

**PERANCANGAN INTERIOR *SUPERMARKET FARMERS MARKET*
MARGO CITY DEPOK JAWA BARAT MENGGUNAKAN KONSEP
*SHOPPING BUBBLE***



Yopi Aprian Setiawati

NIM 1812133023

**PROGRAM STUDI S-1 DESAIN INTERIOR
JURUSAN DESAIN FAKULTAS SENI RUPA
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
2022**

ABSTRAK

Farmers Market Margo City Depok Jawa Barat adalah sebuah brand supermarket dibawah pengawasan PT Supra Boga Lestari Tbk. Supermarket ini mengusung prinsip pendekatan *lifestyle* sebagai wujud kontribusi Farmers Market Margo City Depok Jawa Barat terhadap lingkungan era terkini dalam rangka mewujudkan *tagline* Farmers Market yaitu “*fresh & friendly*” untuk mempertahankan citra *retail* makanan yang disegani. Namun sebagai Farmers Market terbesar di Indonesia Farmers Market Margo City Depok Jawa Barat memiliki interior yang kurang menarik, maka dari itu perlu dilakukannya pengembangan konsep desain. Solusi ini diberikan dengan tujuan memberikan hal baru dan berbeda dengan Farmers Market cabang yang lainnya. Pengembangan konsep desain dimulai dengan pengumpulan data fisik, data non fisik dan data literatur yang meliputi pengamatan, pengukuran dan wawancara sumber terkait. Selanjutnya melakukan *brainstorming*. Proses tersebut akan menjadi acuan desain yang menghasilkan konsep *programic* (pencarian masalah) dan konsep desain (pencarian solusi). Hasil alternatif desain akan dilakukan evaluasi untuk mendapatkan alternatif desain terbaik. Hasil akhir perancangan interior supermarket Farmers Market Margo City Depok Jawa Barat ini terpilihlah menggunakan gaya industrial *modern*, tema buah belimbing dan konsep *shopping bubble*. Hasil dari pembaharuan konsep Farmers Market Margo City Depok Jawa Barat ini mementingkan kritik desain, fungsi dan fasilitas pendukung. Kritik desain yang dimaksud adalah kritik desain yang mendukung sektor *green economic* pemerintah. Fungsi meliputi sirkulasi, *layout furniture*, dan penataan *lighting* sesuai kebutuhan. Fasilitas pendukung meliputi program zona diantaranya adalah *barcode entrance, click & collect, display, grocery, healthy, cooking & baking, trust, fruit processing, fruits & veg, nursery room, bulkfood, service area, barcode exit, dan back area*. Berdasarkan hal tersebut diharapkan Farmers Market Margo City Depok Jawa Barat dapat menjadi Farmers Market yang berbeda dari cabang Farmers Market lainnya.

Kata Kunci : Farmers Market, *Lifestyle, Shopping Bubble*

ABSTRAK

Farmers Market Margo City Depok West Java is a supermarket brand under the supervision of PT Supra Boga Lestari Tbk. This supermarket carries the principle of a lifestyle approach as a form of contribution from Farmers Market Margo City Depok West Java to the current era environment in order to realize the Farmers Market tagline namely “fresh & friendly” to maintain food retail that is respected by the image. However as the largest Farmers Market in Indonesia, Farmers Market Margo City Depok West Java has an unattractive interior therefore it is necessary to develop a design concept. This solution is provided with the aim of providing something new and different from other Farmers Market branches. The development of the design concept begins with the collection of physical data, non physical data and library data which includes observations, measurements and interviews with related sources. Next do brainstorming. This process will become a design reference that produces a program concept (problem statement) and a design concept (design solution). The results of alternative designs will be evaluated to get the best design alternatives. The final result of the interior design of Farmers Market Margo City Depok West Java was chosen using an industrial modern style, star fruit theme and the shopping bubble concept. The result of the renewal of the Farmers Market Margo City Depok West Java design concept emphasizes design criticism, functions, and supporting facilities. The design criticism in question is a design criticism that supports the government's green economic sector. Functions include circulation, layout furniture and lighting arrangement as needed. Supporting facilities include zone programs including barcode entrance, click & collect, display, grocery, healthy, cooking & baking, trust, fruit processing, fruits & vegs, nursery room, bulkfood, service area, barcode exit and back area. Based on this it is expected that Farmers Market Margo City Depok West Java can become a Farmers Market branches.

Keywords : Farmers Market, Lifestyle, Shopping Bubble

Tugas Akhir Penciptaan/ Perancangan berjudul :

PERANCANGAN INTERIOR SUPERMARKET FARMERS MARKET MARGO CITY DEPOK JAWA BARAT diajukan oleh Yopi Aprian Setiawati, NIM 1812133023, Program Studi S-1 Desain Interior, Jurusan Desain, Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta (Kode Prodi: 90221), telah dipertanggungjawabkan di depan Tim Penguji Tugas Akhir pada tanggal 20 Juni 2022 dan telah dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima.

Pembimbing I/ Anggota

Drs. Ismael Setiawan, M.M.

NIP 19620528 199403 1 002/ NIDN 0028056202

Pembimbing II

Drs. Hartoto Indra Suwaharto, M.Sn.

