



LAPORAN TUGAS AKHIR - DI184836
REDESAIN INTERIOR GALERI SENTRA UKM MERR
BERKONSEP MODERN NATURAL DENGAN NUANSA SURABAYA
SEBAGAI UPAYA PROMOSI

MELINDA KUSUMA WARDANI
Nrp. 08411540000006

Dosen Pembimbing:
Ir. Adi Wardoyo, M.MT.Z

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



LAPORAN TUGAS AKHIR - DI184836

**REDESAIN INTERIOR GALERI SENTRA UKM MERR
BERKONSEP MODERN NATURAL DENGAN NUANSA SURABAYA
SEBAGAI UPAYA PROMOSI**

MELINDA KUSUMA WARDANI
Nrp. 08411540000006

Dosen Pembimbing:
Ir. Adi Wardoyo, M.MT.

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

LEMBAR PERSETUJUAN

**REDESAIN INTERIOR SENTRA UKM MERR BERKONSEP MODERN
NATURAL BERNUANSA SURABAYA SEBAGAI UPAYA PROMOSI**

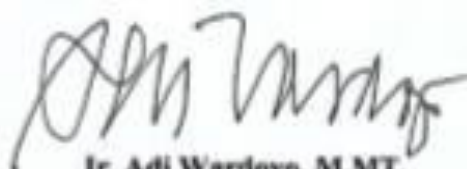
TUGAS AKHIR

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

Oleh:

MELINDA KUSUMA WARDANI
NRP. 08411540000006

Disetujui oleh Dosen Pembimbing Tugas Akhir :



Ir. Adi Wardoyo, M.M.T.
NIP 19541008 198003 1 003

SURABAYA, JULI 2019

REDESAIN INTERIOR GALLERY SENTRA UKM MERR BERKONSEP MODERN NATURAL DENGAN NUANSA SURABAYA SEBAGAI UPAYA PROMOSI

Nama : Melinda Kusuma Wardani
NRP : 08411540000006
Departemen : Desain Interior
Dosen Pembimbing : Ir.Adi Wardoyo M.M.T.

ABSTRAK

Sentra UKM MERR Surabaya adalah sebuah ikon simbolik untuk UKM (Usaha Kecil dan Menengah) yang ada di Surabaya. Sentra UKM MERR ini dibangun dengan tujuan agar tempat ini dapat mejadi tempat berkunjunya para konsumen dari seluruh Indonesia bahkan mancanegara, serta bertujuan sebagai media promosi UKM di Surabaya untuk mengenalkan produknya antara lain yaitu produk makanan, minuman, fashion, dan asesoris interior.

Sentra UKM Merr memiliki beberapa fasilitas yang ada didalamnya seperti area display makanan, display fashion dan terdapat pula ruang yang digunakan sebagai seminar maupun workshop. Dibalik banyaknya potensi yang ada, tersimpan banyak dinamika terhadap perkembangan perekonomian kerakyatan di Surabaya. Mulai dari kurangnya akses pasar untuk produk-produk UKM, persaingan dengan sektor ekonomi makro, sampai tantangan pasar global dan MEA. Dalam hal ini diperlukan fasilitas pasar yang dapat menjadi wadah dan sarana promosi bagi produk UKM sehingga dapat menarik minat pengunjung. Serta perlunya desain interior Sentra UKM MERR yang dapat mencerminkan kebudayaan kota Surabaya.

Dalam mengatasi permasalahan yang ada, maka perlunya desain Interior yang dapat mencerminkan kota Surabaya dengan menerapkan konsep modern pada seluruh ruang dan menerapkan icon-icon kota Surabaya sebagai nuansa dalam interior. Untuk menarik calon pengunjung Sentra UKM Merr maka akan diberikan fasilitas penunjang untuk mendukung aktivitas yang ada didaamnya.

Kata Kunci : Sentra UKM MERRR, Permasalahan, Redesain

REDESAIN INTERIOR GALLERY SENTRA UKM MERR BERKONSEP MODERN NATURAL DENGAN NUANSA SURABAYA SEBAGAI UPAYA PROMOSI

Name : Melinda Kusuma Wardani
NRP : 08411540000006
Departemen : Desain Interior
Dosen Pembimbing 1 : Ir.Adi Wardoyo M.M.T.

ABSTRACT

Sentra UKM MERR Surabaya is a symbolic icon for Surabaya. The MERR UKM Center was built with the aim that this place could become a place of interest for consumers from all over Indonesia and even abroad, as well as promoting media for SMEs in Surabaya to introduce their products including food products, beverages, fashion and interior accessories.

UKM Merr Center has several facilities inside such as food display area, fashion display and also space used as seminars and workshops. Behind the many potentials that exist, there is a lot of dynamics in the development of popular economy in Surabaya. Starting from the opportunity of market access for SME products, competition with the macroeconomic sector, to global market competition and MEA. In this case, market facilities are needed that can become a means and means of promotion for SME products so that they can attract visitors. As well as the need for interior design of the MERR UKM Center which can reflect the cultural city of Surabaya.

In overcoming the problem, the need for Interior design can reflect the city of Surabaya by applying modern concepts to all spaces and applying the icons of Surabaya as a means in the interior. To attract prospective visitors to the UKM Merr Center, supporting facilities will be provided to support the activities in their area.

Keywords: Sentra UKM Merr, Problem, Re-Design

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami ucapkan pada Tuhan Yang Maha Esa atas nikmat dan karuniaNya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan Tugas Akhir ini dengan tepat waktu. Laporan ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan Departemen Desain Interior Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS) Surabaya yang dilaksanakan di Sentra UKM Merr Surabaya. Laporan ini bisa selesai atas bantuan dari beberapa pihak. Penulis mengucapkan terima kasih banyak kepada:

1. Allah SWT, atas semua nikmat dan karunia-Nya, dan semua kelancaran dari-Nya.
2. Orangtua yang selalu memberikan doa dan dukungan.
3. Ibu Anggra Ayu Rucitra, S.T., M.T. selaku dosen koordinator
4. Bapak Ir. R. Adi Wardoyo, MMT. selaku dosen pembimbing 1
5. Bapak Okta Putra S.T.,M.T, Selaku dosen pembimbing 2
6. Pihak Sentra UKM MERR yang telah membantu dalam proses pencarian data
7. Teman teman yang sudah membantu banyak hal sejauh ini.
8. Semua pihak yang membantu dan tidak bisa disebutkan namanya satu persatu.

Semoga laporan ini dapat menjadi rujukan bagi teman-teman mahasiswa Desain Interior, Jurusan Desain Interior, juga ITS untuk pengembangan mata kuliah Desain Interior yang lebih baik ke depannya.

Surabaya, 23 Juli 2019

Melinda Kusuma Wardani

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	iii
ABSTRAK.....	iv
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xvi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 LATAR BELAKANG	1
1.2 Identifikasi Masalah	2
1.3 Rumusan Masalah	2
1.4 Tujuan	2
1.5 Manfaat	3
1.5.1 Bagi Mahasiswa.....	3
1.5.2 Bagi Sentra UKM Merr Surabaya	3
1.6 Batasan Desain	3
BAB II.....	5
KAJIAN PUSTAKA.....	5
3.1 Kajian UKM (Usaha Kecil dan Menengah).....	5
2.1.1 Pengertian UKM.....	5
2.1.2 Kriteria UKM	6
2.1.3 Klasifikasi UKM	7
2.1.4 Undang-undang Pengatur UKM.....	7
2.1.5 Upaya Pembangunan UKM.....	8
2.2 Kajian Modern	8
2.2.1 Pengertian Modern	9

2.2.2	Karakteristik Modern	9
2.3	Kajian Natural.....	10
2.3.1	Pengertian Natural	10
2.3.2	Karateristik Natural.....	10
2.4	Kajian Galeri.....	13
2.4.1	Pengertian Galeri	13
2.4.2	Kategori Galeri.....	13
2.4.3	Tata Display Galeri	14
2.5	Kajian Display Barang.....	14
2.5.1	Pengertian Display	14
2.5.1.1	Window Display	14
2.5.2	Interior Display	15
2.5.2.1	Merchandise Display	15
2.5.2.2	Store Sign and Decoration	16
2.5.2.4	Dealer Display	17
2.5.3	Signage Decration.....	17
2.6	Kajian Retail	18
2.6.1	Pengertian Retail	18
2.6.2	Fungsi Retail	19
2.6.3	Faktor Konsumen Retail	19
2.6.4	Katagori Retail	20
2.7.2	Arah Datang Cahaya	22
2.7.4	Jenis Pencahayaan Buatan	23
2.8	Display Produk.....	25
2.8.1	Pengertian	25
2.8.2	Tujuan Display.....	25
2.8.3	Pengertian penataan produk (Display).....	26

2.9	Kajian Sistem Keamanan	29
2.9.1	<i>CCTV (Closed Circuit Television)</i>	29
2.9.2	<i>Access Control</i>	29
2.9.3	<i>Fire hydrant</i>	29
2.9.4	<i>Fire extinguisher</i>	30
2.9.5	<i>Sprinkler</i>	30
2.9.6	<i>Smoke detector dan heat detector</i>	30
2.9.7	<i>Fire alarm</i>	30
2.10	Tata Letak Layout.....	30
2.10.1	Pengertian Layout.....	30
2.10.2	Tujuan Layout	31
2.10.3	Manfaat Layout	31
2.10.4	Klasifikasi Layout Area Retail	31
2.11	Kajian Eksisting.....	32
2.11.1	Kota Surabaya	32
2.12	Peran Penting Desain Interior Based Retail	45
2.13	Perencanaan Sistem Sirkulasi	46
2.13.1	Jenis Sirkulasi.....	46
2.13.2	Jenis Ruang Sirkulasi	46
2.13.3	Alur Sirkulasi.....	46
2.14	Elemen Interior.....	47
2.14.1	Lantai.....	47
2.14.2	Dinding	47
2.14.3	Plafon.....	47
2.15	Kajian Sentra UKM.....	47
2.16	Kajian Sentra UKM Merr.....	48
2.16.3	Pengertian Sentra UKM Merr	48

2.16.4 Visi- Misi	48
2.16.5 Struktur Organisasi	49
2.16.6 Fasilitas Sentra UKM Merr.....	50
2.16.7 Pelayanan Sentra UKM Merr.....	50
2.16.8 Tugas Utama Sentra UKM Merr.....	50
BAB III.....	53
METODOLOGI DESAIN.....	53
3.1 Tahap Identifikasi Objek	53
3.2 Tahap Identifikasi Masalah	53
3.3 Tahap Pengumpulan Data.....	53
3.4 Tahap Analisa Data	54
3.5 Metode Desain.....	57
3.6 Proses Desain.....	57
3.7 Tahapan Desain	61
BAB IV	63
PEMBAHASAN/ ANALISA KOSEP DESAIN	63
4.1 Analisis Data.....	63
4.1.1 Analisis Eksisting.....	63
4.1.2 Analisis Kuisisioner.....	69
4.1.3 Analisis Wawancara.....	73
4.2 Studi Produk	73
4.3 Studi Pengguna	74
4.4 Studi Ruang	75
4.5 Hubungan Ruang	76
4.5.1 Matriks	76
4.5.2 Bubble Diagram	77
4.6 Analisa Konsep Desain.....	77

4.6.1 Konsep Makro	77
4.6.2 Konsep Mikro	78
4.6.3 Pencahayaan	78
4.6.4 Penghawaan	79
4.6.5 Securritty/ Safety	80
4.6.6 Universal Design	80
4.7 Elemen Pembentuk Ruang	80
4.7.1 Plafon.....	80
4.7.2 Dinding	81
4.7.3 Lantai	83
4.7.4 Furniture	84
Halaman ini sengaja dikosongkan	86
BAB V	87
PROSES DAN HASIL DESAIN.....	87
5.1 ALTERNATIF LAYOUT.....	87
5.1.1 Ruang angkringan dan display makan.....	87
5.1.2 Ruang Display Fashion.....	89
5.1.3 Ruang Seminar	91
5.2. PENGEMBANGAN DESAIN RUANG TERPILIH 1.....	93
5.2.1 Layout Furniture	93
5.2.2 Gambar 3D	94
5.2.3 Detail Furniture dan Elemen Estetis	96
5.3. PENGEMBANGAN DESAIN RUANG TERPILIH 2.....	97
5.3.1 Layout Furnitur.....	97
5.3.3. Detail Furniture dan Elemen Estetis	100
5.4. PENGEMBANGAN DESAIN RUANG TERPILIH 3.....	102
5.4.1. <i>Layout</i> Furnitur	102

5.3.2. Gambar 3D.....	102
5.3.3. Detail <i>Furniture</i> dan Elemen Estetis.....	104
BAB VI	107
KESIMPULAN DAN SARAN	107
6.1 Kesimpulan.....	107
6.2 Saran	107
DAFTAR PUSTAKA	109

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2 1 Contoh Desain Modern	8
Gambar 2 2: Penerapan Konsep Natural.....	10
Gambar 2 3: <i>Color Chart</i>	11
Gambar 2 4: Material Natural	12
Gambar 2 5 Konfigurasi Distribusi Cahaya Rumah Lampu	23
Gambar 2 6 Penerapan <i>Accent Lighting</i>	24
Gambar 2 7. Gambar Window Display	26
Gambar 2 8 Gambar Open Display	27
Gambar 2 10 Gambar Layout Toko	31
Gambar 2 11. Motif Batik Sura dan Boyo	33
Gambar 2 12. Batik Semanggi	34
Gambar 2 13. Batik Sawunggaling	34
Gambar 2 14. Batik Ujung Galuh.....	35
Gambar 2 15. Batik Mangrove	36
Gambar 2 16 : Kesenian Ludruk	36
Gambar 2 17: Kesenian Tari Remo.....	37
Gambar 2 18: Gambar Kidungan	37
Gambar 2 19. Gambar Tugu Surabaya.....	38
Gambar 2 20. Gambar Bambu Runcing	39
Gambar 2 21. Monumen Jalesveva Jayamahe	40
Gambar 2 22 Monumen Kapal Selam	41
Gambar 2 23 Monumen Tugu Pahlawan.....	42
Gambar 2 24 Pecel Semanggi	43
Gambar 2 25. Tanaman Semanggi	43
Gambar 2 26. Rujak Cingur	44
Gambar 2 27. Sate Kelopo Ondomohen.....	44
Gambar 3. 1 GambarBagan Konsep Desain.....	57
Gambar 4. 1 Bangunan Sentra UKM MERR.....	63
Gambar 4. 2 Area Kasir Sentra UKM MERR.....	64
Gambar 4. 3 Area Display Makanan	65

Gambar 4. 4 Area Display Fashion.....	66
Gambar 4. 5 Area Souvenir	67
Gambar 4. 6 Ruang Pelatihan dan Souvenir	68
Gambar 4. 7 Rekapitulasi pelanggan terhadap sirkulasi.....	70
Gambar 4. 8 Rekapitulasi fasilitas pelayanan.....	70
Gambar 4. 9 Rekapitulasi konsep langgam	71
Gambar 4. 10 Rekapitulasi suasana	71
Gambar 4. 11 Rekapitulasi Pencahayaan.....	72
Gambar 4. 12 Matrix Hubungan Ruang	77
Gambar 4. 13 Bubble Diagram.....	77
Gambar 4. 14 Contoh Pencahayaan.....	79
Gambar 4. 15 Penerapan Plafon pada Konsep Desain	80
Gambar 5 1 Layout Denah Alternatif 1	87
Gambar 5 2. Layout Denah Alternatif 2	88
Gambar 5 3 Layout Denah Alternatif 3	89
Gambar 5 4 Layout Denah Alternatif 1	89
Gambar 5 5 Layout Denah Alternatif 2	90
Gambar 5 6 Layout Denah Alternatif 3	91
Gambar 5 7 Layout Denah Alternatif 1	91
Gambar 5 8 Layout Denah Alternatif 2	92
Gambar 5 9 Layout Denah Alternatif 3	92
Gambar 5 10. Denah Layout terpilih 1	94
Gambar 5 11: Ruang Terpilih 1 view 1	94
Gambar 5 12: Ruang Terpilih 1 view 2	95
Gambar 5 13: Ruang Terpilih 1 View 3	96
Gambar 5 14 Detail Furniture display	97
Gambar 5 15 Detail Elemen Estetis.....	97
Gambar 5 16 <i>Layout</i> Furnitur Ruang Terpilih 2.....	98
Gambar 5 17 Ruang Terpilih 2 view 1	98
Gambar 5 18 Ruang Terpilih 2 view 2	99
Gambar 5 19 Ruang Terpilih 2 view 3	100
Gambar 5 20 Detail Furnitur Display	101
Gambar 5 21. Detail Elemen Wall Panel.....	101

Gambar 5 22 <i>Layout</i> Furnitur Ruang Terpilih 3	102
Gambar 5 23 Layout Ruang Terpilih 3 View 1	103
Gambar 5 24 Layout Ruang Terpilih 3 View 2	103
Gambar 5 25 Detail Furnitur Kursi Peserta	104
Gambar 5 26 Detail Elemen Estetis Wall Panel	105

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Persepsi Warna	12
Tabel 3. 1 Pertanyaan Wawancara.....	59
Tabel 4. 1 Studi Aktivitas pada lantai 1	75



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Surabaya merupakan kota kedua terbesar di Indonesia yang perekonomiannya bertumbuh pesat, salah satunya sektor industri rumahan yang memproduksi ragam kerajinan bertaraf nasional sampai internasional.. Perkembangan dan pertumbuhan UKM di Surabaya dari tahun ke tahun mengalami pertumbuhan yang pesat. Hal tersebut tentu saja tidak terlepas dari peran pemerintah dalam mengembangkan potensi UKM yang ada, salah satunya yang ada di Surabaya yaitu Dinas Perdagangan Kota Surabaya yang memiliki peran untuk mengembangkan potensi UKM yang ada. Menjadi jembatan memasarkan produk dari para anggotanya agar mampu bersaing dengan produk negara lain.

Berdasarkan Peraturan Daerah Provinsi Jawa Timur No. 6 Tahun 2011 Tentang Pemberdayaan UKM telah disebutkan bahwasannya pemberdayaan terhadap UKM sebagai salah satu pelaku pembangunan ekonomi Jawa Timur perlu dilakukan secara menyeluruh, optimal, dan berkesinambungan melalui pengembangan iklim yang kondusif, pemberian kesempatan berusaha, dukungan, perlindungan, dan pengembangan usaha seluas-luasnya, sehingga mampu meningkatkan kedudukan, peran, dan potensi UKM dalam memajukan pembangunan dan dapat menyerap tenaga kerja yang banyak pula. Sesuai peraturan daerah tersebut Dinas Perdagangan telah membuka sentra-sentra UKM di Surabaya salah satunya adalah Sentra UKM MERR yang berlokasi di Jl. Ir. H. Soekarno No. 11 Surabaya. Sentra UKM MERR ini merupakan yang terbesar di Surabaya dan merupakan wadah bagi para pelaku UKM untuk berinteraksi dengan konsumen baik secara langsung maupun tidak langsung.

Sentra UKM MERR Surabaya adalah sebuah ikon simbolik untuk UKM yang ada di Surabaya. Sentra UKM MERR ini dibangun dengan tujuan agar tempat ini dapat mejadi tempat berkunjungnya para konsumen dari seluruh Indonesia bahkan mancanegara, serta bertujuan sebagai media promosi UKM di Surabaya untuk mengenalkan produknya. Dengan adanya tempat pemasaran ini diharapkan seluruh UKM dapat mengembangkan segala usahanya dan dapat



lebih berkreaitivitas agar usahanya lebih baik dan dapat mengikuti persaingan global.

Dibalik banyaknya potensi yang ada, tersimpan banyak dinamika terhadap perkembangan perekonomian kerakyatan di Surabaya. Mulai dari kurangnya akses pasar untuk produk-produk UKM, persaingan dengan sektor ekonomi makro, sampai tantangan pasar global dan MEA. Dalam hal ini diperlukan fasilitas pasar yang dapat menjadi wadah dan sarana promosi bagi produk UKM sehingga dapat menarik minat pengunjung. Serta perlunya desain Sentra UKM MERR yang dapat mencerminkan kebudayaan kota Surabaya dengan tujuan untuk mengenalkan ciri khas kota Surabaya kepada wisatawan.

Dengan menerapkan konsep modern natural pada Senta UKM MERR dengan aksen suroboyoon sebagai upaya membantu promosi produk di UKM. Sehingga dapat menciptakan suasana khas kota Surabaya agar wisatawan dari luar kota hingga manca negara dapat merasakan atmosfir yang diciptakan di Sentra UKM MERR, dan dijadikan referensi belanja khas kota Surabaya.

1.2 Identifikasi Masalah

1. Akses pengunjung pada Sentra UKM MERR kurang terarah dan menyambut
2. Barang yang didisplay kurang terstruktur dan fungsional
3. Display produk yang kurang mencukupi di area fashion
4. Kuantitas display fashion yang kurang memenuhi jumlah barang
5. Bagaimana menghadirkan susunan aktivitas Sentra UKM MERR sehingga dapat mengarahkan pengunjung

1.3 Rumusan Masalah

1. Bagaimana mendesain akses pengunjung Sentra UKM Merr yang tidak membingungkan dan menyambut ?
2. Bagaimana menghadirkan fasilitas Sentra UKM MERR yang dapat mendukung aktivitas di dalam UKM ?
3. Bagaimana mendesain Sentra UKM MERR yang *fresh* dan segar ?

1.4 Tujuan

1. Menghadirkan desain interior Sentra UKM Merr yang terarah dan memiliki ciri khas Kota Surabaya



2. Menghadirkan fasilitas tambahan berbasis aktivitas baru di dalam Sentra UKM MERR yang dapat menarik pengunjung.
3. Menghadirkan desain Interior Sentra UKM MERR yang berkonsep natural

1.5 Manfaat

Hasil desain interior Sentra UKM Merr Surabaya diberikan dapat memperoleh manfaat sebagai berikut:

1.5.1 Bagi Mahasiswa

Memberikan pengetahuan tentang perkembangan galeri maupun pusat oleh-oleh sebagai upaya untuk memasarkan suatu produk terutama UKM di Indonesia. Juga memberikan tambahan ilmu mendesain pusat oleh-oleh yang memiliki ciri khas daerah. Menambah kemampuan dalam menyelesaikan berbagai masalah dalam bidang interior.

1.5.2 Bagi Sentra UKM Merr Surabaya

Sebagai alternatif konsep Sentra UKM MERR yang baru dengan memberikan suasana yang sesuai dengan kebutuhan penggunanya serta penambahan fasilitas yang dapat menunjang minat pengunjung yang datang sehingga dapat meningkatkan pemasaran produk yang ada di Sentra UKM Merr.

1.6 Batasan Desain

Adapun batasan desain pada redesain Sentra UKM MERR adalah sebagai berikut:

1. Mendesain seluruh area Sentra UKM MERR
2. Desain tidak merubah struktur bangunan



Halaman ini sengaja dikosongkan



BAB II

KAJIAN PUSTAKA

3.1 Kajian UKM (Usaha Kecil dan Menengah)



Gambar 2.1 Contoh Desain Interior Display UKM

Sumber: Google.com, 2019

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

2.1.1 Pengertian UKM

1. Usaha Kecil

Adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam UU no.9 Tahun 1995.

2. Usaha Menengah

Adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah



kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam UU no.9 Tahun 1995.

Tabel 2. 1. Pertanyaan Wawancara

No	Uraian	Kriteria	
		Aset	Omset
1	Usaha Kecil	>50 juta-500 juta	>300 juta- 2,5 miliar
2	Usaha Menengah	>500 juta-10 miliar	>2,5 miliar-50 miliar

Sumber: UU no.26 Tahun 2008

2.1.2 Kriteria UKM

Berikut kriteria UKM menurut UU No. 9 tahun 1995 adalah :

- Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 200.000.000,- (Dua Ratus Juta Rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
- Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp. 1.000.000.000,- (Satu Milyar Rupiah)
- Milik Warga Negara Indonesia
- Berdiri sendiri, bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang tidak dimiliki, dikuasai, atau berafiliasi baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Menengah atau Usaha Besar
- Berbentuk usaha orang perseorangan , badan usaha yang tidak berbadan hukum, atau badan usaha yang berbadan hukum, termasuk koperasi. Untuk dapat memacu dan meningkatkan penghasilan maka di perlukan strategi ukm waralaba



2.1.3 Klasifikasi UKM

Dalam perspektif perkembangannya, UKM diklasifikasikan/dikelompokkan menjadi 4 (empat) kelompok yaitu, sebagai berikut:

a. Livelihood Activities

Livelihood Activities adalah UKM yang digunakan sebagai kesempatan kerja untuk mencari nafkah, yang lebih umum dikenal sebagai sektor informal. Sebagai contoh: pedagang kaki lima.

b. Micro Enterprise

Micro Enterprise adalah UKM yang memiliki sifat pengrajin tetapi belum mempunyai sifat kewirausahaan.

c. Small Dynamic Enterprise

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

d. Fast Moving Enterprise

Fast Moving Enterprise adalah UKM yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan akan melakukan transformasi menjadi Usaha Besar (UB). Yang dimaksud usaha besar adalah usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh badan usaha dengan jumlah Kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan lebih besar dari Usaha Menengah, yang meliputi usaha milik negara atau swasta. Usaha patungan dan usaha asing yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia.

2.1.4 Undang-undang Pengatur UKM

Berikut beberapa undang-undang dan peraturan UKM adalah sebagai berikut. Permasalahan yang dihadapi oleh UKM antara lain meliputi:

- UU No. 9 Tahun 1995 tentang Usaha Kecil.
- PP No. 44 Tahun 1997 tentang Kemitraan.
- PP No. 32 Tahun 1998 tentang Pembinaan dan Pengembangan Usaha Kecil.
- Inpres No. 10 Tahun 1999 tentang Pemberdayaan Usaha Menengah.



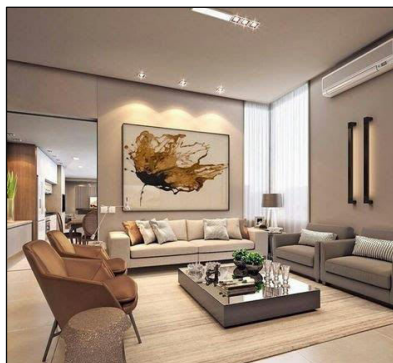
- Keppres No. 127 Tahun 2001 tentang Bidang/Jenis Usaha Yang Dicadangkan. Untuk Usaha Kecil dan Bidang/Jenis
- Keppres No. 56 Tahun 2002 tentang Restrukturisasi Kredit Usaha Kecil dan Menengah.
- Permeneg BUMN Per-05/MBU/2007 tentang Program Kemitraan Badan Usaha Milik Negara dengan Usaha Kecil dan Program Bina Lingkungan.
- Permeneg BUMN Per-05/MBU/2007 tentang Program Kemitraan Badan Usaha Milik Negara.
- Undang-undang No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.

2.1.5 Upaya Pembangunan UKM

Upaya untuk mengembangkan UKM diantaranya sebagai berikut

- a. Penciptaan iklim usaha yang kondusif
- b. Mengusahakan keamanan berusaha dan ketentraman serta penyederhanaan prosedur perizinan usaha, keringanan pajak dsb.
- c. Perlindungan usaha jenis jenis tertentu terutama jenis usaha tradisional yang merupakan usaha golongan ekonomi lemah, harus mendapatkan perlindungan dari pemerintah baik melalui undang-undang maupun peraturan pemerintah.
- d. Mengembangkan Promosi guna lebih mempercepat kemitraan antara UKM dengan usaha-usaha besar.

