

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



**JURNAL TUGAS AKHIR PERANCANGAN**

oleh :

**Yopi Aprian Setiawati**

**NIM 1812133023**

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

**2022**

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

**Yopi Aprian Setiawati**

NIM 1812133023

Program Studi Desain Interior ISI Yogyakarta

## **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 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 dilaksanakannya 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 serta 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 terpilih menggunakan gaya *industrial modern*, tema buah belimbing dan konsep *shopping bubble*. Hasil dari pembaharuan konsep desain 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*

## **Abstract**

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 manifestation of the contribution of Farmers Market Margo City Depok West Java to the current era environment in realizing the Farmers Market tagline namely “*fresh & friendly*” to maintain a respect food retail 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 provide whit 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 literature

*data which includes observations, measurements and interviews of related sources. Next do brainstorming. The process will become a design reference that produces a programic concept (problem statement) and a design concept (design solution). The results of alternative designs will be evaluated to get the best alternative design. The final result of the interior design of Farmers Market Margo City Depok West Java was chosen using a 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 emphasize 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

## 1. PENDAHULUAN

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

Retail 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 decade 1990-an merupakan tonggak sejarah masuknya rite lasing di Indonesia. Hal ini ditandai dengan beroperasinya ritel besar 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 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. Beberapa masalah yang diidentifikasi dalam perancangan Farmers Market Margo City Depok Jawa Barat ini adalah :

1. Bagaimana merancang interior supermarket Farmers Market Margo City Depok Jawa Barat sebagai Farmers Market terbesar pertama di Indonesia yang menerapkan pembaharuan konsep desain era terkini dengan mengadaptasi desain pasca covid-19?
2. Bagaimana merancang interior supermarket Farmers Market Margo City Depok Jawa Barat yang mengedepankan isu lingkungan dengan tetap mempertahankan citra Farmers Market sebagai retail makanan disegani?

## 2. TINJAUAN PUSTAKA

(Soliha, 2008) Supermarket merupakan salah satu format *retail modern* yang tergolong jenis swalayan di Indonesia dengan 80 % sistem pelayanan mandiri dan 20% pelayanan karyawan (*self service*) yang menjual produk eceran berskala besar.

Supermarket memiliki karakteristik diantaranya menurut Philpott (dalam Yasir, 2007) adalah :

1. Merupakan “*one stop shopping store*” satu area belanja yang menyediakan berbagai kebutuhan sehari-hari, mudah dijangkau dan menghemat waktu.
2. Karyawan lebih sedikit, yang mengakibatkan biaya *operational* rendah dan harga produk yang dijual relatif terjangkau.
3. Tata letak zona pada supermarket : *customer service-entrance, trolley-entrance, gondola-selling area* (berjajar tidak menghalangi sirkulasi konsumen), *signage produk-selling area, cashier-exit*.

Hal ini menunjukkan bahwa interior supermarket memerlukan analisis lebih mendalam terhadap aktivitas manusia yang dilakukan di dalam supermarket, untuk menentukan hal tersebut diperlukan data yang mempengaruhi faktor aktivitas manusia melalui pendekatan *lifestyle/* gaya hidup, disadur dari (Jensen, 2007) *lifestyle/* gaya hidup dapat diartikan menjadi empat pengertian berdasarkan :

1. *Global* : gaya hidup yang dipengaruhi oleh elit global
2. *Structural or national* : gaya hidup yang dipengaruhi oleh pemerintah
3. *Positional or sub-cultural* : gaya hidup yang dipengaruhi oleh lingkungan daerah
4. *Individual* : gaya hidup yang dipengaruhi oleh teman dan internet

Disadur dari Plummer (dalam Jushermi, 2013) klasifikasi pendekatan gaya hidup konsumen berdasarkan variable AIO yaitu:

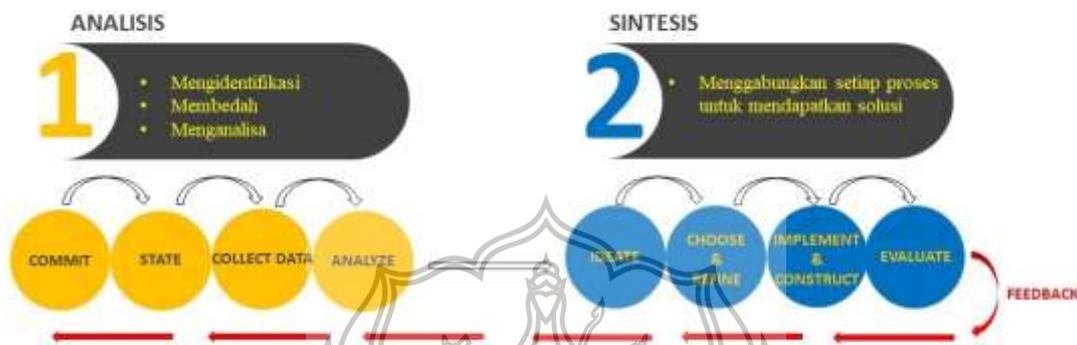
1. *Activity* adalah aktivitas apa saja yang dilakukan konsumen di didalam supermarket
2. *Interest* adalah minat/ kebutuhan di supermarket
3. *Opinion* adalah pendapat diri sendiri maupun lingkungan sekitar.

Seiring dengan perkembangan zaman, saat ini banyak perusahaan *retail modern* berkolaborasi dengan IT (*information technology*), salah satunya yaitu Amazon Go Grocery, (Alex polacco, 2018) Amazon Go Grocery merupakan cabang dari *e-commerce* terbesar di dunia yaitu Amazon yang memiliki format supermarket dengan konsep *cashierless* atau supermarket tanpa kasir. Dalam penerapan konsep *cashierless*, Amazon Go Grocery memadukan toko *retail* konvensional dengan teknologi *digital*. Proses berbelanja dalam Amazon Go Grocery konsumen diharuskan mengunduh aplikasi Amazon Go pada *smart phone* lalu membuat akun, tanpa akun tersebut konsumen tidak dapat melewati *barcode entrance area* supermarket, yang mana pada *barcode entrance area* konsumen diminta untuk memindai *QR code* sebagai tanda pengenalan setiap konsumen. Dalam konsep *cashierless* Amazon Go Grocery menggunakan teknologi pendukung yang disebut "*Just Walk Out*". Teknologi *Just walk out* berintegrasi dari sistem teknologi digital (AI) *Artificial Intelligence*. Teknologi *Just Walk Out* bertanggungjawab untuk melacak item yang diambil atau dikembalikan oleh konsumen. Teknologi *Just Walk Out* di dukung oleh sistem *sensor fusion*, *computer vision*, dan *deep learning algorithms* yang biasa di temukan pada sistem mobil *self-driving*. Setelah selesai berbelanja konsumen langsung bisa meninggalkan supermarket tanpa harus mengantri untuk membayarkan pada kasir. Ketika konsumen meninggalkan supermarket, secara otomatis teknologi *Just Walk Out* akan menjumlah semua produk yang ada pada keranjang virtual, lalu mengkonfirmasi tagihan melalui akun Amazon Go konsumen dan dapat dibayar menggunakan nomer *credit card* (vcc), *gift card*, *promotional code*, *amazon.com store card* atau *bank account* (khusus untuk warga negara amerika) yang tertera ketika *login* pada aplikasi Amazon Go.