NIP 19590306 199003 1 001/ NIDN 0006035908

Cognate/ Anggota

Bambang Pramono, M.A.

NIP 19730830 200501 1 001/ NIDN 0030087304

Ketua Program Studi/ Ketua/ Anggota

Bambang Pramono, M.A.

NIP 19730830 200501 1 001/ NIDN 0030087304

Ketua Jurusan/ Ketua

Martino Dwi Nugroho, M.A.

NIP 19770315 200212 1 005/ NIDN 0015037702

Mengetahui,

Dekan Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia Yogyakarta

Dr. Timbul Raharjo, M. Hum.

NIP 19730830 200501 1 001/ NIDN 0008116906

Surat Pernyataan Keaslian

PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Yopi Aprian Setiawati
Nim : 1812133023
Tahun Lulus : 2022
Program Studi : Desain Interior
Fakultas : Seni Rupa

Menyatakan bahwa dalam laporan pertanggungjawaban ini yang diajukan untuk memperoleh gelar akademik dari ISI Yogyakarta, tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang/ lembaga lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam dokumen ini.

Sehingga laporan pertanggungjawaban ilmiah adalah benar karya saya sendiri. Jika dikemudian hari terbukti merupakan plagiasi dari hasil karya penulis lain dan/ atau dengan sengaja mengajukan karya atau pendapat yang merupakan hasil karya penulis lain, maka penulis bersedia menerima sanksi akademik dan/ atau sanksi hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 20 Juni 2022



Yopi Aprian Setiawati
1812133023

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, terima kasih banyak ya Allah yang telah memberikan kelancaran dan kekuatan sehingga dapat terselesaikannya Tugas Akhir ini.

Tugas akhir ini saya persembahkan untuk Hadrotul Mukarrom Kanjeng Kyai Abdul Majid Ali Fikri RA selaku Pengasuh Perjuangan Wahidiyah dan Pondok Pesantren Kedunglo Al-Munadhdhoroh.

Bapak Ameh Setiawan dan Ibu Suyatmi sebagai orang tua,

Riki Ramdani Setiawan sebagai kakak, dan keluarga yang mendukung dalam penciptaan Tugas Akhir ini.

Mereka adalah hadiah dari Allah

Sebagai motivasi untuk selalu berkembang dan berusaha semaksimal mungkin. Tugas akhir ini juga saya persembahkan untuk semua teman-teman sebagai bagian dari proses saya berkarya. Mereka adalah saudara satu perjuangan.

Terima Kasih.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir perancangan ini dengan baik. Laporan ini disusun untuk memenuhi syarat memperoleh gelar kesarjanaan Stara 1 (S-1) Program Studi Desain Interior, Jurusan Desain, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta. Penulis menyadari bahwa dalam penyelesaian dan penyusunan tugas akhir ini tidak terlepas dari dorongan, bimbingan, dan bantuan dari berbagai pihak, sehingga pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada :

1. Allah SWT atas segala hidayah serta karunia-Nya.
2. Nabi Muhammad SAW yang senantiasa memberikan suri tauladan yang baik bagi umatnya.
3. Hadrotul Mukarrom Kanjeng Kyai Abdul Majid Ali Fikri RA selaku Pengasuh Perjuangan Wahidiyah dan Pondok Pesantren Kedunglo Al-Munadhdhoroh yang senantiasa menjangkung lahiriah dan batininyah.
4. Kedua orangtua saya, Ameh Setiawan dan Suyatni yang selalu memberikan dorongan, moril maupun materil.
5. Yth. Bapak Drs. Ismael Setiawan, M.M. dan Bapak Drs. Hartoto Indra Suwahyunto, M.Sn. selaku Dosen Pembimbing I dan II yang telah memberikan dorongan, semangat, dan nasihat, maupun kritik serta saran yang membangun bagi kelangsungan penyusunan Tugas Akhir Karya Desain ini.
6. Yth. Bapak
7. Yth. Bambang Pramono, S.Sn, M.A. selaku Ketua Program Studi S-1 Desain Interior, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
8. Yth. Bapak Martino Dwi Nugroho, S.Sn, M.A. selaku Ketua Jurusan Desain, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
9. Yth. Bapak Dr. Timbul Raharjo, M. Hum. Selaku Dekan Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta.

10. Yth. Seluruh dosen dan karyawan Program Studi Desain Interior, yang telah memberikan bimbingan dan dorongan serta semangat dalam proses penyusunan Tugas Akhir Karya Desain ini.
11. Yth. Bapak Yoga Lesmana, S.T. selaku Board of Designer selama Kerja Profesi dalam PT Dinamika Yasa Retailindo yang telah mengizinkan, membantu dan memberikan data terkait proyek Farmers Market Margo City Depok.
12. Renaldi Abdul Kohar yang selalu bersedia memberi bantuan, dorongan dan dukungan dari segi apapun.
13. Teman-teman Tjokrominoto, Angku, Mie ayam Pak Tjokro, Kelas A DI, MLM Ok, Sastra Nuklir, Usbu'iyah Jogja, The King of Betavo, Mugiharjo Mall, Anak pembawa berkah, Kosan Matatujayu, Koz Tersayanx, Bitjis Akhlakless, Kos Griya Ijo D4, H&B, Panji, Isa, Kakak, Bebil, Memil, Feni, Dzaki Padil.
14. Teman-Teman Prodi Desain Interior, Desain Komunikasi Visual, Desain Produk, Kriya, Perfilm-an, Angkatan Poros 18.
15. Teman-Teman seperjuangan Tugas Akhir yang telah berjuang dan bertukar pikiran serta memberi semangat.
16. Serta semua pihak yang turut membantu dan memberi dukungan saat proses penyusunan Tugas Akhir Karya Desain ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari akan keterbatasan dan kekurang dalam penyusunan Tugas Akhir Karya Desain ini. Oleh karena itu, penulis menerima kritik dan saran yang membangun. Semoga Tugas Akhir Karya Desain ini dapat bermanfaat bagi mahasiswa maupun masyarakat umum.