2.2 Kajian Modern



Gambar 2 1 Contoh Desain Modern

Sumber : <https://id.pinterest.com>, 2018



2.2.1 Pengertian Modern

Arsitektur modern mulai berkembang sebagai akibat adanya perubahan dalam teknologi, sosial, dan kebudayaan yang dihubungkan dengan Revolusi Industri (1760 – 1863). Gaya modern adalah gaya desain yang simple, bersih, fungsional, stylish dan selalu mengikuti perkembangan jaman yang berkaitan dengan gaya hidup modern yang sedang berkembang pesat. Gaya hidup modern ditopang oleh kemajuan teknologi, dimana banyak hal yang sebelumnya tidak bisa dibuat dan didapatkan menjadi tersedia bagi banyak orang.

2.2.2 Karakteristik Modern

Berikut beberapa ciri khas dari langgam modern terkini yang telah mengalami perubahan (Ikhwanuddin):

- a. Terlihat mempunyai keseragaman dalam penggunaan skala manusia.
- b. Bangunan bersifat fungsional, artinya sebuah bangunan dapat mencapai tujuan semaksimal mungkin, bila sesuai dengan fungsinya.
- c. Bentuk bangunan sederhana dan bersih yang berasal dari seni kubisme dan abstrak yang terdiri dari bentuk-bentuk aneh, tetapi intinya adalah bentuk segi empat.
- d. Konstruksi diperlihatkan.
- e. Pemakaian bahan pabrik yang diperlihatkan secara jujur, tidak diberi ornamen atau ditempel - tempel.
- f. Interior dan eksterior bangunan terdiri dari garis-garis vertikal dan horisontal.
- g. Konsep open plan, yaitu membagi dalam elemen-elemen struktur primer dan sekunder, dengan tujuan untuk mendapatkan fleksibilitas dan variasi di dalam bangunan.
- h. Aluminium dan stainless steel trim pada pintu dan jendela



2.3 Kajian Natural

2.3.1 Pengertian Natural

Konsep Natural merupakan sebuah konsep yang menonjolkan karakteristik dari bahan bangunan baik penggunaan material maupun elemen-elemen yang terkandung pada ruang dalam (interior). Konsep ini biasa menggunakan bahan-bahan alam berupa kayu, batuan ataupun elemen estetis seperti bunga ataupun jenis tanaman-tanaman lain yang dapat menghidupkan suasana alami dalam sebuah interior ruang. Konsep Natural difokuskan pada nuansa yang diciptakan agar mendekatkan psikologi yang berada di dalam ruangan merasa nyaman dan segar namun tidak melupakan fungsi ruangan tersebut.

2.3.2 Karakteristik Natural

Konsep Natural merupakan sebuah konsep yang menonjolkan karakteristik dari bahan bangunan baik penggunaan material maupun elemen-elemen yang terkandung pada ruang dalam (interior). Konsep ini biasa menggunakan bahan-bahan alam berupa kayu, batuan ataupun elemen estetis seperti bunga ataupun jenis tanaman-tanaman lain yang dapat menghidupkan suasana alami dalam sebuah interior ruang. Konsep Natural difokuskan pada nuansa yang diciptakan agar mendekatkan psikologi yang berada di dalam ruangan merasa nyaman dan segar namun tidak melupakan fungsi ruangan tersebut.



Gambar 2 2: Penerapan Konsep Natural

Sumber : <https://media.neliti.com>

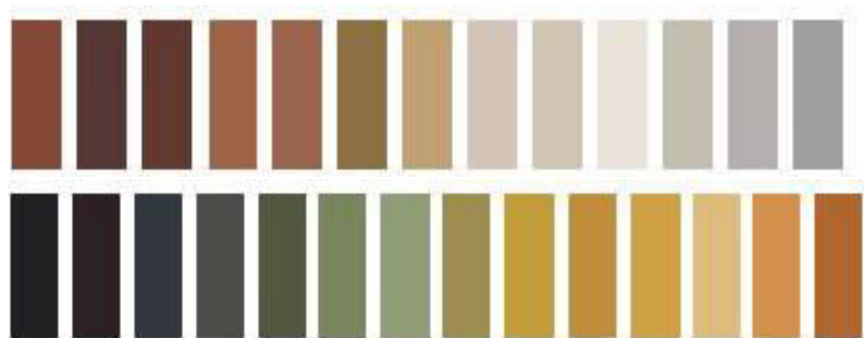


Menciptakan suatu suasana natural dalam Interior ada beberapa elemen yang dapat digunakan untuk menghadirkan suasana Natural pada Interior.

a. Warna

Setiap warna memiliki panjang gelombang tertentu dalam energy radiasi, atau cahaya. Warna yang tercipta berkat adanya cahaya merupakan bentuk energy yang dapat mempengaruhi pikiran (mood) emosi, reaksi fisik, dan persepsi ruang secara keseluruhan. (Grant-Hays, Brenda dan Kimberley A.Mikula, 2003). Dalam Desain Grafis, warna mempunyai peran yang sangat penting, karena mempunyai nilai bahasa karakter (Language Character) dan efek psikologis terhadap yang melihatnya dan dapat memberikan makna dan kesan tertentu.

Gradasi warna coklat memiliki kesan natural karena warna tersebut menyerupai material yang berasal dari alam, seperti kayu, bambu, dan rotan. Untuk menampilkan kesan natural pada ruangan juga dapat menggunakan warna-warna alami seperti warna cream, coklat muda, coklat tua, ornge, abu-abu dan lain sebagainya. Dengan pemilihan warna elemen-elemen penyusun ruang serta furniture yang tepat akan menekankan kesan natural dan hangat pada ruangan.



Gambar 2 3: *Color Chart*

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



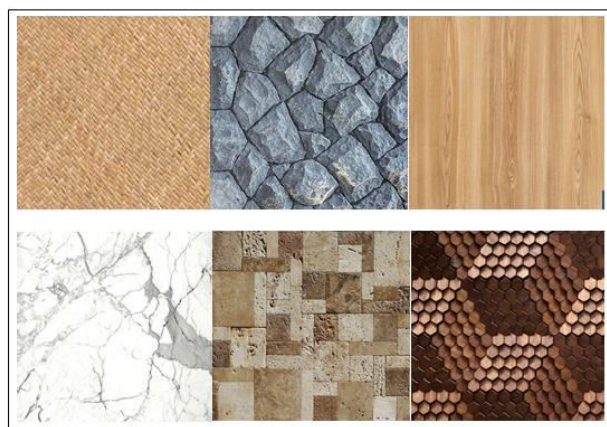
Tabel 2. 1 Persepsi Warna

Warna	Asosiasi
Kuning	Matahari, Keceriaan
Biru	Langit, Laut, Kesejukan, Ketenangan
Merah	Kehidupan, panas, api, kekuatan, kekuasaan, hangat, agresif, menstimulasi
Hijau	Hutan, padang rumput, menyembuhkan, istirahat, memperbaharui, ketenangan
Ungu	Royalty, spiritual, menyembuhkan, keajaiban
Orange	Jeruk, dikenal dapat meningkatkan selera makan, menghangatkan, memberi energy
Coklat	Bumi, kayu, alam sekitar, netral
Putih	Kemurnian, keseerhanaan
Hitam	Manis, dramatis

Sumber: *Color in Small Space*, hal.39

b. Material

Material yang bersifat natural seperti kayu, batu, bambu, dan vegetasi dapat menghasilkan efek psikologis yang mempengaruhi indera manusia seperti pengelihatn dan perabaan



Gambar 2 4: Material Natural

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



2.4 Kajian Galeri

2.4.1 Pengertian Galeri

Ruang pameran pada museum biasanya digunakan untuk karya seni dan ilmu pengetahuan, ruang-ruang tersebut seharusnya :

- Terlindung dari gangguan, pencurian, kelembaban, kering dan debu.
- Mendapatkan cahaya yang terang, merupakan bagian dari pameran yang baik.

Suatu pameran yang baik seharusnya dapat dilihat public tanpa rasa lelah. Penyusunan ruangan dibatasi dan perubahan dan kecocokan dengan bentuk ruangan. Penyusunan setiap kelompok lukisan yang berada dalam satu dinding menyebabkan ruangan menjadi lebih kecil. Bagian dinding dalam perbandingan bidang dasar sebagai ukuran merupakan hal yang penting terutama untuk lukisan-lukisan karena besarnya ruang tergantung dari besarnya lukisan.

2.4.2 Kategori Galeri

Kategori galeri berdasarkan fungsi dan karakter yaitu:

a. Galeri di dalam Museum

Galeri ini merupakan galeri khusus untuk memamerkan benda-benda yang dianggap memiliki nilai sejarah ataupun kelangkaan.

b. Galeri Kontemporer

Galeri yang memiliki fungsi komersial dan dimiliki oleh perorangan.

c. Vanity Galeri

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

d. Galeri Arsitektur

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

e. Galeri Komersil

Fungsi utamanya adalah untuk mencari keuntungan, bisnis secara pribadi untuk menjual hasil karya. Tidak berorientasi mencari keuntungan kolektif dari pemerintah nasional atau lokal.



2.4.3 Tata Display Galeri

Terdapat tiga macam penataan atau display benda koleksi menurut (The Architectural Press, 1979), yaitu :

a. *In Show Case*

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

b. *Free Standing On The Floor Or Plinth Or Support*

Benda yang akan dipamerkan memiliki dimensi yang besar sehingga diperlukan suatu panggung atau pembuatan ketinggian lantai sebagai batas dari display yang ada. Contoh: patung, produk instalasi seni, dll.

c. *On Wall Or Panels*

Benda yang akan dipamerkan biasanya merupakan karya seni 2 dimensi dan ditempatkan di dinding ruangan maupun partisi yang dibentuk untuk membatasi ruang. Contoh: karya seni lukis, karya fotografi, dll.

2.5 Kajian Display Barang

2.5.1 Pengertian Display

Display ialah keinginan membeli sesuatu yang tidak didorong oleh seseorang, tetapi didorong oleh penglihatan ataupun oleh perasaan lainnya. Display letak barang dengan memperlihatkan unsur pengelompokan jenis dan kegunaan barang, kerapihan dan keindahan agar terkesan menarik dan mengarahkan konsumen untuk melihat, mendorong, dan memutuskan untuk membeli. Menempatkan barang merupakan hal yang penting terutama penempatan barang dalam windows display, interior display, dan exterior display.

Selanjutnya, menurut para ahli display dibagi menjadi 3 macam yaitu:

2.5.1.1 Window Display

Yaitu memajangkan barang-barang, gambar-gambar kartu harga, simbol-simbol dan sebagainya di bagian toko yang



disebut etalase. Dengan demikian calon konsumen yang lewat di muka tokoo-toko akan tertarik oleh barang-barang tersebut dan ingin masuk ke dalam toko. Wajah toko akan berubah jika windows display diganti. Fungsi windows display ini mempunyai beberapa tujuan sebagai berikut:

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

2.5.2 Interior Display

Yaitu memajangkan barang-barang, gambar-gambar, kartu-kartu harga, poster-poster didalam toko misalnya dilantai, dimeja, dirak-rak dan sebagainya. Interior display ini ada beberapa macam :

2.5.2.1 Merchandise Display

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

a. Open Display

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

b. Closed Display

Barang-barang dipajangkan dalam suasana tempat tertutup. Barang-barang tersebut tidak dapat dihindari



dan dipegang atau diteliti oleh calon pembeli kecuali atas bantuan

c. Architecture Display

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

2.5.2.2 Store Sign and Decoration

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

2.5.2.3 Display dan Penyimpanan Tekstil

Salah satu cara untuk menikmati karya tekstil adalah dengan memamerkannya/ mendisplaynya. Namun banyak hal yang perlu diperhatikan sebelum mendisplay untuk meminimalisir kerusakan tekstil, diantaranya sebagai berikut:

- Selalu memposisikan tekstil yang akan didisplay di area yang teduh, jangan terpapar cahaya secara langsung. Jangan meletakkannya di dekat sumber cahaya seperti jendela dan juga area lampu atau spotlight.
- Hindari mendisplay tekstil dalam waktu yang lama karena risiko kerusakan dapat meningkat, usahakan display tekstil bergantian dengan tekstil lainnya.
- Ada baiknya mendisplay tekstil dibalik acrylic atau kaca karena tekstil dapat terlindung dari debu dan polusi.
- Ketika mendisplay tekstil perlu diperhatikan terlebih dahulu bahan yang akan bersentuhan dengan tekstil agar



tekstil yang didisplay tidak bereaksi dengan asam atau kandungan kimia lain yang dapat merusak tekstil (sama dengan cara penyimpanan tekstil).

2.5.2.4 Dealer Display

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

2.5.3 Signage Decration

Signage menurut Oxford Advance Learner Dictionary of Current English adalah sebuah kata atau kata-kata, desain dan lain-lain pada sebuah papan atau lempengan untuk memberikan peringatan atau untuk mengarahkan seseorang menuju sesuatu. Menurut Lawrence K. Frank, arti sign adalah pesan atau informasi yang muncul secara berturut-turut atau teratur dalam hubungannya dengan tanda-tanda yang penting dan menimbulkan respon pada manusia.

a. Aspek – aspek yang seharusnya menjadi syarat sign yang baik adalah:

- Visibilitas

Tingkat kemudahan bagaimana sign tersebut dapat dilihat oleh manusia. Hal-hal yang mendukung seperti penempatan, penggunaan warna dan material, bentuk, dan pemasangan.

- Readibilitas

Informasi yang ingin ditunjukkan oleh sign tersebut dapat dimengerti oleh orang lain dengan mudah

- Legibilitas

Informasi paling penting dalam sebuah signage dapat dibaca dengan jelas, seperti kemampuan sebuah kata utama muncul dan mencolok atau menarik perhatian dibandingkan background-nya.

b. Berdasarkan jenis isi atau informasi yang disampaikan, signage secara umum dikategorikan menjadi :



- **Pemberi Orientasi (Orientational Sign)**

Berfungsi untuk memberi tahu kedudukan atau posisi tepat seseorang dalam suatu kawasan, agar ia tahu arah selanjutnya untuk menuju ke tempat yang ia inginkan.

- **Pemberi Informasi (Informational Sign)**

Berisi informasi mengenai segala sesuatu di lingkungan. Berfungsi mengenalkan identitas suatu tempat atau ruang di suatu kawasan, agar masyarakat dapat membedakan tempat tersebut dengan tempat-tempat lainnya.

- **Penunjuk Arah (Directional Sign)**

Alat untuk memberi arah atau navigasi kepada pengguna secara eksplisit. Misalnya sign berbentuk panah yang mengarahkan orang ke toilet dalam suatu mall.

- **Pemberi Peringatan (Statutory Regulatory Sign)**

Berfungsi untuk memberitahukan peraturan-peraturan mengenai kegiatan yang boleh atau tidak boleh dilakukan di daerah tersebut.

- **Pemberi Dekorasi (Ornamental Sign)**

Berfungsi untuk memperindah atau meningkatkan penampilan suatu bangunan baik secara umum atau khusus. Seperti, spanduk, plakat, dan bendera.

Signage dapat dinikmati atau dibuat dalam bentuk dua dimensi ataupun tiga dimensi. Menurut sifat pemasangannya, signage dapat dipasang di suatu tempat secara permanen ataupun sementara. Sedangkan menurut cara pemasangannya, signage dibedakan menjadi free-standing

2.6 Kajian Retail

2.6.1 Pengertian Retail

Retail adalah sebuah kegiatan penjualan barang maupun jasa secara langsung kepada konsumen akhir untuk pemakaian pribadi dan atau rumah tangga, bukan untuk keperluan bisnis. Apabila institusi produsen, Retail Store atau wholesales menjual sesuatu kepada konsumen



akhir untuk pemakaian nonbisnis, maka itu berarti mereka sudah melakukan Penjualan Retail.

2.6.2 Fungsi Retail

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

- f. Membeli dan menyimpan barang,
- g. Memindahkan hak milik barang kepada konsumen akhir,
- h. Memberikan informasi tentang sifat dasar serta cara pemakaian barang tersebut.
- i. Memberikan kredit kepada konsumen (dalam kasus tertentu)

2.6.3 Faktor Konsumen Retail

Dalam studi retail store ada juga faktor-faktor yang harus di perhatikan, pembeli/konsumen mempertimbangkan banyak hal antaranya adalah faktor yang berhubungan dengan kebutuhan ekonominya dan kebutuhan emosional (seperti gengsi). Berikut adalah faktor yang berpengaruh .

a. Harga

Terdapat retail store yang memasang harga mati seperti misalnya Supermarket dan Department store. Serta ada pula yang menetapkan harga fleksibel atau dapat ditawar.

b. Kualitas produk

Kualitas seperti apa yang ditawarkan dengan build quality grade yang mempuni.

c. Nilai yang ditawarkan

d. Kemudahan

Kemudahan untuk memiliki banyak arti dan maksud seperti kemudahan parkir, sehingga dapat segera memilih dan memutuskan untuk pembayaran.

e. Bantuan winaraga

Swaayan membantu secara aktif dan inisiatif.

f. Reputasi

g. Jasa-jasa Khusus



2.6.4 Katagori Retail

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

a. Tipe Kepemilikan

Tipe kepemilikan sebuah retail juga berpengaruh terhadap klasifikasi retail, dimana dapat menjadi suatu poin penilaian dan kriteria jenis suatu retailing. Berikut berdasarkan tipe retail yang dibagi menjadi 3 jenis berdasarkan ahli ekonomi yaitu Albert Meyer., yaitu :

- *Independent Retail Firm*

Merupakan suatu outlet pengecer yang dimiliki dan dioperasikan secara independen dan tanpa afiliasi (pengabungan). Contoh: kios, warung, atau toko-toko barang kelontong yang dimiliki oleh orang perorang, baik yang berlokasi di pasar regional, pasar tradisional, pasar inpres, jajaran rumah toko, perumahan penduduk, atau di lokasi-lokasi lainnya, termasuk juga outlet yang dikelola oleh koperasi.

- *Waralaba (Franchising)*

Suatu sistem pemasaran atau distribusi barang dan jasa, dimana sebuah perusahaan induk memberikan kepada individu atau perusahaan lain yang berskala kecil atau menengah, hak-hak istimewa untuk melakukan suatu sistem usaha tertentu dengan cara yang sudah ditentukan, selama waktu tertentu, dan ditempat tertentu.

- *Coreporate Chain*

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



b. Produk atau jasa Jual

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

- Service Retailing

Ada tiga jenis service retailing, yaitu :

- *Rented-Goods Service*, sebuah usaha retail yang dimana berada dalam perjanjian sewa menyewa atau kontrak antar retail dan penjual.
- *Owned-Goods Service* , Dalam jenis ini, produk-produk yang dimiliki oleh para konsumen dapat direparasi, ditingkatkan atau dikembangkan. *Owned-goods service* juga mencakup perubahan bentuk pada produk yang telah dimiliki pelanggan
- *Non-Goods Service*, Karakteristik khusus pada jenis ini adalah jasa personal ditawarkan kepada para konsumen.

- Product Retailing

Product retailing terdiri atas beberapa jenis, di antaranya yaitu:

- Toko serba ada (*Department Store*), menjual segala macam item yang diantaranya perabotan, mebel, pakaian, perlengkapan dan peralatan rumah tangga. Umumnya *dept store* yang besar dibagi secara divisi dan departemen.
- *Specialty Store* atau toko khusus adalah suatu bentuk pasar yang menjual suatu lini barang dengan kedalaman tertentu. Sebagai beberapa klasifikasi produk yang lebih dalam dan beragam. konsentrasinya pada jenis barang dagangan yang terbatas/sedikit. *Specialty store* biasanya berlokasi di pusat perbelanjaan yang besar.
- *Catalog Showroom* , menawarkan harga rendah, merek nasional, dan daerah perbelanjaan yang kecil yang berdekatan dengan tempat pajangan (*display*) ecerannya. Biasanya pembeli menelaah katalog-katalog yang terdistribusi luas sebelum mengunjungi toko tersebut



Pembeli harus melengkapi blanko pemesanan, yang akan diproses sebelum item yang dibeli diserahkan kepadanya di lokasi pusat. Dengan membatasi pajangan produknya.

- Food and Drug Retailer Ada tiga jenis utama food and drug retailer, yaitu pasar swalayan (supermarket).

2.7 Tata Cahaya

2.7.1 Pengertian Tata Cahaya

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

2.7.2 Arah Datang Cahaya

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

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

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

2.7.3 Sumber Pencahayaan

a. Pencahayaan Alami

Pencahayaan alami adalah pencahayaan yang dihasilkan oleh sumber cahaya alami yaitu matahari. Pencahayaan alami dapat diperoleh dengan membuat jendela atau ventilasi atau bukaanbukaan yang besar.

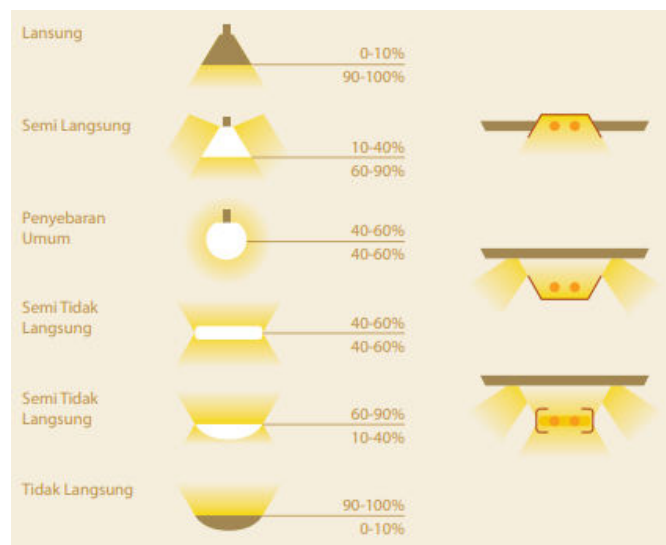


b. Pencahayaan Buatan

Pencahayaan buatan adalah pencahayaan yang dihasilkan oleh sumber listrik. Apabila pencahayaan alami tidak memadai atau posisi ruang sukar untuk dicapai oleh pencahayaan alami, maka dapat digunakan pencahayaan buatan. Pencahayaan buatan sebaiknya memenuhi persyaratan sebagai berikut :

- Mempunyai intensitas yang cukup sesuai dengan jenis kegiatan.
- Tidak menimbulkan pertambahan suhu udara yang berlebihan pada ruang.
- Memberikan pencahayaan dengan intensitas yang tetap menyebar secara merata, tidak berkedip, tidak menyilaukan dan tidak menimbulkan bayang-bayang yang dapat mengganggu kegiatan.

2.7.4 Jenis Pencahayaan Buatan



Gambar 2 5 Konfigurasi Distribusi Cahaya Rumah Lampu

Sumber: Konfigurasi Distribusi Cahaya Rumah Lampu, 2018

a. General Lighting

Biasanya diletakkan pada ceiling (yang berfungsi sebagai reflektor) sehingga cahaya yang dihasilkan mampu menerangi keseluruhan ruang. General lighting umumnya berupa down light



dengan lampu fluorescent atau lampu hemat energi dan warna cahayanya putih.

b. Task Lighting

Task lighting merupakan sistem pencahayaan yang difokuskan pada suatu area dengan tujuan membantu aktivitas tertentu. Task lighting juga dapat mengurangi ketengangan mata saat beraktivitas.

c. Accent Lighting

Pencahayaan accent digunakan saat sebuah benda atau bagian benda perlu ditonjolkan dengan sebuah pencahayaan. Tujuannya adalah untuk menampilkan sesuatu yang paling menarik dari dekorasi interior dengan menonjolkan bagian objek tersebut.



Gambar 2 6 Penerapan *Accent Lighting*

Sumber: Pinterst.com, 2018

Accent Lighting membuat suasana ruang terasa lebih hidup dan menarik. Penggunaan accent lighting yang tepat (dibutuhkan cahaya 3 kali lebih terang daripada penerangan dalam ruang) juga dapat menonjolkan dimensi dan karakter ruang. Jenis lampu yang biasa digunakan yaitu spotlight, mini-spot, tungsten, dan halogen.

d. Decorative Lighting

Decorative lighting atau pencahayaan dekoratif merupakan pencahayaan yang berfungsi sebagai elemen dekoratif (bukan penerangan utama).

e. Kinetic Lighting



Kinetic lighting adalah pencahayaan yang menghasilkan cahaya dan bayangan yang bergerak.

2.8 Display Produk

2.8.1 Pengertian

Display (pemajangan barang) merupakan salah satu aktivitas terpenting dalam keseharian operasional pengelolaan sebuah toko Output yang dihasilkan dari aktivitas yang satu ini berpengaruh langsung pada tingkat keberhasilan penjualan di dalam toko, terlebih bagi toko-toko ritel modern yang memiliki format layanan mandiri (swalayan) seperti minimarket, supermarket maupun hypermarket. belakangan, display yang dilakukan oleh para peritel modern berkembang semakin inovatif, terutama sejak semakin banyaknya peritel yang memahami konsep dan pemanfaatan alat bantu display (visual merchandising) yang kini semakin populer. bentuk arsitektur sebuah toko menunjukkan status sosial, budaya dan perubahan dari ekonomi setempat. dahulu, bentuk ritel berupa toko-toko milik suatau keluarga yang berdiri sendiri. Kini berubah menjadi toko-toko di dalam satu arcade atau suatu mall di mana arcade, promenade, gallery, sebagai satu area terlindung dengan suasana menyenangkan. konsep ini menjadi gambaran makin besarnya kebutuhan ruang wisata belanja. Marc Gobe, penulis buku pemasaran dalam salah satu buku terlarisnya, *Emotional Branding* mengungkapkan munculnya kecenderungan perdagangan eceran (retail) yang mampu menjadi sebuah kekuatan promosi. Mengalahkan kekuatan dari media periklanan sendiri. *Retailing has become advertising*. Hal ini diperoleh lewat kekuatan ritel-ritel yang tak semata karena menawarkan harga produk yang murah. Melainkan lebih karena kecerdikan retailer menciptakan kesan nyaman kepada konsumen saat menghadapi produk dalam pusat perbelanjaan.

2.8.2 Tujuan Display

- a. Attention dan interest customer



Attention dan interest customer artinya menarik perhatian pembeli dilakukan dengan cara menggunakan warna-warna, lampu lampu dan sebagainya.

b. Desire dan action customer

Desire dan action customer artinya untuk menimbulkan keinginan memiliki barang-barang yang dipamerkan di toko tersebut, setelah masuk ke toko, kemudian melakukan pembelian

2.8.3 Pengertian penataan produk (Display)

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

1. Window display



Gambar 2 7. Gambar Window Display

Sumber: <http://displayprdku.blogspot.com/>

Window display adalah pemajangan barang dagangan di etalase atau jendela kegiatan usaha. Tujuan window display adalah untuk menarik minat konsumen sekaligus menjaga keamanan barang dagangan. window display hanya memperlihatkan barang dagangan yang ditawarkan saja, tanpa dapat disentuh oleh konsumen, sehingga pengamanan menjadi lebih mudah. Bila konsumen ingin mengetahui lebih lanjut, maka ia dipersilahkan untuk masuk lebih memperjelas pengamatannya. fungsi window display adalah:



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

2. Interior display

a. Open Display



Gambar 2 8 Gambar Open Display

Sumber: Google.com, 2019

Adalah penataan barang dagangan di dalam kegiatan usaha dimana barang diletakkan secara terbuka sehingga konsumen dapat melihat, dan mengamati tanpa bantuan petugas penjualan (pramuniaga), misalnya self display, island display (barang-barang diletakkan diatas lantai dan ditata dengan baik sehingga menyerupai pulau-pulau).

