



**TUGAS AKHIR DESAIN INTERIOR - DI 184836**

**REDESAIN INTERIOR TOKO BATIK DANAR HADI  
SURABAYA MELALUI PERWUJUDAN *BRAND IMAGE*  
SERTA MENGGANGKAT POTENSI *LOCAL WISDOM***

**MUHAMMAD RIZAL AVIB  
NRP. 08411540000039**

Dosen Pembimbing  
Dr. Ir. Susy Budi Astuti, M.T.  
NIP. 19650624 199002 2 001

DEPARTEMEN DESAIN INTERIOR  
Fakultas Arsitektur, Desain, dan Perencanaan  
Institut Teknologi Sepuluh Nopember  
Surabaya 2019

**LEMBAR PERSETUJUAN**

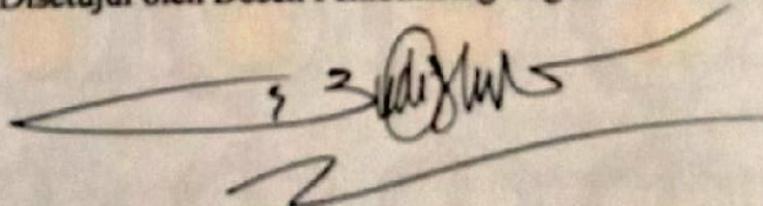
**REDESAIN INTERIOR TOKO BATIK DANAR HADI SURABAYA MELALUI  
PERWUJUDAN *BRAND IMAGE* SERTA MENGANGKAT POTENSI *LOCAL  
WISDOM***

**TUGAS AKHIR**

Disusun Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat  
Memperoleh Gelar Sarjana Desain  
Pada  
Departemen Desain Interior  
Fakultas Arsitektur, Desain, dan Perencanaan  
Institut Teknologi Sepuluh Nopember

Oleh:  
**MUHAMMAD RIZAL AVIB**  
NRP. 08411540000039

Disetujui oleh Dosen Pembimbing Tugas Akhir :



**Dr. Ir. Susy Budi Astuti, M.T.**  
NIP 19650624 199002 1 001





---

**REDESAIN INTERIOR TOKO BATIK DANAR HADI SURABAYA  
MELALUI PERWUJUDAN *BRAND IMAGE*  
SERTA MENGANGKAT POTENSI *LOCAL WISDOM***

Nama Mahasiswa : Muhammad Rizal Avib

NRP : 0841154000039

Pembimbing : Dr. Ir. Susy Budi Astuti, M.T.

**ABSTRAK**

Batik Danar Hadi merupakan merek batik ternama di Indonesia yang diproduksi oleh PT. Batik Danar Hadi yang memiliki beberapa cabang di kota-kota besar di Indonesia salah satunya di Surabaya. Toko Batik Danar Hadi Surabaya merupakan sebuah rangkaian ruangan atau bangunan yang disediakan untuk memamerkan dan menjual produk batik mulai dari pakaian hingga peralatan rumah tangga.

Toko Batik Danar Hadi terkenal akan kualitas kain dan batiknya yang bermutu tinggi dan memiliki tekstur yang halus. Selain dari segi kualitas barang yang dijual, daya tarik Toko Batik juga sangat ditentukan oleh pengunjung yang datang untuk membeli produk yang sedang dijual. Hal tersebut berpotensi untuk meningkatkan sarana dan fasilitas yang terdapat pada Toko dalam mempertahankan eksistensi Batik Danar Hadi di mata konsumen, maka harus ada strategi yang perlu diperhatikan dalam menarik pelanggan dengan keunggulan yang dimiliki oleh toko. Salah satunya pada segi interior toko harus mampu mengorganisasikan kebutuhan area produk yang ada demi memberikan dampak positif terhadap pengunjung yang datang serta memberikan pengalaman belanja yang berbeda dan menyenangkan untuk menarik lebih banyak minat pengunjung.

Seiring dengan perkembangan perusahaan penghasil batik menyebabkan persaingan yang ketat dalam dunia bisnis dan munculnya brand baru. Bagi perusahaan, meningkatkan dan mempertahankan citra perusahaan dimata konsumennya merupakan sasaran jangka panjang. Tujuan penelitian ini adalah untuk mewujudkan Brand Image pada produk Batik PT. Batik Danar Hadi dengan meredesain interior salah satu cabang Toko Batik Danar Hadi yang terletak di Surabaya dengan memanfaatkan potensi local wisdom.

**Kata Kunci: Batik Danar Hadi, *Brand image*, *Local Wisdom*, Surabaya.**



***REDESIGN INTERIOR BATIK SHOP DANAR HADI SURABAYA  
THROUGH THE EVALUATION OF BRAND IMAGE AND LIFTING THE  
LOCAL POTENTIAL OF WISDOM.***

Student's Name : Muhammad Rizal Avib  
NRP : 0841154000039  
Supervisor Lecturer : Dr. Ir. Susy Budi Astuti, M.T.

**ABSTRACT**

*Danar Hadi Batik is a well-known batik brand in Indonesia produced by PT. Batik Danar Hadi has several branches in major cities in Indonesia, one of them in Surabaya. The Danar Hadi Batik Shop Surabaya is a series of rooms or buildings that are provided to showcase and sell batik products ranging from clothing to household appliances.*

*Danar Hadi Batik Shop is famous for the quality of its fabrics and batik which are of high quality and have a smooth texture. In addition to the quality of goods sold, the attractiveness of a Batik Shop is also highly determined by visitors who come to buy the product being sold. This has the potential to improve the facilities and facilities contained in the Shop in maintaining the existence of Danar Hadi Batik in the eyes of consumers, so there must be a strategy that needs to be considered in attracting customers with the advantages possessed by the store. One of them in terms of shop interiors must be able to organize existing product area needs in order to have a positive impact on visitors who come and provide a different and fun shopping experience to attract more visitors.*

*Along with the development of batik-producing companies causing intense competition in the business world and the emergence of new brands. For companies, improving and maintaining the company's image in the eyes of its customers is a long-term goal. The purpose of this research is to realize Brand Image on Batik products of PT. Batik Danar Hadi by redesigning the interior of one of the branches of the Danar Hadi Batik Shop located in Surabaya by utilizing the potential of local wisdom.*

***Keywords: Batik Danar Hadi, Brand image, Local Wisdom, Surabaya.***



## KATA PENGANTAR

Puji syukur kami ucapkan pada Tuhan Yang Maha Esa atas nikmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan Riset Desain Interior ini dengan tepat waktu. Laporan ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan mata kuliah Tugas Akhir Desain Interior (DI 184836) Departemen Desain Interior Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS) dengan judul “Redesain Interior Toko Batik Danar Hadi Surabaya melalui perwujudan *Brand Image* serta mengangkat potensi *Local Wisdom*” Laporan ini dapat diselesaikan dengan bantuan dari beberapa pihak. Penulis mengucapkan terimakasih banyak kepada:

1. Orang tua yang selalu memberikan doa dan dukungan.
2. Bapak Dr. Mahendra Wardhana, S.T. M.T. selaku Ketua Departemen Desain Interior ITS periode 2015-2019.
3. Ibu Dr. Ir. Susy Budi Astuti, M.T. yang telah memberikan kesempatan, waktu dan bimbingannya sebagai pembimbing Tugas Akhir penulis.
4. Bapak Deddy Darmawan selaku *Branch Manager* Toko Batik Danar Hadi Surabaya yang telah memberikan dukungan dan bantuan selama observasi di lapangan.
5. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang senantiasa memberikan dukungan kepada penulis selama pengerjaan proyek ini dari awal hingga akhir.
6. Semoga laporan ini dapat menjadi rujukan bagi teman-teman mahasiswa Desain Interior, Departemen Desain Interior, juga ITS untuk pengembangan mata kuliah Tugas Akhir Desain Interior yang lebih baik kedepannya.

Surabaya, 22 Juli 2019

Muhammad Rizal Avib



## DAFTAR ISI

|   |      |
|---|------|
| <b>COVER</b> .....                            | i    |
| <b>LEMBAR PERSETUJUAN</b> .....               | ii   |
| <b>ABSTRAK</b> .....                          | iii  |
| <b>ABSTRACT</b> .....                         | iv   |
| <b>KATA PENGANTAR</b> .....                   | v    |
| <b>DAFTAR ISI</b> .....                       | vi   |
| <b>DAFTAR GAMBAR</b> .....                    | x    |
| <b>DAFTAR TABEL</b> .....                     | xiii |
| <b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....                | 1    |
| <b>2.1</b> Latar Belakang.....                | 1    |
| <b>2.2</b> Tema dan Judul.....                | 2    |
| <b>2.2.1</b> Definisi Judul.....              | 2    |
| <b>2.3</b> Permasalahan.....                  | 3    |
| <b>2.3.1</b> Rumusan Masalah.....             | 3    |
| <b>2.3.2</b> Batasan Masalah.....             | 3    |
| <b>2.4</b> Tujuan.....                        | 4    |
| <b>2.5</b> Manfaat.....                       | 4    |
| <b>2.6</b> Ruang Lingkup.....                 | 4    |
| <b>2.7</b> Sistematika Penulisan.....         | 5    |
| <b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b> .....            | 7    |
| <b>3.1</b> Kajian Mengenai Batik.....         | 7    |
| <b>3.1.1</b> Pengertian Batik.....            | 7    |
| <b>3.1.2</b> Sejarah Batik Nusantara.....     | 7    |
| <b>3.1.3</b> Macam-macam Batik Indonesia..... | 8    |
| <b>3.1.4</b> Motif Batik.....                 | 12   |
| <b>3.1.5</b> Bahan Mambatik.....              | 16   |
| <b>3.1.6</b> Alat Mambatik.....               | 18   |
| <b>3.2</b> Kajian mengenai Retail.....        | 20   |
| <b>3.2.1</b> Pengertian Retail.....           | 21   |
| <b>3.2.2</b> Tipe Tipe Retail.....            | 22   |
| <b>3.2.3</b> Konsep Planogram.....            | 24   |



---

|            |  |    |
|------------|--|----|
| <b>3.3</b> | <b>Kajian Mengenai Galeri</b> .....                | 25 |
| 3.3.1      | Fungsi Galeri.....                                 | 26 |
| 3.3.2      | Fasilitas Galeri .....                             | 26 |
| 3.3.3      | Persyaratan Ruang Galeri .....                     | 28 |
| 3.3.4      | Tipologi dari Pola-Pola Sirkulasi.....             | 29 |
| 3.3.5      | Galeri Batik.....                                  | 31 |
| 3.3.6      | Display Galeri Batik .....                         | 32 |
| <b>3.4</b> | <b>Persyaratan Pencahayaan</b> .....               | 32 |
| 3.4.1      | Sistem Pencahayaan.....                            | 33 |
| 3.4.2      | Sumber Pencahayaan .....                           | 34 |
| 3.4.3      | Aspek Psikologi Pencahayaan .....                  | 35 |
| 3.4.4      | Jenis Lampu .....                                  | 36 |
| 3.4.5      | Temperatur Warna Lampu.....                        | 38 |
| <b>3.5</b> | <b>Kajian Mengenai Multimedia Interaktif</b> ..... | 40 |
| 3.5.1      | Format Sajian Multimedia Interaktif .....          | 40 |
| 3.5.2      | Desain Multimedia Interaktif Tutorial .....        | 42 |
| <b>3.6</b> | <b>Kajian Mengenai Brand Image</b> .....           | 44 |
| 3.6.1      | Pengertian Brand (Merek) .....                     | 44 |
| 3.6.2      | Pengertian Brand Image (Citra Merek) .....         | 45 |
| 3.6.3      | Fungsi dan Peran Brand Image .....                 | 49 |
| 3.6.4      | Faktor Pembentuk Brand Image .....                 | 50 |
| <b>3.7</b> | <b>Kajian tentang Kota Surabaya</b> .....          | 51 |
| 3.7.1      | Sejarah Kota Surabaya.....                         | 52 |
| 3.7.2      | Ragam Budaya Kota Surabaya .....                   | 54 |
| 3.7.3      | Landmark Kota Surabaya .....                       | 62 |
| <b>3.8</b> | <b>Pengertian Kearifan Lokal</b> .....             | 64 |
| 3.8.1      | Ciri-ciri Kearifan Lokal .....                     | 66 |
| 3.8.2      | Bentuk-bentuk Kearifan Lokal .....                 | 66 |
| <b>3.9</b> | <b>Studi Eksisting</b> .....                       | 68 |
| 3.9.1      | Profil Dinar Hadi.....                             | 68 |
| 3.9.2      | Sejarah Perusahaan .....                           | 69 |
| 3.9.3      | Visi Misi Perusahaan .....                         | 70 |
| 3.9.4      | Struktur Organisasi .....                          | 71 |



---

|  |   |           |
|--|---|-----------|
| 3.10   | Studi Pemandangan .....                                   | 74        |
| 3.10.1   | Profil Gallery Batik Pemerintah Provinsi Jawa Timur ..... | 74        |
| 3.10.2   | Area Gallery Batik Pemerintah Provinsi Jawa Timur .....   | 76        |
| 3.11   | Kesimpulan Kajian Pustaka .....                           | 80        |
| <b>BAB III METODE DESAIN.....</b>                |   | <b>81</b> |
| 4.1  | Tahap Pengumpulan Data .....                              | 81        |
| 4.1.1  | Observasi Lapangan.....                                   | 82        |
| 4.1.2  | Studi Literatur .....                                     | 83        |
| 4.2  | Tahap Analisa Data.....                                   | 84        |
| 4.2.1  | Analisa Pengguna .....                                    | 84        |
| 4.2.2  | Analisa Eksisting .....                                   | 84        |
| 4.2.3  | Analisa Kuisisioner .....                                 | 85        |
| 4.2.4  | Analisa Wawancara .....                                   | 85        |
| 4.2.5  | Analisa Organisasi Ruang.....                             | 85        |
| 4.2.6  | Konsep Desain .....                                       | 85        |
| 4.3  | Bagan Metode Desain .....                                 | 85        |
| <b>BAB IV PEMBAHASAN DAN KONSEP DESAIN .....</b> |   | <b>87</b> |
| 5.1  | Objek Desain.....   | 87        |
| 5.1.1  | Analisa Data Eksisting.....                               | 87        |
| 5.2  | Analisis Riset .....                                      | 93        |
| 5.2.1  | Hasil Observasi .....                                     | 93        |
| 5.2.2  | Hasil Wawancara .....                                     | 93        |
| 5.2.3  | Hasil Kuisisioner .....                                   | 94        |
| 5.3  | Zoning Area .....   | 96        |
| 5.3.1  | Analisa Hubungan Ruang .....                              | 97        |
| 5.3.2  | Analisa Bubble Diagram.....                               | 98        |
| 5.3.3  | Analisa Kebutuhan Ruang .....                             | 98        |
| 5.3.4  | Alternatif Layout.....                                    | 104       |
| 5.3.5  | Weighted Method .....                                     | 105       |
| 5.3.6  | Konsep Warna.....   | 106       |
| 5.3.7  | Konsep Lantai .....                                       | 107       |
| 5.3.8  | Konsep Dinding .....                                      | 109       |
| 5.3.9  | Konsep Plafon.....  | 109       |



---

|                                |  |            |
|--------------------------------|--|------------|
| 5.3.10                         | Konsep Pencahayaan .....                                       | 111        |
| 5.3.11                         | Konsep Furnitur .....  | 111        |
| 5.3.12                         | Konsep Elemen estetis .....                                    | 112        |
| 5.3.13                         | Konsep Display .....   | 112        |
| 5.3.14                         | Konsep Sirkulasi .....   | 114        |
| 5.3.15                         | Konsep Layout .....  | 115        |
| 5.3.16                         | Konsep Brand Image .....                                       | 116        |
| 5.3.17                         | Konsep Local Wisdom.....                                       | 117        |
| <b>BAB V HASIL DESAIN.....</b> |  | <b>119</b> |
| 6.1                            | Layout Denah Terpilih.....                                     | 119        |
| 6.2                            | Area Terpilih 1 (Area Kasir dan New Arrival).....              | 120        |
| 6.3                            | Area terpilih 2 (Area Galeri dan Koleksi Batik Printing )..... | 122        |
| 6.4                            | Area terpilih 3 (Area Koleksi Premium Pria dan Wanita).....    | 125        |
| <b>BAB VI PENUTUP.....</b>     |  | <b>129</b> |
| 7.1                            | Kesimpulan .....   | 129        |
| 7.2                            | Saran .....  | 129        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>     |  | <b>131</b> |
| <b>BIODATA PENULIS .....</b>   |  | <b>135</b> |
| <b>LAMPIRAN .....</b>          |  | <b>136</b> |



## DAFTAR GAMBAR

|   |    |
|---|----|
| Gambar 2.1 Batik Tulis, Sumber: Google Images.....  | 9  |
| Gambar 2.2 Batik Cap, Sumber: google images.....  | 10 |
| Gambar 2.3 Batik Painting, Sumber: trendsfb.blogspot.com .....  | 10 |
| Gambar 2.4 Batik Sablon, Sumber: Goole images .....   | 11 |
| Gambar 2.5 Batik Printing, Sumber: Goole images .....   | 11 |
| Gambar 2.6 Motif Batik Parang, Sumber: Goole images .....   | 13 |
| Gambar 2.7 Motif Batik Mega Mendung, Sumber: Goole images.....  | 13 |
| Gambar 2.8 Motif Batik Truntum, Sumber: Goole images .....  | 14 |
| Gambar 2.9 Motif Batik Sido Luhur, Sumber: Goole images .....   | 15 |
| Gambar 2.10 Motif Batik Kawung, Sumber: Goole images.....   | 15 |
| Gambar 2.11 Motif Batik Gurda, Sumber: Goole images .....   | 16 |
| Gambar 2.12 Motif Batik Solo, Sumber: Goole images.....   | 16 |
| Gambar 2.13 Kain Mori Polos, Sumber: Goole images .....   | 17 |
| Gambar 2.14 Malam, Sumber: Goole images.....  | 17 |
| Gambar 2.15 Pewarna Batik, Sumber: Goole images .....   | 18 |
| Gambar 2.16 Canting, Sumber: Goole images .....   | 18 |
| Gambar 2.17 Gawangan, Sumber: Goole images.....   | 19 |
| Gambar 2.18 Kompok dan wajan, Sumber: Goole images .....  | 19 |
| Gambar 2.19 Bak Celup, Sumber: Goole images.....  | 20 |
| Gambar 2.20 Ketel, Sumber: Goole images .....   | 20 |
| Gambar 2.21 Galeri UMKM Jawa Timur, Sumber: Goole images .....  | 26 |
| Gambar 2.22 Galeri Tekstil Tanah Abang Jakarta, Sumber : <a href="http://www.JejakPiknik.com">http://www.JejakPiknik.com</a><br>..... | 27 |
| Gambar 2.23 Tingkatan Kelvin Pada Lampu, Sumber : <a href="http://www.lumina-auto.com">http://www.lumina-auto.com</a> ..              | 39 |
| Gambar 2.24 Proses terbentuknya Citra Perusahaan, Sumber : Google Images .....  | 51 |
| Gambar 2.25 Proses terbentuknya Citra Perusahaan, Sumber : Google Images .....  | 52 |
| Gambar 2.26 Kota Surabaya pada zaman Hindia Belanda, Sumber : Google Images ...   | 53 |
| Gambar 2.27 Seni Budaya Ludruk Surabaya, Sumber : Google Images.....  | 55 |
| Gambar 2.28 Tari Lenggang Suroboyo, Sumber : Google Images .....  | 55 |
| Gambar 2.29 Tari Lenggang Suroboyo, Sumber : Google Images .....  | 56 |
| Gambar 2.30 Besutan khas Surabaya, Sumber : Google Images.....  | 57 |
| Gambar 2.31 Monumen Tugu Pahlawan, Sumber : Google Images .....   | 58 |



---

|  |     |
|--|-----|
| Gambar 2.32 Taman bungkul Surabaya, Sumber : Google Images.....  | 59  |
| Gambar 2.33 Monumen Kapal Selam, Sumber : Google Images.....   | 60  |
| Gambar 2.34 Jembatan Suroboyo, Sumber : Google Images .....  | 61  |
| Gambar 2.35 Patung Suro dan baya, Sumber : Google Images.....  | 63  |
| Gambar 2.36 Monumen Bambu Runcing, Sumber : Google Images .....  | 63  |
| Gambar 2.37 Logo Batik Danar Hadi, (Sumber: www.batikdantarhadi.com) .....   | 68  |
| Gambar 2.38 Koleksi Batik Danar Hadi, (Sumber: www.batikdantarhadi.com) .....  | 69  |
| Gambar 2.39 Struktur Organisasi PT. Batik Danar Hadi, Sumber: Dokumen PT Batik Danar Hadi .....  | 71  |
| Gambar 2.40 Lokasi Bnagunan galeri batik Pemerintah Jawa Timur, (Sumber: Google Maps) .....  | 74  |
| Gambar 2.41 Fasad Komplek Dinas Koperasi dan UKM Provinsi Jawa Timur, (Sumber : Dinas Koperasi dan UKM Provinsi Jawa Timur, 2018)..... | 75  |
| Gambar 2.42 Area tunggu gallery, (Sumber : Dokumentasi Pribadi, 2019) .....  | 77  |
| Gambar 2.43 Area Display produk, (Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2019).....  | 77  |
| Gambar 2.44 Fitting Room, (Sumber : Dokumentasi Pribadi, 2019).....  | 78  |
| Gambar 2.45 Area Kerja Staff, (Sumber : Dokumentasi Pribadi, 2019).....  | 78  |
| Gambar 2.46 Area Stockis, (Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2019).....   | 79  |
| Gambar 2.47 Area Kasir, (Sumber : Dokumentasi Pribadi, 2019).....  | 79  |
| Gambar 3.1 Alur Metode Pengambilan Data, Sumber : Dokumen Pribadi (2018) .....   | 86  |
| Gambar 4.1 Latar Belakang Pemilihan Judul, Sumber: Dokumen Pribadi (2019).....   | 87  |
| Gambar 4.2 Toko Batik Danar Hadi di Surabaya, Sumber : Google Street View.....   | 88  |
| Gambar 4.3 Entrance .....  | 88  |
| Gambar 4.4 Area Display Pakaian Batik .....  | 89  |
| Gambar 4.5 Area Display Kain Batik .....   | 89  |
| Gambar 4.6 Fitting Room dan Area Kasir .....   | 89  |
| Gambar 4.7 Zoning Area Toko Batik Danar Hadi.....  | 97  |
| Gambar 4.8 Matriks Hubungan Ruang .....  | 97  |
| Gambar 4.9 Bubble Diagram .....  | 98  |
| Gambar 4.10 Alternatif Layout Keseluruhan 1 .....  | 104 |
| Gambar 4.11 Alternatif Layout Keseluruhan 2 .....  | 105 |
| Gambar 4.12 Weighted Method.....   | 106 |
| Gambar 4.13 Konsep Warna.....  | 107 |



|   |     |
|---|-----|
| Gambar 4.14 Granit tiles motif marble, Sumber : Pinterest .....                     | 107 |
| Gambar 4.15 Old hardwood flooring.....  | 108 |
| Gambar 4.16 Painted Tegel .....   | 108 |
| Gambar 4.17 Karpets, Sumber : Pinterest .....                                       | 109 |
| Gambar 4.18 Wall painted dan wall panel cutting, Sumber: Pinterest .....            | 109 |
| Gambar 4.19 Drop ceiling tiles dan wood ceiling decorative, Sumber: Pinterest ..... | 110 |
| Gambar 4.20 Material Gypsum, Sumber : Google Images.....                            | 110 |
| Gambar 4.21 Material Kayu Merbau, Sumber : Google Images .....                      | 111 |
| Gambar 4.22 Warm Lighting, Sumber: Google Images .....                              | 111 |
| Gambar 4.23 Furnitur yang menampilkan kesan modern, Sumber : Google Images... ..    | 112 |
| Gambar 4.24 Elemen Estetis, Sumber: Google Images .....                             | 112 |
| Gambar 4.25 floor display, Sumber : Google Images .....                             | 113 |
| Gambar 4.26 Table display, Sumber : Google Images .....                             | 113 |
| Gambar 4.27 wall display, Sumber : Google Images .....                              | 114 |
| Gambar 4.28 hanging display, Sumber : Google Images .....                           | 114 |
| Gambar 4.29 Pola Sirkulasi Campuran, Sumber : Google Images.....                    | 115 |
| Gambar 5.1 Layout Denah Terpilih.....   | 119 |
| Gambar 5.2 Layout Area Terpilih 1 ( Area Kasir dan new arrival ).....               | 120 |
| Gambar 5.3 View 1 Area Kasir dan New Arrival.....                                   | 121 |
| Gambar 5.4 View 2 Area Kasir dan New Arrival.....                                   | 121 |
| Gambar 5.5 View 3 Area Kasir dan New Arrival.....                                   | 122 |
| Gambar 5.6 Layout Area Terpilih 2 ( Area Galeri dan Koleksi Batik Printing ) .....  | 123 |
| Gambar 5.7 View 1 Area Terpilih 2 ( Area Galeri dan Koleksi Kain batik Printing ).  | 123 |
| Gambar 5.8 View 2 Area Terpilih 2 ( Area Galeri dan Koleksi Kain batik Printing ).  | 124 |
| Gambar 5.9 View 3 Area Terpilih 2 ( Area Galeri dan Koleksi Kain batik Printing ).  | 124 |
| Gambar 5.10 Layout Area Terpilih 3 ( Area Koleksi Premium Pria dan Wanita ) ...     | 125 |
| Gambar 5.11 View 1 Area Terpilih 3 ( Area Koleksi Premium Pria dan Wanita ).....    | 126 |
| Gambar 5.12 View 2 Area Terpilih 3 ( Area Koleksi Premium Pria dan Wanita ).....    | 126 |
| Gambar 5.13 View 3 Area Terpilih 3 ( Area Koleksi Premium Pria dan Wanita ).....    | 127 |



## DAFTAR TABEL

|   |    |
|---|----|
| Tabel 2.1 Syarat Ruang Galeri, Sumber : Robby Aziz Irawan, 2017:9 .....                                     | 28 |
| Tabel 2.2 Pola-pola Sirkulasi, Sumber: Robby Aziz Irawan, 2017:20 .....                                     | 29 |
| Tabel 2.3 Galeri Batik Seno, Sumber : <a href="http://www.batikseno.com">http://www.batikseno.com</a> ..... | 31 |
| Tabel 4.1 Rangkuman Hasil Analisa, Sumber : Dokumentasi Pribadi .....                                       | 89 |
| Tabel 4.2 Karakteristik Pengguna .....  | 95 |
| Tabel 4.3 Aktivitas Umum .....  | 96 |
| Tabel 4.4 Aktivitas Khusus .....  | 96 |
| Tabel 4.5 Analisa Kebutuhan Ruang.....  | 98 |



## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **3.1 Latar Belakang**

Perkembangan kehidupan perekonomian yang sangat pesat di era globalisasi sekarang ini membuat kebutuhan manusia semakin lama semakin meningkat. Sehingga setiap perusahaan harus mampu mempertahankan kelangsungan hidupnya demi menyediakan kebutuhan yang sangat kompleks tersebut. Oleh karena itu perusahaan dituntut untuk dapat bersaing dengan perusahaan lain. Baik itu dibidang manufaktur, perdagangan maupun dibidang lainnya. Kemunculan perusahaan-perusahaan baru, tentu saja menjadi tantangan tersendiri bagi perusahaan lama yang ada. Salah satunya Perusahaan Batik Danar Hadi yang bergerak di bidang retail.

Batik Danar Hadi merupakan satu merek batik ternama di Indonesia yang diproduksi oleh PT. Batik Danar Hadi berdiri sejak 1967 di Solo. Dengan keuletannya kelompok usaha batik Danar Hadi telah menjadi perusahaan manufaktur batik yang terpadu dan telah dikenal sebagai produsen kain batik yang halus dan bermutu tinggi. Tidak lepas dari tuntutan pasar, sejak 1975 Danar Hadi memperluas usahanya ke beberapa kota-kota besar. Salah satu cabang Toko Batik Danar Hadi berada di Surabaya Jawa Timur. Yang merupakan suatu bentuk perusahaan retail yang memiliki tingkat pertumbuhan yang cukup pesat di wilayah Surabaya. Oleh karena itu, dalam usahanya, sangat diperlukan faktor-faktor penunjang yang dapat menciptakan suatu perbedaan antara satu toko merek tertentu dengan toko merek lainnya. Dengan kondisi kompetitif ini, maka retailer seharusnya menerapkan strategi yang tepat seperti merencanakan interior toko dengan bentuk dan konsep baru serta ide-ide kreatif yang membangun citra toko.

Faktor penunjang suatu perusahaan agar dapat bersaing dan bertahan harus diperhatikan secara baik oleh perusahaan. Seperti Branding image perusahaan, tehnik pemasaran, pelayanan pengunjung, dan juga Ruang lingkup belanja. dari banyak faktor tersebut banyak Perusahaan yang abai pada hal hal tersebut. Tidak terkecuali Toko Batik Danar Hadi terutama pada faktor ruang lingkup dan branding. Ruang lingkup yang meliputi interior dan fasilitas seharusnya menunjang kegiatan pengunjung agar nyaman saat berbelanja di Toko, sedangkan brand image kurang nampak ditonjolkan pada Toko Batik Danar Hadi yang seharusnya memiliki citra tersendiri bagi pengunjungnya.



Desain Interior berperan mewujudkan desain yang dapat mencerminkan image atau citra dan strategi target pasar, segmen pasar dan positioning. Melalui sebuah interior, pengunjung diharapkan dapat menangkap dan merekam informasi mengenai merek tersebut dalam ingatan. Tidak hanya itu Penabalan Brand image juga sangat penting untuk diaplikasikan pada Desain Interior Toko Batik Danar Hadi. Karena Brand image berpengaruh terhadap pemahaman konsumen terhadap merek tersebut. Brand image inilah yang menjadi image yang “dijual” oleh toko kepada masyarakat. Ketika Brand dari kota lain seperti Batik Danar Hadi Solo masuk ke Surabaya maka harus dapat menyesuaikan lingkungan dan demografi masyarakat yang menjadi konsumen agar tepat sasaran.

Berdasarkan latar belakang tersebut, Batik Danar Hadi merupakan salah satu merek yang mengutamakan kualitas produk bermutu tinggi sehingga membuat danar hadi mempunyai citra yang elegan, eksklusif dan nyaman. Melalui brand image tersebut desain interior dapat diwujudkan melalui penataan layout, warna dan material yang digunakan. Karena Danar hadi merupakan merk batik ternama di Indonesia membuat permintaan pasar yang sangat pesat sehingga Batik Danar Hadi melebarkan usahanya ke berbagai kota besar seperti Surabaya. Hal inilah yang menjadi dasar untuk melakukan penyesuaian lingkungan agar konsumen mampu menanggapi perubahan dalam lingkungan fisik dan budaya sekitar sebagai potensi wisata dan berbelanja.

### 3.2 Tema dan Judul

Redesain Interior Toko Batik Danar Hadi Surabaya melalui perwujudan *brand image* melalui potensi *local wisdom*.

#### 3.2.1 Definisi Judul

**Redesain:** Sebuah aktivitas atau kegiatan melakukan perubahan dan pembaharuan dengan berpatokan dari wujud desain yang lama untuk diubah menjadi baru, sehingga dapat memenuhi tujuan-tujuan positif yang mengakibatkan kemajuan.

**Toko Batik Danar Hadi Surabaya:** Merupakan salah satu perusahaan manufaktur di bidang industry batik yang juga mengembangkan usaha bisnis toko *retail*. Sebagai produsen batik kualitas produk Danar Hadi dikenal halus dan bermutu tinggi. Jenis produksi dari Toko Batik Danar Hadi berupa kain batik dari



kalangan anak-anak hingga dewasa, terdapat pula asesoris batik yang digunakan sebagai kebutuhan rumah tangga.

**Brand Image** : Representasi dari keseluruhan persepsi terhadap merek dan dibentuk dari informasi dan pengalaman masa lalu terhadap merek tersebut. Citra terhadap merek berhubungan dengan sikap yang berupa keyakinan dan preferensi terhadap suatu merek. Konsumen yang memiliki citra yang positif terhadap suatu merek, akan lebih memungkinkan untuk melakukan pembelian.

**Local Wisdom** : Segala bentuk kebijaksanaan yang didasari oleh nilai-nilai kebaikan yang dipercaya, diterapkan dan senantiasa dijaga keberlangsungannya dalam kurun waktu yang cukup lama ( secara turun-temurun ) oleh sekelompok orang dalam lingkungan atau wilayah tertentu yang menjadi tempat tinggal mereka.

### 3.3 Permasalahan

Toko Batik Danar Hadi Surabaya berlokasi di Jalan Diponegoro, dengan lahan eksisting berukuran 1200m<sup>2</sup> membuat toko tersebut mempunyai area penjualan yang cukup luas. Permasalahan yang muncul adalah kurang terwujudnya suasana toko yang tidak sesuai dengan kualitas produk yang eksklusif dan berkualitas tinggi, selain itu kondisi penataan display produk dirasa kurang tepat sehingga membuat ruang gerak dan sirkulasi pengunjung menjadi kurang optimal. Berikut ini adalah rincian mengenai rumusan dan batasan masalah :

#### 3.3.1 Rumusan Masalah

- a. Bagaimana mewujudkan lingkungan belanja dengan kearifan lokal di Toko Batik Danar Hadi Surabaya.
- b. Bagaimana merancang bentukan desain sesuai konsep brand image Perusahaan Danar Hadi.
- c. Bagaimana memanfaatkan area yang luas dengan kebutuhan produk batik yang sangat banyak.

#### 3.3.2 Batasan Masalah

Meredesain hanya dari segi interior Toko Batik Danar Hadi. Penambahan area dan perubahan sekat atau dinding dimungkinkan tanpa mengubah bentuk eksterior.



### 3.4 Tujuan

Dapat menjadi sebuah penelitian yang realistis untuk dimanfaatkan. Serta dapat memberikan wawasan pengetahuan mengenai sejarah batik dan filosofi motif batik yang membawa visi melestarikan warisan budaya bagi masyarakat umum. Adapun beberapa tujuan yang dapat disimpulkan seperti:

- a. Meningkatkan kenyamanan pengunjung dalam berbelanja.
- b. Mampu memenuhi kebutuhan fasilitas dan sirkulasi yang optimal dalam berbelanja.
- c. Mampu menghadirkan ciri khas desain interior Danar Hadi melalui kearifan lokal yang ada di Surabaya.

### 3.5 Manfaat

Manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini berupa wawasan yang lebih dalam meneliti sebuah objek. Aspek-aspek mengenai kebutuhan ruang maupun aktifitas didalamnya. Adapun beberapa manfaat lain yaitu sebagai berikut:

- a. Institusi

Penelitian ini dapat dijadikan masukan bagi instansi pemilik toko batik di Indonesia sebagai referensi untuk perbaikan desain interior yang sewaktu-waktu akan dilakukan.

- b. Bidang Desain interior

Penelitian ini dapat dijadikan sumber referensi bagi para desainer interior terhadap variasi desain interior yang dapat diterapkan pada ruang-ruang di Toko batik, khususnya pada penerapan identitas perusahaan pada Desain Interior.

### 3.6 Ruang Lingkup

Desain interior ini melingkupi interior sebuah bangunan dari Toko Batik Danar Hadi dan fasilitas pendampingnya, dengan memperhatikan:

1. Penataan *layout* area-area yang dibutuhkan.
2. Redesain Interior Toko Batik Danar Hadi di Surabaya dengan tiga ruang terpilih yaitu. ruang koleksi premium, ruang galeri interaktif, area kasir.
3. Studi analisa mengenai:
  - a. Kondisi fisik bangunan



- b. Suasana interior yang sesuai dengan jenis produk yang dijual dan *Brand Image* perusahaan Dinar Hadi serta fasilitas pendamping.
  - c. Ragam Hias Motif Batik dan makna yang terkandung didalamnya.
  - d. Bentuk kearifan lokal beserta makna yang terkandung didalamnya
  - e. Penerapan bentuk kearifan lokal dan lingkungan setempat yang diungkapkan dalam bentuk suasana interior (*detail*, bentuk dan ornamen)
4. Pengaplikasian elemen desain pada elemen interior sesuai dengan sistematika desain.
  5. Penataan lighting dan mekanikal.

### 3.7 Sistematika Penulisan

Untuk mengetahui gambaran ringkas mengenai isi laporan tugas akhir dan mempermudah pemahamannya, maka dalam pembahasan laporan ini dibagi dalam beberapa bab yang dirinci sebagai berikut:

#### **Bab I      Pendahuluan**

Berisi tentang abstrak, latar belakang, identifikasi masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan, manfaat, ruang lingkup desain, dan sistematika penulisan laporan.

#### **Bab II      Kajian Pustaka**

Berisi tentang pengambilan data yang bersumber dari buku referensi maupun data yang bersumber dari internet yang digunakan sebagai pedoman dalam pengembangan laporan ini.

#### **Bab III     Metode Desain**

Berisi tentang cara pengambilan data yang mendukung pustaka Toko Batik Dinar Hadi ini. Metodologi digunakan untuk menganalisa data-data yang akan digunakan dan diaplikasikan pada Desain Interior Toko Batik Dinar Hadi di Surabaya dengan perwujudan *Brand Image*

#### **Bab IV     Konsep Desain**

Setelah data-data yang diperlukan sudah terkumpul, maka selanjutnya data tersebut diolah dan dianalisis. Analisa data dilakukan untuk mencari konsep desain Toko Batik Dinar Hadi, yaitu perwujudan *Brand Image*.

#### **Bab V      Hasil Desain**



Berisi tentang penerapan pada desain akhir yang merupakan hasil dari konsep desain.

## **Bab VI Penutup**

Bab ini adalah bab penutup yang berisikan kesimpulan terhadap hasil konsep desain dan saran0saran yang diberikan yang dapat bermanfaat bagi Toko Batik Danar Hadi.



## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### 4.1 Kajian Mengenai Batik

##### 4.1.1 Pengertian Batik

Batik merupakan sebuah warisan budaya yang memang asli dan berasal dari nenek moyang bangsa Indonesia. Kata “batik” berasal dari bahasa Jawa, dari kata “amba” yang berarti menggambar dan “tik” yang berarti kecil. Seperti misalnya terdapat dalam kata-kata Jawa lainnya yakni “klitik” (warung kecil), “bentik” (persinggungan kecil antara dua benda), “kitik” (kutu kecil) dan sebagainya [1].

Pengertian lain dari batik menjelaskan bahwa batik merupakan suatu seni dan cara menghias kain dengan penutup lilin untuk membentuk corak hiasannya, membentuk sebuah bidang pewarnaan, sedang warna itu sendiri dicelup dengan memakai zat warna [2].

Berdasarkan dua pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa batik merupakan suatu seni menghias kain dengan menggambar pola-pola tertentu di atas kain dengan menggunakan malam.