Yogyakarta, 20 Juni 2022

Penulis



Yopi Aprian Setiawati

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERNYATAAN	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Metode Desain.....	3
1. Proses Desain.....	3
2. Metode Desain.....	5
a. Metode Analisa	6
1) <i>Commit</i>	6
2) <i>State</i>	6
3) <i>Collect</i>	6
4) <i>Analyze</i>	6
b. Metode Sintesis	6
5) <i>Ideate</i>	6
6) <i>Choose</i>	6
7) <i>Implement</i>	6
8) <i>Evaluate</i>	7

BAB II PRA DESAIN	8
A. Tinjauan Pustaka	8
1. Tinjauan Pustaka Tentang Objek Desain	8
a. Sejarah dan Perkembangan Retail Modern	8
b. Pengertian Swalayan	9
c. Sejarah dan Perkembangan Supermarket	10
d. Karakteristik Supermarket	13
e. Sistem Operasi Supermarket	16
2. Tinjauan Pustaka Tentang Teori Khusus	16
a. Gaya Hidup (Lifestyle)	16
b. Era Terkini	19
1) <i>Global</i>	19
2) <i>Structural or national</i>	22
3) <i>Positional or sub-cultural</i>	24
4) <i>Individual</i>	25
B. Program Desain (<i>Programming</i>)	26
1. Tujuan Desain	26
2. Fokus Desain/ Sasaran Desain	26
3. Data	27
a. Deskripsi Umum Proyek	27
1) Gambaran Singkat Farmers Market	27
2) Profil Perusahaan	28
b. Data Non Fisik, Data Fisik, dan Data Literatur	29
1) Data Non Fisik	29
a) Keinginan Klien	29
b) Visi Farmers Market	30
c) Misi Farmers Market	30
d) Nilai-Nilai Farmers Market	31
e) Jenis Produk Farmers Market	31
f) Struktur Organisasi	32
g) Isu Terkait Proyek	33

h) Isu Terkait Keinginan Pengguna.....	33
2) Data Fisik	35
a) <i>Context</i>	35
b) <i>Form</i>	39
c) <i>Activity</i>	42
3) Data Literatur	50
a) Pengertian <i>Supermarket</i>	50
b) Standar Tata Ruang <i>Supermarket</i>	50
c) Standar Desain <i>Supermarket</i>	54
d) Unsur-Unsur Pembentuk Suasana Interior <i>Supermarket</i>	55
e) Standar Pola Sirkulasi	58
f) Psikologi Aktifitas Berbelanja	59
g) Standar Pencahayaan <i>Supermarket</i>	62
h) Standar Penghawaan Buatan	63
i) Standar <i>Fire Protection System</i>	66
j) Standar Desain Akustik.....	67
k) Standar <i>Farmers Market</i>	68
4. Daftar Kebutuhan dan Kriteria.....	82
a. Daftar Kebutuhan FM Margo City Depok	82
b. Kriteria FM Margo City Depok	84
BAB III PERMASALAHAN DESAIN.	85
A. Pernyataan Masalah (<i>Problem Statement</i>)	85
1. Konsep <i>Programatic</i> (Pencarian Masalah)	85
B. Ide dan Solusi Desain (<i>Ideation</i>).....	86
1. Konsep Programic	86
2. Konsep Desain	86
a. Gaya	86
b. Tema.....	86
c. Konsep	87

BAB IV PENGEMBANGAN DESAIN	90
A. Alternatif Desain (<i>Schematic Design</i>).....	90
1. Alternatif Estetika Ruang.....	90
2. Alternatif Penataan Ruang	97
3. Alternatif Elemen Pembentu Ruang.....	106
4. Alternatif Pengisi Ruang	111
5. Alternatif Tata Kondisi Ruang	114
B. Evaluasi Pemilihan Desain.....	116
1. Rendering Perspektif/ Presentasi Desain	116
2. Layout	129
3. Detail Khusus (<i>Custom Furniture & Element Decoratif</i>)..	129
BAB V KESIMPULAN	130
A. Kesimpulan	130
B. Saran.....	131
DAFTAR PUATAKA	132
LAMPIRAN	136
A. Hasil Survey	136
1. Surat Izin	136
2. Foto-Foto Survey	138
B. Proses Pengembangan Desain (<i>Schematic Design</i>)	138
1. Sketsa-Sketsa Alternatif Desain	138
2. Foto-Foto Proses Desain/ Ideasi	139
C. Presentasi Desain	141
1. Rendering Perspektif 3D.....	141
2. Perspektif Manual	152
3. Perspektif Brid Eye View.....	154
4. Perspektif Custom Furniture	155