Kelebihan dari open interior display antara lain;

- Barang dagangan dapat dijual dengan cepat (fast moving)
- Pemilik toko dengan mudah mengadakan perubahan susunan display apabila sewaktu waktu diperlukan.
- Alat-alat yang dipakai untuk mendisplay barang-barang relatif sederhana,



Secara umum syarat barang barang yang dapat di display dengan system open interior adalah:

- Barang barang yang lama lakunya (slow moving)
- Barang barang yang ingin cepat habis terjual (fast moving)
- Barang barang yang dibeli atas dorongan kata hati (impulse buying)

b. Close Display

Adalah penataan barang dagangan di dalam kegiatan usaha dimana barang diletakkan dalam tempat tertentu, sehingga konsumen hanya dapat mengamati saja. Bila konsumen ingin mengetahui lebih lanjut, maka ia akan minta tolong pada wiraniaga untuk mengambilkannya.

- Architectural display
yaitu menata gambar yang menunjukkan gambaran mengenai penggunaan barang yang diperdagangkan, misalnya ruang tamu, mebeleur, bed set di kamar tidur.
- Store sign and decoration
Merupakan simbol, tanda, poster, lambang, gambar, dan semboyan yang diletakkan diatas meja atau digantung dalam ruangan toko, store sign digunakan untuk memberi arah kepada calon pembeli ke arah barang dagangan dan memberi informasinya mengenai kegunaan barang tersebut, decoration pada umumnya digunakan dalam acara acara khusus ,sepoerti pada hari raya, natal dan menyambut tahun baru.
- Dealer display
Dealer display merupakan simbol, petunjuk-petunjuk mengenai penggunaan barang yang dibuat oleh produsen, simbol-simbol tersebut seakan-akan memberi peringatan kepada pramuniaga agar tidak memberikan informasi yang tidak sesuai atau tidak benar.



3. Eksterior display

Eksterior display adalah pemajangan barang dagangan di tempat tertentu di luar kegiatan usaha yang biasa digunakan. Pemajangan sistem ini banyak digunakan untuk promosi barang, pengenalan produk baru, penjualan istimewa seperti cuci gudang, discount dan sejenisnya. Untuk pemasaran secara tetap pemajangan sistem ini kurang optimal karena kelemahan faktor pengamanan, cuaca, pengiriman barang dan sebagainya. Intinya, eksterior display hanya tepat dipergunakan untuk kondisi penjualan tertentu.

Fungsi Eksterior display adalah;

- .1. Memperkenalkan produk dengan cepat dan ekonomis
- .2. Membantu mengkoordinir advertising dan merchandising
- .3. Membangun hubungan yang baik dengan masyarakat, seperti pada waktu Hari Raya, ulang tahun dan sebagainya
- .4. Mendistribusikan barang ke konsumen dengan cepat.

2.9 Kajian Sistem Keamanan

2.9.1 CCTV (*Closed Circuit Television*)

CCTV adalah penggunaan kamera video untuk mentransmisikan signal video ke tempat spesifik, dalam beberapa set monitor. Berbeda dengan siaran televisi, sinyal CCTV tidak secara terbuka ditransmisikan. CCTV paling banyak digunakan untuk pengawasan pada area yang memerlukan monitoring seperti bank, gudang, tempat umum, dan rumah yang ditinggal pemiliknya.

2.9.2 Access Control

Sebuah sistem keamanan Access Control memungkinkan pemilik bangunan dan properti untuk melakukan lebih dari sekedar mengontrol masuk ke daerah yang diproteksi. Sistem ini juga dapat membuat catatan history atau informasi secara elektronik mengenai siapa saja yang masuk ke dalam ruangan yang sudah diproteksi. Dengan adanya catatan informasi tersebut membantu pemilik usaha mengidentifikasi siapa saja yang masuk ke ruangan pada waktu-waktu tertentu.

2.9.3 Fire hydrant



Alat pemadam kebakaran permanen yang biasanya diletakkan pada lokasi yang mudah dijangkau.

2.9.4 *Fire extinguisher*

Alat pemadam portable berupa tabung berisi kandungan gas karbon monoksida atau buih untuk memadamkan api.

2.9.5 *Sprinkler*

Pada umumnya alat ini terletak pada langit-langit ruangan. Bila terjadi kebakaran pada suatu ruangan, detector api bekerja dan menyembunyikan alarm. Apabila api sudah mencapai suhu hingga 70°C, lilin yang terdapat pada sprinkler akan mencair dan kemudian memancarkan air, dan alat penyedot asap akan bekerja secara otomatis. Lalu kipas penghembus udara segar masuk ke ruangan tersebut.

2.9.6 *Smoke detector dan heat detector*

Bekerja berdasarkan temperature, misalnya terjadi kenaikan suhu dan sebagainya.

2.9.7 *Fire alarm*

Terhubung pada alat pendeteksi kebakaran ataupun dapat dinyalakan secara manual dengan cara menekan tombol yang akan menyalakan sirene tanda bahaya. Fire Alarm merupakan tanda bahaya yang akan memberi tahu orang-orang disekitarnya bahwa telah terjadi suatu permulaan kebakaran. Tanda bahaya ini biasanya terjadi dari peralatan fire detector yang akan berbunyi setelah terpengaruh panas, asap, atau cahaya.

2.10 Tata Letak Layout

2.10.1 *Pengertian Layout*

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



Gambar 2 9 Gambar Layout Toko

Sumber: Dokumen Pribadi, 2017

2.10.2 Tujuan Layout

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

2.10.3 Manfaat Layout

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

a. Manfaat Kegunaan Tempat

Kegunaan ini didapatkan konsumen karena dengan produk (Layout) ditempahtakn pada letaknya yang dapat didatangi oleh kosumen.

b. Manfaat Kegunaan Informasi

Dengan melakukam promosi dan penempatan produk yang baik maka konsumen dapat memperoleh informasi, membujuk konsumen membeli dn mengingatkan konsumen agar tidak melupakan produk dan tempatnya (Layout).

c. Manfaat Kegunaan Waktu

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

2.10.4 Klasifikasi Layout Area Retail

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



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

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

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

2.11 Kajian Eksisting

2.11.1 Kota Surabaya

a. Sejarah Kota Surabaya

Secara etimologi Kata Surabaya (bahasa Jawa Kuno: Śūrabhaya) sering diartikan secara filosofis sebagai lambang perjuangan antara darat dan air. Selain itu, dari kata Surabaya juga muncul mitos pertempuran antara ikan sura / suro (ikan hiu) dan baya / boyo (buaya), yang menimbulkan dugaan bahwa terbentuknya nama "Surabaya" muncul setelah terjadinya pertempuran tersebut.

Surabaya memiliki luas sekitar 350,54 km² dengan penduduknya berjumlah 2.917.688 jiwa (2018). Daerah metropolitan Surabaya yaitu Gerbangkertosusila yang berpenduduk sekitar 10 juta jiwa, adalah kawasan metropolitan terbesar kedua di Indonesia setelah Jabodetabek. Surabaya dilayani oleh sebuah bandar udara,



yakni Bandar Udara Internasional Juanda, serta dua pelabuhan, yakni Pelabuhan Tanjung Perak dan Pelabuhan Ujung. (Dick, 2002-05-15)

b. Motif Batik Khas Surabaya

Batik Surabaya berbeda dengan batik lainnya, dimana batik Surabaya sulit ditelusuri sejarah perkembangannya, karena Surabaya dulunya merupakan daerah transit perdagangan. Tapi pada umumnya batik Surabaya tidak mempunyai perbedaan yang jauh dengan batik lainnya seperti batik Kenongoyang bersal dari Sidoarjo maupun batik Madura.

Saat mengamati batik Surabaya ada perbedaan antara batik Surabaya dengan batik dari daerah lain yaitu konsep warna batik Surabaya lebih kuat dan berani seperti gambaran orang Surabaya yang berani dan kuat. Batik Surabaya memiliki ciri yang khas yaitu, motif Kembang Semanggi, perahu khas Surabaya, Ayam Jago dalam legenda Sawunggaling serta ikan Sura dan Buaya.

- Motif Batik Suro dan Boyo

Terinspirasi dari dongeng asal usul Kota Surabaya, yakni pertarungan Ikan Hiu Sura dengan Buaya Baya. Batik ini menghadirkan gambaran ikan hiu yang sedang bertarung dengan buaya dengan posisi seperti Yin dan Yang dalam budaya Cina. Surabaya sebagai daerah transit perdagangan juga mengalami akulturasi dengan kebudayaan Cina. (Ibnu, 2018)

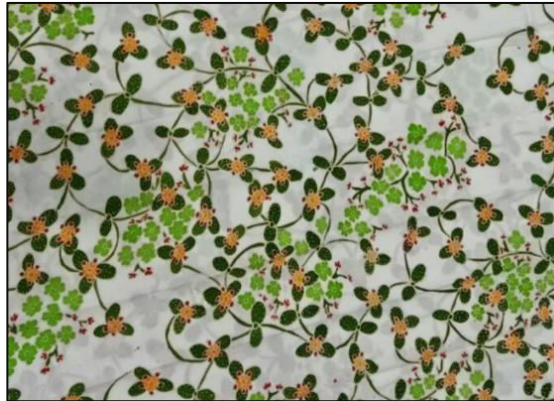


Gambar 2 10. Motif Batik Sura dan Boyo

Sumber : <https://ceknricek.com/>,2018

- **Motif Batik Semanggi**

Semanggi adalah daun tumbuhan yang kerap ditemukan di pematang sawah atau tepi saluran irigasi. Warga Surabaya mengolah daun tersebut dengan cara direbus atau kukus dan disiram saus pedas. Daun tersebut kemudian menjadi inspirasi motif batik yang menggambarkan helai-helai daun Semanggi. (Ibnu, 2018)



Gambar 2 11. Batik Semanggi

Sumber : Sumber: <https://ceknricek.com/>,2018

- **Motif Batik Sawunggaling**

Motif ini terinspirasi dari kisah Joko Berek yang mempunyai nama asli Sawunggaling. Joko Berek mempunyai hobi memelihara ayam jago. Oleh karena itu, motif batik dinamai Sawunggaling menggambarkan ayam jago yang diilustrasikan dengan gaya batik. (Ibnu, 2018).



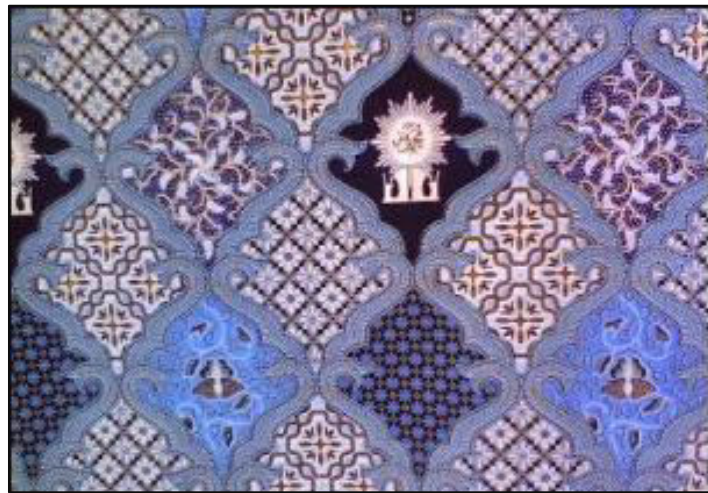
Gambar 2 12. Batik Sawunggaling

Sumber: <https://ceknricek.com/> ,2018



- **Motif Batik Ujung Galuh**

Motif ini terinspirasi dari kisah Raden Wijaya, pendiri kerajaan Majapahit. Ia bertempur dengan pasukan Tar Tar di sungai Kalimas yang bermuara di Ujung Galuh. Daerah Ujung Galuh merupakan cikal bakal terbentuknya Surabaya. (Ibnu, 2018)



Gambar 2 13. Batik Ujung Galuh

Sumber: <https://ceknricek.com/>,2018

- **Motif Batik Mangrove**

Surabaya juga dikenal memiliki motif batik pohon bakau atau Mangrove. Sebagian menyebutnya dengan batik “SERU” (Seni Mangrove Rungkut). Motif batik ini muncul dari keprihatinan masyarakat Wisma Kedung Asem Surabaya karena rusaknya lingkungan di kawasan konservasi pantai Timur Surabaya. Banyak orang yang tidak bertanggung jawab menebang pohon bakau secara liar. Akibat perbuatan tersebut, banyak satwa yang terusik tempat tinggalnya dan terjadi abrasi serta erosi di tepi pantai. Desain batik mangrove memunculkan gambaran jenis-jenis mangrove yang hidup di sekitar pantai Wonorejo. (Ibnu, 2018)



Gambar 2 14. Batik Mangrove

Sumber: <https://ceknricek.com/>,2018

c. Kebudayaan

Kebudayaan Jawa di Surabaya memiliki ciri khas dibandingkan dengan daerah lainnya, yakni karakteristiknya yang lebih *egaliter* dan terbuka. Surabaya dikenal memiliki beberapa kesenian khas, yaitu: (kebudayaan di Kota Surabaya, 2016)

- Ludruk, adalah seni pertunjukan drama yang menceritakan kehidupan rakyat sehari-hari.



Gambar 2 15 : Kesenian Ludruk

Sumber : <http://surabaya.onwae.com>,2018

- Tari Remo, adalah tarian selamat datang yang umumnya dipersembahkan untuk tamu istimewa



Gambar 2 16: Kesenian Tari Remo

Sumber : <https://www.superradio.id>,2018

- Kidungan, adalah pantun yang dilagukan, dan mengandung unsur humor



Gambar 2 17: Gambar Kidungan

Sumber : <https://seleb.tempo.co>,2018

Surabaya memiliki dialek khas Bahasa Jawa yang dikenal dengan Boso Suroboyoan. Dialek ini dituturkan di daerah Surabaya dan sekitarnya, dan memiliki pengaruh di bagian timur Provinsi Jawa Timur. Dialek ini dikenal egaliter, blakblakan, dan tidak mengenal ragam tingkatan bahasa seperti Bahasa Jawa standar pada umumnya. Masyarakat Surabaya dikenal fanatik dan bangga terhadap bahasanya, akan tetapi oleh karena perkembangan budaya dan banyaknya pendatang yang datang ke Surabaya yang telah mencampuradukkan bahasa Suroboyo,



Jawa Ngoko dan Madura, maka bahasa asli Suroboyo sebagian perlahan mulai punah, misal kata-kata: Njegog (Belok), Ndherok (Berhenti), Gog(Paman), Maklik (Tante). (Soedarso, Muchammad Nurif, Sutikno dan Windiani , Juni,2013)

d. Monumen Kota Surabaya

- Patung Sura dan Boyo

Patung Sura dan Buaya berlokasi di depan Taman Satwa Kebun Binatang Surabaya. Monumen ini berupa sebuah patung yang merupakan lambang Kota Surabaya. Menceritakan legenda asal usul nama Kota Surabaya. Nama Kota Surabaya berasal dari kata; Sura (yang artinya Hiu dalam bahasa Indonesia) dan Baya (yang artinya Buaya dalam bahasa Indonesia.) Oleh karena itu, monumen ini terdiri dari dua hewan ; Ikan Hiu (Sura)penguasa lautan dan Buaya (Baya) penguasa sungai. Kedua Binatang di gambarkan sedang berkelahi merebutkan wilayah kekuasaan. Yang pada akhirnya kedua hewan air ini sama-sama gugur, Dilokasi di mana kedua hewan ini ditemukan meninggal, lokasi tersebut dinamakan Surabaya. Monumen ini juga melambangkan Keberanian Masyarakat Surabaya menghadapi Bahaya. (Ramdlon).



Gambar 2 18. Gambar Tugu SurabayaSumber :

<https://www.google.com/>,2018



- **Bambu Runcing**

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.



Gambar 2 19. Gambar Bambu Runcing

Sumber : <https://www.google.com/> ,2018

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. (Ramdlon).

- Monumen Jalesveva Jayamahe

Monumen jalesveva Jayamahe atau biasa disebut Monjaya, monumen yang berjarak 7.6 km dari pusat kota Surabaya tersebut, dibangun untuk mengenang para leluhur dan pejuang bangsa serta mengingatkan pada generasi penerus bangsa bahwa nenek moyang bangsa Indonesia adalah pelaut, yang mampu menjelajah benua di dunia. Jalesveva Jayamahe digunakan sebagai semboyan TNI Angkatan Laut RI yang artinya “Di Laut Kita Tetap Jaya”. Monumen yang di bangun pada tahun 1990 dan di resmikan pada 5 desember 1996 oleh mantan presiden Soeharto, merupakan gagasan untuk mengingatkan bahwa bagaimanapun majunya suatu bangsa maka hendaklah tetap berpijak pada sejarah, karena bangsa yang besar adalah bangsa yang bisa menghargai jasa pahlawannya. (Ramdlon)



Gambar 2 20. Monumen Jalesveva Jayamahe

Sumber : <https://www.google.com/>,2018



- Monumen Kapal Selam

Monumen kapal selam ini wujud asli dari eks KRI Pasopati 410. Salah satu kapal selam Armada RI Kawasan Timur. Dan di dunia ini hanya ada 2 monumen kapal selam salah satunya berada di kota Surabaya.

Pembangunan Monumen Kapal Selam (Monkasel) dimulai tanggal 1 juli 1995, ditandai dengan peletakan batu pertama oleh Gubernur Jawa Timur saat itu, Bapak Basofi Sudirman, didampingi oleh Laksda TNI Golar Suwarno. Pada tanggal 27 juni 1998 Monkasel diresmikan oleh Kasad Laksamana TNI Arief Kushariadi dan dibuka untuk umum pada tanggal 15 juli 1998. (Ramdlon).

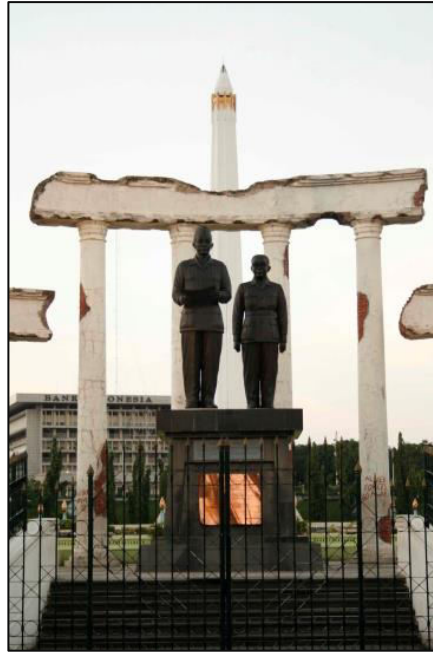


Gambar 2 21 Monumen Kapal Selam

Sumber : <https://www.google.com/>, 2018

- Monumen Tugu Pahlawan

Monumen Tugu Pahlawan Berada di tengah-tengah kota, tidak jauh dengan Kantor Gubernur Jawa Timur. Lokasi berdirinya tugu pahlawan termasuk wilayah Kota lama Surabaya. Monumen Tugu Pahlawan dibangun untuk memperingati peristiwa Pertempuran 10 November 1945 di Surabaya, dimana arek-arek Suroboyo berjuang melawan pasukan sekutu dan Belanda yang hendak menjajah kembali Indonesia.



Gambar 2 22 Monumen Tugu Pahlawan Sumber:

<https://www.google.com/>, 2018

Tubuh monumen berbentuk lengkungan-lengkungan (canalures) sebanyak 10 lengkungan, dan terbagi atas 11 ruas. Bila digabung antara tinggi, ruas dan canalures, maka mengandung makna tanggal 10 bulan 11 tahun 1945. Suatu tanggal dimana terjadi peristiwa pertempuran 10 nopember 1945. Monumen berupa tugu ini didirikan dibekas rerutuhan gedung Rad Van Justitie(Kantor Pengadilan tinggi) yang dibangun pada zaman hindia belanda. Peletakan batu pertama tugu ini dilakukan oleh Presiden RI pertama, Bapak Ir. Soekarno. Pada Tanggal 10 Nopember 1951. dan diresmikan pada tanggal 10 nopember 1952 (Ramdlon)

e. Makan Khas Kota Surabaya

Surabaya mempunyai ikon masakan khas Nusantara yang terkenal diseluruh penjuru di Indonesia. Berikut makanan yang menjadi ikon Khas Nusantara di Kota Surabaya.



- Pecel Semanggi Suroboyo

Semanggi Suroboyo adalah makanan khas dari Surabaya yang berisi sayur semanggi, kerupuk puli dan bumbu sebagai pelezat rasa makanan tersebut. Banyak penjual semanggi di seluruh Indonesia ini tetapi yang paling enak dan paling asli dapat ditemukan di Surabaya. Mungkin semanggi ini hanya bisa ditemukan di Kota Surabaya.



Gambar 2 23 Pecel Semanggi

Sumber: <https://www.finrollnews.com/>, 2018



Gambar 2 24. Tanaman Semanggi

Sumber: <https://afrinafaiqa.blogspot.com>, 2018

Daun Semanggi sendiri adalah sekelompok paku air (Salviniales) dari marga Marsilea yang di Indonesia mudah ditemukan di pematang sawah atau tepi saluran irigasi. Walaupun merupakan makanan tradisional khas Surabaya, namun makanan ini tidak mudah untuk ditemukan di semua tempat di Surabaya karena kebanyakan dari mereka menjajakan



Pecel Semanggi dengan cara berkeliling dari satu tempat ke tempat lain.

- Rujak Cingur

Bagi warga Surabaya, rujak cingur tidak asing lagi di lidah mereka. Makanan yang unik ditambah dengan cita rasa yang timbul dari adanya *petis* ini membuat rujak cingur semakin lezat di lidah. Isi dari rujak cingur biasanya beragam, yang paling umum adalah adanya cingur sapi, sayuran, tahu, tempe, lontong, tempe menjes, dll.



Gambar 2 25. Rujak Cingur

Sumber : <https://www.tripzilla.id>, 2018

- Sate Kelopo Ondomohen

Sate kelopo ondomohen ini adalah sate yang paling terkenal dan aling ramai dikunjungi di Surabaya. Hampir setiap hari warung sate lesehan ini ramai oleh pelanggan.



Gambar 2 26. Sate Kelopo Ondomohen

Sumber : <https://www.google.com/>, 2018



2.12 Peran Penting Desain Interior Based Retail

Terdapat beberapa hal yang menyebabkan mengapa desain interior yang menunjang menjadi sangat penting bahkan dapat menjadi keunggulan kompetitif bagi store based retail, diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Desain interior yang tepat merupakan daya tarik tersendiri bagi pengunjung. Tujuan berbelanja tidaklah murni untuk memenuhi dan membeli kebutuhan semata. Adanya kebutuhan psikologi yang sifatnya irasional (selain kebutuhan fungsional). Berbelanja adalah aktivitas yang memiliki beberapa fungsi, misalnya untuk melepaskan diri dari rutinitas, mempelajari tren baru, kegiatan fisik, *sensory stimulation* (kegiatan cuci mata), sosialisasi dan bermasyarakat, serta simbol status dan otoritas. Bagi para retailer, desain interior toko dapat membantu membentuk arah maupun durasi perhatian konsumen, sehingga dapat meningkatkan kemungkinan pembelian. Sehingga di sini desain toko berfungsi sebagai salah satu stimuli. Suasana dan desain interior yang tepat dapat mendorong konsumen untuk mengunjungi suatu toko (Levy dan Weitz).
2. Desain interior toko dapat mengkomunikasikan citra toko. Perkembangan sektor ritel yang sedemikian pesat, menyebabkan bertambahnya pula jumlah toko-toko. Diantara banyaknya toko lain, maka agar tetap memiliki daya saing, perlunya desain interior yang unik, nyaman namun tetap fungsional dan mendukung suasana berbelanja dapat menjadi unsur pembeda dibanding toko lainnya. Selain itu desain tersebut dapat mengekspresikan berbagai karakteristik toko dan pencitraan pada pengunjung misalnya toko busana berharap untuk menarik pelanggan skala tertentu dengan citra yang diberikan.
3. Desain interior toko dapat mengundang reaksi emosi pengunjung. Desain dan suasana toko, seperti telah dibuktikan dalam penelitian Donovan dan Rossiter mempengaruhi keadaan emosi pengunjung. Keadaan emosional akan membuat dua perasaan yang dominan yaitu perasaan senang dan membangkitkan keinginan, baik yang muncul dari psikologikal set ataupun keinginan yang bersifat mendadak (*impulse*). Kondisi ruang dapat mempengaruhi keadaan emosi konsumen yang menyebabkan meningkatnya atau menurunnya pembelian



2.13 Perencanaan Sistem Sirkulasi

2.13.1 Jenis Sirkulasi

a. Grid (space efficiency)

Merupakan pola sirkulasi yang tidak membutuhkan banyak jarak untuk bergerak, sehingga jarak yang dibutuhkan lebih efisien.

b. Free Flow

Merupakan alur sirkulasi yang membutuhkan banyak jarak untuk bergerak, biasanya diterapkan untuk ruangan yang bersifat luxury dan besar seperti ruang pameran.

2.13.2 Jenis Ruang Sirkulasi

a. Ruang sirkulasi Vertikal

Tak ada satupun ruang public yang dapat berfungsi tanpa prasarana sirkulasi vertikal yang memadai. Jika prasarana ini tidak dirancang dengan pertimbangan aspek ukuran tubuh manusia, nilai efisiensi dari penggunaan prasarana ini akan hilang. Dalam perancangan tangga, baik lebar tangga ataupun hubungan antar anak tangga harus mencerminkan dimensi manusia.

b. Ruang Sirkulasi Horizontal

Ruang sirkulasi horizontal mencakup antara lain koridor umum di dalam bangunan yang lebarnya berkisar 152,4 sampai dengan 365,8 cm, lobi, selasar untuk pejalan kaki, plaza dalam pusat perbelanjaan tertutup yang luas dalam terminal transportasi. (Panero,1979: hal. 268.274)

2.13.3 Alur Sirkulasi

System sirkulasi pada interior toko harus mencukupi dan ditentukan dengan baik dengan pertimbangan bentuk dan kapasitas ruang. Desain harus terarah langsung dan jelas agar pengunjung mudah menuju ruang-ruang disekitarnya.

Berikut adalah oengaturan arus sirkulasi pada toko yang didasarkan pada penempatan pintu:

- a. Meneruskan
- b. Membelokkan
- c. Memperlambat



- d. Jelas / Langsung
- e. Tidak jelas (terhalang)
- f. Pandangan terarah
- g. Terbagi 2
- h. Tidak tentu
- i. Baik, pandangan jelas

2.14 Elemen Interior

Elemen interior yang penting adalah lantai, dinding dan plafon. Bahan atau material yang digunakan sebagai elemen interior pada sebuah toko yaitu:

2.14.1 Lantai

Lantai memberikan karakter dan dapat memperjelas sifat ruang. Pada sebuah toko, lantai menggunakan bahan berikut:

a. Soft surface

Permukaan lantai yang lembut dan lunak seperti vinyl tile, carpet, rubber tile.

b. Hard surface

Permukaan lantai yang keras seperti keramik, marmer, dan granit.

2.14.2 Dinding

Dinding sebagai penyekat ruang. Dalam perencanaan interior ruang harus diperhatikan unsur dinding yang akan didesain agar mencapai suatu kesatuan yang serasi dengan elemen interior lainnya. Bahan-bahan penutup dinding yang digunakan pada sebuah toko yaitu cat tembok, wallpaper, hardboard, kaca atau cermin, dll.