### 3. METODE DESAIN

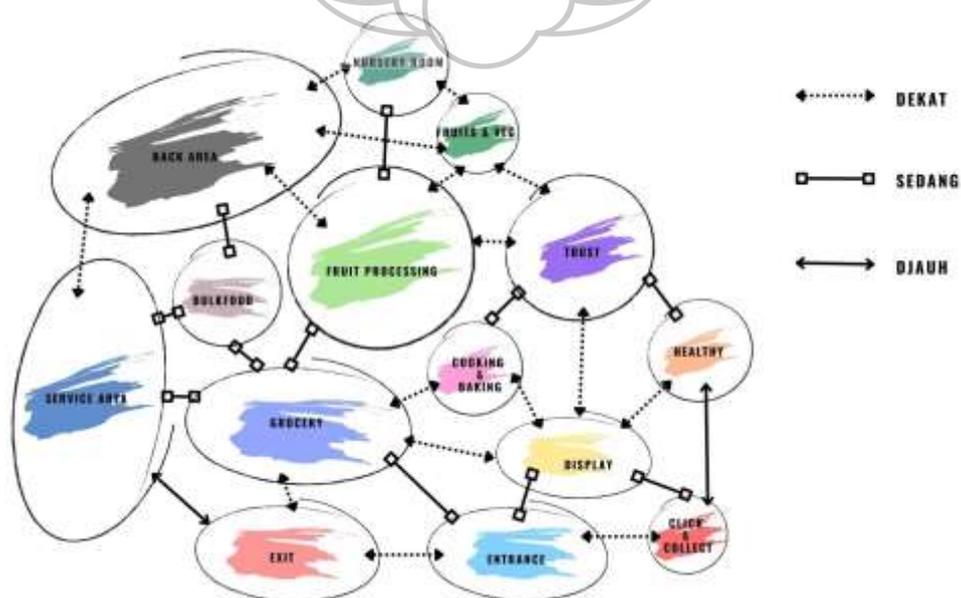
Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode dua langkah (Kilmer, 2014) yang membagi proses desain menjadi dua yaitu analisis dan sintesis. Perancangan ini dimulai dengan analisis data yang didalamnya terdapat aktivitas mengidentifikasi, membedah dan menganalisa tentang Farmers Market Margo City Depok Jawa Barat. Data diperoleh dengan bantuan akses dari PT Dinamika Yasa Retailindo dan internet. Kemudian melangkah pada proses sintesis yang didalamnya terdapat aktivitas menggabungkan setiap proses desain untuk mendapatkan solusi.

- Analisis :
- a. Commit adalah berkomitmen menyelesaikan perancangan sesuai *deadline*
  - b. State adalah konsep programic / pencarian masalah berupa problem statement
  - c. Collect Data adalah programming/ mengumpulkan fakta
  - d. Analyze adalah menyaring data dan menganalisis masalah
- Sintesis :
- e. Ideate adalah schematic design dan konsep desain/ pencarian solusi (gaya, tema dan konsep)
  - f. Choose & Refine adalah pemilihan alternatif desain berdasarkan (anggaran, kebutuhan, fungsi, tujuan, solusi dan evaluasi)
  - g. Implement & Construct adalah memvisualisasikan (2D, 3D atau prototype)
  - h. Evaluasi adalah meninjau desain yang dihasilkan, sudah terbilang menjawab brief atau sudah memecahkan permasalahan desain.

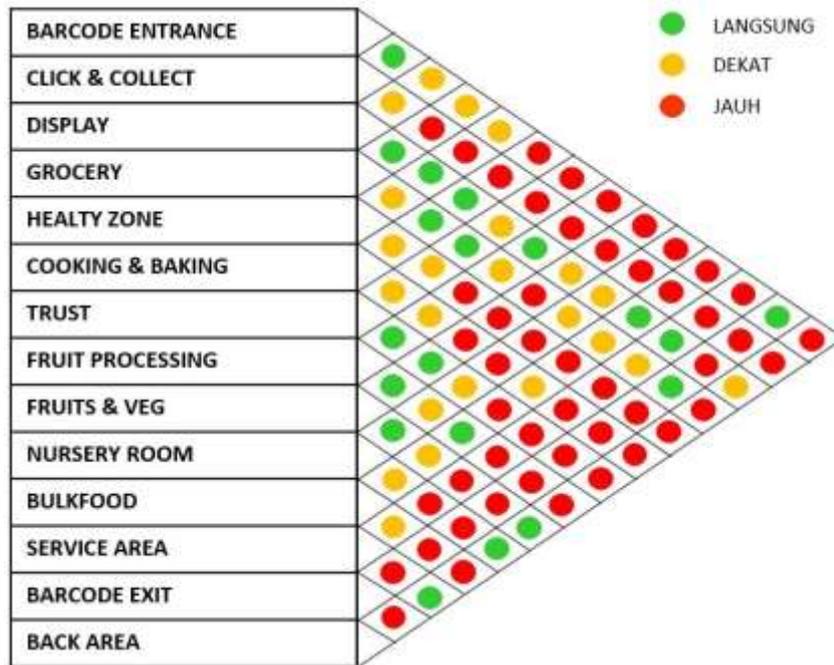


Gb 1. Bagan Metode Desain Kilmer ( Sumber: Diadaptasi dari Kilmer, 2014 )

