

**PERANCANGAN INTERIOR  
RETAIL DAN KANTOR KHONG GUAN MART SABANG  
JAKARTA PUSAT**



**TUGAS AKHIR  
PENCIPTAAN / PERANCANGAN**

Oleh :

Larasati Ayu Lestari Firmansyah

NIM 2012356023

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

**2024**

**PERANCANGAN INTERIOR  
RETAIL DAN KANTOR KHONG GUAN MART SABANG  
JAKARTA PUSAT**



**TUGAS AKHIR  
PENCIPTAAN / PERANCANGAN**

Oleh :

Larasati Ayu Lestari Firmansyah

NIM 2012356023

Tugas Akhir ini diajukan kepada  
Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta  
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar  
sarjana S-1 dalam bidang Desain Interior  
2024

# PERANCANGAN INTERIOR RETAIL DAN KANTOR KHONG GUAN MART SABANG JAKARTA PUSAT

## ABSTRAK

Khong Guan *Mart* merupakan ritel resmi Khong Guan Indonesia. Khong Guan *Mart* menjual produk-produknya lebih lengkap dan lebih murah. Khong Guan *Mart* sebagai titik sentral menawarkan pengalaman berbeda dalam berbelanja serta dapat dimanfaatkan merek dalam memperkuat citra, kesadaran, dan komitmen merek terhadap kualitas dan inovasi. Namun, disayangkan adanya Khong Guan *Mart* saat ini belum me-representatif citra mereknya. Dengan menggunakan *Double Diamond Framework Design Thinking* menemukan sebuah konsep *Flagship Store* yang akan diterapkan dalam perancangan retail Khong Guan *Mart*. *Flagship store* yang mempertimbangkan berbagai aspek desain, fungsionalitas, dan estetika. Desain harus mencerminkan identitas, nilai, dan tujuan pengguna atau brand secara konsisten untuk menciptakan ruang yang bermakna dan otentik. Penerapan konsep pada area kantor Khong Guan *Mart* berlokasi di lantai 3-4 pada bangunan ini menerapkan *Activity-based workspace (ABW)* dikarenakan menggunakan pendekatan menempatkan fokus pada kegiatan yang dilakukan oleh individu atau kelompok dalam lingkungan kerja. Pendekatan ini bertujuan untuk menciptakan ruang kerja yang mendukung berbagai jenis aktivitas sesuai dengan kebutuhan. Hasil perancangan menjadikan Khong Guan *Mart* sebagai tempat yang memberikan pengalaman mengesankan serta sebagai media untuk menceritakan kisah dibalik Khong Guan dikemas dalam interior yang mencerminkan nilai, sejarah, dan identitas brand dengan cara yang mendalam dan menarik.

**Kata kunci :** Pengalaman, Identitas Merek, Citra,

# PERANCANGAN INTERIOR RETAIL DAN KANTOR KHONG GUAN MART SABANG JAKARTA PUSAT

## ABSTRACT

*Khong Guan Mart is the official retailer of Khong Guan Indonesia. Khong Guan Mart sells more complete and cheaper products. Khong Guan Mart as a central point offers a different shopping experience and can be utilized by brands to strengthen brand image, awareness, and commitment to quality and innovation. However, it is a shame that Khong Guan Mart currently does not represent its brand image. By using the Double Diamond Framework from the Design Thinking method, we found a flagship store concept that will be applied in the retail design of Khong Guan Mart. Flagship stores that consider various aspects of design, functionality, and aesthetics. The design must consistently reflect the identity, values, and goals of the user or brand to create a meaningful and authentic space. The application of the concept in the Khong Guan Mart office area located on floors 3–4 of this building applies activity-based workspace (ABW) because it uses an approach that places the focus on activities carried out by individuals or groups in the work environment. This approach aims to create a workspace that supports various types of activities according to needs. The design results make Khong Guan Mart a place that provides a memorable experience as well as a medium for telling the story behind Khong Guan packaged in an interior that reflects the values, history, and identity of the brand in a deep and interesting way.*

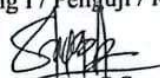
**Keywords :** *Experience, Brand Identity, Image*



Tugas Akhir Perancangan berjudul :

**PERANCANGAN INTERIOR RETAIL DAN KANTOR KHONG GUAN MART SABANG JAKARTA PUSAT** diajukan oleh Larasati Ayu Lestari Firmansyah, NIM 2012356023, 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 4 Juni 2024 dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima.