5. Animasi/ Terlampir Dalam Google Drive.....	156
6. Skema Bahan dan Warna	157
7. Presentasi Poster	157
8. Presentasi Booklet.....	158
D. Rencana Anggaran Biaya (RAB) Pekerjaan Interior.....	159
E. Gambar Kerja	172
1. Perhitungan Cahaya	172

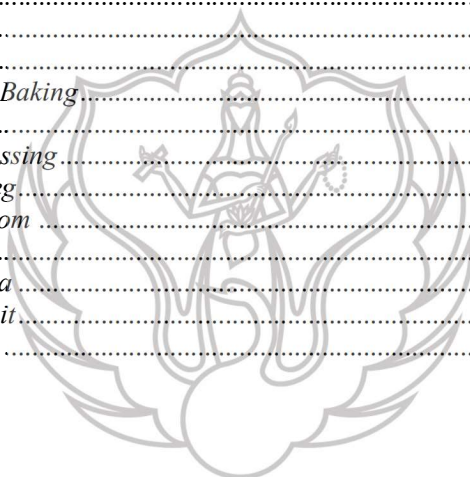


DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Dua Fase Proses Desain	4
2. Grafik Proses Desain Berurutan	5
3. AIO (<i>Activity, Interest, dan Opinion</i>)	19
4. Logo Farmers Market.....	27
5. Struktur Organisasi Perusahaan	32
6. Lokasi Farmers Market Margo City Depok	35
7. Orientasi Matahari Farmers Market Margo City	36
8. <i>View</i> Miniatur Margo City Depok	36
9. <i>Site Plan</i> FM Margo City Depok	37
10. <i>Microclimate</i> Farmers Market Margo City	37
11. <i>Microclimate</i> Farmers Market Margo City	37
12. <i>Microclimate</i> Farmers Market Margo City	38
13. <i>Microclimate</i> Farmers Market Margo City	38
14. <i>Microclimate</i> Farmers Market Margo City	39
15. <i>Layout Existing</i> Farmers Market Margo City Depok.....	39
16. <i>Zoning Existing</i> Farmers Market Margo City Depok	40
17. Program Ruang Baru Farmers Market Margo City.....	40
18. Elemen Tata Kota Farmers Market Margo City	41
19. <i>Image/ Citra</i> Ruang FM Margo City Depok	42
20. Kebutuhan Ruang (<i>Communal, Social, Privacy</i>)	43
21. Hirarki Ruang FM Margo City Depok.....	43
22. Hubungan Ruang (<i>Matrix</i>) FM Margo City Depok.....	43
23. Hubungan Ruang (<i>Bubble Diagram</i>)	44
24. Sirkulasi FM Margo City Depok	44
25. <i>Environment</i> FM Margo City Depok	45
26. <i>Entrance</i> FM Margo City Depok	47
27. <i>Back Area</i> FM Margo City Depok	47
28. <i>Fruit Processing</i>	47
29. <i>Fruits & veg</i>	48
30. <i>Trust Area</i>	48
31. <i>Bulkfood Area</i>	48
32. <i>Cooking & Baking Area</i>	49
33. <i>Display Area</i>	49
34. <i>Wall Gondola (Beauty, Cleaning, Cooking)</i>	49
35. Standar Gondola.....	51
36. Alternatif Penataan <i>Layout</i>	52
37. Jenis Gudang	52
38. Dimensi Gudang	53
39. Pengaruh Suasana Ruang Terhadap Perilaku Pengunjung.....	54
40. Konfigurasi Jalur	59

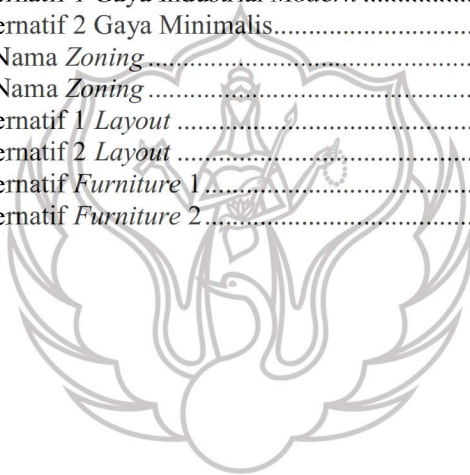
41. Model Korelasi.....	59
42. Standar Stiker Kolom.....	68
43. Standar <i>Island Gondola</i>	68
44. Standar <i>Multideck</i>	69
45. Standar <i>Multideck</i>	70
46. Standar Rak <i>Veg</i>	71
47. Standar <i>Eco Bulk</i>	72
48. Standar <i>Eco Bulk</i>	73
49. Standar <i>Fryers</i>	74
50. Standar <i>Fryers</i>	75
51. Standar <i>Radiant Gas</i>	76
52. Standar <i>Radiant Gas</i>	77
53. Standar Rak	78
54. Standar Rak & <i>Sirkulasi</i>	78
55. Standar Gondola	79
56. Alternatif Alas Barang	79
57. Standar Gondola & <i>Layout</i>	80
58. Standar <i>Multideck Chiller</i>	81
59. Kriteria Desain	84
60. <i>Brainstorming</i> Identitas Masalah	85
61. Alternatif 1 Gaya Industrial Modern.....	90
62. Alternatif 2 Gaya Minimalis	91
63. Alternatif 1 Suasana Ruang.....	92
64. Alternatif 2 Suasana Ruang.....	92
65. Alternatif 1 Elemen Dekoratif.....	93
66. Alternatif 2 Elemen Dekoratif.....	94
67. Alternatif 1 Komposisi Warna.....	94
68. Alternatif 2 Komposisi Warna.....	94
69. Stilasi Komposisi Bentuk.....	95
70. Alternatif 1 Komposisi Material	95
71. Alternatif 2 Komposisi Material	96
72. Alternatif 1 <i>Zoning</i>	98
73. Alternatif 2 <i>Zoning</i>	99
74. Kriteria Desain	100
75. Diagram <i>Matrix</i>	100
76. Diagram <i>Bubble</i>	101
77. Organisasi Ruang Terklaster	101
78. Alternatif 1 <i>Layout</i>	102
79. Alternatif 2 <i>Layout</i>	103
80. <i>Layout Furniture</i>	104
81. Pola Sirkulasi	105
82. Lantai <i>Barcode Entrance</i>	106
83. Lantai <i>Selling Area</i>	106
84. Lantai <i>Service Area</i>	107
85. Lantai <i>Back Area</i>	107
86. Lantai Nursey Room	108