##### 4.1.2 Sejarah Batik Nusantara

Seni Batik tetap hidup subur di Indonesia, dikenal oleh seluruh lapisan masyarakat. Bila kita bandingkan batik yang kita kenal sekarang dengan batik puluhan tahun yang silam, tidak begitu banyak perubahan baik bahan, cara maupun coraknya. Sifat inilah yang menyebabkan seni batik mudah dipelajari dari generasi ke generasi [3].

###### **A. Ditinjau dari Sejarah Kebudayaan**

Prof. Dr. R.M. Sutjipto Wirjosuparta menyatakan bahwa sebelum masuknya kebudayaan india bangsa Indonesia telah mengenal teknik membuat kain batik.

###### **B. Ditinjau dari design batik dan proses “*Loax-resist tehque*”**

Prof. Dr. Alfred Steinmann mengemukakan bahwa telah ada semacam batik di Jepang pada zaman dinasti Nara yang disebut “*Ro-Kechr*”, di Cina pada zaman dinasti Tang, di Bangkok dan Turkestan Timur. Desain batik dari daerah-daerah tersebut pada umumnya bermotif geomwtris, sedang batik Indonesia lebih banyak variasinya, Batik dari India Selatan (baru mulai dibuat tahun 1516 di Palekat dan Gujarat) adalah sejenis kain



batik lukisan lilin yang terkenal dengan nama batik Palekat. Perkembangan batik India mencapai puncaknya pada abad 17-19.

Daerah-daerah di Indonesia yang tidak terpengaruh kebudayaan India, ada produksi batik pula, misalnya di Toraja, daerah Sulawesi, Irian dan Sumatera. Tidak terdapat persamaan ornament batik Indonesia dengan ornament batik India. Misal di India tidak terdapat tumpal, pohon hayat, caruda, dan isen-isen cece serta sawut.

### **C. Ditinjau dari Sejarah**

Batik Prof. M. Yamin maupun Prof. Dr. R.M. Sutjipto Wirjosuparta, mengemukakan bahwa batik di Indonesia telah ada sejak zaman Sriwijaya, Tiongkok pada zaman dinasti Sung atau T'ang (abad 7-9). Kotakota penghasil batik, antara lain: Pekalongan, Solo, Yogyakarta, Lasem, Banyumas, Purbalingga, Surakarta, Cirebon, Tasikmalaya, Tulungagung, Ponorogo, Jakarta, Tegal, Indramayu, Ciamis, Garut, Mojokerto, gresik, Kudus, dan Wonogiri.

#### **4.1.3 Macam-macam Batik Indonesia**

Berbagai macam batik dapat dijumpai di Indonesia. Apabila ditinjau dari teknik pembuatan dan alasan pembuatannya. Terciptanya batik yang berasal dari Indonesia ini adalah gabungan dari kesuseluruhan teknik pembuatan, teknologi dan pada pengembangan motif batik itu sendiri yang biasanya di ambil dari budaya dimana batik itu dibuat. Berikut macam-macam batik Indonesia dan penjelasannya berdasarkan:

##### **4.1.3.1 Teknik Pembuatan**

###### **A. Batik Tulis**

Soemarjadi [4] berpendapat bahwa batik tulis adalah batik yang dibuat dengan cara menerakan malam pada motif yang telah dirancang dengan menggunakan canting tulis. Cara ini dilakukan untuk semua pemberian motif. Malam berfungsi sebagai bahan perintang warna. Motif bisa dirancang secara bebas, karena dengan menggunakan canting tulis hal ini sangat mudah dikerjakan. Pemberian warna juga dimungkinkan dengan bebas, baik melalui celupan maupun melalui coletan. Disamping itu juga dimungkinkan untuk memberikan warna ganda dengan memakai teknik tutup celup sampai beberapa kali.



Batik tulis yang kasar dapat dilihat dari bahan yang tidak begitu halus, sedangkan untuk batik tulis ditentukan oleh beberapa hal, yaitu:

- Morinya terpilih dari yang paling halus
- Cara menulisnya
- Babaran atau pewarnaannya berhasil baik.

Pada dasarnya batik tulis adalah suatu teknik pembuatan gambar pada permukaan kain dengan cara menutup bagian-bagian tertentu dengan menggunakan bahan malam atau lilin dan alat canting.



*Gambar 4.1 Batik Tulis, Sumber: Google Images*

## **B. Batik Cap**

Batik cap adalah batik yang dihasilkan dengan cara membasahi salah satu permukaan bagian cap dengan malam yang kemudian dicapkan pada kain. Cap tersebut membentuk rangkaian motif atau corak untuk membuat berbagai motif, diperlukan pula berbagai macam cap. Motif atau corak batik cap selalu ada pengulangan yang jelas sehingga bentuknya sama. Garis motif mempunyai ukuran yang lebih besar dari batik tulis, motif hanya kuat di salah satu sisi kain, dasar kain memiliki warna lebih tua dari dibandingkan motifnya. Proses pembuatan batik cap lebih cepat dibandingkan dengan proses pembuatan batik tulis.



Gambar 4.2 Batik Cap, Sumber: google images

### C. Batik *Painting* (batik sablon)

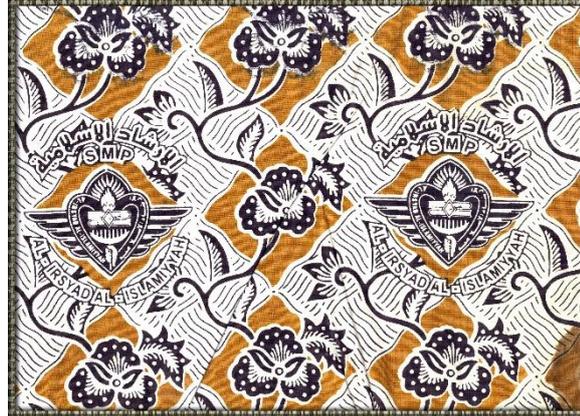
Cara membuat batik painting biasanya tanpa pola terlebih dulu. Pengrajin batik akan langsung meramu warna di atas kain yang akan di buat kain batik.



Gambar 4.3 Batik Painting, Sumber: trendsfb.blogspot.com

### D. Batik Sablon

Batik sablon adalah batik dimana motif batiknya di buat dengan cara dicetak dengan menggunakan klise atau *hand print*.



*Gambar 4.4 Batik Sablon, Sumber: Goole images*

### **E. Batik Printing**

Jenis batik printing ini motifnya di buat dengan menggunakan mesin, sehingga bisa menghasilkan kain batik dalam jumlah yang sangat banyak karena proses pembuatannya memakai alat mesin modern.



*Gambar 4.5 Batik Printing, Sumber: Goole images*

#### **4.1.3.2 Asal pembuatan**

##### **A. Batik Jawa**

Batik Jawa adalah sebuah warisan kesenian budaya orang Indonesia, khususnya daerah Jawa yang dikuasai orang Jawa dari turun temurun. Batik Jawa mempunyai motif-motif yang berbeda-beda. Perbedaan motif ini biasa terjadi dikarenakan motif-motif itu mempunyai makna yang mereka dapat dari leluhur mereka, yaitu penganut agama animism, dinamisme atau Hindu Budha.



Batik Jawa banyak berkembang di daerah Solo atau yang biasa disebut dengan batik solo.

## **B. Batik Tiga Negeri**

Motif Batik Tiga Negeri merupakan gabungan batik khas Lasem, Pekalongan dan Solo. Pada jaman colonial wilayah memiliki ekonomi sendiri dan disebut negeri. Mungkin kalau hanya perpaduan motifnya yang khas masing-masing daerah masih wajar dan biasa, tetapi yang membuat batik ini memiliki nilai seni yang tinggi adalah prosesnya. Konon menurut para pembatik, air disetiap daerah memiliki pengaruh besar terhadap pewarnaan, dan ini masuk akal karena kandungan mineral air tanah berbeda menurut letak geografisnya. Maka dibuatlah batik ini di masing-masing daerah. Pertama, kain batik ini dibuat di Lasem dengan warna biru, dan terakhir kain diwarnai coklat sogan yang khas di kota solo. Mengingat sarana transportasi pada zaman itu tidak sebaik sekarang, maka kain Batik Tiga Negeri ini dapat dikatakan sebagai salah satu masterpiece batik.

## **C. Batik Pekalongan**

Secara historis, ada tiga jenis batik Pekalongan. Yang pertama, adalah batik local. Hal ini dilakukan dengan menggunakan gaya lokal. Pola tidak merujuk kepada keteraturan, Tetapi membawa kemajuan pasar dengan menggambarkan produk terjual dengan cepat. Yang kedua adalah batik encim. Hal ini dilakukan di Cina, dan dapat ditetapkan dalam tiga kategori. Pola didasarkan pada buketan dalam tiga kategori. Pola didasarkan pada buketan aksesoris, cina budaya, dan berbagai lukisan. Yang ketiga adalah batik londo yang dibuat di Belanda aksesoris merupakan kebudayaan Belanda.

### **4.1.4 Motif Batik**

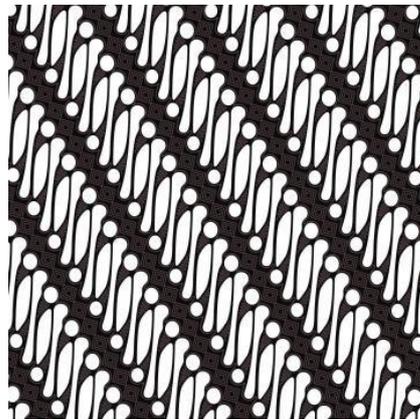
Motif batik adalah corak atau pola yang menjadi kerangka gambar pada batik berupa perpaduan antara garis, bentuk dan isen menjadi satu kesatuan yang mewujudkan batik secara keseluruhan. Motif-motif batik itu antara lain adalah motif hewan, manusia, geometris, dan motif lain. Motif batik sering juga dipakai untuk menunjukkan status seseorang.



Berikut motif batik yang telah diciptakan oleh para pengrajin dan seniman di Indonesia:

### A. Motif Batik Parang

Motif batik ini sudah dikenal sejak Mataram Kartasura. Motif batik parang memiliki nilai filosofi yang tinggi berupa petuah agar tidak pernah menyerah sebagaimana ombak laut yang tak pernah berhenti bergerak. Batik Parangpun menggambarkan jalinan yang tidak pernah putus, baik dalam arti upaya untuk memperbaiki diri, upaya memperjuangkan kesejahteraan, maupun bentuk pertalian keluarga. Batik parang dimasa lalu merupakan hadiah dari bangsawan kepada anak-anaknya. Contohnya: Parang Klitik dan Parang Rusak.



*Gambar 4.6 Motif Batik Parang, Sumber: Goole images*

### B. Motif Batik Mega Mendung

Motif batik Mega Mendung bercorak seperti susunan awan dengan pewarnaan yang gelap seperti merah tua, biu tua, atau kecoklatan. Mempunyai garis lengkung yang tersusun beraturan. Menggambarkan kehidupan manusia yang selalu berubah dalam mencari jati dirinya.



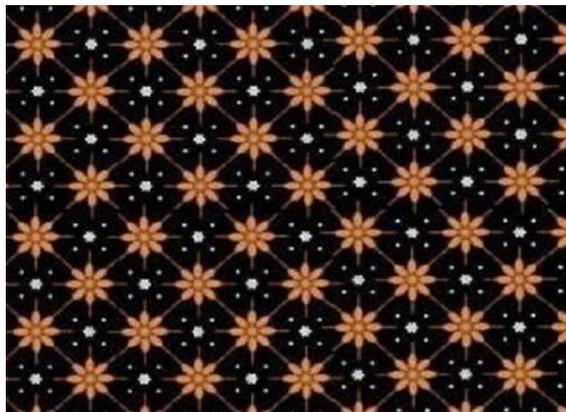
*Gambar 4.7 Motif Batik Mega Mendung, Sumber: Goole images*



### **C. Motif Batik Truntum**

Pencipta batik ini adalah Kanjeng Ratu Kencana, Permaisuri dari Sunan Paku Buwana III. Mempunyai makna cinta yang tumbuh kembali. Diciptakan sebagai simbol cinta yang tulus tanpa syarat, abadi, dan semakin lama semakin berkembang.

Motif batik Truntum ini biasanya dipakaikan kepada orangtua pengantin pada saat hari pernikahan. Harapannya adalah agar cinta kasih milik orangtua yang tumoruntum akan dirasakan juga oleh kedua mempelai.



*Gambar 4.8 Motif Batik Truntum, Sumber: Goole images*

### **D. Motif Batik Sido Luhur**

Motif batik Sidoluhur ini mempunyai makna keluhuran. Setiap orang Jawa beranggapan bahwa tujuan hidup adalah untuk mencapai keluhuran materi dan non materi.

Keluhuran materi berarti kebutuhan raga yang tercukupi dengan jalan yang benar. Sedangkan keluhuran non materi adalah pencapaian disaat bisa dipercaya oleh orang lain.

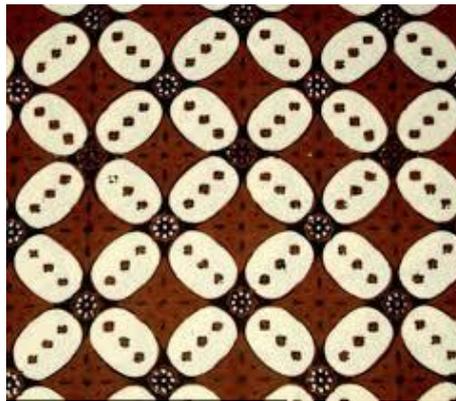
Motif batik Sidoluhur ini mempunyai makna bahwa orang tidak hidup untuk dirinya sendiri, namun dia juga hidup untuk keluarga, lingkungan, masyarakat, dan Tuhan yang menciptakannya.



*Gambar 4.9 Motif Batik Sido Luhur, Sumber: Goole images*

### **E. Motif Batik Kawung**

Kawung dalam bahasa Sunda mempunyai arti buah aren atau kolang-kolang kaling. Jadi motif batik kawung menyerupai buah kolang-kaling yang dibelah melintang sehingga terlihat motif 4 biji. Dan biasanya digunakan untuk pengantin putri.



*Gambar 4.10 Motif Batik Kawung, Sumber: Goole images*

### **F. Motif Batik Garuda**

Gurda atau burung Garuda merupakan burung yang menjadi lambang bangsa Indonesia. Masyarakat Jawa meyakini burung Garuda mempunyai kedudukan yang cukup penting dalam kehidupan. Bentuk motif Garuda terdiri dari dua sayap dan ditengahnya terdapat badan dan ekor. Dan motif ini dibuat berdasarkan atas kepercayaan masyarakat di masa lalu dimana burung Garuda mempunyai simbol kehidupan dan juga simbol kejantanan.



*Gambar 4.11 Motif Batik Gurda, Sumber: Goole images*

### **G. Motif Batik Solo**

Batik Solo merupakan salah satu batik yang paling terkenal dan biasanya disebut dengan batik sogan oleh kebanyakan orang. Pembuatannya yang masih menerapkan cara tradisional didalamnya dari mulai pewarnaan dan pengerjaannya membuat batik ini tergolong mahal. Namun kualitasnya pun dapat dipertanggungjawabkan. Warna dalam motif batik Solo biasanya didominasi oleh warna coklat dan mengartikan sebuah sungai Bengawan Solo yang membawa ketenangan.



*Gambar 4.12 Motif Batik Solo, Sumber: Goole images*

#### **4.1.5 Bahan Mambatik**

Bahan yang digunakan dalam membuat batik tulis terdiri dari kain, lilin batik atau malam dan pewarna batik [5]. Berikut penjelasan dari bahan-bahan yang diperlukan dalam membuat batik:

##### **A. Kain**

Kain batik seperti halnya seperti kain-kain yang lainya dibuat dengan dasar prinsip yang sederhana dari bahan benang yang digabung secara memanjang dan melintang. Pada



awalnya kain batik hanya terbuat dari jenis serat alam, utamanya kapas(tumbuhan) dan sutera (hewan)



*Gambar 4.13 Kain Mori Polos, Sumber: Goole images*

### **B. Lilin atau malam**

Menurut Widodo lilin batik adalah bahan yang dipakai untuk menutup permukaan kain menurut motif batik, sehingga permukaan yang tertutup tidak terkena warna yang diberikan pada kain.



*Gambar 4.14 Malam, Sumber: Goole images*

### **C. Pewarna batik**

Pewarna batik alami biasanya berasal dari tumbuh-tumbuhan yang diproses secara tradisional. Zat warna tersebut biasanya diambil atau terbuat dari akar, batang, kulit kayu, daun dan bunga. Namun sekarang pewarna yang digunakan dalam pewarnaan batik tidak hanya menggunakan pewarna alami saja, tetapi juga menggunakan pewarna buatan atau sintetis. Pewarna sintetis tersebut antara lain adalah naptol, remazol dan indigosol.



Gambar 4.15 Pewarna Batik, Sumber: Goole images

#### 4.1.6 Alat Mambatik

Perlengkapan yang digunakan dalam membuat batik tulis adalah peralatan yang sifatnya tradisional dan khas, walaupun sekarang mengalami penyempurnaan baik bentuk dan kualitas bahan namun manfaat atau fungsinya tetap sama. Adapun peralatan yang digunakan dalam pembuatan batik tulis diantaranya adalah:

##### A. Canting

Canting adalah alat yang dipakai untuk memindahkan atau mengambil cairan. Canting untuk membatik adalah alat kecil yang terbuat dari tembaga dan bambu sebagai penggangannya yang mempunyai sifat lentur dan ringan [6].



Gambar 4.16 Canting, Sumber: Goole images

##### B. Gawangan

Gawangan biasanya terbuat dari bambu atau kayu jati, bentuknya dua batang bambu bulat melintang dengan empat kaki dan gunanya adalah untuk meletakkan (sampiran) mori atau kain yang akan dibatik.



*Gambar 4.17 Gawangan, Sumber: Goole images*

### **C. Kompor**

Pada masa lalu para pengrajin batik menggunakan “Anglo” sebagai alat pemanas lilin batik atau malam, karena membatik biasanya menggunakan peralatan yang sifatnya tradisional. Penggunaan Anglo ini dibutuhkan kesabaran dan ketelatenan untuk menjaga nyala api agar api tetap stabil. Pengrajin batik sekarang lebih suka menggunakan kompor, alasannya penggunaan kompor lebih mudah dikendalikan dari pada penggunaan anglo.

### **D. Wajan**

Wajan adalah alat yang digunakan untuk mencairkan malam atau lilin batik, wajan bisa dibuat dari logam atau tanah liat [7]. Wajan yang digunakan oleh pengrajin batik pada masa lalu adalah wajan yang terbuat dari tanah liat, hal tersebut karena tangkai pada wajannya tidak panas, hanya saja proses pemanasannya agak lambat.



*Gambar 4.18 Kompor dan wajan, Sumber: Goole images*

### **E. Bak Celup**

Kurniadi berpendapat bahwa bak celup diperuntukkan untuk memberi warna pada kain dengan jenis warna tertentu, sehingga besar kecil bak celup serta jumlah bak celup



disesuaikan dengan kebutuhan. Yang perlu diperhatikan didalam penyediaan bak celup adalah bak celup tersebut kuat atau tidak bocor dan, dapat menampung kain yang dicelup”.



Gambar 4.19 Bak Celup, Sumber: Goole images

#### F. Ketel atau panci

*Ketel* atau panci ini biasanya terbuat dari logam yang berfungsi untuk menghilangkan lilin batik atau malam dengan cara kain direbus dengan air dan diberi abu soda secukupnya. *Ketel* atau panci yang digunakan harus memiliki ketebalan yang cukup dan besar sesuai dengan jumlah kain yang akan *dilorod*.



Gambar 4.20 Ketel, Sumber: Goole images

#### 4.2 Kajian mengenai Retail

Perkembangan dunia bisnis belakangan ini sangat mendukung perkembangan bagi para retailer yang berada di pasar, terutama para retailer besar. Meningkatnya tingkat konsumsi dan hasrat berbelanja masyarakat membuat industri ini semakin dilirik oleh para pelaku bisnis. Retail adalah suatu penjualan dari sejumlah kecil komoditas kepada



konsumen. Retail berasal dari Bahasa Perancis diambil dari kata retailer yang berarti “memotong menjadi kecil-kecil” [8] .

#### **4.2.1 Pengertian Retail**

Retailing adalah serangkaian kegiatan usaha yang memberikan nilai tambah pada produk dan jasa yang dijual kepada pelanggan untuk penggunaan pribadi atau keluarga [9]. Terkadang orang-orang berpikir bahwa retailing hanya penjualan produk di toko, namun retailing juga mencakup penjualan jasa seperti praktek dokter, tukang cukur rambut, dan tempat penyewaan DVD. Retail juga dapat berarti kegiatan usaha yang menjual produk dan jasa secara langsung kepada konsumen tanpa melalui perantara.

Perusahaan membutuhkan jasa retailer karena retailer dapat menciptakan nilai tambah dari barang dan jasa yang dibuat oleh perusahaan tersebut. Mereka juga memfasilitasi distribusi barang dan jasa dari pabrik ke konsumen. Penciptaan nilai tambah dari retailer disebabkan karena retailer dapat:

##### **4.2.1.1 Menyediakan berbagai macam jenis barang dan jasa**

Karena retailer mengambil barang dari berbagai jenis perusahaan, maka konsumen dapat mencari bermacam-macam jenis barang di toko retail. Keanekaragaman jenis barang dan jasa dapat meningkatkan keinginan konsumen berbelanja di toko tersebut.

##### **4.2.1.2 Menjual dalam jumlah yang sedikit**

Untuk mengurangi biaya transportasi, perusahaan mengirim barang ke retailer dalam jumlah yang besar. Selanjutnya retailer yang akan

membaginya dalam jumlah yang lebih sedikit yang kemudian baru akan dijual ke konsumen. Konsumen dapat membeli dalam jumlah yang lebih sedikit dan perusahaan juga dapat menefisiensikan biaya akan distribusi ke konsumen dengan tidak harus mendistribusikan barang dengan jumlah kuantitas yang sedikit.

##### **A. Menyimpan *inventory***

Retailer dapat menyimpan barang dengan kuantitas yang cukup agar konsumen dapat membelinya ketika dibutuhkan. Konsumen dengan keterbatasan ruang penyimpanan akan kesulitan apabila membeli barang dalam jumlah banyak seperti daging atau makanan beku. Oleh karena itu, konsumen



tetap dapat menyimpan dalam jumlah sedikit karena mengetahui bahwa retailer memiliki stok barangnya.

## **B. Menyediakan jasa penjualan**

Retailer menyediakan jasa penjualan seperti penggunaan kartu kredit, hal ini memungkinkan konsumen untuk membeli barang pada saat ini dan membayarnya di akhir bulan. Retailer juga memperlihatkan produk yang membuat konsumen dapat melihat bahkan mencobanya sebelum membeli.

Toko adalah tempat dimana konsumen melakukan pembelian yang terencana maupun yang tidak terencana [10]. Toko ini menjual puluhan bahkan ratusan jenis barang setiap hari, dan konsumen membeli barang tersebut dengan sebagian dari pendapatan mereka. Konsumen bergantung kepada pendapatan dan waktu yang mereka keluarkan dalam melakukan pembelian. Hal ini membuat konsumen akan melakukan pembelian terencana, apabila konsumen melakukan pembelian secara tidak terencana maka dapat dikategorikan sebagai pembelian impulsif.

### **4.2.2 Tipe Tipe Retail**

Menurut Asep [11] Tipe bisnis retail diklasifikasikan berdasarkan:

- A. *Ownership* (kepemilikan bisnis)
- B. *Merchandise category* (Kategori barang dagangan).
- C. Luasan *sales area* (area penjualan)

Berbagai tipe bisnis retail tersebut antara lain sebagai berikut:

#### **4.2.2.1 Tipe Bisnis Retail Atas Kepemilikan (Owner)**

- A. ***Single-store Retailer*** merupakan tipe bisnis retail yang paling banyak jumlahnya dengan ukuran toko umumnya dibawah kius atau toko di pasar tradisional sampai dengan minimarket modern dengan kepemilikan secara individual.
- B. ***Rantai Toko Retail*** adalah toko retail dengan banyak (lebih dari satu) cabang dan biasanya dimiliki oleh suatu institusi bisnis bukan perorangan, melainkan dalam bentuk perseroan (*company owned retail chain*). Bentuknya mulai dari rantai toko minimarket sampai dengan mega hyperstore. Contoh nyatanya adalah seperti Hero Supermarket, Sogo Dept. Store & Supermarket, Matahari, Ramayana, dan sebagainya.



C. **Toko Waralaba (*Franchise Stores*)** adalah toko retail yang dibangun berdasarkan kontrak kerja waralaba (bagi hasil) antara terwaralaba (*franchise*) yakni pengusaha investor perseorangan (*independent bussines person*) dengan pewaralaba (*franchisor*) yang merupakan pemegang lisensi bendera/nama toko, sponsor, dan pengelola usaha). Bentuknya sangat beragam mulai dari fast food restaurant, bengkel, toko optikal sampai supermarket. Contohnya antara lain jaringan gerai Mc Donals, Indomaret, dan sebagainya.

#### 4.2.2.2 Tipe Bisnis Retail Berdasarkan *Merchandise Category*

- A. ***Department Store***, adalah retailer yang memiliki banyak jenis dan kategori dari barang dagangannya, menyediakan pelayanan konsumen, dan mengatur toko mereka menjadi berbagai macam departemen yang memperlihatkan masing-masing barangnya. Contohnya adalah Metro, Sogo, dan Debenhams.
- B. ***Full-Line Discount Store***, adalah retailer yang menyediakan berbagai jenis barang dengan harga murah namun terbatas jumlahnya. Toko diskon menyediakan berbagai jenis barang dari produk lokal sampai produk internasional. Barang yang dijual tidak terlalu mengikuti fashion, tidak seperti di department store.
- C. ***Specialty Store***, adalah toko yang fokus pada barang yang memiliki kategori terbatas, toko ini juga menyediakan pelayanan yang sangat baik. Contoh dari specialty store adalah Victoria's Secret, The Gap, Tiffany & Co. dan Mango.

#### 4.2.2.3 Tipe Bisnis Retail Berdasarkan Luas *Sales Area*

- A. ***Small Store/ Kiosk*** adalah sebuah tokokecil atau kios yang umumnya merupakan toko retail tradisional, dioperasikan sebagai usaha kecil dengan *sales area* kurang dari 100m<sup>2</sup>.
- B. ***Minimarket*** Dioperasikan dengan luasan *sales area* kurang dari 100<sup>2</sup>.
- C. ***Supermarket*** dioperasikan dengan luasan area antara 1000 sampai dengan 5000 m<sup>2</sup>.
- D. ***Hypermarket*** dioperasikan dengan luasan *sales area* lebih dari 5000m<sup>2</sup>.



### 4.2.3 Konsep Planogram

Planogram merupakan gambar (blueprint) retailer, yang secara visual berhubungan dengan bagaimana merchandise dapat tepat ataupun cocok secara fisik dengan peralatan di sebuah toko ataupun jendela yang memungkinkan untuk dilihat dengan tepat dan kemungkinan titik harga tertentu.

Planogram adalah diagram yang menunjukkan bagaimana dan dimana SKU (*stock keeping unit*) retail tertentu harus ditempatkan di rak, tempat penyimpanan ataupun dipajang untuk meningkatkan pembelian pembeli. Planogram dikembangkan dengan menggunakan berbagai informasi mengenai produk seperti; perputaran persediaan, volume penjualan dalam satuan luasan pada ruang retail, pola penjualan masa lalu dan sekarang, dan sebagainya.

Seorang perancang planogram dapat membuat rekomendasi yang sukses terhadap banyaknya produk tertentu (*facing product*) yang harus dipajang pada suatu retail, seberapa tinggi dan rendah produk tersebut dipajang, dan juga mengenai produk lainnya disekeliling produk tersebut [12].

Terdapat beberapa langkah-langkah dalam membuat planogram, yaitu [13]:

- a. Mengkategorikan barang slow dan fast moving Penghitungan barang slow dan fast moving dapat dilakukan dengan melihat data penjualan yang ada pada toko retail.
- b. Mengklasifikasikan barang sesuai dengan kategorinya (manajemen kategori) Struktur dalam klasifikasi barang terdapat dalam beberapa tahap klasifikasi seperti merchandise division, merchandise departmen, merchandise group, merchandise family, merchandise subfamily, merchandise item code, dan merchandise item subcode.
- c. Membuat layout *retail*
- d. Membuat *Planogram*

Beberapa keuntungan penggunaan planogram adalah sebagai berikut [14] :

- a. Memuaskan konsumen dengan tampilan visual yang lebih baik
- b. Pengendalian persediaan yang lebih ketat dan mereduksi terjadinya kehabisan stock
- c. Kemudahan pengisian produk
- d. Mempermudah penempatan produk sejenis
- e. Tools komunikasi yang efektif untuk staff dalam hal display



- f. Memastikan penempatan produk
- g. Peningkatan penjualan
- h. Menetapkan potensial penjualan untuk setiap inch dari ruang retail
- i. Membangun presentasi dengan sudut pandang 3D dan analisis penjualan
- j. Menghasilkan analisis gap untuk memahami hilangnya kesempatan (*lost opportunities*)
- k. Membandingkan distribusi produk dengan toko lainnya

Proses dalam manajemen planogram dapat dikategorikan sebagai berikut [15]:

- a. Pembuatan planogram: Proses yang mendukung pembuatan planogram
- b. Pemeliharaan planogram: Pembaharuan (update) dan mengkomunikasikan (communication) planogram serta diterbitkan (publishing).
- c. Penyesuaian planogram: Proses-proses untuk menyesuaikan planogram, memastikan planogram dapat digunakan di toko.

### 4.3 Kajian Mengenai Galeri

Menurut etimologinya, kata galeri atau gallery berasal dari kata latin: galleria. Galleria dapat diartikan sebagai ruang beratap dengan satu sisi terbuka. Di Indonesia, galeri sering diartikan sebagai ruang atau bangunan tersendiri yang dipakai untuk memamerkan karya seni, seperti lukisan, barang antik, patungpatung, dsb [16].

Dengan kalimat yang lebih sederhana, galeri merupakan ruangan atau gedung tempat memamerkan benda atau karya seni, dsb. Pengertian tersebut dapat ditarik sebuah pengertian bahwa galeri adalah tempat/ruang yang digunakan sebagai memamerkan karya dan budaya dalam bentuk dan penataan secara estetis. Galeri bukan saja digunakan sebagai pusat hiburan, melainkan sebagai pengembang wawasan dan edukasi setiap pengunjung.

Galeri berbeda dengan museum, selain berbeda dari ukuran, perbedaan yang paling menonjol dari galeri dan museum adalah bila galeri hanya menjual karya, sedangkan museum hanya tempat atau wadah untuk memamerkan koleksi benda-benda yang memiliki nilai sejarah dan langka, galeri merupakan ruang paling utama karena berfungsi mewedahi karya-karya seni yang dipamerkan.

Pada perkembangan selanjutnya galeri berdiri sendiri terlepas dari museum, fungsi galeri juga berkembang bukan hanya sebagai ruang untuk menjual karya seni atau proses



transaksi barang seni. Senada yang digambarkan dengan Darmawan T [17] bahwa galeri lebih merupakan bagian dari pertumbuhan ekonomi dari pada perkembangan seni. Pertumbuhan galeri pada prinsipnya adalah memutar seni dengan uang dan menggerakkan uang dengan seni.



*Gambar 4.21 Galeri UMKM Jawa Timur, Sumber: Goole images*

#### **4.3.1 Fungsi Galeri**

Fungsi galeri pada umumnya adalah preservasi, konservasi objek dan memamerkan objek pada khalayak umum. Objek dan event-event yang ada terdapat di galeri adalah inspirasi, teknologi, keindahan, perdagangan dan ekonomi, lingkungan, pembangunan, sejarah. Dari keterangan di atas, beberapa fungsi galeri dapat disimpulkan antara lain:

- a. Sebagai tempat mengumpulkan, memamerkan, dan memelihara karya seni
- b. Wadah untuk mendorong apresiasi masyarakat terhadap karya seni
- c. Tempat untuk jual beli karya seni, untuk menunjang kelangsungan seni budaya dan galeri.
- d. Tempat pendidikan masyarakat dan sebagai bentuk rekreasi budaya.

#### **4.3.2 Fasilitas Galeri**

Sebuah galeri harus memiliki fasilitas-fasilitas baik utama maupun penunjang. Fasilitas utama yang terdapat dalam sebuah galeri:



Gambar 4.22 Galeri Tekstil Tanah Abang Jakarta, Sumber : <http://www.JejakPiknik.com>

#### **A. An introductory Space**

Sebagai ruang untuk memperkenalkan tujuan galeri dan fasilitas apa saja yang terdapat didalamnya.

#### **B. Main Gallery Displays**

Merupakan tempat pameran utama. Karena batik merupakan kain yang memerlukan perawatan yang khusus maka pendisplay-an batik harus sangat di perhatikan.

#### **C. Temporary Display Area**

Ruang pameran berkala untuk memamerkan barang-barang dalam jangka waktu pendek.

#### **D. Fasilitas-fasilitas penunjang yang terdapat dalam galeri:**

##### 1. Perpustakaan

Berisi buku-buku maupun informasi yang berkaitan dengan barang-barang yang di pameran di sebuah galeri.

##### 2. Cafeteria

Sebagai tempat untuk beristirahat, makan dan minum sementara bagi para pengunjung.

##### 3. *Workshop*

Tempat pembuatan maupun edukasi praktek karya seni oleh pembicara.



### 4.3.3 Persyaratan Ruang Galeri

Penyimpanan yang ideal harus memenuhi standar internasional galeri. Persyaratan untuk penyimpanan ruang yang baik tidak terlalu gelap atau lembab memiliki ventilasi yang baik (aliran udara). Berikut adalah kriteria dalam penyimpanan benda pameran.

Tabel 4.1 Syarat Ruang Galeri, Sumber : Robby Aziz Irawan, 2017:9

| <b>Syarat Ruang Penyimpanan</b>          | <b>Keterangan</b>   |
|--|---|
| <b>Suhu, Kelembaban dan Aliran Udara</b> | Standar Galeri direkomendasikan untuk lingkungan yang ideal dalam iklim tropis yang lembab adalah antara 55% - 70% Kelembaban relatif. Penggunaan kipas langit-langit, yang jauh lebih murah dapat dilakukan. Hal ini efektif dalam mengurangi suhu lingkungan dan meminimalkan resiko pertumbuhan jamur dengan meningkatkan aliran udara.  |
| <b>Persyaratan Cahaya</b>                | Ketika mempertimbangkan lokasi penyimpanan, pastikan bahwa benda tidak terkena sinar matahari langsung atau sumber cahaya yang kuat   |
| <b>Polusi</b>                            | Polutan udara dalam ruangan dapat diminimalkan dengan memilih bahan-bahan dalam area penyimpanan yang rendah kadar VOC (seperti pilihan cat tembok), serta perabot (misalnya papan kayu lapis tidak bervernisi formaldehida).   |
| <b>Keamanan</b>                          | Fasilitas penyimpanan. Obyek disimpan dalam rak dan lemari atau display ditumpuk di rak-rak disesuaikan atau pada daerah yang ditunjuk. Untuk menyusun objek dari terbesar ke terkecil, dengan pembatas papan di antara setiap objek. Penyimpanan Bahan. Kertas silikon dianjurkan untuk membungkus karya seni yang masih basah atau lengket seperti cat minyak. Pemeliharaan Ruang Penyimpanan. Perlu memastikan tata cara perawatan berdasarkan jenis materialnya. Area penyimpanan harus secara teratur dibersihkan dan dimonitor untuk memastikan tidak ada hama atau rayap. Semua benda terpajang harus hati-hati dibersihkan dengan sikat yang sangat lembut dan di-vacuum. |



Dalam ruang-ruang pameran galeri batik, perawatan batik harus diperhatikan karena berkaitan dengan penyajiannya yaitu:

- a. Kain batik tidak boleh terkena pencahayaan langsung yang terus menerus baik sinar matahari ataupun sinar lampu. Terdapat beberapa cara penyajian kain batik dalam pameran tetap, yaitu:
  - Berpelindung: Pelindung kain batik tidak boleh mengganggu visualisasi pengunjung terhadap koleksi, maka dipilih material pelindung dari kaca tembus pandang.
  - Cukup Cahaya: Pengkondisian pencahayaan buatan terhadap koleksi harus memperhatikan peletakan titik lampu terhadap sudut pantulnya yang dapat menimbulkan silau pada kaca pelindung, selain itu peletakan titik lampu tidak terlalu dekat terhadap koleksi, karena koleksi kain batik rentan terhadap panas, peletakan titik lampu juga harus mempertimbangkan daerah bayangan yang mungkin muncul yang dapat menutupi koleksi
- b. Secara rutin dengan jarak waktu tertentu kain batik harus di angin anginkan untuk mencegah timbulnya jamur dan diasapi dengan ratus untuk menghindari serangga.
- c. Diusahakan kain batik tidak tersimpan lama dalam kondisi terlipat, karena daerah lipatan tersebut nantinya akan menimbulkan perbedaan warna dari aslinya. Apabila kain di letakkan di dalam lemari, hendaknya diletakkan dengan cara:
  - Kain dibungkus plastik dan diletakkan berdiri atau miring.
  - Lemari penyimpanan diberi butir-butir lada atau cengkeh yang ditakuti rayap atau ngengat.