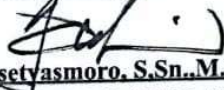
Pembimbing I / Penguji / Ketua Sidang



**Hangga Hardhika, S.Sn.,M.Ds.**

NIP 19791129 200604 1003 / NIDN 0029117906

Pembimbing II / Penguji



**Dony Arsetyasmoro, S.Sn.,M.Ds.**

NIP 19790407 200604 1002 / NIDN 0007047904

Cognate / Penguji-Ahli



**Anom Wibisono, S.Sn.,M.Sc.**

NIP 19720314 199802 1001 / NIDN 0014037206

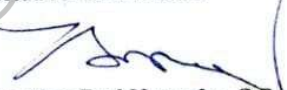
Ketua Program Studi / Ketua / Anggota



**Setya Budi Astanto, S. Sn.,M.Sn.**

NIP 19730129 200501 1001 / NIDN 0029017304


Ketua Jurusan / Ketua



**Martino Dwi Nugroho, S.Sn.,M.A**

NIP 19770315 200212 1005 / NIDN 0015037702

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Seni Rupa  
Institut Seni Indonesia Yogyakarta



**M. Sholahuddin, S.Sn./M.T.**

NIP 19701019 199903 1001 / NIDN 0019107005

Surat Pernyataan Keaslian

**PERNYATAAN KEASLIAN**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Larasati Ayu Lestari Firmansyah

NIM : 2012356012

Tahun Lulus : 2024

Program Studi : Desain Interior

Jurusan : Desain

Fakultas : Seni Rupa

Menyatakan bahwa dalam laporan pertanggungjawaban ilmiah 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 dokumen ini. Sehingga laporan pertanggungjawaban ilmiah adalah benar karya saya sendiri. Jika di kemudian 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 dan/atau sanksi hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 10 Juni 2024



Larasati Ayu Lestari Firmansyah

NIM 2012356023

## KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir dengan judul “Perancangan Interior Retail dan Kantor Khong Guan Mart Sabang Jakarta Pusat” yang merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana di Institut Seni Indonesia Yogyakarta. Harapan penulis semoga Tugas Akhir Perancangan ini dapat membantu menambah wawasan pengetahuan dan pengalaman bagi pembaca.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan Tugas Akhir ini tidak lepas dari dorongan, bimbingan, dan bantuan berbagai pihak, sehingga pada kesempatan kali ini penulis menyampaikan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa, atas segala karunia rahmat, kemudahan, dan kesehatan serta kasih sayang.
2. Yth. Bapak Hangga Hardhika, S.Sn., M.Ds. dan Bapak Dony Arsetyasmoro, S.Sn., M.Ds. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan banyak masukan, saran, dan semangat untuk penyusunan Tugas Akhir.
3. Yth. Bapak Anom Wibisono, S.Sn., M.Sc. sebagai dosen penguji ahli atau *cognate* dalam sidang Tugas Akhir yang telah memberikan masukan, saran, dan pengarahan dalam revisi akhir.
4. Yth. Seluruh Dosen Program Studi Desain Interior yang telah memberikan ilmu yang sangat berharga dan bermanfaat selama perkuliahan.
5. Kepada Mamah yang sudah menjadi pahlawan nomor satu dalam hidupku. Terima Kasih telah menjadi orang tua yang hebat telah memberikan segala doa dan dukungan selama awal perkuliahan hingga sampai pada perjalanan di akhir perkuliahan yaitu pada saat mengerjakan Tugas Akhir. Semua kesuksesan dari doa-doa dari mu dan izin Allah SWT yang telah mengabulkannya.
6. Kepada Ayahanda yang telah memberikan segala doa dan dukungan berupa semangat dalam perkuliahan saya hingga sampai pada perjalanan di akhir dalam mengerjakan Tugas Akhir. Terima Kasih atas sudah bangga dengan apa yang saya jalani selama ini.
7. Rekan-rekan Trackwood sudah mengizinkan, memberikan data, serta mendukung pengambilan objek proyek TA yang diberikan. Terutama kepada Kak Khalista dan

Mas Akmal yang telah sebagai narahubung data-data yang saya dapatkan. Serta izin dari Mbak Gitta, Mbak Icha, dan Mas Ferdi selaku head office di Trackwood.