87. Rencana Dinding.....	108
88. <i>Decorative Ceiling Trust Area</i>	109
89. <i>Decorative Ceiling Healthy</i>	109
90. <i>Decorative Ceiling Cooking & Baking</i>	110
91. <i>Decorative Ceiling Fruit Processing</i>	110
92. <i>Decorative Ceiling Barcode Exit</i>	110
93. Alternatif <i>Furniture 1</i>	111
94. Alternatif <i>Furniture 2</i>	112
95. Alternatif 1 <i>Cash Register</i>	113
96. Alternatif 2 <i>Teknologi Artificial Intelligence</i>	113
97. Jumlah Titik AC <i>Selling Area</i>	115
98. Jumlah Titik AC <i>Back Area</i>	116
99. <i>Barcode Entrance</i>	116
100. <i>Click & Collect</i>	117
101. <i>Display</i>	118
102. <i>Grocery</i>	119
103. <i>Healthy</i>	120
104. <i>Cooking & Baking</i>	121
105. <i>Trust</i>	122
106. <i>Fruit Processing</i>	123
107. <i>Fruits & Veg</i>	124
108. <i>Nursery Room</i>	125
109. <i>Bulkfood</i>	126
110. <i>Service Area</i>	127
111. <i>Barcode Exit</i>	128
112. <i>Axonometri</i>	129



DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. <i>Social Distancing Requirement in Asia Pasific</i>	21
2. Standar Program Ruang -2020 FM Margo City Depok	29
3. Standar Program Ruang 2020- FM Margo City Depok	30
4. Program Ruang Baru FM Margo City Depok	41
5. Kebutuhan Ruang (Aktifitas Harian) Farmers Market Margo City Depok .	42
6. <i>Equipment</i> FM Margo City Depok	45
7. <i>Triune Brain</i> Model	61
8. Klasifikasi Konstruk & Indikator Konstruk.....	62
9. Daftar Kebutuhan Ruang.....	82
10. Daftar Kebutuhan Ruang.....	83
11. Evaluasi Alternatif 1 Gaya Industrial <i>Modern</i>	91
12. Evaluasi Alternatif 2 Gaya Minimalis.....	91
13. Alternatif 1 Nama <i>Zoning</i>	98
14. Alternatif 2 Nama <i>Zoning</i>	99
15. Evaluasi Alternatif 1 <i>Layout</i>	102
16. Evaluasi Alternatif 2 <i>Layout</i>	103
17. Evaluasi Alternatif <i>Furniture</i> 1.....	111
18. Evaluasi Alternatif <i>Furniture</i> 2.....	112



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Media Data (dalam Pandin, 2009:1) menjelaskan sejarah berdirinya *retail modern* di Indonesia yaitu,

Ritel modern pertama kali hadir di Indonesia saat Toserba Sarinah didirikan pada tahun 1962. Pada era tahun 1970 s/d 1980-an, format bisnis ini terus berkembang. Awal dekade 1990-an merupakan tonggak sejarah masuknya ritel asing di Indonesia. Hal ini ditandai dengan beroperasinya ritel terbesar Jepang 'Sogo' di Indonesia. Ritel modern kemudian berkembang begitu pesat saat pemerintah, berdasarkan Kepres No.99 tahun 1998 mengeluarkan bisnis ritel dari negative list bagi penanam modal asing. Sebelum Kepres No. 99 tahun 1998 diterbitkan jumlah peritel asing di Indonesia sangat dibatasi.