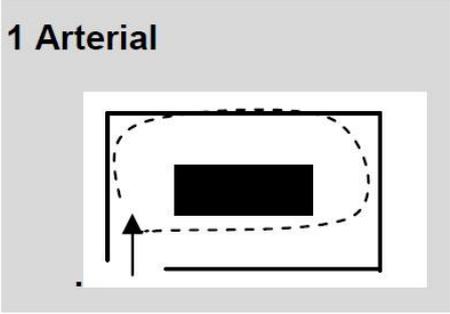
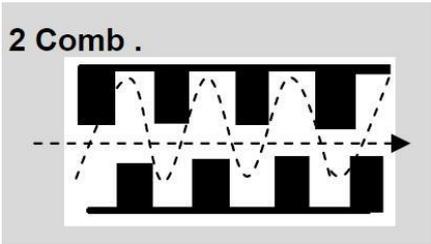
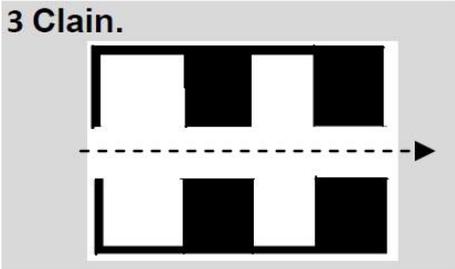
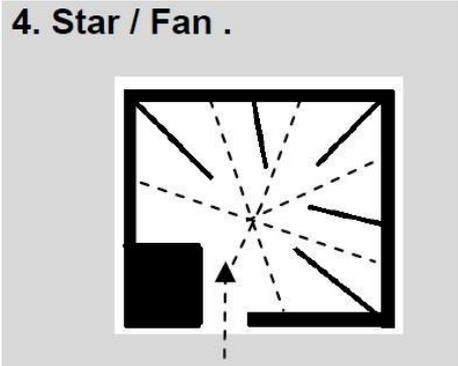
#### 4.3.4 Tipologi dari Pola-Pola Sirkulasi

Tipologi dari pola – pola sirkulasi yang berguna telah di susun oleh lehbruck ia mengusulkan 5 pola dasar yaitu:

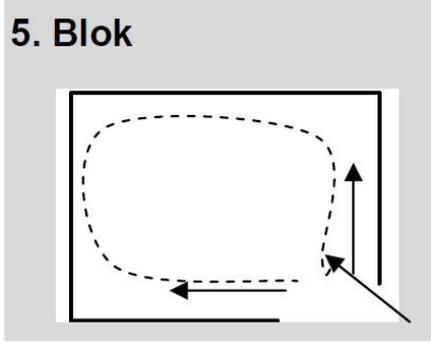
*Tabel 4.2 Pola-pola Sirkulasi, Sumber: Robby Aziz Irawan, 2017:20*

| <b>Pola Sirkulasi</b> | <b>Keterangan</b> |
|-----------------------|-------------------|
|-----------------------|-------------------|



|   |   |
|---|---|
| <p><b>1 Arterial</b></p>         | <p>Merupakan jalur sirkulasi dimana jalur utama terus berlanjut dan tidak ada pilihan keluar di jalur kedua. Dimana jalur dapat berbentuk lurus, melekung, secara visual dapat berbentuk apa saja. Pola seperti ini dapat digunakan dimana suatu presentasi material bergantung pada suatu perjalanan yang pasti.</p> |
| <p><b>2 Comb .</b></p>           | <p>Dimana merupakan jalur sirkulasi, dimana terdapat jalur sirkulasi utama dan pilihan ruang kecil dimana pengunjung dapat masuk atau hanya dapat melewati saja.</p>  |
| <p><b>3 Clain.</b></p>          | <p>Merupakan pola sirkulasi berlanjut, tidak terputus (seperti arterial) tetapi jalur tersebut terbawa dari suatu rangkaian unit-unit yang berdiri sendiri, yang memungkinkan memiliki jalur yang lebih bervariasi di dalamnya.</p>   |
| <p><b>4. Star / Fan .</b></p>  | <p>Merupakan suatu sirkulasi yang menampilkan suatu rangkaian alternatif bagi setiap pengunjung dari suatu pusat area.</p>  |



|   |   |
|---|---|
| <p><b>5. Blok</b></p>  | <p>Merupakan suatu pola sirkulasi yang secara reaktif tidak memaksa pengunjung dalam menentukan pilihan dan sebagai sesuatu yang acak atau pengarah</p> |
|---|---|

#### 4.3.5 Galeri Batik

Galeri Batik memiliki fungsi yang sama pada galeri pada umumnya yaitu sebuah tempat pameran dan menjual, perbedaannya tentu pada bendanya yaitu batik beserta benda aksesoris fashion yang bahan utamanya tetap pada kain batik, misalnya: sepatu batik, tas batik dan juga kaos dan denim batik yang sedang populer pada kaum muda saat ini. Galeri Batik biasanya merupakan cabang dan berjumlah banyak dari pusat dari perusahaan batik berskala besar contohnya yaitu perusahaan batik Danar hadi Solo, batik Keris Sukoharjo dan Batik Trusmi Cirebon. Tidak hanya di museum, pada galeri batikpun memiliki kain batik yang langka namun perbedaannya adalah status kepemilikannya yaitu milik pribadi sehingga tidak dijual dan menjadi koleksi yang sangat dijaga serta menjadi kebanggaan tersendiri bagi pemilik perusahaan.



Tabel 4.3 Galeri Batik Seno, Sumber : <http://www.batikseno.com>



#### 4.3.6 Display Galeri Batik

Display merupakan salah satu cara yang digunakan oleh perusahaan dalam melaksanakan promosi penjualan, pengertian display yaitu merupakan pemajangan atau tata letak barang dagangan untuk menarik minat beli konsumen agar terciptanya pembelian. Dengan melihat barang dagangan, konsumen akan tertarik serta memudahkan konsumen dalam memilih barang yang diinginkan. Tujuan pokok display adalah:

1. Untuk menarik konsumen agar membeli barang yang ditawarkannya
2. Untuk menimbulkan minat beli konsumen pada barang yang dipajang
3. Untuk mendorong konsumen agar berkeinginan untuk membeli barang yang ditawarkan.

Galeri batik memiliki ciri khas yang unik pada penggunaan display yang bermacam macam jenisnya, selain sebagai tempat storage bahan kain dan pakaian batik, display pada galeri batik tertentu juga difungsikan sebagai elemen estetis pada interior karena pada display tersebut menggunakan beberapa unsur budaya yaitu pada bentuk dan bentukannya yang terinspirasi dari ciri khas suatu daerah atau bahkan mengambil bentuk dari motif batik.

#### 4.4 Persyaratan Pencahayaan

Cahaya memegang peranan yang penting dalam suatu museum/galeri seni. Pencahayaan yang menarik terhadap karya seni yang dipamerkan menjadi point plus tersendiri sehingga dapat memberikan daya tarik yang lebih. Cahaya merupakan sebuah bentuk radiasi elektromagnetik yang disebut radiasi, cahaya yang dapat ditangkap oleh indera penglihatan manusia adalah cahaya yang berada pada panjang gelombang antara 400-700 nanometer (nm). Cahaya ini biasa disebut visible light, cahaya tampak, sedangkan cahaya yang berada pada panjang gelombang dibawah 400 nm disebut cahaya ultraviolet dan yang berada diatas 700 nm adalah cahaya infra merah.

Kerusakan pada hasil karya seni berasal dari ketiga jenis cahaya, sinar ultraviolet serta cahaya tampak dapat menyebabkan perubahan struktur kimia materi, sedangkan sinar infra merah dapat menaikkan suhu sehingga memiliki efek membakar, dan sinar tampak. Jenis cahaya yang umum ditemukan di museum adalah sinar ultraviolet dan cahaya tampak yang berasal dari cahaya matahari (*sunlight*), cahaya siang (*daylight*) atau pun cahaya buatan (*artificial light*) seperti lampu tabung (fluoresens), lampu pijar atau lampu



halogen. Cahaya buatan digunakan untuk menerangi pameran, sedangkan sinar matahari langsung tidak akan jatuh pada hasil karya seni yang dipamerkan setiap saat.

Pada koleksi museum kerusakan akibat cahaya karena adanya factor faktor sebagai berikut:

- Adanya sejumlah cahaya ultraviolet dalam sumber cahaya yang sering disebut nilai UV dengan satuan mikrowatt per lumen ( $\mu\text{W}/\text{lumen}$ ). Nilai ini tergantung dari sejumlah cahaya yang digunakan. Nilai uv tertinggi berasal dari cahaya matahari (sunlight) dan cahaya siang (daylight). Untuk lampu buatan, lampu halogen dan fluoresense memiliki nilai uv yang sedang, sedangkan lampu pijar hampir tidak memiliki kandungan uv, dalam cahayanya. Rekomendasi internasional untuk koleksi yang sensitif, seperti lukisan dan cat nilai uv nya harus dijaga agar tetap dibawah 75 mikrowatt/lumen.
- Adanya nilai intensitas iluminasi cahaya, yaitu terang tidaknya cahaya yang mengenai koleksi. Nilai ini dinyatakan dalam satuan lux ( $\text{lumen} / \text{cm}^2$  Makin tinggi intensitas cahaya maka nilai lux akan makin tinggi. Sebagai perbandingan nilai 10 lux = cahaya 1

Koleksi yang sangat sensitif seperti tekstil direkomendasikan dibawah 50 lux. Sedangkan koleksi yang tidak terlalu sensitif seperti cat minyak dan gading direkomendasikan.

#### 4.4.1 Sistem Pencahayaan

Menurut Prabu [18], menyebutkan bahwa ada 5 sistem pencahayaan di ruangan, yaitu:

##### A. Sistem Pencahayaan Langsung (*direct lighting*)

Pada sistem ini 90-100% cahaya diarahkan secara langsung ke benda yang perlu diterangi. Sistem ini dinilai paling efektif dalam mengatur pencahayaan, tetapi ada kelemahannya, karena dapat menimbulkan bahaya serta kesilauan yang mengganggu, baik karena penyinaran langsung, maupun karena pantulan cahaya. Untuk efek yang optimal, disarankan langit-langit, dinding, serta benda yang ada didalam ruangan perlu diberi warna cerah, agar tampak menyegarkan.

##### B. Pencahayaan Semi Langsung (*semi direct lighting*)



Pada sistem ini 60-90% cahaya diarahkan langsung pada benda yang perlu diterangi, sedangkan sisanya dipantulkan ke langit-langit dan dinding. Dengan sistem ini kelemahan sistem pencahayaan langsung dapat dikurangi. Diketahui bahwa langit-langit dan dinding yang diplester putih memiliki efisiensi pemantulan 90%, sedangkan apabila dicat putih efisien pemantulan antara 5-90%.

**C. Sistem Pencahayaan Difus (*general diffuse lighting*)**

Pada sistem ini setengah cahaya 40-60% diarahkan pada benda yang perlu disinari, sedangkan sisanya dipantulkan ke langit-langit dan dinding. Pencahayaan sistem ini termasuk system direct-indirect yakni memancarkan setengah cahaya ke bawah dan sisanya keatas. Pada sistem ini masalah bayangan dan kesilauan masih ditemui.

**D. Sistem Pencahayaan Semi Tidak Langsung (*semi indirect lighting*)**

ada sistem ini 60-90% cahaya diarahkan ke langit-langit dan dinding bagian atas, sedangkan sisanya diarahkan ke bagian bawah. Untuk hasil yang optimal disarankan langit-langit perlu diberikan perhatian, serta dirawat dengan baik. Pada system ini masalah bayangan praktis tidak ada, serta kesilauan dapat dikurangi.

**E. Sistem Pencahayaan Tidak Langsung (*indirect lighting*)**

Pada sistem ini 90-100% cahaya diarahkan ke langit-langit dan dinding bagian atas, kemudian dipantulkan untuk menerangi seluruh ruangan. Seluruh langit-langit dapat menjadi sumber cahaya, sehingga perlu diberikan perhatian dan pemeliharaan yang baik. Keuntungan sistem ini adalah tidak menimbulkan bayangan dan kesilauan, sedangkan kerugiannya mengurangi efisien cahaya total yang jatuh pada permukaan kerja

#### **4.4.2 Sumber Pencahayaan**

Sumber pencahayaan dapat dibagi menjadi dua yaitu :

**A. Sumber Pencahayaan Alami**

Sumber pencahayaan alami adalah sumber dari pencahayaan yang didapat dari sinar alami pada waktu siang hari untuk keadaan selama 12 jam dalam sehari, untuk mendapatkan cahaya matahari harus memperhatikan letak jendela dan lebar jendela. Luas jendela untuk pencahayaan alami sekitar 20%



luas lantai ruangan. Pencahayaan alami dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain: musim, waktu, jam, jauh dekatnya gedung yang bersebelahan, dan luas jalan masuk pencahayaan alami.

## **B. Sumber Pencahayaan Buatan**

Sumber pencahayaan buatan adalah sumber pencahayaan yang berasal dari lampu buatan seperti listrik, gas, atau minyak. Pencahayaan buatan dari suatu tempat kerja bertujuan menunjang dan melengkapi pencahayaan alami, juga dimaksudkan agar suatu ruangan kerja tercipta suasana yang menyenangkan dan terasa nyaman untuk mata kita. Untuk itu dalam pemilihan atau pengadaan lampu perlu di perhatikan tentang efek dari pencahayaan buatan terhadap obyek yang di amati, tugas visual tertentu memerlukan pencahayaan buatan yang lebih baik [19].

### **4.4.3 Aspek Psikologi Pencahayaan**

Pencahayaan merupakan elemen yang memegang peranan penting dalam memberikan informasi visual suatu ruangan. Tanpa pencahayaan yang baik, kita tidak dapat melihat atau menikmati kondisi visual di sekitar kita, bahkan jika kondisi visual tersebut merupakan sebuah karya arsitektur atau interior yang sangat indah.

Pencahayaan artifisial tidak hanya mampu menampilkan informasi visual, tetapi juga dapat digunakan untuk meningkatkan kualitas visual sehingga mampu memnuhi kebutuhan visual bagi orang yang melihatnya. Pencahayaan juga dapat mempengaruhi sisi psikologis manusia karena mampu menciptakan respon tertentu melalui kondisi visual yang dihasilkan dan, disisi lain, mampu menunjang berbagai aktivitas yang terjadi pada sebuah ruang. Namun, pemahaman yang kurang mengenai pencahayaan sering kali menjadi kendala dalam menghasilkan kualitas visual yang baik.

Cahaya merupakan penghubung psikologis dari suasana untuk membentuk karakter ruang. Beberapa pencahayaan yang dapat membentuk karakter atau suasana ruang.

#### **A. Cahaya Terang**

Cahaya jenis ini merangsang, memberikan energi dan membuat kita seolah-olah ingin bergerak lagi, itulah sebabnya cahaya yang terang sangat cocok untuk ruang kerja. Namun cahaya yang terang berlebihan dapat membosankan, itulah sebabnya kita harus mempertimbangkan berapa banyak



cahaya terang yang akan digunakan. Cahaya terang juga membentuk bayangan yang kuat.

### **B. Cahaya Redup**

Cahaya redup ini memberikan kesan rileks, tenang dan romantis, karena itulah sangat cocok untuk digunakan pada ruang interior untuk relaksasi, seperti kamar tidur, kamar mandi, atau ruang bersantai lain seperti entertainment room.

### **C. Cahaya Terlalu Terang**

Jenis cahaya ini dapat menyebabkan kita mengalami lelah fisik dan mental (ingat bahwa ia digunakan di kantor polisi untuk menanyai para penjahat). Cahaya yang terlalu terang dan difokuskan dapat membuat kita merasa menjadi pusat perhatian dan dapat meningkatkan ego atau membuat kita merasa sangat tidak nyaman. Jenis pencahayaan ini juga sangat berguna untuk meningkatkan tampilan lukisan, patung, atau sudut ruang lain dengan lampu sorot.

### **D. Cahaya Terang Sedang**

Cahaya ini tidak berpengaruh banyak pada kita, dan kita tetap merasa biasa saja.

### **E. Cahaya Dengan Warna Hangat**

Cahaya yang berwarna hangat seperti warna merah, jingga dan kuning akan membawa suasana riang dan 'welcome', terutama untuk warna orange dan kuning. Warna terang yang hangat sangat cocok untuk lobi, hall, dan kadang sangat cocok untuk kamar tidur (dengan cahaya redup) dan kamar lain yang perlu 'kehangatan'

### **F. Cahaya Dengan Warna Dingin**

Cahaya biru, hijau dan ungu bisa membawa kesan tenang dari sisi warna, juga membawa kesan 'dingin'. Jenis cahaya dengan warna dingin ini kebanyakan kurang cocok digunakan untuk interior rumah tinggal.

## **4.4.4 Jenis Lampu**

Berdasarkan Jenis-jenisnya lampu dibedakan menjadi beberapa kelompok, yaitu:

### **A. Lampu *Incandescence* (Lampu Pijar)**



Jenis lampu *incandescant* ini biasa disebut lampu pijar, lampu pijar akan memancarkan cahaya ketika ada arus listrik melewati filamen kawat pijar pada lampu dan kemudian memanasi filamen tersebut. Pembuatan lampu pijar juga didasarkan pada beberapa faktor, yaitu temperatur filamen, campuran gas yang diisikan, *efficacy* (lm/W), dan umur lampu.

Tahanan filamen tungsten akan semakin tinggi jika temperatur naik, sehingga kenaikan tegangan akan mengakibatkan meningkatnya tahanan yang juga akan terjadi sedikit kenaikan arus yang mengalir. Tahanan filamen kira-kira seperempat belas dari keadaan temperatur normal dalam keadaan dingin. Salah satu yang perlu diperhatikan dalam karakteristik lampu pijar ini adalah pengaruh perubahan tegangan terhadap lampu.

### **B. Lampu Halogen**

Lampu halogen termasuk dalam kelompok lampu pijar, sebab prinsip kerja lampu halogen adalah karena memijarnya filament. Lampu ini dibuat untuk mengatasi masalah ukuran fisik dan struktur yang dihadapi lampu pijar dalam penggunaannya untuk lampu sorot, lampu “side projector”, dan lampu “film projector”. Dalam bidang-bidang ini dibutuhkan ukuran bohlam yang sekecil-kecilnya sehingga sistem pengontrolan arah dan pemokus cahaya dapat dilakukan dengan lebih presisi.

### **C. Lampu Floresen (TL)**

Lampu floresen atau lebih dikenal dengan istilah lampu TL, sudah dikembangkan sejak tahun 1980, lampu ini bekerja menggunakan gas flour untuk menghasilkan cahaya, dimana energi listrik akan membangkitkan gas di dalam tabung lampu sehingga akan timbul sinar ultra violet. Sinar urtra violet itu akan mebangkitkan phosphors yang kemudian akan bercampur mineral lain yang telah dilaburkan pada sisi bagian dalam tabung lampu sehingga akan menimbulkan cahaya. Phosphors dirancang untuk meradiasi cahaya putih, sehingga sebagian besar model jenis lampu ini berwarna putih.

### **D. Lampu Mercury**

Lampu merkuri terdiri dari tabung dalam dan tabung luar. Tabung dalam diisi merkuri untuk menghasilkan radiasi ultraviolet dan gas argon yang berfungsi untuk keperluan start. Sedangkan bohlam luar berfungsi sebagai rumah tabung dan menjaga kestabilan suhu di sekitar tabung. Lampu merkuri



ini bekerja pada faktor daya yang rendah, oleh karena itu harus menggunakan kapasitor untuk memperbaiki faktor daya lampu. Bentuk armatur lampu merkuri tergantung jenis penggunaan lampu yang bersangkutan. Armatur untuk penerangan jalan berbeda dengan armatur untuk penerangan industri dan seterusnya.

#### **E. Lampu Light Emitting Diode (LED)**

Bentuknya bulat mendekati tabung, merupakan lampu elektronik terbaru saat ini. Terdapat berbagai warna dengan kelebihan hemat enaga. LED sekarang digunakan pada lampu yang berhubungan dengan teknologi, mesin, dan peralatan elektronik karena bentuknya yang kecil ringkas namun daya pancarnya yang terang. LED ditemukan oleh Oleh Vladimirovich tahun 1920, seorang teknisi radio yang membuat sinyal berupa lampu sederhana. Di masa depan LED rencananya akan dikembangkan lagi menjadi sebuah lampu yang tidak memerlukan tenaga listrik namun dari tenaga matahari atau angin sehingga diharapkan menghemat energy dan menjadi lampu yang menyala sepanjang masa.

#### **4.4.5 Temperatur Warna Lampu**

Temperatur Warna merupakan kesan yang ditimbulkan oleh cahaya terhadap sebuah obyek ketika cahaya itu mengenai obyek. Ukuran temperatur warna dinyatakan dalam satuan derajat Kelvin (K). Semakin besar ukuran derajat Kelvin, maka warna obyek semakin putih, kebalikannya maka obyek akan terlihat semakin menguning.

Lampu halogen yang digunakan sebagai standar memiliki tingkat 3200K (warna kuning standar). lampu-lampu yang tingkat Kelvinnya dibawah standar, akan mengeluarkan output berwarna kuning pekat, biasanya antara 2500K hingga 3000K. Sedangkan lampu yang tingkat Kelvinnya diatas standar, output cahayanya akan cenderung semakin putih.

Untuk penerangan interior hunian, umumnya jenis lampu yang dipilih adalah lampu pijar berwarna kuning. Warna ini dianggap dapat memberi citra hangat pada ruang. Dalam standar warna lampu LED, tingkat “hangat” pencahayaannya diukur dalam satuan Kelvin. Pencahayaan interior dapat menggunakan LED pada kisaran 2.700-3.500 Kelvin.

Dalam hal warna putih, sering disebut dengan istilah Warm White, Pure White, dan Cool White. Memang ada beberapa level warna putih yang dihasilkan LED yang perlu



diketahui lebih jauh, ada juga yang menyebutkan dengan satuan Derajat Kelvin ( $^{\circ}\text{K}$ ). Level warna putih paling rendah (Warm White) dengan nilai Derajat Kelvin lebih kecil cenderung mengandung warna kuning. Semakin tinggi level warna putih semakin putih terang (Pure White); hingga level tertinggi (Cool White) dengan nilai Derajat Kelvin yang lebih besar cenderung mengandung warna biru.

Berikut beberapa tingkat Kelvin pada lampu-lampu LED:

- 2500 – 3000K : output cahaya warna kuning pekat
- 4000K : output cahaya putih kekuningan
- 4200 – 4300K : output cahaya putih, dengan sedikit unsur kekuningan
- 5000K : output cahaya putih
- 6000K : output cahaya putih, dengan sedikit unsur kebiruan
- 8000K : output cahaya putih kebiruan



Gambar 4.23 Tingkatan Kelvin Pada Lampu, Sumber : <http://www.lumina-auto.com>

Kesimpulan:

Dalam sebuah Toko atau *retail* diperlukan system pencahayaan yang mampu menyajikan tampilan toko yang terbaik dan mampu menarik perhatian pengunjung. Sistem pencahayaan yang cocok untuk Toko Batik Danar Hadi adalah pencahayaan buatan karena kebutuhan toko untuk mendukung seluruh aktivitas di dalamnya. Jenis lampu yang digunakan harus dipertimbangkan dengan baik untuk mencegah kerusakan produk karena terlalu banyak menerima radiasi ultraviolet dan panas. Sedangkan lampu yang digunakan adalah tambahan-tambahan lampu *diffused* dan *focused* berupa *neon box*, *spot light*, dan lain-lain untuk pembentuk suasana ruangan (untuk ruangan-ruangan yang memerlukan pencahayaan khusus).



## **4.5 Kajian Mengenai Multimedia Interaktif**

Multimedia merupakan penggabungan dua kata “multi” dan “Media”. Multi berarti “banyak” sedangkan media berarti “medium”. Multimedia merupakan perpaduan berbagai macam kombinasi grafik, teks, suara, video dan animasi. Penggabungan ini merupakan satu kesatuan yang secara bersama-sama menampilkan informasi, pesan atau isi pembelajaran Multimedia sebagai salah satu komponen sistem pembelajaran, pemilihan dan penggunaan multimedia pembelajaran harus memperhatikan karakteristik komponen lain, seperti tujuan, materi, strategi dan juga evaluasi pembelajaran.

Menurut Daryanto [20], multimedia interaktif adalah suatu multimedia yang dilengkapi dengan alat pengontrol yang dapat dioperasikan oleh pengguna, sehingga pengguna dapat memilih apa yang dikehendaki untuk proses selanjutnya.

Berdasarkan pengertian tersebut, multimedia interaktif dapat didefinisikan perpaduan berbagai macam kombinasi seperti teks, grafik, suara dan animasi, perpaduan tersebut dilengkapi dengan alat pengontrol yang dapat dioperasikan oleh pengguna.

### **4.5.1 Format Sajian Multimedia Interaktif**

Format sajian multimedia interaktif dapat dikategorikan ke dalam lima kelompok sebagai berikut:

#### **4.5.1.1 Tutorial**

Format sajian ini merupakan multimedia interaktif yang dalam penyampaian materinya dilakukan secara tutorial. Tutorial didefinisikan sebagai bentuk pembelajaran khusus yang bertujuan memberikan bantuan kepada siswa agar dapat mencapai hasil belajar yang lebih efektif dan efisien. Informasi yang disajikan berupa teks, gambar, baik diam maupun bergerak dan suara. Setelah pengguna telah membaca dan menyerap konsep. Selanjutnya diajukan serangkaian pertanyaan. Jika jawaban atau respon pengguna salah maka pengguna harus mengulang memahami konsep secara keseluruhan atau pada bagian tertentu.

Jadi tutorial merupakan format sajian multimedia interaktif yang mempunyai bimbingan dalam pemberian arahan, bantuan dan petunjuk agar siswa dapat belajar secara efektif dan efisien. Komputer sebagai tutor berorientasi pada upaya dalam membangun perilaku siswa melalui penggunaan komputer. Secara sederhana pola-pola



pengoperasiannya adalah sebagai berikut 1) komputer menyajikan materi, 2) siswa memberi respon, 3) respon siswa dievaluasi oleh komputer dengan orientasi pada siswa dalam menempuh prestasi berikutnya dan 4) menjalankan atau mengulangi tahap selanjutnya.

#### **A. Praktek dan Latihan**

format *Drill and Practice* adalah format sajian multimedia interaktif yang bertujuan untuk melatih pengguna sehingga mempunyai kemahiran melalui serangkaian latihan yang ditampilkan secara acak. Sehingga latihan yang digunakan akan selalu berbeda atau paling tidak dengan kombinasi berbeda. Proses model drill and practice adalah 1) penyajian soal-soal dalam bentuk latihan, 2) siswa mengerjakan soal, 3) Program merekam pekerjaan siswa, 4) Jika jawaban siswa benar program akan melanjutkan materi selanjutnya apabila salah, program menyediakan fasilitas untuk mengulangi latihan.

#### **B. Simulasi**

Menurut Rusman [21] mendefinisikan. Simulasi adalah sajian multimedia yang pengajarannya dikemas dalam bentuk simulasi-simulasi pembelajaran dalam bentuk animasi yang menjelaskan konten secara menarik hidup dan memadukan teks, gambar, animasi dan perpaduan warna yang serasi dan harmonis. Secara umum tahapan simulasi diantaranya pengenalan, penyajian informasi berupa kumpulan dari suatu simulasi, pertanyaan, penilaian dan penutup.

#### **C. Permainan (*Intructional games*)**

Menurut Rusman menjelaskan, *Intructional Games* merupakan salah satu bentuk metode dalam bentuk metode pembelajaran berbasis komputer. Tujuannya adalah untuk menyediakan pengalaman yang memberikan fasilitas belajar untuk menambah pengetahuannya melalui bentuk permainan.

Berdasarkan pengertian tersebut, maka Instructional games merupakan sajian multimedia interaktif yang sajiannya berisikan permainan, dimana siswa belajar sambil bermain.



## 4.5.2 Desain Multimedia Interaktif Tutorial

Perancangan multimedia interaktif tutorial haruslah sistematis sehingga tidak membingungkan *user* atau pemakai program. Tahapan proses produksi, multimedia interaktif tutorial yang diadaptasi dari pembelajaran berbasis komputer menurut Rusman terdiri atas:

### 4.5.2.1 Bagian Pendahuluan

#### A. Judul Program (*title page*)

Program tutorial diawali dengan tampilan halaman judul, serta bentukbentuk lain yang dapat menarik perhatian siswa. Judul ini merupakan bagian paling penting untuk mengoperasikan keseluruhan materi/pelajaran yang akan disajikan dalam suatu program tutorial.

#### B. Petunjuk Penggunaan (*usage instructions*)

Berisikan petunjuk penggunaan untuk mengoperasikan multimedia interaktif tutorial, sehingga penggunaan atau user tidak merasa bingung dalam mengoperasikan multimedia interaktif tutorial.

#### C. Penyajian tujuan (*Presentation of Objective*)

Perumusan tujuan pembelajaran yang akan dicapai berdasarkan standar kompetensi dan kompetensi dasar yang akan digunakan, serta indicator yang akan dicapai. Tampilan tujuan minimal memuat indikator.

#### D. Kontrol awal terhadap siswa (*early control of the student*)

Pengontrolan terhadap kegiatan belajar siswa dilakukan dengan pembuatan menu pelajaran. Hal ini dilakukan karena dalam program tutorial suatu bahan pelajaran dapat dipecah beberapa topik

### 4.5.2.2 Penyajian Informasi

Hal-hal yang perlu dipastikan dalam penyajian informasi dalam program tutorial diantaranya adalah:

#### A. Metode Penyajian

Metode penyajian berarti apakah informasi yang disajikan kepada siswa dalam bentuk teks, grafik, suara, animasi, video atau kombinasi kelimanya.



1. Penggunaan Warna

Warna yang digunakan secara efektif untuk menarik minat siswa dan memusatkan perhatian mereka pada pelajaran yang disajikan.

2. Tata letak teks dan panjang teks

Tata letak teks dan panjang teks perlu diperhatikan untuk menciptakan keseimbangan antara teks yang disajikan dengan kemampuan monitor untuk menampilkannya.

3. Memusatkan perhatian siswa

Memusatkan perhatian siswa pada materi pelajaran dilakukan dengan mempergunakan gambar, animasi, audio, video dan penggunaan warnawarna yang menarik perhatian siswa.

4. Tipe Informasi

Informasi yang diberikan disajikan dalam bentuk verbal, tutorial dll.

**B. Pertanyaan/Evaluasi**

Fungsi dari pertanyaan adalah agar siswa fokus pada pelajaran dan untuk mengetahui pencapaian tujuan pelajaran yang dicapai dengan menggunakan multimedia interaktif tutorial. Pertanyaan dalam bentuk pilihan ganda. Cara menjawabnya dilakukan dengan menekan atau mengklik jawaban yang menurut siswa benar.

**C. Penilaian**

Penilaian adalah proses mengevaluasi respon agar umpan balik (feed back) dapat diberikan kepada siswa. Proses penilaian berbentuk benar salah. Fungsi dari penilaian ini adalah untuk menilai apakah hasil belajar siswa fokus dalam pelajaran atau tidak, serta membuat keputusan apakah proses belajar dapat dilanjutkan ketopik selanjutnya atau mengulang kembali ke materi sebelumnya.

**D. Menyiapkan umpan balik (Feed Back)**

Umpan balik (Feed back) merupakan reaksi dari program terhadap respon yang diberikan siswa. Umpan balik dapat berupa pesan-pesan dalam bentuk teks, juga dalam bentuk ilustrasi. Fungsi umpan balik adalah untuk menginformasikan kepada siswa apakah respon yang diberikan tepat atau tidak.



## 4.6 Kajian Mengenai Brand Image

Citra merek (brand image) merupakan representasi dari keseluruhan persepsi terhadap merek dan dibentuk dari informasi dan pengalaman masa lalu terhadap merek itu. Citra terhadap merek berhubungan dengan sikap yang berupa keyakinan dan preferensi terhadap suatu merek. Konsumen yang memiliki citra yang positif terhadap suatu merek, akan lebih memungkinkan untuk melakukan pembelian.

### 4.6.1 Pengertian Brand (Merek)

Brand adalah salah satu atribut yang sangat penting dari sebuah produk yang penggunaannya pada saat ini sudah sangat meluas karena beberapa alasan, dimana merek suatu produk berarti memberikan nilai tambah produk tersebut. Pikiran para pelanggan dipengaruhi oleh beragam pesan yang sampai pada angka ribuan pesan dan sering berubah – ubah. Merek tidak hanya kesan – kesannya, tetapi merek juga harus menempati suatu posisi khusus dalam pikiran untuk benar – benar menjadi sebuah merek.

Permasalahannya bila merek tidak mendapat tempat khusus atau berbeda dalam benak konsumen, maka akan memberi kesempatan bagi para pesaing untuk menempati posisi dalam benak konsumen tersebut dan merek itu menjadi kurang sejati. Oleh karena itulah maka diperlukan apa yang dinamakan dengan merek sejati.

Merek sejati terdiri dari tiga hal yang merupakan sifat fundamental yang membedakan merek sejati dalam benak konsumen yakni internalisasi jumlah kesan – kesan, suatu khusus di “pikiran (mind’s eye)” konsumen, dan manfaat – manfaat fungsional dan emosional yang dirasakan. Secara definitif merek sejati dapat dijelaskan sebagai internalisasi jumlah dari semua kesan yang diterima para pelanggan dan konsumen yang dihasilkan dalam sebuah posisi khusus di “pikiran” konsumen berdasarkan manfaat – manfaat fungsional dan emosional. Cara yang paling mudah untuk membedakan merek sejati dengan merek lain adalah dengan melihatnya pada serangkaian kesatuan yang membandingkan kekhususan relatif. Jika merek menjadi khusus dalam benak konsumen, maka merek tersebut lebih mendekati definisi merek sejati.

Jadi merek mengidentifikasi pembuat atau penjual dari suatu produk. Merek juga merupakan janji penjual untuk menyampaikan kesimpulan sifat, manfaat, dan jasa spesifik secara konsisten kepada pembeli. Merek dapat menyampaikan empat tingkat arti:

#### A. Atribut



Merek akan mengingatkan orang pada atribut tertentu. Misalnya keawetan dan sebagainya sehingga hal ini memberikan suatu landasan pemosisian bagi atribut lain dari produk tersebut.

#### **B. Manfaat**

Pelanggan tidak membeli atribut tetapi mereka membeli manfaat dari produk tersebut. Oleh karena itu atribut harus diterjemahkan menjadi manfaat fungsional dan emosional.

#### **C. Nilai**

Merek juga mencerminkan sesuatu mengenai nilai – nilai pembeli. Misalnya saja menilai prestasi, keamanan, dan prestise tinggi suatu produk.

#### **D. Kepribadian**

Merek menggambarkan kepribadian. Merek akan menarik orang yang gambaran sebenarnya dan citra dirinya cocok dengan citra merek.

### **4.6.2 Pengertian Brand Image (Citra Merek)**

Citra merek (brand image) merupakan representasi dari keseluruhan persepsi terhadap merek dan dibentuk dari informasi dan pengalaman masa lalu terhadap merek itu. Citra terhadap merek berhubungan dengan sikap yang berupa keyakinan dan preferensi terhadap suatu merek. Konsumen yang memiliki citra yang positif terhadap suatu merek, akan lebih memungkinkan untuk melakukan pembelian.

Keterkaitan konsumen pada suatu merek akan lebih kuat apabila dilandasi pada banyak pengalaman atau penampakan untuk mengkomunikasikannya sehingga akan terbentuk citra merek (brand image). Citra merek yang baik akan mendorong untuk meningkatkan volume penjualan dan citra perusahaan.

Citra merek dapat dianggap sebagai jenis asosiasi yang muncul di benak konsumen ketika mengingat sebuah merek tertentu. Asosiasi tersebut secara sederhana dapat muncul dalam bentuk pemikiran atau citra tertentu yang dikaitkan pada merek tertentu, sama halnya ketika kita berpikir mengenai orang lain.

Pendapat Kotler dan Gary Armstrong [22] dimana “Brand Image adalah himpunan keyakinan konsumen mengenai berbagai merek”. Intinya Brand Images atau Brand Description, yakni diskripsi tentang asosiasi dan keyakinan konsumen terhadap merek tertentu.



Dari sebuah produk dapat lahir sebuah brand jika produk itu menurut persepsi konsumen mempunyai keunggulan fungsi (functional brand), menimbulkan asosiasi dan citra yang diinginkan konsumen (image brand) dan membangkitkan pengalaman tertentu saat konsumen berinteraksi dengannya (experiential brand).

Citra produk dan makna asosiasi brand dikomunikasikan oleh iklan dan media promosi lainnya, termasuk public relation dan event sponsorship. Iklan dianggap mempunyai peran terbesar dalam mengkomunikasikan citra sebuah brand dan sebuah image brand juga dapat dibangun hanya menggunakan iklan yang menciptakan asosiasi dan makna simbolik yang bukan merupakan ekstensi dari fitur produk.

Membangun sebuah brand tidak hanya melibatkan penciptaan perceived difference melalui iklan. Sering terjadi kesalahpahaman bahwa sebuah brand dibangun semata – mata menggunakan strategi periklanan yang jitu untuk menciptakan citra dan asosiasi produk yang diinginkan. Memang iklan berperan penting dalam membangun banyak merek terutama yang memang dideferensiasikan atas dasar citra produk akan tetapi, sebuah image brand sekalipun harus didukung produk yang berkualitas, strategi penetapan harga yang tepat untuk mendukung citra yang dikomunikasikan melalui iklan produk tersebut.

#### **A. Kualitas Produk**

Perusahaan akan selalu berusaha untuk memuaskan pelanggan mereka dengan menawarkan produk yang berkualitas. Produk yang berkualitas adalah produk yang memiliki manfaat bagi pemakainya (konsumennya). Jika seseorang membayangkan suatu produk, maka mereka membayangkan manfaat yang akan diperoleh dari produk yang akan mereka gunakan. Manfaat dalam suatu produk adalah konsekuensi yang diharapkan konsumen ketika mereka membeli dan menggunakan suatu produk.

Kualitas suatu produk merupakan kadar dari tingkat baik buruknya suatu yang terdiri dari semua faktor yang melekat pada barang atau jasa sehingga barang tersebut memiliki kemampuan untuk dipergunakan sebagaimana yang diinginkan oleh para konsumen produk tersebut.

Pada dasarnya suatu peningkatan kualitas produk memerlukan suatu peningkatan yang melibatkan semua orang yang dalam perusahaan tersebut untuk meningkatkan hasil yang lebih baik atau yang biasa disebut kaizen. Kaizen mementingkan semua aktivitas dalam suatu perusahaan diarahkan pada kepuasan pelanggan yang lebih besar. Oleh karena itu diperlukan kualitas produk yang tinggi agar kepuasan pelanggan dapat



terpenuhi. Suatu tanggung jawab yang besar bagi perusahaan untuk memastikan produknya memenuhi kebutuhan pelanggan.

Secara umum faktor yang memengaruhi kualitas produk dapat dikelompokkan menjadi dua kelompok, yaitu:

1. Faktor yang berkaitan dengan teknologi, yaitu mesin, bahan dan perusahaan.
2. Faktor yang berhubungan dengan *human resource*, yaitu operator, mandor dan personal lain dari perusahaan.

Faktor terpenting bagi perusahaan adalah pada manusianya (sumber daya manusia), karena dengan kualitas yang tinggi pada sumber daya manusia pada perusahaan dapat menciptakan suatu produk yang berkualitas tinggi. Oleh karena itu perusahaan harus berusaha mengoptimalkan sumber daya yang ada pada perusahaan.

## **B. Promosi**

Kegiatan promosi tidak boleh berhenti hanya pada memperkenalkan produk pada konsumen saja. Akan tetapi harus dilakukan dengan upaya untuk mempengaruhinya agar konsumen tersebut menjadi senang kemudian membeli produknya. Adapun alat – alat yang dapat digunakan untuk mempromosikan suatu produk, dapat dipilih beberapa cara yaitu:

### **1. Iklan**

Iklan merupakan alat utama bagi pengusaha untuk memengaruhi konsumennya. Iklan ini dapat dilakukan oleh pengusaha lewat surat kabar, radio, majalah, bioskop, televisi ataupun dalam bentuk poster yang dipasang di pinggir jalan atau tempat – tempat yang strategis.