2.14.3 Plafon

Plafon berfungsi sebagai pembentuk ruang dan juga berfungsi untuk melindungi kegiatan manusia, sebagai bidang penutup atas sebuah ruang dalam dari bidang alas dan dinding. Bahan yang digunakan untuk sebuah toko yaitu: acoustic, gypsum, alumunium ceiling.

2.15 Kajian Sentra UKM

Secara historis, sentra UKM adalah pengelompokan usaha industri kecil yang sejenis dalam satu atau lebih wilayah (desa / kelurahan / kecamatan). Pengertian sentra UKM berbeda dengan kawasan industri, karena pengelompokan untuk kawasan industri memang sengaja diciptakan,



sedangkan sentra-sentra UKM secara alamiah sebetulnya sudah mengelompok dengan sendirinya. Dengan adanya sentra-sentra UKM, maka hal ini dapat memudahkan para pengusaha dalam mengolah dan memasarkan produknya. Di samping itu juga memudahkan pemerintah dalam melakukan pembinaan. Pembinaan yang telah dilakukan pemerintah antara lain meliputi pemberian bantuan berupa peralatan atau mesin hasil penemuan baru, teknologi tepat guna, bantuan kemitraan, promosi dan pameran, serta studi banding.

2.16 **Kajian Sentra UKM Merr**

2.16.3 Pengertian Sentra UKM Merr

Sentra UKM MERR merupakan jendela dan ikon simbolis bagi para Usaha Kecil Menengah UKM yang secara khusus dibangun dan dibuat untuk menjadikan wadah untuk berinteraksi dengan konsumen pengguna produk dalam negeri khususnya Kota Surabaya (“Sentra”, par. 1). Sentra UKM MERR berdiri pada tanggal 16 Desember 2014. Pembukaan sentra ini diresmikan oleh Walikota Surabaya, Ibu Tri Rismaharini. Di Surabaya kini terdapat 10 Sentra UKM. Untuk saat ini sentra tersebut diantaranya adalah Sentra UKM MERR, Sentra UKM ITC, Sentra UKM Delta Mall, Sentra UKM Bandara Juanda, Sentra UKM City Of Tomorrow, Sentra UKM Surabaya North Quay atau Pelindo, dan Sentra UKM Siola.

2.16.4 Visi- Misi

Berikut merupakan visi dan misi Sentra UKM MERR (“Sentra”, part. 1):

a. Visi

Sebagai wadah tempat berinteraksi dengan konsumen pengguna produk UKM Kota Surabaya.

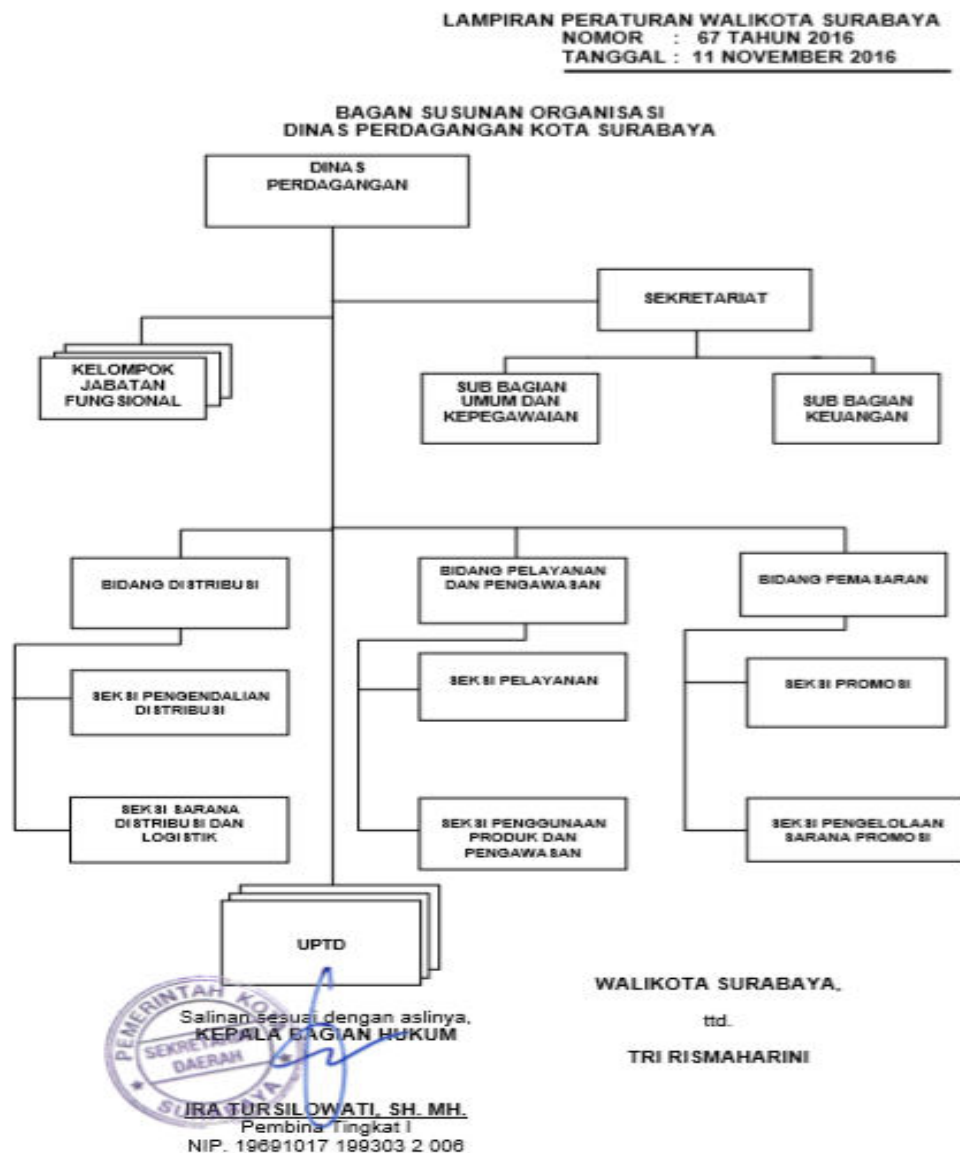
b. Misi

1. Melakukan pelayanan promosi bagi para UKM Kota Surabaya
2. Melayani dan memberikan informasi yang diperlukan bagi para UKM dan para investor atau pelaku dunia usaha



3. Menjembatani atau sebagai penghubung bagi para UKM dengan para calon pembeli investor dari dalam dan luar negeri atau sebaliknya
4. Mengembangkan kerjasama dengan lembaga atau instansi asosiasi lain dalam kegiatan pelatihan dan informasi promosi bagi para UKM.

2.16.5 Struktur Organisasi



Bagan 2 1 Struktire Organisasi

Sumber : <http://disperdagin.surabaya.go.id/>, 2019



2.16.6 Fasilitas Sentra UKM Merr

Sentra UKM Surabaya memiliki berbagai fasilitas guna menunjang kebutuhan dari pengembangan UKM di Surabaya. Hal ini juga tak lepas dari dukungan penuh dari pemerintah Kota Surabaya yang memfasilitasi Sentra UKM untuk memberikan pembekalan kepada UKM agar mandiri dan berdaya saing, diantaranya adalah (UKM):

- a. Gedung kantor modern berlantai tiga
- b. Lokasi di tepi jalan yang strategis
- c. Ruang pameran ber-AC dan jaringan Wifi
- d. Etalase dan ruang pameran yang memadai
- e. Ruang pertemuan atau pelatihan di lantai 3 dengan kapasitas 25 orang
- f. Ruang konsultasi bisnis dan kontak dagang yang nyaman
- g. Area parkir
- h. Kamar mandi dan musholla

2.16.7 Pelayanan Sentra UKM Merr

Pelayanan dilakukan dengan menuntun pengunjung yang datang untuk mencari produk yang diinginkan kemudian menjelaskan produk tersebut, membantu memilih dan memberi saran atau pertimbangan terhadap produk hingga produk dibeli oleh pengunjung. Pelayanan ini merupakan jenis pelayanan full service sesuai dalam buku Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga belas Jilid 2 yaitu bahwa pelayan memberikan pelayanan penuh kepada pengunjung atau pembeli mulai dari menemukan, membandingkan, dan memilih (Kotler dan Keller).

2.16.8 Tugas Utama Sentra UKM Merr

1. Jembatan dan fasilitator bagi usaha kecil dan menengah untuk lebih mengembangkan produknya dalam menghadapi persiapan pasar yang semakin ketat.



2. Fasilitas memproduksi produk-produknya kepada tamu baik dari dalam maupun dari luar kota bahkan mancanegara yang datang ke kota pahlawan.
3. Membantu UKM agar bisa sejajar dengan pelaku usaha yang telah ada di Surabaya.
4. Dengan adanya sentra UKM ini diharapkan pelaku UKM di Surabaya bisa semakin mandiri dan berdaya saing sehingga siap menghadapi persaingan MEA 2015 mendatang.
5. Menggali, mengembangkan dan melestarikan produk-produk hasil masyarakat kota Surabaya serta meningkatkan kualitas dalam rangka menghadapi persaingan di MEA 2015 dan pasar bebas.
6. Menanamkan kesadaran masyarakat kota Surabaya tentang kecintaan produk sendiri.
7. Memberikan semangat dan dorongan kepada para UKM atas semangat jiwa wirausaha.
8. Memperluas pangsa pasar dan jaringan untuk hasil produksi UKM Kota Surabaya



Halaman ini sengaja dikosongkan



BAB III

METODOLOGI DESAIN

Dalam melakukan sebuah perencanaan dan desain selalu dimulai dengan perencanaan yang benar, yaitu mengikuti urutan tahapan yang telah disusun secara logis dan sistematis. Tujuannya adalah perencanaan dan desain nantinya mampu memberi solusi yang sesuai dengan kondisi yang sebenarnya, sehingga hasilnya dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya. Melihat pentingnya tahapan perencanaan dan desain yang benar, maka dalam hal ini dibutuhkan sebuah metodologi desain. Metodologi desain ini sangat erat hubungannya dengan sebuah prosedur, alat, serta objek desain yang akan digunakan dalam melaksanakan sebuah perencanaan dan desain.

3.1 Tahap Identifikasi Objek

Tahap ini adalah tahap untuk menentukan latar belakang, judul, dan definisi judul. Pada tahap ini akan diuraikan dasar-dasar pemikiran dan landasan yang menjadi alasan untuk melakukan studi tentang redesain interior Gedung Sentra UKM MERR Surabaya.

3.2 Tahap Identifikasi Masalah

Tahapan ini dilakukan untuk tujuan dan manfaat serta permasalahan yang ditemukan untuk mencapai tujuan guna mendapatkan manfaat dari perencanaan dan desain interior Sentra UKM MERR. Tujuan analisa merupakan hal-hal yang ingin dicapai sebagai hasil akhir dari proses-proses yang dilakukan. Permasalahan muncul akibat konflik yang ada antara keadaan yang ada sekarang dengan keadaan akhir hasil dari proses perencanaandan desain interior ini, hal ini berguna untuk menjadi acuan dalam menentukan arah dalam merancang desain juga.

3.3 Tahap Pengumpulan Data

1. Data Primer

Data primer merupakan data yang didapat langsung dari lapangan melalui pihak-pihak yang berkaitan langsung dengan obyek, antara lain:

a. Survey / Studi Lapangan

Survey dilakukan untuk mengetahui kondisi langsung apa saja yang terjadi di eksisting bangunan Sentra UKM MERR. Hal ini dilakukan dengan melakukan dokumentasi dan pengamatan, yaitu mengenai aktivitas dalam bangunan, kelebihan dan kekurangan



bangunan, bentuk bangunan, studi kebutuhan ruang, sistem kerja, dokumen-dokumen tertulis, gambar, foto, fasilitas yang digunakan dan dibutuhkan, serta data mengenai sirkulasi ruang.

b. Wawancara

Wawancara dilakukan dengan narasumber terkait untuk mengetahui tentang Kondisi setiap UKM, mulai dari jenis UKMnya, Jumlah Pekerja, Fasilitas dan kemampuan produksi UKM, Kualitas produk, dan Pengembangan produk kedepan.

c. Kuisioner

Kuisioner dilakukan narasumber untuk mengetahui respon masyarakat tentang Sentra UKM MERR. Serta untuk mengetahui minat masyarakat kota surabaya itu sendiri.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung, baik dari lapangan maupun pihak yang berkaitan langsung dengan obyek, yaitu melalui studi pustaka. Studi pustaka ini merupakan studi kasus yang diperoleh dari buku literatur, jurnal, laporan penelitian, koran, majalah, maupun internet.

Data dan informasi yang dicari antara lain:

- Studi SentraUKM MERR
- Studi tentang UKM
- Studi tentang retail
- Studi tentang display
- Studi tentang signage
- Studi tentang warna
- Studi langgam arsitektur dan desain

3.4 Tahap Analisa Data

Dalam perancangan ini metode analisis data yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif. Perancangan dilakukan dengan melakukan analisa dan pengamatan terhadap kebutuhan pengguna. Mengetahui kebutuhan pengguna ruang melalui perilaku yang dilakukan dalam sebuah bangunan yang difungsikan menjadi sentra ukm dan perpustakaan, dilakukan berdasarkan prosedur pengamatan fenomena sosial. Sehingga, hasil perancangan yang didapatkan tidak bersifat



statistik dan tidak ada aturan absolut dalam mengolah hasil pengamatan (data). Perancangan ini memfokuskan pada studi kasus yang merupakan analisa perancangan lebih rinci terhadap objek tertentu secara mendalam dan menyeluruh. Berikut analisa-analisa yang dilakukan, antara lain:

a. Analisa Material

Menganalisa material yang tepat untuk diaplikasikan pada elemen interior dan fasilitas pendukung Sentra UKM MERR. Aplikasi material pada obyek dan fasilitas pendukung akan disesuaikan dengan eksisting bangunan sehingga memberikan kesan aman dan nyaman pada desain interior Sentra UKM MERR.

b. Analisa Warna

Menganalisa warna-warna yang tepat untuk diaplikasikan pada elemen interior dan fasilitas-fasilitas pendukung Sentra UKM MERR yang disesuaikan dengan fungsi ruang dan psikologi pengguna. Warna yang dianalisa adalah warna yang dapat memberi kesan bersih dan hangat untuk memberikan citra dan suasana baru gedung Sentra UKM MERR sebagai sebuah pusat pengembangan masyarakat.

c. Analisa Pencahayaan

Menganalisa konsep pencahayaan yang tepat untuk digunakan di desain interior Sentra UKM MERR. Pencahayaan yang dianalisa adalah pencahayaan buatan pada area display, bagaimana penempatan serta pemilihan pencahayaan yang digunakan untuk mendukung display produk pada area sentra ukm dan pusan kerajinan tangan, serta tambahan studi pencahayaan alami sebagai sumber pencahayaan bagian tertentu ruangan di siang hari dengan memaksimalkan bukaan jendela yang menggunakan bahan kaca di bagian tertentu ruangan.

d. Analisa Penghawaan

Menganalisa konsep penghawaan yang tepat untuk digunakan di desain interior Sentra UKM MERR. Penghawaan yang dianalisa adalah penghawaan buatan karena bangunan yang memiliki eksisting minim bukaan penghawaan alami dan merupakan bangunan 4 lantai yang memiliki fungsi tertentu disetiap lantainya sehingga membutuhkan penghawaan buatan sebagai penghawaan utama ruang.

e. Analisa Furnitur



Analisa tentang bentuk, warna dan material perabot yang menjadi pengisi interior gedung Sentra UKM MERR sebagai pusat pengembangan masyarakat. Khususnya dalam studi tugas akhir ini, penulis mengambil ruangan dilantai 1,2, dan 4. yang akan dimanfaatkan sebagai area display makan dan pusat oleh-oleh, pusat kerajinan batik tulis dan textil serta ruangan pelatihan untuk mendukung pengembangan masyarakat dan menjadi program eduwisata yang akan diberikan kepada para pengunjung. Penempatan furniture akan menyesuaikan fungsi ruang dan desain yang akan diterapkan, Pemilihan furniture tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan fungsi ruang, namun memberikan nilai estetika bagi pemenuhan kenyamanan psikologis pengguna.

f. Analisa Elemen Estetis

Analisa tentang konsep, aplikasi bentuk, warna, material dan penempatan elemen estetis yang menjadi pengisi interior gedung Sentra UKM MERR sebagai bangunan pusat pengembangan masyarakat dengan fungsi tertentu di masing-masing ruang. Konsep elemen estetis akan menyesuaikan konsep desain yang akan diterapkan fungsi baru gedung Sentra UKM MERR sebagai Sentra UKM untuk memenuhi kebutuhan estetika dan kenyamanan psikologis pengguna.

g. Analisa Sirkulasi

Menganalisa tentang sirkulasi yang akan diterapkan dan disesuaikan dengan aktifitas yang terjadi pada Sentra UKM MERR, yaitu sirkulasi antar pengunjung, antara pengunjung dengan karyawan, pengunjung dan karyawan dengan penataan ruang pada fasilitas-fasilitas ruang yang ada.

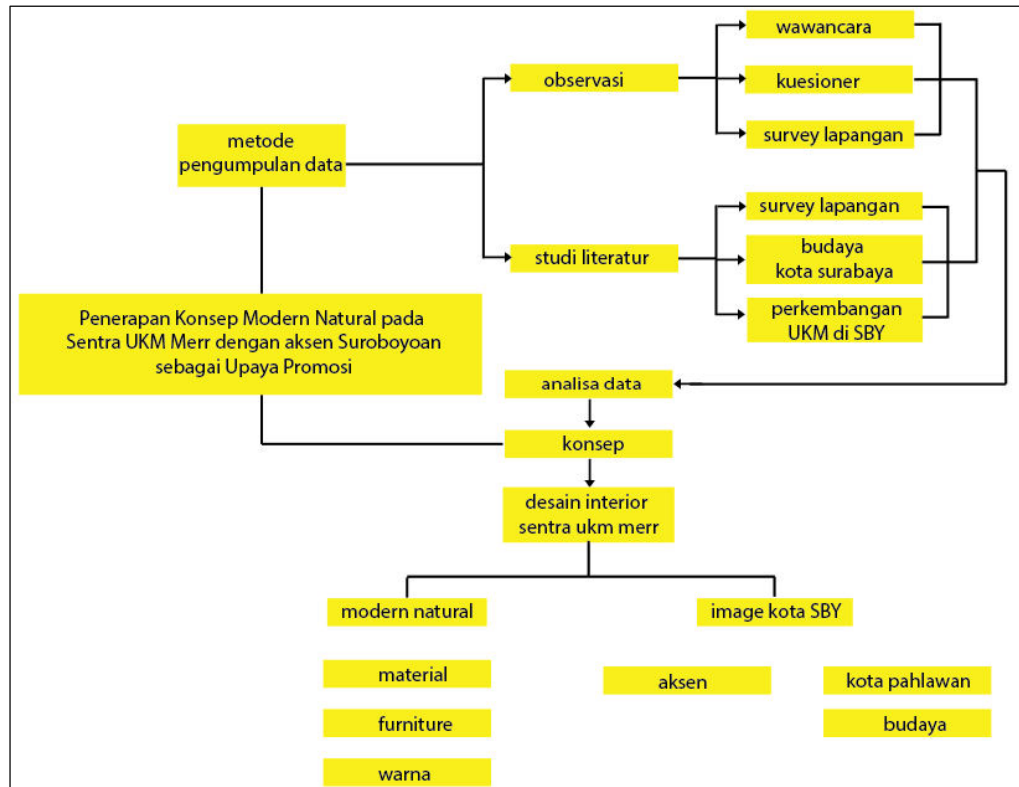
h. Analisa Aktivitas dan Kebutuhan Ruang

Menganalisa kebutuhan ruang sesuai dengan aktivitas-aktivitas yang ada pada fungsi Sentra UKM MERR, sebagai bangunan pusat pengembangan masyarakat dan menambahkan beberapa fasilitas yang sesuai kebutuhan fasilitas ruang dan pengguna Sentra UKM MERR.



3.5 Metode Desain

Untuk menghasilkan konsep desain yang baik dan mampu memberi solusi dan gagasan baru terhadap permasalahan yang diangkat, maka dibutuhkan sebuah alur metodologi desain, metodologi desain dalam desain Sentra UKM MER sebagai Sentra UKM yang dapat menciptakan karakter kota Surabaya adalah:



Gambar 3. 1 Gambar Metode Desain

Sumber : Data Pribadi 2019

3.6 Proses Desain

Dalam mengkaji data dan fakta yang berhubungan dengan tugas akhir yang berjudul “Penerapan Konsep Natual Modern dengan Aksen Suroboyoan pada Sentra UKM MERR sebagai Upaya Promosi” tahap pengumpulan data sebagai berikut:

Metode pengumpulan data dengan cara di atas digunakan dalam pencapaian Redesain Interior Sentra UKM MERR di Surabaya yang dimaksudkan agar perancangan lebih terencana dan terstruktur dengan baik sehingga dapat membantu melancarkan proses perancangan. Penjelasan dari bagan di atas.

3. Tahap pertama merupakan tahap identifikasi, dimana pada tahap ini dilakukan pemilihan topik perancangan berdasarkan latar belakang masalah



dan tujuan yang ingin diselesaikan sesuai dengan studi literature yang kemudian keduanya dianalisa dan ditemukan masalahnya.

a. Latar belakang

Identifikasi pada latar belakang didapatkan permasalahan di sekitar yang berhubungan dengan potensi pasar, dan peluang pentingnya desain untuk membantu dalam promosi.

b. Rumusan Masalah

Identifikasi permasalahan diperoleh dari pencarian ide atau gagasan desain yang terdapat di latar belakang. Dalam pencarian ide atau gagasan ini, terdapat beberapa permasalahan yang terjadi sehingga dapat muncul solusi untuk menangani permasalahan tersebut.

c. Tujuan Desain

Tujuan desain adalah untuk memberikan solusi dalam permasalahan yang ada. tujuan desain diharapkan mampu menyelesaikan permasalahan yang didapat dari Sentra UKM MERR.

d. Preliminary Idea

Setelah didapatkan data, diketahui perumusan masalah dan ditentukan tujuan yang ingin dicapai dalam desain ini, kemudian munculah ide awal. Ide awal ini kemudian digunakan untuk menentukan data apa saja yang kemudian akan dicari untuk mencapai sebuah konsep yang sesuai dengan perancangan Sentra UKM MERR.

e. Pengumpulan Data

Data yang dikumpulkan dengan beberapa cara yaitu observasi langsung dan tidak langsung.

f. Analisa data

Setelah data-data terkumpul kemudian dilakukan analisa data. Analisa adalah proses menemukan permasalahan yang ada. Proses ini berlangsung dengan cara membandingkan keadaan yang ada di lapangan dan data literatur. Hasil analisa tersebut diolah kembali berdasarkan kebutuhan yang muncul, misalnya kebutuhan ruang, besaran ruang, hubungan ruang dan pembagian area, tahap ini disebut sebagai programming.



g. Konsep

Konsep adalah solusi untuk memecahkan permasalahan yang ada. Konsep desain berisi gagasan bentuk, warna, pola sirkulasi, sistem pencahayaan, elemen pembentuk ruang, sistem penghawaan, dan lain sebagainya.

4. Kemudian dilanjutkan ke dalam tahap observasi yaitu melakukan pengamatan lapangan mengenai lokasi yang akan digunakan apakah mendukung dan sesuai dengan jenis perancangan yang dilakukan. Hal ini berkaitan dengan luas bangunan, eksisting bangunan, , dan sebagainya.
 - a. Observasi merupakan proses pengamatan suatu objek atau hal secara langsung. Observasi dilakukan untuk memperoleh data secara langsung kondisi eksisting dan permasalahan yang dihadapi Sentra UKM MERR Surabaya. Pada penelitian ini, observasi difokuskan konsep Area galeri yang dapat mencerminkan kota Surabaya.
 - b. Wawancara merupakan percakapan antara dua orang atau lebih dan berlangsung antara narasumber dan pewawancara. Tujuan dari wawancara adalah untuk mendapatkan informasi yang tepat dari narasumber yang terpercaya. Terdapat 4 narasumber dalam wawancara di penelitian ini adalah Kepala Dinas Perdagangan dan industri Kota Surabaya, Kepala Sentra UKM MERR, pengurus Sentra UKM MERR dan yang terakhir kepada pengunjung Sentra UKM.

Tabel 3. 2. Pertanyaan Wawancara

No	Pertanyaan
1	Mengapa Sentra UKM di bangun di jalan MERR?
2	Apakah Sentra UKM MERR memiliki ciri khas yang membedakan dengan UKM lain?
3	Siapakah segmentasi pengunjung sentra UKM MERR ?
4	Bagaimana sirkulasi yang ada di Sentra UKM MERR ?



5	Fasilitas apakah yang ingin dihadirkan di Sentra UKM MERR?
6	Apa harapan untuk Sentra UKM MERR kedepannya?

Sumber : Data Pribadi 2018

- c. Dokumentasi Dokumentasi dilakukan pada objek desain berupa kumpulan foto sebagai data eksisting dari gedung dan data yang diperoleh berupa foto yang didapat secara langsung maupun secara tidak langsung dari buku atau media lainnya tentang unsur-unsur pembentuk ruang dan interior gedung Sentra UKM Merr.
 - d. Kuisioner Pemberian kuisionerini dilakukan untuk mendapatkan data –data terkait Sentra UKM MERR kepada pihak –pihak yang terkait secara langsung yakni pengelola dan pengunjung Sentra UKM MERR. Data ini diolah sesuai dengan kebutuhan perancangan Sentra UKM. Pada kuisioner ini menggunakan pertanyaan terbuka dan tertutup. Pemberian kuisioner yang dilakukan untuk mengetahui dan memperoleh data berupa data-data yang menunjang variable-variabel riset Sentra UKM MERR.
5. Studi Literatur yaitu teknik pengumpulan data melalui pendataan beberapa jenis literatur seperti buku, catatan, jurnal ilmiah dari sumber lain yang relevan dengan permasalahan yang dibahas atau diteliti. Berikut merupakan point pustaka yang penulis ambil dengan dasar pertimbangan penyelesaian yang ingin dicapai.
 - a. Literatur mengenai letak geografi kota Surabaya
 - b. Literatur mengenai Sentra UKM di Sby
 - c. Literatur mengenai budaya kota Surabaya, mulai dari tarian khas, makanan kahas serta ikon-ikon kota Surabaya
 - d. Literatur mengenai Sentra UKM Mer
 6. Tahap Pengolahan dan Analisa Data Metode yang digunakan dalam pengolahan data adalah metode induktif, yaitu dengan cara mengumpulkan semua data yang ada kemudian dianalisa berdasarkan literatur kemudian dapat ditarik kesimpulan. Selain itu analisa data



juga dapat menggunakan metode deduktif dan komparatif. Metode deduktif merupakan metode mengolah dan menganalisa data-data yang bersifat umum, kemudian menganalisa kembali data-data tersebut menjadi bersifat lebih khusus sesuai dengan konsep desain. Metode komparatif merupakan metode menggabungkan data untuk melakukan perbandingan data-data yang ada. Selanjutnya data-data tersebut diolah kemudian dibentuk sesuai dengan pembahasan riset. Terdapat beberapa tahap yang dilakukan dalam pengolahan data, yaitu:

- a. Mengumpulkan data secara keseluruhan.
- b. Memilah berdasarkan tinjauan dan kepentingan riset.
- c. Menentukan fasilitas yang akan menjadi obyek riset.
- d. Membandingkan dan menyesuaikan data terhadap judul riset.
- e. Menentukan data-data yang sesuai dengan proses tugas akhir interior.