Menurut asosiasi Pengusaha Ritel Indonesia (dalam Pandin, 2009:1) Bisnis ritel di Indonesia dapat dibedakan menjadi dua kelompok besar, yakni Ritel Tradisional dan Ritel Modern. *Retail modern* pada dasarnya merupakan pengembangan dari *retail* tradisional yang saat ini semakin banyak perkembangannya. Soliha (2018:128) menjelaskan bahwa kehadiran industri *retail modern* pada dasarnya memanfaatkan pola perilaku belanja konsumen terutama kelas menengah atas yang tidak mau berdesak-desakan di dalam pasar tradisional yang biasanya bau, becek dan tidak teratur. Pandin (2009:1) Industri *retail modern* ini muncul dan berkembang seiring dengan perkembangan perekonomian, teknologi, dan gaya hidup masyarakat yang menuntut kenyamanan lebih baik dalam aktivitas berbelanja.

Di era sekarang ini banyak Industri *retail modern* yang mencoba mengembangkan dan memajukan usahanya dengan mendirikan cabang baru di setiap daerah atau kota yang memiliki potensi tinggi untuk membuat usahanya semakin maju dan berkembang. Salah satunya adalah supermarket yang memiliki *brand* Farmers Market didirikan pada tanggal 28 Mei, 1997 oleh PT Supra Boga Lestari Tbk yang bergerak dibidang perdagangan *retail modern*. Pada tahun 1998, Perusahaan mengawali usaha *retail modern* nya dengan membuka supermarket

pertama dengan nama “Ranch Market”, yang merupakan lisensi waralaba dari Ranch Market USA. Selanjutnya pada tahun 2007 perusahaan melakukan penyesuaian konsep supermarket agar sesuai dengan kebutuhan pelanggan kelas atas dan menengah atas di Indonesia dengan membuat *brand* baru yaitu, “Farmers Market”. Kemudian pada tahun 2010 perusahaan melakukan perjanjian pemutusan lisensi (*termination agreement*) dengan Ranch Market USA dan pada tahun 2012 perusahaan membuka penawaran umum kepada masyarakat atas 312.897.500 saham di Bursa Efek Indonesia. Aksi korporasi ini telah dituangkan dalam Akta Pernyataan Keputusan Seluruh Pemegang Saham No. 15 yang dibuat dihadapan Fathiaah Helmi, Notaris di Jakarta dan telah mendapatkan persetujuan dari Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia No. AHU-03125.AH.01.02. Pada awal tahun 2020 perusahaan telah mengoperasikan 48 *retail modern*, yang terdiri dari 16 Ranch Market, 29 Farmers Market, 1 The Gourmet by Ranch Market dan 2 Day2Day oleh Farmers Market, yang berlokasi di beberapa kota di Jakarta, Jabodetabek, Surabaya, Malang, Balikpapan, Samarinda, Pekanbaru, Ambon, Dumai & Palembang. (<https://www.ranchmarket.co.id>)

Farmers Market saat ini sedang membuka cabang baru yang berlokasi di Mall Margo City Jl. Margonda Raya No.358, Kemiri Muka, Kecamatan Beji, Kota Depok, Jawa Barat 16423 dengan membawakan citra *retail* terbaru sebagai Farmers Market terbesar di Indonesia sekaligus yang menerapkan pembaharuan konsep desain pertama Farmers Market era terkini.

Beberapa faktor penunjang toko retail mempunyai nilai lebih dan keunikan tersendiri dimata konsumen yaitu memiliki kualitas barang, kelengkapan barang, tata letak ruang toko, suasana toko, pelayanan dan harga merupakan beberapa faktor penunjang yang dapat membuat suatu toko retail mempunyai keunikan dan ciri khas tersendiri dimata konsumen.
Nurani (2017:107-108)

Berdasarkan latar belakang di atas Farmers Market adalah supermarket dengan produk pilihan dengan pelayanan premium bagi konsumen yang memahami pentingnya nilai sebuah kualitas, yang akan tetap mempertahankan

citra *retail* makanan yang disegani. Sehingga perlu terlaksananya proyek Farmers Market Margo City Depok Jawa Barat ini untuk mewujudkan Farmers Market terbesar di Indonesia yang menerapkan pembaharuan konsep desain era terkini. Serta menambah nilai eksplorasi dan komitmen untuk selalu menyediakan produk yang segar dan berkualitas tinggi serta memberikan pelayanan yang prima bagi konsumen.