### **2. Promosi penjualan (*sales promotion*)**

Promosi penjualan adalah merupakan kegiatan perusahaan untuk menjajakan produk yang dipasarkan sedemikian rupa sehingga konsumen akan mudah untuk melihatnya dan bahkan dengan cara penempatan dan pengaturan tertentu maka produk tersebut akan menarik perhatian konsumen. Bentuk yang termasuk dalam sales promotion adalah memberikan contoh gratis kepada konsumen, dengan mengadakan demonstrasi penggunaan barang.

### **3. Publisitas**



Publikasi merupakan cara yang biasa digunakan juga oleh pengusaha untuk membentuk pengaruh secara tidak langsung kepada konsumen agar mereka menjadi tahu dan menyenangi produk yang dipasarkan. Cara ini dilakukan dengan cara memuat berita tentang produk atau perusahaan yang menghasilkan produk tertentu di media massa. Misalnya saja berita di surat kabar, berita di radio atau televisi, maupun majalah tertentu dan sebagainya.

#### **4. *Personal Selling***

Personal Selling merupakan kegiatan perusahaan untuk melakukan kontak langsung dengan para calon konsumen. Dengan kontak langsung ini diharapkan akan terjadi hubungan atau interaksi yang positif antara perusahaan dengan calon konsumen itu. Kontak langsung ini akan dapat memengaruhi secara lebih intensif para konsumen, karena dalam hal ini pengusaha dapat mengetahui keinginan dan selera konsumen serta gaya hidupnya, dan dengan demikian pengusaha dapat menyesuaikan cara pendekatan atau komunikasi dengan konsumen itu secara lebih tepat yang sesuai dengan konsumen yang bersangkutan.

### **C. Citra Perusahaan**

Sekarang ini banyak sekali perusahaan atau organisasi memahami sekali perlunya memberi perhatian yang cukup untuk membangun suatu citra yang menguntungkan bagi suatu perusahaan tidak hanya dengan melepaskan diri terhadap terbentuknya suatu kesan publik negatif. Dengan kata lain, citra perusahaan adalah fragile commodity (komoditas yang rapuh/mudah pecah). Namun, kebanyakan perusahaan juga meyakini bahwa citra perusahaan yang positif adalah esensial, sukses yang berkelanjutan dan dalam jangka panjang [23].

Menurut Bill Canton dalam Sukatendel [24] mengatakan citra adalah “image: the impression, the feeling, the conception which the public has of a company; a consciously created impression of an object, person or organization” (citra adalah kesan, perasaan, gambaran diri publik terhadap perusahaan; kesan yang dengan sengaja diciptakan dari suatu obyek, orang atau organisasi).

Citra perusahaan dapat menjadi informasi ekstrinsik petunjuk bagi pembeli baik yang ada dan potensi dan mungkin atau tidak dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan misalnya, kesediaan untuk memberikan kata positif dari mulut ke



mulut. Citra perusahaan diasumsikan berdampak akibat pada pilihan pelanggan perusahaan ketika atribut pelayanan sulit untuk dievaluasi, maka citra perusahaan didirikan dan dikembangkan di benak konsumen melalui komunikasi dan pengalaman. Citra perusahaan yang diyakini untuk menciptakan efek halo pada penilaian kepuasan pelanggan [25].

#### 4.6.3 Fungsi dan Peran Brand Image

Boush dan Jones [26] mengemukakan bahwa citra merek (brand image) memiliki beberapa fungsi, di antaranya:

- a. Pintu masuk pasar (*Market Entry*)
- b. Sumber nilai tambah produk (*Source of Added Product Value*)
- c. Penyimpanan nilai perusahaan (*Corporate Store of Value*)
- d. Kekuatan dalam penyaluran produk (*Channel Power*)

Pentingnya citra perusahaan dikemukakan Gronroos dalam Sutisna [27] sebagai berikut:

- a. Menceritakan harapan bersama kampanye pemasaran eksternal.
- b. Sebagai penyaring yang mempengaruhi persepsi pada kegiatan perusahaan.
- c. Sebagai fungsi dari pengalaman dan harapan konsumen atas kualitas pelayanan perusahaan.
- d. Mempunyai pengaruh penting terhadap manajemen atau dampak internal.

Perasaan puas atau tidaknya konsumen terjadi setelah mempunyai pengalaman dengan produk maupun perusahaan yang diawali adanya pengambilan keputusan. Sehingga dapat disimpulkan keberadaan citra perusahaan yang baik penting sebagai sumber daya internal obyek dalam menentukan hubungannya dengan perusahaan. Konsisten dengan arti telah dikemukakan, citra perusahaan merupakan hal yang abstrak.

Gronroos [28] mengatakan, “Satu hal yang dianalisis mengapa terlihat ada masalah citra perusahaan adalah organisasi dikenal atau tidak dikenal”. Dapat dipahami keterkenalan perusahaan yang tidak baik menunjukkan citra perusahaan yang bermasalah. Masalah citra perusahaan tersebut, dalam keberadaannya berada dalam pikiran dan atau perasaan konsumen.

Maka dari pengertian diatas dapat diketahui bahwa citra perusahaan bersumber dari pengalaman dan atau upaya komunikasi sehingga penilaian maupun pengembangannya



terjadi pada salah satu atau kedua hal tersebut. Citra perusahaan yang bersumber dari pengalaman memberikan gambaran telah terjadi keterlibatan antara konsumen dengan perusahaan.

#### **4.6.4 Faktor Pembentuk Brand Image**

Pembentukan brand image memiliki kaitan yang erat dengan persepsi yang ada terhadap brand tersebut. Proses pembentukan disebut dengan positioning. Saat perbedaan dan keunggulan suatu brand dihadapkan dengan brand lainnya, maka muncul istilah brand positioning.

Agar posisi suatu brand menjadi kuat, tentu harus dikenal terlebih dahulu dengan cara menempatkan brand dalam pikiran konsumen. Keberadaan brand dalam pikiran terbatas pada pengenalan brand. Pada tingkatan paling rendah, di mana hanya sekedar mengetahui keberadaan brand, konsumen belum dapat membentuk persepsi mengenai brand tersebut.

Menurut Arnould [29] faktor yang membentuk citra merek adalah:

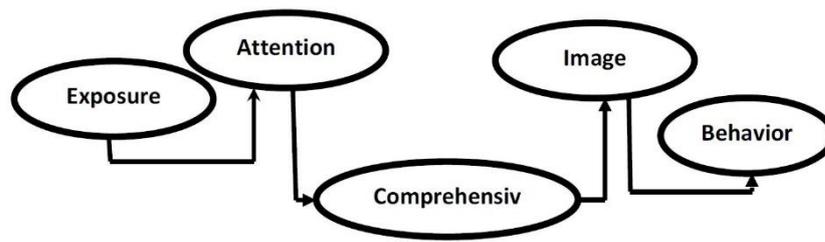
##### **A. Faktor Lingkungan**

Faktor ini dapat memengaruhi di antaranya adalah atribut-atribut teknis yang ada pada suatu produk di mana faktor ini dapat dikontrol oleh produsen. Di samping itu, sosial budaya juga termasuk dalam faktor ini.

##### **B. Faktor Personal**

Faktor personal adalah kesiapan mental konsumen untuk melakukan proses persepsi, pengalaman konsumen sendiri, mood, kebutuhan serta motivasi konsumen. Citra merupakan produk akhir dari sikap awal dan pengetahuan yang terbentuk lewat proses pengulangan yang dinamis karena pengalaman.

Proses terbentuknya citra perusahaan menurut Hawkins et al. [30] diperlihatkan pada gambar sebagai berikut:



Gambar 4.24 Proses terbentuknya Citra Perusahaan, Sumber : Google Images

Berdasarkan Gambar 2.24 proses terbentuknya citra perusahaan berlangsung pada beberapa tahapan. Pertama, obyek mengetahui (melihat atau mendengar) upaya yang dilakukan perusahaan dalam membentuk citra perusahaan. Kedua, memperhatikan upaya perusahaan tersebut. Ketiga, setelah adanya perhatian obyek mencoba memahami semua yang ada pada upaya perusahaan. Keempat, terbentuknya citra perusahaan pada obyek yang kemudian tahap kelima citra perusahaan yang terbentuk akan menentukan perilaku obyek sasaran dalam hubungannya dengan perusahaan. Upaya perusahaan sebagai sumber informasi terbentuknya citra perusahaan memerlukan keberadaan secara lengkap dimaksudkan sebagai informasi yang dapat menjawab kebutuhan dan keinginan objek sasaran. Kasali [31] mengemukakan, “Pemahaman yang berasal dari suatu informasi yang tidak lengkap menghasilkan citra yang tidak sempurna”.

#### 4.7 Kajian tentang Kota Surabaya

Kota Surabaya merupakan ibukota propinsi Jawa Timur yang memiliki jumlah penduduk terbanyak nomor dua setelah Jakarta. Berdasarkan data kependudukan Statistik jumlah penduduk kota Surabaya pada tahun 2014 sebanyak 2.719.859 jiwa dan diperkirakan akan mengalami pertumbuhan jumlah penduduk sebanyak 100.000 jiwa di tahun 2015 ini.

Kota ini terletak 796 km sebelah timur Jakarta, atau 415 km sebelah barat laut Denpasar, Bali. Surabaya terletak di tepi pantai utara Pulau Jawa dan berhadapan dengan Selat Madura serta Laut Jawa. Surabaya memiliki luas sekitar 333,063 km<sup>2</sup> dengan penduduknya berjumlah 2.909.257 jiwa (2015).

Surabaya terkenal dengan sebutan Kota Pahlawan karena sejarahnya yang sangat diperhitungkan dalam perjuangan Arek-Arek Suroboyo (Pemuda-Pemuda Surabaya)



untuk mempertahankan kemerdekaan bangsa Indonesia dari penjajah. Kata Surabaya konon berasal dari cerita mitos pertempuran antara sura/suro (ikan hiu) dan baya/boyo (buaya) yang akhirnya membentuk nama Surabaya.

#### 4.7.1 Sejarah Kota Surabaya

Awalnya Surabaya hanya perkampungan atau pedesaan di pinggiran sungai. Secara geografis dapat dilihat bahwa Surabaya merupakan kawasan yang berada di dekat laut dan aliran sungai besar (Brantas, dengan anak kalinya). Nama-nama kampung yang kini masih ada seperti Kaliasin, Kaliwaron, Kalidami, Ketabangkali, Kalikepiting, Darmokali, dan sebagainya menjadi bukti yang menjelaskan bahwa kawasan Surabaya adalah kawasan yang memiliki banyak aliran air dan sungai.

Surabaya terlelak di pinggir pantai, wilayah yang menjadi arus lalu lintas manusia dari berbagai wilayah dan daerah. Pada tahun 1612 Surabaya sudah merupakan bandar perdagangan yang ramai. Surabaya sebagai kota pelabuhan memiliki fungsi yang sangat penting bagi kehidupan masyarakatnya. Saat itu sungai Kalimas merupakan sungai yang dipenuhi perahu-perahu yang berlayar menuju pelosok Surabaya. Surabaya, menjadi pusat bertemunya orang Jawa dengan orang dari luar daerah.

Banyak pedagang Portugis membeli rempah-rempah dari pedagang pribumi. Saat itu, kota ini digunakan sebagai penimbun barang-barang di bawah kuasa Trunojoyo. Kemudian untuk membawa barang-barang berharga dari pedalaman, mereka memanfaatkan sungai Kali Mas sebagai jalur transportasinya.

##### A. Sejarah Kota Surabaya sebelum datangnya penjajah Belanda



Gambar 4.25 Proses terbentuknya Citra Perusahaan, Sumber : Google Images



Konon Surabaya adalah gerbang Kerajaan Majapahit yang muaranya di Kali Mas. Pada 31 Mei 1293 menjadi kemenangan pasukan Majapahit melawan Kerajaan Mongol utusan Kubilai Khan namun pada tanggal tersebut dijadikan sebagai hari jadi kota Surabaya. Pasukan dari Raden Wijaya yang datang dari darat ini disimbolkan sebagai Baya (buaya atau bahaya). Sedangkan pasukan Mongol yang datang dari laut disimbolkan sebagai ikan Sura (ikan hiu yang berani). Sehingga apabila diartikan secara harfiah yaitu berani menghadapi bahaya yang datang mengancam. Pada hari kemenangan itulah diperingati sebagai hari jadi Kota Surabaya.

Saat abad ke-15, Kota Surabaya agama Islam mulai menyebar dengan pesat. Sunan Ampel yang merupakan satu diantara anggota dari walisongo, mendirikan masjid dan pesantren di wilayah Ampel. Pada tahun 1530, Surabaya menjadi salah satu bagian dari Kesultanan Demak. Surabaya menjadi sasaran utama penaklukan Kesultanan Mataram setelah runtuhnya Kesultanan Demak. Pasukan Senopati menyerbu pada tahun 1598, diserang habis-habisan oleh Panembahan Seda ing Krapyak pada tahun 1610, kemudian diserang Sultan Agung pada tahun 1614.

Puncaknya pemblokiran aliran Sungai Brantas oleh Sultan Agung yang akhirnya memaksa Surabaya untuk menyerah. Pasukan Trunojoyo dari Madura dapat merebut Surabaya tahun 1675, namun pada akhirnya harus didepak VOC tahun 1677. Dalam perjanjian pada tanggal 11 November 1743 antara VOC dan Paku Buwono II menyatakan bahwa Surabaya diserahkan kepemimpinannya kepada VOC.

## **B. Sejarah Kota Surabaya pada Zaman Hindia Belanda**



*Gambar 4.26 Kota Surabaya pada zaman Hindia Belanda, Sumber : Google Images*



Nama Kota Surabaya sudah ada sejak Zaman Hindia Belanda? Sejak zaman penjajahan nama kota Pahlawan sudah ada dan bahkan masyarakat telah mengenalnya. Berikut akan dijelaskan lebih rinci mengenai sejarahnya.

Awalnya Kota Surabaya adalah ibu kota Keresidenan Surabaya pada zaman Hindia Belanda tepatnya saat colonial di negara ini. Wilayah-wilayahnya meliputi yang sekarang menjadi Kabupaten Jombang, Sidoarjo, Gresik dan Mojokerto. Baru setelah 1905 Surabaya menjadi kota madya atau yang disebut Gemeente.

Dan Surabaya akhirnya dijadikan sebagai ibu kota Provinsi Jawa Timur tahun 1926. Surabaya berkembang sangat pesat menjadi kota modern terbesar kedua setelah Batavia atau sekarang dikenal sebagai Jakarta. Tahun 1900 Surabaya hanya berpusat di sekitar Jembatan Merah namun setelah tahun 1920-an pemukiman berkembang seperti Gubeng, Sawahan, Darmo dan Ketabang. Baru tahun 1917 fasilitas-fasilitas seperti pelabuhan mulai didirikan di kota ini.

#### **4.7.2 Ragam Budaya Kota Surabaya**

Surabaya merupakan kota multi etnis yang kaya akan budaya. Beragam etnis bermigrasi ke Surabaya. Sebut saja etnis Melayu, China, India, Arab dan Eropa sementara etnis Nusantara sendiri antara Lain Madura, Sunda, Batak, Kalimantan, Bali, Sulawesi datang dan menetap, hidup bersama serta membaaur dengan penduduk asli membentuk pluralisme budaya yang kemudian menjadi ciri khas kota Surabaya.

Kehidupan berkesenian Kota Surabaya tumbuh dengan baik. Kesenian tradisional dan modern saling melengkapi membentuk keragaman kesenian Surabaya. Kesenian tradisional tumbuh karena perjalanan sejarah melawan penjajahan zaman dahulu sampai saat ini tetap dilestarikan. Bentuk kesenian tradisional dan ciri khas kota surabaya banyak ragamnya seperti berikut ini:

##### **4.7.2.1 Seni dan Budaya**

###### **A. Ludruk**



*Gambar 4.27 Seni Budaya Ludruk Surabaya, Sumber : Google Images*

Ludruk merupakan pementasan seni drama yang bersifat tradisional yang dimainkan oleh kelompok kesenian diatas panggung. yang umumnya seluruh pemainnya adalah laki-laki Cerita dari sebuah pementasan ludruk berasal dari kehidupan masyarakat sehari-hari, cerita perjuangan, dan lain sebagainya yang disertai dengan lawakan para pemainnya. Pementasan drama ludruk juga diiringi dengan iringan musik gamelan. Ludruk pada awalnya muncul dari kesenian rakyat ‘besutan’, yang biasa dipentaskan di lapangan dan ditonton banyak orang.

#### **B. Tari Lenggang Suroboyo**



*Gambar 4.28 Tari Lenggang Suroboyo, Sumber : Google Images*

Tari Lenggang adalah salah satu tarian selamat datang yang khas dari Surabaya, Jawa Timur. Tarian ini dimainkan oleh beberapa penari wanita yang menari dengan gerakan yang indah dan anggun. Tari Lenggang



Surabaya ini merupakan adaptasi pengembangan dari kesenian sebelumnya yaitu Tari Tanda'an/ Ledek Tayub dan Sandur Madura.

Menurut sejarahnya, Tari Lenggang ini diciptakan oleh Dimas Pramuka Admaji pada tahun 1995. Pada saat itu dia diminta untuk menciptakan suatu tarian penyambutan untuk memeriahkan hari jadi Surabaya. Permintaan tersebut disambut baik oleh Dimas Pramuka Admaji dengan memasukan berbagai unsur budaya dan seni yang ada di Surabaya pada tarian kreasinya. Dalam tarian tersebut dia mengembangkan tarian yang gerak dan penyajiannya mengacu pada kesenian Tanda'an dan Sandur Madura.

### C. Seni ujung



*Gambar 4.29 Tari Lenggang Suroboyo, Sumber : Google Images*

Kesenian ini pada mulanya merupakan kesenian yang dipentaskan pada upacara meminta hujan. Dalam perkembangannya, banyak dipentaskan pada acara-acara penghelatan.

Seni ujung merupakan adu ketangkasan memukul antara dua orang pemain dengan menggunakan sebatang rotan yang panjangnya kira-kira 1 meter, dengan dipandu oleh seorang Pelandang sebagai wasit. Ketentuan pemukulan bagi masing-masing pemain dilakukan sebanyak 3 kali pada punggung lawannya. Apabila mengenai bagian lain, dinyatakan tidak sah. Bagi pemain yang pukulannya paling banyak mengenai dinyatakan menang, sedangkan bagi pemain yang terkena 3 kali, diberikan hak untuk memukul 1 kali sebagai tambahan.



Musik gamelan Slendro mengiringi kesenian ini yang masih banyak dijumpai di pinggir Surabaya Barat.

#### **D. Besutan**

Merupakan kesenian yang timbul pada masa penjajahan sebagai media untuk mempersatukan bangsa dan menggugah semangat keberanian bangsa dengan lambang-lambang yang dipergunakan oleh busana.



*Gambar 4.30 Besutan khas Surabaya, Sumber : Google Images*

Tokoh besut dengan memakai topi merah yang melambangkan keberanian, kain putih yang melambangkan kesucian serta obor yang melambangkan penerangan kepada masyarakat. Bentuk pertunjukannya berupa dialog-dialog humor, diiringi gamelan Slendro dengan gending utama Jula-Juli.

#### **4.7.2.2 Tempat Wisata**

##### **A. Tugu Pahlawan**



*Gambar 4.31 Monumen Tugu Pahlawan, Sumber : Google Images*

Tugu Pahlawan adalah sebuah monumen yang menjadi markah tanah Kota Surabaya. Tinggi Tugu Pahlawan ada yang mengatakan 45 yard (41,13 meter) lalu 40,50 meter, beberapa orang juga menyebutkan 41,15 meter. Berbentuk lingga atau paku terbalik. Tubuh monumen berbentuk lengkungan-lengkungan (Canalures) sebanyak 10 lengkungan yang terbagi atas 11 ruas. Tinggi, ruas, dan canalures mengandung makna tanggal 10, bulan 11, tahun 1945.

Tugu Pahlawan terletak persis di depan Kantor Gubernur Jawa Timur, dibangun di atas lahan seluas 2,5 hektar, yang dulunya adalah Kantor Raad Van Justitie atau Gedung Pengadilan Tinggi pada masa penjajahan Belanda.

Tujuan pembangunan Tugu Pahlawan adalah tak lain untuk mengenang sejarah perjuangan Arek-arek Suroboyo sekaligus seluruh masyarakat Indonesia yang ikut serta dalam mempertahankan kemerdekaan dalam momen bersejarah 10 Nopember 1945 di Surabaya.

## **B. Taman Bungkul**



*Gambar 4.32 Taman bungkul Surabaya, Sumber : Google Images*

Taman Bungkul berlokasi di Jalan Raya Darmo Surabaya, taman ini terletak di area sekitar 900 meter persegi dan dilengkapi dengan fasilitas pendukung seperti amfiteater dengan diameter 33 M, jogging track, taman bermain anak-anak dan lahan untuk papan luncur. Selain itu, taman ini juga difasilitasi dengan akses internet nirkabel.

Taman Bungkul diambil dari nama Mbah Bungkul, dimana makam beliau juga terletak pada taman ini. Mbah Bungkul adalah julukan untuk Ki Supo, seorang ulama di kerajaan Majapahit (abad XV), yang juga saudara ipar Raden Rahmat atau Sunan Ampel.

Taman Bungkul sudah seperti jantung kota Surabaya. Taman ini sekarang menjadi taman wisata bagi mereka yang ingin menikmati suasana hijau di tengah kota. Beberapa acara juga sering di gelar ini taman ini bagi kegiatan hiburan atau kebudayaan

Di bagian belakang taman, terdapat beberapa warung yang menawarkan menu khas Surabaya, seperti Rawon, Soto, Bakso dan banyak lagi. Taman Bungkul selalu ramai dikunjungi dari pagi hingga malam hari dan menjadi bagian dari kota Surabaya yang pantas untuk dibanggakan.

### **C. Monumen Kapal Selam**



*Gambar 4.33 Monumen Kapal Selam, Sumber : Google Images*

Terletak di pusat kota Surabaya, monumen ini dulunya merupakan kapal selam KRI Pasopati 410, salah satu armada Angkatan Laut Republik Indonesia buatan Uni Soviet tahun 1952. Kapal selam ini pernah dilibatkan dalam Pertempuran Laut Aru untuk membebaskan Irian Barat dari pendudukan Belanda.

KRI Pasopati 410, termasuk tipe SS Whiskey Class, dibuat di Vladi Wostok Rusia pada tahun 1952. Kapal Selam ini berpartisipasi di Angkatan Laut sejak tanggal 29 Januari 1962, tugas utama adalah untuk menghancurkan garis musuh (anti-shipping), pengawasan dan melakukan penggerebekan secara diam-diam. KRI Pasopati 410 telah mengambil peran besar untuk mempertahankan hukum kelautan, seperti Operasi Trikora, KRI Pasopati 410 turun ke belakang garis musuh, memberi penindasan secara psikologis.

Kapal Selam ini dibawa ke darat dan dijadikan monumen untuk memperingati keberanian pahlawan Indonesia. Monumen ini berada di Jalan Pemuda, tepat di sebelah Plasa Surabaya. Selain itu di tempat ini juga terdapat sebuah pemutaran film, dimana di ditampilkan proses peperangan yang terjadi di Laut Aru.

Monumen Kapal Selam KRI Pasopati 410 adalah monumen pada skala penuh (bukan replika), kapal selam ini adalah salah satu dari Armada Divisi Timur. Konstruksi monumen dimulai pada bulan Juli 1995, pertama ditandai dengan Gubernur Jawa Timur, Bapak Basofi Soedirman melakukan peletakan batu pertama untuk pondasi. Pada saat yang sama, KRI Pasopati 410 telah diiris menjadi 16 bagian di PT. PAL Indonesia.



Kemudian bagian per bagian diciptakan kembali dan diletakkan di atas pondasi monumen. Monkasel resmi dibuka pada 15 Juli 1998 dan telah beroperasi sebagai salah satu objek wisata di Surabaya.

#### **D. Jembatan Kenjeran Surabaya**



*Gambar 4.34 Jembatan Suroboyo, Sumber : Google Images*

Jembatan Suroboyo adalah infrastruktur jalan berupa jembatan yang menghubungkan kawasan pesisir Surabaya di Pantai Kenjeran, Kota Surabaya, Provinsi Jawa Timur, Indonesia. Jembatan ini memiliki panjang 800 meter dengan lebar 18 meter dan tinggi 12 meter yang ditahan dengan 150 tiang pancang. Jembatan ini didesain langsung oleh Wali Kota Surabaya Tri Rismaharini. Desain jembatan dibangun melingkar dengan pemandangan air mancur di tengahnya.

Jembatan ini diresmikan pada 9 Juli 2016 yang ditandai dengan pelepasan ratusan kembang api dan lampion oleh Wali Kota Surabaya setelah menekan tombol tanda peresmian Jembatan Suroboyo.

#### **E. Kebun Binatang Surabaya**

Kebun Binatang Surabaya (KBS) terletak di Jalan Setail No. 1 Surabaya. Kebun binatang ini terkenal dan menjadi salah satu tujuan rekreasi yang sangat membanggakan karena menjadi kebun binatang terbesar di Asia Tenggara.

Lokasi kebun binatang ini cukup terkenal karena terletak di depan patung "Suroboyo", yang merupakan ikon dari Hiu dan Buaya yang



melambangkan kota Surabaya. Selain itu, KBS juga mudah dijangkau karena dekat dengan terminal Joyoboyo.

Ada lebih dari 351 spesies dan lebih dari 2000 hewan hidup di kebun binatang ini. Salah satu diantaranya adalah termasuk spesies asli Indonesia dan yang terancam punah di dunia, baik Mamalia, Aves, Reptilia, dan Pisces.

Setiap kandang hewan dikelompokkan ke dalam kategori. Misalnya, unggas atau burung (Aves), di mana ada pelikan Australia, burung merak, jalak Bali, dan burung unta. Juga ada, harimau sumatera, macan tutul, harimau putih, singa, dan beruang.

Saat ini, Kebun Binatang Surabaya adalah memiliki peran menjadi tempat untuk Pendidikan keluarga dan tempat Rekreasi. Dengan sarana dan prasarana yang dimiliki oleh Kebun Binatang Surabaya, bisa menjadi laboratorium hidup dan tempat yang menyegarkan.

#### **4.7.3 Landmark Kota Surabaya**

Prof. Hermawan Kartajaya pengertian landmark adalah sebuah simbol visual yg mengidentifikasi suatu kota berdasarkan bentuk visual tertentu yang kuat karena memiliki suatu yang khas dan tidak dimiliki daerah lain serta berada pada tempat strategis disebuah kota dimana arah atau aktivitas saling bertemu.

Demikian pula Thomas Gordon Cullen menyatakan bahwa Landmark merupakan suatu simbol yang dibuat secara visual menarik dan ditempatkan pada tempat yang menarik perhatian, biasanya mempunyai bentuk unik atau monumental serta terdapat perbedaan skala dalam lingkungannya. Lebih lanjut dikatakan bahwa beberapa landmark hanya mempunyai arti di daerah kecil dan hanya dapat dilihat di daerah itu/titik yang menjadi ciri dari suatu kawasan, sedangkan lain mempunyai arti besar untuk keseluruhan kota dan bisa di lihat dari mana-mana.

##### **A. Patung Sura & Baya**



*Gambar 4.35 Patung Suro dan baya, Sumber : Google Images*

Letak Patung Sura dan Buaya berada di depan Kebun Binatang Surabaya atau tepatnya berada di Jalan Diponegoro, Darmo, Wonokromo, Surabaya.

Patung Sura dan Buaya darmo Kota Jawa Timur ini merupakan lambang dari Kota Surabaya. Ikan Sura (hiu) dan Baya (buaya) merupakan simbol dari sifat keberanian pemuda Surabaya yang tidak gentar menghadapi bahaya.

Patung Sura dan Buaya terletak di depan KBS (Kebun Binatang Surabaya) ini memiliki makna yang berbeda disamping legenda cerita rakyat tersebut. Kata “Surabaya” diyakini memiliki arti filosofis yaitu “berjuang”. Kata “Surabaya” berasal dari kata sura yang berarti “selamat” dan baya berarti ‘bahaya’ , sehingga arti Surabaya adalah Selamat dari Bahaya. Bahaya yang dimaksud adalah selamat dari serangan tentara Tar-Tar yang berhasil dikalahkan oleh Raden Wijaya dimana hari kemenangan itu ditetapkan sebagai hari jadi Kota Surabaya.

## **B. Monumen Bambu Runcing**



*Gambar 4.36 Monumen Bambu Runcing, Sumber : Google Images*



Bambu Runcing adalah senjata tradisional yang digunakan oleh tentara Indonesia dalam pertempuran melawan kolonialisme Belanda. Tepatnya pada 10 November 1945, yang sekarang dirayakan sebagai Hari Pahlawan. Pada masa peperangan, bambu dibentuk meruncing layaknya tombak untuk menusuk musuh. Bambu runcing ini dibuat berkaitan dengan terbatasnya senjata modern yang ada dan untuk menunjukkan semangat di antara para prajurit sebagai warga sipil Indonesia.

Untuk itulah, Monumen Bambu Runcing ini dibangun, dan terletak di jalan Panglima Sudirman. Monumen Bambu Runcing adalah ikon pariwisata Surabaya yang berhubungan dengan situs sejarah perjuangan bangsa.

Monumen ini terdiri dari 5 pilar dan memiliki tinggi yang tidak sama dan dibentuk seperti bambu runcing. Sayangnya, tidak ada estimasi yang tepat tentang tinggi pada masing-masing pilar. Pada waktu tertentu, akan ada air yang mengalir keluar dari bambu runcing, layaknya air mancur. Selain itu, monumen ini dikelilingi oleh taman kecil yang penuh dengan beragam tanaman hias.

Monumen Bambu Runcing ini terletak di jantung kota Surabaya, di tengah ramainya lalu lintas jalan Panglima Sudirman. Para pengunjung yang datang ke Surabaya akan langsung mengenali keberadaan monumen ini saat melintasinya. Monumen ini juga dekat dengan Kebun Binatang Surabaya, Tunjungan Plaza, Surabaya Plaza dan Tugu Pahlawan Surabaya.

#### **4.8 Pengertian Kearifan Lokal**

Kearifan lokal adalah identitas atau kepribadian budaya sebuah bangsa yang menyebabkan bangsa tersebut mampu menyerap, bahkan mengolah kebudayaan yang berasal dari luar/bangsa lain menjadi watak dan kemampuan sendiri [32]. Identitas dan Kepribadian tersebut tentunya menyesuaikan dengan pandangan hidup masyarakat sekitar agar tidak terjadi pergeseran nilai-nilai. Kearifan lokal adalah salah satu sarana dalam mengolah kebudayaan dan mempertahankan diri dari kebudayaan asing yang tidak baik.

Kearifan lokal adalah pandangan hidup dan ilmu pengetahuan serta berbagai strategi kehidupan yang berwujud aktivitas yang dilakukan oleh masyarakat lokal dalam menjawab berbagai masalah dalam pemenuhan kebutuhan mereka. Dalam bahasa asing sering juga dikonsepsikan sebagai kebijakan setempat local wisdom atau pengetahuan



setempat “local knowledge” atau kecerdasan setempat local genius Fajarini [33]. Berbagai strategi dilakukan oleh masyarakat setempat untuk menjaga kebudayaannya.

Hal senada juga diungkapkan oleh Alfian [34] Kearifan lokal diartikan sebagai pandangan hidup dan pengetahuan serta sebagai strategi kehidupan yang berwujud aktifitas yang dilakukan oleh masyarakat lokal dalam memenuhi kebutuhan mereka. Berdasarkan pendapat Alfian itu dapat diartikan bahwa kearifan lokal merupakan adat dan kebiasaan yang telah mentradisi dilakukan oleh sekelompok masyarakat secara turun temurun yang hingga saat ini masih dipertahankan keberadaannya oleh masyarakat hukum adat tertentu di daerah tertentu. Berdasarkan pengertian di atas dapat diartikan bahwa local wisdom (kearifan lokal) dapat dipahami sebagai gagasan-gagasan setempat local yang bersifat bijaksana, penuh kearifan, bernilai baik, yang tertanam dan diikuti oleh anggota masyarakatnya.

Selanjutnya Istiawati [35] berpandangan bahwa kearifan lokal merupakan cara orang bersikap dan bertindak dalam menanggapi perubahan dalam lingkungan fisik dan budaya. Suatu gagasan konseptual yang hidup dalam masyarakat, tumbuh dan berkembang secara terus-menerus dalam kesadaran masyarakat dari yang sifatnya berkaitan dengan kehidupan yang sakral sampai dengan yang profan (bagian keseharian dari hidup dan sifatnya biasa-biasa saja). Kearifan lokal atau local wisdom dapat dipahami sebagai gagasan-gagasan setempat local yang bersifat bijaksana, penuh kearifan, bernilai baik, yang tertanam dan diikuti oleh anggota masyarakatnya.

Kearifan lokal menurut Ratna [36] adalah semen pengikat dalam bentuk kebudayaan yang sudah ada sehingga didasari keberadaan. Kearifan lokal dapat didefinisikan sebagai suatu budaya yang diciptakan oleh aktor-aktor lokal melalui proses yang berulang-ulang, melalui internalisasi dan interpretasi ajaran agama dan budaya yang disosialisasikan dalam bentuk norma-norma dan dijadikan pedoman dalam kehidupan sehari-hari bagi masyarakat.

Berdasarkan pendapat para ahli di atas, peneliti dapat mengambil benang merah bahwa kearifan lokal merupakan gagasan yang timbul dan berkembang secara terus-menerus di dalam sebuah masyarakat berupa adat istiadat, tata aturan/norma, budaya, bahasa, kepercayaan, dan kebiasaan sehari-hari.



#### 4.8.1 Ciri-ciri Kearifan Lokal

Kearifan Lokal merupakan pengetahuan eksplisit yang muncul dari periode yang panjang dan berevolusi bersama dengan masyarakat dan lingkungan di daerahnya berdasarkan apa yang sudah dialami. Jadi dapat dikatakan, kearifan lokal disetiap daerah berbeda-beda tergantung lingkungan dan kebutuhan hidup. Kearifan Lokal memiliki beberapa ciri-ciri, yaitu:

- a. Mempunyai kemampuan mengendalikan.
- b. Merupakan benteng untuk bertahan dari pengaruh budaya luar.
- c. Mempunyai kemampuan mengakomodasi budaya luar.
- d. Mempunyai kemampuan memberi arah perkembangan budaya.
- e. Mempunyai kemampuan mengintegrasikan atau menyatukan budaya luar dan budaya asli.

#### 4.8.2 Bentuk-bentuk Kearifan Lokal

Haryanto [37] menyatakan bentuk-bentuk kearifan lokal adalah Kerukunan beragaman dalam wujud praktik sosial yang dilandasi suatu kearifan dari budaya. Bentuk-bentuk kearifan lokal dalam masyarakat dapat berupa budaya (nilai, norma, etika, kepercayaan, adat istiadat, hukum adat, dan aturan-aturan khusus). Nilai-nilai luhur terkait kearifan lokal meliputi Cinta kepada Tuhan, alam semesta beserta isinya, Tanggung jawab, disiplin, dan mandiri, Jujur, Hormat dan santun, Kasih sayang dan peduli, Percaya diri, kreatif, kerja keras, dan pantang menyerah, Keadilan dan kepemimpinan, Baik dan rendah hati, Toleransi, Cinta damai, dan persatuan.

Hal hampir serupa dikemukakan oleh Wahyudi [38] kearifan lokal merupakan tata aturan tak tertulis yang menjadi acuan masyarakat yang meliputi seluruh aspek kehidupan, berupa Tata aturan yang menyangkut hubungan antar sesama manusia, misalnya dalam interaksi sosial baik antar individu maupun kelompok, yang berkaitan dengan hirarkhi dalam pemerintahan dan adat, aturan perkawinan antar klan, tata karma dalam kehidupan sehari-hari

Tata aturan menyangkut hubungan manusia dengan alam, binatang, tumbuh-tumbuhan yang lebih bertujuan pada upaya konservasi alam. Tata aturan yang menyangkut hubungan manusia dengan yang gaib, misalnya Tuhan dan roh-roh gaib. Kearifan lokal dapat berupa adat istiadat, institusi, kata-kata bijak, pepatah (Jawa: parian, paribasan, bebasan dan saloka).



Dalam karya sastra kearifan lokal jelas merupakan bahasa, baik lisan maupun tulisan. Dalam masyarakat, kearifan-kearifan lokal dapat ditemui dalam cerita rakyat, nyayian, pepatah, sasanti, petuah, semboyan, dan kitab-kitab kuno yang melekat dalam perilaku sehari-hari. Kearifan lokal ini akan mewujud menjadi budaya tradisi, kearifan lokal akan tercermin dalam nilai-nilai yang berlaku dalam kelompok masyarakat tertentu.

Kearifan lokal diungkapkan dalam bentuk kata-kata bijak (falsafah) berupa nasehat, pepatah, pantun, syair, folklore (cerita lisan) dan sebagainya; aturan, prinsip, norma dan tata aturan sosial dan moral yang menjadi sistem sosial; ritus, seremonial atau upacara tradisi dan ritual; serta kebiasaan yang terlihat dalam perilaku sehari-hari dalam pergaulan sosial [39]. Cerita rakyat banyak mengandung amanat-amanat kepada

Selain berupa nilai dan kebiasaan kearifan lokal juga dapat berwujud benda-benda nyata salah contohnya adalah wayang. Wayang kulit diakui sebagai kekayaan budaya dunia karena paling tidak memiliki nilai edipeni (estetis) adiluhung (etis) yang melahirkan kearifan masyarakat, terutama masyarakat Jawa. Bahkan cerita wayang merupakan pencerminan kehidupan masyarakat Jawa, sehingga tidak aneh bila wayang disebut sebagai agamanya orang Jawa. Dengan wayang, orang Jawa mencari jawab atas permasalahan kehidupan mereka [40]. Dalam pertunjukan wayang bergabung keindahan seni sastra, seni musik, seni suara, seni sunting dan ajaran mistik Jawa yang bersumber dari agama-agama besar yang ada dan hidup dalam masyarakat Jawa. Bentuk kearifan lokal yang terdapat pada masyarakat jawa selain wayang adalah joglo (rumah tradisional jawa).

#### **A. Kearifan Lokal yang berwujud nyata (*Tangible*)**

Kearifan lokal yang berupa benda-benda nyata yang dapat dilihat dan dirasakan secara nyata, Kearifan lokal yang berwujud nyata, meliputi:

1. Tekstual, beberapa jenis kearifan lokal seperti sistem nilai, tata cara, ketentuan khusus yang dituangkan ke dalam bentuk catatan tertulis seperti yang ditemui dalam kitab tradisional primbon, kalender dan prasi atau budaya tulis di atas lembaran daun lontar.
2. Bangunan/Arsitektural
3. Benda Cagar Budaya/Tradisional (Karya Seni), misalnya keris, batik dan lain sebagainya.