3.7 Tahapan Desain

Metode Desain interior pada Sentra UKM MERR Surabaya mengumpulkan dan mendapat data-data hasil riset desain dapat melalui tahap-tahap dalam mendesain, yaitu:

1. Penyusunan Konsep Desain

Menuliskan hasil riset desain yang digunakan sebagai solusi bagi permasalahan-permasalahan yang muncul dan telah terselesaikan lalu diangkat berdasarkan hasil dari studi pustaka.

2. Desain Awal

Ide-ide desain dan penyelesaian awal dari permasalahan yang didapatkan pada saat Analisa data-data yang didapat.

3. Alternatif Desain

Tahap ini desain dibuat lebih dari satu sebagai alternatif desain. Alternatif desain sesuai dengan konsep desain dan dapat kembali

4. Konsep Desain

Setelah proses pembuatan alternatif Desain, selanjutnya adalah penentuan konsep yang diterapkan pada objek. Konsep ini diambil dari permasalahan objek. Konsep yang digunakan merupakan



jawaban dari masalah dan kebutuhan yang yang sudah dianalisis melalui berbagai aspek dan hasil dari data primer. Konsep ini akan diaplikasikan pada elemen interior seperti dinding, lantai, plafon, furnitur dan elemen estetis.

5. Pengembangan Desain

Konsep desain yang akan diaplikasikan pada perancangan interior sentra UKM Merr tersebut akan dikembangkan lagi untuk menghasilkan desain akhir yang eksploratif dan terbaik.

6. Desain Akhir

Setelah pengembangan desain dilakukan, maka sampailah pada tahap desain akhir berupa sketsa 3D, gambar teknik, maket, dan pembuatan animasi



BAB IV

PEMBAHASAN/ ANALISA KOSEP DESAIN

4.1 Analisis Data

4.1.1 Analisis Eksisting

Kegiatan observasi dilakukan pada Sentra UKM MERR untuk mengetahui kondisi real saat ini. Sentra UKM MERR merupakan sentra UKM dengan bangunan fisik bernuansa modern. Untuk mengetahui lebih jauh mengenai obyek, berikut dibawah ini adalah pembahasan dan analisa tiap area dan ruang yang ada di Sentra UKM MERR Surabaya

Observasi dilakukan secara langsung pada gedung Sentra UKM Merr Surabaya yang terletak di Jl.Dr. Ir. H. Soekarno No.11, Medokan Semampir, Sukolilo, Kota Surabaya, Jawa Timur 60298. Jalan tersebut ramai dilalui oleh kendaraan bermotor dan mobil. Letak bangunan yang dekat dengan kampus ITS, ITATS, UNTAG, dan UPN. Serta, terdapat beberapa restoran dan café yang ada di Jln Merr.



Gambar 4. 1 Bangunan Sentra UKM MERR

Sumber: google maps.com, 2019

Sentra UKM Merr beroperasi mulai pukul 08.00-20.00 WIB. menurut observasi yang telah dilakukan, karakteristik desain interior Sentra UKM Merr Surabaya adalah:

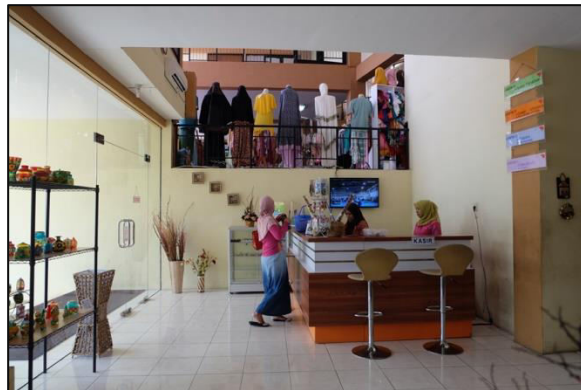


Desain arsitektural merupakan desain dengan konsep Modern. Pada fasat depan UKM dibuat dengan desain yang memakai jendela lebar di seluruh area fasat. Pada seluruh bagian lantai menggunakan lantai kramik warna putih yang *glossy*, arsitektural Sentra UKM MERR ini menggunakan aksen warna orange dan abu-abu. Dengan chat cream yang teraplikasi pada seluruh bagian gedung.

1. Area resepsionis / kasir

f. Eksisting

Pada area ini digunakan untuk melayani pengunjung apabila pengunjung ingin membayar maupun mencari informasi mengenai UKM, serta produk-produk UKM di Surabaya. Area ini kurang memperlihatkan karakter Surabaya, belum ada desain elemen yang dapat menghidupkan kota surabaya, walaupun desain ruang yang sudah modern dengan menggunakan bentukan geometris.



Gambar 4. 2 Area Kasir Sentra UKM MERR

Sumber : Data Pribadi 2018

g. Sirkulasi

Sirkulasi pada area ini sudah cukup baik, aktivitas dapat dilakukan secara optimal pada area ini dengan segmentasi pengunjung dengan kondisi difabelpun dapat beraktifitas dengan nyaman.

h. Bentuk

Pada area ini bentukan yang digunakan untuk meja berbentuk geometris dengan menggunakan material multiplek berbentuk letter L. Bentuk furniture yang terkesan monoton dan kurang bervariasi.



i. Warna

Pemakaian warna pada area ini menggunakan warna yang netral untuk dinding keseluruhan lantai ini menggunakan warna *cream* dengan aksentuasi orange.

2. Area *Food Display*



Gambar 4. 3 Area Display Makanan

Sumber: Data Pribadi 2018

a. Eksisting

Area display makanan ini pada lantai satu ini terkesan sempit karena terdapat storage-storage yang ukurannya besar sehingga dapat mengganggu jalannya sirkulasi pada area tersebut. Pada area ini kebanyakan furniture yang digunakan terbuat dari multyplek dengan finishing play wood.

b. Sirkulasi

Kurang nyamannya sirkulasi pada area ini disebabkan oleh furniture yang kurang praktis sehingga menghabiskan tempat yang ada.

c. Bentuk

Bentuk furniture padaruangan ini berbentuk geometris namun sisi sudut furniture dibuat dengan lancip sehingga kurang safety apabila digunakan untuk pengguna yang anak-anak, sehingga perlunya furniture yang safety untuk pengunjung.

d. Warna

Warna pada area ini terkesan netral karena menggunakan finishing furniture dengan warna-warna yang soft, dengan finishing



dinding berwarna cream dengan aksentuasi warna ingga pada kolom bangunan

3. Area Produk lantai 2



Gambar 4. 4 Area Display Fashion

Sumber: Data Pribadi 2018

a. Eksisting

Pada area fashionini terdapat beberapa produk yang dijual yaitu :

- Batik
- Sepatu
- Tas
- Tiedye, dll
- Topi
- Kaos
- Asesoris

Penataan pada display ini terkesan berantakan karena tidak memikirkan jenis dan karakter bahan yang dijual. Jenis produk tidak disesuaikan atau dikelompokkan berdasarkan jenisnya sehingga agak membingkan apabila mencari produk yang ingin cari.

b. Sirkulasi

Sirkulasi pada area ini kurang menyeluruh karena ada bagian yang sirkulasinya luas dan di beberpa area terkesan sempit sehingga kurang ergonomis digunakan oleh karena itu desain yang digunakan harus sesuai dengan ergonomis sekitar min 70 cm lebih

c. Bentuk

Sama seperti furniture pada lantai satu furniture pada area ini juga menggunakan bentukan yang geometris tetapi sisi sudut, bentuk furniture kurang variatif sehingga terkesan membosankan. Sehingga perlunya desain furniture yang bervariasi dan lebih menghargai produk itu sendiri.



d. Warna

Selaras dengan desain pada lantai 1, pada seluruh ruangan area fashion ini dinding difinishing dengan menggunakan cat tembok warna putih dan aksesntuasi pada kolom dengan finishing chat tembok warna jingga lantai sendiri menggunakan material kreramik warna putih.

4. Area Display Produk Souvenir



Gambar 4. 5 Area Souvenir

Sumber : Data Pribadi 2018

a. Eksisting

Pada area ini produk yang dijual meliputi produk souvenir, skincare, dan produk-produk interior lainnya. Penataan layout pada area ini terkesan kurang menyeluruh dan menyatu sehingga desain terkean berantakan.

b. Sirkulasi

Sirkulasi pada area ini bagus namun penataan layout pada area ini kurang terdesain dengan baik sehingga diperlukan pentaan layout yang sesuai dan memperlihatkan produk-produk yang dijual.

c. Bentuk

Bentuk furniture yang beragam namun kurang selaras sehingga terkesan kurang cocok dan desain yang kurang aman untuk anak-anak



d. Warna

Warna pada area ini sama seperti dua area sebelumnya dengan memakai finishing warna putih dengan aksen tembok warna jingga dengan menggunakan furniture berbahan dasar kayu.

5. Ruang Pelatihan dan Seminar



Gambar 4. 6 Ruang Pelatihan dan Souvenir

Sumber : Data Pribadi 2018

a. Eksisting

Pada area workshop ini ruangan terkesan kecil sehingga memanfaatkan ruang di samping yang digabung menjadi satu sehingga dapat membuat ruang lebih luas, pada area ini layout yang digunakan kurang efisien karena tidak ada sirkulasi untuk orang keluar masuk ruangan dan dengan maksima audience sejumlah 25 orang.

b. Sirkulasi

Sirkulasi pada ruang ini tidak nyaman karena desain tidak ada sirkulasi saat orang keluar masuk di ruangan tersebut, serta ruangan tampak pengap sehingga perlunya penghawaan yang cukup .

c. Bentuk

Bentuk furniture yang digunakan merupakan furniture pabrikan sehingga desain kurang terlihat di ruang ini

d. Warna

Dinding pada area ini menggunakan warna dinding jingga hamper teraplikasi pada seluruh ruangan, dengan furniture yang polos sehingga ruang tampak flat.



6. Bentuk Furniture

Bentuk furniture kebanyakan menggunakan bahan dari multiplex yang diberi finishing finile dan dengan pintu kaca sehingga dapat mengekspose aktifitas di dalamnya. furniture ini tergolong jenis furniture yang monoton sehingga kurang menarik untuk dilihat.

4.1.2 Analisis Kuisisioner

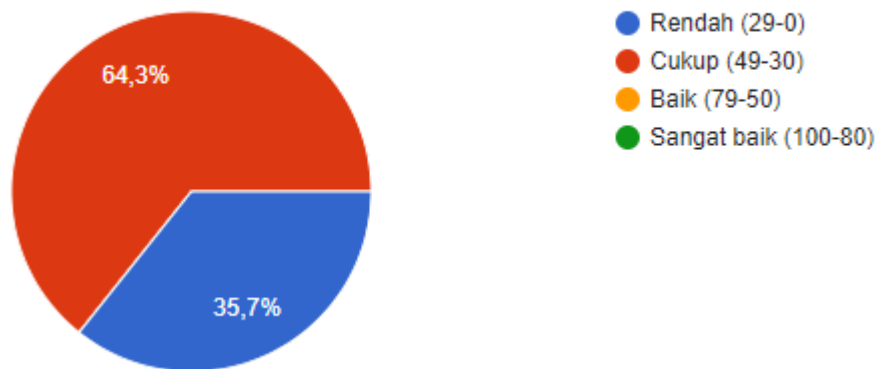
Dari hasil kuesioner yang telah disebar makan hasil dari koesioner tersebut adalah sebagai berikut:

a) Faktor memilih tempat oleh-oleh

Berdasarkan hasil kuesioner yang telah disebar, terdapat 48 responden. Diagram diatas yaitu diagram faktor pengunjung memilih toko oleh-oleh. Diantara lain yaitu terdapat 54,2 % yaitu 26 orang pengunjung menginginkan barang yang dijual lengkap dan 39,6% yaitu 19 orang lebih memilih barang yang harganya terjangkau. Sedangkan 6,3% sebanyak 3 orang memilih fasilitas yang lengkap. Pada pilihan opsi dekat 0% pengunjung yang memilih. Dapat di tarik kesimpulan bahwa jarak tidak menentukan mencari oleh-oleh. Waktu berkunjung Kepuasan terhadap sirkulasi di Sentra UKM Merr.

b) Kepuasan Pelanggan Terhadap Sirkulasi

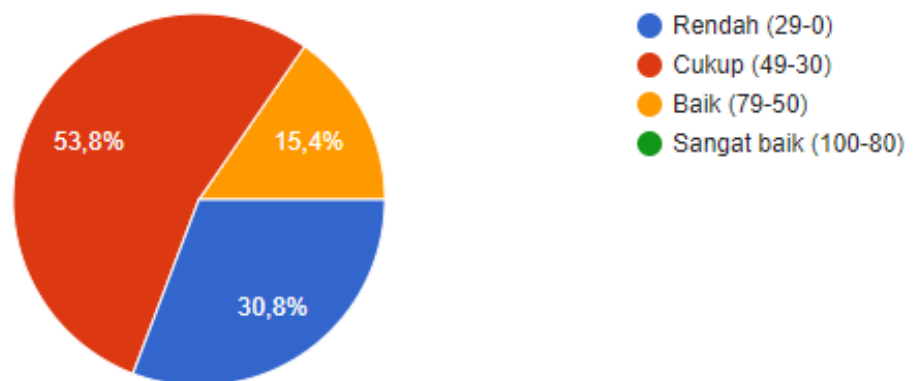
Penempatan tata letak sirkulasi di Sentra UKM Merr mendapat data sebagai berikut. Dari 14 responden didapat 64,3% masyarakat menilai sirkulasi di Sentra UKM Merr cukup yaitu dengan nilai (49-30), dan sebanyak 35,7% memilih sirkulasi pada Sentra UKM Merr yang rendah yaitu dengan nilai (29-0. Sehingga sangat perlu elakukan re layouting kembali.



Gambar 4. 7 Rekapitulasi pelanggan terhadap sirkulasi
(Sumber: dokumen pribadi 2019)

c) Kepuasan terhadap fasilitas pelayanan

Data diatas adalah data survey berupa kuesioner tentang kepuasan terhadap fasilitas yang ada di Sentra UKM Merr. Dilihat dari data diatas 53,8% memilih cukup untuk fasilitas di Sentra UKM Merr, kemudian 30,8% memilih fasilitasnya rendah dengan nilai (29-0), sedangkan untuk presentase 15,4 % masyarakat memilih fasilitasnya sudah baik dengan nilai yaitu (79-50).



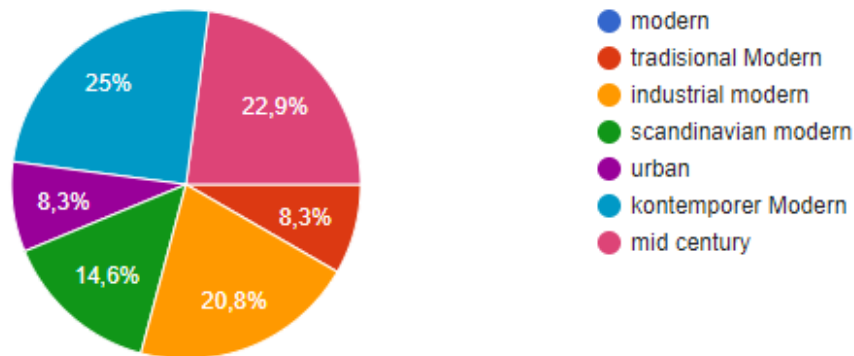
Gambar 4. 8 Rekapitulasi fasilitas pelayanan

Sumber: dokumen pribadi 2019



d) Konsep Langgam

Berdasarkan hasil survey didapat 25% dari 48 responden memilih langgam modern sehingga dari data tersebut akan dijadikan sebagai penerapan konsep desain interior Sentra UKM MERR.

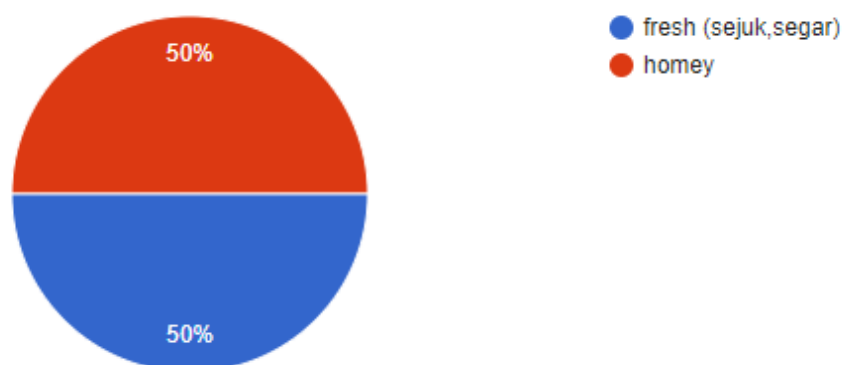


Gambar 4. 9 Rekaitulasi konsep langgam

Sumber: dokumen pribadi 2019

e) Suasana

Dari diagram di atas dengan presentase 50% banding 50% maka suasana yang diaplikasikan pada interior Sentra UKM Merr dengan perpaduan antara homey dan juga fresh. Sehingga, pengunjung merasa nyaman saat belanja di sentra UKM MERR.

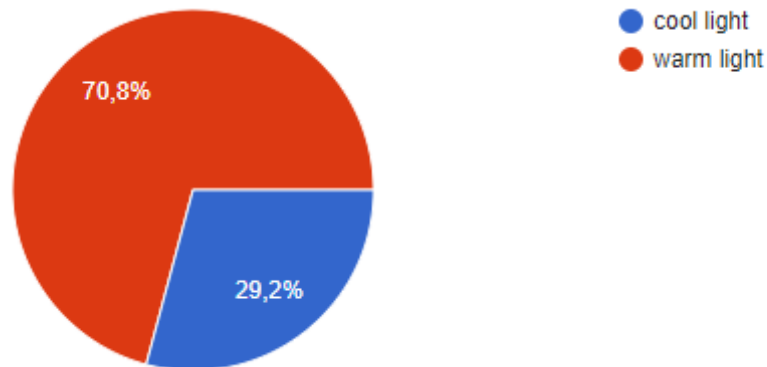


Gambar 4. 10 Rekapitulasi suasana

Sumber: dokumen pribadi 2019



f) Pencahayaan



Gambar 4. 11 Rekapitulasi Pencahayaan

Sumber: dokumen pribadi 2019

Sistem pencahayaan yang digunakan yaitu dengan menggunakan efek warm light dengan presentase responden sebesar 70,8% dari 48 responden. Dan sisanya yaitu 29,2% yang memilih cool light. Sehingga sistem pencahayaan pada Sentra UKM ini memakai warm light dengan pemasangan yang beragam seperti accent light, down light dll.

g) Display Wall Décor

Hasil survey diatas menyatakan bahwa yang cocok digunakan sebagai wall dekor dengan style urban dengan presentase 64,6%. Display ini tidak diaplikasikan kepada seluruh wall décor melainkan hanya beberapa saja.

h) Fasilitas Tambahan

Berdasarkan survey yang telah dilakukan dan dengan kuesioner yang telah disebar dapat ditarik kesimpulan bahwa pengunjung Sentra UKM Merr membutuhkan fasilitas tambahan untuk meningkatkan jumlah pengunjungnya. Dari hasil kuesioner para pengunjung menginginkan fasilitas tambahan berupa mini cafeteria, lounge Space, waiting room, dan informasi atau signage.



4.1.3 Analisis Wawancara

Dari hasil wawancara pihak terkait didapatkan hasil wawancara sebagai berikut

Berdasarkan hasil wawan cara yang telah dilakukan di Dinas Perdagangan dan Perindustriang (disperindag) kota Surabaya yaitu sentra ukm merrr di bangun pada lahan milik pemerintah kota Suabaya. Yang dulunya berdekatan dengan DISPERINDAG sebelum pindah ke gedung siola. Sehingga segmentasi sentra ukm merr sebagian besar merupakan arahan dari disperindag seperti tamu-tamu serta acara-acara yang diloasikan di Sentra UKM Merr ini. Namun setelah perpindahan gedung disperindag kota surabaya menyebabkan menurunnya pemasukan sentra UKM MERR. sehingga disperindag melakukan koordinasi dengan dinas social yang lokasinya berdekatan dengan sentra UKM Merr.dan melakukan melakukan beberapa upaya yang saat ini baru di buka yaitu angkringan dimsum dan seafood .

Sentra ukm merr memiliki ciri khas desain dengan `warna jingga beserta gambar animasi suro dan boyo sebagai ikon kota surabaya itu sendiri. Diharapkan masyarakat surabaya dapatmencintai prduknya sendiri.

4.2 Studi Produk

Menurut analisa yang dilakukan, dapat disimpulkan adanya kategori dalam produk UKM MERR.Diantaranya ada makanan dan minuman, Kerajinan Tangan, Aksesoris, Herbal dan Batik. Dalam galeri UKM ini mendisplay seluruh UKM.

4.2.1 Makanan

Pada Kategori makanan, dipisahkan menjadi 2 macam, yaitu makan basah atau makanan yang membutuhkan kulkas dan makanan kemasan yang cukup dengan display terbuka. Contohnya: pada makanan basah adalah kue dan saos makanan tradisional, yaitu makanan kemasan seperti kripik dan kerupuk.

4.2.2 Minuman

Pada kategori minuman, dibagi menjadi 2 macam, yaitu minuman siap minum serta minuman botolan berupa sirup. Penggunaan



furniture pun juga berbeda, pada minuman siap minum memerlukan kulkas untuk menjaga suhu dan kesegaran minuman, serta pada minuman botol kemasan dapat di display pad arak display luar.

4.2.3 Fashion

Pada Kategori ini menggunakan furniture yang semi terbuka untuk display batik, Tie Dye dan asesoris dan sepatu

4.3 Studi Pengguna

Pengguna Sentra UKM Merr Surabaya dibagi beberapa segmen yaitu:

1. Wisatawan

a) Lokal

Pengunjung pada Sentra UKM Merr kebanyakan masih kisaran umur 14-50 tahun. Dari mulai anak SD, SMP, SMA, Mahasiswa, maupun pekerja kantoran. Biasanya para pengunjung tersebut mencari souvenir, maupun aksesoris untuk oleh-oleh. Maupun hanya sekedar berjalan-jalan saja. Ada juga pengunjung yang datang saat ada kegiatan sekolah maupun dalam acara workshop yang diadakan oleh pihak UKM.

b) Difabel

Dengan mengganti akses antar lantai menjadi ramp menjadikan sentra UKM MERR ini memiliki segmentasi pengunjung di kalangan difabel.

c) Manca Negara

Sering diadakan kunjungan dari berbagai macam instansi maupun sekolah, seperti kunjungan dari mahasiswa asing dari kampus tertentu, sebagai upaya untuk mengenalkan kerajinan masyarakat kota Surabaya. Wisatawan asing tersebut berusia kisaran 18-30 tahun.

2. Karyawan Sentra UKM MERR Surabaya

Segmen ini pengguna kisaran umur 23-35 tahunan. Pengguna ini memiliki akses keseluruhan gedung Sentra UKM Merr. Terdapat beberapa karyawan yang mengurus proses keluar masuknya barang, dua orang penjaga kasir dan satu orang sebagai sales maupun pelayan.



3. Supliyer

Supliyer yang dimaksudkan disini adalah pelaku UKM yang sudah mendaftarkan dirinya untuk bergabung di Sentra UKM MERR

4.4 Studi Ruang

Berikut adalah studi aktivitas pada sentra UKM Merr berdasarkan analisa yang dilakukan

Aktivitas pada lantai 1:

Tabel 4. 1 1 Studi Aktivitas pada lantai

Sumber : Data Pribadi 2019

No	Pengguna	Aktivitas	Ruang	Kebutuhan furniture
1	- Pengunjung - Penjual - Pelayan	- Pesan - Duduk - Makan ,minum - Membayar - Mengobrol - Melayani pelanggan - Membuat pesanan - Menyimpan bahan - Duduk - Mengantar pesanan - Memeriksa pesanan - Mencuci - Duduk	- Area makan - Area kitchen - Area service dan area makan	1 bar tabble 11 Meja persegi panjang 6 meja persegi 34 Kursi 1 meja pantri 1 Freezer 2 Kursi 1 Wastafel 2 Kursi 1 Storage
2	- Pengunjung - Admin - Satpam	- Mengisi daftar pengunjung - Menitipkan tas - Mengambil keranjang belanjaan - Memilih snack - Memilih minuman - Membayar - Menyimpan barang - Mengarahkan pengunjung untuk mengisi buku tamu - Merangkap data ukm - Melayani pelanggan - Makan dan minum - Beristirahat - Menyimpan barang - Mengawasi keamanan sentra UKM - Monitoring menggunakan cctv	- food and snack area - Kasir area - Toilet - Area kasir - Ruang karyawan - Ruang karyawan	1 Meja 1 Storage 1 tempat keranjang 9 Shelf 1 kulkas kaca 4 kursi tunggu 1 storage 1 meja 1 meja kasir 2 kursi 1 meja karyawan 4 kursi makan 2 meja 2 kursi 1 storage
3	- Pengunjung - Admin - Satpam - Penjual +pelayan +pembeli	- BAB - BAK - Bercermin	- Toilet pada lantai 1 - Laki-laki - Perempuan	2 Closet untuk perempuan 1 closet untuk laki-laki 2 Wastafel pr 1 closet lk 1 Urinar 2 Meja @satu 2 tempat sampah untuk pr 1 tempat sampah untuk lk



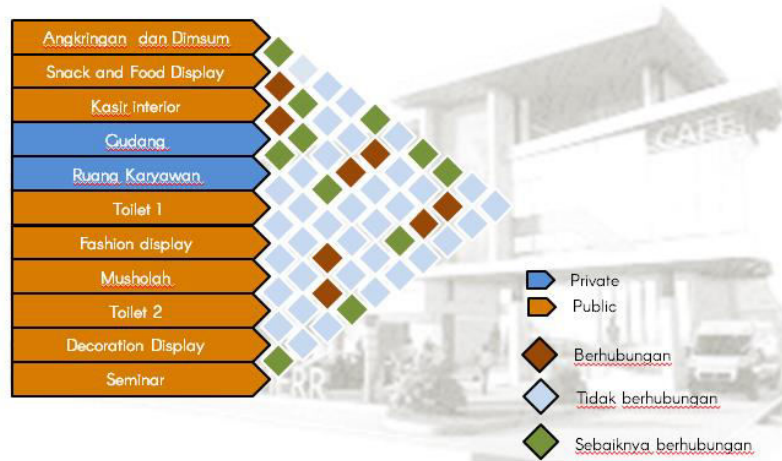
No	Pengguna	Aktivitas	Ruang	Kebutuhan furniture
4	- Pengunjung - Admin	- Memilih batik - Memilih tie dye - Memilih tas - Memilih scarf - Memilih kerudung - Memilih asesoris - Mencoba pakaian - Memilih skincare - Mencoba skin care - Memilih sepatu - Mencoba sepatu - Memeriksa stok barang - Menata barang - Membersihkan	- Display Fashion - Fitting area	3 Display batik 3 Display tie die 1 Display tas 1 Display scarf 1 Display kerudung 2 Display asesoris 1 Display topi 1 Cermin 1 Gantungan 1 Display skincare 1 Cermin 1 Display sepatu 1 Display sandal 1 Display flat shoes 4 Bench dan cermin
5	- Pengunjung - Admin/pegawai	- Melihat lukisan - Melihat bantal dan memilih - Melihat souvenir - Melihat tas bunga - Beristirahat - Sholat - Bab/bak - Wudhu - Memeriksa barang - Membersihkan - Sholat - Bab/bak - Berwudhu	- Area display - Area lounge - Musholah - Toilet 2	- Display lukisan 3 Display bantal 1 Display souvenir 1 Display tas bunga 1 Meja 3 Kursi 2 Side table 2 Table lamp 1 Mini storage 2 Closet untuk perempuan 1 closet untuk laki laki 2 Wastafel pr 1 closet lk 1 Urinor 2 Meja @satu 2 tempat sampah untuk pr 1 tempat sampah untuk lk
6	- Peserta seminar/pelatihan - Admin/Pegawai - Satpam - Pemateri	- Duduk - Menikmati snack yang disediakan - Mencatat - Mengarahkan peserta seminar - Menata ruangan dan membersihkannya - Menjaga keamanan berlangsungnya seminar - Duduk - Membawakan materi - Menikmati minuman dan snack - Sholat	Ruang seminar	1 Meja pemateri 2 Kursi pemateri 28 Kursi peserta 16 Meja peserta 2 Sound 1 Lcd 1 Storage

4.5 Hubungan Ruang

Analisa hubungan ruang dibutuhkan sebagai acuan peletakkan posisi ruang dalam mendesain. Analisa tersebut dibuat dengan mempertibangkan aktivitas dan sirkulasi pengguna Sentra UKM Merr. Hubungan ruang yang ada pada eksisting Sentra UKM Merr sudah cukup baik, namun ada beberapa area produk yang tercampur.