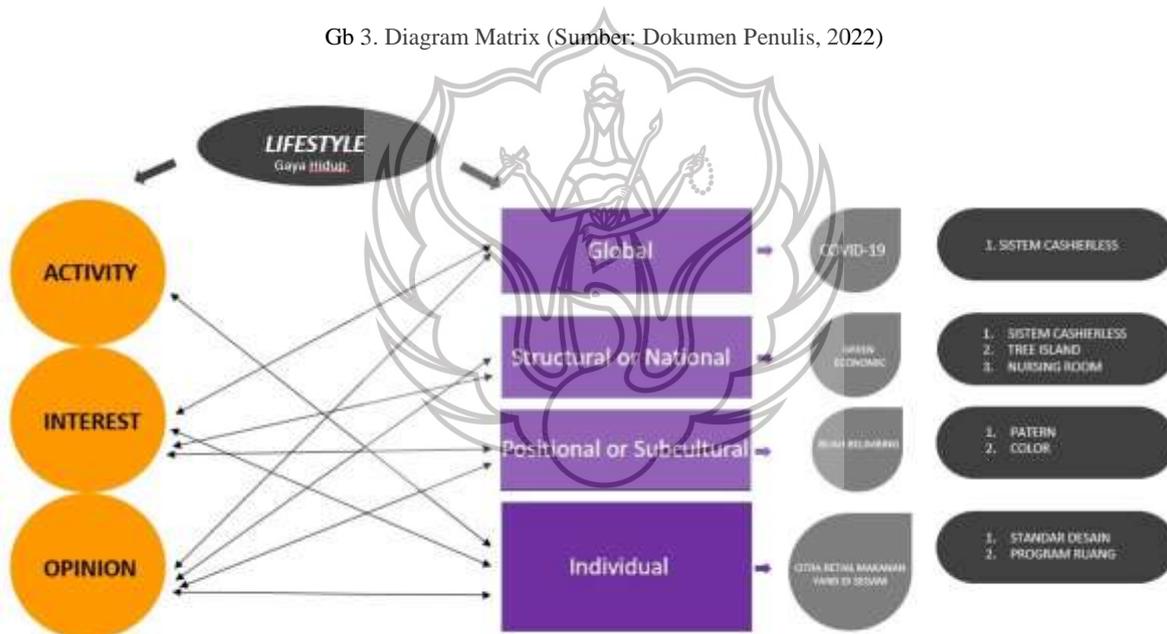
#### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN



Gb 2. Bubble Diagram (Sumber: Dokumen Penulis, 2022)