#### **B. Kearifan Lokal yang tidak berwujud (*Intangible*)**



Kearifan lokal yang disampaikan secara verbal dan turun temurun yang bisa berupa nyanyian dan kidung yang mengandung nilai ajaran tradisional. Melalui petuah atau bentuk kearifan lokal yang tidak berwujud lainnya, nilai sosial disampaikan secara oral/verbal dari generasi ke generasi. Kearifan lokal tak berwujud dapat diungkapkan dalam bentuk kata-kata bijak (falsafah) berupa nasehat, pepatah, pantun, syair dan sebagainya.

## 4.9 Studi Eksisting

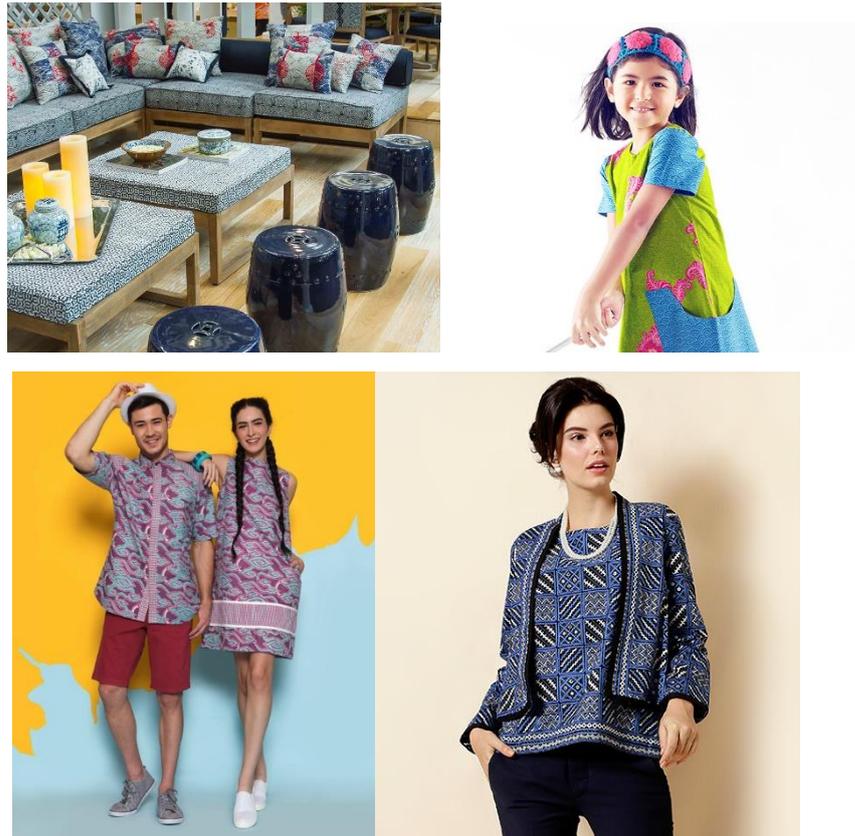
### 4.9.1 Profil Danar Hadi

Batik Danar Hadi adalah salah satu merek batik ternama di Indonesia yang diproduksi oleh PT. Batik Danar Hadi berdiri sejak 1967 di Solo oleh pasangan suami istri Santosa Doellah dan Danarsih Santosa. Tujuan Danar Hadi adalah memperkaya perkembangan seni mebatik pada khususnya, dan usaha batik di Indonesia pada umumnya.

Dengan keuletannya kelompok usaha batik Danar Hadi telah menjadi perusahaan manufaktur batik yang terpadu dan telah dikenal sebagai produsen kain batik yang halus dan bermutu tinggi. Tidak lepas dari adanya tuntutan pasar dan masuknya kain batik ke dunia mode (*fashion*), sejak 1975 Danar Hadi meleberkan sayap usahanya ke beberapa kota-kota besar di seluruh Indonesia dengan membuka Toko-toko batik serta rangkaian outlet lainnya. Bahkan Danar Hadi mampu melayani permintaan pasar luar negeri dengan membuka sejumlah outlet di Singapura dan Jeddah.



Gambar 4.37 Logo Batik Danar Hadi, (Sumber: [www.batikdhanarhadi.com](http://www.batikdhanarhadi.com))



Gambar 4.38 Koleksi Batik Danar Hadi, (Sumber: [www.batikdancarhadi.com](http://www.batikdancarhadi.com))

#### 4.9.2 Sejarah Perusahaan

Batik Danar Hadi didirikan pada tahun 1967. merupakan gabungan antara warisan dan hak penerus, Danar Hadi berawal dari sebuah industri rumahan yang digawangi kerja keras dan perencanaan bisnis yang cerdas. Kedua pendirinya, Santosa Doellah dan istrinya, Danarsih Hadipriyono, adalah keturunan pengusaha batik. Kakek Santosa Doellah, R. H. Wongsidinomo, adalah pendiri dan pemilik WS Batik di Laweyan, Solo, Jawa Tengah. Ayah Santosa Doellah adalah seorang dokter dan ia dibesarkan oleh kakek-neneknya.

Setelah mendapat gelar sarjana ekonomi, di tahun 1967, Santosa Doellah menikahi Danarsih Hadipriyono, anak perempuan dari perajin dan produsen batik yang sukses, H. Hadipriyono. Keduanya mendirikan sebuah perusahaan yang dinamakan sesuai penggalan dari nama istri Santosa Doellah, Danarsih Hadipriyono. Dengan menggunakan mori, kain tenun yang digunakan dalam pembuatan batik, yang mereka dapat sebagai hadiah pernikahan, pasangan tersebut mengubah rumahnya menjadi kantor dan sanggar batik, kemudian mereka baru menambahkan toko.



Pada tahun 1975, mereka membuka sebuah toko kecil di Jakarta. Kemudian toko Danar Hadi berkembang hingga ke kota-kota besar di Indonesia seperti Bandung, Medan, Surabaya, Yogyakarta, dan Semarang. Danar Hadi sering berkolaborasi dengan desainer ternama Indonesia untuk menciptakan koleksi yang baru dan segar. Lima dekade kemudian, Danar Hadi telah menjadi raksasa bisnis, salah satu dari tiga besar industri batik di Indonesia. Danar Hadi memulai perjalanannya sebagai industri rumahan yang didorong oleh rasa cinta pemiliknya yang besar terhadap batik. Banyak penyesuaian yang dilakukan untuk dapat memadukan idealisme dengan manajemen modern. Langkah rasional dan logis juga diperlukan agar hasrat dan pengambilan keputusan perusahaan dapat berjalan beriringan. Danar Hadi sangat siap untuk menghadapi tantangan masa depan dengan tetap berpegang teguh pada akar tradisionalnya.

#### **4.9.3 Visi Misi Perusahaan**

##### **A. Visi**

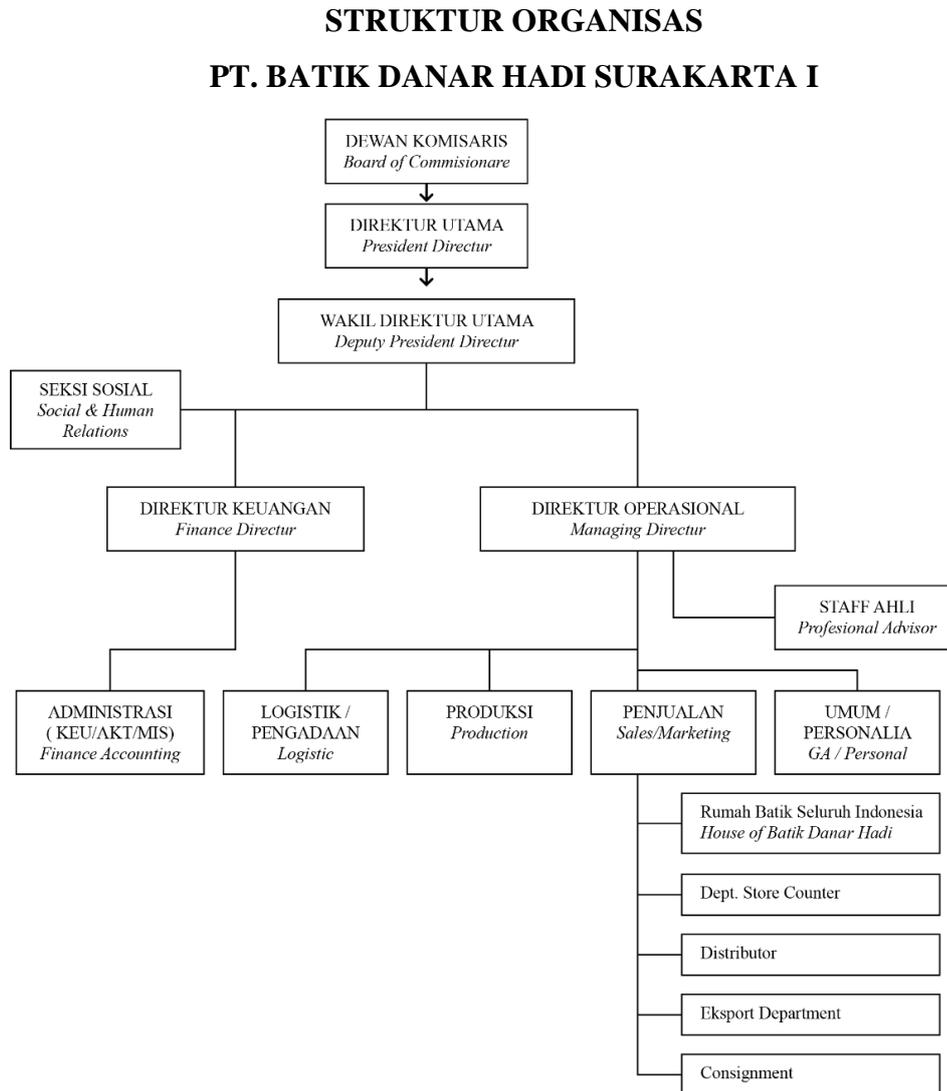
Masa Depan Batik Danar Hadi, Masa Depan Batik Indonesia. Bersandar pada keuletan, keahlian, pengalaman, & sentuhan citarasa seni.

##### **B. Misi**

1. Pada milenium mendatang, Batik Danar Hadi akan berusaha lebih keras untuk menembus pasar mancanegara dengan menjalin kerja sama dengan mitra-mitra usaha batik di Asia Tenggara maupun negara lainnya.
2. Berpijak pada idealisme mendasar untuk menyumbangkan sesuatu yang bernilai terhadap seni tradisionl batik, pengembangan produk Batik Danar Hadi bersifat multidimensional yang taat asas.
3. Secara luas batik dapat dipresentasikan ke dalam berbagai format perangkat kebutuhan sehari-hari, perangkat khusus, dan perangkat eksklusif.
4. Pada pola pengembangan yang demikian, disamping tetap mengembangkan batik secara fungsional mendasar sebagai busana dalam arti seluas-luasnya. Batik Danar Hadi telah menentukan pengembangan kepada fungsi-fungsi lain sebagai agenda tetapnya.
5. Batik dalam memfungsikan batik sebagai piranti griya, piranti perkantoran, maupun aneka piranti lain yang berkaitan erat dengan perkembangan teknologi dan gaya hidup pada millennium mendatang.



#### 4.9.4 Struktur Organisasi



Gambar 4.39 Struktur Organisasi PT. Batik Danar Hadi, Sumber: Dokumen PT Batik Danar Hadi

Adapun tugas dan tanggung jawab dari masing-masing fungsi tersebut adalah sebagai berikut:

##### A. Direktur Utama

Pimpinan perusahaan bertanggung jawab atas kelangsungan dan kelancaran perusahaan serta mengawasi keseluruhan perusahaan serta mengawasi keseluruhan aktivitas-aktivitas yang ada dalam perusahaan, dan bertanggung jawab atas majunya perusahaan. Adapun tugas dan tanggung jawab direktur utama adalah sebagai berikut:



- a. *Decision*, menentukan pilihan atau memutuskan suatu masalah diantara berbagai kemungkinan.
- b. *Direction*, menggerakkan karyawan dengan memberikan perintah atau petunjuk.
- c. *Coordinating*, menggabungkan, menyatupadukan, dan menyelaraskan pekerjaan dengan karyawan untuk tercapainya tujuan dari organisasi.
- d. *Controlling*, mengusahakan agar pelaksanaan pekerjaan dan hasil-hasilnya sesuai dengan rencana.
- e. *Improving*, memperbaiki kekurangan-kekurangan dan ketidakpastian yang timbul pada struktur organisasi dan tata kerja.

#### **B. Wakil Direktur Utama**

Sebagai pendamping dan monitoring segala aktivitas pekerjaan manajemen perusahaan yang laporannya disampaikan langsung kepada direktur utama, dengan memberikan rekomendasi hasil pekerjaan dari masing-masing bagian.

#### **C. Seksi Sosial dan Human Relations**

Bertugas memonitoring segala aktivitas yang berhubungan dengan kegiatan social kemasyarakatan secara keseluruhan dan akan dilaporkan kepada wakil direktur utama.

#### **D. Direktur Keuangan**

Memonitoring segala aktivitas pekerjaan yang berhubungan dengan manajemen keuangan yang berhubungan dengan manajemen keuangan yang laporannya akan disampaikan langsung kepada wakil direktur utama.

#### **E. Direktur Operasional**

Memonitoring segala aktivitas pekerjaan yang berhubungan dengan manajemen operasional secara keseluruhan dan akan melaporkan kepada wakil direktur utama.

#### **F. Administrasi ( Keuangan dan Akuntansi )**

Tugas administrasi keuangan adalah menerima, menyimpan dan mengeluarkan uang untuk keperluan perusahaan, mengurus pembagian gaji karyawan, mengurus pembagian bantuan keuangan untuk kesejahteraan karyawan, serta bertanggung jawab terhadap masalah keuangan perusahaan dan pembuatan laporan keuangan. Sedangkan tugas administrasi akuntansi adalah



bertanggung jawab terhadap penganalisaan laporan keuangan serta pembukuan perusahaan. Bagian ini juga bertanggung jawab terhadap tersedianya data keuangan dan pembukuan perusahaan, menerima dan menolak kredit, mencatat kekayaan perusahaan dan bertanggung jawab terhadap pembuatan grafik keuangan perusahaan baik penerima maupun pengeluaran.

#### **G. Logistik atau Pengadaan**

Bagian ini bertanggung jawab terhadap tersedianya barang-barang atau bahan-bahan produksi yang disesuaikan dengan motif, warna, jumlah pesanan, dan lain-lainnya juga memelihara persediaan bahan baku.

#### **H. Produksi**

Bagian ini bertanggung jawab terhadap pelaksanaan proses produksi, kualitas dan kuantitas hasil produksi, serta menangani masalah penyimpanan dan pemeliharaan hasil-hasil produksi dan alat-alat produksi, kemudian melaporkan hasil produksi dan mendistribusikannya ke bagian pemasaran.

#### **I. Penjualan**

Bagian ini bertujuan untuk memasarkan hasil produksi, menawarkan hasil serta mendistribusikan ke outlet-outlet batik atau kantor-kantor cabang PT. Batik Danar Hadi di seluruh Indonesia serta menangani ekspor ke luar negeri.

#### **J. Umum dan Personalia**

Bagian umum mengatur segala sesuatu yang berhubungan dengan kebutuhan kantor, misalnya : alat-alat kantor, humas, transportasi, dan lain-lain. Juga mengatur dan menyiapkan apa saja yang dibutuhkan setiap bagian serta menjamin agar segala kebutuhan kantor terpenuhi pada waktu yang tepat. Bagian personalia menentukan jumlah dan kualitas karyawan yang dibutuhkan, menyeleksi calon karyawan yang akan diterima, menentukan besarnya gaji karyawan, mengatur kenaikan pangkat dan jabatan, mengatur kenaikan gaji berdasarkan penilaian yang dilakukan perusahaan, memberika dorongan motivasi kerja bagi karyawan yang mengalami hambatan atau kelesuan, dan mengerti keinginan serta gejolak karyawan dan berusaha memenuhinya.



## 4.10 Studi Pemandangan

Studi perbandingan ini dilakukan untuk menambah referensi dari objek lain, harapan yang diinginkan adalah mengetahui ciri khas yang ada dalam masing-masing objek tersebut, sehingga dapat menjadi media pembelajaran dan pengalaman.

### 4.10.1 Profil Gallery Batik Pemerintah Provinsi Jawa Timur

Galeri Batik Pemerintah Provinsi Jawa Timur berlokasi di Jalan Raya Juanda Nomor 22, Sidoarjo. Galeri Batik Pemerintah Provinsi Jawa Timur merupakan sebuah gedung yang berfungsi membantu para pengusaha kecil menengah di Jawa Timur dalam sektor penjualan. Dalam keberlanjutannya, Galeri ini dikelola oleh Dinas Koperasi dan UKM Provinsi Jawa Timur dibawah pengawasan Kepala Seksi Promosi. Galeri ini berkonsep showroom untuk memamerkan dan menjual barang hasil produksi kurang lebih 678 UKM dari 38 Kabupaten dan Kota di Jawa Timur yang berpotensi ekspor dengan menggelar produk-produk kerajinan tanpa memungut biaya sepeserpun dari hasil penjualan.

#### 4.10.1.1 Lokasi Eksisting



Gambar 4.40 Lokasi Bangunan galeri batik Pemerintah Jawa Timur, (Sumber: Google Maps)



*Gambar 4.41 Fasad Komplek Dinas Koperasi dan UKM Provinsi Jawa Timur, (Sumber : Dinas Koperasi dan UKM Provinsi Jawa Timur, 2018)*

Eksisting dari Galeri Batik Pemerintah Provinsi Jawa Timur berlokasi di Jalan Raya Juanda Nomor 22, Sidoarjo. Bangunan ini masih termasuk dalam kompleks bangunan milik Dinas Koperasi dan UKM Provinsi Jawa Timur. Lokasi bangunan mengacu pada Gambar 2.20 menghadap langsung ke Jalan Raya Bandara Juanda sehingga dapat dengan mudah diketahui keberadaannya dan akses masuk sangat mudah. Selain itu terdapat signage di area masuk lahan Dinas Koperasi dan UKM Provinsi Jawa Timur yang besar dan mudah dibaca.

Lokasi cukup strategis dengan dikelilingi oleh hotel budget dan berada cukup dekat dengan Bandara Internasional Juanda. Hal ini menjadi salah satu faktor pendukung yang menyebabkan Galeri Batik Pemerintah Provinsi Jawa Timur memiliki potensi pengunjung yang besar baik dari turis lokal maupun internasional.

Gedung Galeri Batik Pemerintah Provinsi Jawa Timur merupakan bangunan permanen 2 lantai yang memiliki letak cukup strategis untuk diakses. Lahannya yang cukup luas menyatu dengan kompleks Gedung Dinas Koperasi dan UKM lainnya, gedung ini memiliki lahan parkir sendiri dan dapat menampung mobilisasi pengunjung gedung. Selain itu terdapat keuntungan dari kondisi lingkungan yang rindang, karena pohon dan tanaman di sepanjang Jalan Raya Bandara Juanda dapat meredam kebisingan sebab aktivitas lalu lintas sehingga menjadi stabil.

#### **4.10.1.2 Aktivitas Galeri Batik Pemerintah Jawa Timur**

Aktivitas yang dilakukan dalam Galeri dikelompokkan menjadi 4 bagian, yaitu:

##### **A. Kegiatan promosi/ apresiasi**

Merupakan kegiatan utama yang sesuai dengan fungsi bangunan galeri yaitu pameran.



### **B. Kegiatan edukasi**

Merupakan kegiatan pendukung fungsi utama yang kegiatannya adalah memberikan informasi terkait produk-produk yang dipamerkan. Untuk saat ini, kegiatan edukasi hanya disampaikan secara lisan kepada pengunjung. Belum ada kegiatan edukasi yang tampak secara fisik.

### **C. Kegiatan preservasi dan konservasi**

Merupakan kegiatan penunjang galeri yaitu perbaikan koleksi dengan mengembalikan produk apabila dalam jangka waktu 3 bulan produk belum terjual dan akan digantikan dengan produk yang baru. Dilakukan perawatan dengan membersihkan produk dari debu-debu halus secara berkala oleh pengelola galeri batik.

### **D. Kegiatan pengelolaan**

Merupakan kegiatan operasional yang meliputi:

- a. Kontrol seluruh kegiatan dalam galeri,
- b. Administrasi, pembukuan, dan manajemen keuangan,
- c. Rapat koordinasi,
- d. Perawatan koleksi
- e. Melaksanakan urusan pelayanan dan servis.

#### **4.10.2 Area Gallery Batik Pemerintah Provinsi Jawa Timur**

Di dalam area galeri terdapat berbagai macam produk batik dengan berbagai macam motif yang bersal dari 38 Kabupaten di Jawa Timur. Dalam penataannya, antara produk premium dan biasa tidak dibedakan. Display produk dipisah berdasarkan asal Kabupaten atau Kota produk tersebut. Selain kain batik, terdapat produk-produk kerajinan lainnya seperti Baju, tas, asesoris dan dekorasi rumah tangga.

Pada interior galeri mempunyai suasana ruang yang berkonsep tradisonal dapat dilihat dari penggunaan material parket bermotif kayu pada area lantai dan permainan ornament di setiap display galeri, pencahayaan pada interior galeri cenderung menggunakan *warm light* sehingga memberikan suasana hangat pada ruangan. Kesan elegan juga dapat dilihat dari motif dinding yang menggunakan wallpaper cream dengan garis silver. Penataan display produk pada aea galeri menggunakan sistem berbanjar kebelakang sehingga menciptakan pola jalur random circulation sehingga pengunjung bebas menentukan alur jalannya sendiri dan tidak ada batasan ruang atau dinding



pemisah. Berikut adalah beberapa area yang terdapat pada Gallery Batik Pemerintah Provinsi Jawa Timur:

### A. Area tunggu



Gambar 4.42 Area tunggu gallery, (Sumber : Dokumentasi Pribadi, 2019)

Area tunggu gallery mempunyai bentuk furnitur yang terkesan tradisional dengan amterial rotan dan kayu jati.

### B. Area display



Gambar 4.43 Area Display produk, (Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2019)

Area display galeri mayoritas menggunakan kayu palet sebagai materialnya, produk yang banyak dengan layout yang berbanjar kebelakang cenderung monoton namun memudahakn dalam organisir produk berdasarkan jenisnya.

### C. Fitting area



*Gambar 4.44 Fitting Room, (Sumber : Dokumentasi Pribadi, 2019)*

Ruang ganti pada galeri terdapat 1 tempat saja di bagian belakang ruangan. Dilengkapi dengan cermin di sekeliling area fitting room serta tersedia tempat untuk duduk di dalam fitting room agar pengunjung juga dapat mencoba produk sepatu serta untuk menaruh barang bawaan sekaligus.

#### **D. Area kerja**



*Gambar 4.45 Area Kerja Staff, (Sumber : Dokumentasi Pribadi, 2019)*

Area kerja terletak di dekat tangga yang menuju ke lantai dua bangunan, posisi ruang kerja yang sedikit terbuka membuat ruang privasi staff kurang optimal sehingga pengunjung masih dapat melihat bagian dari dalam area kerja seperti rak barang dan dokumen.



### **E. Gudang**

Area gudang bersebelahan dengan fitting room dan hanya dibatasi dengan dinding partisi. Area gudang cukup tepat diletakkan di belakang ruangan sehingga keamanan barang lebih terjaga, serta area gudang dekat dengan area stokes sehingga alur karyawan menjadi lebih efektif.

### **F. Stockis**



*Gambar 4.46 Area Stockis, (Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2019)*

Area stokes berada di belakang ruangan, dekat dengan area kerja dan gudang sehingga sirkulasi efektif ke segala arah.

### **G. Kasir**



*Gambar 4.47 Area Kasir, (Sumber : Dokumentasi Pribadi, 2019)*

Area kasir berada di dekat pintu masuk sehingga penempatan area cukup optimal jika pengunjung hendak melakukan transaksi barang. Namun pada



area kasir tidak ada signage atau penanda bahwa area tersebut adalah tempat untuk pembayaran sehingga kurangnya identitas area pada kasir.

#### 4.11 Kesimpulan Kajian Pustaka

Dalam Perancangan Redesain interior Toko Batik Danar Hadi di Surabaya penulis menggunakan salah satu motif batik parang, dimana motif batik parang mempunyai filosofi yang berkaitan dengan perkembangan dalam penjualan produk danar hadi yang diwariskan secara turun temurun. Dengan bentuk motif parang yang menyerupai ombak laut merupakan penggambaran dari kota maritim itu sendiri yaitu Surabaya. Untuk fasilitas galeri penulis menggunakan fasilitas galeri berupa *Temporary Display Area* dimana ruang pameran hanya untuk memamerkan barang-barang dalam jangka waktu pendek sehingga display galeri pada area ini tidak begitu banyak agar pengunjung masih bisa merasakan fungsi utama dari sebuah retail.

Dalam penyajian informasi pada galeri penulis mengambil 3 penyampaian media yaitu melalui media teks, gambar dan video agar penyampaian informasi lebih merata melalui berbagai media.

Sistem pencahayaan yang digunakan pada area toko adalah sistem pencahayaan langsung dan semi tidak langsung, dimana sistem pencahayaan jenis ini memiliki sistem yang efektif dalam menerangi benda yang secara luas berada di bawah langit-langit seperti produk batik sehingga dapat mengurangi efek silau pada pengunjung. Sumber pencahayaan pada toko menggunakan sumber pencahayaan alami dan buatan. Dimana pencahayaan alami dapat diperoleh dari jendela yang berada pada ruang galeri sehingga pada waktu siang hari dapat menghemat pencahayaan buatan yang ada pada toko.

Pada konsep brand image penulis mengadaptasi dari warna dan ciri khas logo danar hadi yaitu warna ungu dan emas, serta penggunaan material yang elegant sesuai dengan karakteristik danar hadi. Sedangkan pada konsep *local wisdom* penulis menggunakan tiga landmark yang berada di Surabaya untuk menjadi perpaduan suasana pada area toko, diantaranya adalah Patung sura dan baya. Monumen bamboo runcing, dan tugu pahlawan. Dari ketiga pilihan tersebut penulis mengadaptasi dari berbagai unsur dan komponen untuk disatukan pada sebuah ruangan seperti patung sura dan baya digunakan sebagai elemen dekorasi dan simbolik huruf s, penataan komposisi bentuk melalui bentuk monument bamboo runcing, serta penerapan filosofi tegas dan dinamis didapat dari tugu.



## **BAB III**

### **METODE DESAIN**

#### **5.1 Tahap Pengumpulan Data**

Pada Redesain Interior Toko Batik Danar Hadi Surabaya ini dilakukan tahap pengumpulan data melalui beberapa metode pengumpulan data, yaitu pengumpulan data secara langsung dan tidak langsung. Pengumpulan data secara langsung dapat dilakukan dengan cara observasi ke objek desain yang dituju, wawancara kepada kepala owner dan pengunjung. Sedangkan pengumpulan data secara tidak langsung yaitu dilakukan dengan mengumpulkan data dari berbagai literatur seperti buku, jurnal ilmiah, dan internet.

Dalam tahap pengumpulan data dapat terbagi menjadi dua bagian. yaitu:

##### **A. Data Primer**

Data Primer merupakan data yang didapat secara langsung di lapangan (pihak yang bersangkutan) dengan melakukan pengamatan dan pendokumentasian. Data ini dibutuhkan agar kita bisa mengerti permasalahan dan kondisi lingkungan yang terjadi pada hal-hal yang sedang kita teliti.

##### **B. Data Sekunder**

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 tahap pengumpulan data dilakukan melalui beberapa metode pengambilan data, yaitu:

##### **1. Studi Lapangan atau Eksisting (survey langsung)**

Dilakukan dengan melakukan survey seperti melihat, mengamati, mencata informasi yang diperlukan, serta melakukan dokumentasi sebagai eksistingnya untuk mengetahui kondisi yang sesungguhnya mengenai interior maupun aktifitas yang ada di Toko Batik Danar Hadi Surabaya. Observasi yang dilakukan dibagi menjadi 2 objek studi, yaitu:

- a. Observasi pada objek studi dalam kasus ini adalah Toko Batik Danar Hadi Surabaya.



- b. Pengamatan secara langsung pada objek pembandingan

## 2. Wawancara

Wawancara yang akan dilakukan ditujukan pada:

- Branch Manager Toko Batik Danar Hadi di Surabaya
- Staff Toko Batik Danar Hadi
- Pengunjung atau konsumen Danar Hadi

## 3. Studi Literatur

Diperoleh melalui literatur, internet, majalah dan media informasi lain yang mendukung penelitian khususnya yang berhubungan dengan redesain interior Toko Batik Danar Hadi Surabaya untuk memperkaya informasi yang telah diperoleh melalui studi lapangan dan wawancara.

### 5.1.1 Observasi Lapangan

Observasi dilakukan secara langsung ke tempat yang berkaitan dengan obyek riset, yaitu:

#### A. Toko Batik Danar Hadi di Surabaya

Observasi dilakukan untuk memperoleh data mengenai:

1. Profil Perusahaan
2. Corporate Identity
3. Eksisting bangunan dan interior
4. Karakteristik pengelola
5. Karakteristik staff
6. Karakteristik pengunjung
7. Sistem kerja
8. Kebutuhan fasilitas dan ruang
9. Dokumentasi berupa foto
10. Kelebihan dan kekurangan Toko Batik Danar Hadi Surabaya

#### B. Objek Pembandingan

Pengamatan secara langsung pada beberapa galeri batik yang akan dijadikan studi pembandingan tentang standar penataan display produk batik.

##### 1. Wawancara



- **Branch Manager Dinar Hadi di Surabaya**

Wawancara dilakukan untuk mengetahui sejarah Dinar Hadi, Konsep didirikannya Toko Batik Dinar Hadi, Kondisi toko saat itu, keinginan dan harapan pengelola terhadap Toko Batik Dinar Hadi di Surabaya.

- **Staff Toko Batik Dinar Hadi Surabaya**

Wawancara dilakukan untuk mengetahui tentang kelebihan dan kekurangan Toko Batik Dinar Hadi, permasalahan yang sering dihadapi di Toko Batik Dinar Hadi, kebutuhan dan kelengkapan fasilitas Toko Batik Dinar Hadi, Sasana Display Toko, harapan dan keinginan untuk Toko Batik Dinar Hadi Surabaya.

- **Pengunjung atau Konsumen Dinar Hadi**

Wawancara dilakukan untuk mengetahui tentang pendapat pengunjung mengenai Toko Batik Dinar Hadi, karakteristik pengunjung, dan keinginan pengunjung mengenai kebutuhan fasilitas interior Toko Batik Dinar Hadi.

### 5.1.2 Studi Literatur

Studi literatur merupakan data sekunder yang didapatkan dari pihak yang tidak berkaitan langsung dan didapatkan dengan cara menghimpun data yang ada dan kemudian dianalisa untuk mendapatkan sumber perolehan data. Pencarian data diperoleh dari Jurnal, buku peraturan, laporan penelitian, intrnet, koran dan majalah. Data dan informasi yang dicari adalah:

- A. Studi tentang Batik
- B. Studi tentang perusahaan Danr Hadi
- C. Studi tentang bisnis Toko dan *retail*
- D. Studi tentang Galeri
- E. Studi tentang Multimedia Interaktif
- F. Studi tetang *Brand Image*
- G. Studi tentang *Local Wisdom*



## 5.2 Tahap Analisa Data

Pada tahap analisa data, *approach research* yang digunakan adalah data deskriptif dengan membagi tahap pengolahan data kedalam tiga metode. Metode yang digunakan dalam pengolahan data adalah metode induktif, yaitu dengan cara mengumpulkan semua data yang ada kemudia dianalisis berdasarkan literature dan kemudian diambil kesimpulannya. Selain itu analisis data juga dapat menggunakan metode deduktif dan komparatid.

Metode deduktif merupakan metode mengolah dan menganalisa data-data yang bersifat umum, kemudian menganalisa kembali data-data tersebut menjadi bersifat lebih khusus yang sesuai dengan judul tugas akhir.

Metode komparatif merupakan metode menggabungkan data untuk melakukan perbandingan data-data yang ada. Selanjutnya membentuk data-data tersebut sesuai judu tugas akhir. Metode yang digunakan adalah:

- A. Mengumpulkan data secara keseluruhan.
- B. Memilah berdasarkan tinjauan dan kepentingan tugas akhir.
- C. Menentukan fasilitas yang akan menjadi objek tugas akhir.
- D. Membandingkan dan menyesuaikan data terhadap judul tugas akhir.
- E. Menentukan data-data yang sesuai dengan proses tugas akhir.

### 5.2.1 Analisa Pengguna

Analisa pengguna dilakukan mengetahui karakteristik dari pengguna Toko Batik Danar Hadi Surabaya. adapun pengguna Toko Batik Danar Hadi Surabaya meliputi staff dan pengunjung Toko Batik Danar Hadi.

### 5.2.2 Analisa Eksisting

Pengumpulan data melalui observasi lapangan dibedakan menjadi dua yaitu analisa eksisting dan analisa studi pembanding. Analisa eksisting bertujuan untuk mendapatkan data-data lapangan dari eksisting yang dijadikan objek desain. Sedangkan analisa pembanding bertujuan untuk mendapatkan data pembanding dan pendekatan desain yang nantinya menjadi referensi bagi konsep desain.



### **5.2.3 Analisa Kuisisioner**

Analisa kuisisioner dilakukan untuk untuk mengetahui fasilitas melalui keinginan pengguna, kondisi eksisting dan gambaran konsep yang digunakan.

### **5.2.4 Analisa Wawancara**

Analisa wawancara digunakan untuk memperoleh dan mengidentifikasi karakter, perilaku, kapasitas, serta hal-hal lain yang dibutuhkan dalam penyusunan konsep redesain Toko Batik Danar Hadi Surabaya.

### **5.2.5 Analisa Organisasi Ruang**

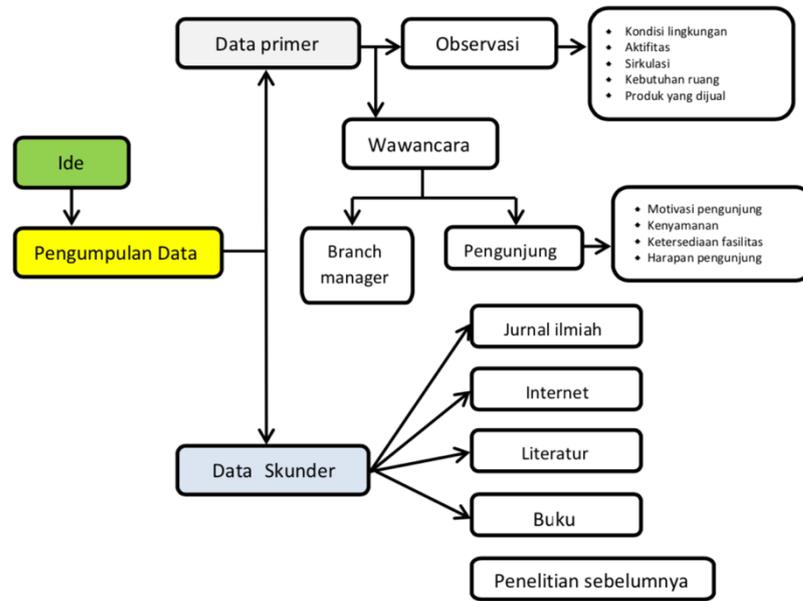
Analisa organisasi ruang dilakukan untuk mengetahui ruangan yang dibutuhkan untuk membangun Toko Batik Danar Hadi Surabaya guna menyelesaikan masalah kebutuhan pengguna dalam melakukan aktivitas.

### **5.2.6 Konsep Desain**

Analisa konsep desain dilakukan dengan tujuan menentukan konsep desain yang diterapkan pada Redesain Toko Batik Danar Hadi Surabaya. Hasil dari konsep akan digunakan dalam perumusan judul.

## **5.3 Bagan Metode Desain**

Tahap-tahap metode desain dimulai dari mengidentifikasi permasalahan, kemudian merumuskan permasalahan yang terdapat pada Toko Batik Danar Hadi di Surabaya. Setelah itu mengumpulkan data primer yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi, serta data sekunder yaitu dengan studi literature. Studi literature dapat diperoleh dengan cara *browsing* dan mendapatkan informasi dari buku penduan. Setelah mengumpulkan data, maka data dianalisa dan didapatkan konsep desain yaitu :Redesain Interior Toko Batik Danar Hadi di Surabaya sebagai sarana *Edutainment* melalui fasilitas Interaktif”. Setelah merumuskan konsep maka dimulailah proses desain hingga akhirnya mendapatkan desain final Toko Batik Danar Hadi.



Gambar 5.1 Alur Metode Pengambilan Data, Sumber : Dokumen Pribadi (2018)

## BAB IV

### PEMBAHASAN DAN KONSEP DESAIN

#### 6.1 Objek Desain

Objek desain interior yang diambil adalah Toko Batik Danar Hadi di Surabaya. Dengan reputasi yang baik sebagai produsen batik, Toko Batik Danar Hadi di Surabaya memiliki prospek yang sangat bagus karena mayoritas konsumen kalangan menengah atas akan berbelanja ditempat yang dikenal berkualitas baik seperti Danar Hadi.

Danar Hadi mempunyai banyak kompetitor dalam bisnis *retail fashion* batik. Para kompetitor berusaha mencari keuntungan maksimal dan terus berupaya menarik pelanggan dengan keunggulannya masing-masing. Hal tersebut berpotensi untuk mengurangi potensi pasar yang sudah dimiliki oleh Danar Hadi dalam persaingan usaha. Dalam rangka mempertahankan eksistensi Danar Hadi dikalahkan persaingan usaha *retail fashion*, diperlukannya strategi dalam usaha *retail*.



Gambar 6.1 Latar Belakang Pemilihan Judul, Sumber: Dokumen Pribadi (2019)

#### 6.1.1 Analisa Data Eksisting

##### A. Lokasi Eksisting



*Gambar 6.2 Toko Batik Danar Hadi di Surabaya, Sumber : Google Street View*

Bangunan eksisting Rumah Batik Danar Hadi berlokasi di Jalan Diponegoro 184, Surabaya. Keberadaan Rumah Batik Danar Hadi mudah di akses oleh masyarakat karena berada di pusat kota dan letaknya di tepi jalan raya. Di sekelilingnya terdapat bangunan perkantoran, rumah makan dan rumah sakit.

Rumah Batik Danar Hadi menempati bangunan dua lantai seluas 1200m<sup>2</sup>. Lantai satu digunakan sebagai tempat display pakaian sekaligus kantor toko, sedangkan lantai dua merupakan ruang kosong yang digunakan apabila terdapat acara fashion show.