4.5.1 Matriks

Terdapat beberapa ruangan di Sentra UKM Merr Surabaya. Beberapa diantaranya harus di hubungkan agar mempermudah aksesibilitas. Namun beberapa ruang lain tidak harus berhubungan karena tidak ada korelasi satu dengan yang lain. Ruangan-ruangan yang dimaksud antara lain:



Gambar 4. 12 Matrix Hubungan Ruang

Sumber: Data Pribadi 2019

4.5.2 Bubble Diagram

Bubble diagram ini menggambarkan alur sirkulasi pengguna, yaitu sirkulasi publik, semi publik dan privat. Alur sirkulasi lantai dasar dapat dilihat pada bagian di bawah ini.



Gambar 4. 13 Bubble Diagram

Sumber : Data Pribadi

4.6 Analisa Konsep Desain

4.6.1 Konsep Makro

“Modern Natural dengan nuansa Surabaya ” merupakan konsep yang dipilih. Konsep ini muncul mengingat kondisi kota Surabaya yang padat, jenuh, dan sibuk sehingga untuk mengimbangnya perlu diciptakan atmosfer



ruang yang segar, nyaman, dan menyenangkan dimana individu di dalamnya dapat merasa betah berlama-lama di dalam Sentra UKM MERR. Serta untuk mendukung program pemerintah green and clean pada tahun 2018. Sehingga, gaya desain yang digunakan adalah Modern Natural, dimana pengunjung bisa tetap merasa berada di kota tetapi dengan atmosfer yang berbeda.

Surabaya memiliki berbagai macam kebudayaan potensi yang ada di Surabaya sehingga perlu untuk di lestarikan dan perkelkan pada wisatawan. Salah satunya batik Sura dan baya dengan karakternya, serta sebutan Surabaya sebagai kota pahlawan yang menjadikan Surabaya mejadi kota yang special. Hal tersebut merupakan hal-hal yang menarik untuk diangkat sebagai tema pada interior Sentra UKM tersebut. Potensi budaya tersebut dikemas dan dijadikan aksentuasi dengan menyesuaikan tuntutan aktifitas masyarakat modern. Aktifitas masyarakat modern yang serba praktis, terus berkembang, dan mengutamakan efisiensi waktu menuntut fasilitas yang fungsional. Bentuk-bentuk yang tercipta menjadi sederhana karena lebih mengutamakan fungsi namun tetap mengandung unsur karakter dan budaya Surabaya.

4.6.2 Konsep Mikro

Konsep mikro Sentra UKM MERR mengacu pada konsp makro diatasnyaitu mendesain interior Sentra UKM MERR dengan konsep modern natural dengan aksentuasi karakter dan budaya Suroroboyoan. Berikut ini gambaran secara umum konsep mikro

4.6.3 Pencahayaan

Terdapat dua pencahayaan yang digunakan pada interior Sentra UKM MERR yaitu pencahayaan alami dan buatan. Pada pagi dan siang hari, Sentra UKM memanfaatkan pencahayaan alami untuk menerangi ruangan dengan adanya bukaan pada dinding ruangan. Pada saat proses desain, interior Sentra UKM akan mengkombinasikan antara cahaya alami dengan cahaya buatan. Memaksimalkan pencahayaan alami dan meminimalisir pencahayaan buatan. Adapun pencahayaan buatan akan disesuaikan dengan tingkat keperluannya dan sesuai dengan konsep Sentra



UKM. Berdasarkan kuesioner yang dilakukan sebanyak 70,8 persen responden lebih memilih pencahayaan buatan dengan jenis warm light.

Analisa pencahayaan yang digunakan sesuai dengan fungsinya:

- Sebagai pencahayaan keseluruhan ruang (general lighting).
- Sebagai pencahayaan objek yang menjadi point of interest
- Sebagai pencahayaan aktivitas khusus.
- Sebagai pencahayaan pembentuk suasana ruang



Gambar 4. 14 Contoh Pencahayaan

Sumber: pinterest 2018

4.6.4 Penghawaan

Terdapat dua penghawaan pada interior Sentra UKM MERR yaitu penghawaan alami dan buatan. Dengan adanya bukaan yang cukup penghawaan pada Sentra UKM MERR akan baik. Jangan terlalu kecil dan jangan terlalu besar. Analisa penghawaan untuk desain interior Sentra UKM MERR ini didesain dengan menggunakan penghawaan buatan berupa AC dan memaksimalkan penghawaan alami dikarenakan letak Sentra UKM MERR yang strategis dengan sumber angin. Diharapkan pengunjung merasa nyaman berada di dalam ruang Sentra UKM MERR.



4.6.5 Security/ Safety

Sistem Pengamanan pada Sentra UKM MERR menggunakan kamera CCTV yang dipasang pada beberapa area yang strategis dan memiliki tingkat pengawasan yang cukup tinggi. Pemasangan CCTV akan terhubung dengan monitor dan diawasi oleh pengawas. Untuk pemasangan CCTV pada interior ruang, digunakan CCTV dengan tingkat zoom yang tinggi dan CCTV dapat berotasi kesegalah arah. Sedangkan untuk outdoor ruangan menggunakan CCTV dengan spesifikasi untuk outdoor.

4.6.6 Universal Design

Karena Sentra UKM Surabaya ini merupakan public space maka harus memenuhi persyaratan universal desain sehingga pengunjung yang berkebutuhan khusus juga dapat masuk ke dalam Sentra UKM MERR Surabaya.

4.7 Elemen Pembentuk Ruang

4.7.1 Plafon

Plafon merupakan salah satu unsur pembentuk ruang yang merupakan batasan antara ruang dan dinding, ketinggian plafon berkisar 2.80-3.00 meter. Plafon yang akan diaplikasikan ke Sentra UKM yaitu plafon datar, drop ceiling atau up ceiling.



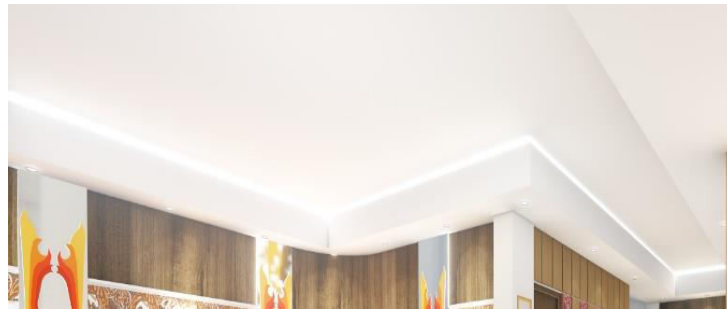
Gambar 4. 15 Penerapan Plafon pada Konsep Desain

Sumber: dokumen pribadi 2019



Gambar 4 17. Penerapan Plafon Pada Area Fashion

Sumber: Dokumen Pribadi,2019



Gambar 4 18. Penerapan Plafon Pada lanantai 1

Sumber: Dokumen pribadi,2019

Sedangkan untuk drop ceiling tau up ceiling digunakan pada area-area tertentu untuk memberikan kesan pembeda antar ruang atau area.

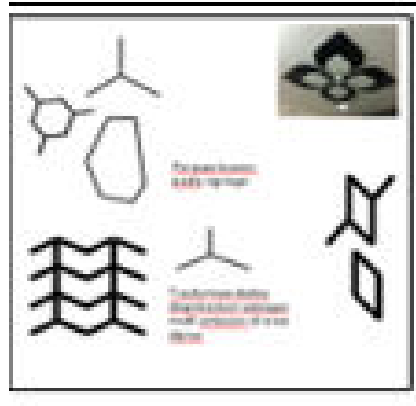
4.7.2 Dinding

Dinding keseluruhan menggunakan warna putih dengan aksent jingga kemerah-merahan dan dipadu dengan material kayu.



Gambar 4 19. Gambar finishing dinding pada Lantai 1

Sumber : Dokumen Pribadi, 2019



Gambar 4 20 Gambar Trasformasi bentuk back drop

Sumber : Dokumen Pribadi 2019

Pada gambar diatas merupakan gambar finishing dinding pada lantai 1 dengan menggunakan material multiplek yang kemudian difinishing dengan menggunakan material hpl yang warnanya selaras dengan Sentra UKM Merr yaitu warna turunan jingga, pada ornament wall panel ini menggunakan transformasi dari bentukan semanggi , penambahan tulisan “ the city of heroes “ yang mencerminkan Surabaya adaah kota pahlawan. Serta pada sisi sebelah kiri memadukan material multiplek dengan motif kain batik khas Surabaya itu sendiri. Dinding pada area ini dibentuk dengan motif geometris agar kesan modern dapat tumbuh pada area ini.



Gambar 4.21. Gamabar Finishing dinding pada area fashion

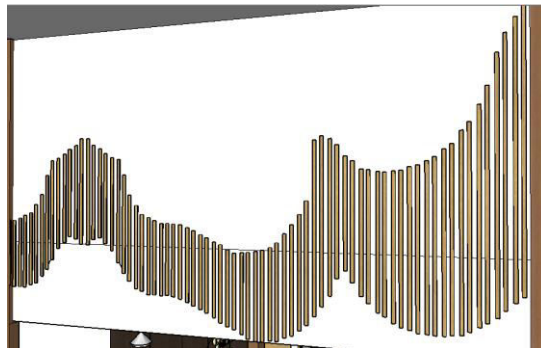
Sumber : Dokumen Pribadi, 2019

Pada area fashion dinding difinishing dengan menggunakan cat yang diberi gambar mural, yang menggambarkan kota suranbaya. Pemilihan warna untuk mural sendiri menggunakan warna yang yang soft yaitu coklat agar dapat selaras dengan sekitarnya.



Gambar 4. 22 Pengaplikasian bentuk ikon Surabaya pada dinding

Sumber: dokumen pribadi 2019



Gambar 4. 23 Pengaplikasian Panel trasformasi semanggi

Sumber : dokumen pribadi 2019



Gambar 4. 24 gambar Transformasi elemen estetis pada dinding

Sumber: Dokumen Pribadi 2019

4.7.3 Lantai

Menggunakan warna netral dan menggunakan warna aksen sebagai penunjuk suatu area. Lantai menggunakan keramik bermotif batu alam serta lantai parket, dan di area angkringan menggunakan perpaduan lantai parket dan tegel.



Gambar 4. 25 Penerapan Lantai pada konsep desain

Sumber: dokumen pribadi 2019

4.7.4 Furniture

Furniture yang digunakan lebih mementingkan fungsi dan bentukan yang simpel, dengan menggunakan material kayu/playwood dan hollow sehingga dapat mencerminkan kesan modern. Serta menggunakan aksesoris warna jingga pada furniture.

Berdasarkan referensi penulis pada BAB 2.8, terdapat beberapa jenis display untuk display yang digunakan oleh penulis pada desain interior ini menggunakan open display, wall display, dan close display. Dimana untuk open display digunakan untuk barang-barang yang tidak mudah rusak sedangkan untuk wall display, digunakan untuk display makanan terdapat pada area lantai 1, dan untuk close display untuk barang-barang yang mudah rusak dan perlu perawatan khusus, seperti tas batik, baju batik, asesoris dll.





Gambar 4. 26 Penerapan Furnitur pada konsep desain
Sumber: dokumen pribadi 2019



Halaman ini sengaja dikosongkan

BAB V

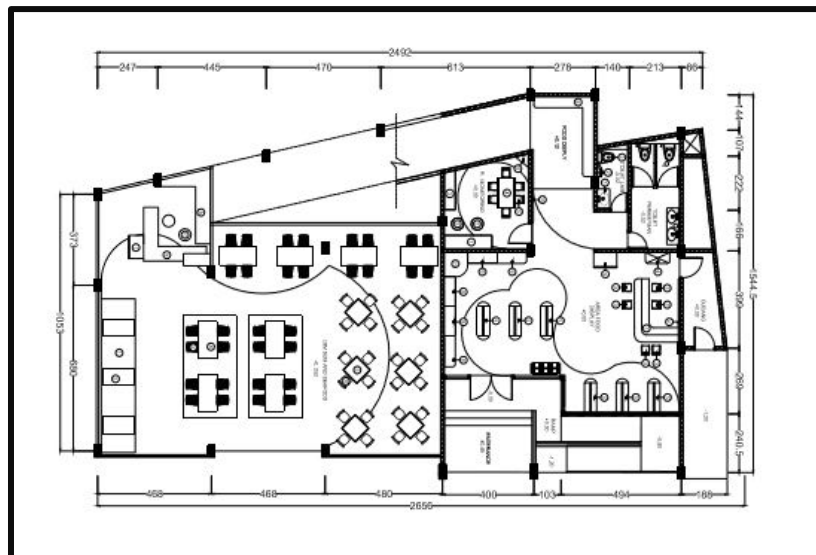
PROSES DAN HASIL DESAIN

5.1 ALTERNATIF LAYOUT

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

5.1.1 Ruang angkringan dan display makan

5.1.1.1 Alternatif *Layout 1*



Gambar 5 1 Layout Denah Alternatif 1

Sumber : Dokumen Pribadi 2019

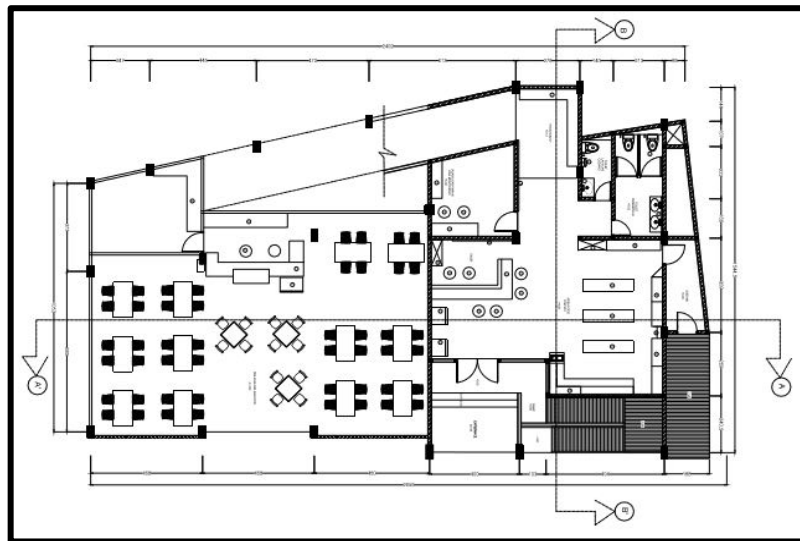
Pada alternatif layout 1 area angkringan dan area display makanan, pada area angkringan ini pengunjung dapat langsung duduk pada area makan angkringan, dan kemudian dapat memesannya di area kasir. Pada area ini dapur di buat open plant sehingga mencerminkan lingkungan dapur yang bersih. Kursi makan yang di gunakan pada area ini bervariasi yaitu ada area lesehan dan ada area makan menggunakan meja dan kursi.

Setelah pengunjung makan dapat masuk ke dalam area sentra UKM Merr pada lantai dasar ini yang difokuskan pada display



makanan dan minuman. Jarak antar furniture diatur sesuai dengan standart sirkulasi yang ada sehingga pengunjung dapat memaksimalkan aktivitas di lantai ini. Produk yang di jual antra lain makan kering, makan basah, dan minuman serta produk-produk herbal. Pada area ini juga terdapat area kasir yang berlokasi di samping gudang agar para karyawan dapat dengan mudah melakukan restock barang apabila barang telah habis.

5.1.1.2 Alternatif *Layout 2*



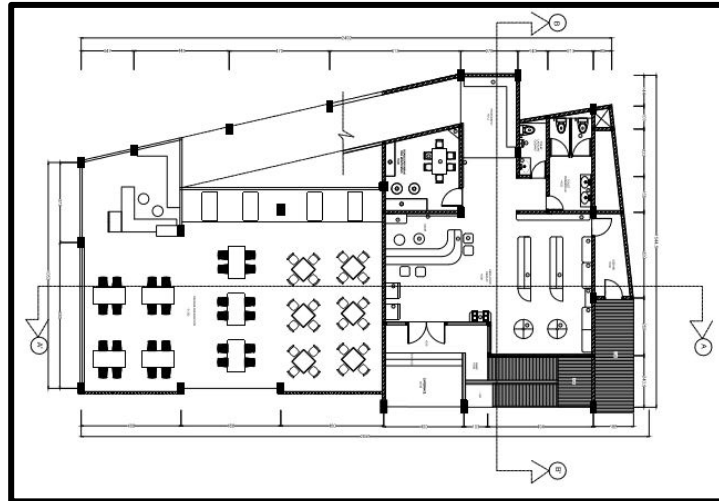
Gambar 5 2. Layout Denah Alternatif 2

Sumber : Dokumen Pribadi 2019

Pada alternatif layout 2 ini saat masuk pada area angkringan pengunjung dapat langsung melihat posisi kasir dan resepsionis berada, namun kekurangan dari layout ini adalah area service di buat terpisah dari resepsionis sehingga pengunjung kurang melihat proses yng ada dan pada area makan ini juga kurang berfariasi. Dan pengaplikasina konsep desain pada layout ini kurang maksimal.



5.1.1.3 Alternatif *Layout* 3.



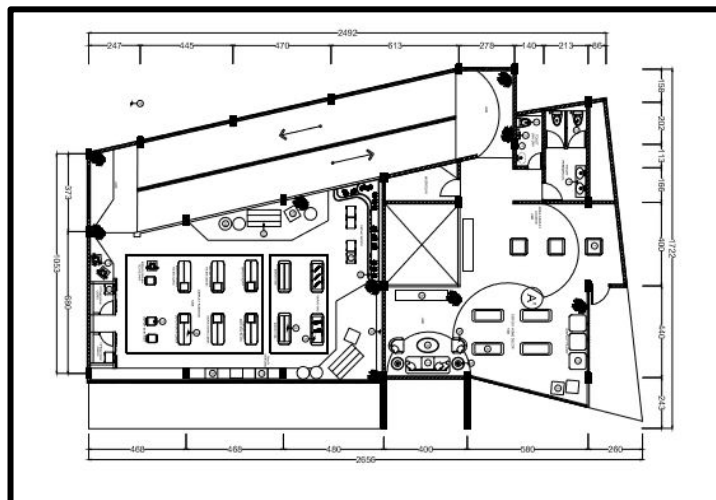
Gambar 5 3 Layout Denah Alternatif 3

Sumber : Dokumen Pribadi, 2019

Pada alternatif layout 3 ini pada area angkringan pengunjung dapat langsung mencari tempat untuk beristirahat, kemudian pada area display makan pengunjung di sambut dengan meja kasir namun kekurangan dari layout ini adalah area service di buat terpisah dari resepsionis sehingga karyawan harus melewati display makan apabila harus masuk merestock barang.

5.1.2 Ruang Display Fashion

5.1.2.1 Alternatif *Layout* 1



Gambar 5 4 Layout Denah Alternatif 1

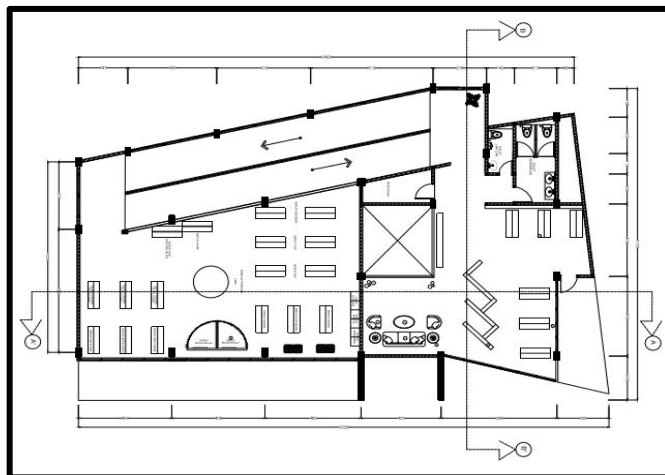
Sumber : Dokumen Pribadi, 2019



Pada alternatif layout pada area display fashion ini pengunjung dapat melihat dengan mudah pembagian area di dalamnya yaitu area display baju anak, baju batik, baju tiedye berada di bagian tengah, untuk display sepatu dapat dilihat secara langsung saat pengunjung masuk area ini. Sedangkan pada sisi kanan terdapat display asesoris dan skincare. Sirkulasi ini sesuai dengan konsep yang di usung agar pengunjung dapat lebih mudah dalam melakukan aktivitas di dalamnya.

pada area display estetis pengunjung dapat beristirahat dan memilih produk, produk tersebut telah dikelompokkan menjadi display pillow dan produk-produk estetis serta pemanfaatan dinding sebagai display lukisan.

5.1.2.2 Alternatif *Layout 2*



Gambar 5 5 Layout Denah Alternatif 2

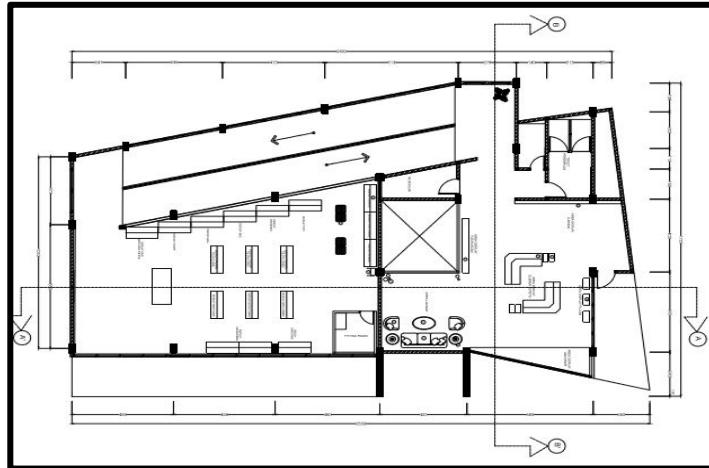
Sumber : Dokumen Pribadi, 2019

Pada alternatif layout pada area display fashion ini di kelompokkan mejadi beberapa area yaitu area display sepatu area display pakaian dan area display asesoris pada area ini jarak antar furniture terkesan sempit sehingga pengunjung kurang nyaman berada di dalamnya.

pada area display estetis pengunjung dapat beristirahat dan memilih produk, produk tersebut telah dikelompokkan menjadi display pillow dan produk-produk estetis serta pemanfaatan dinding sebagai display lukisan.



5.1.2.3 Alternatif *Layout* 3



Gambar 5 6 Layout Denah Alternatif 3

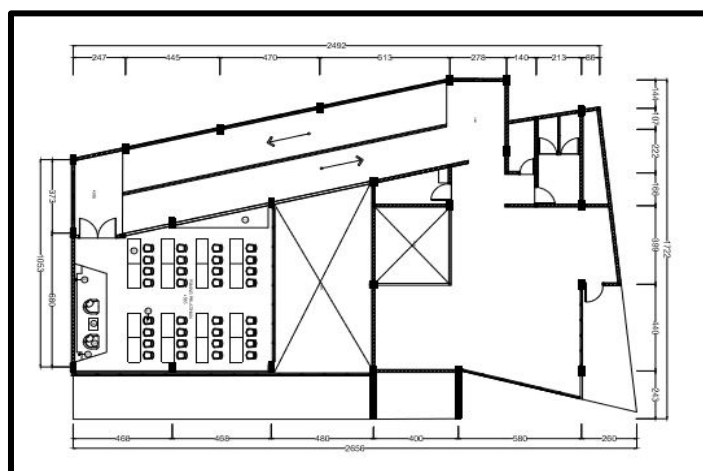
Sumber : Dokumen Pribadi, 2019

Pada alternatif layout pada area display fashion ini di kelompokkan mejadi beberapa area yaitu area display sepatu area display pakaian dan area display asesoris pada area ini jarak antar furniture kurang menyeluruh pada ruang.

pada area display estetis pengunjung dapat beristirahat dan memilih produk, produk tersebut telah dikelompokkan menjadi display pillow dan produk-produk estetis serta pemanfaatan dnding sebagai diplay lukisan.

5.1.3 Ruang Seminar

5.1.3.1 Alternatif *Layout* 1



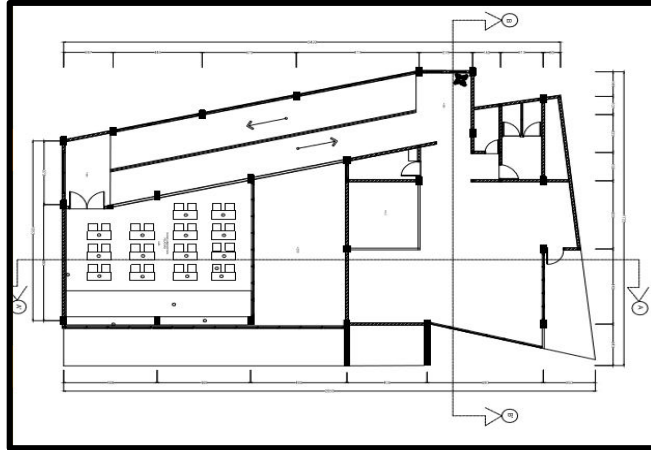
Gambar 5 7 Layout Denah Alternatif 1

Sumber : Dokumen Pribadi, 2019



Pada alternatif layout 1 area seminar ini sirkulasi yang digunakan nyaman untuk pengunjung dengan menerapkan furniture yang dapat disusun dan di pindahkan dengan mudah.

5.1.3.2 Alternatif Layout 2

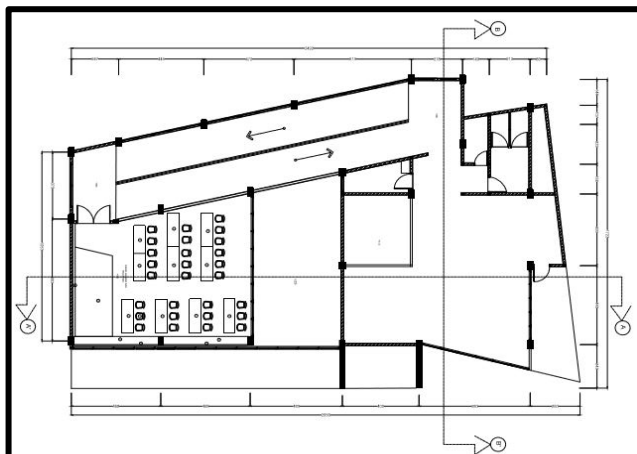


Gambar 5 8 Layout Denah Alternatif 2

Sumber : Dokumen Pribadi, 2019

Pada alternatif layout 2 area seminar ini sirkulasi yang digunakan kurang nyaman untuk peserta karena penataan desain yang kurang beraturan sehingga kurang nyaman digunakan.

