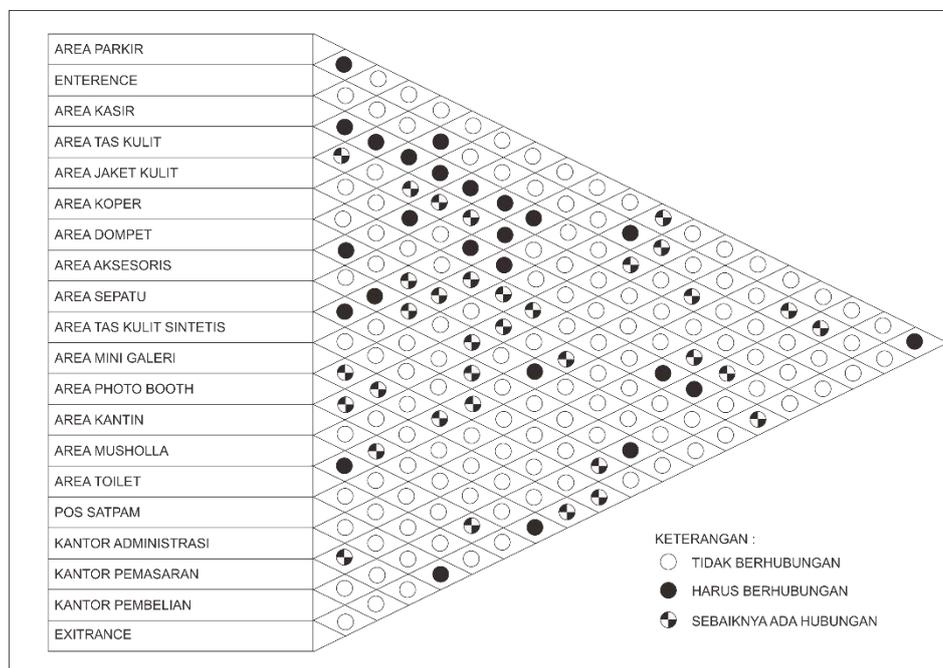
Ruang dan Aktivitas	Furnitur	Dimensi	Sirkulasi	Kebutuhan Ruang
10. Area photo booth • Berfoto	Koper Intako	247x92x175	1:4	9,65 m ²
11. Area kantin • Makan dan minum • Duduk • Mencuci tangan • Membuat makanan • Membayar makanan	1 Meja 6 Kursi 1 Lemari es 1 Kitchen set 1 Wastafel 1 Meja pemesanan	200 X 80 X 60 60 X 60 X 80 91 X 73 X 150 350 X 60 X 210 60 X 60 X 100 350 X 50 X 100	1:2	21,5 m ²
12. Musholla • Beribadah • Wudhu	1 Lemari penyimpanan 2 sajadah	80 X40 X 80 65 X 120 X 5	1:4	7,9 m ²
13. Toilet • Buang air kecil • Buang ar besar	1 Closet 1 Bak air	68 X 42 X 59 40 X 40 X 60	1:3	2,1 m ²
14. Pos satpam • Menjaga keamanan outlet	1 Meja 1 Kursi	225 X 40 X 80 60 X 60 X 80	1:3	4,2 m ²
15. Kantor administrasi • Mengurus surat menyurat perusahaan • Menerima tamu workshop dll • Mengurus teknis ketatausahaan • Mengurus pembukuan perusahaan	1 Storage 1 Meja kerja 1 Kursi kerja 1 Kursi tamu	120 X 50 X 210 150 X 50 X 80 60 X 60 X 80 60 X 60 X 80	1:3	6,9 m ²
16. Kantor pemasaran • Mencatatat pembelian dalam bentuk grosir • Menerima pelanggan • Melakukan transaksi jual beli • Mengecek jumlah dan kesediaan barang	2 Storage 1 Meja kerja 1 Kursi kerja 1 Kursi tamu	120 X 50 X 210 150 X 50 X 80 60 X 60 X 80 60 X 60 X 80	1:3	8,9 m ²
17. Kantor pembelian • Mencatatat jumlah produk yang dijual pengejain • Melakukan pengecekan dan penyeleksian saat pembelian	2 Storage 1 Meja kerja 1 Kursi kerja 1 Kursi tamu	120 X 50 X 210 150 X 50 X 80 60 X 60 X 80 60 X 60 X 80	1:3	8,9 m ²
Total				495,3 m ²
Sirkulasi 40 %				693,472 m ²



Berdasarkan tabel studi ruang dan aktifitas diatas, dapat diketahui besar minimum area yang dibutuhkan pada outlet koperasi Intako yaitu sebesar 495,3 m². Dengan sirkulasi pada outlet membutuhkan area sebesar 693,472 m². Sedangkan luas total area outlet koperasi Intako adalah kurang lebih sebesar 1467 m².

4.3 Hubungan Ruang

Tujuan dari penentuan hubungan antar ruang adalah untuk menganalisa dan menjelaskan fungsi dan letak ruang terkait lokasi dan hubungan antar ruang dengan cara memberikan nilai pada satu ruang terhadap ruang lain. Bentuk penilaian tersebut terkait jenis hubungan antara satu ruang dengan ruang lain, dengan penilaian berupa ‘ada hubungan’, ‘sebaiknya ada hubungan’ dan ‘tidak ada hubungan’. Pemberian nilai ini menggunakan diagram matriks hubungan ruang yang hasilnya akan digunakan sebagai salah satu acuan kriteria penentuan layout yang baik. Berikut merupakan diagram matriks outlet koperasi Intako :



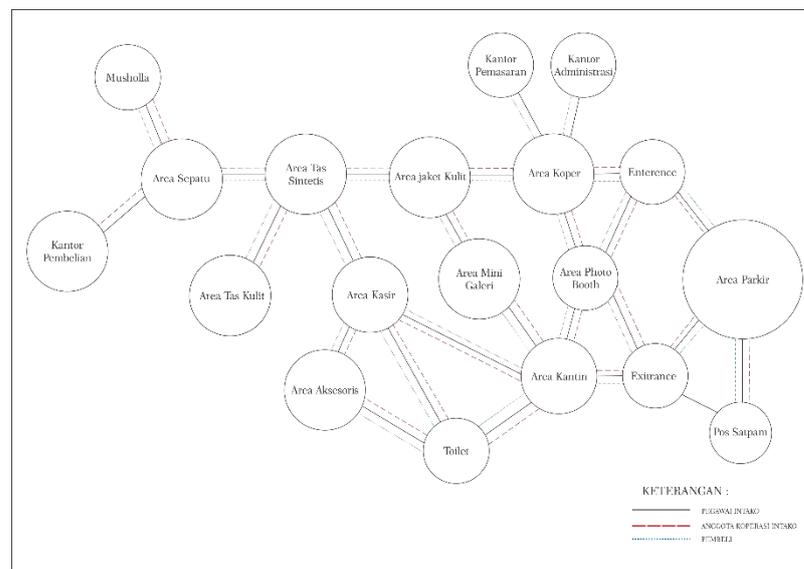
Gambar 4.1 Diagram matriks outlet Intako

Sumber : Frizca Ayu Agustin (2018)



Berdasarkan diagram matriks outlet intako tersebut dapat diketahui bahwa hampir semua area pada area outlet koperasi Intako mendapatkan tanda harus berhubungan, yang artinya baiknya bentuk outlet tidak dibuat beruang – ruang. Bentuk outlet yang hanya dibagi berdasarkan area juga dapat mempermudah pembeli dalam menemukan barang yang dicari. Beberapa ruang yang mendapat tanda baiknya ada hubungan adalah ruang maupun area yang membutuhkan keprivasian seperti area toilet dan musholla, kantor administrasi dan pemasaran.

Bubble diagram merupakan salah satu cara untuk membantu menyusun tatanan atau layout ruang. Bubble diagram dibuat berdasarkan data yang diperoleh dari diagram matriks. Salah satu fungsi lain dari bubble diagram adalah menunjukkan siapa saja orang yang dapat mengakses area yang tertera pada bubble diagram. Dalam bubble diagram outlet koperasi Intako jenis orang yang dapat mengakses ruang atau area outlet dibagi menjadi 3 kelompok yaitu pegawai Intako, pembeli serta anggota koperasi Intako. Berikut merupakan bubble diagram outlet koperasi Intako :



Gambar 4.2 Bubble diagram outlet Intako

Sumber : Frizca Ayu Agustin (2018)

Dari diagram di atas dapat diketahui bahwa semua pegawai Intako dapat mengakses semua ruangan pada outlet Intako. Pengunjung tidak dapat mengakses kantor pembelian sedangkan anggota koperasi tidak dapat mengakses kantor pemasaran dan kantor administrasi. Keterbatasan akses pada pengunjung dan anggota koperasi dikarenakan tidak adanya aktifitas yang dapat dilakukan pada area tersebut.



4.4 Analisa Riset

4.4.1 Analisis Hasil Wawancara

Wawancara dilakukan untuk mengetahui konsep, segmentasi pelanggan dan hal teknis menyangkut outlet koperasi Intako. Wawancara ini dilakukan dengan beberapa narasumber seperti pengurus koperasi Intako, pengerajin serta pegawai outlet koperasi Intako. Berikut pertanyaan dan jawaban pada saat wawancara.

a. Pengurus koperasi Intako

- Outlet intako menjual berbagai macam jenis tas, baik yang menggunakan bahan kulit asli maupun imitasi. Tas yang dijual pada outlet diperoleh dari pengerajin yang bergabung menjadi anggota koperasi Intako, sehingga memiliki *brand* yang berbeda – beda.
- Masing - masing anggota koperasi Intako dapat menitipkan 10 buah produk kepada outlet Intako.
- Seluruh barang yang dijual pada outlet Intako di display pada area lantai 1, dan beberapa disimpan di gudang yang ada di lantai 3. Lantai 2 outlet Intako difungsikan sebagaia area kantor.
- Dari beberapa jenis produk yang dijual pada outlet Intako produk yang paling diminati adalah tas wanita baik kulit maupun imitasi.
- Untuk meningkatkan penjualan pada outlet pernah diadakan program one product one person dimana Intako membuat produk dengan jumlah terbatas (*limited edition*).
- Tas koper besar yang menjadi pajangan pada uotlet Intako dapat menarik pengunjung untuk berfoto.
- Penjualan pada outlet Intako sudah mulai membaik tetapi masih jauh berbeda dengan dulu.



b. Pengerajin Kerajinan Tas

- Tas yang dihasilkan pengerajin di Tanggulangin selain dijual di koperasi Intako juga dijual di luar kota.
- Bahan untuk membuat tas baik kulit asli maupun imitasi di pasok dari luar kota.
- Pembuatan tas baik kulit maupun imitasi menggunakan sistem mal sehingga pekerja hanya perlu memotong sesuai pola yang sudah ada dan kemudian setiap bagian disatukan dengan cara dijahit dengan mesin khusus.
- Limbah dari sisa pembuatan tas digunakan kembali menjadi kerajinan seperti gantungan kunci.

c. Pekerja yang bekerja di outlet koperasi Intako

- Produk yang banyak diincar pembeli adalah tas wanita dan sepatu.
- Penjualan pada outlet lebih banyak dari beberapa bulan sebelumnya tetapi outlet tidak terlalu ramai. Display diperbaiki sehingga lebih menarik pengunjung.
- Pengerajin menjual barangnya pada bagian kantor pembelian, kemudian barang akan disortir. Beberapa barang akan di display pada outlet dan sisanya akan disimpan di gudang.
- Jumlah stok barang yang sama masing – masing model sekitar 5 – 10 buah.
- Untuk menjaga produk tetap dalam kondisi bagus, produk harus dilapis dengan plastik sebelum di simpan di gudang.

Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa narasumber, dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut :

- Produk yang dijual di outlet koperasi Intako berasal dari hasil kerajinan anggota – anggota koperasi. Masing – masing pengerajin menjual produknya pada outlet koperasi Intako dalam jumlah yang relatif sedikit kurang lebih 10 biji/pengerajin. Hal ini dikarenakan



jumlah anggota koperasi yang cukup banyak dan terbatasnya gudang penyimpanan di outlet Intako.

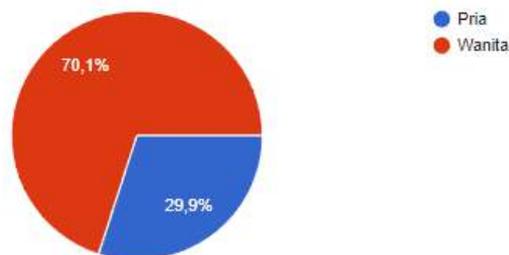
- Produk yang paling diminati oleh pembeli adalah produk tas wanita, dan kemudian sepatu.
- Beberapa program sudah dicoba oleh Intako untuk meningkatkan jumlah penjualan seperti membuat program ‘one person, one product’ serta bekerja sama dengan pemerintah daerah dalam acara bazar.
- Jumlah penjualan produk pada outlet koperasi Intako sudah mulai mengalami peningkatan dalam jangka waktu beberapa bulan terakhir. Tetapi masih belum dapat kembali seperti pada masa sebelumnya.

4.4.2 Analisis Hasil Kuesioner

Kuesioner mengenai produk kulit ini telah diisi oleh 137 responden. Berikut merupakan analisis dari hasil dari kuesioner :

Jenis kelamin

137 tanggapan



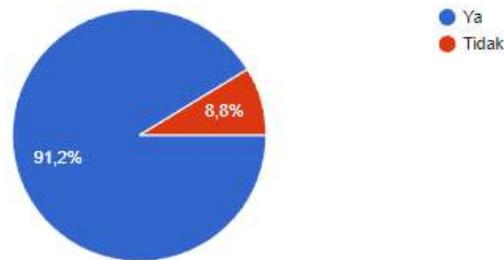
1.

Jumlah responden wanita dari 137 responden adalah sebanyak 96 responden, dan jumlah responden laki-laki sebanyak 41 responden. Pertanyaan ini merupakan salah satu upaya pengelompokkan jenis responden berdasarkan jenis kelamin.



Apakah anda tertarik dengan produk kulit seperti tas, jaket, sepatu dan sebagainya?

137 tanggapan

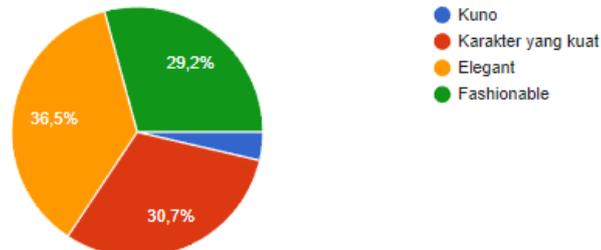


2.

Berdasarkan diagram di atas 91,2 % atau sebanyak 125 responden tertarik dengan produk kulit seperti tas, sepatu dan sebagainya. Hal ini menunjukkan bahwa kerajinan kulit masih dapat berkembang karena masih memiliki cukup banyak peminat.

Apa kesan yang anda dapat terhadap pengguna produk kerajinan kulit seperti gambar di bawah ini?

137 tanggapan



3.

Diagram diatas bertujuan untuk mengetahui penilaian responden mengenai karakter pada produk kulit. Untuk menyamakan persepsi responden maka diberikan contoh gambar orang yang menggunakan produk kulit seperti jaket, tas dan sebagainya.

Berdasarkan diagram di atas diketahui bahwa 50 responden memilih elegan, 42 responden memilih karakter yang kuat, 40 responden memilih fashionable dan sisanya memilih kuno.

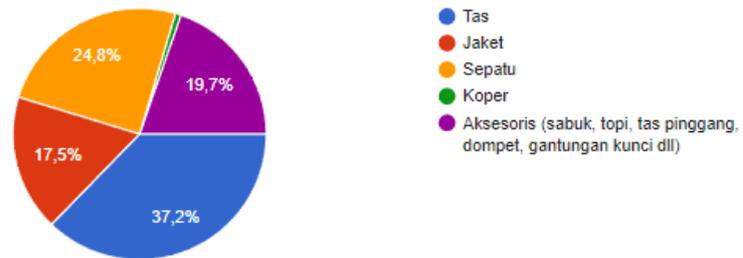
Kesan responden terhadap orang yang menggunakan produk kulit cenderung pada memberikan kesan elegan. Sehingga karakter



kulit ini akan diterapkan pada desain outlet untuk memperkuat karakter dari produk yang di jual pada outlet koperasi Intako.

Produk kerajinan kulit apa yang akan anda beli jika berada di outlet kerajinan kulit?

137 tanggapan



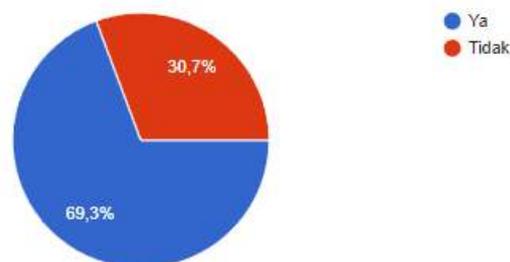
4.

Pertanyaan ini bertujuan untuk mengetahui minat responden terhadap produk kulit yang digunakan sebagai salah satu acuan pasar saat ini. Hasil dari diagram tersebut menunjukkan bahwa sebanyak 31,2 % atau 51 orang tertarik untuk membeli tas. Hasil kuesioner ini sesuai dengan hasil wawancara.

Data ini juga akan digunakan sebagai acuan luas area display pada outlet. Dimana area display tas akan di buat lebih luas dibandingkan area display produk lain.

Apakah anda berpikir bahwa produk yang dijual pada toko dengan desain yang bagus adalah produk yang mahal?

137 tanggapan



5.

Pertanyaan ini bertujuan untuk mengetahui persepsi responden terhadap tampilan outlet. Hasil dari kuesioner menyatakan bahwa 69,3 % atau 95 responden setuju bahwa produk yang dijual pada toko

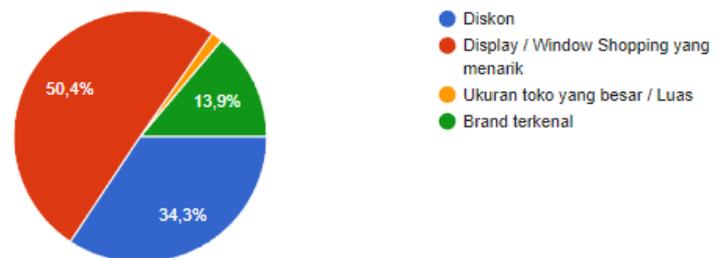


yang memiliki desain yang bagus merupakan produk yang memiliki harga mahal.

Apabila melihat target pasar outlet koperasi Intako yang cenderung membidik pasar menengah hingga atas, maka outlet koperasi Intako harus di desain dengan bagus untuk memberikan persepsi produk yang dijual merupakan produk berkelas.

Apa yang membuat anda tertarik untuk masuk ke dalam toko?

137 tanggapan

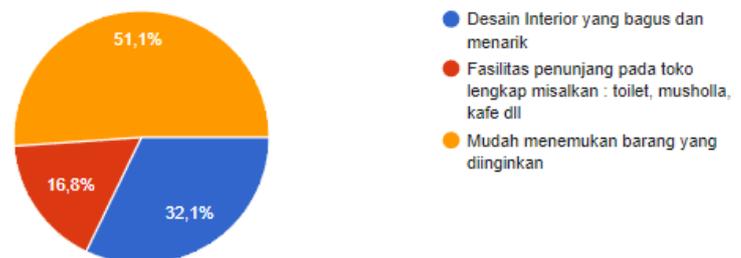


6.

Untuk meningkatkan jumlah penjualan produk maka outlet harus mampu untuk menarik banyak pelanggan masuk dan melihat produk yang dijual. Berdasarkan hasil kuesioner sebanyak 50,4% atau 69 responden tertarik dengan *display / windows shopping* yang menarik. Sehingga *display* dan *windows shopping* menjadi salah satu faktor penting pada desain outlet.

Apa yang membuat anda nyaman berbelanja di toko?

137 tanggapan



7.

Kenyamanan pelanggan juga dapat mempengaruhi jumlah penjualan produk pada outlet. Berdasarkan hasil kuesioner sebanyak 51,1% atau 70 responden memilih bahwa kenyamanan dalam

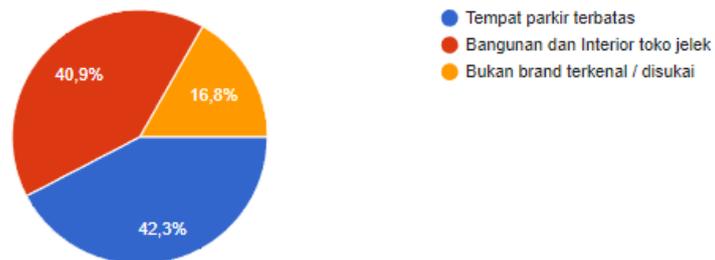


berbelanja ditentukan dari kemudahan menemukan produk yang diinginkan.

Data ini berpengaruh pada letak display juga layout outlet. Untuk itu salah satu cara yang dapat dilakukan adalah dengan mengelompokkan produk sesuai jenisnya.

Apa yang membuat anda malas untuk berbelanja di suatu toko?