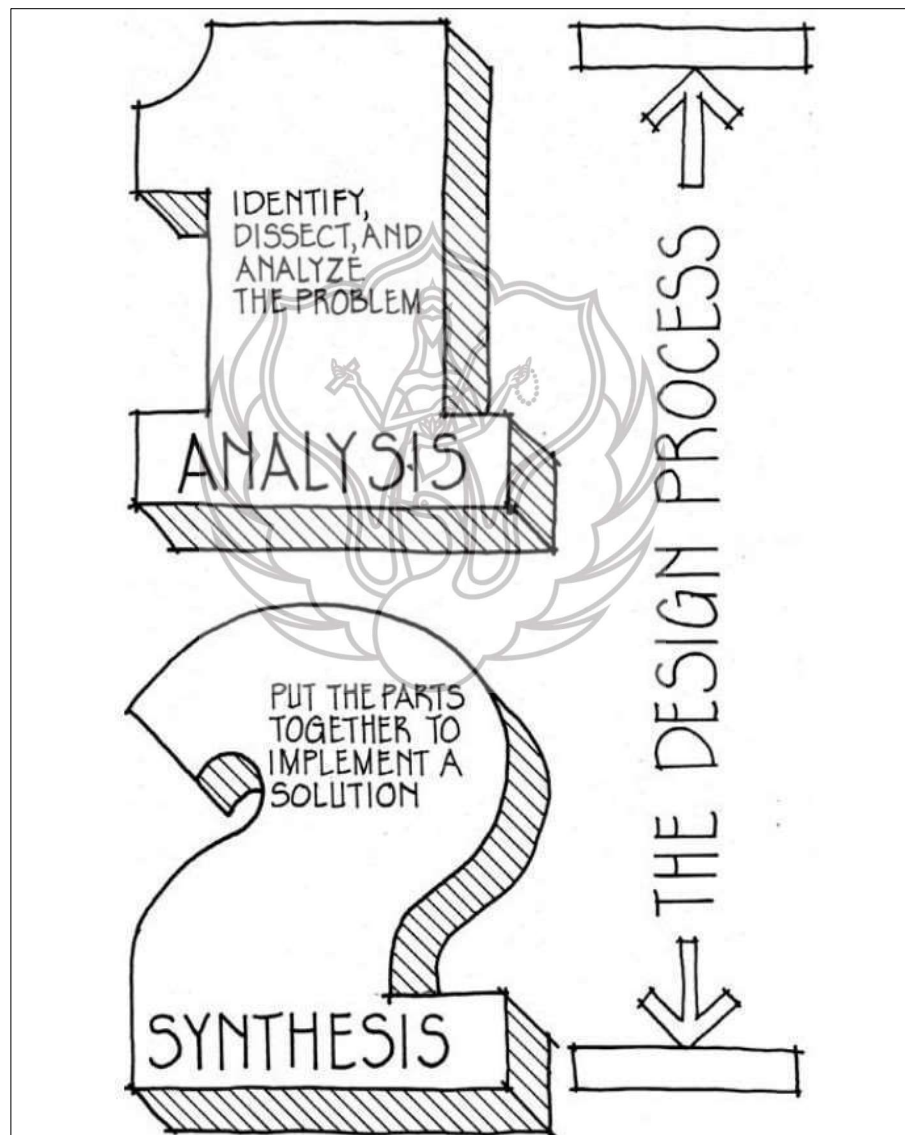
B. Metode Desain

Metode desain merupakan wacana ilmiah yang dibuat untuk panduan proses belajar mahasiswa dalam bidangnya agar mempermudah tahapan proses tata urutan berpikir secara sistematis, saintifik, rasional dan pragmatis serta memberikan pemahaman akan sebab akibat satu dengan yang lainnya. Hal ini adalah sebuah sistem, sebuah proses, dan sebuah cara berpikir yang segala informasinya harus dikelola yang terkadang dilengkapi dengan alur *feedback* sehingga akan menghasilkan sebuah proses penggalian ide, pengalaman, kemampuan, yang menghasilkan masalah serta solusi desain.

1. Proses Desain

Langkah-langkah sistematis yang dapat dilakukan oleh seorang calon desainer (mahasiswa) dan desainer interior dalam merancang sebuah ruang. Ada 9 langkah utama dalam proses perancangan desain interior. Langkah pertama adalah Programming (Produk: permasalahan desain/ Pernyataan masalah dan program kebutuhan). Langkah kedua adalah Konsep Desain (Semua yang akan dipakai dan diterapkan dalam desain termasuk gaya dan tema). Langkah ketiga adalah Hubungan dan Kedekatan Ruang (Diagram Matrix). Langkah keempat adalah Bubble Diagram. Langkah kelima adalah Bubble Plan. Langkah keenam adalah Stacking Plan. Langkah ketujuh adalah Block Plan. Langkah kedelapan adalah Layout. Langkah kesembilan adalah Rencana-rencana Elemen Interior (lantai, dinding, plafon, furniture, furnishing and equipment [Perabot dan Peralatan], Mekanikal dan Elektrikal) Sholahuddin (2017:4-5).