5.1.3.3 Alternatif Layout 3



Gambar 5 9 Layout Denah Alternatif 3

Sumber : Dokumen Pribadi, 2019



Pada alternatif layout 3 area seminar ini sirkulasi yang digunakan kurang nyaman, dengan diterapkannya furniture dengan ukuran yang berdeda akan membuat ruangan tampak kurang rapih dan terstruktur.

5.1.4. Pemilihan Alternatif Layout (Weighted Method)

Dari denah alternatif di atas, maka disusunlah penilaian terhadap masing-masing alternatif layout untuk kemudian diterapkan pada desain Sentra UKM MERR kedepannya. Penilaian alternatif layout menggunakan metode weighted method, dengan rincian perhitungan sebagai berikut.

Tabel 5.2. *Weighted Method* mengenai penilaian masing-masing Layout Alternatif

KRITERIA	W	PARAMETER	ALTERNATIF 1			ALTERNATIF 2			ALTERNATIF 3		
			M	S	V	M	S	V	M	S	V
Terpenuhinya semua kebutuhan pengunjung	0.42	Fasilitas Terpenuhi	good	8	3,36	good	8	3,36	good	7	2,94
		Kebutuhan ruang terpenuhi	good	7	2,94	good	7	2,94	good	7	2,94
		Kebutuhan furniture terpenuhi	good	7	2,94	good	7	2,94	good	7	2,94
Terpenuhinya alur sirkulasi	0.33	luas	good	8	2,64	good	7	2,31	Poor	6	1,98
		Nyaman dilalui	good	8	2,64	good	8	2,64	good	8	2,64
Sesuai dengan konsep	0.23	Furniture simple dan modern	Very good	9	2,07	good	8	1,84	good	7	1,61
		Bentuk Geometris	good	7	1,61	good	7	1,61	good	7	1,61
		Aksen Surabaya	good	7	1,61	good	7	1,61	good	7	1,61
OVERALL UTILITY VALUE			19,81			19,25			18,27		

Sumber: Dokumen Pribadi , 2019

Berdasarkan penilaian di atas, diketahui bahwa alternatif layout yang terpilih memiliki nilai yang lebih tinggi berdasarkan kriteria yang sudah ditentukan sebelumnya. Dari penilaian tersebut diketahui bahwa alternatif layout1 memiliki *value* yang paling tinggi yaitu 19,81 setelah dihitung melalui pembobotan nilai dari masing-masing kriteria.

5.2. PENGEMBANGAN DESAIN RUANG TERPILIH 1

5.2.1 Layout Furniture

Gambar dibawah ini merupakan detail furnitur display pada area makanan yang digunakan sebagai tempat display makanan ringan, minuman, herbal, madu, dll. Pada display tersebut memiliki desain yang simpe selaras dengan konsep modern karena desainnya yang simple dan



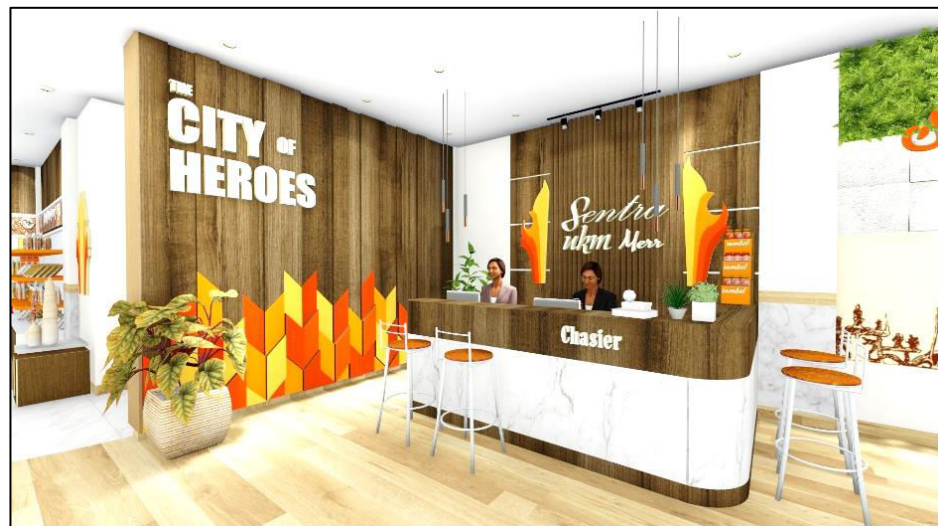
menggunakan material multiplek yang di finishing hpl sebagai cerminan konsep natural. Pada layout dibawah ini menggunakan furniture yang simpel dengan ujung furniture yang lengkung sehingga aman untuk anak-anak.



Gambar 5 10. Denah Layout terpilih 1

Sumber: Dokumen Pribadi

5.2.2 Gambar 3D



Gambar 5 11: Ruang Terpilih 1 view 1

Sumber: Data Pribadi, 2019

Dari proses *layouting* dilakukan ide untuk memvisualisasikan konsep desain yang sesuai pada layout interior Sentra UKM. Pada Gambar 3D



ruang terpilih 1 *view* 1 terdapat area kasir dimana terdapat 2 kursi untuk penjaga dan 4 kursi untuk tunggu. Pada bagian meja resepsionis menggunakan desain meja letterl dengan sudut lengkung sehingga akan aman, perpaduan antara material hpl kayu dengan granit mencerminkan kesan yang modern.

Pada bagian backdrop area kasir ini menggunakan material kayu dengan membentuk grid-grid yang sejajar sehingga kesan modern juga terpancar dengan bentukan nat yang geometris tersebut, seta dengan memasang elemen estetis hasil transformasi dari bentukan gapura di tugu pahlawan dengan warna turunan jingga yang selaras dengan ciri khas sentra ukm merr.

Dalam menciptakan kesan Surabaya menempatkan salah satu ciri khas kota Surabaya yaitu “the city of heroes” pada dinding sebelah kiri. Dengan material multiplek yang difinishing menggunakan hpl warna putih.



Gambar 5 12: Ruang Terpilih 1 *view* 2

Sumber : Data Pribadi, 2019

Konsep modern pada area ini sangat terasa dengan yang kebanyakan berbentuk geometris, pada area ini display dibuat 2 macam permanen dan semi permanen. Sehingga ada display yang bisa dipindah-pindah sesuai dengan kebutuhan. Namun untuk furniture yang tdk bisa diubah” tetep bisa di lebas karena menggunakan ambalan yang diskrup ke dinding.



Gambar 5 13: Ruang Terpilih 1 View 3

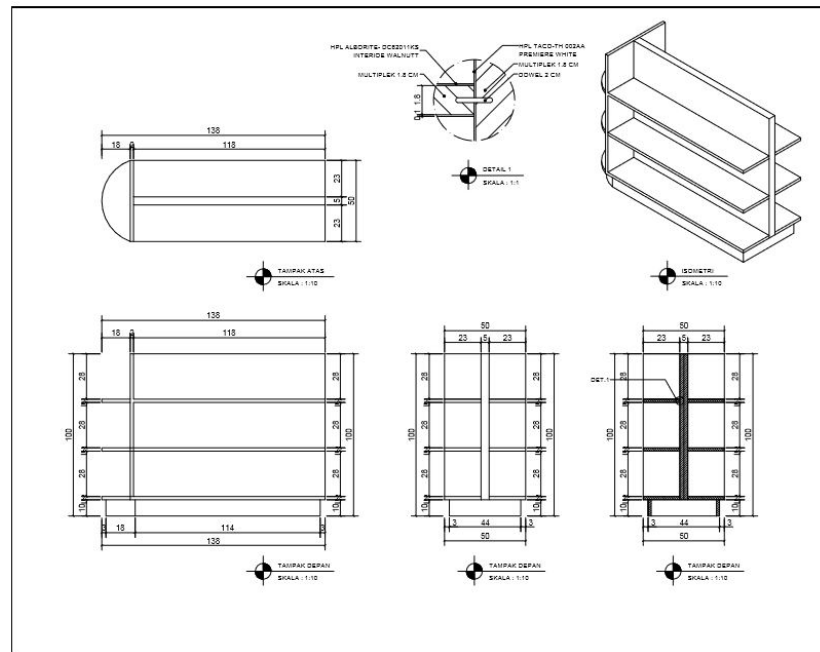
Sumber: Dokumen Pribadi, 2019

Desain pada sisi ini dinding menggunakan back drop dengan material multiplek yang tebalnya 4 cm, dengan desain nat yang dibuat geometris finishing backdrop tersebut adalah menggunakan hpl taco dan motif batik surabaya. Dinding keseluruhan pada area ini di cat tembok berwarna cream, display yang digunakan yaitu ambalan yang dibawahnya ada storage sebagai penyimpanan stock.

Desain plafon pada sisi ini menggunakan drop ceiling dengan menggunakan lampu LED strip dipadukan dengan down light dengan cahaya warm light.

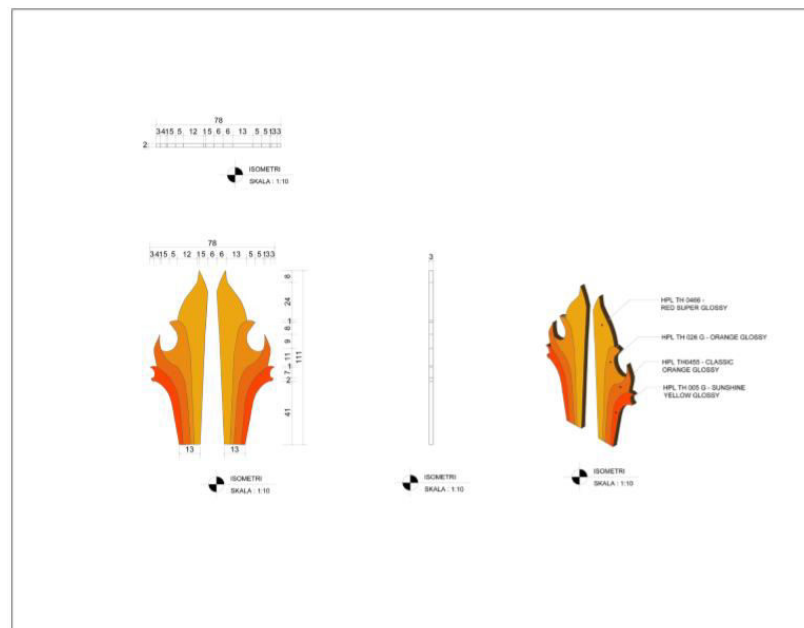
5.2.3 Detail Furniture dan Elemen Estetis

Gambar dibawah ini merupakan detail furnitur display pada area makanan. Pada display tersebut memiliki desain yang simple selaras dengan konsep modern karena desainnya yang simple dan menggunakan material multiplek yang di finishing hpl sebagai cerminan konsep natural. Serta sudut sisi pada furnitur di buat lengkung agar safety untuk pengguna anaka-anak .



Gambar 5 14 Detail Furniture display

Sumber : Dokumen Pribadi,2019



Gambar 5 15 Detail Elemen Estetis

Sumber: Dokumen Pribadi,2019

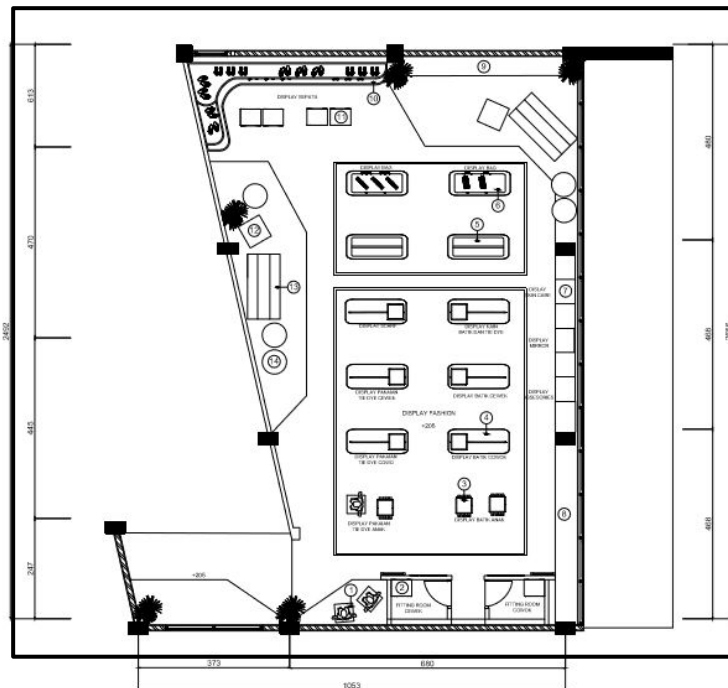
5.3. PENGEMBANGAN DESAIN RUANG TERPILIH 2

5.3.1 Layout Furnitur

Pada ruangan ini terdapat beberapa fasilitas yaitu display untuk sepatu, baju batik, baju tie dye, kerudung, topi serta asesoris lainnya da nada juga produk skincare. Selain itu, pada area ini juga terdapat fitting room



yang dapat digunakan untuk mencoba baju yang di inginkan. Serta disediakan beberapa display untuk produk yang best seller di sentra ukm merr ini.



Gambar 5 16 *Layout* Furnitur Ruang Terpilih 2

Sumber : Dokumen Pribadi,2019

5.3.2. Gambar3D



Gambar 5 17 Ruang Terpilih 2 view 1

Sumber : Dokumen Pribadi, 2019



Dari proses *layouting* dilakukan ide untuk memvisualisasikan konsep desain yang sesuai dengan konsep desain yang sesuai pada layout interior Sentra UKM. Pada Gambar 3D ruang terpilih 2 *view* 1 terdapat *display* yang digunakan untuk memamerkan produknya. Selain itu, terdapat kursi panjang yang digunakan untuk area tunggu. Pada dinding terlihat menggunakan cat warna putih selaras dengan konsep modern. Untuk mencerminkan konsep suroboyoan pada ruangan dibuat mural dengan tema kota surabaya dan pahlawan dengan menggunakan warna coklat tua, display barang hanya beberapa saja yang di tampilkan stock di simpan di dalam storage. Pada area tengah ruang terdapat rak-rak yang terbuat dari rangka besi silinder dengan maksud agar dapat mencerminkan stukture bambu.



Gambar 5 18 Ruang Terpilih 2 view 2

Sumber : Dokumen Pribadi, 2019

Pada ruang ini kerana ruangan terlihat sangat *fresh* dan *stylish*, terlihat dari dinding menggunakan cat tembok warna putih dengan mural mural kota surabaya. Pada display sepatu dibuat dengan bentuk lingkaran-lingkaran yang didisplay pada dinding dengan menggunakan material multiplek dengan finishing hpl kayu dan hpl glossy warna jingga. Pada bagian bawah display yaitu storage yang dapat difungsikan sebagai tempat duduk panjang sehingga furniturnya multi fungsi.



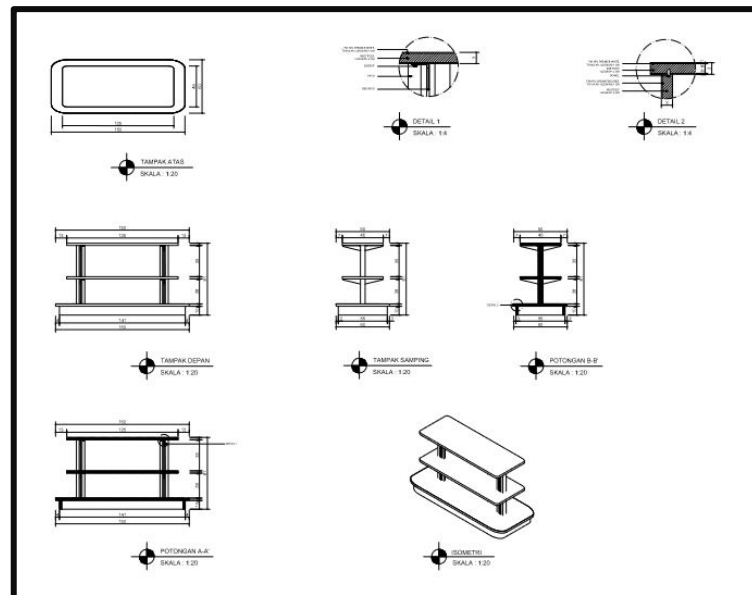
Gambar 5 19 Ruang Terpilih 2 view 3

Sumber : Dokumen Pribadi, 2019

Konsep modern diperkuat dengan pengaplikasian plafon *dropceiling* serta pencahayaan pada ruang tersebut menggunakan lampu spotlight lampu downlight dengan pendar cahaya cool daylight (putih). Dengan penggunaan cahaya pada ruang tersebut dapat memberikan kesan lebih hangat.

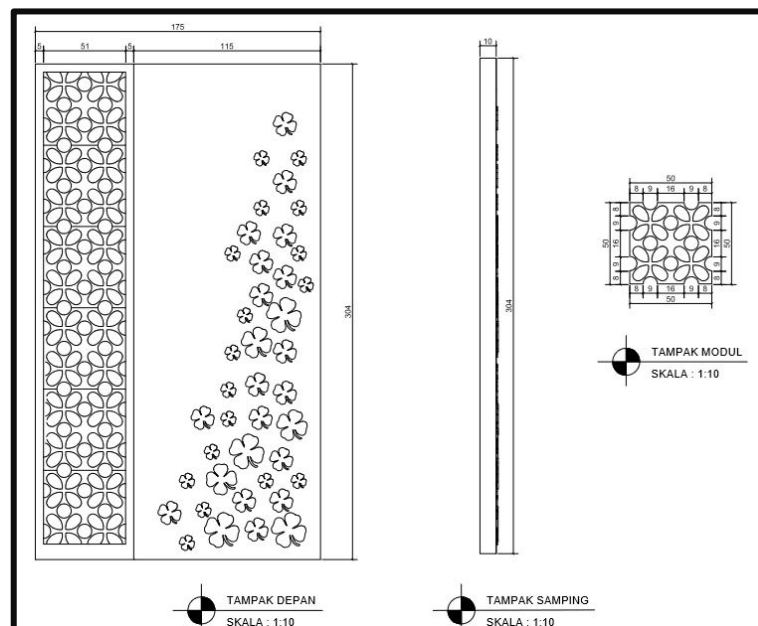
5.3.3. Detail Furniture dan Elemen Estetis

Gambar dibawah ini merupakan detail furnitur display pada area fashion yang digunakan sebagai tempat display tas dan topi. Pada display tersebut memiliki desain yang simple selaras dengan konsep modern karena desainnya yang simple dan menggunakan material multiplek yang di finishing hpl sebagai cerminan konsep natural.



Gambar 5 20 Detail Furnitur Display

Sumber: Dokumen Pribadi, 2019



Gambar 5 21. Detail Elemen Wall Panel

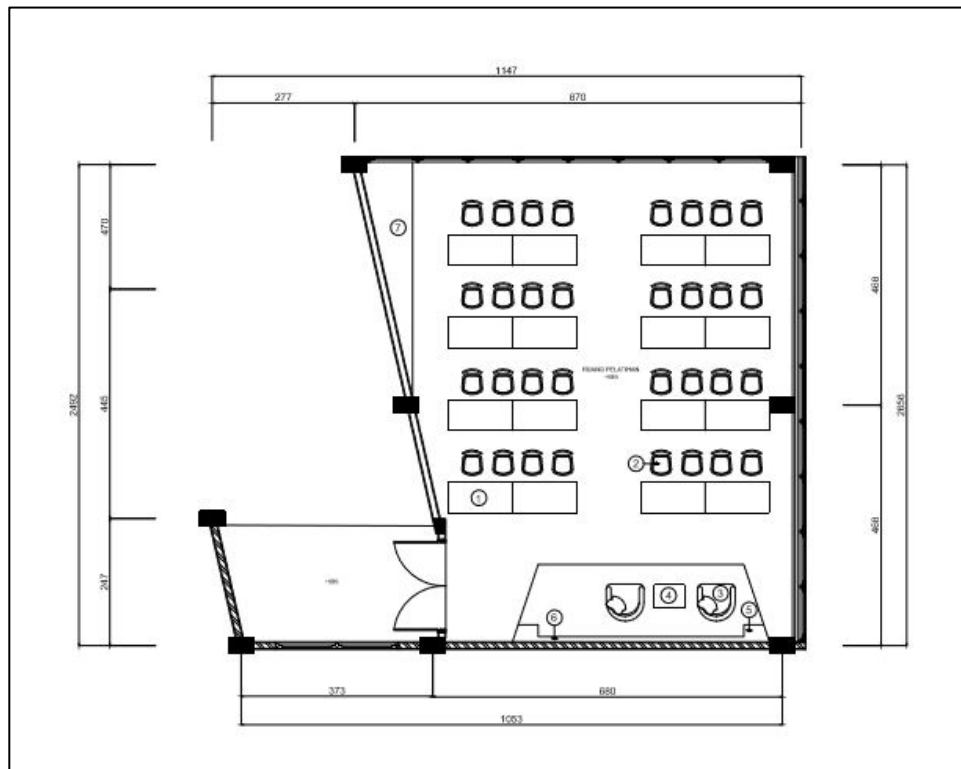
Sumber: Dokume Pribadi, 2019

Gambar diatas merupakan elemen wall panel dengan material ply wood yang dicutting laser serta di finishing clear



5.4. PENGEMBANGAN DESAIN RUANG TERPILIH 3

5.4.1. *Layout* Furnitur



Gambar 5 22 *Layout* Furnitur Ruang Terpilih 3

Sumber: Dokumen Pribadi, 2019

Ruang terpilih 2 merupakan ruang seminar dan pelatihan. Pada area ini terdapat meja dan kursi untuk pemateri dalam seminar serta kursi untuk pra peserta yang juga mengikuti seminar, kebutuhan *furniture* yang dibutuhkan antara lain 2 sofa single seater dan 1 meja. Di dalam ruangan ini, dapat menampung peserta sebanyak 32 orang.

5.3.2. Gambar 3D

Dari proses *layouting* dilakukan ide untuk memvisualisasikan konsep desain yang sesuai dengan konsep desain yang sesuai pada layout interior Sentra UKM Merr. Berikut adalah hasil desain ruang terpilih 2 yang dianalisa berdasarkan 3 *view*.



Gambar 5 23 Layout Ruang Terpilih 3 View 1

Sumber : Dokumen Pribadi 2018

Pada hasil 3D ruang terpilih 2 view 1, terdapat wall panel dengan bentuk transformasi dari bamboo runcing dengan menggunakan material plywood dengan finishing clear serta terdapat *wall panel* yang terbuat dari papan kayu. Selain itu, dinding diberi finishing cat warna putih yang berfungsi sebagai peredam ruangan.

Konsep modern diperkuat dengan pengaplikasian plafon *drop ceiling* serta pencahayaan pada ruang tersebut menggunakan lampu down light. Dengan penggunaan cahaya pada ruang tersebut sesuai dengan kebutuhan cahaya pada.



Gambar 5 24 Layout Ruang Terpilih 3 View 2

Sumber : Dokumen Pribadi 2018

Pada dinding terdapat wall panel dengan menggunakan material hollow yang dilapisi dengan gypsum dan difinishing menggunakan hpl taco untuk mencerminkan ruang dengan kesan naturalnya. Serta pada kolom diberi



finishing hpl taco dengan moruf kayu serta menggukan hpl taco dengan motif granid kemudian dipadukan agar ruangan terkesan modern..

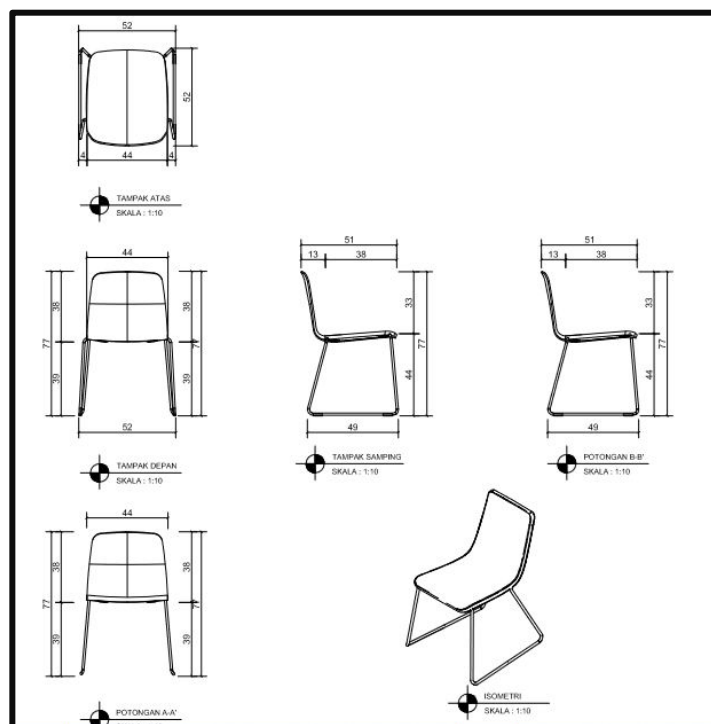
Penggunan furniture berwarna orange selaras dengan image Sentra UKM Merr serta lantai yang menggukan material karmic dengan motif batu alam membuat ruang tampak natural.



Gambar 5.16. Ruang Terpilih 3 view 3

Sumber: Dokumen Pribadi, 2019

5.3.3.Detail *Furniture* dan Elemen Estetis



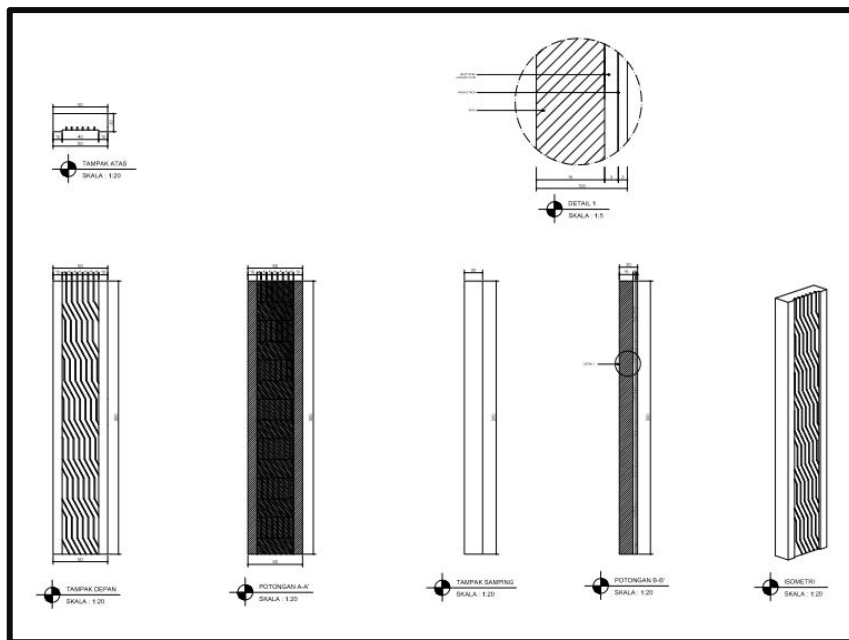
Gambar 5 25 Detail Furnitur Kursi Peserta

Sumber: Dokumen Pribadi, 2019



Gambar 5.18. merupakan detail *furniture* kursi peserta yang digunakan pada ruang terpilih 2. Kusi tersebut menggunakan material besi dengan finishing fabric,berwana coklat dan orange.