8. Kepada sahabat di perkuliahan yaitu Aulia Windy, Zahra Salsabil, dan Bunga Rinjani yang masih bertahan hingga di akhir semester dengan saling support.
9. Kepada sahabat sejak SMA yaitu Hanifa Salma yang telah mensupport banyak sekali hal dari awal mendaftar ISI Yogyakarta, masa perkuliahan, sampai pada akhirnya pada pengerjaan Tugas Akhir hingga akhirnya dinyatakan lulus.
10. Kepada geng sahabat-sahabat SMP saya yaitu ada Karina Putri Satrio, Aniendya Azzahra Lubis, Tanaya Pia Labitta, dan Ninda Syifa Mulyani yang telah banyak memberikan support walaupun masing-masing dari kita tersebar di kota perantauan yang berbeda.
11. Teman-teman di Prodi Desain Interior angkatan 2020, teman-teman seperjuangan tugas akhir periode pertama yang telah berjuang dan bertukar pikiran.
12. Serta semua pihak yang turut membantu dan memberikan dukungan saat proses penyusunan Tugas Akhir Karya Desain ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Akhir kata, dengan penuh kerendahan hati. Penulis menyadari penyusunan Tugas Akhir Karya Desain ini masih banyak terdapat kekurangan. Penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun dan semoga Tugas Akhir Karya Desain ini dapat bermanfaat bagi pihak yang memerlukannya.

Yogyakarta, 10 Juni 2024



Larasati Ayu Lestari Firmansyah  
NIM 2012356023

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	i
<b>ABSTRAK</b> .....	ii
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	iv
<b>PERNYATAAN KEASLIAN</b> .....	v
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vi
<b>DAFTAR ISI</b> .....	viii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	ix
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
A. LATAR BELAKANG.....	1
B. PROSES DAN METODE DESAIN.....	3
<b>BAB II PRA DESAIN</b> .....	9
A. TINJAUAN PUSTAKA.....	9
B. PROGRAM DESAIN.....	36
C. DAFTAR KEBUTUHAN RUANG DAN KRITERIA DESAIN.....	78
<b>BAB III PERMASALAHAN &amp; IDE SOLUSI DESAIN</b> .....	81
A. PERNYATAAN MASALAH.....	81
B. IDE SOLUSI DESAIN.....	81
<b>BAB IV PENGEMBANGAN DESAIN</b> .....	84
A. ALTERNATIF DESAIN.....	84
<b>BAB IV PENGEMBANGAN DESAIN</b> .....	129
A. KESIMPULAN.....	129
B. SARAN.....	129
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	130
<b>LAMPIRAN</b> .....	133