### **B. Suasana Interior Toko**



*Gambar 6.3 Entrance*





Gambar 6.4 Area Display Pakaian Batik



Gambar 6.5 Area Display Kain Batik



Gambar 6.6 Fitting Room dan Area Kasir

Sebagai tempat memasarkan produk batik, konsep interior Toko Batik Danar Hadi belum menunjukkan kapasitas sebuah toko *retail* yang melayani konsumen kalangan menengah atas, serta penataan layout yang kurang dinamis. Maka dari itu dibutuhkan pengembangan desain dalam Toko Batik Danar Hadi di Surabaya. Untuk itu dilakukan pengumpulan data-data yang kemudian dianalisa sehingga memperoleh kesimpulan yang menjadi dasar untuk menentukan konsep rancangan.

*Tabel 6.1 Rangkuman Hasil Analisa, Sumber : Dokumentasi Pribadi*



| No. | Variabel Pertanyaan            | Analisa   | Ide Konsep Rancangan  |
|-----|--------------------------------|---|---|
| 1   | Suasana Interior               | Suasana interior Toko Batik Damar Hadi di Surabaya belum menunjukkan kapasitas sebuah toko <i>retail</i> yang melayani konsumen kalangan menengah atas dan penataan layout kurang dinamis.  | Merancang Toko Batik Damar Hadi dengan konsep perwujudan <i>brand image</i> untuk memberikan kesan suasana yang sesuai dengan citra merk damar hadi sendiri yaitu eksklusif. Penambahan Fasilitas penunjang berupa area galeri yang interaktif bertujuan untuk memberi pengalaman yang berbeda selain berbelanja, Selain itu seiring berkembangnya pasar retail di berbagai kota-kota besar dibutuhkan sebuah penyesuaian terhadap demografi masyarakat untuk meningkatkan potensi usaha yang lebih baik. |
| 2   | Segmentasi Pengunjung/konsumen | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pria dan Wanita</li> <li>• Usia dewasa (30 tahun ke atas)</li> <li>• Masyarakat modern</li> <li>• Kalangan pekerja dan eksekutif</li> </ul>  |   |
| 3   | Produk yang dijual             | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kain Batik (batik printing, batik cap, batik kombinasi dan batik tulis)</li> <li>• Koleksi Eksklusif (pakaian pria dan wanita)</li> <li>• Koleksi keluarga (pakaian pria, wanita dan anak-anak)</li> </ul> |   |



|   |                 |  |  |
|---|-----------------|--|--|
|   |                 | <ul style="list-style-type: none"><li>• Regular (pakaian pria dan wanita)<br/>Asesoris dan peralatan rumah tangga (bantal, payung, tas, dompet, peta, dsb)</li></ul>   |  |
| 4 | Harga Produk    | <ul style="list-style-type: none"><li>• Batik printing, batik cap dan batik kombinasi Rp 200.000-Rp 1.000.000</li><li>• Batik tulis Rp 1.000.000-Rp 13.000.000</li><li>• Asesoris dan peralatan rumah tangga Rp 100.000-Rp 500.000</li></ul> |  |
| 5 | Jam Operasional | <ul style="list-style-type: none"><li>• Toko 09.00-21.00 (setiap hari)</li><li>• Kantor 08.30-18.30 (Sabtu-Minggu libur)</li></ul>   |  |
| 6 | Sirkulasi Ruang | <ul style="list-style-type: none"><li>• Memiliki sirkulasi ruang yang cukup untuk kegiatan di area</li></ul>   |  |



|   |                      |   |  |
|---|----------------------|---|--|
|   |                      | <p>penjualan dan back office</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Pintu masuk toko yang kurang optimal</li></ul>   |  |
| 7 | Display              | <ul style="list-style-type: none"><li>• Beberapa penataan display dirasa kurang optimal seperti yang di dekat jendela</li><li>• Display diskon baju di dekat pintu masuk sempat menghalangi pandangan pengunjung ketika akan masuk.</li></ul> |  |
| 8 | Utilitas             | <ul style="list-style-type: none"><li>• Pencahayaan cukup. Hanya saja kurang ada permainan <i>lighting</i></li><li>• Penghawaan</li></ul>   |  |
| 9 | Kebutuhan Pengunjung | <ul style="list-style-type: none"><li>• Penambahan cermin di setiap area batik</li><li>• Signage area display batik</li><li>• Penambahan fasilitas galeri</li></ul>   |  |



|  |  |   |  |
|--|--|---|--|
|  |  | dan workshop<br>untuk sarana<br>edukasi |  |
|--|--|---|--|

## 6.2 Analisis Riset

Sebagai salah satu perusahaan yang bergerak di bidang industri batik yang masih eksis dan berkembang pesat hingga saat ini di tengah persaingan yang semakin ketat karena banyaknya pelaku pasar, Danar Hadi perlu menerapkan strategi yang tepat dalam menjalankan roda usahanya. Kondisi yang semakin kompetitif membuat perusahaan harus meningkatkan performa serta kinerjanya dalam menjaga eksistensinya. Salah satunya adalah peningkatan fasilitas yang dapat diterapkan pada interior toko.

### 6.2.1 Hasil Observasi

Menurut hasil observasi yang telah dilakukan, secara visual pada interior dari Toko Batik Danar Hadi di Surabaya tidak menggambarkan *brand image* yang selama ini dibangun oleh Perusahaan Danar Hadi. Dengan segmentasi kalangan menengah keatas interior pada toko batik danar hadi sangat tidak menunjukkan eksklusifitas yang seharusnya dapat dirasakan pengunjung saat berada di dalam Toko Batik Danar Hadi Surabaya. Tidak hanya itu fasilitas dan sirkulasi ruang gerak pengunjung juga sangat terbatas.

### 6.2.2 Hasil Wawancara

Wawancara dilakukan kepada staff dan juga branch manager outlet Danar Hadi Surabaya. Berikut adalah daftar pertanyaan dan jawaban wawancara:

1. Berapa Jumlah pegawai?
  - 32 pegawai. 6 bagian administrasi, 21 SPG (dibagi menjadi 2 shift), 4 satpam
2. Bagaimana jadwal jam kerja sehari-hari?
  - Senin-minggu (09.00-21.00)
  - Sabtu dan minggu (bagaian accounting dan pimpinan libur)
3. Bagaimana aktifitas pegawai dan juga manager?
  - Pegawai SPG menjaga produk yang dijual dan juga melayani pengunjung
  - Supervisor mengepalai dan mengawasi SPG
  - Bagian akunting mendata keluar dan masuknya uang



- Pimpinan Outlet mengepalai dan mengawasi seluruh pegawai serta memantau pemasukan dan pengeluaran.
- 4. Pada hari apa pengunjung Outlet Danar Hadi paling banyak?
  - Sabtu, Minggu, hari besar dan jika terdapat big sale.
- 5. Siapa mayoritas pengunjung Outlet Danar Hadi (segmentasi pasar)
  - Segmentasi pasar adalah pegawai kantor, dan eksekutif.
- 6. Motif atau batik jenis apa yang paling disukai pengunjung?
  - Berubah setiap waktu, tergantung dari motif apa yang sedang trend. Motif-motif yang terkenal saat ini adalah motif mega mendung, kawung, parang dan ceplokan.
- 7. Setiap berapa lama barang Danar Hadi datang?
  - Setiap hari barang/stok baru datang dari pusat Danar Hadi, yaitu Solo.
- 8. Apa yang dilakukan pada barang-barang lama yang sudah diganti?
  - Jika barang sudah over stock, maka barang yang lama akan dikembalikan ke solo.
- 9. Ruang apa saja yang terdapat di back office? dan siapa saja penggunanya?
  - Back office terdiri dari 3 ruangan yang digunakan oleh 6 orang, yaitu 1 ruangan pimpinan, 1 ruangan pimpinan outlet cabng, dan 1 ruangan untuk 4 orang bagian akunting.

### 6.2.3 Hasil Kuisisioner

Sebagai alat memperoleh data yang sesuai dengan tujuan penelitian dan penjabaran dari hipotesis penulis melakukan pengumpulan data berupa survey yang disebarakan pada 89 responden secara online.

Berdasarkan hasil kuisisioner, dapat disimpulkan beebraapa hal mengenai konsep redesain toko batik danar hadi Surabaya.

- Penataan display lebih disesuaikan lagi antara jenis produk batik yang sedang dijual supaya memudahkan pembeli.
- Redesain interior toko cenderung lebih simple dan tidak memakai banyak corak dan ornament, karena produk yang di jual sudah mempunyai banyak motif sehingga lebih memfokuskan ke batik yang sedang dijual.
- Terdapat beberapa nuansa etnik yang menjadi ciri khas danar hadi itu sendiri.



- Permainan lighting agar tidak terkesan monoton dan penambahan fasilitas kaca agar pembeli lebih mudah melihat hasil dalam mencoba produk batik. Lebih di olah lagi pada salah satu elemen interior terutama paa bagian lantai dan dinding.

Berdasarkan kesimpulan hasil kuisisioner, maka dapat diambil beberapa saran sebagai berikut.

- Untuk meningkatkan minat pengunjung dalam membeli produk batik perlu diberikannya konsep interior yang inovatif dan informatif dengan penambahan ciri khas daerah tertentu dan karakter danar hadi itu sendiri.
- Bisa ditambahkan beberapa fasilitas penunjang, namun fungsi interior sebagai toko batik masih tetap menonjol.
- Perlu ada perubahan pada suasana toko karena penataan display yang terlalu monoton.

#### 6.2.3.1 Karakteristik Pengguna

Tabel 6.2 Karakteristik Pengguna

| No. | Pengguna       | Keterangan   |
|-----|----------------|--|
| 1   | Staff SPG      | <ul style="list-style-type: none"><li>• Melayani konsumen</li><li>• Melakukan transaksi</li><li>• Mengawasi dan menjaga produk</li><li>• Laporan penjualan</li></ul>             |
| 2   | Supervisor     | <ul style="list-style-type: none"><li>• Membawahi SPG</li><li>• Bertanggung jawab terhadap segala kegiatan penjualan di toko</li><li>• Melakukan kegiatan administrasi</li></ul> |
| 3   | Branch Manager | <ul style="list-style-type: none"><li>• Membawahi karyawan</li><li>• Mengawasi kegiatan operasional</li><li>• Bertanggung jawab terhadap target penjualan</li></ul>              |
| 4   | Pengunjung     | <ul style="list-style-type: none"><li>• Melihat-lihat produk</li><li>• Mencoba kain/pakaian</li><li>• Membeli produk</li></ul>   |



### 6.2.3.2 Studi Aktivitas

#### A. Aktivitas Umum

Tabel 6.3 Aktivitas Umum

| No | Aktivitas                                | Tempat       | Waktu       | Catatan   |
|----|--|--------------|-------------|---|
| 1  | Pengunjung melihat kain/pakaian          | Area display | 09.00-21.00 | Waktu setiap aktivitas merupakan jam operasional Rumah Batik Danar Hadi |
| 2  | Pengunjung mencoba baju                  | Fitting room | 09.00-21.00 |   |
| 3  | Transaksi Penjualan                      | Kasir        | 09.00-21.00 |   |
| 4  | SPG menjaga produk dan melayani konsumen | Area Display | 09.00-21.00 |   |

#### B. Aktivitas Khusus

Tabel 6.4 Aktivitas Khusus

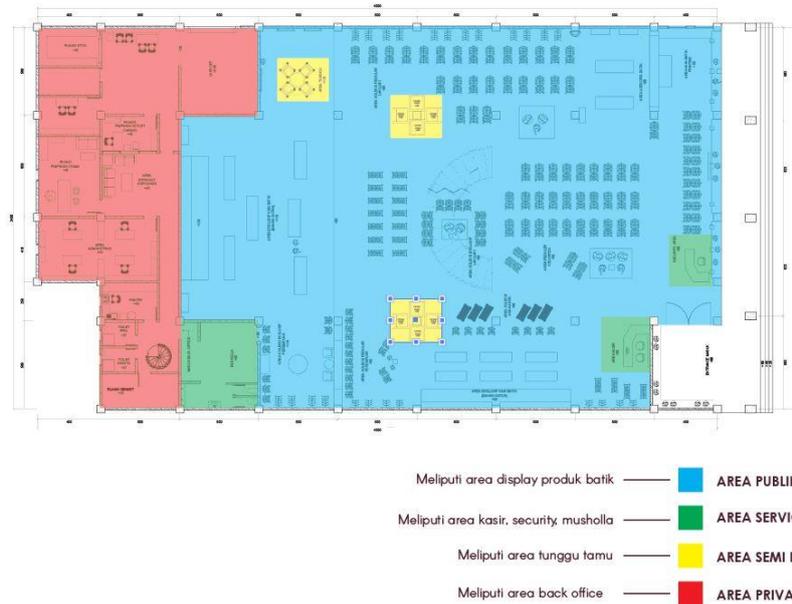
| No | Pengguna       | Aktivitas  | Tempat                | Waktu       |
|----|----------------|--|-----------------------|-------------|
| 1  | Staf SPG       | Mengatur stok barang yang baru datang                  | Area penurunan barang | 09.00-21.00 |
| 2  | Supervisor     | Mengawasi staf SPG dan melayani konsumen               | Area display          | 09.00-21.00 |
| 3  | Branch Manager | Mengawasi kegiatan operasional dan urusan administrasi | Office                | 09.00-21.00 |
| 4  | Pengunjung     | Melihat produk, mencoba baju, membeli produk           | Area display          | 09.00-21.00 |

### 6.3 Zoning Area

Zoning area pada Toko Batik Danar Hadi terbagi menjadi 4 yaitu area publik, area semi privat, area privat dan area servis. Yang termasuk dalam area publik di toko retail Danar Hadi adalah seluruh area display produk. Yang termasuk area semi privat adalah



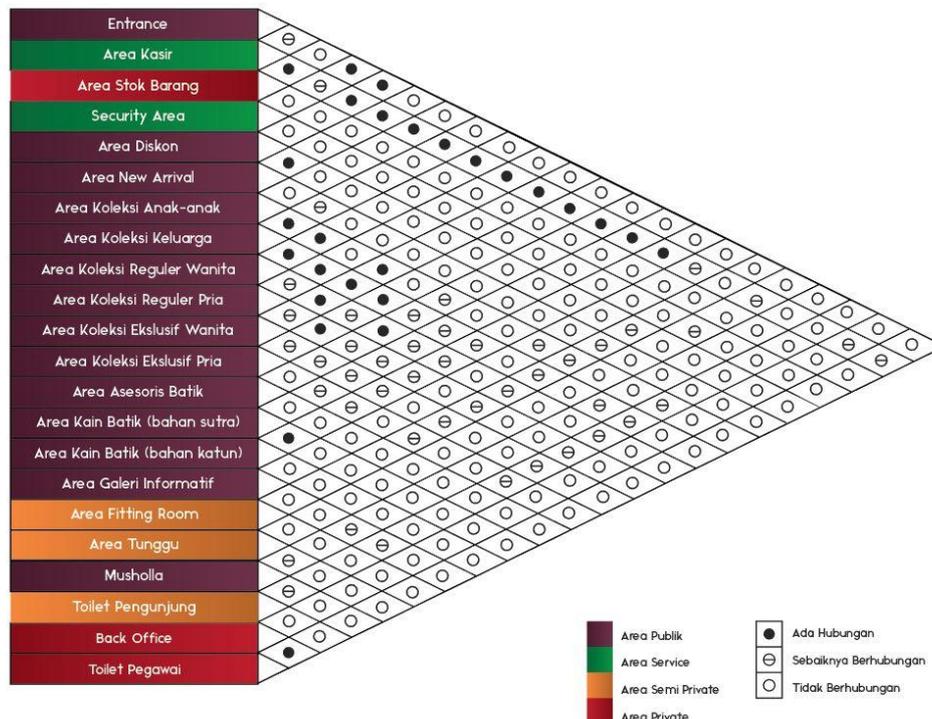
area tunggu dan area fitting room. Sedangkan yang termasuk dalam area privat adalah *back office*. Area kasir security dan musholla termasuk dalam area servis.



Gambar 6.7 Zoning Area Toko Batik Danar Hadi

### 6.3.1 Analisa Hubungan Ruang

Berikut ini analisa hubungan ruang pada toko Toko Batik Danar Hadi.

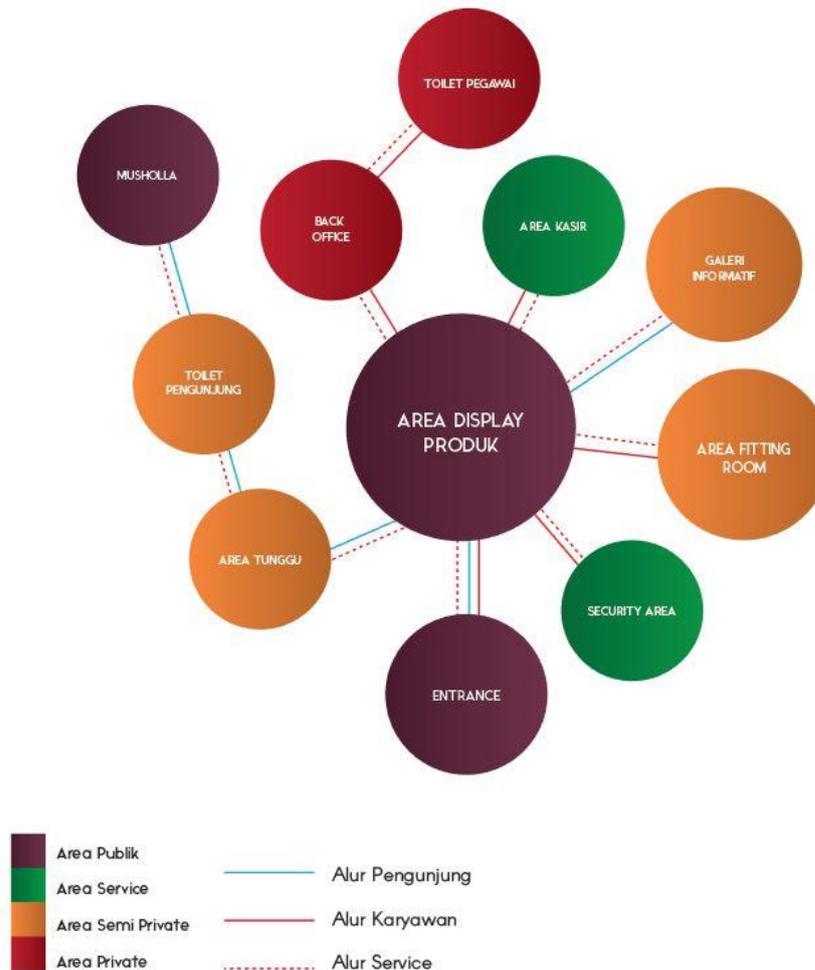


Gambar 6.8 Matriks Hubungan Ruang



Dari diagram matriks di atas dapat disimpulkan bahwa area koleksi produk pakaian baik yang regular maupun yang eksklusif, serta memiliki hubungan ruang yang paling banyak keterkaitan antara satu dengan yang lain karena merupakan fasilitas utama pada toko.

### 6.3.2 Analisa Bubble Diagram



Gambar 6.9 Bubble Diagram

Pada *Bubble Diagram* di atas menunjukkan pengguna yang paling banyak memiliki akses pada toko adalah karyawan karena merupakan pengguna tetap pada ruangan toko tersebut.

### 6.3.3 Analisa Kebutuhan Ruang

Analisa Hubungan ruang berdasarkan dari pengguna.

Tabel 6.5 Analisa Kebutuhan Ruang



| No | Nama Ruang            | Jumlah Ruang | Aktifitas  | Furniture  | Jml           | Pengguna             |
|----|-----------------------|--------------|--|--|---------------|----------------------|
| 1. | Koridor               | 1            | <ul style="list-style-type: none"> <li>Greeting</li> <li>Akses masuk dan keluar pengunjung</li> </ul>  | Meja display   | 1             | Pengunjung           |
| 2. | Area Kain Batik       | 3            | <ul style="list-style-type: none"> <li>Memilih Kain</li> <li>Melihat secara detail</li> <li>Bercermin</li> <li>Melipat kain</li> <li>Konsultasi rancang busana</li> <li>Memotong Kain</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Meja</li> <li>Lemari display</li> <li>Meja display</li> </ul> | 9<br>2<br>3   | Pengunjung dan staff |
| 3. | Area Koleksi Keluarga | 2            | <ul style="list-style-type: none"> <li>Memilih pakaian</li> <li>Melihat secara detail</li> <li>Bercermin</li> <li>Fitting pakaian</li> <li>Duduk menunggu</li> <li>Pembayaran</li> </ul>         | <ul style="list-style-type: none"> <li>Standing hanger</li> <li>Manekin</li> <li>Table</li> </ul>    | 44<br>14<br>1 | Pengunjung dan staff |



|    |                        |   |  |  |  |                      |
|----|------------------------|---|--|--|--|----------------------|
| 4. | Area Koleksi Reguler   | 2 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Memilih pakaian</li> <li>• Melihat secara detail</li> <li>• Bercermin</li> <li>• Fitting Pakaian</li> <li>• Duduk menunggu</li> <li>• Pembayaran</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Standing hanger</li> <li>• Wall hanger</li> <li>• Manekin</li> <li>• Table</li> </ul>   | <p>43</p> <p>16</p> <p>5</p> <p>1</p>                  | Pengunjung dan staff |
| 5. | Area Koleksi Eksklusif | 2 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Memilih pakaian</li> <li>• Melihat secara detail</li> <li>• Bercermin</li> <li>• Fitting Pakaian</li> <li>• Duduk menunggu</li> <li>• Pembayaran</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Round Table</li> <li>• Chair</li> <li>• Standing hanger</li> <li>• Wall hanger</li> <li>• Manekin</li> <li>• Table</li> </ul> | <p>2</p> <p>2</p> <p>33</p> <p>2</p> <p>2</p> <p>1</p> | Pengunjung dan staff |
| 6. | Area Koleksi Anak-anak | 1 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Memilih pakaian</li> <li>• Melihat secara detail</li> <li>• Bercermin</li> <li>• Fitting Pakaian</li> </ul>   | Standing hanger  | 14   | Pengunjung dan staff |



|     |                     |   |  |   |                  |                      |
|-----|---------------------|---|--|---|------------------|----------------------|
|     |                     |   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Duduk menunggu</li> <li>• Pembayaran</li> </ul>   |   |                  |                      |
| 7.  | Area Asesoris Batik | 1 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Memilih asesoris</li> <li>• Melihat secara detail</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Table</li> <li>• Shelves</li> <li>• Side table</li> <li>• Standing hanger</li> </ul> | 2<br>8<br>1<br>1 | Pengunjung dan staff |
| 8.  | Fitting room        | 8 | Mencoba pakaian  | Cermin  | 8                | Pengunjung           |
| 9.  | Area Pembayaran     | 1 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Melakukan transaksi</li> <li>• Melayani pelanggan</li> <li>• Mengatur keuangan</li> <li>• Mengawasi dan menjaga produk</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Meja kasir</li> <li>• Cradenza</li> <li>• Kursi kerja</li> </ul>                     | 1<br>1<br>2      | Staff                |
| 10. | Security Area       | 1 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mengawasi aktivitas pengunjung</li> <li>• Melayani tamu</li> <li>• Mengawasi keadaan toko</li> </ul>                              | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Meja resepsionis</li> <li>• Kursi</li> </ul>   | 1<br>1           | Staff security       |
| 11. | Toilet              | 4 | Buang air kecil dan besar  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Wastafel</li> <li>• Closet</li> </ul>  | 4<br>4           | Pengunjung dan staff |



|     |                         |   |   |  |                  |                      |
|-----|-------------------------|---|---|--|------------------|----------------------|
| 12. | Musholla                | 1 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Beribadah</li> <li>• Mengambil air wudhu</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cradenz a</li> <li>• Tempat wudhu</li> </ul>  | 1<br>1           | Pengunjung dan staff |
| 13. | Ruang stock             | 1 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Menyimpan stok produk</li> <li>• Memilih dan memilah</li> <li>• Mencatat</li> </ul>                | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Wardrobe</li> <li>• Meja</li> <li>• Kursi</li> </ul>  | 4<br>2<br>2      | Staff                |
| 14. | Gudang                  | 1 | Menyimpan Propertis merchandising   | <i>Storage</i>   | 1                | Staff                |
| 15. | Dapur                   | 1 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mencuci dan memotong bahan makanan</li> <li>• Mengolah bahan makanan</li> <li>• Plating</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Kitchen set</i></li> <li>• <i>Sink</i></li> <li>• <i>Chair</i></li> <li>• <i>Dispenser</i></li> </ul>      | 1<br>1<br>1<br>1 | Staff                |
| 16. | Area istirahat karyawan | 1 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Duduk santai</li> <li>• Makan dan minum</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Round table</i></li> <li>• <i>Sofa 2 seat</i></li> <li>• <i>Sofa 1 set</i></li> <li>• Cradenz a</li> </ul> | 2<br>1<br>2<br>1 | Staff                |



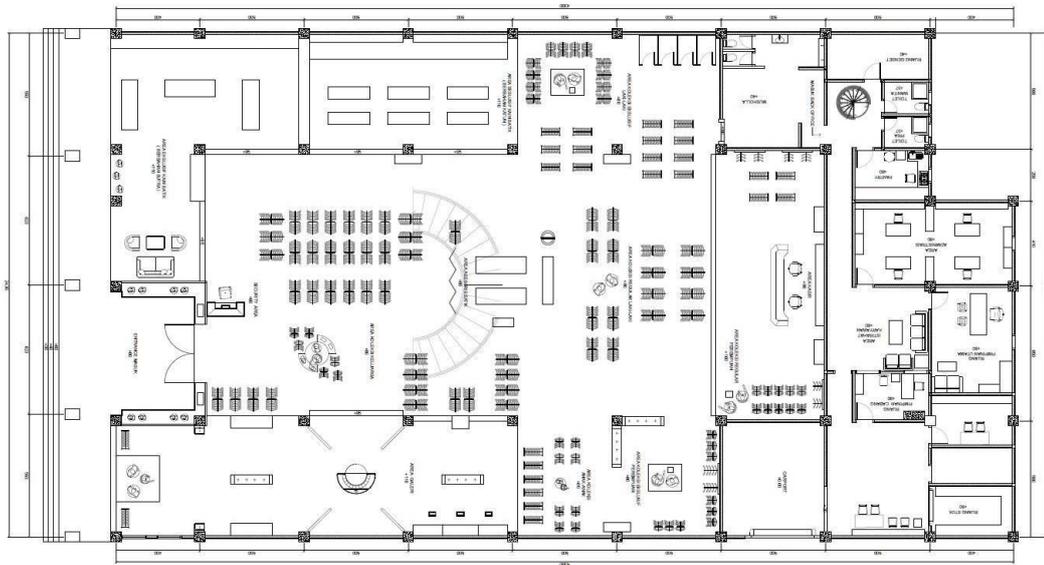
|     |                        |   |  |  |                       |                      |
|-----|------------------------|---|--|--|-----------------------|----------------------|
| 17. | Ruang administrasi     | 1 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Duduk</li> <li>• Menulis</li> <li>• Mengetik</li> <li>• Menyimpan arsip</li> <li>• Menerima telpon</li> <li>• Menyimpan berkas</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Storage</i></li> <li>• <i>Meja kerja</i></li> <li>• <i>Kursi kerja</i></li> </ul>                          | 1<br>3<br>3           | Staff                |
| 18. | Ruang pimpinan luar    | 1 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Duduk</li> <li>• Menulis</li> <li>• Menerima telpon</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Meja kerja</li> <li>• Kursi kerja</li> <li>• Sofa 2 seat</li> </ul>   | 1<br>3<br>1           | Branch manager luar  |
| 19. | Ruang pimpinan utama   | 1 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Duduk</li> <li>• Menulis</li> <li>• Menerima telpon</li> <li>• Mengawasi pekerjaan karyawan</li> <li>• Menerima tamu</li> </ul>           | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Meja kerja</li> <li>• Kursi kerja</li> <li>• Armchair</li> <li>• Sofa 2 seat</li> <li>• Side table</li> </ul> | 1<br>3<br>2<br>1<br>1 | Owner/branch manager |
| 20. | Area Galeri Interaktif | 1 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mengamati Objek</li> <li>• Menggunakan computer</li> <li>• Membaca</li> <li>• Duduk</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Rak Display</li> <li>• Kursi</li> <li>• Bench</li> <li>• Standing Display</li> </ul>                          | 5<br>5<br>1<br>1      | Pengeunjung          |



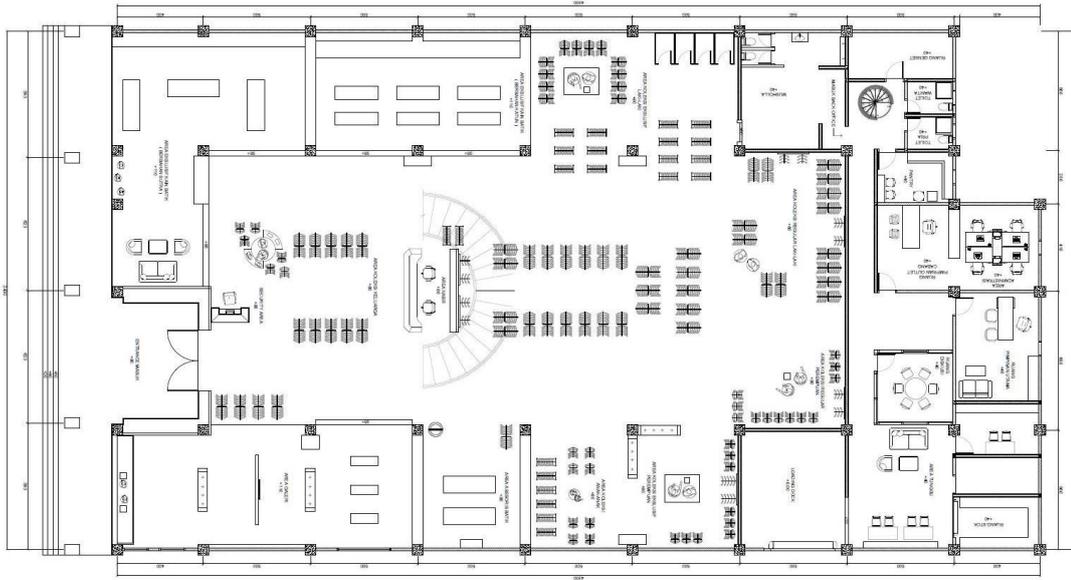
|     |               |   |  |  |                   |            |
|-----|---------------|---|--|--|-------------------|------------|
| 21. | Area Workshop | 1 | <ul style="list-style-type: none"><li>• Menggambar</li><li>• Duduk</li><li>• Membersihkan alat batik</li><li>• Menggantungkan kain</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>• Meja</li><li>• Alas bantal</li><li>• Sink</li><li>• Gawangan</li></ul> | 5<br>20<br>4<br>2 | Pengunjung |
|-----|---------------|---|--|--|-------------------|------------|

### 6.3.4 Alternatif Layout

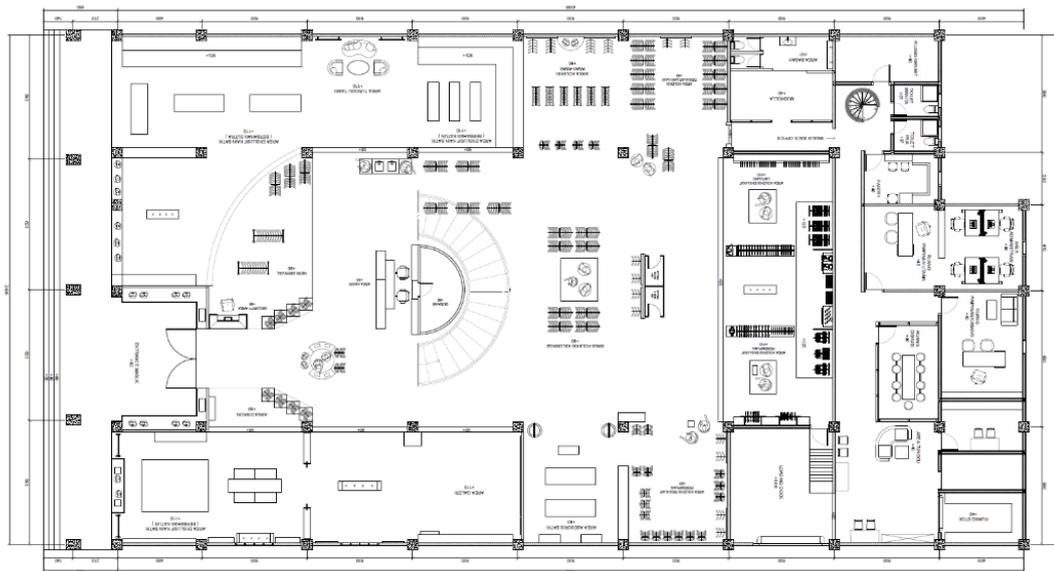
Alternatif layout merupakan proses untuk mencapai desain akhir yang sesuai dengan tujuan dan sesuai dengan konsep yang ingin dicapai. Beberapa alternative desain dibuat agar dapat menjadi bahan pertimbangan untuk mengoreksi kelebihan dan kekurangan dalam perencanaan.



Gambar 6.10 Alternatif Layout Keseluruhan 1



*Gambar 6.11 Alternatif Layout Keseluruhan 2*



*Gambar 4.1 Alternatif Layout Keseluruhan 3*

### 6.3.5 Weighted Method



| Objective                                  | Weight | Parameter   | Alternatif 1 |       |       | Alternatif 2 |       |       | Alternatif 3 |       |       |
|--|--------|---|--------------|-------|-------|--------------|-------|-------|--------------|-------|-------|
|  |        |   | Magnitude    | Score | Value | Magnitude    | Score | Value | Magnitude    | Score | Value |
| Alur sirkulasi dan ergonomi                | 0,31   | Ukuran dan jarak yang sesuai  | Kurang       | 5     | 1,55  | Baik         | 10    | 3,1   | Baik         | 9     | 2,79  |
| Kesesuaian Desain dengan Aktifitas         | 0,2    | Kesesuaian gaya desain dengan masing-masing area dan ruangan                                  | Cukup        | 6     | 1,2   | Cukup        | 7     | 1,4   | Baik         | 9     | 1,8   |
| Kesesuaian luasan ruangan dengan kebutuhan | 0,15   | Standart luasan sesuai dengan kebutuhan dan fasilitas   | Cukup        | 6     | 0,9   | Baik         | 9     | 1,35  | Cukup        | 8     | 1,2   |
| Bentukan layout ruang dan desain           | 0,34   | Visualisasi konsep yang memunculkan suasana khas solo dan brand image Danar Hadi pada ruangan | Baik         | 9     | 3,06  | Baik         | 9     | 3,06  | Baik         | 10    | 3,4   |
| OVERALL VALUE UTILITY                      |        |   | 6,71         |       |       | 8,91         |       |       | 9,19         |       |       |

Skala Score= 0-10      9-10= Baik      6-8= Cukup      0-5= Kurang

| Objective                                    | A | B | C | D | Hasil | Ranking | Mark | Bobot Relatif |
|--|---|---|---|---|-------|---------|------|---------------|
| A Alur sirkulasi dan ergonomi                | - | 0 | 1 | 1 | 2     | II      | 90   | 0,31          |
| B Kesesuaian Desain dengan Aktifitas         | 1 | - | 0 | 0 | 1     | III     | 60   | 0,20          |
| C Kesesuaian luasan ruangan dengan kebutuhan | 0 | 0 | - | 0 | 0     | IV      | 40   | 0,15          |
| D Bentukan layout ruang dan desain           | 1 | 1 | 1 | - | 3     | I       | 100  | 0,34          |
| OVERALL VALUE                                |   |   |   |   |       |         | 290  | 1,00          |

1= Lebih Penting      0= Tidak Penting      -= Tidak dapat dibandingkan      Skala mark = 10-100

Gambar 6.12 Weighted Method

### 6.3.6 Konsep Warna

Pengaplikasian warna pada elemen pembentuk interior menggunakan warna ungu dan gold yang diambil dari logo Danar Hadi dan warna khas batik parang rusak seperti coklat, abu-abu dan putih.



Gambar 6.13 Konsep Warna

### 6.3.7 Konsep Lantai

Ada beberapa material yang diaplikasikan pada lantai, yaitu:

#### A. Granit Tiles

Granit disenut juga *homogenous tile*. Penggunaan *granit tiles* ini bisa menciptakan kesan mewah dan elegan pada interior yang lebih modern.



Gambar 6.14 Granit tiles motif marble, Sumber : Pinterest

Material granit pada interior toko menggunakan motif yang cenderung renggang dan berwarna putih, menimbulkan kesan dingin dan luas ketika refleksi terkena cahaya.

#### B. Lantai Parket

Dengan pemakaian lantai dari bahan parket kesan pada unsur lokal dan natural akan tercipta. Kelebihan lantai parket akan membuat ruangan menjadi hangat meskipun pada musim dingin atau musim penghujan. Karena sifat dari kayu yang mampu menyimpan panas pada siang hari yang selanjutnya akan



digunakan untuk menghangatkan udara pada malam hari Lantai parket akan diaplikasikan pada area galeri dan area kain batik.



Gambar 6.15 Old hardwood flooring

### C. *Painted* Tegel

Merupakan lantai yang dibuat dari campuran semen dan pasir yang dihiasi dengan pewarnaan polos atau memiliki motif klasik dan tampil sangat unik. Warnanya cerah dapat menjadi aksentuasi. Dengan penambahan ragam hias motif batik menambah kesan etnik yang khas. *Painted* tegel akan diaplikasikan pada area diskon dan *new arrival*.



Gambar 6.16 *Painted* Tegel

### D. Karpet

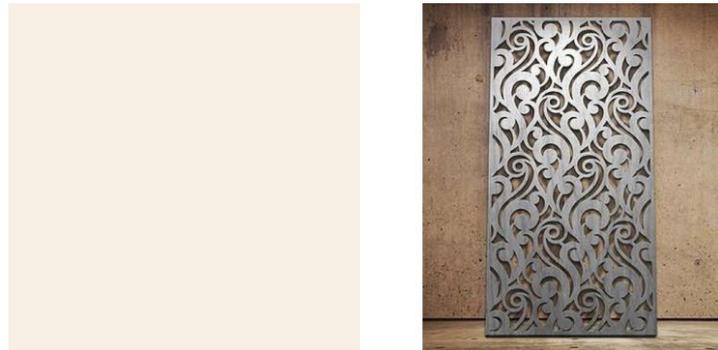
Lantai karpet akan memberikan rasa lembut, dan pengunjung dapat berjalan di ruangan berlantai karpet tanpa menggunakan alas kaki, karpet juga bersifat meredam suara sehingga dapat mengurangi tingkat kebisingan di dalam ruangan. Lantai karpet akan diaplikasikan pada ruang koleksi eksklusif pada area duduk pengunjung dan area galeri.



Gambar 6.17 Karpets, Sumber : Pinterest

### 6.3.8 Konsep Dinding

Beberapa spot dinding diaplikasikan penggunaan wall cutting motif batik untuk menambah nilai estetis. Finishing pada dinding menggunakan cat dinding yang didominasi dengan warna *cotton white* yang memberi kesan *clean* dan sebagai penetral ruangan kain batik.