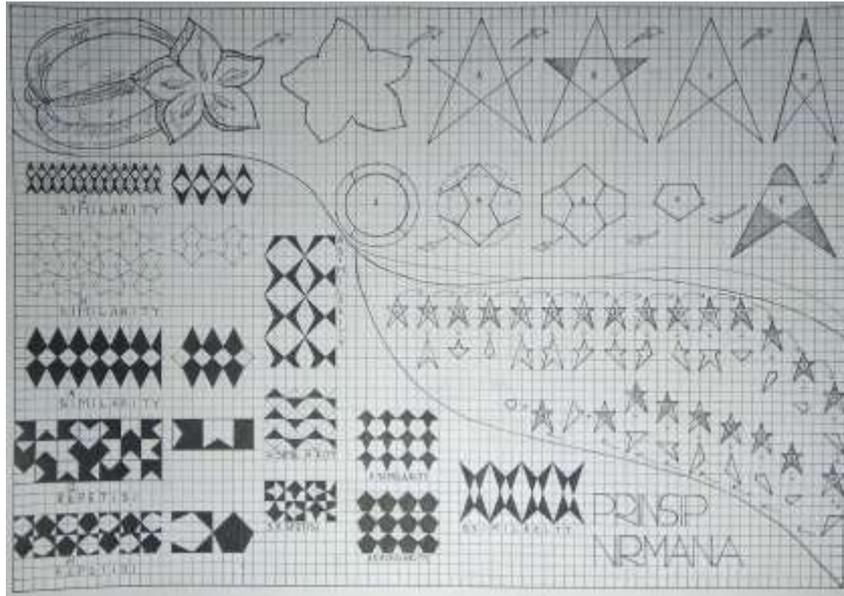


Gb 3. Diagram Matrix (Sumber: Dokumen Penulis, 2022)



Gb 4. Brainstorming (Sumber: Analisis penulis, 2022)

Pendekatan yang di gunakan dalam perancangan interior supermarket Farmers Market Margo City Depok Jawa Barat adalah pendekatan *Lifestyle* (Gaya Hidup).



Gb 5. *Stilasi* (Sumber: Dokumen penulis, 2022)

kemudian dari pendekatan tersebut menghasilkan konsep desain (pencarian solusi) yaitu menggunakan tema buah belimbing karena sebagai simbol Kota Depok, menggunakan gaya industrial *modern* yang mengedepankan kemurnian/ kejujuran dalam segi material dan menggunakan konsep *shopping bubble* yaitu mewadahi kedalaman *bubble* (rasa khawatir konsumen) lalu menggantinya dengan menyediakan *bubble* baru sebagai (sarana desain) yang mendukung aktivitas konsumen.



Gb 6. Hasil Akhir Desain *Barcode Entrance* (Sumber: *Rendering 3D* penulis, 2022)

Hasil desain *barcode entrance*, penggunaan material *wiremesh* dengan *finishing rust* pada *bulkhead entrance* bertujuan menciptakan *ambiance* sebagai gerbang masuk sekaligus pembeda antara lingkungan luar dan area dalam supermarket yang memberi spekulasi bahwa

konsumen memasuki area yang lebih steril (putih, *clean and fresh*), pada area *barcode entance* konsumen dihimbau agar mengunduh aplikasi mytrust pada smart phone dan melakukan *login*, fungsi dari *login* pada aplikasi mytrust adalah agar konsumen dapat memasuki area perbelanjaan dan terdeteksi oleh teknologi AI (*Artificial Intelligence*) berupa kamera yang terpasang pada plafon.



Gb 7. Hasil Akhir Desain Nursery Room (Sumber: *Rendering 3D* penulis, 2022)

Hasil desain *nursing room* (ruang ibu menyusui bayi), dalam mendesain *nursing room* dibutuhkan beberapa zona yang mendukung aktivitas ibu diantaranya adanya zona parkir stoller & area tunggu, zona wastafel & toilet, zona ganti popok dan zona menyusui. Elemen interior yang digunakan adalah : menggunakan dinding berlapis cet antitoksin, menggunakan plafon tertutup (gypsum), menggunakan lantai parquet yang tidak licin dan hangat, menggunakan furniture berbahan kayu, katun, kulit untuk sofa serta mendesain bentuk ujung yang tumpul. Disamping itu Farmers Market Margo City Depok Jawa Barat menyediakan fasilitas pendukung berupa *nursing room* agar menambah kenyamanan bagi ibu-ibu yang ingin berbelanja membawa sang buah hati, *service* terbaik yang diberikan Farmers Market Margo City Depok Jawa Barat ini sebagai pernyataan dukungan terhadap ibu yang beraktivitas menyusui bayi, serta sebagai sarana kritik desain pada emisi gas rumah kaca yang dihasilkan oleh peternakan sapi dan tentunya diakibatkan oleh terjadinya peningkatan penjualan susu formula.