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. <i>The Double Diamond</i> .....	3
Gambar 1.2. <i>Double Diamond Framework</i> .....	5
Gambar 1.3. <i>Affinity Diagram</i> .....	7
Gambar 2.1. <i>Khong Guan Exhibition Booth Singapore</i> .....	9
Gambar 2.2. <i>Khong Guan Mart Indonesia</i> .....	10
Gambar 2.3. <i>The Revolution of the Retail Industry</i> .....	11
Gambar 2.4. <i>Grid Layout Retail</i> .....	16
Gambar 2.5. <i>Freeform Layout Retail</i> .....	16
Gambar 2.6. <i>Racetrack Layout Retail</i> .....	17
Gambar 2.7. <i>1800' Office</i> .....	21
Gambar 2.8. <i>Taylorism Office</i> .....	22
Gambar 2.9. <i>1950s Office</i> .....	23
Gambar 2.10. <i>Action Office System</i> .....	24
Gambar 2.11. <i>George Nelson with Robert Propst, ca. 1964</i> .....	25
Gambar 2.12. <i>Workplace Interiors   SAV Architecture</i> .....	28
Gambar 2.13. <i>Shopee International Indonesia</i> .....	29
Gambar 2.14. <i>Aldgate Tower's London Office</i> .....	30
Gambar 2.15. <i>The Office of Serbian</i> .....	31
Gambar 2.16. <i>PwC Switzerland</i> .....	32
Gambar 2.17. <i>Logo Khong Guan Mart</i> .....	38
Gambar 2.18. <i>Maps Khong Guan Mart Sabang</i> .....	39
Gambar 2.19. <i>Maps Satelit Khong Guan Mart Sabang</i> .....	41
Gambar 2.20. <i>Layout Lantai 1 Retail</i> .....	42
Gambar 2.21. <i>Layout Lantai 3 Retail</i> .....	43
Gambar 2.22. <i>Layout Lantai 4 Retail</i> .....	44
Gambar 2.23. <i>Facade Khong Guan Mart Sabang After-Before</i> .....	45
Gambar 2.24. <i>Renovation Interior Khong Guan Mart</i> .....	45
Gambar 2.25. <i>Renovation Interior Khong Guan Mart</i> .....	45
Gambar 2.26. <i>Zoning Lantai 1</i> .....	46
Gambar 2.27. <i>Zoning Lantai 3</i> .....	46
Gambar 2.28. <i>Zoning Lantai 4</i> .....	46
Gambar 2.29. <i>Sirkulasi Konsumen It 1</i> .....	47
Gambar 2.30. <i>Sirkulasi Staff Retail It 1</i> .....	47



Gambar 2.31. Sirkulasi Kantor lt 1.....	47
Gambar 2.32. Sirkulasi Kantor lt 3.....	48
Gambar 2.33. Sirkulasi Kantor 4.....	48
Gambar 2.34. Lantai Existing Retail.....	49
Gambar 2.35. Pemasangan Lantai Kantor.....	49
Gambar 2.36. Dinding Existing Retail.....	50
Gambar 2.37. Dinding Existing Kantor.....	50
Gambar 2.38. Plafon Kantor.....	51
Gambar 2.39. Rangka Plafon Kantor.....	51
Gambar 2.40. Orientasi Sinar Matahari.....	52
Gambar 2.41. Titik AC lt. 3.....	52
Gambar 2.42. Titik AC lt. 4.....	53
Gambar 2.43. Titik Stop Kontak lt. 3.....	53
Gambar 2.44. Titik Lampu dan Saklar lt. 3.....	54
Gambar 2.45. Titik Saklar lt. 4.....	54
Gambar 2.46. Titik Lampu dan Stopkontak lt. 4.....	55
Gambar 2.47. <i>Window Viewing Plane Dimension</i> .....	55
Gambar 2.48. <i>Display Dimensions</i> .....	56
Gambar 2.49. <i>Aisle Widths</i> .....	57
Gambar 2.50. <i>Shelf &amp; Island Display Circulation</i> .....	58
Gambar 2.51. <i>Aisle Clearances</i> .....	59
Gambar 2.52. <i>Receptionist</i> .....	59
Gambar 2.53. <i>Reception Seating</i> .....	60
Gambar 2.54. <i>Basic Workstation</i> .....	61
Gambar 2.55. <i>Desk User Male &amp; Female</i> .....	62
Gambar 2.56. <i>Basic Workstation Behind</i> .....	63
Gambar 2.57. <i>Workstation With Visitor Circulation</i> .....	64
Gambar 2.58. <i>Work Stations Row &amp; U-Shape</i> .....	65
Gambar 2.59. <i>Work Stations Vertical</i> .....	66
Gambar 2.60. <i>Storage Circulation</i> .....	67
Gambar 3.1. Sketsa Ideasi.....	83
Gambar 4.1. Moodboard Perancangan.....	84
Gambar 4.2. Komposisi Bentuk.....	86
Gambar 4.3. Warna Dominan.....	87
Gambar 4.4. Warna Aksen.....	88