Gambar 6.18 Wall painted dan wall panel cutting, Sumber: Pinterest

### 6.3.9 Konsep Plafon

Desain plafon pada Toko Batik Danar Hadi disesuaikan tiap ruangnya. Penggunaan *drop ceiling tiles* diaplikasikan pada area kasir dan entrance. Permainan rangka kayu serta penambahan *wood ceiling decorative* juga diaplikasikan pada area premium untuk memberi kesan lokal pada ruangan. Warna plafon didominasi warna *Bronze* dan *orchid white* untuk menambah kesan lapang dan elegan pada ruangan.



*Gambar 6.19 Drop ceiling tiles dan wood ceiling decorative, Sumber: Pinterest*

Plafon drop ceiling berbahan gypsum yang diolah secara pabrikasi. Agar tidak mudah terbakar, tidak mudah kapuk dan anti rayap. Penggunaan material gypsum juga dapat menghasilkan tampilan yang menarik dan elegan. Selain itu, pemasangannya juga menghasilkan plafon yang rata dan mulus dengan sambungan tiap plafon yang tidak nampak.



*Gambar 6.20 Material Gypsum, Sumber : Google Images*

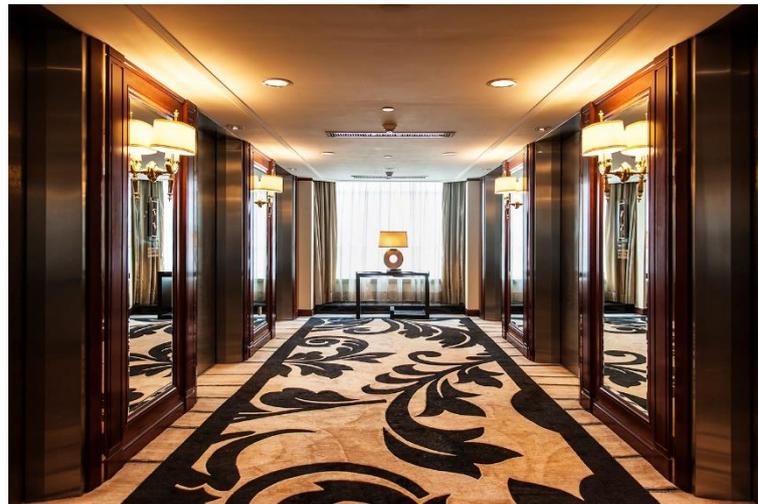
Pada wood ceiling decorative menggunakan material Kayu Merbau digunakan pada area tengah galeri karena memiliki karakteristik tekstur kayu yang keras dan stabil. Plafond dari bahan kayu merbau tidak menyerap panas sehingga membuat ruangan di bawahnya terasa sejuk.



Gambar 6.21 Material Kayu Merbau, Sumber : Google Images

### 6.3.10 Konsep Pencahayaan

Cahaya pada tertentu menggunakan lampu warna kekuning-kuningan (*warm white*) agar dapat memberikan kesan mewah dan hangat pada ruangan. Pada ruangan koleksi premium dan koleksi kain batik menggunakan *warm white* agar terkesan mewah.



Gambar 6.22 Warm Lighting, Sumber: Google Images

### 6.3.11 Konsep Furnitur

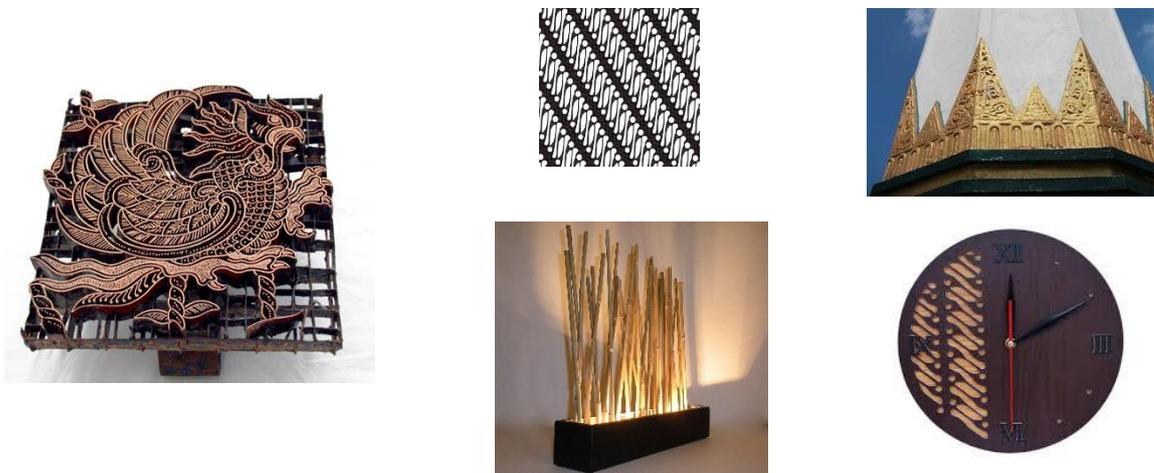
Bentuk Furnitur dominan mempunyai bentuk yang *simple* dan *clean* agar tidak terasa berat dan terlihat praktis yang mengarah ke gaya modern masa kini. Warna furnitur didominasi warna coklat, putih dan gold.



Gambar 6.23 Furnitur yang menampilkan kesan modern, Sumber : Google Images

### 6.3.12 Konsep Elemen estetis

Hiasan pada ruangan merupakan pengembangan dari motif batik parang rusak. Terinspirasi dari batik stamp yang kemudian dijadikan elemen estetis pada beberapa dinding di area koleksi premium. Pada area galeri dan kain batik terdapat elemen dekorasi yang diadaptasi dari ragam bentuk icon Surabaya yaitu patung sura dan baya, Tugu Pahlawan serta Bambu runcing.



Gambar 6.24 Elemen Estetis, Sumber: Google Images

### 6.3.13 Konsep Display

Konsep display pada area toko batik mayoritas menggunakan *floor display* dimana cara display dengan menggunakan lantai sebagai dasar, tanpa terikat suatu rak tertentu. Sehingga pengunjung bebas memilih produk dan melihat secara langsung tanpa ada batasan.



Gambar 6.25 floor display, Sumber : Google Images

Pada area tertentu seperti area kain menggunakan meja sebagai display produk sehingga membuat variasi kain terasa lebih banyak, penggunaan rak-rak penyimpanan pada meja membuat kain lebih awet dan tidak mudah kotor namun tetap bisa terlihat motifnya dengan kondisi yang terbuka.



Gambar 6.26 Table display, Sumber : Google Images

Untuk menambah kesan lokal di area kain batik menggunakan penataan produk dengan cara digantung atau di sebut *hanging display* dimana display kain batik yang digantung memberi kesan lokal dan kental dengan kebiasaan menjemur pakaian.

Penggunaan display di area dinding juga dimungkinkan karena akan berfungsi sebagai media penyimpanan sekaligus media penjualan pada area kain batik berbahan katun. Kain yang dipajang di area dinding memberi kesan luas saat akan melihat karena jarak pandang yang lebih nyaman. *Wall display* juga digunakan untuk mengarahkan arus pengunjung untuk melihat-lihat kain batik yang bermacam-macam. Penggunaan *wall display* cenderung lebih praktis sehingga ruangan terlihat lebih rapi.



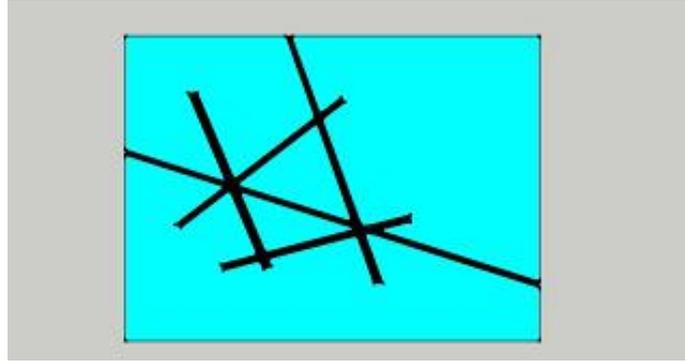
Gambar 6.27 wall display, Sumber : Google Images



Gambar 6.28 hanging display, Sumber : Google Images

#### 6.3.14 Konsep Sirkulasi

Konsep sirkulasi pada area toko menggunakan pola sirkulasi campuran dimana merupakan kombinasi dari sirkulasi linear dan radial pada beberapa area ruangan. Alur sirkulasi pada Toko Batik Dinar Hadi Surabaya ini mengarahkan alur konsumen dari pintu masuk yang berpola *linear* dengan area diskon dan *new arrival* untuk menarik minat kunjung pertama dengan meletakkan produk-produk promo berada di depan dekat area kasir dan entrance. Kemudian konsumen dari pola linear yang memiliki pola jalan berkembang menuju area koleksi regular dan premium yang diarahkan menggunakan pola radial sehingga pengunjung bebas menentukan kemana mereka mau melihat produk batik.



Gambar 6.29 Pola Sirkulasi Campuran, Sumber : Google Images

### 6.3.15 Konsep Layout

Penataan *layout* toko yang digunakan adalah *Group Plan* karena penataan *layout* mengikuti jenis produk yang akan dipakai oleh pengguna seperti pengelompokan area anak-anak, wanita, pria dan beberapa area asesoris dan kain. Bentuk konvensional tata letak berdasarkan jenis produk untuk menciptakan ruang yang lebih spesifik.

Penataan *layout* seperti ini sesuai digunakan untuk semua jenis produk pada toko. Penataan dengan memanfaatkan dinding serta display yang berada di tengah (*product display*) untuk menciptakan sebuah “ruang”. “Ruang” tersebut digunakan untuk area sirkulasi pengunjung dan mengarahkan pengunjung untuk berjalan ke bagian belakang toko.

Peletakan kasir yang strategis yaitu berada di tengah ruangan dekat dengan area gudang (konter penyimpanan) dan area pintu masuk. Area servis biasanya dirancang untuk efisiensi maksimum, aksesibilitas, dan penempatan peralatan yang optimal, sehingga area kasir dan area stok barang terletak di bagian tengah toko. Penempatan area penyimpanan barang di bagian belakang area kasir menghilangkan kontak mata pengunjung secara langsung dan menempatkan area kasir di lokasi yang lebih mudah dalam aksesibilitas dengan area penyimpanan barang.

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa penataan interior di Toko Batik Dinar Hadi adalah *group plan*. Peletakan kasir yang berada dekat dengan area gudang (penyimpanan) di tengah ruangan. Pengunjung juga diarahkan agar dapat melihat ke semua koleksi yang ada. Contohnya, dengan memberikan sirkulasi yang lebih luas sehingga pengunjung tergerak ke arah yang ditentukan. Sirkulasi untuk jalan keluar cenderung lebih sempit daripada jalan masuk. Selain itu, penataan *product display* dan karpet juga membantu mengarahkan pengunjung ke arah yang tepat.



### 6.3.16 Konsep Brand Image

Berdasarkan konsep *brand image*, desain interior Toko Batik Dinar Hadi mengarah pada penataan *layout* dan *material* yang sesuai dengan kualitas produk yang dijual yaitu eksklusif dan berkualitas tinggi. Dalam Hal ini tolak ukur Toko Batik Dinar Hadi dapat dilakukan melalui tiga aspek ketentuan utama merek yaitu *brand awareness* (kesadaran merek), *brand strength* (kekuatan merek), *brand identity* (identitas merek)

Ketiga aspek tersebut dapat diwujudkan melalui elemen interior seperti *Brand Awareness* yang mengarah pada penataan *layout* dan *display*. Pada *Brand Identity* yang mengarah pada material dan warna yang memberikan kesan eksklusif dan elegan. Adapun *brand strength* diwujudkan melalui gaya desain interior yang lebih modern dan mengikuti perkembangan zaman.

Berdasarkan beberapa aspek diatas Toko Batik Dinar Hadi menggunakan konsep *brand image* untuk memberikan kenyamanan kepada pengunjung. Kenyamanan diwujudkan melalui penataan display yang menggunakan dimensi yang sesuai dengan level mata, penataan product display dan karpet yang membantu mengarahkan pengunjung ke arah yang tepat hingga memutar seluruh bagian toko dan melihat ke semua koleksi yang ada, serta sirkulasi yang cukup luas. Sehingga pengunjung mendapat kenyamanan dalam melihat barang dagangan.

Kemudian, hal berikutnya yang akan dianalisis adalah warna dan material yang digunakan pada interior Toko Batik Dinar Hadi Surabaya. Warna-warna yang digunakan adalah ungu dan emas yang didapat dari logo Batik Dinar Hadi sendiri serta perpaduan warna-warna netral seperti abu-abu dan putih sebagai elemen penyusun interior pada lantai, dinding dan plafon.

Berdasarkan pernyataan di atas, bahwa warna-warna yang digunakan pada Toko Batik Dinar Hadi Surabaya adalah warna-warna netral dan warna dari logo danar hadi sebagai aksentuasi. Warna-warna netral adalah warna-warna yang cocok untuk produk batik karena produk batik yang cenderung berwarna dan bervariasi sehingga produk lebih terfokuskan. Selain itu, warna-warna netral juga memberikan kesan elegan, eksklusif dan luas, mampu memancarkan emosi serta canggih (update). Putih juga bisa berarti dingin tetapi dapat dikombinasikan dengan setiap warna sehingga membentuk keseimbangan yang menarik. Warna abu-abu sendiri memberikan suasana elegan dan canggih.

Brand image pada interior toko danar hadi sendiri memiliki ciri khas khusus yang terletak di setiap elemen interior sebagai penanda berupa motif batik parang rusak dan



bentukan yang dinamis. Hal ini menjelaskan bahwa image khusus tersebut hanya ada di toko batik danar hadi saja dan sudah menjadi hak paten pada interior tersebut

### **6.3.17 Konsep Local Wisdom**

Penerapan konsep *Local Wisdom* pada interior akan diterapkan melalui suasana dan dekorasi ruangan. Bentuk objek yang dinamis akan memberikan kesan yang luwes dan fleksibel. Dimana pada konsep *local wisdom* penulis mengadaptasi dari Ikon wisata yang ada di Surabaya dan motif batik parang rusak yang mempunyai karakteristik yang sama dengan bentukan-bentukan yang dinamis.

Konsep *local wisdom* mengadaptasi dari *landmark* kota Surabaya yaitu patung sura dan baya, serta ikon-ikon wisata di Surabaya seperti tugu pahlawan dan bambu runcing. Pada interior sendiri, *local wisdom* diterapkan melalui penerapan yang berwujud maupun tidak berwujud dalam bentuk transformasi dan filosofi bentuk.

Transformasi budaya pada bentukan tugu pahlawan akan diaplikasikan di bagian kolom interior berupa penempatan warna pada bagian bawah kolom yang dominan warna kontras dan bagian atas kolom menggunakan warna netral melambungkan kekokohan seperti yang dimiliki monumen tugu pahlawan, serta bambu runcing sebagai ornament penyusun pada bagian dinding untuk menambah kesan artistik. Bentuk lengkungan pada area plafond an furniture menimbulkan kesan dinamis sebagai penggambaran bahwa Surabaya adalah kota maritim dan mudah untuk beradaptasi.



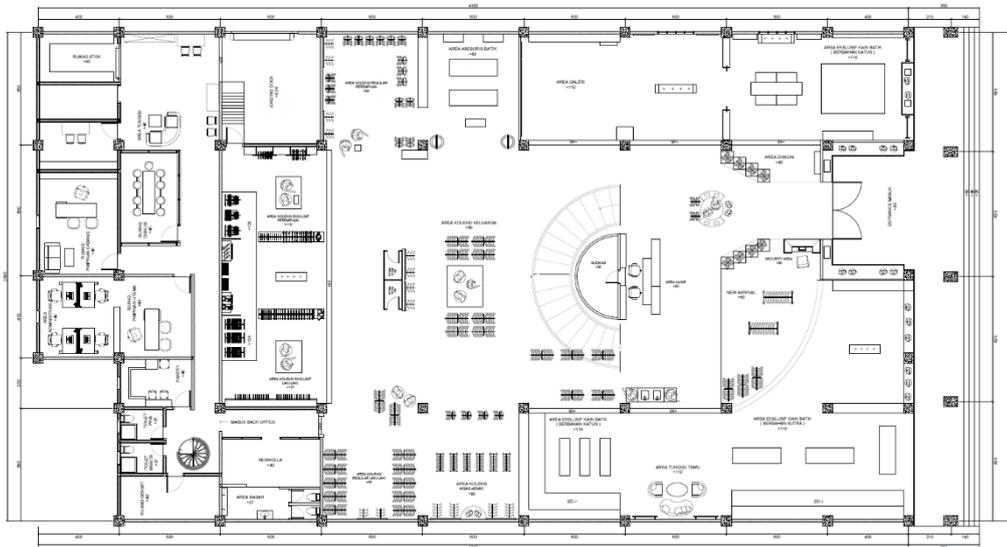
*[Halaman ini sengaja dikosongkan]*

## BAB V

### HASIL DESAIN

Desain akhir merupakan pengembangan desain dari beberapa alternatif yang telah mengalami perubahan dan pengembangan dari layout terpilih yang sesuai dengan konsep. Dalam layout perancangan Toko Batik Danar Hadi dipilih 3 area terpilih sebagai obyek desain, diantaranya area kasir dan new arrival, area galeri dan batik printing, serta area koleksi pakaian premium.

#### 7.1 Layout Denah Terpilih



Gambar 7.1 Layout Denah Terpilih

Pada layout denah alternatif terpilih, terdapat beberapa perubahan zoning dan layout. Pada alternative terpilih ini area kasir berada di tengah area outlet untuk memudahkan akses pengunjung ke berbagai area. Dengan space yang cukup luas pada area di depan kasir membuat sirkulasi pengunjung lebih optimal. Pada area pintu masuk pengunjung akan melihat beberapa produk display yang menjadi point of interest dimana pada area tersebut merupakan bagian area diskon sehingga peletakkannya di letakkan pada awal ketika pengunjung masuk dari entrance. Area galeri menjadi satu dengan area eksklusif kain batik berbahan katun, penempatan 1 area ini guna menstimulasi pengujung, selain sebagai fasilitas penunjang, area galeri juga berfungsi sebagai transisi menuju area kain batik berbahan katun yang berada di depan dekat dengan kaca display untuk memajang beberapa produk kain batik tersebut. Untuk area produk retail Danar Hadi dibagi



berdasarkan kualitas dan pengguna yang memakanya seperti, area koleksi keluarga, area koleksi regular pria dan wanita, area koleksi anak-anak, area koleksi eksklusif pria dan wanita, serta area diskon dan area new arrival.

## 7.2 Area Terpilih 1 (Area Kasir dan New Arrival)

Area Kasir dan *New Arrival* merupakan area yang berfungsi sebagai area pertama kali pengunjung masuk setelah pintu *entrance*, dimana pada area sekitar kasir terdapat area diskon dan area *new arrival* untuk menarik minat pengunjung melalui produk baru dan harga yang terjangkau. Sebagai area yang sering di lewati oleh pengunjung maka area dibuat dengan se menarik mungkin melalui *brand identity* dan arhadi yaitu melalui warna dan bentuk furniture. Pada layout masuk area entrance menggambarkan posisi lantai seperti area jalan pada *catwalk* saat *fashion show* serta pengaplikasian motif batik parang dan komposisi susunan batik parang yang disusun secara diagonal digunakan pada penataan display furniture.



Gambar 7.2 Layout Area Terpilih 1 ( Area Kasir dan new arrival )



*Gambar 7.3 View 1 Area Kasir dan New Arrival*



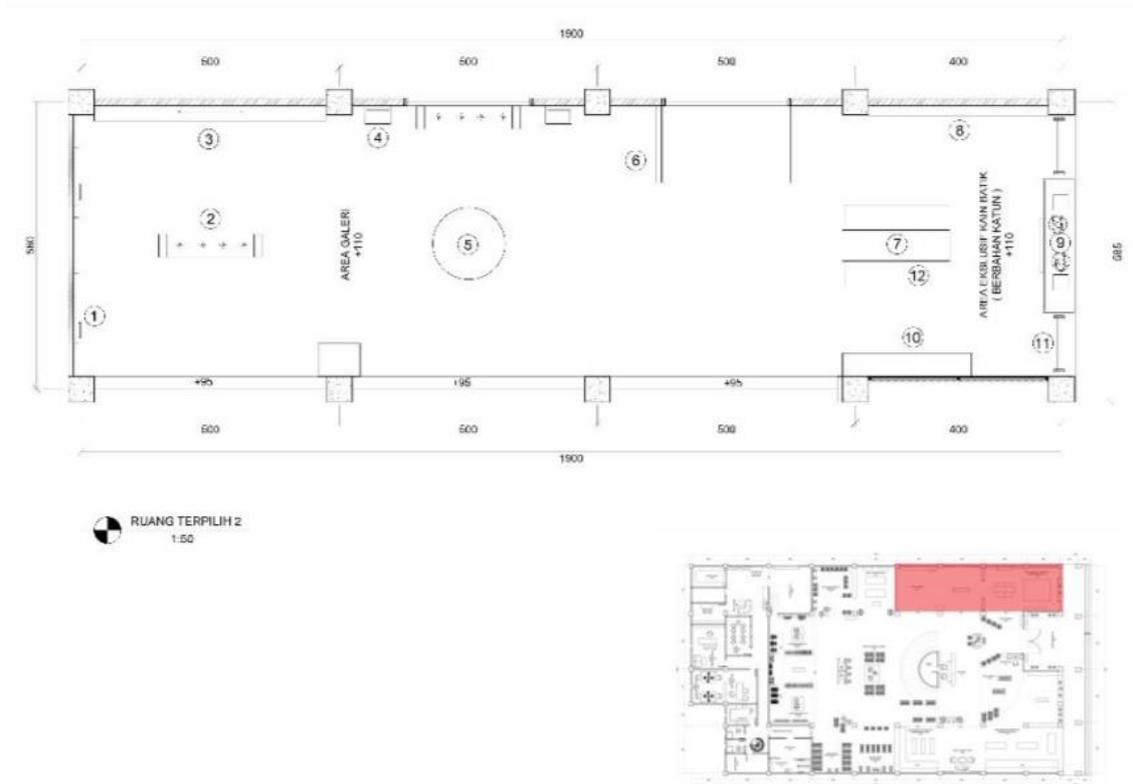
*Gambar 7.4 View 2 Area Kasir dan New Arrival*



*Gambar 7.5 View 3 Area Kasir dan New Arrival*

### **7.3 Area terpilih 2 (Area Galeri dan Koleksi Batik Printing )**

Area galeri pada Toko Batik Danar Hadi merupakan fasilitas penunjang yang diberikan untuk pengunjung jika pengunjung merasa lelah ketika berbelanja serta sebagai media Brand Awareness. pada area ini terdapat fasilitas untuk duduk dan melihat berbagai informasi mengenai batik yang disajikan melalui berbagai media seperti teks, gambar dan video animasi. Sehingga penyampaian informasi tidak terkesan monoton. Pada area koleksi batik printing sendiri mempunyai konsep wall display agar penempatan produk kain lebih rapih dan mudah terlihat oleh beberapa pengunjung.



Gambar 7.6 Layout Area Terpilih 2 ( Area Galeri dan Koleksi Batik Printing )



Gambar 7.7 View 1 Area Terpilih 2 ( Area Galeri dan Koleksi Kain batik Printing )



*Gambar 7.8 View 2 Area Terpilih 2 ( Area Galeri dan Koleksi Kain batik Printing )*

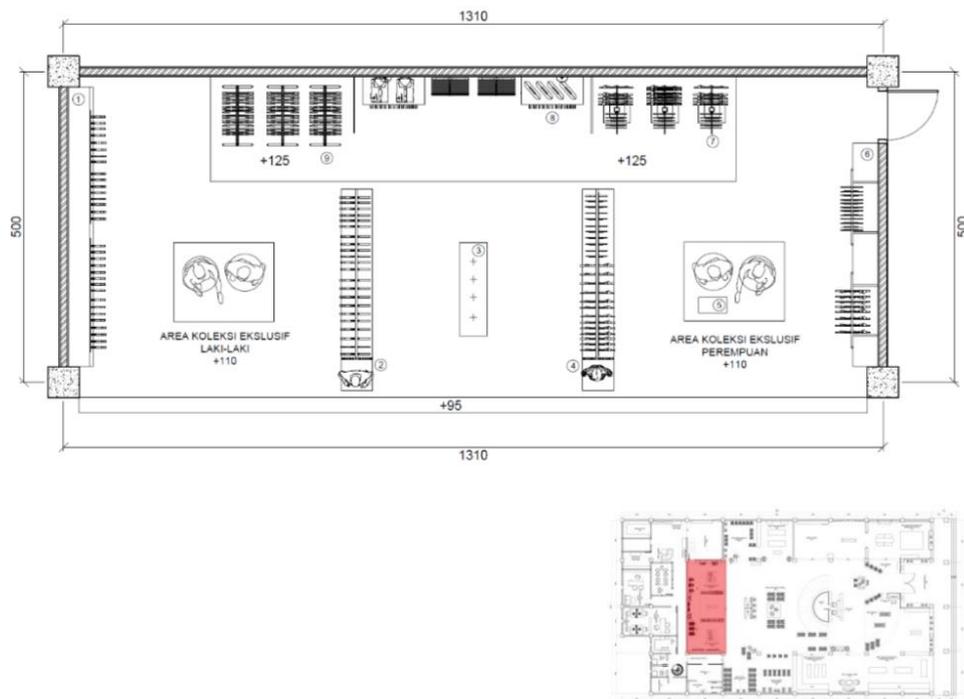


*Gambar 7.9 View 3 Area Terpilih 2 ( Area Galeri dan Koleksi Kain batik Printing )*



#### 7.4 Area terpilih 3 (Area Koleksi Premium Pria dan Wanita)

Area Koleksi premium dikhususkan untuk menjual koleksi pakaian batik dengan kualitas bahan yang tinggi serta motif khusus yang biasa dikenakan oleh kalangan atas dan hanya dijual terbatas pada waktu-waktu tertentu. Penyajian layout pada area ini dibagi menjadi berdasarkan koleksi pria dan wanita sendiri untuk memudahkan dalam memilih produk secara leluasa, dengan peletakan furniture pada bagian dinding membuat produk lebih praktis dan ruangan menjadi lebih luas. Pada area ini menggunakan kenaikan leveling untuk menciptakan kesan eksklusif pada ruangan.



Gambar 7.10 Layout Area Terpilih 3 ( Area Koleksi Premium Prida dan Wanita )



*Gambar 7.11 View 1 Area Terpilih 3 ( Area Koleksi Premium Pria dan Wanita )*



*Gambar 7.12 View 2 Area Terpilih 3 ( Area Koleksi Premium Pria dan Wanita )*



*Gambar 7.13 View 3 Area Terpilih 3 ( Area Koleksi Premium Pria dan Wanita )*



*[Halaman ini sengaja dikosongkan]*



## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **8.1 Kesimpulan**

Berdasarkan kajian-kajian yang telah dilakukan, dalam tugas akhir desain interior toko batik danar hadi Surabaya dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Toko Batik Danar Hadi Surabaya merupakan satu-satunya cabang Danar Hadi yang menempati lokasi strategis di pusat kota Surabaya yang di sekelilingnya merupakan perkantoran, rumah makan dan rumah sakit.
2. Sebagai upaya mempertahankan eksistensi Danar Hadi di Surabaya dan menarik lebih banyak minat pengunjung berupa mendesain interior toko batik danar hadi di Surabaya dengan konsep perwujudan brand image serta mengangkat potensi *local wisdom*
3. Menampilkan interior yang eksklusif, elegan dan nyaman dari segi warna, material maupun dekorasi dengan tetap memperlihatkan kearifan lokal di surabaya sebagai elemen pendukung untuk menyesuaikan demografi masyarakat yang menjadi konsumen.

#### **8.2 Saran**

Dalam proses merancang Tugas Akhir ini, penulis memiliki beberapa saran dalam merancang. Saran saran tersebut diantaranya:

1. Perlunya suatu aspek untuk pengembangan dan pelestarian produk batik dalam membentuk karakter suatu *brand*.
2. Penyelarasan antara era dan budaya sebagai salah satu sarana dalam mengolah dan mempertahankan produk dari kebudayaan asing yang masuk.



*[Halaman ini sengaja dikosongkan]*



## DAFTAR PUSTAKA

- [22] A. Gery, Dasar-Dasar Pemasaran Edisi Kesembilan Jilid 1, Jakarta: Alexander Sindro, 2007.
- [6] A. S. Abdul, Buku Panduan Mengenal Dan Membuat Batik, Yogyakarta: Harmoni, 2010.
- [38] A. Wahyudi, Pesona Kearifan Jawa, Yogyakarta: Dipta, 2014.
- [25] Andreassen, Customer Loyalty and Complex Services: The Impact of Corporate Image on Quality, Customer Satisfaction and Loyalty for Customers With Varying Degrees of Service Expertise, International Journal of Service Industry Management, 1999.
- [29] Arnould, Consumers, McGraw-Hill, 2005.
- [24] C. Bill, Sukatendel, 1999.
- [20] Daryanto, Media Pembelajaran Peranannya Sangat Penting Dalam Mencapai Tujuan Pembelajaran, Yogyakarta: Gaya Media, 2010.
- [5] E. Kurniadi, Seni Kerajinan Batik, Surakarta: Sebelas Maret University Press, 1996.
- [33] Fajarini, Peranan Kearifan Lokal Dalam Pendidikan Karakter, Jakarta, 2014.
- [32] G. W. dan, Pendidikan Karakter Berbasis Kearifan Lokal Di Sekolah: Konsep, Strategi dan Implementasi, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2015.
- [27] Gronroos, Perilaku konsumen & komunikasi pemasaran (edisi ke-3), Bandung: Remaja Rosdakarya, 2001.
- [28] Gronroos, Perilaku konsumen & komunikasi pemasaran (edisi ke-3), Bandung: Remaja Rosdakarya, 2001.
- [37] Haryanto, "Kontribusi Ungkapan Tradisional Dalam Membangun Kerukunan Beragama" Walisongo, Vol.2, 2014.
- [39] Haryanto, "Kontribusi Ungkapan Tradisional Dalam Membangun Kerukunan Beragama" Walisongo, Vol.1, 2013.



- [30] Hawkins, Consumer Behavior: Building Marketing Strategy. 8th Edition, Boston: Mc Graw Hill, 2000.
- [35] Istiawati, Pendidikan Karakter Berbasis Nilai-Nilai Kearifan Lokal Adat Ammatoa dalam Menumbuhkan Karakter Konservasi. Cendikia, 2016.
- [26] J. B. and, Kahle&Kim, 2006.
- [40] J. Sutarso, Menggagas pariwisata berbasis Budaya dan Kearifan Lokal. Menggagas Pencitraan Berbasis Kearifan Lokal, 2012.
- [31] Kasali, Manajemen Public Relations, Jakarta: Grafiti, 2003.
- [13] Leolita, Pengaruh Tingkat Profitabilitas, Tingkat Solvabilitas, Tingkat Likuiditas, Ukuran Perusahaan (Faktor Internal) dan Ukuran Kantor Akuntan Publik (Faktor Eksternal) Terhadap Audit Delay dan Timeliness, Universitas Widyatama Bandung, 2012.
- [9] Levy, Retailing Management, New York: America: Mcgraw-Hill/Irwin, 2009.
- [34] M. Alfian, Potensi Kearifan lokal dalam Pembentukan Jati Diri dan Karakter Bangsa, 2013.
- [14] M. Patel, Factors Associated with Consumption of Diabetic Diet Among Type 2 Diabetic Subjects from Ahmedabad Western India. Journal of US National Library of Medicine National Institutes of Health, 2012.
- [16] M. Susanto, Diksi Rupa, Yogyakarta: Kanisius, 2002.
- [18] Prabu, "Sistem dan Standar Pencahayaan Ruang," 6 Januari 2009. [Online]. Available: <http://putraprabu.wordpress.com/2009/01/06/sistem-dan-standar-pencahayaan-ruang>. [Accessed Juli 2019].
- [36] Ratna, Teori, Metode, dan Teknik Penelitian Sastra dari Strukturalisme Hingga Postrukturalisme Perspektif Wacana Naratif, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2001.
- [12] Ray, Human Resource Management, Gaining Competitive Advantage 3rd Edition, McGraw-Hill, 2010.
- [15] Ray, Human Resource Management, Gaining Competitive Advantage 3rd Edition, 2010, McGraw-Hill.



- [8] Reardon, . Berdegué, The Rapid Rise of Supermarkets in Latin America: Challenges and Opportunities for Development, Development Policy Review, 2006.
- [7] Riyanto, Proses Batik: Batik Tulis- Batik Cap- Batik Printing, Solo: CV Aneka, 1995.
- [21] Rusman, Model-model Pembelajaran: Mengembangkan Profesionalisme Guru, Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2012.
- [11] S. A. ST, Paradigma Baru Dalam Manajemen Ritel Modern, Yogyakarta: Graha Ilmu Assael, 2005.
- [2] S. Endik, Seni Membatik, Jakarta: PT Safir Alam, 1986.
- [1] S. Teguh, Seni Lukis Batik Indonesia, Jakarta: Erlangga, 1998.
- [23] Seitel, The Practice of Public relations 10th edition, New Jersey: Oearson Education Prentice Hall, 1999.
- [4] Soemarjadi, Pendidikan Keterampilan, Malang: Universitas Negeri Malang, 2001.
- [19] Suma'mur, Hiegiene Perusahaan dan Keselamatan Kerja, Jakarta: CV Sagung Seto, 2009.
- [17] T. Darmawan, Galeri dan Seni Budaya Kota, 1994.
- [10] Tirmizi, An Empirical Study of Consumer Impulse Buying Behaviour in Local Mar-kets. European Journal of Scientific Research, 2009.
- [3] Widodo, Batik Seni Tradisional, Jakarta: Penebar Swadaya, 1983.
- [41] <http://www.dewisundari.com/motif-batik-dan-maknanya-kenali-budaya-jawa/>
- [42] <http://www.pengertianmenurutparaahli.net/pengertian-interaktif/>
- [43] <https://sikil-rayapen.blogspot.com/2014/09/macam-macam-lampu-listrik-dan-armatur.html>
- [44] <https://www.homify.co.id/photo/2136143/wood-ceiling-decorative>
- [45] <http://ahlu designers.blogspot.com/2012/08/arsitektur-neo-vernakular-a.html>
- [46] <http://www.ilmu-ekonomi-id.com/2016/12/sistem-display-produk-tujuan-dan-10-jenis-display-produk.html>



[47] <http://www.danarhadibatik.com>



## BIODATA PENULIS



Muhammad Rizal Avib atau lebih akrab dipanggil Rizal, lahir di Sidoarjo, 03 Maret 1997. Merupakan anak terakhir dari dua bersaudara. Penulis pernah menempuh pendidikan formal mulai dari TK Muslimat NU, MIDU Tambak Rejo, MTs. TANADA, SMKN 2 Buduran jurusan Multimedia. Setelah lulus SMK tahun 2015, penulis memantapkan pilihan untuk melanjutkan pendidikan ke jenjang berikutnya. Institut Teknologi Sepuluh Nopember Surabaya menjadi perguruan tinggi pilihan yang diambil melalui jalur SBMPTN. Meskipun kemampuan menghitung yang dimiliki penulis belum terlalu sempurna, namun dengan penuh semangat dan keyakinan untuk belajar, maka penulis diterima pada Jurusan Desain Interior dan mendapat NRP 0841154000039.

Pada semester terakhir perkuliahan, penulis kemudian ingin mengabdikan ilmunya kepada dunia batik , yakni sebuah Toko Batik. Dipilihlah Toko Batik Danar Hadi Surabaya sebagai objek kajian perancangan tugas akhir. Konsep desain yang akan dibawakan, penulis memilih Konsep *Brand Image* dan *Local Wisdom* yang mengutamakan citra dan merk perusahaan pada sebuah Desain Interior. Hal ini sebagai tuntutan persaingan dan perkembangan retail, sehingga dilakukannya pembenahan dan pembaharuan dalam segi infrastruktur yang memadai seperti desain interior demi mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan. Dan pada akhirnya penulis memilih judul **“Redesain Interior Toko Batik Danar Hadi melalui perwujudan *Brand Image* serta mengangkat potensi *Local Wisdom*”** dengan harapan dapat memberikan referensi dalam penataan interior toko batik di Indonesia dan membawa manfaat baik bagi pengunjung toko sendiri maupun bagi pemilik toko batik.