137 tanggapan

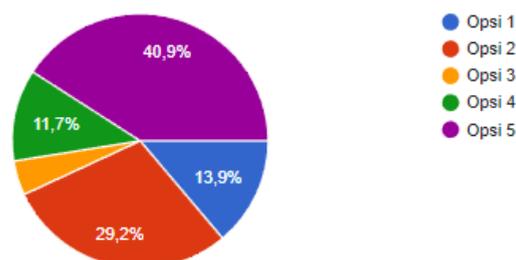


8.

Tujuan dari pertanyaan ini adalah untuk mengetahui alasan responden malas untuk berhenti atau pergi ke suatu toko. Hasil dari kuesioner ini hampir sama pada 2 aspek, yaitu sebanyak 42,3% atau 58 responden dikarenakan tempat parkir yang terbatas. Dan sebanyak 40,9% atau 56 responden karena bangunan dan interior toko jelek.

Bagaimana display yang menarik menurut anda?

137 tanggapan



9.

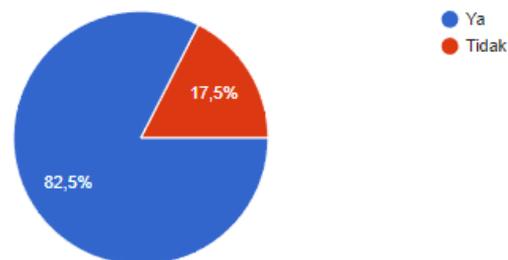
Tujuan dari pertanyaan ini adalah untuk menggambarkan bagaimana desain outlet yang diinginkan atau diminati oleh responden. Untuk itu responden diberikan beberapa opsi gambar. Berdasarkan hasil kuesioner desain yang paling banyak diminati oleh responden adalah opsi 5.



Berdasarkan hasil kuesioner desain outlet yang banyak dipilih oleh responden merupakan desain outlet yang memberikan kesan mewah serta memiliki pencahayaan yang cukup terang. Pada bagian tengah terdapat sebuah display manekin dengan hiasan pada bagian plafon berupa lampu hias dengan bentuk bola yang menjadi *point of interest* pada outlet.

Apakah anda tertarik untuk melihat aktifitas pengerajin kulit pada saat membuat produk kerajinan kulit?

137 tanggapan



10.

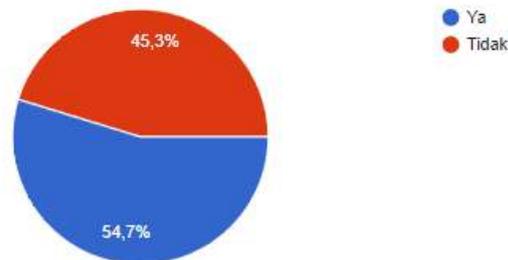
Pertanyaan ini bertujuan untuk mengetahui minat responden terhadap sesuatu yang baru dan berbeda pada sebuah outlet. Berdasarkan hasil kuesioner diperoleh hasil bahwa 82,5% atau 113 responden merasa tertarik.

Untuk memberikan pengetahuan pada pengunjung berupa aktifitas pengerajin pada saat membuat produk maka dapat dilakukan dengan menyediakan ruang khusus berupa galeri yang menampilkan aktifitas pengerajin dalam bentuk video, serta beberapa informasi mengenai jenis kulit, cara perawatan produk kulit serta sejarah koperasi Intako.



Apakah anda pernah mengunjungi Intako?

137 tanggapan

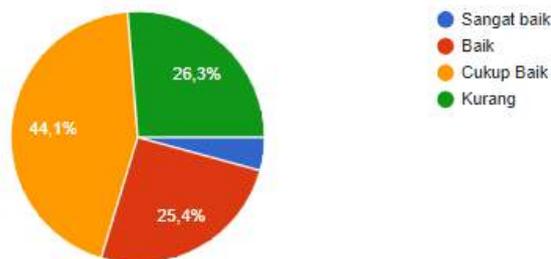


11.

Berdasarkan diagram diatas, sebanyak 54,7% atau 75 responden pernah mengunjungi outlet koperasi Intako. Sedangkan 62 responden belum pernah mengunjungi outlet koperasi Intako.

Menurut anda bagaimana interior Intako?

118 tanggapan



12.

Berdasarkan diagram di atas, hanya 118 responden yang memberikan tanggapan mengenai interior outlet koperasi Intako. Pada pertanyaan ini ditambahkan gambar salah satu sudut interior koperasi Intako untuk menyamakan persepsi responden. Hasil dari kuesioner tersebut sebanyak 44,1% atau 52 responden merasa interior outlet koperasi Intako cukup baik.

13. Apa anda memiliki saran untuk mengembangkan Intako di masa yang akan datang?

Beberapa saran dari responden meliputi perbaikan pada aspek sebagai berikut:

- Sistem pendingin ruangan
- Sirkulasi pada toko
- Display produk

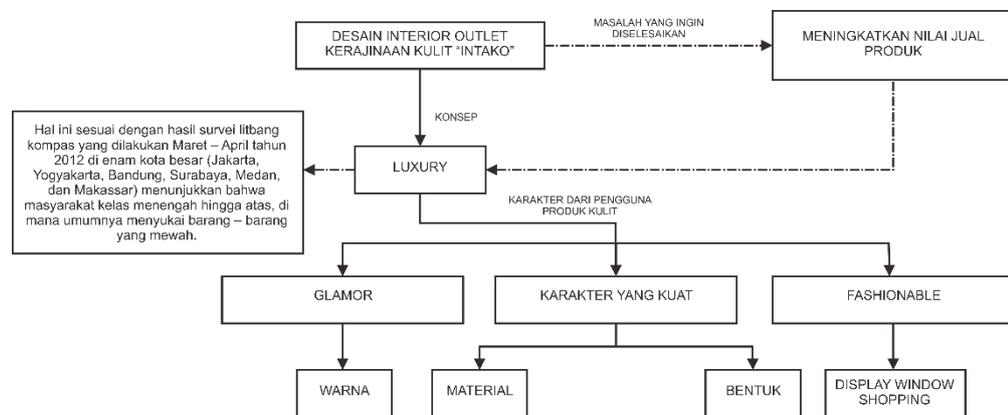


- Fasilitas umum seperti musholla, toilet dan kafe.
- Desain produk yang dijual
- Branding kepada masyarakat
- Informasi mengenai bahan kulit dan cara perawatan
- Lahan parkir

4.5 Tema / Konsep Desain

Objek desain yang diambil adalah outlet koperasi Intako yang merupakan salah satu fasilitas yang diberikan oleh koperasi Intako sebagai tempat menjual produk kerajinan kulit. Produk yang dijual pada outlet ini merupakan hasil produksi oleh pengerajin yang telah bergabung dengan koperasi Intako. Berdasarkan permasalahan yang ada serta hasil analisa kuesioner dan wawancara, telah diperoleh kesimpulan berupa acuan konsep desain dan layout ruang yang ideal yang memenuhi kebutuhan objek.

Konsep desain pada outlet koperasi Intako digambarkan secara umum sebagai berikut :



Bagan 4.1 Bagan konsep desain

Sumber : Penulis

Konsep luxury digunakan karena target pasar yang dari outlet koperasi Intako yang merupakan masyarakat kelas menengah hingga atas, di mana umumnya menyukai barang – barang yang mewah. Hal ini sesuai dengan hasil survei litbang Kompas yang dilakukan Maret – April tahun 2012 di enam kota besar (Jakarta, Yogyakarta, Bandung, Surabaya, Medan, dan Makassar) menunjukkan kisaran jumlah kelas menengah berjumlah (50,3%) dan kelas menengah atas (3,6%), sisanya merupakan kelas atas (1%), bawah (39,6%),



dan sangat bawah atau kelas yang betul-betul miskin (5,6%). Meski sedikit, signifikan menularkan gaya hidup kelas atas kepada kelas menengah. yang kini menempati posisi sebagai warga kelas menengah atas—yang saat ini menjadi kelompok paling antusias membeli barang mewah.^[63]

Konsep luxury dianggap dapat menyelesaikan masalah karena dengan menggunakan konsep luxury maka pengunjung akan memiliki persepsi bahwa produk yang dijual adalah produk yang berkelas.

Konsep luxury ini kemudian dipadukan dengan persepsi masyarakat terhadap pengguna produk kulit, data ini diambil dari hasil kuesioner yang menyatakan bahwa pengguna kulit memiliki karakter yang elegan 36,5%, memiliki karakter yang kuat 30,7% dan fashionable 29,2%. Sehingga persepsi tersebut diterapkan dalam konsep luxury pada beberapa aspek seperti warna, material, bentuk serta display *windows shopping*.

4.6 Konsep Branding

Menurut *American Marketing Association*, *brand* adalah nama, istilah, tanda, simbol maupun rancangan untuk mengidentifikasi produk atau jasa yang dihasilkan sehingga berbeda dari produk jasa yang dihasilkan oleh pesaing. Tujuan dari membranding outlet Intako adalah untuk memberikan identitas dan ciri khas pada outlet Intako, sehingga outlet Intako dapat bersaing dengan outlet sejenis dan dapat menarik pengunjung dengan keunikannya tersebut. Konsep branding sangat penting karena digunakan sebagai salah satu cara untuk meningkatkan jumlah penjualan produk pada outlet Intako.

Konsep *branding* pada outlet Intako digambarkan sebagai berikut :



Bagan 4.2 Bagan konsep *branding*

Sumber : Penulis

^[63] Tingkat konsumtif diambil dari <http://amp.kompas.com/nasional/read/2012/06/08/11204529/~Nasional>



Berdasarkan gambar bagan tersebut dapat dikatakan bahwa sistem *branding* yang diterapkan pada outlet Intako terletak pada konsep desain ruangan yang menampilkan keunikan outlet Intako dengan menggunakan konsep *luxury* yang dipadukan dengan konsep glamor, memiliki karakter kuat serta fashionable. Ketiga konsep tersebut merupakan pandangan masyarakat terhadap karakteristik pengguna produk kulit sehingga diharapkan dapat memberikan nuansa yang khas pada outlet Intako.

Penerapan konsep *luxury* – glamor terletak pada pemilihan komposisi warna dan juga penggunaan material yang menggambarkan kemewahan. Penerapan konsep *luxury* – karakter yang kuat terletak pada penggunaan material yang kokoh dengan menggunakan bentuk furnitur yang simetris namun tetap menggunakan komposisi warna yang memberikan kesan mewah. Penerapan konsep *luxury* – fashionable diterapkan pada desain *windows shopping* dan *display area* dengan cara memadukan elemen estetis dan produk yang dijual menjadi suatu komposisi yang menarik serta sesuai dengan tren saat ini.

Konsep diatas diterapkan pada semua area yang terdapat pada outlet Intako, sehingga antara satu area dengan area yang lain masih memiliki kesatuan konsep desain. Diharapkan dengan adanya konsep tersebut, outlet Intako dapat memiliki branding dan dapat mengoptimalkan display produk yang dijual pada outlet Intako sehingga mampu menarik pengunjung untuk berbelanja ke outlet Intako.

4.7 Aplikasi Konsep Desain

4.7.1 Konsep Dinding

Konsep dinding didesain dengan konsep *luxury*, dengan menggunakan komposisi warna *black in out* serta komposisi *dark choco* dimana dinding akan dilapisi dengan menggunakan 2 jenis finishing berbeda. Salah satu finishing menggunakan pelapisan vinyl berwarna abu – abu. Pengaplikasian vinyl ini di tata dengan bentuk diagonal. Sedangkan pada beberapa sisi interior dan fasad outlet menggunakan finishing berupa cat. Warna yang sesuai dengan konsep komposisi yang



digunakan adalah warna hitam, putih, coklat serta warna emas sebagai aksent pada ruangan. Warna – warna tersebut dipilih karena dapat menunjang tampilan interior ruangan menjadi lebih *luxury* dan elegan.

Penerapan komposisi warna *black in out* yang paling utama terdapat pada area display dan area galeri. Komposisi warna *black in out* pada area galeri ditunjang dengan aksent warna emas. Penerapan konsep dark choco dapat dilihat pada area display sepatu dan juga area kantin. Untuk memberikan kesatuan konsep antara dua komposisi warna diatas, warna emas digunakan sebagai aksent pada masing – masing komposisi warna.

Konsep dinding pada area fasad diberikan finishing cat tembok warna putih, serta diberikan cekungan untuk memberikan aksent dan menjadikan tampilan fasad lebih mewah. Komposisi warna yang digunakan pada area fasad adalah perpaduan antara warna hitam dan putih.



Gambar 4.3 Konsep tembok

Sumber : <http://retaildesignblog.net>

4.7.2 Konsep Lantai

Konsep lantai utamanya menggunakan material keramik ukuran 80x80. Keramik ini dipilih untuk menampilkan kesan mewah. Keramik ini akan menggunakan tipe keramik *frameless* sehingga jarak antar keramik terlihat lebih kecil. Selain keramik material lain yang digunakan sebagai finishing lantai adalah vinyl. Penggunaan vinyl ini hanya pada beberapa area tertentu sebagai salah satu cara pembagian area pada outlet.

Jenis lantai keramik yang digunakan pada area display adalah keramik setara platinum plaza gray uk. 80 x 80. Keramik ini dipadukan dengan keramik setara milan sorento black uk. 40 x 40 untuk



menghasilkan pola lantai pada area display. Pola lantai pada area display juga difungsikan sebagai pembatas area pada outlet. Penggunaan material lantai vynil pada area kantin dipadukan dengan penggunaan keramik setara milan alby bone uk. 40 x 40 yang diaplikasikan pada lantai area meja bar. Contoh pengaplikasian konsep lantai pada area kantin dan arae outlet adalah sebagai berikut.



Gambar 4.4 Konsep lantai

Sumber : <http://retaildesignblog.net>

4.7.3 Konsep Plafon

Konsep plafon pada outlet koperasi Intako menggunakan drop dan up ceiling menggunakan material gypsum ukuran 60x120 cm finishing cat berwarna putih. Beberapa area yang diberikan up ceiling antara lain area display tas dan koper, area display tas kulit serta area display sepatu. Area yang menggunakan down ceiling antara lain area mini galeri dan area kantin.

Plafon area display dilengkapi dengan beberapa lampu sorot yang menjadi salah satu elemen penting pada interior untuk mendukung pencahayaan display produk. Pencahayaan pada area display sangat penting karena pencahayaan dapat mempengaruhi tampilan dari objek yang di display dan hal ini dapat mempengaruhi keinginan beli pengunjung. Lampu sorot dengan track sangat tepat digunakan pada area outlet karena selain ditinjau dari fungsinya yaitu penerangan pada spot tertentu, penggunaan track pada lampu spot juga membantu fleksibilitas dari lampu spot, sehingga lebih mudah dalam mengatur jarak antar titik lampu.



Drop ceiling dan up ceiling pada area outlet dilengkapi dengan LED *strip lamp* dengan warna kuning. Tujuan penggunaan LED strip lamp untuk memberikan kesan mewah pada outlet. Berikut merupakan contoh penerapan konsep plafon pada area outlet.



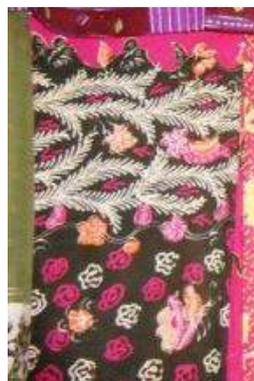
Gambar 4.5 Konsep plafon

Sumber : <http://retaildesignblog.net>

4.7.4 Konsep Furnitur

Konsep furnitur yang akan digunakan pada outlet koperasi Intako adalah furnitur dengan bentuk – bentuk yang minimalis dengan aksentuasi warna emas untuk menghadirkan kesan luxury pada furnitur. Material yang digunakan pada furnitur menggunakan besi, kaca serta multiplex dengan finishing cat yang mengkilap.

Beberapa jenis furnitur utama pada outlet meliputi rak display, konter display, rak gantung serta meja display. Konsep dari meja display pada area display tas menggunakan motif dari batik khas kota Sidoarjo yaitu kembang tebu. Tujuan penggunaan motif batik khas Sidoarjo adalah untuk memberikan branding pada outlet Intako.



Gambar 4.6 Batik khas Sidoarjo motif kembang tebu

Sumber : <https://evelineseva.wordpress.com/2015/09/15/rekam-kehidupan-masyarakat-sidoarjo-pada-motif-batik-jetis-1/>



Motif bunga tebu merupakan salah satu motif khas dari batik Sidoarjo, karena tebu merupakan salah satu hasil bumi paling banyak di kabupaten Sidoarjo, sehingga pengerajin batik tulis di Sidoarjo menjadikan motif bunga tebu sebagai salah satu motif khas batik tulis Sidoarjo.^[64] Penerapan motif bunga tebu pada meja display dengan cara menempelkan stiker cutting pada kaca meja display.

Ciri khas pada outlet Intako juga terletak pada bagian atas rak display yang diberikan bentukan dari transformasi bentuk dari logo outlet Intako. Berikut merupakan contoh konsep furnitur yang digunakan pada area outlet koperasi Intako ditinjau dari segi material dan warna yang akan digunakan pada furnitur outlet Intako.



Gambar 4.6 Konsep furnitur

Sumber : <http://retaildesignblog.net>

^[64] Perkembangan Motif Batik Jetis Sidoarjo pada Tahun 1980 diambil dari <https://infobatik.id/perkembangan-motif-batik-jetis-sidoarjo-pada-tahun-1980/>



(Halaman ini sengaja dikosongkan)



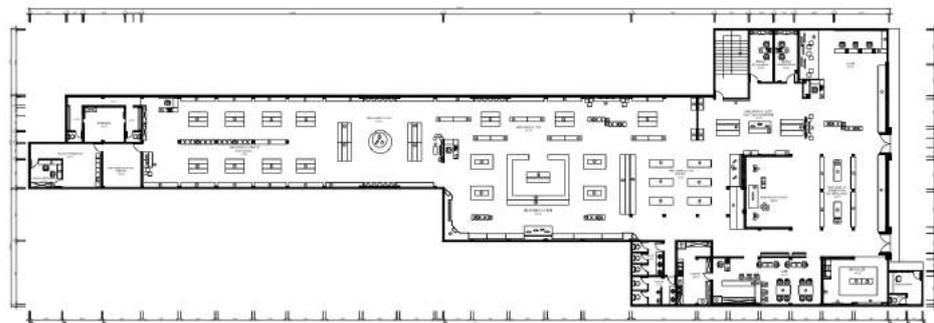
BAB V HASIL DESAIN

5.1 Alternatif Layout

Penataan layout pada outlet kerajinan kulit Intako berdasarkan pada analisa yang dilakukan pada bab sebelumnya, berupa analisa mengenai urutan ruang, hubungan antar ruang serta kebutuhan ruang berdasarkan kondisi eksisting pada outlet Intako. Sehingga tercipta hubungan antar ruang dan juga zoning area sebagai acuan dalam membuat beberapa alternatif denah.

Terdapat tiga alternatif layout yang cocok digunakan sebagai layout dalam perancangan outlet Intako. Berikut merupakan analisa mengenai masing – masing alternatif layout outlet Intako :

5.1.1 Alternatif 1



Gambar 5.1 Alternatif Denah 1

Sumber : Frizca Ayu Agustin (2018)

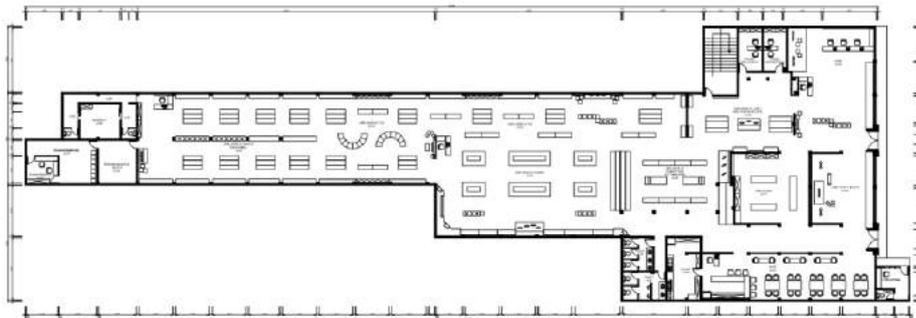
Alternatif layout 1 memiliki alur sirkulasi yang baik dengan arah pintu masuk yang dekat dengan area mini galeri memungkinkan pengunjung untuk dapat melakukan kegiatan edukasi sebelum melakukan kegiatan berbelanja. Dengan adanya mini galeri pada area depan memungkinkan pengunjung untuk mengetahui informasi mengenai kulit dan informasi mengenai perkembangan desain tas serta sejarah mengenai outlet Intako sebelum pengunjung melakukan pembelian pada outlet Intako. Penataan barang pada alternatif 1 digolongkan berdasarkan jenis produk, sehingga memudahkan pengunjung dalam menemukan barang yang diinginkan. Kapasitas produk yang dapat di display pada alternatif 1 cukup banyak, selain itu



produk juga di display dalam bentuk katalog digital pada layar komputer yang ada pada area kasir kecil sehingga penunjang dapat mengetahui ketersediaan barang pada outlet Intako.

Pada alternatif 1 diletakkan beberapa spot *display area* yang mendisplay semua jenis produk yang dijual pada outlet Intako. *Display area* pada area outlet ditujukan untuk menarik pengunjung sehingga pengunjung berbelanja lebih dari satu jenis barang. Area kantin pada alternatif 1 dibuat lebih luas sehingga dapat menampung lebih banyak pelanggan. Area kantin ditambahkan fasilitas berupa meja bar dan dapur. Meja bar di khususkan untuk menyiapkan minuman sedangkan area dapur digunakan untuk menyiapkan makanan bagi para pelanggan.