Gambar 5.18 merupakan detail elemen estetis yang digunakan pada ruang terpilih 2. Partisi tersebut menggunakan material ply wood dengan bentukan transformasi bentuk dari bamboo runcing seperti icon kota Surabaya . Warna yang digunakan partisi tersebut adalah warna asli material dengan alas warna abu-abu untuk mencerminkan kean modern.



Gambar 5 26 Detail Elemen Estetis Wall Panel

Sumber:Dokumen Pribadi, 2019



Halaman ini sengaja Diskosongkan



BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Sentra UKM Merr Surabaya memiliki fungsi utama yaitu, sebagai tempat pemasaran produk ukm yang ada di Surabaya sehingga bisa diterima masyarakat. Selama ini, Sentra UKM Merr hanya mengutamakan fungsi sebagai media pemasaran saja tanpa memikirkan fungsi lainnya yaitu kenyamanan dan estetika bagi pengunjung maupun pegawai itu sendiri. Hal ini berdampak pada kurangnya tertariknya calon pengunjung Sentra UKM Merr ini.

Berdasarkan pembahasan mengenai Desain Interior Sentra UKM MERR sebagai pusat kerajinan di kota Surabaya dapat diambil kesimpulan bahwa:

1. Sirkulasi ruang dengan alur tertentu dibuat dengan latar belakang mengarahkan pengunjung untuk melihat satu-persatu produk dan mengelompokkan produk berdasarkan jenis dan fungsinya.
2. Dengan mengangkat modern diharapkan pengujung merasa nyaman karena bentuk dan desain dibuat aman yaitu dengan membuat sudut furniture lengkung, karakter Surabaya diciptakan untuk menciptakan suasana kota surabaya dengan menghadirkan trasformasi icon-icon kota surabaya sebagai elemen interior.
3. Pengaplikasian konsep ini dikombinasikan dengan aspek natural dengan nuansa Surabaya sendiri untuk lebih meningkatkan Brand Awareness masyarakat sehingga dapat meningkatkan minat pengunjung Sentra UKM Merr. Selain itu aspek kenyamanan bagi pengunjung juga ditingkatkan dengan penataan sirkulasi hubungan antar ruangan sehingga alur sirkulasi berjalan dengan baik

6.2 Saran

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



- Merancang pola desain terutama dengan aktivitas yang cukup banyak seperti pada area kerja dibutuhkan ketelitian yang cukup tinggi. Terutama dalam hal peletakan layout furniturnya, keergonomian furniturnya, dan sirkulasi gerakannya. Karena apabila terjadi kesalahan dalam mendesain akan menyebabkan pekerjaan kurang efektif
- Pengaturan pencahayaan dalam galeri sangatlah penting karena dapat menciptakan persepsi berbeda yang lebih menarik dengan permainan kontras, saturasi, maupun arah cahaya
- Dalam mendesain, perlu juga untuk memikirkan detail pemasangan di lapangan sehingga tidak terjadi kebingungan ketika akan diaplikasikan di dunia nyata.



DAFTAR PUSTAKA

- Appleton, I. *Building for the Performing Arts : A Design and Development Guides*. United kingdom: Elsevier Architectural Press, 2008.
- Donovan RJ, Rossiter JR. *Store Atmosphere and Purchasing Behavior*:70.3 (1994): 283-295. 23 Februari 2018.
- Howard,Dick. *Surabaya City Of Work: A Socioeconomic History, 1900-2000* (Ohio RIS Southeast Asia Series) Paperback – May 15, 2002
- Anonim. *Kembangkan UKM, Tambah 3 Sentra UKM*. Diakses dari:
(Maret 2018). Cakrawala Post. Second Ed First Year. Surabaya, 31 Maret 2019
https://issuu.com/redaksicakrawalapost/docs/cakrawala_post_edisi_2
- Kotler Philip dan Keller. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Edisi Pertama. Jakarta: Prentice Hall, 2007
- Levy and Weitz. *Retailing Management*. Seventh ed. Boston: Mc.GawHall, 2009.
- Naiman, Linda. *Use Design Thinking to Develop Creativity and Innovation*.
Diakses dari: Creativity at Work on the Web, 4 May 2019,
<https://www.creativityatwork.com/design-thinking-strategy-forinnovation/amp/>
(18 Maret 2019).
- Anonim. Sentra UKM MERR. (2015). Surabaya, 23 Februari 2019
<http://sentraukm-surabaya.blogspot.com/>
- Anonim. Kebudayaan Di Kota Surabaya. (2016, 01 23). Dipetik 03 Mei 2019, dari MediaSurabaya
<http://surabaya.onwae.com/2016/01/kebudayaan-di-kotasurabaya.html>
- Dick, H. (2002-05-15). *Surabaya City Of Work: A Socioeconomic History, 1900-2000*. Athens: Ohio University Press. ISBN 9780896802216.



- Grand-Hays, Brenda , Kimberley A. Mikula. (2003). *Color in Small Space*. China: McGraw Hill.
- Grant-Hays, Brenda dan Kimberley A.Mikula. (2003). *Op.cit*. China: McGraw Hill.
- Hafsah, M. (2004). Upaya Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM). *Infokop*, Nomor 25 Tahun XX .
- Hakim, A. (2018, 03 27). *Risma : 98 Persen Pembangunan Ekonomi di Surabaya dari UKM*. Surabaya: Antara Jatim.
- Ibnu, M. H. (2018, 11 19). *Ragam Batik Khas Surabaya Terinspirasi Alam dan Kisah Sejarah*. Dipetik 01 11, 2019, dari cek & recek : <https://ceknricek.com/a/ragam-batik-khas-surabaya-terinspirasi-alam-dan-kisah-sejarah/1599>
- Ikhwanuddin. (t.thn.). *Menggali Pemikiran Posmodernisme Dalam Arsitektur*. Jogjakarta: Gajah Mada University Press.: 2005.
- Ramdlon, R. H. (n.d.). *Wonderful Surabaya*. Retrieved 12 6, 2018, from Monumen BambuRuncing:
<http://rafihydar.it.student.pens.ac.id/Monumen%20Bambu%20Runcing.html>
- Soedarso, Muchammad Nurif, Sutikno dan Windiani . (Juni,2013). *Dinamika Multikultural Masyarakat Kota Surabaya . Jurnal Sosial Humaniora, Vol 6 No.1*, 69.
- UKM, S. (n.d.). *fasilitas* . Retrieved 12 07, 2018, from Sentra UKM Surabaya : sentraukm-surabaya.blogspot.com/



BIODATA PENULIS



Melinda Kusuma Wardani lahir di Lamongan pada tanggal 03 Mei 1997. Penulis menempuh pendidikan dari SDN Tambakrigadung II lamongan dan lulus pada tahun 2009. Kemudian pada tahun 2012 menyelesaikan pendidikan dari SMP Negeri 1 Deket lalu melanjutkan di SMA Negeri 2 Lamongan dan lulus pada tahun 2015. Hingga akhirnya pada tahun 2015 penulis melanjutkan pendidikan ke Strata 1 di Departemen Desain Interior, Fakultas Arsitektur, Desain dan Perencanaan, Institut Teknologi Sepuluh Nopember Surabaya (ITS).

Disamping menjalani perkuliahan, penulis juga aktif mengikuti berbagai pelatihan dan seminar yang berhubungan dengan bidang Interior untuk menambah pengetahuan dan wawasan. Selain itu, penulis juga mengikuti berbagai kepanitiaan dan organisasi untuk mengasah softskill. Adapun organisasi yang diikuti penulis diantaranya sebagai Bendahara Umum PLH SIKLUS ITS 2016/2017, staff departemen KWU HMDI ITS 2017/2018. Kemudian kepanitiaan yang diikuti penulis yaitu sebagai fasilitator acara KPP GERIGI ITS 2016 dll. Pada tahun 2018, penulis berkesempatan untuk melaksanakan kerja praktek di Lumos *Interior Design*, selama kurang lebih 2 bulan.

Alhamdulillah penulis ucapkan hingga akhirnya pada tahun 2019, penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul “Redesain Interior Sentra UKM MERR Berkonsep Modern Natural Dengan Nuansa Surabaya Sebagai Upaya Promosi”. Semoga tugas akhir ini dapat bermanfaat dan memberikan hal positif terhadap ilmu pengetahuan dan teknologi bidang interior. Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih. Apabila terdapat kritik maupun saran dapat disampaikan melalui email: melindakw2@gmail.com



LAMPIRAN

1. RENCANA ANGGARAN DANA

ANALISA SATUAN PEKERJAAN

PEKERJAAN: SENTRA UKM MERR SURABAYA

LOKASI: KOTA SURABAYA

NO.	URAIAN KEGIATAN	KOEF.	SATUAN	HARGA SATUAN	HARGA
A	PEKERJAAN LANTAI				
1	Pemasangan lantai keramik granit		M2		
	Upah:				
	Kepala Tukang / Mandor	0,035286	Orang Hari	171,000	6,034
	Kepala Tukang / Mandor	0,035286	Orang Hari	171,000	6,034
	Tukang	0,353132	Orang Hari	156,000	55,089
	Pembantu Tukang	0,706739	Orang Hari	145,000	102,477
				Jumlah:	169,634
	Ba				
	Semen PC	0,1638	Zak	72,700	11,908
	Semen Berwarna	0,65	Kg	16,067	10,444
	Pasir Pasang	0,045	M3	272,500	12,263
		1,06	M2	208,333	220,833
				Jumlah:	255,447
				Nilai HSPK :	425081
2	Pemasangan lantai kayu (gymfloor)		m2		
	<u>Tenaga:</u>				
	Mandor	0,0350	O.H	60.000	2.100,00
	Kepala Tukang Kayu	0,0350	O.H	50.000	1.750,00
	Tukang Kayu	0,3500	O.H	40.000	14.000,00
	Pekerja/Buruh Tak Terampil	0,7000	O.H	27.000	18.900,00
				Jumlah:	36.750,00
	<u>Bahan:</u>				
	gymfloor	1,0500	m2	Rp 273.450,00	287.122,50
	Lem Kayu	0,6000	Kg	Rp 9.850,00	5.910,00
				Jumlah:	293.032,50
				Nilai HSPK :	329.782,50
3	Pemasangan Tegel Plin Dinding Keramik uk. 7,5x20 cm		m'		
	<u>Upah:</u>				
	Mandor	0,0050	O.H	60.000	300,00



LAPORAN TUGAS AKHIR DESAIN INTERIOR (DI184836)
MELINDA KUSUMA WARDANI

	Kepala Tukang Batu	0,0090	O.H	50.000	450,00
	Tukang Batu	0,0900	O.H	40.000	3.600,00
	Pekerja/Buruh Tak Terampil	0,0900	O.H	27.000	2.430,00
				Jumlah:	6.780,00
	Bahan:				
	Semen PC (Portland Cement) 50 kg	0,0228	Zak	56.950	1.298,46
	Semen Berwarna Yiyitan	0,0250	Kg	10.500	262,50
	Pasir Pasang	0,0030	m3	181.700	545,10
	Tegel Plint Keramik warna/motif	5,2500	Buah	5.950	31.237,50
				Jumlah:	33.343,56
				Nilai HSPK :	40.123,56
B	PEKERJAN DINDING				
1	Pengecatan dinding dalam baru				
	Upah:				
	Kepala Tukang / Mandor	0,00635	Orang Hari	171,000	1,086
	Tukang	0,06356	Orang Hari	156,000	9,916
	Pembantu Tukang	0,02019	Orang Hari	145,000	2,928
				Jumlah:	13,93
	Bahan:				
	Cat Tembok Dalam	0,10400	Kaleng	157,668	16,397
	Dempul Tembok	0,10000	Kg	36,500	3,65
	Kertas Gosok Halus	0,10000	Lembar	20,467	2,047
				Jumlah:	22,094
				Nilai HSPK :	36,024
2	Plesteran Halus 1 Pc : 1 Ps tebal 1.5 cm				
	Upah:				
	Mandor	0,0150	O.H	60.000	900,00
	Kepala Tukang Batu	0,0150	O.H	50.000	750,00
	Tukang Batu	0,1500	O.H	40.000	6.000,00
	Pekerja/Buruh Tak Terampil	0,3000	O.H	27.000	8.100,00
				Jumlah:	15.750,00
	Bahan:				
	Semen PC (Portland Cement) 50 kg	0,3100	Zak	56.950	17.654,50
	Pasir Pasang	0,0160	m3	181.700	2.907,20
				Jumlah:	20.561,70
				Nilai HSPK :	36.311,70
C	PEKERJAAN ATAP				
1	Pemasangan plafon gypsum 9 mm				
	Upah:				
	Kepala Tukang / Mandor	0,00504082	Orang Hari	171,000	862



	Kepala Tukang / Mandor	0,005040819	Orang Hari	171,000	862
	Tukang	0,050447436	Orang Hari	156,000	7,87
	Pembantu Tukang	0,100962759	Orang Hari	145,000	14,64
				Jumlah:	24,233
	Bahan:				
	Paku Triplek/Eternit	0,11	Kg	20,833	2,292
	Gypsum Board tebal 4 mm	0,364	Lembar	70,500	25,662
				Jumlah:	27,954
				Nilai HSPK :	52,187
2	Pengecatan plafon				
	Upah:				
	Mandor/Kepala mandor	0,00423	O.H	171,000	723
	Tukang Cat	0,04238	O.H	156,000	6,611
	Pembantu Tukang	0,02827	O.H	145,000	4,099
				Jumlah	11,433
	Bahan:				
	Cat Tembok Putih 2,5 Kg	0,18	Kaleng	157,668	23,280
	Dempul Plafon	0,12	Kg	36,500	4,380
	Kertas Gosok Halus	0,1	Lembar	20,467	2,046
				Jumlah	34,806
				Nilai HSPK :	46,240
D	PEKERJAAN PINTU, JENDELA, KUSEN				
1	Pemasangan kaca mati tebal 5 mm				
	Upah:				
	Kepala Tukang / Mandor	0,0008065	Orang Hari	171,000	138
	Kepala Tukang / Mandor	0,0151225	Orang Hari	171,000	2,586
	Tukang	0,1513423	Orang Hari	156,000	23,609
	Pembantu Tukang	0,0151444	Orang Hari	145,000	2,196
				Jumlah:	28,529
	Bahan:				
	Kaca Polos	1,1	M2	87,000	95,7
				Jumlah:	95,7
				Nilai HSPK :	124,229
2	Pemasangan jendela pvc				
	Upah:				
	Kepala Tukang / Mandor	0,0302449	Orang Hari	171,000	5,172



LAPORAN TUGAS AKHIR DESAIN INTERIOR (DI184836)
MELINDA KUSUMA WARDANI

	Kepala Tukang / Mandor	0,0302449	Orang Hari	171,000	5,172
	Tukang	0,6053692	Orang Hari	156,000	94,438
	Pembantu Tukang	0,6057766	Orang Hari	145,000	87,838
				Jumlah:	192,619
	Bahan:				
	Daun Pintu PVC	1	Buah	331,300	331,3
				Jumlah:	331,3
				Nilai HSPK :	523,919
3	Pemasangan pintu swing ganda		M2		
	Upah:				
	Tukang	1,0593962	Orang Hari	156,000	165,266
	Pembantu Tukang	1,060109	Orang Hari	145,000	153,716
				Jumlah:	318,982
	Bahan:				
	Pintu Swing Ganda BRC/PMG		Unit	520,000	144,444
	1.2x3.00 m2				
				Jumlah:	144,444
				Nilai HSPK :	463,426
4	Pemasangan slimar alumunium pintu		M1		
	Upah:				
	Kepala Tukang / Mandor	0,0043351	Orang Hari	171,000	741
	Kepala Tukang / Mandor	0,002228	Orang Hari	171,000	381
	Tukang	0,0433848	Orang Hari	156,000	6,768
	Pembantu Tukang	0,043414	Orang Hari	145,000	6,295
				Jumlah:	14,185
	Bahan:				
	Paku Asbes Sekrup	0,06	Buah	8,100	486
	Sealent	2	Tube	60,300	120,6
	Slimar Aluminium 3/8	1,1	M	98,800	108,68
				Jumlah:	229,766
				Nilai HSPK :	243,951
5	Pemasangan engsel kuningan pintu				
	Upah:				
	Kepala Tukang / Mandor	0,0008065	Orang Hari	171,000	138
	Kepala Tukang / Mandor	0,0151225	Orang Hari	171,000	2,586



	Tukang	0,1513423	Orang Hari	156,000	23,609
	Pembantu Tukang	0,0151444	Orang Hari	145,000	2,196
				Jumlah:	28,529
	Bahan:				
	Engsel Pintu	1	Pasang	66,000	66
				Jumlah:	66
				Nilai HSPK :	94,529
E	PEKERJAAN KELISTRIKAN				
1	Pemasangan titik stop kontak gedung		Titik		
	Upah:				
	Kepala Tukang / Mandor	0,0504082	Orang Hari	171,000	8,62
	Tukang	0,2017897	Orang Hari	156,000	31,479
	Pembantu Tukang	0,0010096	Orang Hari	145,000	146
				Jumlah:	40,245
	Bahan				
	Kabel NYM	10	Meter	15,600	156
	Stop Kontak	1	Unit	27,300	27,3
	Pipa Pralon 5/8	2,5	Batang	7,800	19,5
	T Doos Pvc	1	Buah	3,900	3,9
				Jumlah:	206,7
				Nilai HSPK :	246,945
2	Pemasangan titik lampu gedung		Titik		
	Upah:				
	Kepala Tukang / Mandor	0,0504082	Orang Hari	171,000	8,62
	Tukang	0,5044744	Orang Hari	156,000	78,698
	Pembantu Tukang	0,3028883	Orang Hari	145,000	43,919
				Jumlah:	131,237
	Bahan				
	Kabel NYM	24	Meter	15,600	374,4
	Isolator	4	Unit	8,000	32
	Fiting Plafon	1	Buah	14,300	14,3
	Pipa Pralon 5/8	3	Batang	7,800	23,4
	T Doos Pvc	3	Buah	3,900	11,7
				Jumlah:	455,8
				Nilai HSPK :	587,037
3	Pemasangan Saklar Ganda		Titik		
	Upah:				



LAPORAN TUGAS AKHIR DESAIN INTERIOR (DI184836)
MELINDA KUSUMA WARDANI

	Kepala Tukang / Mandor	0,0504082	Orang Hari	171,000	8,62
	Tukang	0,2017897	Orang Hari	156,000	31,479
	Pembantu Tukang	0,0010096	Orang Hari	145,000	146
				Jumlah:	40,245
	Bahan				
	Saklar Ganda Simply Switch	1	Unit	49,400	49,4
				Jumlah:	49,4
				Nilai HSPK :	89,645
4	Pemasangan Lampu Downlight		Unit		
	<u>Upah:</u>				
	Tukang	0,5	O.H	121,000	60,500
	Kepala Tukang	0,2	O.H	148,000	29,600
				Jumlah	90,100
	<u>Bahan:</u>				
	Philips Mini Downlight 13 watt	1	Buah	140,000	140,000
				Jumlah	140,000
				Nilai HSPK	230,100
5	Pemasangan LED Strip		M1		
	<u>Upah:</u>				
	Tukang	0,5	O.H	121,000	60,500
	Kepala Tukang	0,2	O.H	148,000	29,600
				Jumlah	90,100
	<u>Bahan:</u>				
	LED Strip Warm White 4 watt	1	m	156,000	156,000
				Jumlah	156,000
				Nilai HSPK	246,100
F	PEKERJAAN LAIN-LAIN				
1	Pengadaan Smoke Detector		Unit		
	Smoke detector 2 Wire	1	Unit	164,200	164,200
	(harga termasuk biaya pemasangan)			Jumlah	164,200
				Nilai HSPK	164,200
2	Pengadaan Sprinkler		Unit		
	Fire Sprinkler	1	Unit	130,000	130,000
	(harga termasuk biaya pemasangan)			Jumlah	130,000
				Nilai HSPK	130,000
3	Pengadaan Ceiling Speaker		Unit		
	Speaker Bosch LC2-PC30G6-4	1	Unit	5472,350	5472,350
	(harga termasuk biaya pemasangan)			Jumlah	5472,350
				Nilai HSPK	5472,350
4	Pengadaan AC		Unit		



5	AC Split Duct Connection Daikin 2 PK	1	Unit	19400,000	19400,000
	(harga termasuk biaya pemasangan)			Jumlah	19400,000
				Nilai HSPK	19400,000
	Pengadaan CCTV		Unit		
5	CCTV Dome	1	Unit	526,000	526,000
	(harga termasuk biaya pemasangan)			Jumlah	526,000
				Nilai HSPK	526,000



LAPORAN TUGAS AKHIR DESAIN INTERIOR (DI184836)
MELINDA KUSUMA WARDANI

RENCANA ANGGARAN BIAYA

PEKERJAAN: SENTRA UKM MERR SURABAYA
LOKASI: KOTA SURABAYA

TANGGAL: 26 JUNI 2019

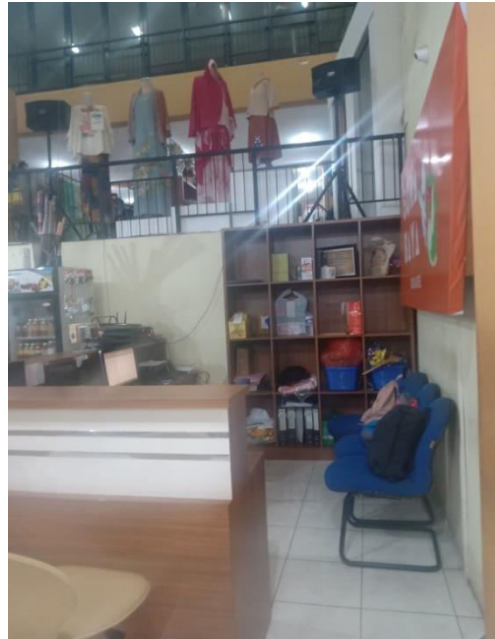
29-Jun-19

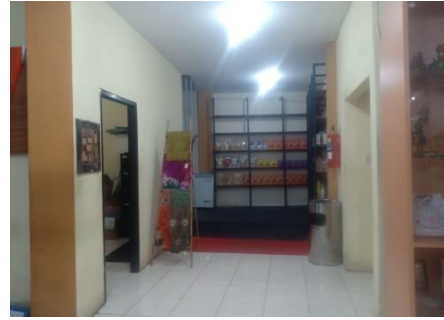
NO.	ITEM PEKERJAAN	VOL	SATUAN	HARGA SATUAN	HARGA
A	PEKERJAAN LANTAI				
1	Pemasangan Lantai Keramik	41	M2	Rp 425.081	Rp 17.428.321
2	Pemasangan lantai kayu	42	M2	Rp 329.782	Rp 13.850.844
3	Pemasangan PVC Plin Dinding	249	M2	Rp 40.123	Rp 9.990.627
B	PEKERJAAN DINDING				
1	Pengecatan Dinding Dalam Baru	83	M2	Rp 36.024	Rp 2.989.992
2	Plesteran Halus	83	M2	Rp 36.311	Rp 3.013.813
C	PEKERJAAN ATAP				
1	Pemasangan Plafond Gypsum	83	M2	Rp 52.187	Rp 4.331.521
2	Pengecatan Plafond	83	M2	Rp 46.240	Rp 6.419.001
D	PEKERJAAN PINTU, KUSEN DAN JENDELA				
1	Pemasangan Kaca Mati	13	M2	Rp 124.229	Rp 1.614.977
2	Pemasangan Pintu Swing Ganda	1	M2	Rp 463.426	Rp 463.426
3	Pemasangan Kusen Alumunium	50	M2	Rp 243.951	Rp 12.197.550
4	Pemasangan Engsel Pintu	10	M2	Rp 94.529	Rp 945.290
E	PEKERJAAN KELISTRIKAN				
1	Pemasangan Titik Stopkontak	7	titik	Rp 246.945	Rp 1.728.615
2	Pemasangan Titik Lampu	28	titik	Rp 587.037	Rp 16.437.036
3	Pemasangan Saklar Ganda	9	titik	Rp 89.645	Rp 806.805
4	Pemasangan Downlight	28	titik	Rp 230.100	Rp 6.442.800
5	Pemasangan LED Strips	30	M1	Rp 246.100	Rp 7.383.000
F	PEKERJAAN LAIN LAIN				
1	Pengadaan Smoke Detector	3	unit	Rp 164.200	Rp 492.600
2	Pengadaan Sprinkler	6	unit	Rp 130.000	Rp 780.000
3	Pemasangan Ceiling Speaker	2	unit	Rp 5.472.350	Rp 10.944.700
4	Pengadaan AC	4	unit	Rp 19.400.000	Rp 77.600.000
5	Pengadaan CCTV	8	unit	Rp 526.000	Rp 4.208.000
G	PEKERJAAN FURNITURE				
3	Vitrine Tekstual	4	unit	Rp 3.000.000	Rp 12.000.000
4	Vitrine Kaca	3	unit	Rp 2.500.000	Rp 7.500.000
5	Wayfinding Audiovisual	1	unit	Rp 1.500.000	Rp 1.500.000
6	Layar LED	1	unit	Rp 9.500.000	Rp 9.500.000
7	Frame foto	10	unit	Rp 400.000	Rp 4.000.000
	TOTAL				Rp 234.568.918
	PPN 10%				28.839.650
	JUMLAH				317.236.151



2. DOKUMENTASI SURVEY

A. DISPLAY LANTAI 1





B. DISPLAY LANTAI 2 DAN 3







C. WORKSHOP



3. GAMBAR RENDER

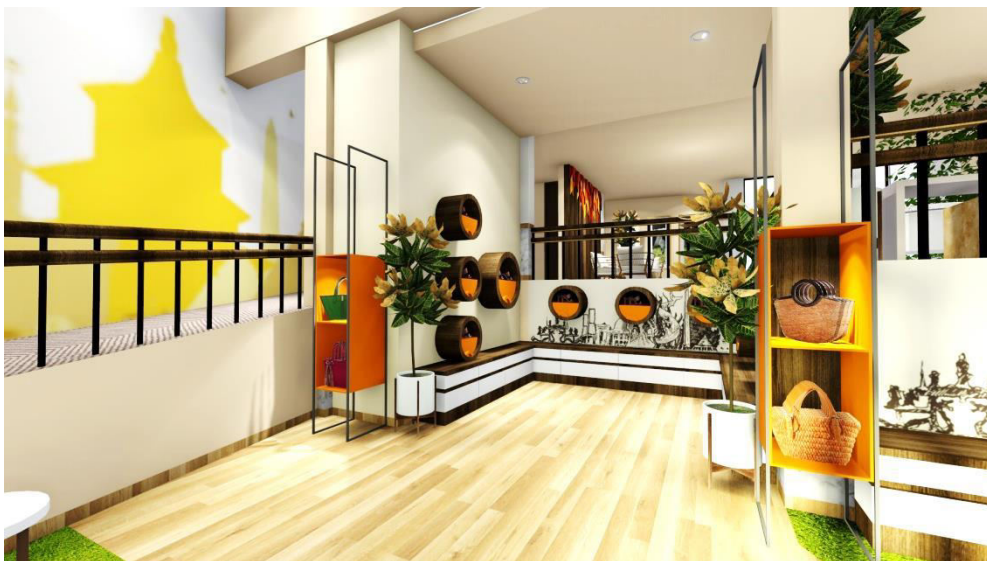


A. RUANG TERPILIH 1





B. RUANG TERPILIH 2







C. RUANG TERPILIH 3