Gambar 4.5. <i>Material Board</i> .....	88
Gambar 4.6. <i>Bubble Plan</i> .....	90
Gambar 4.7. <i>Blok Plan</i> .....	91
Gambar 4.8. <i>Zona dan Sirkulasi</i> .....	92
Gambar 4.9. <i>Layout Ruang</i> .....	93
Gambar 4.10. <i>Contoh Rencana Lantai Lt 1-2</i> .....	94
Gambar 4.11. <i>Rencana Plafon Retail</i> .....	95
Gambar 4.12. <i>Contoh Rencana Dinding Lt 1-2</i> .....	95
Gambar 4.13. <i>Furn Costume</i> .....	96
Gambar 4.14. <i>Main Entrance View Retail View 1</i> .....	105
Gambar 4.15. <i>Main Entrance View Retail View 2</i> .....	105
Gambar 4.16. <i>Main Entrance View Retail View 3</i> .....	106
Gambar 4.17. <i>Photobooth Area</i> .....	106
Gambar 4.18. <i>Touch Digital Signage</i> .....	107
Gambar 4.19. <i>Khong Guan Mart View 1</i> .....	107
Gambar 4.20. <i>Display Area</i> .....	108
Gambar 4.21. <i>Experience Display Area View 1</i> .....	108
Gambar 4.22. <i>Experience Display Area View 2</i> .....	109
Gambar 4.23. <i>Khong Guan Mart View 2</i> .....	109
Gambar 4.24. <i>Khong Guan Mart View 3</i> .....	110
Gambar 4.25. <i>Merchandise Display Area</i> .....	110
Gambar 4.26. <i>Cashier Area</i> .....	111
Gambar 4.27. <i>Cashier Area Exit View</i> .....	111
Gambar 4.28. <i>Exit Area</i> .....	112
Gambar 4.29. <i>Perspective View From Exit</i> .....	112
Gambar 4.30. <i>Mini Museum - Khong Guan History</i> .....	113
Gambar 4.31. <i>Mini Museum - Khong Guan Description</i> .....	113
Gambar 4.32. <i>Mini Museum - Khong Guan Timeline</i> .....	114
Gambar 4.33. <i>Mini Museum - Khong Guan Behind The Biscuit</i> .....	114
Gambar 4.34. <i>Bar &amp; Cafe View 1</i> .....	115
Gambar 4.35. <i>Bar &amp; Cafe View 2</i> .....	115
Gambar 4.36. <i>Sitting Area View 1</i> .....	116
Gambar 4.37. <i>Sitting Area View 2</i> .....	116
Gambar 4.38. <i>Receptionist View 1</i> .....	117
Gambar 4.39. <i>Receptionist View 2</i> .....	117



Gambar 4.40. <i>Receptionist View 3</i> .....	118
Gambar 4.41. <i>Receptionist View 4</i> .....	118
Gambar 4.42. <i>Communal Creative Space View 1</i> .....	119
Gambar 4.43. <i>Communal Creative Space View 2</i> .....	119
Gambar 4.44. <i>Working Space Front 3rd Floor View 1</i> .....	120
Gambar 4.45. <i>Working Space Front 3rd Floor View 2</i> .....	120
Gambar 4.46. <i>Rest Sitting Area View 1</i> .....	121
Gambar 4.47. <i>Rest Sitting Area View 2</i> .....	121
Gambar 4.48. <i>Pantry View 1</i> .....	122
Gambar 4.49. <i>Pantry View 2</i> .....	122
Gambar 4.50. <i>Working Space 3rd Floor</i> .....	123
Gambar 4.51. <i>Working Room 3rd Floor</i> .....	123
Gambar 4.52. <i>Working Room 3rd Floor</i> .....	124
Gambar 4.53. <i>Working Space 4th Floor View 1</i> .....	124
Gambar 4.54. <i>Working Space 4th Floor View 2</i> .....	125
Gambar 4.55. <i>Working Space 4th Floor View 3</i> .....	125
Gambar 4.56. <i>Front Meeting Room</i> .....	126
Gambar 4.57. <i>Front Meeting Room Inside</i> .....	126
Gambar 4.58. <i>Large Meeting Room View 1</i> .....	127
Gambar 4.59. <i>Large Meeting Room View 2</i> .....	127
Gambar 4.60. <i>Head Room 1</i> .....	128
Gambar 4.61. <i>Head Room 2</i> .....	128