5.1.2 Alternatif 2



Gambar 5.2 Alternatif Denah 2

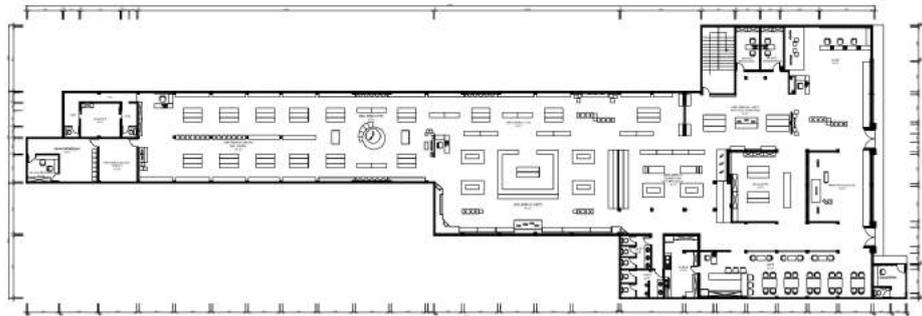
Sumber : Frizca Ayu Agustin (2018)

Perbedaan alternatif 1 dan 2 terletak pada susunan ruang serta luasan beberapa area pada outlet. Pada alternatif 2 area photo booth diletakkan pada bagian depan sehingga orang yang melintasi toko dapat melihat tas koper raksasa yang merupakan icon dari outlet Intako. Hal ini dapat dijadikan salah satu cara *branding outlet* sehingga masyarakat dapat mengetahui outlet Intako melalui icon koper raksasa. Namun area *photo booth* terhalangi dengan *windows shopping* pada kaca depan outlet yang dapat memberikan kesan menumpuk dan penuh apabila dilihat dari arah depan outlet. Tetapi *windows shopping* dianggap penting karena dapat mempresentasikan jenis barang yang dijual pada outlet.



Area kantin pada alternatif 2 dibuat lebih luas daripada area kantin pada alternatif 1, tetapi memiliki fasilitas yang sama. Layout display tas alternatif 2 didesain lurus dengan banyak bangku sebagai sarana *rest area*. Area mini galeri alternatif 2 diletakkan pada area tengah outlet. Posisi tersebut dinilai sangat strategis karena dapat di akses melalui 2 arah. Namun kekurangan dari layout ini adalah berkurangnya area display produk karena ukuran mini galeri dan kantin yang cukup luas.

5.1.3 Alternatif 3



Gambar 5.3 Alternatif Denah 3

Sumber : Frizca Ayu Agustin (2018)

Alternatif layout 3 memiliki beberapa kemiripan dengan alternatif denah 1 dan 2. Kemiripan alternatif 3 dengan alternatif 1 terletak pada area display tas, dimana terdapat beberapa *display area* yang menampilkan berbagai jenis produk yang dijual pada outlet Intako. Sedangkan kemiripan alternatif 3 dengan alternatif 2 terletak pada posisi mini galeri, area photo booth serta kantin. Namun baik alternatif 1, 2 maupun 3 memiliki layout yang berbeda satu sama lain. Area makan pada kantin alternatif 3 terbagi menjadi 3 jenis, yaitu menggunakan meja bar, meja makan dan sistem lesehan. Pada bagian depan *photo booth* tidak dilengkapi dengan *windows shopping* sehingga orang yang melintasi bagian outlet Intako langsung dapat melihat icon dari outlet Intako.

Kekurangan dari alternatif 3 terletak pada layout mini galeri, hal ini dikarenakan adanya area *photo booth* kecil pada area mini galeri yang dapat menghambat alur sirkulasi pengunjung yang ada pada area mini galeri.



5.1.4 Pemilihan Alternatif Layout

Denah terpilih merupakan satu denah yang terbaik di antara beberapa denah alternatif. Pemilihan denah dinilai menggunakan metode weighted method dengan acuan berupa beberapa kriteria desain dan parameter yang sudah ditentukan.

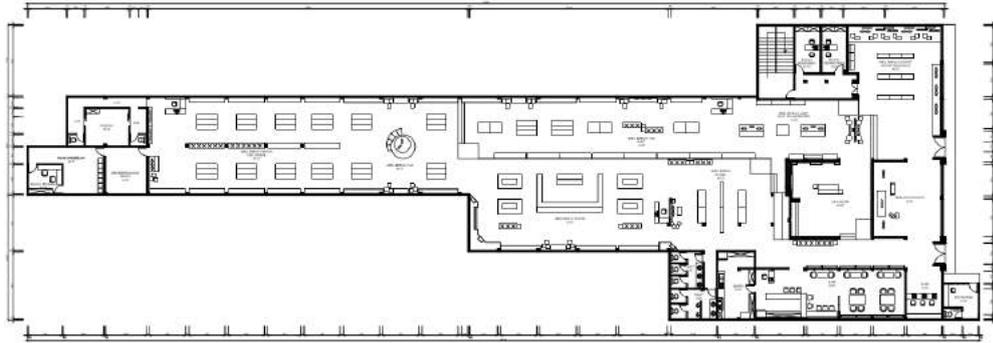
Tabel 5.1 Weighted Method

OBJECTIVE	WEIGHT	PARAMETER	ALTERNATIF 1			ALTERNATIF 2			ALTERNATIF 3		
			Magnitude	Score	Value	Magnitude	Score	Value	Magnitude	Score	Value
Alur sirkulasi	0,4	Standar sirkulasi dan antropometri pengunjung dan pekerja	Baik	7	2,1	Cukup baik	5	1,5	Kurang baik	3	0,9
Kesesuaian luasan ruangan dengan kebutuhan	0,3	Standar luasan sesuai kebutuhan ruangan	Baik	7	1,75	Kurang baik	4	1,0	Cukup baik	5	1,25
Kemudahan dalam pelayanan	0,2	Karyawan dapat menjangkau kebutuhan pengunjung	Penjangkauan mudah	6	1,2	Penjangkauan cukup	5	1,0	Penjangkauan cukup	5	1,0
Peletakan furnitur	0,1	Kenyamanan pengunjung dan pekerja pada ukuran furnitur	Cukup baik	4	0,4	Baik	6	0,6	Cukup baik	4	0,4
Overall utility value			5,45			4,1			3,55		

Tabel di atas menunjukkan 4 poin tujuan weighted method yaitu sirkulasi pengunjung, penataan furniture, pembagian area display dan kapasitas display. Dari empat tujuan tersebut diuraikan parameternya dengan bobot nilai yang sesuai dengan masing-masing alternatif denah. Alternatif denah terbaik yaitu alternatif 1 dengan total nilai 7,7.

5.2 Pengembangan Layout Terpilih

Layout terpilih berdasarkan penilaian melalui weighted method merupakan layout yang diusulkan pada kolokium satu. Beberapa perubahan pada layout terpilih antara lain posisi pintu masuk dan pintu keluar, kapasitas mini galeri, dan sirkulasi pengunjung. Berdasarkan beberapa pertimbangan dan masukan yang diperoleh dari hasil kolokium satu dihasilkan sebuah layout yang merupakan pengembangan dari layout terpilih. Berikut merupakan layout pengembangan dari layout terpilih.

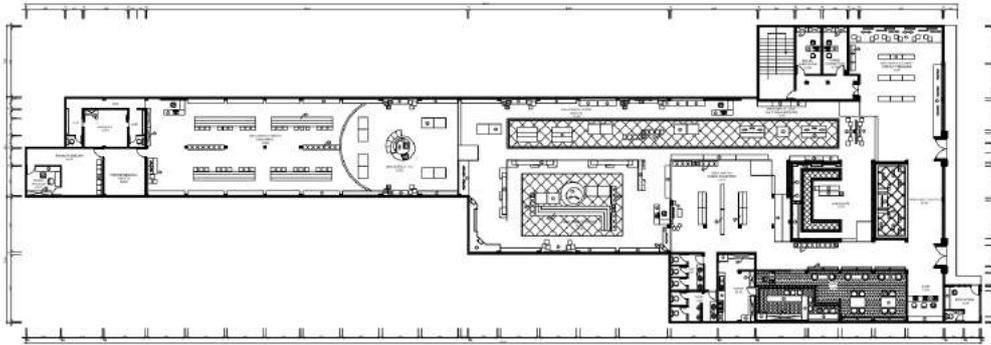


Gambar 5.4 Pengembangan alternatif 1

Sumber : Frizca Ayu Agustin (2018)

Pada pengembangan alternatif di atas area mini galeri diletakkan pada bagian tengah ruangan dengan 2 akses pintu masuk, sehingga alur sirkulasi pada area mini galeri lebih bebas. Area *photo booth* diletakkan langsung menghadap jendela outlet dengan tujuan untuk menarik pengunjung untuk masuk dan melihat produk yang dijual pada outlet. Untuk itu *photo booth* harus di desain semenarik mungkin agar dapat menjadi salah satu cara untuk mempromosikan serta memperkenalkan outlet Intako kepada masyarakat. Perubahan arah pintu masuk pada pengembangan layout ditujukan agar pengunjung tidak membawa makanan ataupun minuman yang dibeli dari kantin Intako kedalam area outlet, sehingga letak kantin dibuat lebih dekat dengan pintu keluar dengan tujuan setelah pengunjung lelah setelah berbelanja pengunjung dapat beristirahat sejenak pada area kantin. Untuk meningkatkan jumlah penjualan pada produk asli kulit, area display produk kulit diletakkan lebih terbuka pada area yang sering dilewati pengunjung.

Pengembangan alternatif di atas masih memiliki beberapa kekurangan, dimana letak display barang eksklusif (produk kulit asli) harusnya memiliki area yang lebih privasi apabila di tinjau dari segi pasar yang mana peminat produk kulit asli adalah masyarakat kelas atas yang umumnya memiliki tingkat privasi yang lebih tinggi daripada masyarakat kalangan menengah hingga bawah. Sehingga pengembangan alternatif layout 2 adalah sebagai berikut.

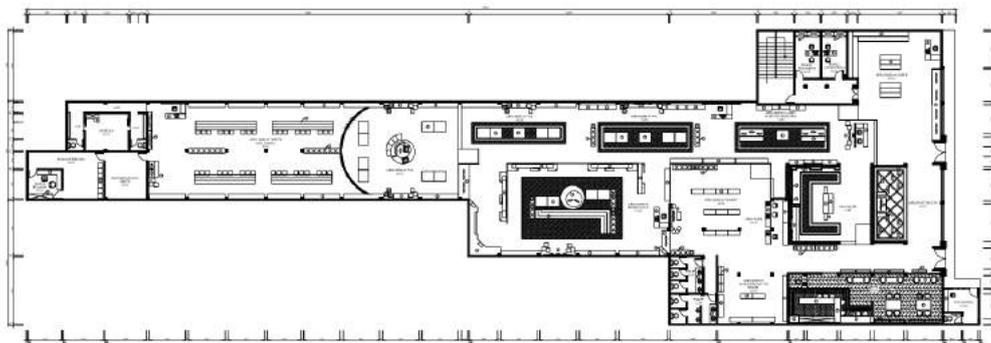


Gambar 5.5 Pengembangan alternatif 2

Sumber : Frizca Ayu Agustin (2018)

Pengembangan alternatif 2 tersebut menjadikan area produk khusus kulit memiliki tingkat privasi yang cukup tinggi namun tetap terbuka karena partisi yang digunakan menggunakan material kaca sehingga pengunjung yang lewat dapat melihat ke arah dalam secara jelas. Selain itu area display produk kulit dilengkapi dengan 2 pintu akses yang dapat digunakan pengunjung sehingga sirkulasi pada area produk khusus kulit cukup bebas.

Pengembangan alternatif 2 diatas merupakan layout yang diajukan pada kolokium dua. Beberapa masukan dari hasil kolokium dua antara lain letak kasir yang kurang strategis karena dekat dengan pintu keluar dan dapat mengganggu sirkulasi pengunjung yang akan keluar dari outlet. Kurangnya fasilitas informasi bagi pengunjung yang pertama kali mengunjungi outlet Intako. Pola lantai yang memanjang dapat memberikan kesan melelahkan pada pengunjung. Serta area kantin yang terlalu memakan banyak ruang karena diberi fasilitas berupa dapur. Sehingga dilakukan pengembangan layout 3 sebagai berikut.



Gambar 5.6 Pengembangan alternatif 3

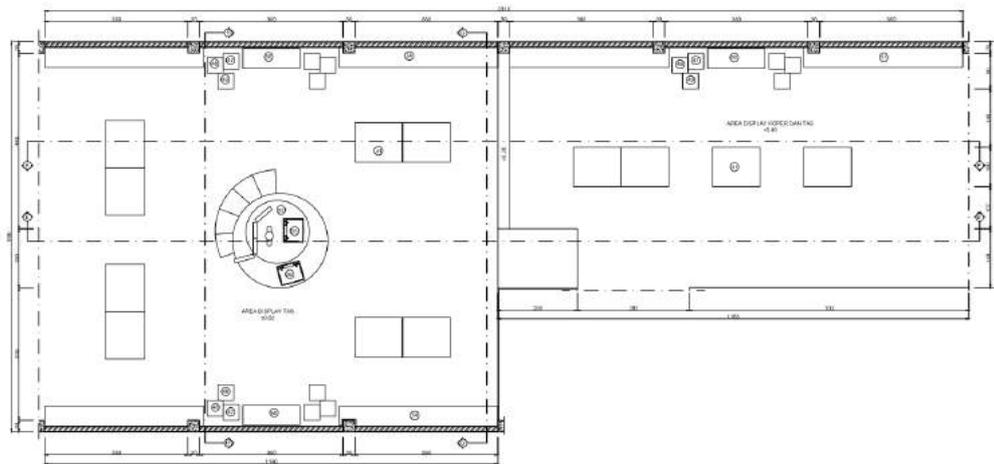
Sumber : Frizca Ayu Agustin (2018)



Pengembangan alternatif 3 diatas meliputi perubahan letak kasir yang berada pada area dibelakang area mini galeri. Area kasir di letakkan dekat area display aksesoris berguna untuk mencegah adanya pencurian. Penambahan fasilitas berupa meja pusat informasi pada area di depan pintu masuk sehingga pengunjung dapat membantu pengunjung dalam menemukan barang serta informasi mengenai outlet Intako. Perubahan pola lantai menjadi lebih pendek dan berfungsi sebagai pembatas area pada outlet. Serta pengurangan fasilitas dapur pada area kantin dan di alih fungsikan sebagai area display aksesoris.

5.3 Pengembangan Desain Ruang Terpilih 1

Ruang terpilih 1 pada desain outlet kerajinan kulit Intako ini adalah area display tas. Area tersebut merupakan area yang sering dilewati pengunjung sehingga dibutuhkan desain yang dapat menarik pengunjung untuk dapat melihat barang yang di display pada area tersebut. Berikut merupakan layout dari ruang terpilih 1.



Gambar 5.7 Layout area display tas

Sumber : Frizca Ayu Agustin (2018)

Area display tas dilengkapi dengan *build in storage* yang digunakan sebagai tempat display tas dan cermin pada dinding outlet. Untuk menarik perhatian pengunjung dan menjadi *point of interest* pada ruangan, ditambahkan *display area* pada bagian tengah area display tas. Area display tas memiliki perbedaan level lantai, pada bagian depan level lantai setinggi 40 cm diatas permukaan tanah, sedangkan pada area belakang level lantai berada pada 0 cm diatas permukaan tanah.



Berikut merupakan gambar 3D dari area display tas.



Gambar 5.8 View 1 area display tas

Sumber : Frizca Ayu Agustin (2018)



Gambar 5.9 View 2 area display tas

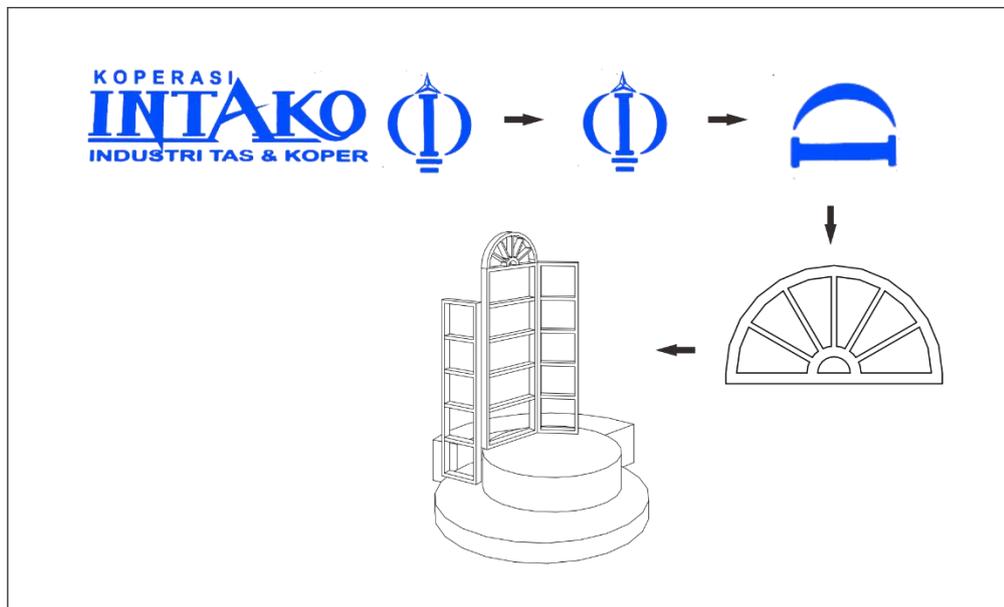
Sumber : Frizca Ayu Agustin (2018)

Pada area display tas diterapkan konsep luxury yang dipadukan dengan karakteristik pengguna kulit antara lain glamour, karakter yang kuat dan fashionable. Penerapan konsep luxury – glamour dapat dilihat pada pemilihan warna hitam dan gold pada area display yang memberikan nuansa mewah pada outlet. Konsep luxury – karakter yang kuat diterapkan pada bentuk – bentuk furnitur pada area outlet yang menggunakan bentukan simetris dengan garis yang tegas. Konsep luxury – fashionable diterapkan pada meja display yang diberikan finishing berupa cutting stiker dengan motif bunga tebu yang disorot



menggunakan LED berwarna biru yang merupakan warna dari logo Intako. Sedangkan motif bunga tebu diambil dari motif batik khas kabupaten sidoarjo. Penerapan konsep desain tersebut juga bertujuan untuk memberikan branding pada outlet Intako, sehingga outlet Intako semakin dikenal oleh masyarakat.

Rak display pada area display tas memiliki hiasan pada bagian atas rak. Bentuk dari hiasan tersebut merupakan hasil dari transformasi bentuk logo Intako. Bentuk tersebut juga di terapkan pada elemen estetis yang ada pada area tengah display tas. Hiasan tersebut diberikan finishing menggunakan warna emas untuk memberikan kesan mewah pada outlet. Berikut merupakan transformasi dari logo Intako.



Gambar 5.10 Transformasi bentuk logo Intako

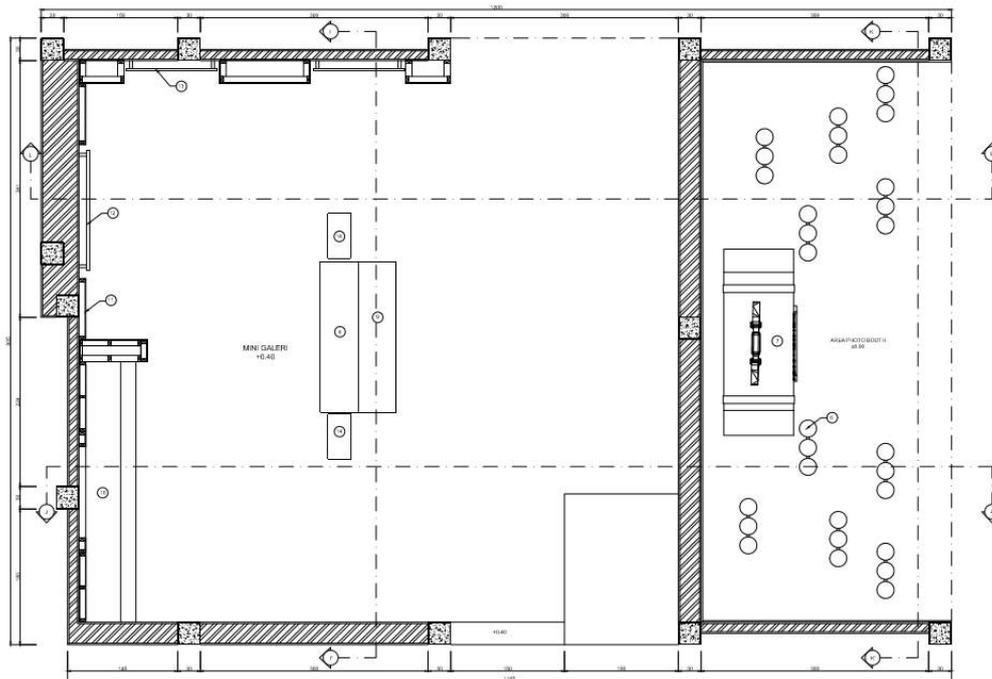
Sumber : Frizca Ayu Agustin (2018)

5.4 Pengembangan Desain Ruang Terpilih 2

Ruang terpilih 2 pada desain outlet kerajinan kulit Intako adalah area mini galeri dan *photo booth*. Area mini galeri merupakan area tambahan yang belum ada pada eksisting. Tujuan adanya mini galeri adalah untuk mengedukasi pengunjung yang datang pada outlet Intako mengenai sejarah outlet Intako, proses pembuatan tas, jenis – jenis kulit yang digunakan sebagai bahan utama pembuatan tas, serta perkembangan bentuk serta model tas dari beberapa tahun.