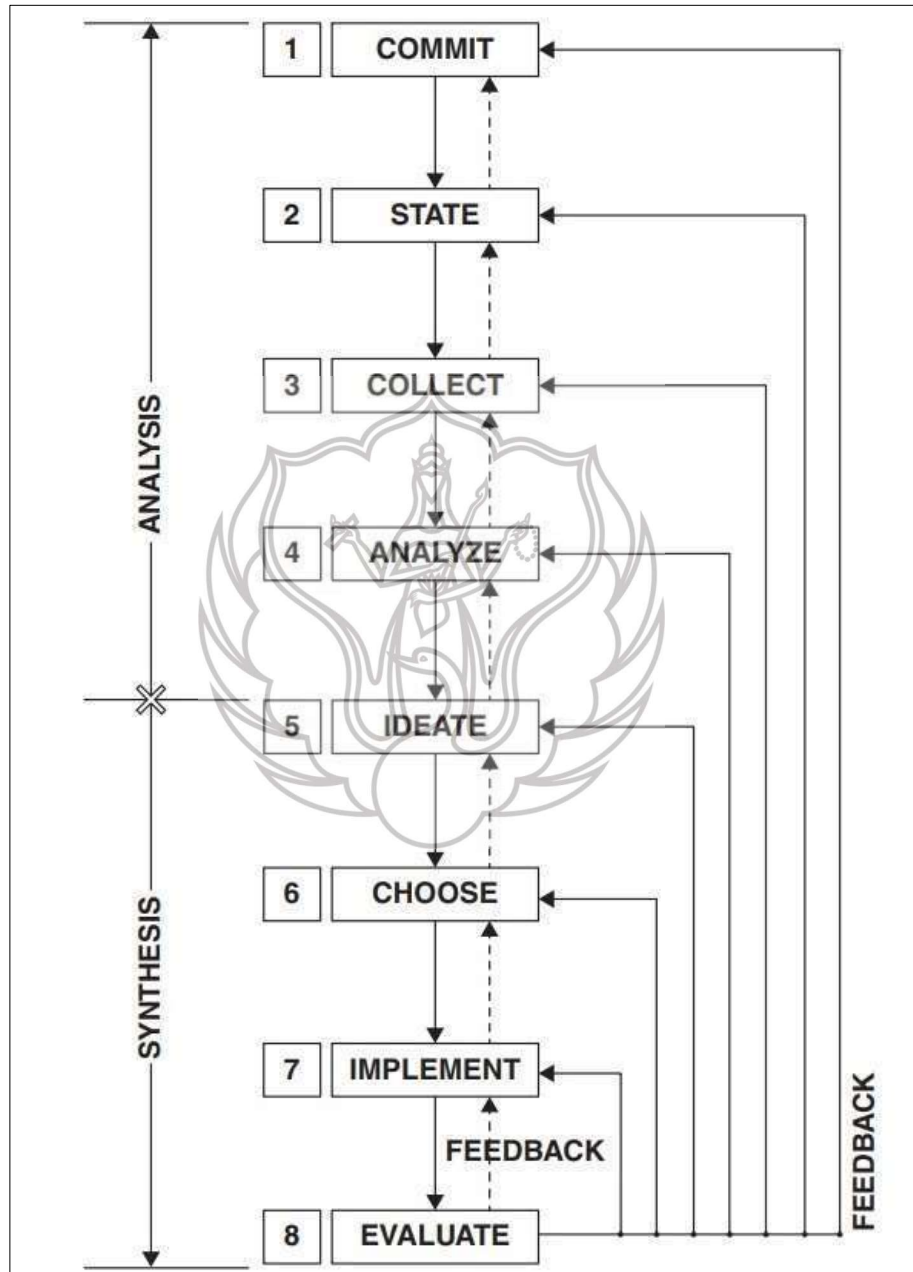
Proses desain atau diagram pola pikir yang akan dipakai penulis dalam mendesain perancangan Supermarket Farmers Market Margo City Depok adalah pola pikir yang didasarkan pada buku teori Rosemary Kilmer & W. Otie Kilmer yang memiliki urutan proses desain sangat kompleks dan hampir sama dengan apa yang telah dipelajari pada perkuliahan penulis.



Gb.1. Dua Fase Proses Desain

(sumber : *Designing Interiors*, Rosemary Kilmer & W. Otie Kilmer, 2014)

2. Metode Desain



Gb. 2. Grafik Proses Desain Berurutan
(sumber : *Designing Interiors*, Rosemary Kilmer & W. Otie Kilmer, 2014)

a. Metode Analisa (Pengumpulan Data & Penelusuran Masalah)

1. *Commit (Accept the Problem)*: Berkomitmen sesuai *deadline*. Mengatasi permasalahan dengan, manajemen waktu, self reward, personal value methods.

2. *State (Define the Problem)*: Pencarian masalah/ *Concept Programatic* berdasarkan problem statement, goal, sasaran desain dengan checklist, perception list, visual diagram.

3. *Collect (Gather the Facts)*: Tahap ini disebut (Programming) dengan cara *research*, wawancara, survey.

4. *Analyze*: Menganalisis masalah berdasarkan kebutuhan primer dan sekunder, dari *data conceptual skatch*, *diagram matrix*, *pattern searching*, *categorization*, (*conceptual diagram-diagram bubble*), (*scematich plan-hubungan ruang & sirkulasi*), (*preliminary plan-proporsi ruang skalatis*), (*final plan*)

b. Metode Sintesis (Pencarian Ide dan Pengembangan Desain)

5. *Ideate*: Melakukan brainstorming mengumpulkan ide/ alternatif desain sebanyak mungkin kemudian diolah menjadi skematik desain dan konsep. Membuat solusi desain berupa alternatif *moodboard* dan sketsa kasar desain. (*Role-playing*, *brainstorming*, *Buzz sessions*, *Discussion groups*, *Synectics*).

6. *Choose (Select the Best Option)*: Pemilihan alternatif desain sesuai, anggaran, kebutuhan, tujuan, keinginan, dipilih dengan kriteria kreatifitas, fungsi, solusi/ evaluasi.

7. *Implement (Take Action)*: Menampilkan ide rancangan akhir dengan memvisualisasikan desain kedalam 2D atau 3D baik secara digital maupun manual atau dapat berupa prototype yang mendukung proses pemilihan desain interior.

8. *Evaluate (Critically Review)*: Meninjau lebih dalam desain yang dihasilkan apakah sudah mampu memecahkan permasalahan desain yang ada (perbaiki desain) secara analisis diri, permintaan pendapat, kritik studio, paska huni.