Gb 8. Hasil Akhir Desain *Barcode Exit* (Sumber: *Rendering 3D* penulis, 2022)

Hasil desain *barcode exit*, walaupun sudah menggunakan teknologi AI (*Artificial Intelligence*) yang biasa disebut teknologi "*just walk out*" tidak memungkiri zona tersebut akan tetap didesain sedemikian rupa agar konsumen tetap mengambil barang pembelian tidak direncanakan sebelum melewati *barcode exit*. Desain *express island* pengganti zona *express counter*, disediakan dengan desain memiliki fungsi berbeda tetapi menawarkan produk yang sama, zona *express island* menyediakan produk diantaranya *cigarettes*, *beer cooler* dan dodol belimbing khas Kota Depok. Pada zona *barcode exit* konsumen tidak perlu melakukan pembayaran melainkan hanya keluar meninggalkan supermarket tanpa mengantri pada *cashier*, ketika konsumen keluar dari supermarket teknologi "*just walk out*" akan bertugas menjumlah produk yang terdapat pada keranjang virtual, detail pembayaran akan dikonfirmasi melalui akun tagihan mytrust dan dibayar menggunakan *credit card (vcc)*. Penggunaan sistem desain *cashierless* ini secara tidak langsung ikut berkontribusi mendukung sektor *green economic* pemerintah dengan meminimalisir penggunaan kertas pada *struk* perbelanjaan yang mengakibatkan semakin banyak pohon yang ditebang dan membuat bumi semakin panas, selain itu penggunaan sistem *cashierless* merupakan salah satu bentuk dari desain pasca covid-19 yang mengarah kepada supermarket masa depan.

## 5. KESIMPULAN

Kesimpulan dalam perancangan interior supermarket Farmers Market Margo City Depok Jawa Barat menggunakan konsep *shopping bubble* adalah : Menyediakan desain interior supermarket dengan menawarkan sistem *cashierless* (tanpa kasir), mengadaptasi dari desain pasca covid-19, mendukung sektor *green economic* pemerintah yang mengarah pada supermarket masa depan. Menyediakan desain interior supermarket yang menawarkan fasilitas pendukung yaitu *nursing room* (ruang ibu menyusui) yang mendukung aktivitas belanja ibu yang membawa bayi. Menyediakan desain interior supermarket yang menggunakan warna dominan putih agar mempermudah karyawan mendeteksi noda sehingga cepat mendapat penanganan maksimal.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alex Polacco, K. B. (2018). The Amazon Go Concept: Implications, Applications, and Sustainability. *Journal of Business and Management*, 24 (1), March , 79-92.
- Jensen, M. (2007). Environmental Sciences. *Journal homepage*, 65
- Jushermi. (2013). Analisis Segmentasi Gaya Hidup Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen S1 Fakultas Ekonomi. *Jurnal Ekonomi Volume 21, Nomor 1 Maret*, 1-15.
- Lia Nurani, R. K. (2017). Tata Letak Farmers Market Grand Metropolitan Mall Bekasi. *JURNAL ADMINISTRASI KANTOR, Vol. 5, No. 1, Juni 2017*, 107-114.
- Pandin, M. L. (2009). POTRET BISNIS RITEL DI INDONESIA: PASAR MODERN . *Economic Review No. 215* , 1.
- Rainna Dwiariani Manikam, I. K. (2021). Tinjauan Psikologi Desain Interior Retail. *Jurnal Vastukara*, 50-54.
- Retno Nugroho Whidhiasih, N. A. (2013). Klasifikasi Buah Belimbing Berdasarkan Citra Red-Green-Blue Menggunakan KNN dan LDA. *Jurnal Penelitian Ilmu Komputer, System Embedded & Logic*, 30.
- Rosemary Kilmer, W. O. (2014). *Designing Interiors*. Hoboken : New Jersey, Kanada.
- Ruki, U. A. (2011). Pentingnya Ruang Ibu dan Anak Sebagai Fasilitas Pendukung Kegiatan Menyusui di Area Publik. *HUMANIORA Vol.2 No.1 April* :, 110-121.
- Soliha, E. (2008). ANALISIS INDUSTRI RITEL DI INDONESIA. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi (JBE)*, Vol. 15, No.2, Hal. 128 - 142.
- Yasir, M. (2007). Evaluasi Kualitas Layanan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Dengan Metode Service Quality. 6-7.