Area *photo booth* dipilih untuk dapat menarik pengunjung. Banyaknya fasilitas media sosial yang membagikan informasi dalam bentuk foto dapat digunakan sebagai sarana promosi yang mudah dan murah. Dengan banyaknya pengunjung yang membagikan foto pada area *photo booth* yang ada pada outlet Intako dapat memperkenalkan Intako kepada masyarakat secara tidak langsung. Hal ini diharapkan dapat meningkatkan jumlah pengunjung dan penjualan pada outlet Intako. Berikut merupakan layout mini galeri dan *photo booth* pada outlet Intako.



Gambar 5.10 Layout mini galeri

Sumber : Frizca Ayu Agustin (2018)

Area mini galeri dilengkapi dengan fasilitas TV sebagai media penyampaian informasi proses pembuatan tas kulit dan juga koper. Media yang digunakan untuk mendisplay berbagai jenis kulit adalah besi hollow. Kulit akan disampirkan pada besi hollow dan untuk mengamankan agar kulit tidak terjatuh maka ujung kulit akan dijahit pada bagian tengah kulit dengan ukuran sesuai besi hollow. Informasi mengenai jenis kulit ini juga disertai bagaimana cara merawat produk kulit serta beberapa informasi mengenai jenis kulit yang sering digunakan sebagai material utama pembuatan tas.



Berikut merupakan daftar benda yang didisplay pada area mini galeri yang terdiri dari beberapa jenis kulit, bentuk tas populer pada beberapa masa, sejarah mengenai outlet Intako. Data mengenai jenis – jenis kulit diambil dari <http://aesthetics.twoh.co/2017/02/28/mengenal-macam-macam-jenis-leather-bahan-kulit/> dan <http://www.ethnicaleather.com/jenis-kulit-untuk-pembuatan-tas/> :

Tabel 5.2 Daftar Benda Yang Di Display Pada Mini Galeri

Gambar	Nama Barang	Keterangan Barang
	Full Grain Leather	<i>Full grain leather</i> berasal dari lapisan atas kulit yang masih mempunyai teksture (<i>grain</i>) yang terlihat jelas. Permukaan alami dari <i>full grain leather</i> akan menjadi mengkilap dan indah seiring dengan waktu. <i>Full grain leather</i> mempunyai kekuatan serat dan ketahanan yang paling baik. <i>Full grain leather</i> adalah bahan kulit terbaik dengan harga yang sangat mahal.
	Top Grain Leather	<i>Top grain leather</i> berasal dari bagian atas <i>full grain leather</i> yang dipisahkan dan kemudian dipolish / dilembutkan dan disempurnakan. tekstur kulit buatan akan ditempelkan pada permukaan <i>top grain leather</i> , tidak jarang juga kemudian akan diwarnai. <i>Top grain leather</i> tidak bertambah indah seiring dengan waktu dan penggunaan. <i>Top grain leather</i> sering disebut " <i>fine leather goods</i> ".
	Genuine Leather	<i>Genuine leather</i> diproduksi dari lapisan kulit yang tersisa dari proses pembuatan <i>top</i> dan <i>full grain leather</i> . permukaan <i>Genuine leather</i> difinishing ulang (disemprot oleh cat) agar terkesan berkualitas. <i>Genuine leather</i> umumnya memiliki harga yang murah.
	Bonded Leather	<i>Bonded leather</i> adalah bahan kulit yang berkualitas paling rendah. Dibuat dari sisa-sisa fragment kulit yang tidak dipakai lagi, yang kemudian dijadikan satu menggunakan lem. <i>Bonded leather</i> kualitasnya tidak bagus dan cepat rusak.



Gambar	Nama Barang	Keterangan Barang
	Faux / Synthetic Leather	Faux / Synthetic Leather bukan kulit asli, tetapi diproduksi dari bahan buatan. Keuntungan dari faux antara lain murah, tahan lama, perawatan mudah, memiliki bermacam - macam tekstur mirip kulit. Kelemahan faux antara lain tidak indah seiring waktu, mudah sobek dan kaku.
	Kulit Pull-up	Jenis kulit <i>Pull-Up (Pull-Up Leather)</i> merupakan kulit yang diperoleh dari proses penarikan pada kulit sapi atau jenis kulit lain yang menjadikan kulit lebih lentur. Pada jenis kulit pull-up, kulit yang telah selesai di proses menjadi finish leather kemudian ditarik melar sehingga didapatkan kulit yang lebih tipis. Ciri khas pada kulit jenis ini adalah warna yang terkesan sedikit memudar, hal ini justru memunculkan keunikan tersendiri.
	Kulit Suede	Kulit <i>suede</i> adalah kulit yang diproses dengan cara terbalik. Diproses dengan disamak mulai dari bagian dalam kulit terlebih dahulu. Kulit suede juga memiliki tekstur yang sangat lembut sehingga membuat pemakainya merasa nyaman. Permukaan yang unik juga membutuhkan tingkat perawatan yang lebih rumit.
	Buck/ Nubuck	Kulit <i>buck</i> terlihat serupa dengan kulit <i>suede</i> , namun berbeda pada proses pembuatannya. Kulit ini diproses dari kulit bagian luar, kemudian permukaan tersebut dihaluskan dengan menggunakan permukaan yang lebih kasar. Hasil akhir kulit juga sangat halus permukaannya. Kulit jenis ini memiliki harga yang cenderung lebih mahal, karena tingkat kehalusan permukaan dan pemrosesan yang membutuhkan waktu lebih lama dan alat proses yang lebih kompleks.
	Kulit Brush Off / Patent Leather	Kulit <i>brush off</i> memiliki kulit permukaan halus dan lebih mengkilap. Kelebihan dari kulit ini adalah sangat mudah dibersihkan. Kulit ini dilapisi dengan bahan bersifat protektif seperti <i>acrylic</i> yang membuat kulit ini lebih mengkilap, licin dan bewarna terang. Kulit ini sering digunakan untuk pembuatan sepatu formal.

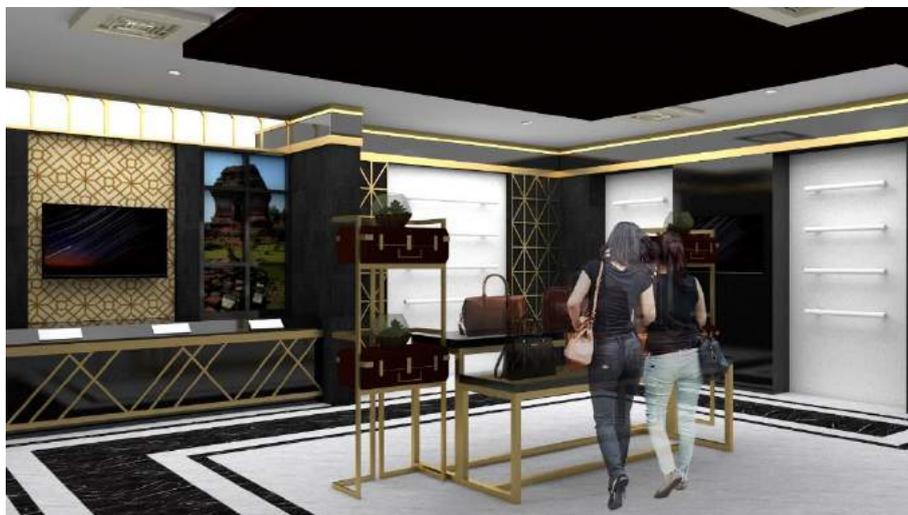


Gambar	Nama Barang	Keterangan Barang
	Kulit chrome	Kulit <i>chrome</i> adalah kulit hasil pengolahan dengan menggunakan bahan kimia <i>chrome</i> . Hal ini dapat mengakibatkan alergi pada beberapa orang. Proses awal pembuatan kulit <i>chrome</i> sama dengan proses pembuatan kulit nabati dengan tingkat kelembutan yang lebih baik. Kemudian diberikan finishing pigmen warna.
	Kulit nabati	Kulit nabati biasanya kaku dan tebal, sering digunakan dalam pembuatan tas atau sepatu dengan harga yang lebih terjangkau. Kulit nabati juga sering digunakan sebagai dasar untuk proses finishing yang lain, hal ini dilakukan untuk mendapatkan kualitas kulit yang lebih lembut, lebih kuat dan lebih tahan lama. Jenis finishing lain yang sering menggunakan bahan nabati antara lain <i>chrome</i> dan <i>pull up</i> .
	Tas Kulit Asli	Tas kulit asli yang di display pada mini galeri merupakan tas kulit yang dibuat menggunakan beberapa jenis kulit asli yang digunakan pengerajin di Tanggulangin, misalnya jenis kulit jenis genuine leather, bonded leather, pull up, suede dan <i>chrome</i> . Mini galeri menampilkan 5 jenis tas kulit asli.
	Tas Kulit Imitasi	Tas kulit imitasi yang di display pada galeri menggunakan bahan kulit imitasi. Dimana kulit Imitasi memiliki bermacam – macam tekstur yang mirip dengan kulit asli. Mini galeri menampilkan 10 jenis tas kulit asli.
	Sejarah Intako	Sejarah Intako antara lain membahas mengenai awal berdirinya Intako, profil penggagas koperasi Intako hingga prestasi yang pernah di peroleh oleh outlet dan koperasi Intako. disediakan hingga 11 pigora untuk mendisplay artikel mengenai sejarah Inako.

Data diatas merupakan daftar barang yang di display pada area mini galeri. Tujuan dari display tersebut adalah untuk mengedukasi pengunjung sehingga pengunjung dapat mengetahui jenis dan kualitas produk kulit, dapat membedakan jenis kulit asli dan imitasi, serta dapat mengetahui proses pembuatan tas kulit.



Area *photo booth* mengambil objek utama berupa tas raksasa yang merupakan ikon dari outlet Intako. Untuk menjadikan area *photo booth* lebih menarik, dibuat konsep desain yang identik dengan koper, sehingga digunakan konsep traveling. Untuk menjadikan koper Intako tetap menjadi *point* utama pada area *photo booth* desain latar dibuat monokrom. Elemen estetis yang digunakan pada area sekitar koper dibuat sama, sehingga dipilih lampu jalan dengan tinggi yang berbeda – beda untuk menghilangkan kesan monoton pada area *photo booth*. Berikut merupakan gambar 3D area mini galeri dan *photo booth*.



Gambar 5.11 View1 Mini Galeri

Sumber : Frizca Ayu Agustin (2018)



Gambar 5.12 View 2 *Photo Booth*

Sumber : Frizca Ayu Agustin (2018)



keluar, hal ini ditujukan agar dapat menampung banyak pengunjung. Berikut merupakan gambar 3D dari kantin Intako.



Gambar 5.14 View 1 Kantin Intako

Sumber : Frizca Ayu Agustin (2018)



Gambar 5.15 View 2 Kantin Intako

Sumber : Frizca Ayu Agustin (2018)

Penerapan konsep luxury yang dipadukan dengan karakter pengguna kulit terletak pada bentuk serta motif pada furnitur dan dinding. Konsep luxury – Fashionable diterapkan pada furnitur meja bar yang menggunakan motif bunga tebu. Konsep luxury – glamor diterapkan pada motif dinding yang menggunakan warna emas. Serta konsep luxury – karakter yang kuat di terapkan pada bentuk – bentuk furnitur dan elemen estetis dari area kantin yang memiliki bentuk simetris.



BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Dari hasil perancangan desain interior outlet kerajinan kulit Intako dapat diambil beberapa kesimpulan, antara lain :

1. Berdasarkan hasil analisa mengenai target pasar outlet Intako yang merupakan masyarakat kelas menengah hingga atas. Konsep yang sesuai untuk kelas masyarakat tersebut sehingga mampu untuk meningkatkan penjualan pada outlet adalah konsep *luxury*.
2. Untuk meningkatkan jumlah penjualan pada outlet Intako dibutuhkan media pengenalan dan branding pada outlet Intako. Branding outlet Intako dapat dilakukan dengan membuat sesuatu desain yang menjadi ciri khas dari outlet Intako. Maka dari itu desain outlet dengan memadukan konsep *luxury* dengan karakter pengguna produk kulit dapat digunakan sebagai konsep branding Intako.
3. Fasilitas *photo booth* yang di desain dengan konsep *luxury* dengan perpaduan karakter pengguna kulit yang fashionable dapat digunakan pengunjung untuk mengabadikan dan membagikan momen saat berada di outlet Intako. Fasilitas ini juga dapat digunakan sebagai sarana promosi melalui media sosial.
4. Konsep *luxury* yang diterapkan pada fasilitas pendukung pada outlet Intako seperti kantin, musholla dan kamar mandi dapat meningkatkan kenyamanan pengunjung dalam berbelanja.

6.2 Saran

Untuk pengoptimalan desain, pihak Intako dapat meningkatkan pelayanan dengan beberapa fasilitas tambahan seperti katalog yang dapat di akses melalui *smart phone*. Sehingga pembeli lebih mengerti jenis produk serta kualitas produk yang dijual pada outlet Intako.



(Halaman ini sengaja dikosongkan)

LAMPIRAN

HASIL WAWANCARA

Narasumber : Pengurus koperasi Intako

1. Jenis tas apa saja yang dijual di outlet Intako?

Jawaban :

Jenis tas yang dijual di Intako paling banyak adalah jenis tas wanita, tas selempang, tas laptop, tas koper, tas sekolah juga tas yang diikat pada pinggang.

2. Apakah produk yang dijual di outlet Intako hanya dari satu brand?

Jawaban :

Tidak, Intako kan mengambil tas dari anggota – anggota koperasi Intako. Jadi tas yang dijual di Intako tidak dari satu brand yang sama.

3. Berapa jumlah produk yang di ambil outlet Intako dari para pengerajin?

Jawaban :

Karena gudang milik Intako ukurannya terbatas dan tidak memungkinkan untuk mengambil semua produk yang di produksi oleh semua pengerajin anggota koperasi. Jadi biasanya hanya mengambil 10 buah dari masing – masing pengerajin.

4. Produk apa yang sangat diminati oleh pengunjung di outlet Intako?

Jawaban :

Produk yang sangat diminati adalah tas wanita.

5. Apa saja fungsi dari bangunan yang saat ini digunakan sebagai outlet Intako?

Jawaban :

Fungsi bangunan ini di lantai satu digunakan seluruhnya untuk outlet, tetapi ada juga beberapa ruang kantor yang ada di lantai satu, seperti kantor pembelian, kantor administrasi dan kantor pemasaran. Lantai dua digunakan sebagai kantor pengurus koperasi Intako, ruang aula untuk workshop dan juga rapat serta ruang kosong yang rencananya akan dijadikan museum tas. Lantai tiga digunakan sebagai gudang barang.

6. Berdasarkan artikel yang pernah saya baca, Intako pernah membuat program ‘one product, one person’ apakah program tersebut masih berjalan?

Jawaban :

Iya, dulu pernah melakukan program itu untuk promosi, tapi sekarang sudah tidak digencarkan lagi. Tetapi kalau ada pelanggan yang ingin desain khusus bisa langsung menemui pengerajinnya.

7. Bagaimana penjualan produk di Intako beberapa bulan terakhir?

Jawaban :

Untuk penjualan beberapa bulan terakhir cukup meningkat. Tapi masih jauh berbeda dengan dulu. Karena sekarang Intako dan pemda Sidoarjo sudah mulai bekerja sama jadi kalau ada bazar dan semacamnya Intako sering ikut promosi.

8. Apakah pengunjung Intako tertarik dan sering berfoto dengan tas koper besar yang di display pada area bagian depan toko?

Jawaban :

Iya, sering pengunjung yang datang berfoto di tas situ. Kan tas itu dulu di buat untuk memecahkan rekor muri juga untuk mempromosikan Intako.

Narasumber : Pengerajin kerajinan tas

1. Apakah bapak menjual semua produk bapak kepada koperasi Intako?

Jawaban :

Tidak, hanya sebagian yang dijual di Intako. Selebihnya dijual ke luar kota juga luar pulau.

2. Dari mana bapak mendapat bahan kulit untuk memproduksi tas kulit?

Jawaban :

Kalau dapat bahan kulitnya ada pemasok dari luar kota.

3. Bagaimana cara/proses pembuatan tas kulit?

Jawaban :

Untuk proses pembuatan tas sendiri kami sudah punya mal, nah itu kuitnya hanya tinggal di potong sesuai pola, lalu di jahit. Mesin jahit yang digunakan

beda dengan yang untuk menjahit baju karena kan kita bahannya kulit jadi lebih tebal. Nah bagian dalamnya juga jangan lupa diberikan pelapis menggunakan kain. Seperti itu lalu untuk hiasannya ada yang di tempel tergantung desain tasnya. Beda lagi mungkin kalau pembuatan tas koper.

4. Apa yang bapak lakukan dengan limbah sisa dari pembuatan tas kulit?

Jawaban :

Untuk limbah kalau ukurannya masih cukup besar akan dijadikan sebagai gantungan kunci. Tapi kalau benar – benar kecil dan tidak bisa kami olah lagi ada pengempul yang setiap seminggu sekali membeli. Jadi kalau limbah kulit sebenarnya jarang.

5. Kemana saja bapak menjual produk tas kulit bapak?

Jawaban :

Ada yang di jual di koperasi Intako, ada yang di Surabaya. Tergantung permintaan.

Narasumber : Pekerja yang bekerja di outlet koperasi Intako

1. Produk apa yang sangat diminati ole pengunjung Intako?

Jawaban :

Produk yang paling diminati tas wanita lalu sepatu.

2. Bagaimana penjualan produk di Intako beberapa bulan terakhir?

Jawaban :

Penjualannya cukup banyak di banding beberapa bulan sebelumnya. Tapi ya tidak terlalu ramai.

3. Menurut anda apa yang harus diperbaiki dari interior outlet Intako?

Jawaban :

Yang harus diperbaiki mungkin cara meletakkan sepatu, tas, kan raknya bentuknya biasa saja. Mungkin di buat lebih bagus tokonya.

4. Bagaimana urutan pembelian barang dari pengerajin hingga ke tangan konsumen?

Jawaban :

Pengerajin menjual ke kita nanti masuk ke kantor pembelian, disitu nanti barangnya di sortir. Lalu beberapa barang di pajang di depan beberapa disimpan di gudang. Karena tidak cukup kalau di dipajang semua. Pembeli ya nanti kami beri nota lalu nota harus diberikan ke kasir dan ambil barangnya di kasir.

5. Berapa jumlah stok barang yang tersedia di tempat penyimpanan Intako?

Jawaban :

Kami kurang tau jumlah pastinya. Tapi kalo model barang yang sama mungkin ada sekitar 5 – 10 barang yang sama.

6. Bagaimana cara menjaga agar produk tidak rusak selama masa penyimpanan?

Jawaban :

Biar tidak gampang rusak mungkin hanya dilindungi dengan plastik. Lalu di simpan di gudang.

Kuesioner

1. Jenis kelamin
 - a. Pria
 - b. Wanita
2. Apakah anda tertarik dengan produk kulit seperti tas, jaket, sepatu dan sebagainya?
 - a. Ya
 - b. Tidak
3. Apa kesan yang anda dapat terhadap pengguna produk kerajinan kulit seperti gambar di bawah ini?



Gambar 3.3.3.1 Pengguna produk kulit

Sumber :Google

- a. Kuno
 - b. Karakter yang kuat
 - c. Elegant
 - d. Fashionable
4. Produk kerajinan kulit apa yang akan anda beli jika berada di outlet kerajinan kulit?
 - a. Tas
 - b. Jaket
 - c. Sepatu
 - d. Koper
 - e. Aksesoris (sabuk, topi, tas pinggang, dompet, gantungan kunci dll)
 5. Apakah anda berpikir bahwa produk yang dijual pada toko dengan desain yang bagus adalah produk yang mahal?
 - a. Ya
 - b. Tidak

6. Apa yang membuat anda tertarik untuk masuk ke dalam toko?
 - a. Diskon
 - b. Display / Window Shopping yang menarik
 - c. Ukuran toko yang besar / Luas
 - d. Brand terkenal
7. Apa yang membuat anda nyaman berbelanja di toko?
 - a. Desain Interior yang bagus dan menarik
 - b. Fasilitas penunjang pada toko lengkap misalkan : toilet, musholla, kafe dll
 - c. Mudah menemukan barang yang diinginkan
8. Apa yang membuat anda malas untuk berbelanja di suatu toko?
 - a. Tempat parkir terbatas
 - b. Bangunan dan Interior toko jelek
 - c. Bukan brand terkenal / disukai
9. Bagaimana display yang menarik menurut anda?

a. Opsi 1



b. Opsi 2



c. Opsi 3



d. Opsi 4



e. Opsi 5



10. Apakah anda tertarik untuk melihat aktifitas pengerajin kulit pada saat membuat produk kerajinan kulit?

- a. Ya
- b. Tidak



Gambar 3.3.3.2 Tampak depan outlet Intako

Sumber :Google

11. Intako merupakan koperasi yang mewadahi pengerajin kulit di Tanggulangin. Intako memiliki outlet yang berada di Jl. Utama Kendensari no 27.