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 1.1. Psikologis Warna.....</b>	<b>77</b>
<b>Tabel 1.2. Daftar Kebutuhan Ruang dan Kriteria Desain Lt. 1.....</b>	<b>78</b>
<b>Tabel 1.3. Daftar Kebutuhan Ruang dan Kriteria Desain Lt. 3.....</b>	<b>79</b>
<b>Tabel 1.4. Daftar Kebutuhan Ruang dan Kriteria Desain Lt. 4.....</b>	<b>80</b>
<b>Tabel 1.5. Identifikasi Permasalahan &amp; Solusi Ide.....</b>	<b>82</b>
<b>Tabel 1.6. Jenis-Jenis Lampu.....</b>	<b>98</b>
<b>Tabel 1.7. Perhitungan Titik Lampu.....</b>	<b>99</b>
<b>Tabel 1.8. Jenis-Jenis HVAC.....</b>	<b>102</b>
<b>Tabel 1.9. Jenis-Jenis HVAC dan ME.....</b>	<b>102</b>



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. LATAR BELAKANG

Perusahaan biskuit Khong Guan asal Singapura memiliki sejarah panjang selama lebih dari tujuh puluh tahun. Perusahaan ini didirikan pada tahun 1947 oleh dua bersaudara Tiongkok, Chew Choo Keng dan Chew Choo Han, dan telah berkembang menjadi perusahaan multinasional yang telah mengekspor produknya ke lebih dari empat puluh negara di seluruh dunia.

Sekitar tahun 1935, perjalanan dimulai. Di usia muda, dua bersaudara Chew Choo meninggalkan desa mereka di Fujian, China, untuk merantau ke Singapura dengan harapan dan keinginan mencari pekerjaan untuk kehidupan keluarga mereka di Tiongkok. Di sana, mereka menemukan pekerjaan di pabrik biskuit. Namun, kebahagiaan mereka tidak bertahan lama ketika Jepang menginvasi Singapura pada tahun 1940, membuat dua bersaudara Chew Choo mencari perlindungan di Perak, Malaysia. Setelah Jepang mundur pada tahun 1945, dua bersaudara Chew Choo kembali ke Singapura dan kembali menjual biskuit buatan tangan. Terobosan mereka terjadi ketika Chew Choo Han menemukan beberapa mesin pembuat biskuit lama yang rusak karena perang dan dijual sebagai barang bekas dari pabrik lama tempat mereka bekerja sebelumnya. Dia segera membelinya dan dengan tekad dan kemampuan mekanis yang luar biasa, dia membuat jalur produksi biskuit semi-otomatis dengan rantai sepeda dan oven batu bata yang dibuat sendiri untuk mengangkat biskuit ke *conveyor*. Kemampuan produksi yang lebih baik meningkatkan penjualan, dan *Khong Guan Biscuit Factory (Singapore) Limited* didirikan pada tahun 1947 di 18 Howard Roa. Jalur produksi yang dirancang dan dibuat oleh perusahaan teknik mereka sendiri segera diikuti oleh pabrik-pabrik lainnya di Malaysia dan daerah Asia Tenggara. Pabrik Khong Guan didirikan di beberapa kota pesisir Tiongkok pada awal 1980-an. Biskuit Khong Guan sudah dijual di supermarket di Timur Tengah, Hong Kong, Jepang, Australia, Eropa, Kanada, dan Amerika Serikat berkat permintaan yang datang dari seluruh dunia. (Keng & Han, 2010).

Khong Guan Indonesia sendiri dimiliki oleh PT. Corak Abadi Biscuit *Factory* Indonesia adalah salah satu bagian dari Khong Guan *Group* yang bergerak dalam bidang *consumer goods*. Produk Khong Guan telah tersebar di seluruh Indonesia, dan mereka dijual dalam berbagai bentuk, mulai dari toko pedagang kecil, swalayan sedang, swalayan besar, hingga *e-commerce*.