## LAMPIRAN

### RAB ( Rencana Anggaran Biaya )

| RENCANA ANGGARAN DAN BIAYA (RAB)           |   |       |        |               |           |                    |
|--|---|-------|--------|---------------|-----------|--------------------|
| PEKERJAAN: AREA KASIR & NEW ARRIVAL        |   |       |        |               |           |                    |
| LOKASI: TOKO BATIK DANAR HADI SURABAYA     |   |       |        |               |           |                    |
| NO   | ITEM PEKERJAAN  | KOEF  | SATUAN | HARGA SATUAN  | HARGA     |                    |
| <b>A PEKERJAAN LANTAI</b>                  |   |       |        |               |           |                    |
| 1  | Pemasangan Lantai Granit                                    | 147   | m2     | Rp 824,980    | Rp        | 121,272,060        |
| 2  | Pemasangan Lantai Keramik 60 x 60                           | 22    | m2     | Rp 282,028    | Rp        | 6,204,616          |
| 3  | Pemasangan Lantai Tegel                                     | 38.18 | m2     | Rp 302074     | Rp        | 11,533,185         |
|  |   |       |        | <b>Jumlah</b> | <b>Rp</b> | <b>139,009,861</b> |
| <b>B PEKERJAAN DINDING</b>                 |   |       |        |               |           |                    |
| 1  | Pengecatan Dinding Dalam Baru                               | 70    | m2     | Rp 35,753     | Rp        | 2,502,710          |
| 2  | Pemasangan <i>Wall Paper</i>                                | 14    | m2     | Rp 400,900    | Rp        | 5,612,600          |
| 3  | Pemasangan Plat Besi  | 72    | m2     | Rp 236,050    | Rp        | 16,995,600         |
|  |   |       |        | <b>Jumlah</b> | <b>Rp</b> | <b>25,110,910</b>  |
| <b>C PEKERJAAN PLAFON</b>                  |   |       |        |               |           |                    |
| 1  | Pemasangan Plafon Kalsiboard Rangka Plafon Metal Furing     | 168   | m2     | Rp 355,668    | Rp        | 59,752,224         |
| 2  | Pemasangan Plafon Gypsum 9 mm                               | 168   | m2     | Rp 53,500     | Rp        | 8,988,000          |
| 3  | Pengecatan Plafon   | 168   | m2     | Rp 46,467     | Rp        | 7,806,456          |
|  |   |       |        | <b>Jumlah</b> | <b>Rp</b> | <b>76,546,680</b>  |
| <b>D PEKERJAAN KUSEN, PINTU, JENDELA</b>   |   |       |        |               |           |                    |
| 1  | Pemasangan Kaca Mati Tebal 5 mm                             | 39    | m2     | Rp 241,110    | Rp        | 9,403,290          |
| 3  | Pembuatan Daun Pintu Multiplek Finishing HPL Kombinasi Kaca | 2     | buah   | Rp 1,977,166  | Rp        | 3,954,332          |
| 4  | Pemasangan Handle Pintu Tarik Besar                         | 2     | buah   | Rp 513,211    | Rp        | 1,026,422          |
| 5  | Pemasangan Engsel Pintu                                     | 4     | buah   | Rp 75,115     | Rp        | 300,460            |
| 6  | Pemasangan Grendel Tanam                                    | 2     | buah   | Rp 156,500    | Rp        | 313,000            |
| 7  | Pemasangan Kunci Tanam 2x Putar                             | 2     | pasang | Rp 416,750    | Rp        | 833,500            |
|  |   |       |        | <b>Jumlah</b> | <b>Rp</b> | <b>15,831,004</b>  |
| <b>E PEKERJAAN KELISTRIKAN</b>             |   |       |        |               |           |                    |
| 1  | Pengerjaan Titik Stop Kontak                                | 2     | titik  | Rp 207,455    | Rp        | 414,910            |
| 2  | Pemasangan Titik Lampu Gedung                               | 16    | titik  | Rp 513,800    | Rp        | 8,220,800          |
| 3  | Pemasangan Saklar Tunggal                                   | 1     | buah   | Rp 74,555     | Rp        | 74,555             |
| 4  | Pemasangan Saklar Ganda                                     | 1     | buah   | Rp 91,555     | Rp        | 91,555             |
|  |   |       |        | <b>Jumlah</b> | <b>Rp</b> | <b>8,801,820</b>   |
| <b>F PEKERJAAN FINISHING DAN MEUBELAIR</b> |   |       |        |               |           |                    |
| 1  | <i>Customized Round Display</i>                             | 1     | unit   | Rp 1,066,700  | Rp        | 1,066,700          |
| 2  | <i>Customized Hanging Display</i>                           | 6     | unit   | Rp 970,500    | Rp        | 5,823,000          |
| 3  | <i>Customized Standing Display</i>                          | 17    | unit   | Rp 2,284,200  | Rp        | 38,831,400         |
| 4  | <i>Customized Cashier Backdrop</i>                          | 1     | unit   | Rp 11,215,000 | Rp        | 11,215,000         |
|  |   |       |        | <b>Jumlah</b> | <b>Rp</b> | <b>56,936,100</b>  |
| <b>TOTAL</b>                               |   |       |        |               | <b>Rp</b> | <b>322,236,375</b> |
| <b>PPN (10%)</b>                           |   |       |        |               | <b>Rp</b> | <b>32,223,638</b>  |
| <b>JUMLAH</b>                              |   |       |        |               | <b>Rp</b> | <b>354,460,013</b> |



| ANALISIS SATUAN PEKERJAAN           |   |        |           |                                      |           |                |
|-------------------------------------|---|--------|-----------|--------------------------------------|-----------|----------------|
| PEKERJAAN: AREA KASIR & NEW ARRIVAL |   |        |           |                                      |           |                |
| LOKASI: TOKO DANAR HADI SURABAYA    |   |        |           |                                      |           |                |
| NO                                  | URAIAN PEKERJAAN                                      | KOEF   | SATUAN    | HARGA SATUAN                         | HARGA     |                |
| <b>A PEKERJAAN LANTAI</b>           |   |        |           |                                      |           |                |
| <b>1</b>                            | <b>Pekerjaan Pemasangan Lantai Granite</b>            |        | <b>m2</b> |                                      |           |                |
|                                     | <b>Upah</b>   |        |           |                                      |           |                |
|                                     | Mandor/ Kepala Tukang                                 | 0.006  | OH        | Rp 180,000                           | Rp        | 1,080          |
|                                     | Mandor/ Kepala Tukang                                 | 0.012  | OH        | Rp 180,000                           | Rp        | 2,160          |
|                                     | Tukang  | 0.12   | OH        | Rp 165,000                           | Rp        | 19,800         |
|                                     | Pembantu Tukang                                       | 0.12   | OH        | Rp 155,000                           | Rp        | 18,600         |
|                                     |   |        |           | <b>Jumlah</b>                        | <b>Rp</b> | <b>41,640</b>  |
|                                     | <b>Bahan</b>  |        |           |                                      |           |                |
|                                     | Semen PC 50 kg  | 0.1163 | Zak       | Rp 63,800                            | Rp        | 7,420          |
|                                     | Lantai Granite  | 1.06   | m2        | Rp 732,000                           | Rp        | 775,920        |
|                                     |   |        |           | <b>Jumlah</b>                        | <b>Rp</b> | <b>783,340</b> |
|                                     |   |        |           | <b>Nilai HSPK</b>                    | <b>Rp</b> | <b>824,980</b> |
| <b>2</b>                            | <b>Pekerjaan Pemasangan Lantai Keramik 40 x 40 cm</b> |        | <b>m2</b> | SNI 7395:2008 (6.11) & (6.35)        |           |                |
|                                     | <b>Upah</b>   |        |           |                                      |           |                |
|                                     | Mandor/ kepala Tukang                                 | 0.035  | OH        | Rp 180,000                           | Rp        | 6,300          |
|                                     | Mandor/ Kepala Tukang                                 | 0.035  | OH        | Rp 180,000                           | Rp        | 6,300          |
|                                     | Tukang  | 0.35   | OH        | Rp 165,000                           | Rp        | 57,750         |
|                                     | Pembantu Tukang                                       | 0.7    | OH        | Rp 155,000                           | Rp        | 108,500        |
|                                     |   |        |           | <b>Jumlah</b>                        | <b>Rp</b> | <b>178,850</b> |
|                                     | <b>Bahan</b>  |        |           |                                      |           |                |
|                                     | Semen PC 50 kg  | 0.196  | Zak       | Rp 68,300                            | Rp        | 13,387         |
|                                     | Semen Berwarna Yiyitan                                | 1.3    | Kg        | Rp 16,000                            | Rp        | 20,800         |
|                                     | Pasir Pasang  | 0.045  | m3        | Rp 142,300                           | Rp        | 6,404          |
|                                     | Keramik Lantai Bermotif uk 60 x 60 cm                 | 1.0608 | m2        | Rp 59,000                            | Rp        | 62,587         |
|                                     |   |        |           | <b>Jumlah</b>                        | <b>Rp</b> | <b>103,178</b> |
|                                     |   |        |           | <b>Nilai HSPK</b>                    | <b>Rp</b> | <b>282,028</b> |
| <b>3</b>                            | <b>Pekerjaan Lantai Tegel 20x20 cm</b>                |        | <b>m2</b> | SNI 7395:2008 (6.36)                 |           |                |
|                                     | <b>Upah</b>   |        |           |                                      |           |                |
|                                     | Mandor/ kepala Tukang                                 | 0.035  | OH        | Rp 180,000                           | Rp        | 6,300          |
|                                     | Mandor/ Kepala Tukang                                 | 0.035  | OH        | Rp 180,000                           | Rp        | 6,300          |
|                                     | Tukang  | 0.35   | OH        | Rp 165,000                           | Rp        | 57,750         |
|                                     | Pembantu Tukang                                       | 0.7    | OH        | Rp 155,000                           | Rp        | 108,500        |
|                                     |   |        |           | <b>Jumlah</b>                        | <b>Rp</b> | <b>178,850</b> |
|                                     | <b>Bahan</b>  |        |           |                                      |           |                |
|                                     | Semen PC 50 kg  | 0.208  | Zak       | Rp 63,800                            | Rp        | 13,270         |
|                                     | Semen Berwarna Yiyitan                                | 0.5    | Kg        | Rp 16,000                            | Rp        | 8,000          |
|                                     | Pasir Pasang  | 0.045  | m3        | Rp 142,300                           | Rp        | 6,404          |
|                                     | Keramik Lantai Bermotif uk 20 x 20 cm                 | 1.05   | m2        | Rp 91,000                            | Rp        | 95,550         |
|                                     |   |        |           | <b>Jumlah</b>                        | <b>Rp</b> | <b>123,224</b> |
|                                     |   |        |           | <b>Nilai HSPK</b>                    | <b>Rp</b> | <b>302,074</b> |
| <b>B PEKERJAAN DINDING</b>          |   |        |           |                                      |           |                |
| <b>1</b>                            | <b>Pengecatan Dinding Dalam Baru</b>                  |        | <b>m2</b> | SNI 2002 Pekerjaan Pengecatan (6.15) |           |                |
|                                     | <b>Upah</b>   |        |           |                                      |           |                |
|                                     | Mandor/ Kepala Tukang                                 | 0.0063 | OH        | Rp 180,000                           | Rp        | 1,134          |
|                                     | Tukang  | 0.063  | OH        | Rp 165,000                           | Rp        | 10,395         |
|                                     | Pembantu Tukang                                       | 0.02   | OH        | Rp 155,000                           | Rp        | 3,100          |
|                                     |   |        |           | <b>Jumlah</b>                        | <b>Rp</b> | <b>14,629</b>  |
|                                     | <b>Bahan</b>  |        |           |                                      |           |                |
|                                     | Cat Tembok Dalam 2.5 Kg                               | 0.104  | Kaleng    | Rp 121,000                           | Rp        | 12,584         |
|                                     | Dempul Tembok   | 0.1    | Kg        | Rp 65,000                            | Rp        | 6,500          |
|                                     | Kertas Gosok Halus                                    | 0.1    | Lembar    | Rp 20,400                            | Rp        | 2,040          |
|                                     |   |        |           | <b>Jumlah</b>                        | <b>Rp</b> | <b>21,124</b>  |
|                                     |   |        |           | <b>Nilai HSPK</b>                    | <b>Rp</b> | <b>35,753</b>  |
| <b>2</b>                            | <b>Pemasangan Wall Paper</b>                          |        | <b>m2</b> | SNI 2002 Pekerjaan Pengecatan (6.19) |           |                |
|                                     | <b>Upah</b>   |        |           |                                      |           |                |
|                                     | Mandor/ Kepala Tukang                                 | 0.002  | OH        | Rp 180,000                           | Rp        | 360            |



|          |  |         |           |    |                                |           |                |
|----------|--|---------|-----------|----|--------------------------------|-----------|----------------|
|          | Tukang   | 0.2     | OH        | Rp | 165,000                        | Rp        | 33,000         |
|          | Pembantu Tukang  | 0.02    | OH        | Rp | 155,000                        | Rp        | 3,100          |
|          |  |         |           |    | <b>Jumlah</b>                  | <b>Rp</b> | <b>36,460</b>  |
|          | <b>Bahan</b>   |         |           |    |                                |           |                |
|          | Wallpaper 15 m2  | 1.2     | m2        | Rp | 283,000                        | Rp        | 339,600        |
|          | Lem Wall Paper   | 0.2     | Kg        | Rp | 124,200                        | Rp        | 24,840         |
|          |  |         |           |    | <b>Jumlah</b>                  | <b>Rp</b> | <b>364,440</b> |
|          |  |         |           |    | <b>Nilai HSPK</b>              | <b>Rp</b> | <b>400,900</b> |
| <b>3</b> | <b>Pemasangan Batu Ampyang</b>                                 |         | <b>m2</b> |    | <b>SNI 03-2835-2002 (6.72)</b> |           |                |
|          | <b>Upah</b>  |         |           |    |                                |           |                |
|          | Mandor/ Kepala Tukang  | 0.035   | OH        | Rp | 180,000                        | Rp        | 6,300          |
|          | Tukang   | 0.35    | OH        | Rp | 165,000                        | Rp        | 57,750         |
|          | Pembantu Tukang  | 0.62    | OH        | Rp | 155,000                        | Rp        | 96,100         |
|          |  |         |           |    | <b>Jumlah</b>                  | <b>Rp</b> | <b>160,150</b> |
|          | <b>Bahan</b>   |         |           |    |                                |           |                |
|          | Batu Ampyang   | 1.1     | m3        | Rp | 69,000                         | Rp        | 75,900         |
|          |  |         |           |    | <b>Jumlah</b>                  | <b>Rp</b> | <b>75,900</b>  |
|          |  |         |           |    | <b>Nilai HSPK</b>              | <b>Rp</b> | <b>236,050</b> |
| <b>C</b> | <b>PEKERJAAN PLAFON</b>  |         |           |    |                                |           |                |
| <b>1</b> | <b>Pemasangan Plafon Kalsiboard Rangka Plafon Metal Furing</b> |         | <b>m2</b> |    |                                |           |                |
|          | <b>Upah</b>  |         |           |    |                                |           |                |
|          | Mandor/ Kepala Tukang  | 0.025   | OH        | Rp | 180,000                        | Rp        | 4,500          |
|          | Mandor/ Kepala Tukang  | 0.075   | OH        | Rp | 180,000                        | Rp        | 13,500         |
|          | Tukang   | 0.15    | OH        | Rp | 165,000                        | Rp        | 24,750         |
|          | Pembantu Tukang  | 0.25    | OH        | Rp | 155,000                        | Rp        | 38,750         |
|          |  |         |           |    | <b>Jumlah</b>                  | <b>Rp</b> | <b>81,500</b>  |
|          | <b>Bahan</b>   |         |           |    |                                |           |                |
|          | Besi Hollow 40 x 40 x 1.10 mm                                  | 0.75    | Lonjor    | Rp | 100,000                        | Rp        | 75,000         |
|          | Besi Hollow 20 x 20 x 1.10 mm                                  | 2       | Lonjor    | Rp | 72,500                         | Rp        | 145,000        |
|          | Papan Semen 1200 x 2400 x 35 mm                                | 0.3819  | Lembar    | Rp | 57,000                         | Rp        | 21,768         |
|          | Paku Asbes Sekrup 4 inchi                                      | 4       | Buah      | Rp | 8,100                          | Rp        | 32,400         |
|          |  |         |           |    | <b>Jumlah</b>                  | <b>Rp</b> | <b>274,168</b> |
|          |  |         |           |    | <b>Nilai HSPK</b>              | <b>Rp</b> | <b>355,668</b> |
| <b>2</b> | <b>Pemasangan Plafon Gypsum 9 mm</b>                           |         | <b>m2</b> |    | <b>SNI 03-2838-2002 (6.24)</b> |           |                |
|          | <b>Upah</b>  |         |           |    |                                |           |                |
|          | Mandor/ Kepala Tukang  | 0.005   | OH        | Rp | 180,000                        | Rp        | 900            |
|          | Mandor/ Kepala Tukang  | 0.005   | OH        | Rp | 180,000                        | Rp        | 900            |
|          | Tukang   | 0.05    | OH        | Rp | 165,000                        | Rp        | 8,250          |
|          | Pembantu Tukang  | 0.1     | OH        | Rp | 155,000                        | Rp        | 15,500         |
|          |  |         |           |    | <b>Jumlah</b>                  | <b>Rp</b> | <b>25,550</b>  |
|          | <b>Bahan</b>   |         |           |    |                                |           |                |
|          | Paku Triplek/ Eternit  | 0.11    | Kg        | Rp | 20,800                         | Rp        | 2,288          |
|          | Gypsum Board Tebal 9 mm  | 0.364   | Lembar    | Rp | 70,500                         | Rp        | 25,662         |
|          |  |         |           |    | <b>Jumlah</b>                  | <b>Rp</b> | <b>27,950</b>  |
|          |  |         |           |    | <b>Nilai HSPK</b>              | <b>Rp</b> | <b>53,500</b>  |
| <b>3</b> | <b>Pengecatan Plafon</b>                                       |         | <b>m2</b> |    |                                |           |                |
|          | <b>Upah</b>  |         |           |    |                                |           |                |
|          | Kepala Tukang/ Mandor  | 0.004   | OH        | Rp | 180,000                        | Rp        | 720            |
|          | Tukang   | 0.04    | OH        | Rp | 165,000                        | Rp        | 6,600          |
|          | Pembantu Tukang  | 0.028   | OH        | Rp | 155,000                        | Rp        | 4,340          |
|          |  |         |           |    | <b>Jumlah</b>                  | <b>Rp</b> | <b>11,660</b>  |
|          | <b>Bahan</b>   |         |           |    |                                |           |                |
|          | Cat Tembok Dalam 2,5 kg  | 0.18    | Kaleng    | Rp | 157,668                        | Rp        | 28,380         |
|          | Dempul Tembok  | 0.12    | Kg        | Rp | 36,500                         | Rp        | 4,380          |
|          | Kertas Gosok Halus   | 0.1     | Lembar    | Rp | 20,467                         | Rp        | 2,047          |
|          |  |         |           |    | <b>Jumlah</b>                  | <b>Rp</b> | <b>34,807</b>  |
|          |  |         |           |    | <b>Nilai HSPK</b>              | <b>Rp</b> | <b>46,467</b>  |
| <b>D</b> | <b>PEKERJAAN KUSEN, PINTU, JENDELA</b>                         |         |           |    |                                |           |                |
| <b>1</b> | <b>Pemasangan Kaca Mati Tebal 5 mm</b>                         |         | <b>m2</b> |    |                                |           |                |
|          | <b>Upah</b>  |         |           |    |                                |           |                |
|          | Kepala Tukang/ Mandor  | 0.00075 | OH        | Rp | 180,000                        | Rp        | 135            |
|          | Kepala Tukang/ Mandor  | 0.015   | OH        | Rp | 180,000                        | Rp        | 2,700          |
|          | Tukang   | 0.15    | OH        | Rp | 165,000                        | Rp        | 24,750         |



|          |  |         |               |    |                   |           |                  |
|----------|--|---------|---------------|----|-------------------|-----------|------------------|
|          | Pembantu Tukang  | 0.015   | OH            | Rp | 155,000           | Rp        | 2,325            |
|          |  |         |               |    | <b>Jumlah</b>     | <b>Rp</b> | <b>29,910</b>    |
|          | <b>Bahan</b>   |         |               |    |                   |           |                  |
|          | Kaca Polos 5 mm  | 1.1     | m2            | Rp | 192,000           | Rp        | 211,200          |
|          |  |         |               |    | <b>Jumlah</b>     | <b>Rp</b> | <b>211,200</b>   |
|          |  |         |               |    | <b>Nilai HSPK</b> | <b>Rp</b> | <b>241,110</b>   |
| <b>2</b> | <b>Pemasangan Kusen Aluminium 3" Coklat</b>                        |         | <b>m1</b>     |    |                   |           |                  |
|          | <b>Upah</b>  |         |               |    |                   |           |                  |
|          | Kepala Tukang/ Mandor  | 0.0043  | OH            | Rp | 180,000           | Rp        | 774              |
|          | Kepala Tukang/ Mandor  | 0.0021  | OH            | Rp | 180,000           | Rp        | 378              |
|          | Tukang   | 0.043   | OH            | Rp | 165,000           | Rp        | 7,095            |
|          | Pembantu Tukang  | 0.043   | OH            | Rp | 155,000           | Rp        | 6,665            |
|          |  |         |               |    | <b>Jumlah</b>     | <b>Rp</b> | <b>14,912</b>    |
|          | <b>Bahan</b>   |         |               |    |                   |           |                  |
|          | Paku Abes Sekrup 4 inchi   | 2       | Buah          | Rp | 8,100             | Rp        | 16,200           |
|          | Aluminium Coklat uk 3 x 7.5, Profil 3 inchi                        | 1.1     | Tube          | Rp | 63,000            | Rp        | 69,300           |
|          | Sealant  | 0.06    | M             | Rp | 98,800            | Rp        | 5,928            |
|          |  |         |               |    | <b>Jumlah</b>     | <b>Rp</b> | <b>91,428</b>    |
|          |  |         |               |    | <b>Nilai HSPK</b> | <b>Rp</b> | <b>106,340</b>   |
| <b>3</b> | <b>Pemasangan Engsel Pintu</b>                                     |         | <b>buah</b>   |    |                   |           |                  |
|          | <b>Upah</b>  |         |               |    |                   |           |                  |
|          | Mandor   | 0.0005  | OH            | Rp | 180,000           | Rp        | 90               |
|          | Kepala Tukang  | 0.01008 | OH            | Rp | 180,000           | Rp        | 1,814            |
|          | Tukang   | 0.10089 | OH            | Rp | 165,000           | Rp        | 16,647           |
|          | Pembantu Tukang  | 0.01009 | OH            | Rp | 155,000           | Rp        | 1,564            |
|          |  |         |               |    | <b>Jumlah</b>     | <b>Rp</b> | <b>20,115</b>    |
|          | <b>Bahan</b>   |         |               |    |                   |           |                  |
|          | Engsel Pintu   | 1       | Buah          | Rp | 55,000            | Rp        | 55,000           |
|          |  |         |               |    | <b>Jumlah</b>     | <b>Rp</b> | <b>55,000</b>    |
|          |  |         |               |    | <b>Nilai HSPK</b> | <b>Rp</b> | <b>75,115</b>    |
| <b>4</b> | <b>Pemasangan Handle Pintu Tarik Besar</b>                         |         | <b>pasang</b> |    |                   |           |                  |
|          | <b>Upah</b>  |         |               |    |                   |           |                  |
|          | Tukang   | 0.10089 | OH            | Rp | 165,000           | Rp        | 16,647           |
|          | Pembantu Tukang  | 0.01009 | OH            | Rp | 155,000           | Rp        | 1,564            |
|          |  |         |               |    | <b>Jumlah</b>     | <b>Rp</b> | <b>18,211</b>    |
|          | <b>Bahan</b>   |         |               |    |                   |           |                  |
|          | Handle Pintu Tarik   | 1       | Pasang        | Rp | 495000            | Rp        | 495,000          |
|          |  |         |               |    | <b>Jumlah</b>     | <b>Rp</b> | <b>495,000</b>   |
|          |  |         |               |    | <b>Nilai HSPK</b> | <b>Rp</b> | <b>513,211</b>   |
| <b>5</b> | <b>Pembuatan Daun Pintu Multiplek Finishing HPL Kombinasi Kaca</b> |         | <b>buah</b>   |    |                   |           |                  |
|          | <b>Upah</b>  |         |               |    |                   |           |                  |
|          | Kepala Tukang/ Mandor  | 1       | OH            | Rp | 180,000           | Rp        | 180,000          |
|          | Tukang   | 4       | OH            | Rp | 165,000           | Rp        | 660,000          |
|          | Pembantu Tukang  | 2       | OH            | Rp | 155,000           | Rp        | 310,000          |
|          |  |         |               |    | <b>Jumlah</b>     | <b>Rp</b> | <b>1,150,000</b> |
|          | <b>Bahan</b>   |         |               |    |                   |           |                  |
|          | Lem Kayu   | 1.1     | Kg            | Rp | 71,500            | Rp        | 78,650           |
|          | Paku   | 1.1     | Doz           | Rp | 22,000            | Rp        | 24,200           |
|          | Multiplek 9 mm   | 2       | Lembar        | Rp | 105,000           | Rp        | 210,000          |
|          | HPL  | 1       | Lembar        | Rp | 165,000           | Rp        | 165,000          |
|          | Kaca Bening 5 mm   | 1.1     | m2            | Rp | 87,000            | Rp        | 95,700           |
|          | Kayu Kamper  | 0.0392  | m3            | Rp | 6,980,000         | Rp        | 273,616          |
|          |  |         |               |    | <b>Jumlah</b>     | <b>Rp</b> | <b>847,166</b>   |
|          |  |         |               |    | <b>Nilai HSPK</b> | <b>Rp</b> | <b>1,997,166</b> |
| <b>6</b> | <b>Pemasangan Grendel Tanam</b>                                    |         | <b>buah</b>   |    |                   |           |                  |
|          | <b>Upah</b>  |         |               |    |                   |           |                  |
|          | Tukang   | 0.14    | OH            | Rp | 165,000           | Rp        | 23,100           |
|          | Pembantu Tukang  | 0.08    | OH            | Rp | 155,000           | Rp        | 12,400           |
|          |  |         |               |    | <b>Jumlah</b>     | <b>Rp</b> | <b>35,500</b>    |
|          | <b>Bahan</b>   |         |               |    |                   |           |                  |
|          | Grendel Tanam  | 1       | Buah          |    | 121,000           | Rp        | 121,000          |
|          |  |         |               |    | <b>Jumlah</b>     | <b>Rp</b> | <b>121,000</b>   |



|          |  |       |        |              |                   |                   |
|----------|--|-------|--------|--------------|-------------------|-------------------|
|          |  |       |        |              | <b>Nilai HSPK</b> | <b>Rp 156,500</b> |
| <b>7</b> | <b>Pemasangan Kunci Tanam Besar 2x Putar</b> |       |        | <b>buah</b>  |                   |                   |
|          | <b>Upah</b>                                  |       |        |              |                   |                   |
|          | Kepala Tukang/ Mandor                        | 0.005 | OH     | Rp           | 180,000           | Rp 900            |
|          | Kepala Tukang/ Mandor                        | 0.01  | OH     | Rp           | 180,000           | Rp 1,800          |
|          | Tukang                                       | 0.5   | OH     | Rp           | 165,000           | Rp 82,500         |
|          | Pembantu Tukang                              | 0.01  | OH     | Rp           | 155,000           | Rp 1,550          |
|          |  |       |        |              | <b>Jumlah</b>     | <b>Rp 86,750</b>  |
|          | <b>Bahan</b>                                 |       |        |              |                   |                   |
|          | Kunci Tanam Besar                            | 1     | Buah   | Rp           | 330,000           | Rp 330,000        |
|          |  |       |        |              | <b>Jumlah</b>     | <b>Rp 330,000</b> |
|          |  |       |        |              | <b>Nilai HSPK</b> | <b>Rp 416,750</b> |
| <b>E</b> | <b>PEKERJAAN KELISTRIKAN</b>                 |       |        |              |                   |                   |
| <b>1</b> | <b>Pengerjaan Titik Stop Kontak</b>          |       |        | <b>buah</b>  |                   |                   |
|          | <b>Upah</b>                                  |       |        |              |                   |                   |
|          | Kepala Tukang/ Mandor                        | 0.05  | OH     | Rp           | 180,000           | Rp 9,000          |
|          | Tukang                                       | 0.2   | OH     | Rp           | 165,000           | Rp 33,000         |
|          | Pembantu Tukang                              | 0.001 | OH     | Rp           | 155,000           | Rp 155            |
|          |  |       |        |              | <b>Jumlah</b>     | <b>Rp 42,155</b>  |
|          | <b>Bahan</b>                                 |       |        |              |                   |                   |
|          | Kabel NYM 3 x 2.5 mm                         | 10    | Meter  | Rp           | 12,300            | Rp 123,000        |
|          | Stop Kontak                                  | 1     | Unit   | Rp           | 27,300            | Rp 27,300         |
|          | Pipa Pralon 5/8                              | 1.5   | Buah   | Rp           | 7,400             | Rp 11,100         |
|          | T Doos Pvc                                   | 1     | Buah   | Rp           | 3,900             | Rp 3,900          |
|          |  |       |        |              | <b>Jumlah</b>     | <b>Rp 165,300</b> |
|          |  |       |        |              | <b>Nilai HSPK</b> | <b>Rp 207,455</b> |
| <b>2</b> | <b>Pemasangan Titik Lampu Gedung</b>         |       |        | <b>titik</b> |                   |                   |
|          | <b>Upah</b>                                  |       |        |              |                   |                   |
|          | Kepala Tukang/ Mandor                        | 0.05  | OH     | Rp           | 180,000           | Rp 9,000          |
|          | Tukang                                       | 0.5   | OH     | Rp           | 165,000           | Rp 82,500         |
|          | Pembantu Tukang                              | 0.3   | OH     | Rp           | 155,000           | Rp 46,500         |
|          |  |       |        |              | <b>Jumlah</b>     | <b>Rp 138,000</b> |
|          | <b>Bahan</b>                                 |       |        |              |                   |                   |
|          | Kabel NYM 3 x 2.5 mm                         | 24    | Meter  | Rp           | 12,300            | Rp 295,200        |
|          | Isolator                                     | 4     | Unit   | Rp           | 7,800             | Rp 31,200         |
|          | Fiting Plafon                                | 1     | Buah   | Rp           | 15,500            | Rp 15,500         |
|          | Pipa Pralon 5/8                              | 3     | Batang | Rp           | 7,400             | Rp 22,200         |
|          | T Doos Pvc                                   | 3     | Buah   | Rp           | 3,900             | Rp 11,700         |
|          |  |       |        |              | <b>Jumlah</b>     | <b>Rp 375,800</b> |
|          |  |       |        |              | <b>Nilai HSPK</b> | <b>Rp 513,800</b> |
| <b>3</b> | <b>Pemasangan Saklar Tunggal</b>             |       |        | <b>titik</b> |                   |                   |
|          | <b>Upah</b>                                  |       |        |              |                   |                   |
|          | Kepala Tukang/ Mandor                        | 0.05  | OH     | Rp           | 180,000           | Rp 9,000          |
|          | Tukang                                       | 0.2   | OH     | Rp           | 165,000           | Rp 33,000         |
|          | Pembantu Tukang                              | 0.001 | OH     | Rp           | 155,000           | Rp 155            |
|          |  |       |        |              | <b>Jumlah</b>     | <b>Rp 42,155</b>  |
|          | <b>Bahan</b>                                 |       |        |              |                   |                   |
|          | Saklar Tunggal                               | 1     | Buah   | Rp           | 32,400            | Rp 32,400         |
|          |  |       |        |              | <b>Jumlah</b>     | <b>Rp 32,400</b>  |
|          |  |       |        |              | <b>Nilai HSPK</b> | <b>Rp 74,555</b>  |
| <b>4</b> | <b>Pemasangan Saklar Ganda</b>               |       |        | <b>titik</b> |                   |                   |
|          | <b>Upah</b>                                  |       |        |              |                   |                   |
|          | Kepala Tukang/ Mandor                        | 0.05  | OH     | Rp           | 180,000           | Rp 9,000          |
|          | Tukang                                       | 0.2   | OH     | Rp           | 165,000           | Rp 33,000         |
|          | Pembantu Tukang                              | 0.001 | OH     | Rp           | 155,000           | Rp 155            |
|          |  |       |        |              | <b>Jumlah</b>     | <b>Rp 42,155</b>  |
|          | <b>Bahan</b>                                 |       |        |              |                   |                   |
|          | Saklar Ganda                                 | 1     | Buah   | Rp           | 49,400            | Rp 49,400         |
|          |  |       |        |              | <b>Jumlah</b>     | <b>Rp 49,400</b>  |
|          |  |       |        |              | <b>Nilai HSPK</b> | <b>Rp 91,555</b>  |
| <b>F</b> | <b>PEKERJAAN FINISHING DAN MEUBELAIR</b>     |       |        |              |                   |                   |
| <b>1</b> | <b>Customized Round Display</b>              |       |        | <b>unit</b>  |                   |                   |
|          | <b>Upah</b>                                  |       |        |              |                   |                   |



| ANALISIS SATUAN PEKERJAAN           |   |        |           |                   |                                      |                |
|-------------------------------------|---|--------|-----------|-------------------|--------------------------------------|----------------|
| PEKERJAAN: AREA KASIR & NEW ARRIVAL |   |        |           |                   |                                      |                |
| LOKASI: TOKO DANAR HADI SURABAYA    |   |        |           |                   |                                      |                |
| NO                                  | URAIAN PEKERJAAN                                      | KOEF   | SATUAN    | HARGA SATUAN      | HARGA                                |                |
| <b>A PEKERJAAN LANTAI</b>           |   |        |           |                   |                                      |                |
| <b>1</b>                            | <b>Pekerjaan Pemasangan Lantai Granite</b>            |        | <b>m2</b> |                   |                                      |                |
|                                     | <b>Upah</b>   |        |           |                   |                                      |                |
|                                     | Mandor/ Kepala Tukang                                 | 0.006  | OH        | Rp 180,000        | Rp                                   | 1,080          |
|                                     | Mandor/ Kepala Tukang                                 | 0.012  | OH        | Rp 180,000        | Rp                                   | 2,160          |
|                                     | Tukang  | 0.12   | OH        | Rp 165,000        | Rp                                   | 19,800         |
|                                     | Pembantu Tukang                                       | 0.12   | OH        | Rp 155,000        | Rp                                   | 18,600         |
|                                     |   |        |           | <b>Jumlah</b>     | <b>Rp</b>                            | <b>41,640</b>  |
|                                     | <b>Bahan</b>  |        |           |                   |                                      |                |
|                                     | Semen PC 50 kg  | 0.1163 | Zak       | Rp 63,800         | Rp                                   | 7,420          |
|                                     | Lantai Granite  | 1.06   | m2        | Rp 732,000        | Rp                                   | 775,920        |
|                                     |   |        |           | <b>Jumlah</b>     | <b>Rp</b>                            | <b>783,340</b> |
|                                     |   |        |           | <b>Nilai HSPK</b> | <b>Rp</b>                            | <b>824,980</b> |
| <b>2</b>                            | <b>Pekerjaan Pemasangan Lantai Keramik 40 x 40 cm</b> |        | <b>m2</b> |                   | SNI 7395:2008 (6.11) & (6.35)        |                |
|                                     | <b>Upah</b>   |        |           |                   |                                      |                |
|                                     | Mandor/ kepala Tukang                                 | 0.035  | OH        | Rp 180,000        | Rp                                   | 6,300          |
|                                     | Mandor/ Kepala Tukang                                 | 0.035  | OH        | Rp 180,000        | Rp                                   | 6,300          |
|                                     | Tukang  | 0.35   | OH        | Rp 165,000        | Rp                                   | 57,750         |
|                                     | Pembantu Tukang                                       | 0.7    | OH        | Rp 155,000        | Rp                                   | 108,500        |
|                                     |   |        |           | <b>Jumlah</b>     | <b>Rp</b>                            | <b>178,850</b> |
|                                     | <b>Bahan</b>  |        |           |                   |                                      |                |
|                                     | Semen PC 50 kg  | 0.196  | Zak       | Rp 68,300         | Rp                                   | 13,387         |
|                                     | Semen Berwarna Yiyitan                                | 1.3    | Kg        | Rp 16,000         | Rp                                   | 20,800         |
|                                     | Pasir Pasang  | 0.045  | m3        | Rp 142,300        | Rp                                   | 6,404          |
|                                     | Keramik Lantai Bermotif uk 60 x 60 cm                 | 1.0608 | m2        | Rp 59,000         | Rp                                   | 62,587         |
|                                     |   |        |           | <b>Jumlah</b>     | <b>Rp</b>                            | <b>103,178</b> |
|                                     |   |        |           | <b>Nilai HSPK</b> | <b>Rp</b>                            | <b>282,028</b> |
| <b>3</b>                            | <b>Pekerjaan Lantai Tegel 20x20 cm</b>                |        | <b>m2</b> |                   | SNI 7395:2008 (6.36)                 |                |
|                                     | <b>Upah</b>   |        |           |                   |                                      |                |
|                                     | Mandor/ kepala Tukang                                 | 0.035  | OH        | Rp 180,000        | Rp                                   | 6,300          |
|                                     | Mandor/ Kapala Tukang                                 | 0.035  | OH        | Rp 180,000        | Rp                                   | 6,300          |
|                                     | Tukang  | 0.35   | OH        | Rp 165,000        | Rp                                   | 57,750         |
|                                     | Pembantu Tukang                                       | 0.7    | OH        | Rp 155,000        | Rp                                   | 108,500        |
|                                     |   |        |           | <b>Jumlah</b>     | <b>Rp</b>                            | <b>178,850</b> |
|                                     | <b>Bahan</b>  |        |           |                   |                                      |                |
|                                     | Semen PC 50 kg  | 0.208  | Zak       | Rp 63,800         | Rp                                   | 13,270         |
|                                     | Semen Berwarna Yiyitan                                | 0.5    | Kg        | Rp 16,000         | Rp                                   | 8,000          |
|                                     | Pasir Pasang  | 0.045  | m3        | Rp 142,300        | Rp                                   | 6,404          |
|                                     | Keramik Lantai Bermotif uk 20 x 20 cm                 | 1.05   | m2        | Rp 91,000         | Rp                                   | 95,550         |
|                                     |   |        |           | <b>Jumlah</b>     | <b>Rp</b>                            | <b>123,224</b> |
|                                     |   |        |           | <b>Nilai HSPK</b> | <b>Rp</b>                            | <b>302,074</b> |
| <b>B PEKERJAAN DINDING</b>          |   |        |           |                   |                                      |                |
| <b>1</b>                            | <b>Pengecatan Dinding Dalam Baru</b>                  |        | <b>m2</b> |                   | SNI 2002 Pekerjaan Pengecatan (6.15) |                |
|                                     | <b>Upah</b>   |        |           |                   |                                      |                |
|                                     | Mandor/ Kepala Tukang                                 | 0.0063 | OH        | Rp 180,000        | Rp                                   | 1,134          |
|                                     | Tukang  | 0.063  | OH        | Rp 165,000        | Rp                                   | 10,395         |
|                                     | Pembantu Tukang                                       | 0.02   | OH        | Rp 155,000        | Rp                                   | 3,100          |
|                                     |   |        |           | <b>Jumlah</b>     | <b>Rp</b>                            | <b>14,629</b>  |
|                                     | <b>Bahan</b>  |        |           |                   |                                      |                |
|                                     | Cat Tembok Dalam 2.5 Kg                               | 0.104  | Kaleng    | Rp 121,000        | Rp                                   | 12,584         |
|                                     | Dempul Tembok   | 0.1    | Kg        | Rp 65,000         | Rp                                   | 6,500          |
|                                     | Kertas Gosok Halus                                    | 0.1    | Lembar    | Rp 20,400         | Rp                                   | 2,040          |
|                                     |   |        |           | <b>Jumlah</b>     | <b>Rp</b>                            | <b>21,124</b>  |
|                                     |   |        |           | <b>Nilai HSPK</b> | <b>Rp</b>                            | <b>35,753</b>  |
| <b>2</b>                            | <b>Pemasangan Wall Paper</b>                          |        | <b>m2</b> |                   | SNI 2002 Pekerjaan Pengecatan (6.19) |                |
|                                     | <b>Upah</b>   |        |           |                   |                                      |                |
|                                     | Mandor/ Kepala Tukang                                 | 0.002  | OH        | Rp 180,000        | Rp                                   | 360            |

## SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini dengan sebenarnya menyatakan bahwa laporan hasil tugas akhir berupa gamabr 3D dan gamabr kerja adalah hasil karya saya pribadi tanpa tindakan *plagiarisme* sesuai dengan peraturan yang berlaku di Institut Teknologi Sepuluh Nopember.

Jika dikemudian hari ternyata terbukti saya melakukan tindakan *plagiarisme*, saya akan bertanggung jawab sepenuhnya dan bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Surabaya, 26 Juli 2019



**Muhammad Rizal Avib**  
0841154000039.