Apakah anda pernah mengunjungi Intako?

- a. Ya
- b. Tidak



Gambar 3.3.3.3 Interior outlet Intako

Sumber : Dokumentasi penulis

12. Menurut anda bagaimana interior Intako?

- a. Sangat baik
- b. Baik
- c. Cukup Baik
- d. Kurang

13. Apa anda memiliki saran untuk mengembangkan Intako di masa yang akan datang?

.....
.....



Perspektif 1 Ruang Display Tas



Perspektif 2 Ruang Display Tas



Perspektif 3 Ruang Display Tas



Perspektif 1 Ruang Mini Galeri



Perspektif 2 Ruang Mini Galeri



Perspektif 3 Ruang Mini Galeri



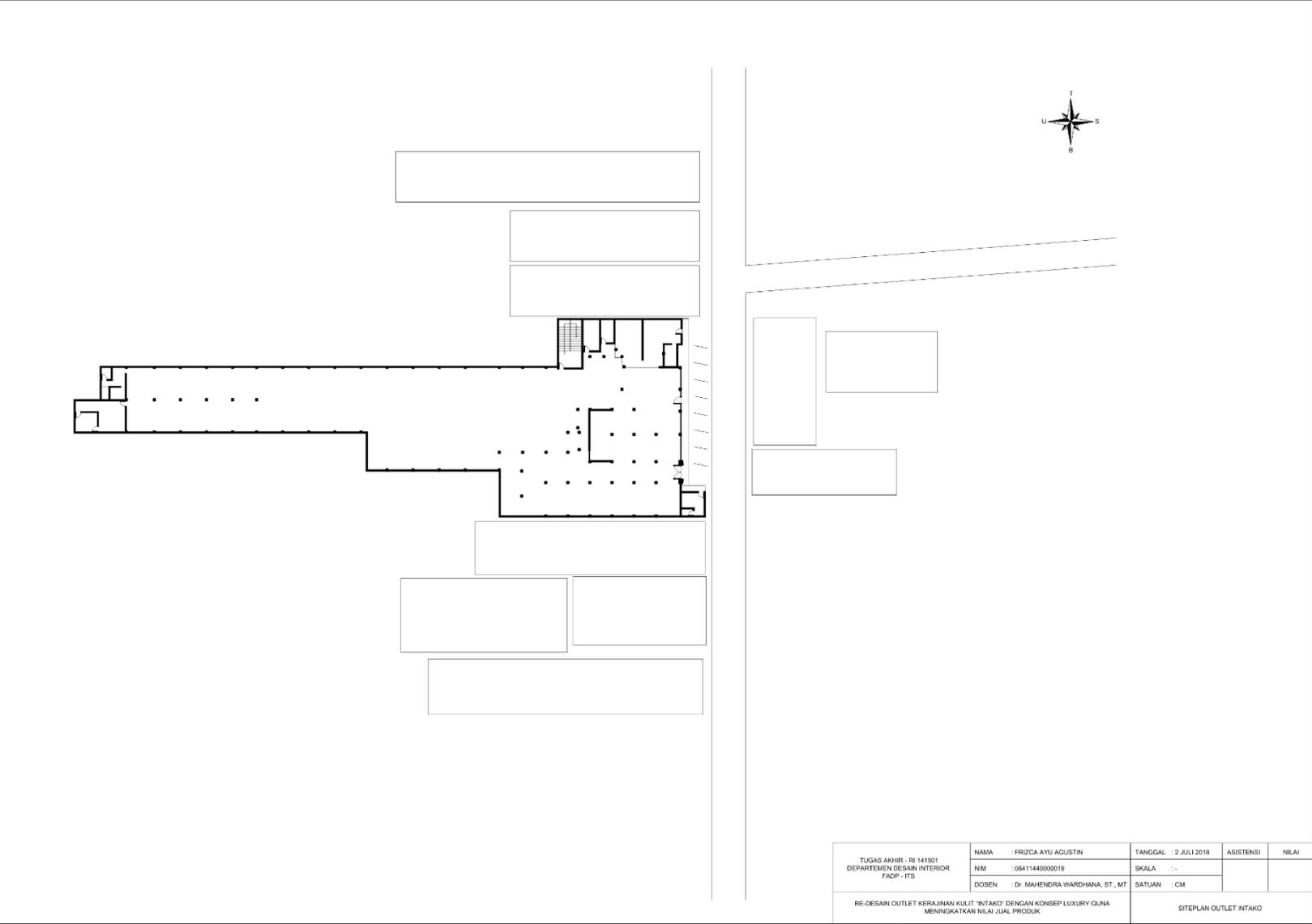
Perspektif 1 Ruang Kantin



Perspektif 2 Ruang Kantin

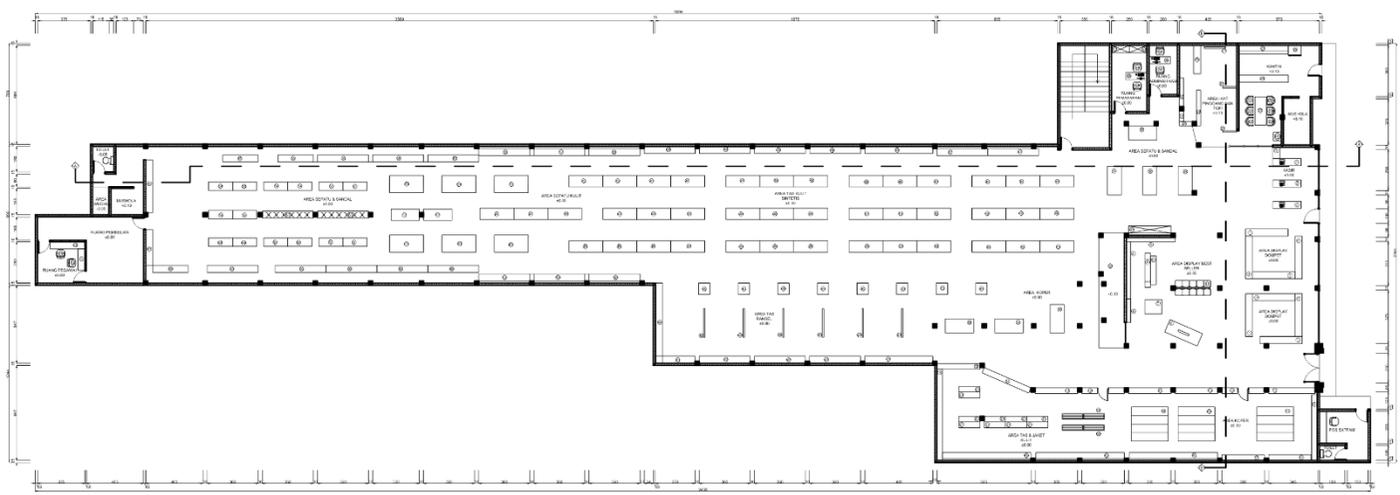


Perspektif 3 Ruang Kantin



TUGAS AKHIR - RI 141901 DEPARTEMEN DESAIN INTERIOR FADP - ITS	NAMA : FRIZCA AYU AGUSTIN	TANGGAL : 2 JULI 2018	ASISTENSI	NILAI
	NIM : 08411440000019	SKALA : -		
	DOSEN : Dr. MAHENDRA WARDHANA, ST., MT	SATUAN : CM		
RE-DESAIN OUTLET KERAJINAN KULIT 'NTAKO' DENGAN KONSEP LUXURY GUNA MENINGKATKAN NILAI JUAL PRODUK			SITEPLAN OUTLET NTAKO	

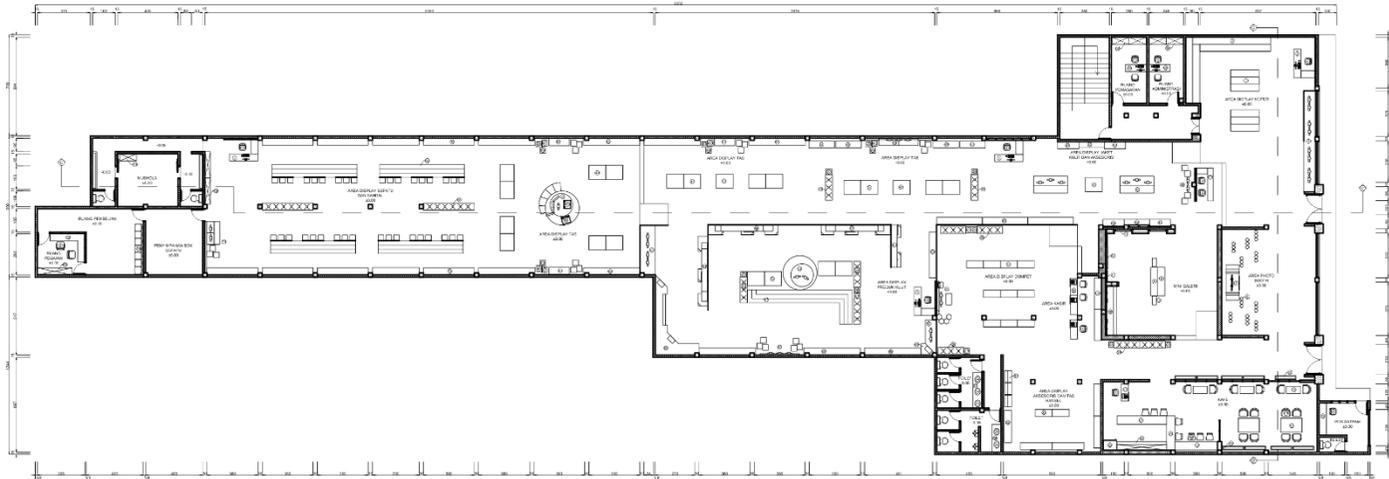
Siteplan Eksisting



KETERANGAN			
AREA DISPLAY DAN AREA KASIR 1. KONTER DISPLAY UK. 300 X 50 X 100 2. MEJA KASIR UK. 300 X 80 X 80 3. STORAGE UK. 80 X 80 X 80 AREA BESI BELER 4. RAK UK. 400 X 50 X 5 5. RAK UK. 300 X 50 X 5 6. RAK UK. 100 X 20 X 5 7. DISPLAY KOPOR UK. 120 X 120 X 30 8. KOPER UK. 240 X 50 X 175 9. MEJA DISPLAY UK. 300 X 40 X 100 10. MEJA DISPLAY UK. 200 X 40 X 80 11. KURSI TUNGGU UK. 100 X 200 X 80 AREA KOPOR 12. LEMARI DISPLAY UK. 300 X 40 X 210 13. LEMARI DISPLAY UK. 300 X 40 X 210 14. LEMARI DISPLAY UK. 300 X 40 X 210 15. LEMARI DISPLAY UK. 300 X 40 X 210 16. LEMARI DISPLAY UK. 300 X 40 X 210 17. LEMARI DISPLAY UK. 300 X 40 X 210 18. LEMARI DISPLAY UK. 300 X 40 X 210 19. DISPLAY KOPOR UK. 240 X 240 X 20 20. RAK GANTUNG UK. 300 X 40 X 120 21. RAK DISPLAY UK. 100 X 40 X 210	AREA KUNCI 22. KESIMPANAN UK. 60 X 60 X 80 23. MEJA KUNCI UK. 200 X 80 X 100 24. MEJA UK. 300 X 50 X 100 25. KOTAK BILAU UK. 200 X 50 X 210 AREA TAS KULIT 26. LEMARI UK. 317 X 77 X 100 27. DISPLAY RAK PRODUK UK. 100 X 30 X 100 28. KONTROLER DISPLAY UK. 200 X 30 X 100 29. KONTROLER DISPLAY UK. 200 X 30 X 100 30. KONTROLER DISPLAY UK. 200 X 30 X 100 31. KONTROLER DISPLAY UK. 72 X 30 X 100 32. KONTROLER DISPLAY UK. 200 X 30 X 100 KANTOR ADMINISTRASI DAN PEMASARAN 33. SNR. REVISI UK. 20 X 50 X 210 34. KURSI UK. 100 X 40 X 80 35. MEJA KUNCI UK. 100 X 50 X 80 AREA SEPATU DAN SANDAL 36. KEMAHUKAN UK. 100 X 200 X 80 37. LEMARI DISPLAY UK. 300 X 40 X 210 38. KEMAHUKAN UK. 200 X 100 X 80 39. LEMARI DISPLAY UK. 300 X 40 X 210 AREA KOPOR 40. DISPLAY KOPOR UK. 240 X 100 X 10 41. DISPLAY KOPOR UK. 240 X 100 X 10	AREA BANGSEL 42. RAK GANTUNG UK. 200 X 10 X 150 43. LEMARI DISPLAY UK. 300 X 50 X 210 44. LEMARI DISPLAY UK. 300 X 50 X 210 45. LEMARI DISPLAY UK. 300 X 50 X 210 46. LEMARI DISPLAY UK. 300 X 50 X 210 47. LEMARI DISPLAY UK. 300 X 50 X 210 48. RAK DISPLAY UK. 340 X 50 X 100 49. RAK DISPLAY UK. 340 X 50 X 100 50. RAK DISPLAY UK. 340 X 50 X 100 51. RAK DISPLAY UK. 340 X 50 X 100 52. RAK DISPLAY UK. 340 X 50 X 100 53. RAK DISPLAY UK. 340 X 50 X 100 54. RAK DISPLAY UK. 340 X 50 X 100 55. RAK DISPLAY UK. 340 X 50 X 100 56. RAK DISPLAY UK. 340 X 50 X 100 57. RAK DISPLAY UK. 340 X 50 X 100 58. RAK DISPLAY UK. 340 X 50 X 100 59. RAK DISPLAY UK. 340 X 50 X 100 60. RAK DISPLAY UK. 340 X 50 X 100 61. RAK DISPLAY UK. 340 X 50 X 100 62. RAK DISPLAY UK. 340 X 50 X 100 63. RAK DISPLAY UK. 340 X 50 X 100 64. RAK DISPLAY UK. 340 X 50 X 100 65. RAK DISPLAY UK. 340 X 50 X 100 66. RAK DISPLAY UK. 340 X 50 X 100 67. RAK DISPLAY UK. 340 X 50 X 100 68. RAK DISPLAY UK. 340 X 50 X 100 69. RAK DISPLAY UK. 340 X 50 X 100 70. RAK DISPLAY UK. 340 X 50 X 100 71. RAK DISPLAY UK. 340 X 50 X 100 72. RAK DISPLAY UK. 340 X 50 X 100 73. RAK DISPLAY UK. 340 X 50 X 100 74. RAK DISPLAY UK. 340 X 50 X 100 75. RAK DISPLAY UK. 340 X 50 X 100 76. RAK DISPLAY UK. 340 X 50 X 100 77. RAK DISPLAY UK. 340 X 50 X 100 78. RAK DISPLAY UK. 340 X 50 X 100 79. RAK DISPLAY UK. 340 X 50 X 100 80. RAK DISPLAY UK. 340 X 50 X 100 81. RAK DISPLAY UK. 340 X 50 X 100 82. RAK DISPLAY UK. 340 X 50 X 100 83. RAK DISPLAY UK. 340 X 50 X 100 84. RAK DISPLAY UK. 340 X 50 X 100 85. RAK DISPLAY UK. 340 X 50 X 100 86. RAK DISPLAY UK. 340 X 50 X 100 87. RAK DISPLAY UK. 340 X 50 X 100 88. RAK DISPLAY UK. 340 X 50 X 100 89. RAK DISPLAY UK. 340 X 50 X 100 90. RAK DISPLAY UK. 340 X 50 X 100 91. RAK DISPLAY UK. 340 X 50 X 100 92. RAK DISPLAY UK. 340 X 50 X 100 93. RAK DISPLAY UK. 340 X 50 X 100 94. RAK DISPLAY UK. 340 X 50 X 100 95. RAK DISPLAY UK. 340 X 50 X 100 96. RAK DISPLAY UK. 340 X 50 X 100 97. RAK DISPLAY UK. 340 X 50 X 100 98. RAK DISPLAY UK. 340 X 50 X 100 99. RAK DISPLAY UK. 340 X 50 X 100 100. RAK DISPLAY UK. 340 X 50 X 100	RUANG PERVELAN 57. MEJA UK. 100 X 60 X 80 58. MEJA UK. 100 X 60 X 80 59. KURSI UK. 60 X 60 X 80

TUGAS AKHIR - RI 141801 DEPARTEMEN DESAIN INTERIOR FADP - ITS	NAMA : FRIZCA AYU AGUSTIN	TANGGAL : 2 JULI 2018	ASISTENSI	NILAI
	NIM : 0641144000019	SKALA : 1 : 200		
	DOSEN : Dr. MAHENDRA WARDHANA, ST., MT	SATUAN : CM		
RE-DESAIN OUTLET KERAJINAN KULIT 'INTAKO' DENGAN KONSEP LUXURY GUNA MENINGKATKAN NILAI JUAL PRODUK		DENAH FURNITUR EKSTING INTAKO		

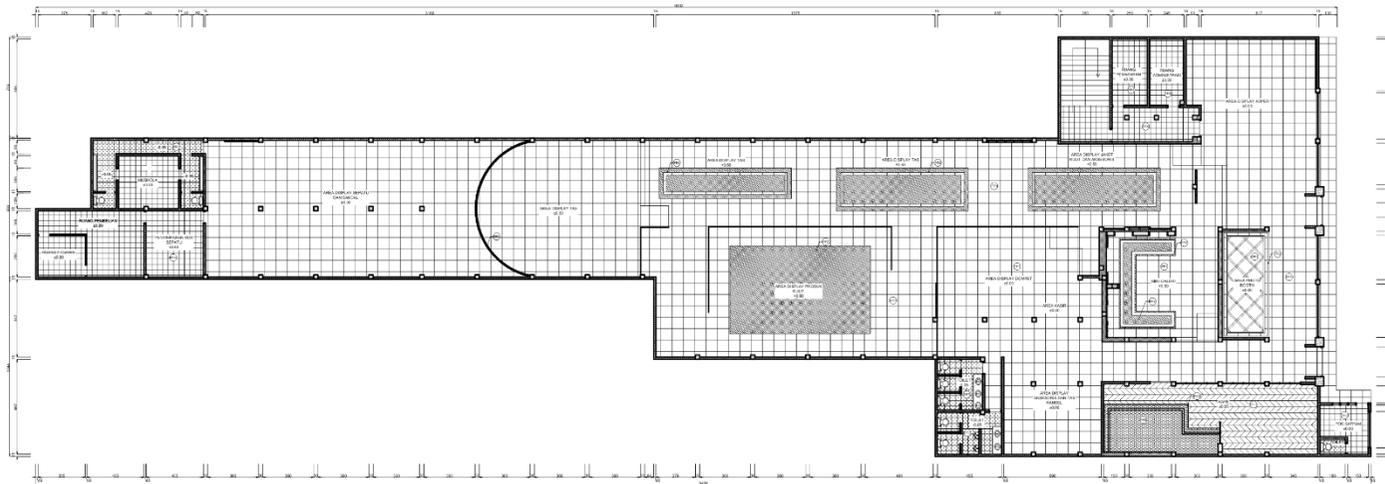
Denah Eksisting



KETERANGAN:			
1. AREA DISPLAY D'OMPET DAN KAT' PINGGANG	17. KURSI MAKAN UK. 52 X 60 X 45	33. MONTER DISPLAY UK. 120 X 50 X 80	47. MEJA DISPLAY UK. 40 X 40 X 80
2. DISPLAY KOPER UK. 150 X 200 X 40	18. STOOL UK. 50 X 50 X 100	34. AREA DISPLAY D'OMPET	48. MEJA DISPLAY UK. 40 X 40 X 95
3. MEJA BAR UK. 465 X 600 X 60	19. MEJA BAR UK. 300 X 60 X 120	35. AREA DISPLAY D'OMPET	49. MEJA DISPLAY UK. 40 X 40 X 75
4. MEJA KASIR UK. 250 X 150 X 100	20. MEJA BAR UK. 240 X 60 X 120	36. DISPLAY AREA UK. 300 X 120 X 316	50. MEJA DISPLAY UK. 144 X 60 X 200
5. KURSI KERJA UK. 48 X 48 X 80	21. MEJA BAR UK. 350 X 60 X 120	37. MEJA KASIR UK. 150 X 50 X 100	51. LEMARI DISPLAY UK. 300 X 50 X 276
6. WINDOWS SHOPPING UK. 111 X 80 X 30	22. MEJA KASIR UK. 100 X 50 X 100	38. STORAGE UK. 200 X 50 X 150	52. DISPLAY AREA UK. 200 X 200 X 316
7. AREA MINI GALERI DAN PHOTO BOOTH	23. LEMARI ES	39. TOILET	53. RAK DISPLAY UK. 300 X 50 X 200
8. LAMPU HIAS UK. 80 X 50 X 270	24. KITCHEN SET UK. 350 X 80 X 316	40. WARTAFEL UK. 250 X 60 X 80	54. LEMARI DISPLAY UK. 300 X 50 X 316
9. KOPER UK. 200 X 60 X 170	25. POT BUNGA UK. 150 X 27 X 110	41. WARTAFEL UK. 150 X 60 X 80	55. DISPLAY SEPATU UK. 80 X 50 X 75
10. MEJA DISPLAY UK. 200 X 50 X 85	26. REST AREA	42. AREA DISPLAY JAKET KULIT DAN AKSESORIS	56. DISPLAY SEPATU UK. 80 X 50 X 133
11. MEJA DISPLAY UK. 200 X 50 X 85	27. MEJA UK. 40 X 40 X 90	43. DISPLAY AREA UK. 272 X 60 X 180	72. AREA MUSHOLA
12. BINGKAI PLAT BESI UK. 80 X 15 X 200	28. SOFA UK. 190 X 50 X 45	44. DISPLAY JAKET KULIT UK. 120 X 240 X 180	73. STORAGE UK. 100 X 40 X 120
13. DISPLAY KULIT HOLLOW UK. 160, D. 3	29. KANTOR ADMINISTRASI DAN REVISI	45. MEJA DISPLAY UK. 120 X 100 X 60	74. STORAGE UK. 120 X 50 X 120
14. RAK HIAS UK. 20 X 60 X 150	30. RAK PENYIMPANAN UK. 120 X 50 X 210	46. MEJA DISPLAY UK. 160 X 40 X 70	75. RUANG PEMBELIAN
15. AREA KAFE	31. AREA DISPLAY AKSESORIS DAN TAS RANSEL	47. MEJA DISPLAY UK. 160 X 50 X 60	76. BANGRU TUNGGU UK. 80 X 50 X 60
16. MEJA MAKAN UK. 100 X 150 X 75	32. DISPLAY RANSEL UK. 225 X 50 X 210	48. RAK DISPLAY UK. 180 X 50 X 200	77. MEJA UK. 225 X 50 X 80
		49. RAK DISPLAY UK. 180 X 50 X 165	78. AREA POS SATPAM
		50. RAK DISPLAY UK. 139 X 40 X 100	79. MEJA UK. 225 X 50 X 80
			80. INFORMATION AREA
			81. MEJA INFORMASI UK. 120 X 230 X 100

TUGAS AKHIR - RI 141801 DEPARTEMEN DESAIN INTERIOR FADP - ITS	NAMA : FRIZCA AYU AGUSTIN	TANGGAL : 2 JULI 2018	ASISTENSI	NILAI
	NIM : 0841144000019	SKALA : 1 : 200		
	DOSEN : Dr. MAHENDRA WARDHANA, ST., MT	SATUAN : CM		
RE-DESAIN OUTLET KERAJINAN KULIT 'INTAKO' DENGAN KONSEP LUKURYU GUNA MENINGKATKAN NILAI JUAL PRODUK		DENAH TERPILIH KESELURUHAN		

Denah Terpilih

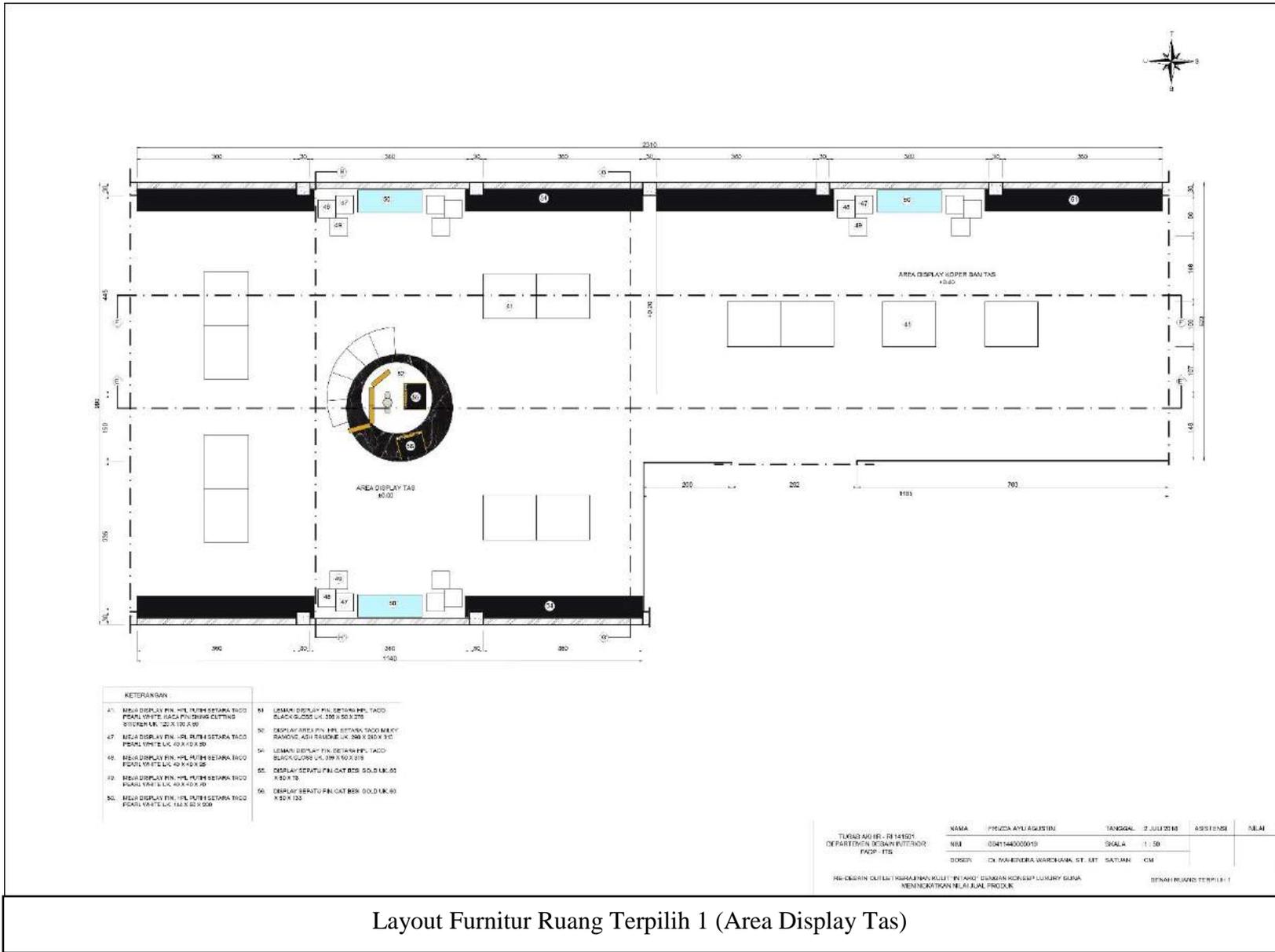


KETERANGAN :

FF1	CERAMIC TILE SETARA PLATINUM PLAZA GRAY UK. 80 X 80
FF2	CERAMIC TILE SETARA MILAN SORENTO BLACK UK. 40 X 40
FF3	VVNL PLANK SETARA GAMACHI LUXURY GMS2000 UK. 19,8 X 121,5
FF4	CERAMIC TILE SETARA MILAN COSMO GRANTIE UK. 40 X 40
FF5	CERAMIC TILE SETARA MILAN ALBY BONE UK. 40 X 40
FF6	VVNL SETARA KYKHOME FLOORING MARBLE HITAM UK. 35 X 35
FF7	CERAMIC TILE SETARA MILAN SORENTO BLACK UK. 40 X 40

TUGAS AKHIR - RI 141901 DEPARTEMEN DESAIN INTERIOR FADP - ITS	NAMA : FRIZCA AYU AGUSTIN	TANGGAL : 2 JULI 2018	ASISTENSI	NILAI
	NIM : 06411440000019	SKALA : 1 : 200		
	DOSEN : Dr. MAHENDRA WARDHANA, ST., MT	SATUAN : CM		
RE-DESAIN OUTLET KERAJINAN KULIT 'INTAKO' DENGAN KONSEP LUXURY GUNA MENINGKATKAN NILAI JUAL PRODUK			RENCANA LANTAI KESELURUHAN	

Rencana Lantai Denah Terpilih



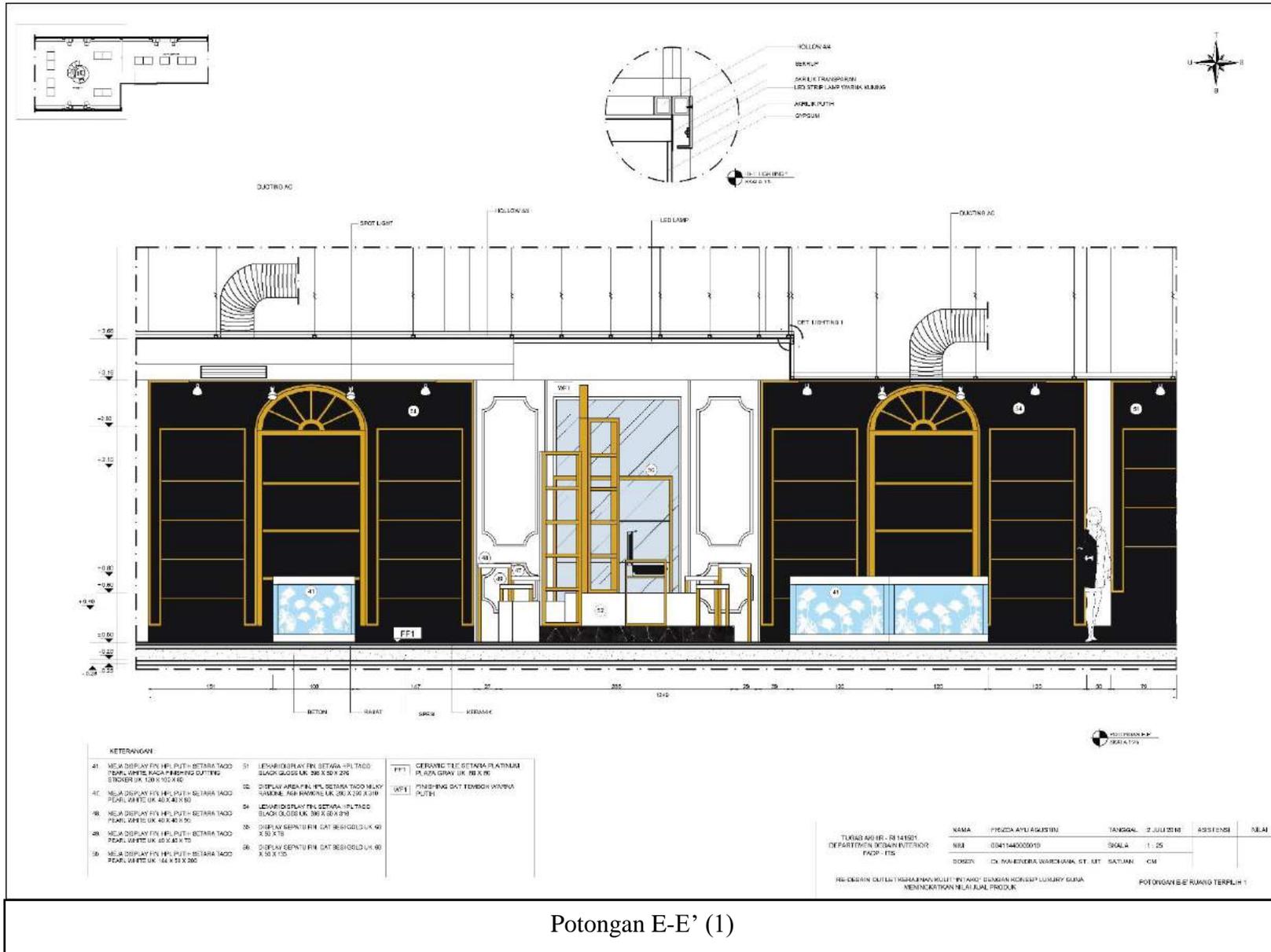
KETERANGAN

41. MEJA DISPLAY FIN. HPL PUTIH SETARA 1500 PISAL WHITE 1500 X 100 X 750 CUTTING STIKER UK. 20 X 100 X 90	51. LEMARI DISPLAY FIN. SETARA HPL TACD BLACK GLOSS UK. 390 X 180 X 210
47. MEJA DISPLAY FIN. HPL PUTIH SETARA TACO PEARL WHITE UK. 40 X 40 X 90	52. DISPLAY AREA FIN. HPL SETARA 100 MARY RAMOND ASH BALBOUE UK. 390 X 280 X 300
49. MEJA DISPLAY FIN. HPL PUTIH SETARA 1500 PISAL WHITE UK. 40 X 40 X 90	53. LEMARI DISPLAY FIN. SETARA HPL TACD BLACK GLOSS UK. 390 X 180 X 210
42. MEJA DISPLAY FIN. HPL PUTIH SETARA 1500 PISAL WHITE UK. 40 X 40 X 90	55. DISPLAY SEPATU PALCAT BSR GOLD UK. 80 X 80 X 110
50. MEJA DISPLAY FIN. HPL PUTIH SETARA 1500 PISAL WHITE UK. 140 X 80 X 90	56. DISPLAY SEPATU PALCAT BSR GOLD UK. 80 X 80 X 110

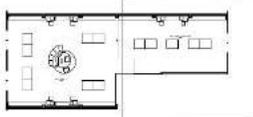
51. LEMARI DISPLAY FIN. SETARA HPL TACD BLACK GLOSS UK. 390 X 180 X 210
52. DISPLAY AREA FIN. HPL SETARA 100 MARY RAMOND ASH BALBOUE UK. 390 X 280 X 300
53. LEMARI DISPLAY FIN. SETARA HPL TACD BLACK GLOSS UK. 390 X 180 X 210
55. DISPLAY SEPATU PALCAT BSR GOLD UK. 80 X 80 X 110
56. DISPLAY SEPATU PALCAT BSR GOLD UK. 80 X 80 X 110

TUGAS 400 01 - R141911	NAMA	PRUZDA AYU AGUSTINA	TANGGAL	02 JULI 2018	ASISTENSI	NILAI
DEPARTEMEN DESAIN INTERIOR	NEK	004144000019	SKALA	1 : 50		
FACD - F16	DISEN	DR. RAHEEMERA WARDHANA, ST. IKT	SATUAN	KM		
REVISI: DITETAPKAN DAN KULIT PETA AND DISAHKAN KONSEP LUXURY GARA MENINGKATKAN NILAI JUAL PRODUK			DIPAH RUMAH TERPILIH 1			

Layout Furnitur Ruang Terpilih 1 (Area Display Tas)



Potongan E-E' (1)

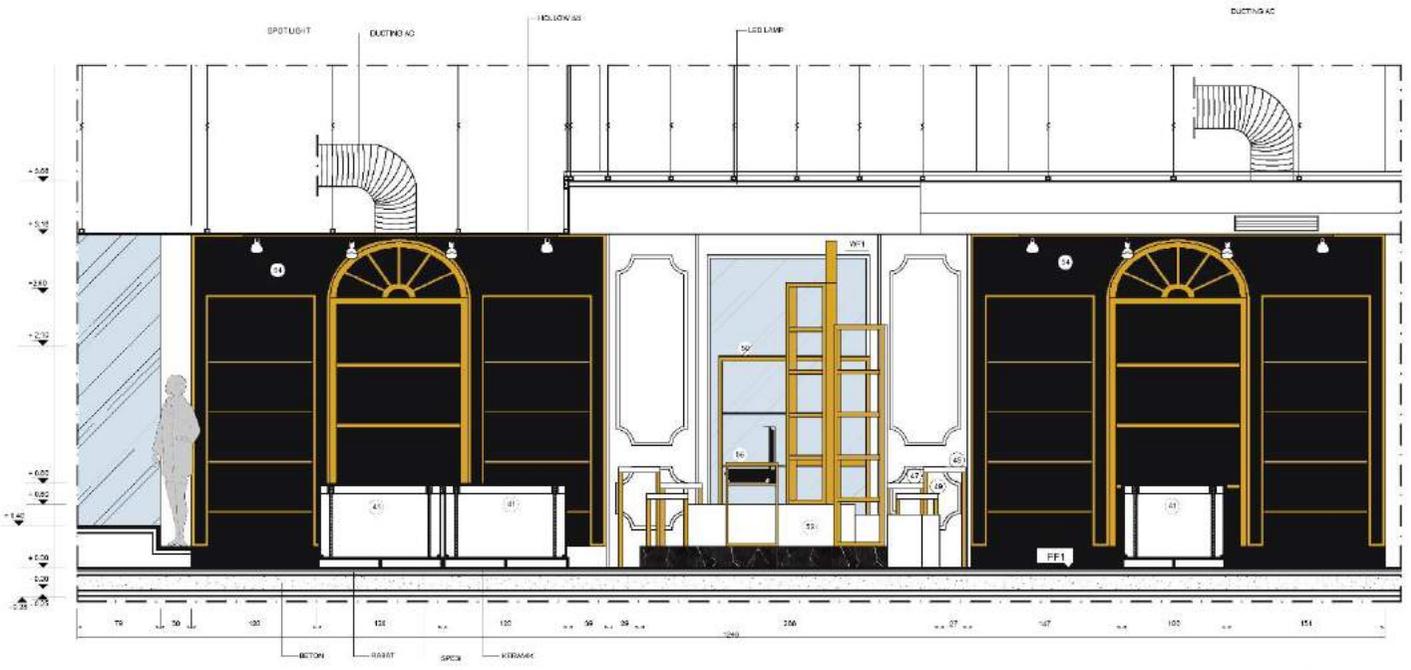
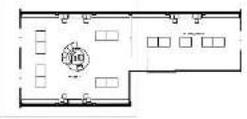


KETERANGAN

41. MEJA DISPLAY FV HPL PUTIH BETARA TAGO PEARL WHITE KACA MIRROR CUTTING STICKER UK. 100 X 100 X 60	51. LEMARI DISPLAY FV BETARA HPL TAGO BLACK GLOSS UK. 200 X 50 X 210	FF1. CERAMIC T.M.E. SETARA PLATINUM PLAZA GRAY UK. 60 X 60
42. MEJA DISPLAY FV HPL PUTIH BETARA TAGO PEARL WHITE UK. 40 X 40 X 60	52. DISPLAY AREA FV HPL BETARA TAGO MILKY VANILLA 700 HAWAII UK. 30 X 200 X 50	DF1. FINISHING CAT TENDOR WAWA PUTIH
43. MEJA DISPLAY FV HPL PUTIH BETARA TAGO PEARL WHITE UK. 40 X 40 X 50	53. LEMARI DISPLAY FV SETARA HPL TAGO BLACK GLOSS UK. 300 X 60 X 90	
44. MEJA DISPLAY FV HPL PUTIH BETARA TAGO PEARL WHITE UK. 60 X 40 X 70	54. DISPLAY GENTRI RUK DAT BEHIGOLD UK. 40 X 30 X 70	
45. MEJA DISPLAY FV HPL PUTIH BETARA TAGO PEARL WHITE UK. 44 X 50 X 200	55. DISPLAY GENTRI RUK DAT BEHIGOLD UK. 90 X 30 X 70	

TUGAS AKU (R) - R141901	NAMA	PRIZCA AYU AGUSTINA	TANGGAL	02 JULI 2018	ASISTENSI	NILAI
DEPARTEMEN DESAIN INTERIOR	NIM	0041140000019	SKALA	1 : 25		
FACD - 1716	DIREKSI	DR. MAHEMUDA WARDIYAMA, ST. UT	SATUAN	KM		
REKREASIKAN OUTLET INDRAMANAN KULTUR AND GEMANGKORSEK LUXURY GARA MENINGKATKAN NILAI JUAL PRODUK			POTONGAN E-E' RANGKO TERBUKA 1			

Potongan E-E' (2)

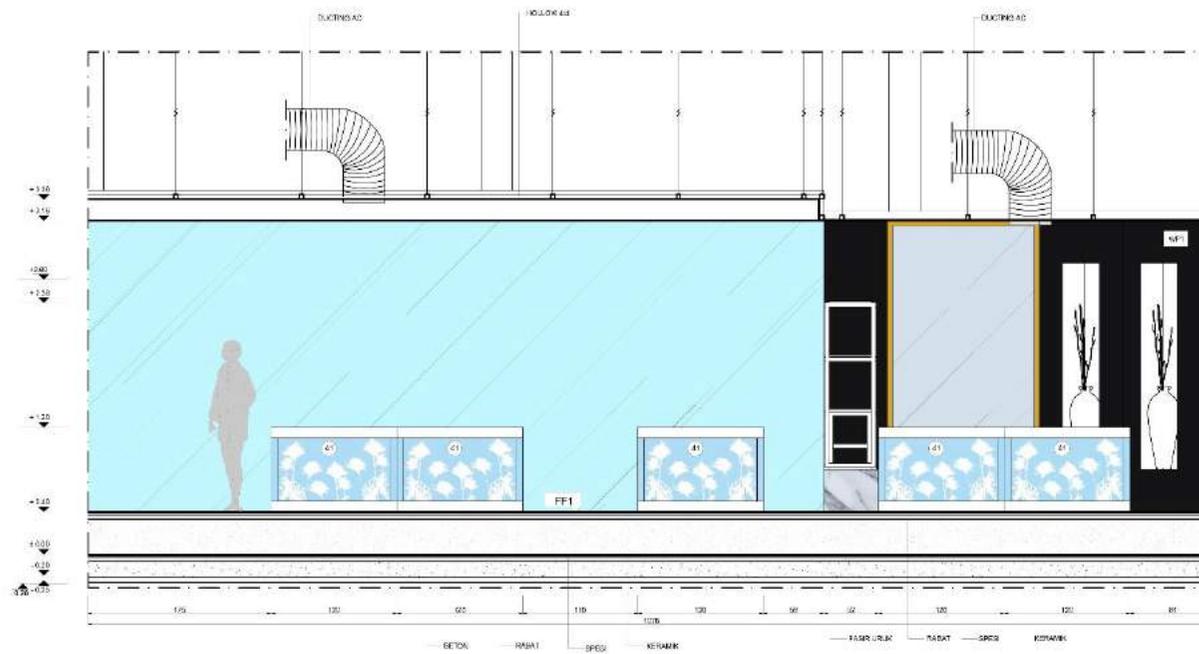


KETERANGAN

41. MEJA DISPLAY FIN HPL PUTIH-BETARA TAGO PEARL WHITE KACA MIRROR CUTTING STICKER UK. 100 X 100 X 40	51. LEMARI DISPLAY FIN BETARA-HPL TAGO BLACK GLOSS UK. 200 X 50 X 210	FF1 CERAMIC T.M.E. SETARA PLATINUM PLAZA GRAY UK. 60 X 60
42. MEJA DISPLAY FIN HPL PUTIH-BETARA TAGO PEARL WHITE UK. 40 X 40 X 60	52. DISPLAY AREA FIN HPL-BETARA TAGO MILKY TRODOR-100 BAWANG UK. 200 X 200 X 330	WF1 FINISHING GAT TENDOR WAWA PUTIH
43. MEJA DISPLAY FIN HPL PUTIH-BETARA TAGO PEARL WHITE UK. 40 X 40 X 50	54. LEMARI DISPLAY FIN BETARA-PL TAGO BLACK GLOSS UK. 300 X 60 X 70	
44. MEJA DISPLAY FIN HPL PUTIH-BETARA TAGO PEARL WHITE UK. 60 X 60 X 70	53. DISPLAY BENTUK RAK DAT BESI COLO UK. 40 X 30 X 70	
45. MEJA DISPLAY FIN HPL PUTIH-BETARA TAGO PEARL WHITE UK. 44 X 51 X 200	55. DISPLAY BENTUK RAK DAT BESI COLO UK. 40 X 30 X 70	

TUGAS AKU (K - RI 14191)	NAMA	FRIZCA AYU AGUSTIN	TANGGAL	2 JULI 2019	ASISTENSI	NILAI
DEPARTEMEN DESAIN INTERIOR	NIM	0041140000019	SKALA	1 : 25		
FACD - ITS	DIREKSI	DR. MAHEMUDA WARDIYAMA, ST. UT	SATUAN	KM		
REVISI: IN OUTLET HUBUNYANNY KULIT INTAKAT DENGAN HOKSEP CULURY CUPA MENINGKATKAN NILAI JUAL PRODUK			POTONGAN F-F' RUANG TERLUH 1			

Potongan F-F' (1)



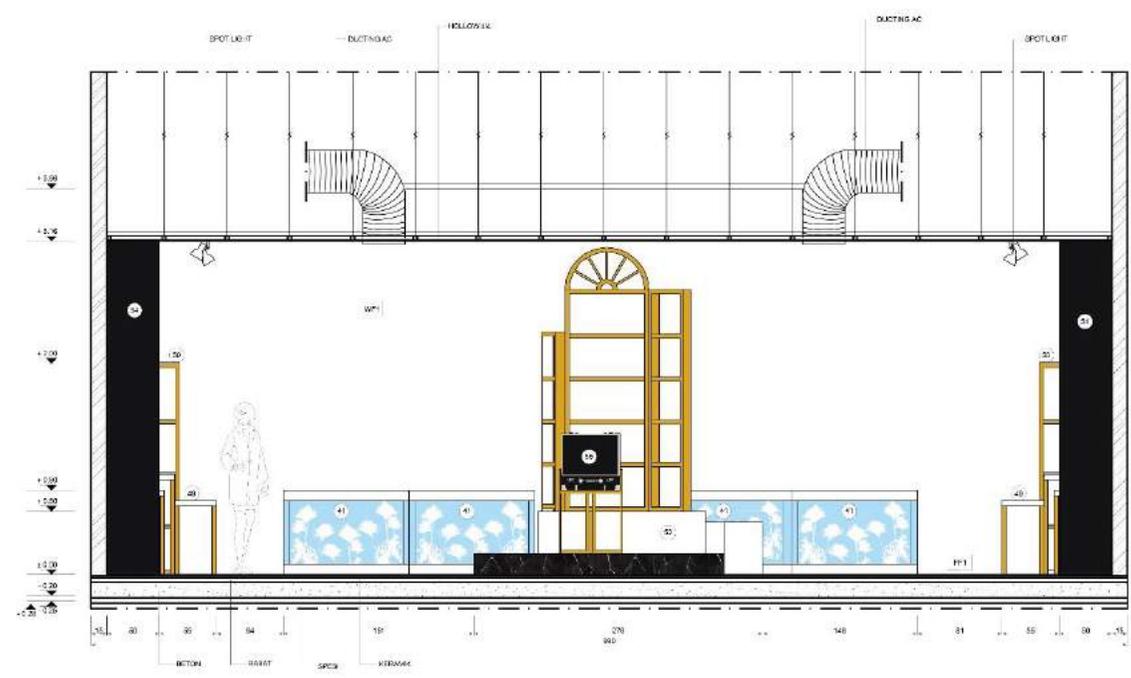
KETERANGAN

41. MEJA DISPLAY FIBER/PUTIH-BETARA TAGO PEARL WHITE SAGA MANGROVE CUTTING ENCKER UK. 100 X 100 X 40	51. LEMARI DISPLAY FIBER/BETARA-PUTI TAGO BLACK GLOSS UK. 200 X 90 X 210	FF1 CERAMIC TILE BETARA PLATINUM PLAZA GRAY UK. 60 X 60
42. MEJA DISPLAY FIBER/PUTIH-BETARA TAGO PEARL WHITE UK. 40 X 40 X 60	52. DISPLAY AREA FIBER/BETARA TAGO MILKY SMOKE 100 BAKING UK. 200 X 240 X 300	FF2 FINISHING CAT TENDOR WAJWA PUTIH
43. MEJA DISPLAY FIBER/PUTIH-BETARA TAGO PEARL WHITE UK. 40 X 40 X 50	53. LEMARI DISPLAY FIBER/BETARA-PUTI TAGO BLACK GLOSS UK. 100 X 60 X 90	
44. MEJA DISPLAY FIBER/PUTIH-BETARA TAGO PEARL WHITE UK. 60 X 40 X 70	54. DISPLAY BENTUK RING CAT BEKICELD UK. 40 X 50 X 70	
45. MEJA DISPLAY FIBER/PUTIH-BETARA TAGO PEARL WHITE UK. 100 X 50 X 200	55. DISPLAY BENTUK RING CAT BEKICELD UK. 40 X 50 X 70	

TUGAS AKHIR - RI 141901 DEPARTEMEN DESAIN INTERIOR FACD - IIR	NAMA : PRIZKA AYU AGUSTIN NIM : 0041140000019 DOSEN : DR. RAHMENDEBA WARDHANA, ST. MT	TANGGAL : 2 JULI 2018 SKALA : 1 : 25 SATUAN : CM	ASISTENSI : MELAI
---	---	--	----------------------

REVISI: DIBERIKAN DILETAKHARKAN KULIT PUTIH DAN DIBAGIKAN KONSEP LUXURY GARA MENUNGGIKAN MELALUI PRODUK. POTONGAN F-F' RUANG TERLUH 1

Potongan F-F' (2)

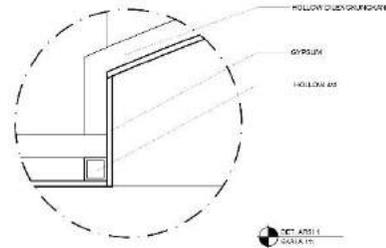


KETERANGAN

41. MEJA DISPLAY FV HPL PUTIH-BETARA TAGO PEARL WHITE KACA MIRROR CUTTING ENDER UK. 100 X 100 X 40	51. LEMARI DISPLAY FV BETARA-PL TAGO BLACK GLASS UK. 200 X 50 X 270	PP1 CERAMIC TILE SETARA PLATINUM PLAZA GRAY UK. 60 X 60
47. MEJA DISPLAY FV HPL PUTIH-BETARA TAGO PEARL WHITE UK. 40 X 40 X 90	52. DISPLAY AREA FV HPL-BETARA TAGO MILKY TINTING 100 BAKING UK. 200 X 240 X 300	WP1 FINISHING CAT TENGOR WAJWA PUTIH
48. MEJA DISPLAY FV HPL PUTIH-BETARA TAGO PEARL WHITE UK. 40 X 40 X 90	54. LEMARI DISPLAY FV-BETARA-PL TAGO BLACK GLASS UK. 300 X 60 X 90	
49. MEJA DISPLAY FV HPL PUTIH-BETARA TAGO PEARL WHITE UK. 60 X 60 X 70	55. DISPLAY GEPENTERIN CAT BEHICOLD UK. 40 X 30 X 70	
56. MEJA DISPLAY FV HPL PUTIH-BETARA TAGO PEARL WHITE UK. 44 X 51 X 200	56. DISPLAY GEPENTERIN CAT BEHICOLD UK. 40 X 30 X 70	

TUGAS AKHIR - RI 141901	NAMA	FRIZCA AYU AGUSTIN	TANGGAL	2 JULI 2019	ASISTENSI	NILAI
DEPARTEMEN DESAIN INTERIOR	NIM	0041140000019	SKALA	1 : 25		
FACD - 1716	DIREKSI	DR. MAHENDRA WARDHANA, ST. MT	SATUAN	KM		
RE-DESAIN OUTLET HIRAMANNAS KOLEKTIF KAWI' DENGAN KONSEP LUXURY GUNA MENINGKATKAN NILAI JUAL PRODUK.			POTONGAN G-9 RUANG TERLUK 1			

Potongan G-G'

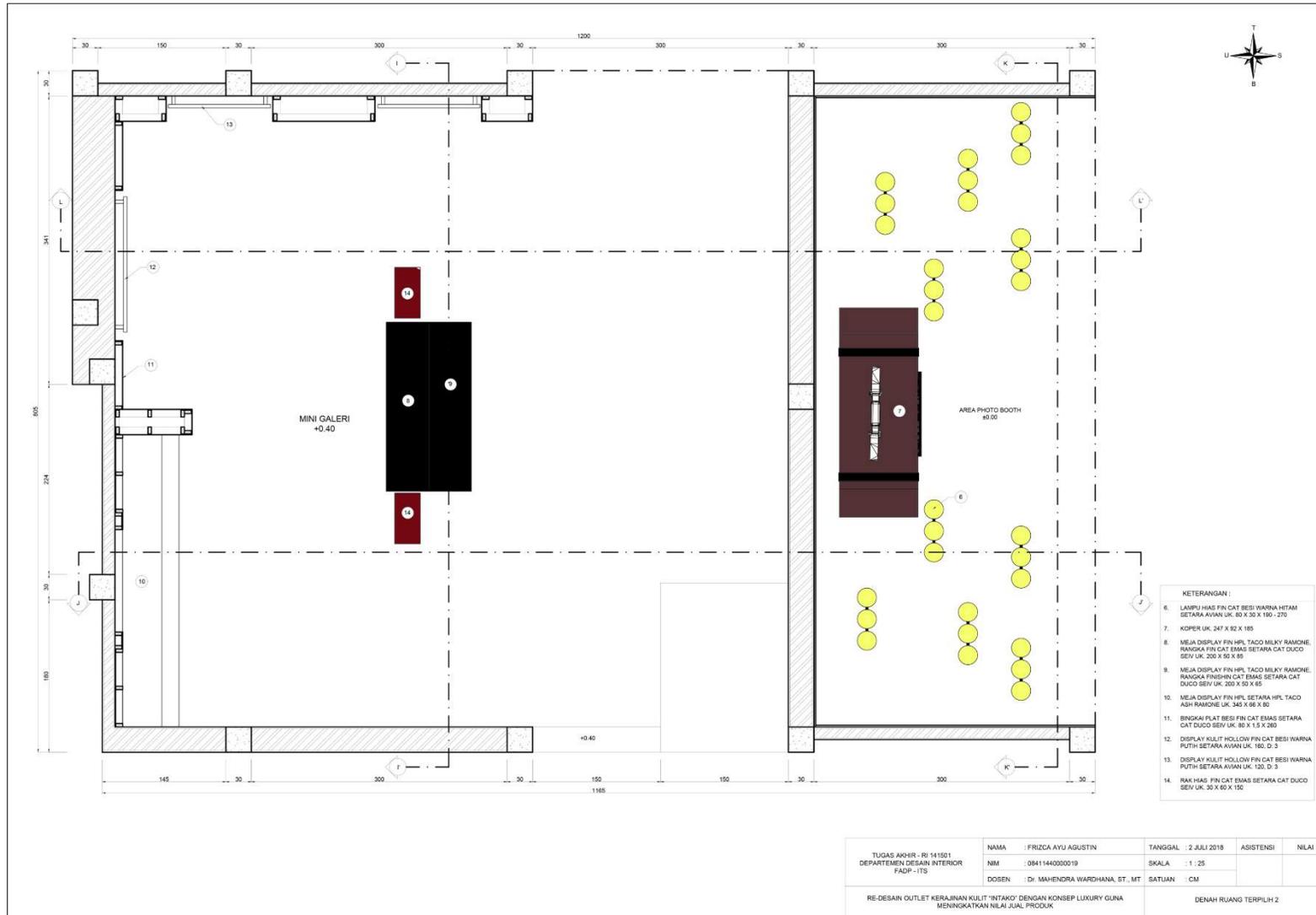


- KETERANGAN
- 41. MEJA DISPLAY FLY HPL PUTIH-BETARA TAGO PEARL WHITE KACA MIRROR CUTTING ENDER UK. 100 X 100 X 60
 - 42. MEJA DISPLAY FLY HPL PUTIH-BETARA TAGO PEARL WHITE UK. 40 X 40 X 60
 - 43. MEJA DISPLAY FLY HPL PUTIH-BETARA TAGO PEARL WHITE UK. 40 X 40 X 50
 - 44. MEJA DISPLAY FLY HPL PUTIH-BETARA TAGO PEARL WHITE UK. 60 X 40 X 70
 - 45. MEJA DISPLAY FLY HPL PUTIH-BETARA TAGO PEARL WHITE UK. 44 X 50 X 200
 - 51. LEMARI DISPLAY FLY-BETARA-PL TAGO BLACK GLASS UK. 200 X 50 X 270
 - 52. DISPLAY AREA FLY HPL-BETARA TAGO MILKY TANGGA 100 BAKING UK. 200 X 200 X 330
 - 53. LEMARI DISPLAY FLY-BETARA-PL TAGO BLACK GLASS UK. 200 X 60 X 90
 - 54. DISPLAY SEPATU RIK DAT BEIGE GLD UK. 40 X 30 X 70
 - 55. DISPLAY SEPATU RIK DAT BEIGE GLD UK. 90 X 30 X 70

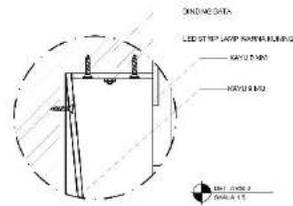
- PPF CERAMIC TILE BETARA PLATINUM PLAZA GRAY UK. 60 X 60
- PPH FINISHING GAT TENDOR WAWA PUTIH

TUGAS AKU (N. RI 141901)	NAMA	FRIZCA AYU AGUSTIN	TANGGAL	2 JULI 2019	ASISTENSI	NILAI
DEPARTEMEN DESAIN INTERIOR	NIM	004144000019	SKALA	1 : 25		
FACD - F16	DISEN	DR. MALENDRA WARDIKAMA, ST. UT	SATUAN	KM		
REVISI: RIN DULU TERKAMAR KULIT PUTIH DAN KEMUDIAN KEMUDIAN LUXURY GUNA MENINGKATKAN NILAI JUAL PRODUK.			POTONGAN H - H' RUANG TERBELAH 1			

Potongan H-H'



Layout Furnitur Ruang Terpilih 2 (Mini Galeri)



KETERANGAN:

6. LAMPA HANGIN CAT BESI WARNA HITAM SEKORAN KANALISASI 60 X 60 X 120	11. BENSUM PLAT BESI FIN CAT BESI WARNA CAT BUKU BESI UK. 80 X 1 X 200	WPT	CERAMIC TILE SETARA PLATINUM PLAZA SRIKAYUK 30 X 60	WPT	FINISHING CAT TEMBOK WARNA PUTIH
7. KOPING UK. 247 X 92 X 39	12. DISPLAY KULUP HOLLOW FIN CAT BESI WARNA PUTIH SETARA AWANUK. TSC D-2	FPF	CERAMIC TILE SETARA NITAN SIRENTO BLACK UK. 40 X 40	WPT	FINISHING CERAMIC T.E. KETAM SETARA PLATINUM BONGZA BLACK FINISHED UK. 20 X40
8. MEJA DISPLAY FINISH TACK MELLY RINOWE RANGKA FIN CAT BESI WARNA CAT DUGO BESI UK. 200 X 80 X 80	13. DISPLAY KULUP HOLLOW FIN CAT BESI WARNA PUTIH SETARA AWANUK. TSC D-3			WPT	FINISHING CAT TEMBOK WARNA ABU -ABU
9. MEJA DISPLAY FINISH TACK MELLY RINOWE RANGKA FINISH IN CAT BESI WARNA CAT DUGO BESI UK. 200 X 80 X 80	14. RAK HANG FIN CAT BESI WARNA CAT DUGO BESI UK. 50 X 60 X 150			WPT	FINISHING WALL PAPER

TUGAS AKHIR : (R) SAMPUR DEPARTEMEN DESAIN INTERIOR PADP - ITS	NAMA	PIREZDA AYU AGUSTIN	TANGGAL	12 JULI 2018	ASISTENSI	NILAI
	NIM	0041141000019	SKALA	1:1.25		
	DOSEN	Dr. NAIHENDRA WARDHANA, ST. MT	BATUKAN	CM		

RE-DEKORASI OUTLET KEPRAWINAN KULTUR INTANOT DEKORASI KONSEP LUXURY GUNA
MENINGKATKAN NILAI LUGU PRIBUDAK

POTONGAN I-1 (RUMAH TERPILIH 2)

Potongan I-I'



POTONGAN K - K'
SKALA 1:25

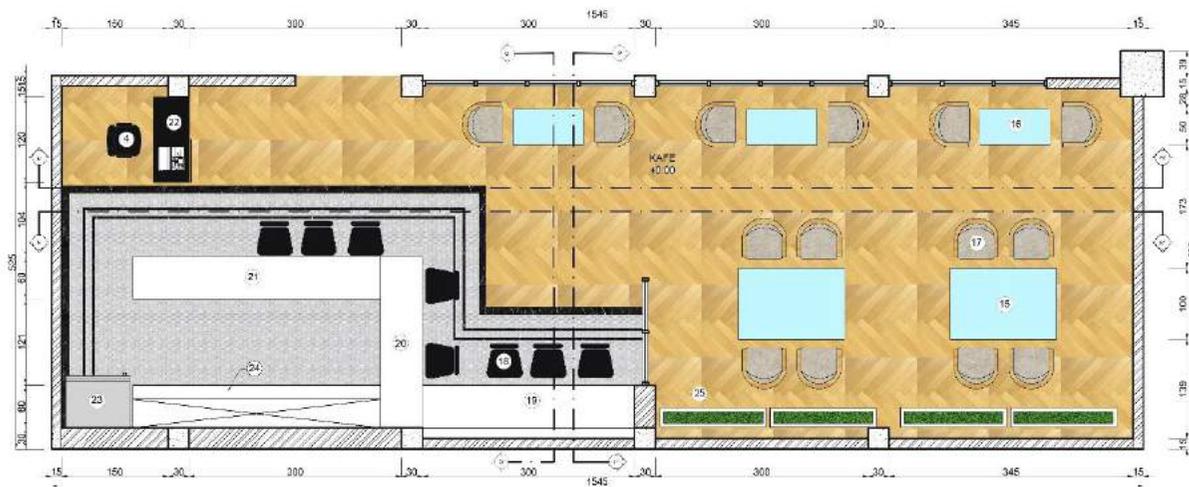
KETERANGAN :	
6. LAMPU HIAS FIN CAT BESI WARNA HITAM SETARA AVIAN UK. 80 X 30 X 180 - 275	11. BINGKAI PLAT BESI FIN CAT EMAS SETARA CAT DUCO SEV UK. 80 X 115 X 260
7. KOPER UK. 247 X 80 X 185	12. DISPLAY KULIT HOLLOW FIN CAT BESI WARNA PUTIH SETARA AVIAN UK. 160 D. 3
8. MEJA DISPLAY FIN HPL TACO MILKY RAMONE. RANGKA FIN CAT EMAS SETARA CAT DUCO SEV UK. 200 X 50 X 85	13. DISPLAY KULIT HOLLOW FIN CAT BESI WARNA PUTIH SETARA AVIAN UK. 100 D. 3
9. MEJA DISPLAY FIN HPL TACO MILKY RAMONE. RANGKA FINISHIN CAT EMAS SETARA CAT DUCO SEV UK. 200 X 50 X 85	14. RAK HIAS FIN CAT EMAS SETARA CAT DUCO SEV UK. 30 X 60 X 150
10. MEJA DISPLAY FIN HPL SETARA HPL TACO ASH RAMONE UK. 345 X 60 X 80	

FF1	CERAMIC TILE SETARA PLATINUM PLAZA GRAY UK. 80 X 80
FF2	CERAMIC TILE SETARA MILAN SORRENTO BLACK UK. 40 X 40

WF1	FINISHING CAT TEMBOK WARNA PUTIH
WF2	FINISHING CERAMIC TILE HITAM SETARA PLATINUM BONZA BLACK EMBOSSED UK. 25 X40
WF3	FINISHING CAT TEMBOK WARNA ABU / ABU
WF4	FINISHING WALLPAPER

TUGAS AKHIR - RI 141501 DEPARTEMEN DESAIN INTERIOR FADP - ITS	NAMA : FRIZCA AYU AGUSTIN NIM : 0841144000019 DOSEN : DR. MAHENDRA WARDHANA, ST., MT	TANGGAL : 2 JULI 2018 SKALA : 1 : 25 SATUAN : CM	ASISTENSI NILAI
RE-DESAIN OUTLET KERAJINAN KULIT 'INTAKO' DENGAN KONSEP LUXURY GUNA MENINGKATKAN NILAI JUAL PRODUK		POTONGAN K - K' RUANG TERPILIH 2	

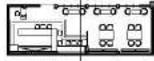
Potongan K-K'



- KETERANGAN
15. MEJA MASAK BAHAN KACA UK. 100 X 100 X 25
 16. MEJA MASAK BAHAN KACA UK. 100 X 50 X 25
 17. KURSI SANGGA BAHAN KAYU - IN. PELIBUD 34.50 X 50 X 25
 18. STUOL UK. 22 X 40 X 100
 19. MEJA DARI PLY HPL PUTIH BETARA TAGO 2000 X 1000 UK. 300 X 60 X 120
 20. MEJA DARI PLY HPL PUTIH BETARA TAGO 2000 X 1000 UK. 300 X 60 X 120
 21. MEJA DARI PLY HPL PUTIH BETARA TAGO 2000 X 1000 UK. 300 X 60 X 120
 22. MEJA KASUR PLY HPL BETARA TAGO 1400 X 1400 UK. 120 X 30 X 100
 23. LEMARI ES
 24. WIDEN SET FINISH PUTIH BETARA TAGO 2000 X 1000 UK. 300 X 60 X 120
 25. POTT BUNGA FINISH PUTIH UK. 100 X 27 X 110

TUGAS AKU (R) - R141901	NAMA	FRIZKA AYU AGUSTIN	TANGGAL	2 JULI 2018	ASISTENSI	NILAI
DEPARTEMEN DESAIN INTERIOR	NIM	004144000019	SKALA	1 : 40		
FACD - 176	DIREKSI	DR. MAHEENDERA WARDANA, ST. IKT	SATUAN	KM		
REKREASIKAN OUTLET TERAMPILAN KULIT PETA KAMPUS DAN GANJARAN KONSEP LUXURY GARA MENINGKATKAN NILAI JUAL PRODUK					DINAWATI NUGROHO TERPILIH 13	

Layout Furnitur Ruang Terpilih 3 (Kantin)

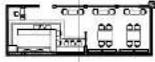


KETERANGAN

15. MEJA BAKAN/WATERSAL KACA UK. 100 X 150 X 75	21. MEJA BAR FIN/PL. PUTIH SETARA TACD PEARL WHITE UK. 200 X 80 X 120	PP2. CERAMIC TILE SETARA NIVAN BOMENI FO SL/UK. 40 X 40	WP-1. FINISHING CAT TEBROK WARNA PUTIH
16. MEJA BAKAN/WATERSAL KACA UK. 100 X 95 X 75	22. MEJA KADR FIN HPL 20 TARA TACD MELKY BANGKAL UK. 120 X 40 X 100	PP3. VYVIL PLANK SETARA GOMACH LILURRY GAMES/200 UK. 19 X 121,5	WP2. FINISHING CERAMIC TILE HITAM 30 EDINA PL. ITALY SONZA BLACK DIMENSIO UK. 20 X 40
17. KURSI BAKAN/WATERSAL KAYU FIN. REL. PLUR UK. 8 X 40 X 45	23. LEMARI ES	PP5. CERAMIC TILE SETARA NIVAN ALBY BONE UK. 40 X 40	WFS. FINISHING VYNE SETARA DAJATEPE MSS-4002 UK. 10 X 90 X 0,2
18. OTOD. UK. 50 X 50 X 90	24. KITCHEN/SISTEM HPL PUTIH SETARA TACD PEARL WHITE UK. 350 X 60 X 310		
19. MEJA BAR FIN/PL. PUTIH SETARA TACD PEARL WHITE UK. 300 X 60 X 120	25. POT BUNGA FIN CAT PUTIH UK. 150 X 27 X 110		
20. MEJA BAR FIN/PL. PUTIH SETARA TACD PEARL WHITE UK. 300 X 60 X 120			

TUGAS AKU (R - R) 141501 DEPARTMENT DESAIN INTERIOR FACD - ITS	NAMA	FRIZKA AYU AGUSTIN	TANGGAL	2 JULI 2019	ASISTENSI	NILAI
	NIM	004144000019	SKALA	1 : 25		
	DOSEN	DR. MAHERNIRA WAHIDJANA, ST. MT	SATUAN	CM		
REVISI DAN DULU (GAMBAR) KOLEKTIF PETA AKUP (GAMBAR) KOLEKTIF LUKURY GURU MENINGKATKAN NILAI JUAL PRODUK			POTONGAN M-M' RUANG TERLUK 3			

Potongan M-M' (1)

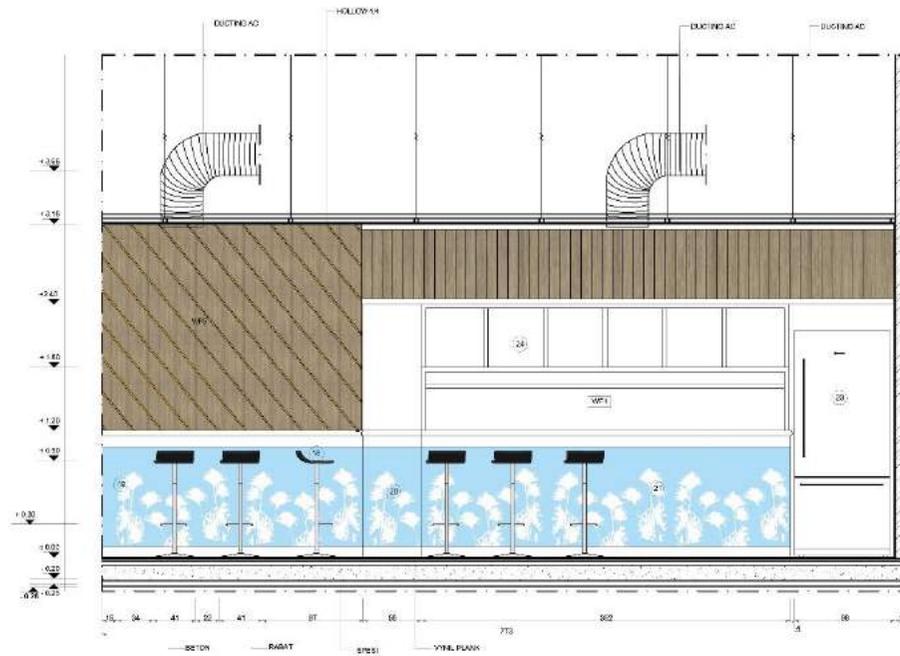
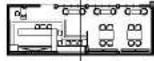


KETERANGAN

15. MEJA BAKAR MATERIAL KACA UK. 100 X 150 X 75	21. MEJA BAR FINISH PUTIH RELAXA LAGO PERAL WHITE UK. 200 X 80 X 120	PP2 CERAMIC TILE SETARA NILAN SOMENFO SLUR UK. 40 X 40	WP1 FINISHING CAT TEBOK WARNA PUTIH
16. MEJA BAKAR MATERIAL KACA UK. 100 X 150 X 75	22. MEJA BAR FINISH PUTIH RELAXA LAGO PERAL WHITE UK. 200 X 80 X 120	PP3 VINYL PLANK SETARA GOMACHI LLELUFFY DIMENSION UK. 150 X 121,5	WP2 FINISHING CERAMIC TILE HITAM 30 EDINA PL. ITINAMU SONZA BLACK DIMENSION UK. 20 X 40
17. KURSI BAKAR MATERIAL KAYU FIN. REL. PLUR UK. 80 X 45	23. LEMARI ES	PP5 CERAMIC TILE SETARA NILAN ALBY BONE UK. 40 X 40	WF5 FINISHING VINYL SETARA DAJATEPE MSS-6002 UK. 10 X 80 X 0,5
18. OTOP, UK. 50 X 50 X 90	24. KITCHEN ISOTEM HULI PUTIH SETARA TAGO PERAL WHITE UK. 350 X 60 X 310		
19. MEJA BAR FINISH PUTIH SETARA TAGO PERAL WHITE UK. 300 X 60 X 120	25. POT BUNGA FIN. CAT PUTIH UK. 180 X 27 X 18		
20. MEJA BAR FINISH PUTIH SETARA TAGO PERAL WHITE UK. 300 X 60 X 120			

TUGAS AKU (IR - R141501)	NAMA	PRIZCA AYU AGUSTINA	TANGGAL	02 JULI 2018	ASISTENSI	NILAI
DEPARTEMEN DESAIN INTERIOR	NIM	004144000015	SKALA	1 : 25		
FACD - ITS	DOSEN	DR. RAHEENERA WAHEDIJAMA, ST. MT	SATIMAN	CM		
REVISI DAN DULU (GAMBAR DAN KURSI) PETA AKU (DENGAN KURSI) LUKURY GURU MENINGKATKAN NILAI JUAL PRODUK			POTONGAN M-M' RUANG TERLUK 3			

Potongan M-M' (2)



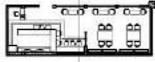
KETERANGAN

15. MELAMINAT/MATERIAL KACA UK. 100 X 150 X 75	21. MEJA BAR FIN. IRL. PUTIH SETARA TACD. PEARL WHITE UK. 200 X 80 X 120	[PP2] CERAMIC TILE SETARA NILAN. SEMEN FOLIO UK. 40 X 40	[W1] FINISHING CAT TEBOK WARNA PUTIH
16. MELAMINAT/MATERIAL KACA UK. 100 X 150 X 75	22. MEJA BAR FIN. IRL. DO TARA TACD. MILKY BROWN UK. 200 X 80 X 120	[PP3] VINYL PLANK SETARA GOMACH. LULURY GMS2000 UK. 19 X 121,5	[W2] FINISHING CERAMIC TILE HITAM. SE ENTRA PL. ITINAY SONZA BLACK DIMENSION UK. 20 X 40
17. KUDA BAHAN/MATERIAL KAYU FIN. BEL. PLUR. UK. 18 X 100 X 45	23. LEMARI ES	[PP5] SETARA O TLE SETARA NILAN ALBY. BONE UK. 40 X 40	[W3] FINISHING VINYL SETARA DOLA TRIME. MS-4027 UK. 18 X 93 X 0,5
18. OTOL UK. 50 X 50 X 100	24. KOTONGESLO. I FIN. NIP. PU. BERSILABEA TACD. PEARL WHITE UK. 350 X 60 X 310		
19. MEJA BAR FIN. IRL. PUTIH SETARA TACD. PEARL WHITE UK. 300 X 60 X 120	25. POT BUNGA FIN. CAT. PLUR. UK. 150 X 27 X 110		
20. MELAMINAT/MATERIAL KACA UK. 100 X 150 X 75			



TUGAS AKHIR - R141501	NAMA	FRIZKA AYU AGUSTIN	TANGGAL	2 JULI 2018	ASISTENSI	NILAI
DEPARTEMEN DESAIN INTERIOR	NIM	004144000015	SKALA	1 : 25		
FACD - ITR	DORSEN	DR. MALENERA WAREJAMA, ST. MT	SATIMAN	CM		
RE-DESAIN OUTLET HIGIENISASI KULIT PETAHAWI DENGAN KONSEP LUXURY CURVA MENINGKATKAN NILAI JUAL PRODUK			POTONGAN N - N' RUANG TERLUK 3			

Potongan N-N' (1)

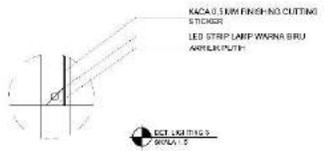


KETERANGAN

15. MEJA BARANG MATERIAL KACA UK. 100 X 150 X 75	21. MEJA BAR HEMPAH PUTIH RELANA LADO PERAL WHITE UK. 200 X 80 X 120	PPF2	CERAMIC TILE SETARA NYLAN SEMENTO SLURK UK. 40 X 40	WP1	FINISHING CAT TEBOK WARNA PUTIH
16. MEJA BARANG MATERIAL KACA UK. 100 X 55 X 75	22. MEJA BAR HEMPAH PUTIH RELANA LADO PERAL WHITE UK. 200 X 80 X 120	PPF3	VINYL PLANK SETARA GOMACHI LELURUP DIMENSION UK. 19.8 X 121.5	WP2	FINISHING CERAMIC TILE HITAM 30x30x6mm STONEM BONGZA BLACK DIMENSION UK. 20x40
17. KURSI BANGKAW MATERIAL KAYU PINUS REL. PLUR UK. 40 X 40 X 45	23. LITMARI ES	PPF5	CERAMIC TILE SETARA NYLAN ALBY BONE UK. 40 X 40	WFS	FINISHING VINYL SETARA DAJAL TRPE MSS-4002 UK. 10 X 90 X 0.2
18. OTOD. UK. 50 X 50 X 90	24. KOTAK BILAS PINTU HOLI PUTIH SETARA TADO PERAL WHITE UK. 350 X 60 X 310				
19. MEJA BAR HEMPAH PUTIH SETARA TADO PERAL WHITE UK. 300 X 60 X 120	25. POT BUNGA PIV CAT PUTIH UK. 150 X 27 X 110				
20. MEJA BAR HEMPAH PUTIH SETARA TADO PERAL WHITE UK. 300 X 60 X 120					

						
TUGAS AKU (IR - R) 141501	NAMA	PRIZCA AYU AGUSTINA	TANGGAL	02 JULI 2018	ASISTENSI	NILAI
DEPARTEMEN DESAIN INTERIOR	NIM	0041148000015	SKALA	1 : 25		
FACD - F16	DOSEN	DR. MAHERNIRA WAHEDIJANA, ST., MT	SATIMAN	CM		
REVISI: IN DULU TINGGALIN AKU! PINTA AND' DUNGAN KOKORUP LUKURY GURU MENINGKATKAN NILAI AJAL PRODUK.						
POTONGAN N - N' RUANG TERLUK 3						

Potongan N-N' (2)



- KETERANGAN**
- 15. MELAJAR WATERSAL KACA UK. 100 X 150 X 75
 - 16. MELAJAR WATERSAL KACA UK. 100 X 35 X 75
 - 17. KUDA BAWA WATERSAL KAYU FIN. RE. PLUR. UK. 18 X 100 X 45
 - 18. GIGI. UK. 50 X 50 X 90
 - 19. MELAJAR FIN. PL. PUTIH SETARA TACO PERLE. WHITE. UK. 300 X 60 X 120
 - 20. MELAJAR REJANG. PUTIH SETARA TACO PERLE. WHITE. UK. 300 X 60 X 120
 - 21. MELAJAR FIN. PL. PUTIH SETARA TACO PERLE. WHITE. UK. 250 X 60 X 120
 - 22. MELAJAR R. FIN. HPL. 20 TARA TACO MELKY WAMON. UK. 120 X 40 X 120
 - 23. LITMARI ES
 - 24. KITCHEN SET FIN. HPL. PUTIH SETARA TACO PERLE. WHITE. UK. 350 X 60 X 310
 - 25. POT. BUNGA FIN. CAT. PUTIH. UK. 180 X 27 X 110

- PP2 CERAMIC TILE SETARA NYLAN SEMENTO SLUR. UK. 42 X 42
- PP3 VINYL PLANK SETARA GEMACH LILIBURY DIMENSION UK. 19 X 121.5
- PP5 CERAMIC TILE SETARA NYLAN ALBY BONE. UK. 42 X 42

- WP1 FINISHING CAT. TEBOK WARNA PUTIH
- WP2 FINISHING CERAMIC TILE HITAM 30 ETHRAL. ITALYAN BONGA BLACK DIMENSION UK. 20 X 40
- WP3 FINISHING VINYL SETARA DAJATEP MSS-4002. UK. 18 X 90 X 0.2



TUGAS AKU 06 - R14101 DEPARTMEN BIDANG INTERIOR FACD - ITC	NAMA / PRISCA AYU AGUSTINI	TANGGAL / 2 JULI 2018	ASISTENSI	NILAI
	NIM / 0041148000019	SKALA / 1 : 25		
	DOSEN / DR. MAHEMERA WAREMAMA, ST. MT	SATUAN / CM		
REVISI: RIN. OUTLET (GAMBARAN KOLEKTIF) PETA AKUP. DENGAN KONSEP LUXURY GURU MENINGKATKAN NILAI JUAL PRODUK			POTONGAN O - O' RUANG TERPLIH 3	

Potongan O-O'

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Ade.Padmanaba.Sherly.2016.*Perancangan Interior Lego House sebagai Pusat Edukasi dan Retail di Surabaya*.Jurnal Intra.Vol. 4, No. 2,534-543
- [2] Astrid.2005.*Peran Penting Perancangan Interior Pada Store Based Retail*.Dimensi Interior,Vol.3,No.1,17-30
- [3] Astuti. 2016. *Studi Layout Furnitur dan Desain Pencahayaan di Lobby Apartemen Studi Kasus : Apartemen di Daerah Surabaya Timur*, Jurnal Desain Interior, Vol. 1, No. 1
- [4] Heine, Klaus. 2011. *Concept of Luxury Brands*. Berlin.
- [5] H. Sutrisno. 2011 *Tinjauan Prinsip Perancangan Museum*, diambil dari e-jurnal.uajy.ac.id
- [6] Pricillia.2017.*Aplikasi Konsep Luxury pada Interior Hotel Bisnis*. Jurnal Sains Dan Seni POMITS Vol. 6, No.2
- [7] Wahyuningsih.Niswah.2016.*Pemberdayaan Industri Tas Dan Koper (Intako) Tanggulangin Pasca Bencana Lumpur Lapindo Oleh Diskoperindag Kabupaten Sidoarjo*.
- [8] Intako. Company profile koperasi Intako
- [9] Ethnicalux.2017.*Pemburu Tas Kulit Asli Harus Tahu – Jenis Kulit yang Digunakan Untuk Pembuatan Tas*. <http://www.ethnicaleather.com/jenis-kulit-untuk-pembuatan-tas/>
- [10] Twoh.2017.*Mengenal Macam-Macam Jenis Leather (Bahan Kulit)*. <http://aesthetics.twoh.co/2017/02/28/mengenal-macam-macam-jenis-leather-bahan-kulit/>
- [11] *Perkembangan Motif Batik Jetis Sidoarjo pada Tahun 1980*. <https://infobatik.id/perkembangan-motif-batik-jetis-sidoarjo-pada-tahun-1980/>
- [12] Bambang Setiawan.2012. *Kelas Menengah: Konsumtif dan Intoleran*. <http://amp.kompas.com/nasional/read/2012/06/08/11204529/~Nasional>
- [13] Profil Gucci. <https://profil.merdeka.com/mancanegara/g/gucci>
- [14] Bambang Setiawan.2012. *Siapa Kelas Menengah Indonesia?*. <https://nasional.kompas.com/read/2012/06/08/13003111/Siapa.Kelas.Menengah.Indonesia>
- [15] Suparman11.2013.*kelas sosial dalam masyarakat*. <https://suparman11.wordpress.com/2013/11/17/kelas-sosial-dalam-masyarakat/>
- [16] Anonim.2017.*Pencahayaan yang Harus Dimiliki Toko Baju*. <https://leddo.id/pencahayaan-yang-harus-dimiliki-toko-baju/>

- [17] Anonim.2017.*Cara Membuat Motif Marmer pada Pilar dengan Cat sebagai Elemen Arsitektural.*
<https://www.balimarmergranit.com/2017/07/cara-membuat-motif-marmer-pada-pilar.html>
- [18] Anonim.2015.*Jenis Finishing Royal stone.*
<http://www.royalstone.co.id/services/jenis-finishing>
- [19] Anonim.2015.*Apa perbedaan granit dan marmer.*
<https://apaperbedaan.com/granit-dan-marmer/>
- [20] Anonim.2017.15 *Kombinasi Warna Cat Rumah Mewah yang Elegan.*
<http://www.belirumahminimalis.com/2017/11/kombinasi-warna-cat-rumah-mewah-elegan.html>
- [21] Imania.2015.*Teknik pencahayaan.* <http://www.imaniadesain.com/teknik-pencahayaan>
- [22] How to Display Handbags at Retail Store, diambil dari
<https://www.ichinesedress.com/how-to-display-handbags-at-retail-store-shows>