Perancangan interior Khong Guan Mart pada Tugas Akhir ini berlokasi Jl. H. Agus Salim No.53, RT.1/RW.3, Kb. Sirih, Kec. Menteng, Kota Jakarta Pusat. Selain kelengkapan produk dan harga yang lebih murah diantara dipasaran, adanya Khong Guan Mart sebagai *official store* pada saat ini bukanlah sesuatu yang spesial di kalangan masyarakat karena produknya Khong Guan itu sendiri mudah didapatkan dimana saja. Permasalahan tersebutlah yang membuat saya tertarik dalam perancangan kali ini dan juga dengan setelah melihat kondisi interior *official retail store* Khong Guan terutama cabang yang berlokasi di Sabang, Jakarta Pusat yang seharusnya lebih terkonsep terutama menunjukkan citra brand pada interior yang dapat membantu branding sebagai pembeda antara penjualan dengan toko-toko maupun swalayan lainnya. Dan Gedung Khong Guan Sabang yang memiliki 4 lantai tidak hanya berisi kan Khong Guan Mart saja melainkan adanya kantor cabang dari Khong Guan. Letak Khong Guan mart berada di lantai 1 sedangkan kantor ini berada di lantai 3 hingga lantai 4. Khong Guan mart juga mempunyai 6 cabang tersebar di daerah Jakarta per tahun 2023 akhir.

Untuk mencapai tujuan membuat pengunjung Khong Guan Mart merasakan kesan eksklusif dan spesial yaitu dengan cara menawarkan pengalaman berbeda dibandingkan berbelanja di tempat lain. Eksklusifitas tersebut juga bisa menjadi daya tarik pengunjung untuk datang bukan hanya untuk membeli produk tetapi lebih mengenal brand Khong Guan dari awal berdiri hingga perjalanan panjangnya saat ini dan juga dapat dikategorikan salah satu brand yang sangat legend di Indonesia. Eksklusivitas bisa menjadi salah satu cara meningkatkan *brand awareness* konsumen Khong Guan dan bersaing kompetitornya, tetapi perusahaan juga berusaha menonjolkan karakteristik dan keunggulan yang dapat diberikan. (Winata, 2021, Hal. 2).

Tujuan dapat diwujudkan dengan perancangan interior yang mencerminkan *brand identity* Khong Guan dan juga pertimbangan kemungkinan-kemungkinan pencegahan permasalahan terjadinya saat retail sedang *rush hour/season* apakah aksesibilitas staff kantor dari lantai 1-2 yang mungkin saja ramai pengunjung dapat bepergian ke lantai 3 maupun lantai 4 bagaimana yang merupakan area privat tidak sembarangan orang akses.

## B. PROSES DAN METODE DESAIN

### 1. Proses Desain / Diagram Pola Pikir Desain

Pada perancangan interior retail dan kantor Khong Guan Mart Sabang, proses desain yang dipilih menggunakan pola berpikir dari *Double Diamond Design Thinking* oleh *Design Council*. Dalam proses desain model double diamond, terdapat empat fase kerangka berpikir yang digunakan untuk memecahkan masalah dalam desain melalui pendekatan pengembangan yang menghasilkan ide secara terstruktur.



**Gambar 1.1. The Double Diamond**

(Sumber : Design Council, 2019)

Kerangka berpikir Double Diamond adalah hasil dari pembagian dua diamond antara proses eksplorasi secara menyeluruh dan mendalam tentang masalah (*divergent thinking*) dan dilanjutkan dengan proses tindakan (*convergent thinking*). (Aji, 2018).

- a. Tahap Diamond Pertama: *Doing The Right Thing (Divergent Thinking)*
  - 1) *Discover* (Penemuan)

Discover merupakan tahap awal dalam proses *double diamond design thinking*. Untuk mengidentifikasi masalah saat ini, sangat mudah untuk memulai dengan meminta pengguna atau orang lain yang biasa terlibat dalam masalah tersebut untuk berbicara tentangnya. Ketika orang-orang berbicara, kita dapat belajar tentang pandangan pribadi pengguna tentang masalah.

2) *Define* (Penetapan)

Pada tahap ini merupakan tahap pengumpulan atau pengelompokan masalah dan penyusunan informasi dari tahap *discover*. Tujuan dari informasi yang telah dikumpulkan pada tahap ini adalah untuk menganalisisnya untuk menentukan masalah sebenarnya. Pada tahap definisi, pertanyaan HMW "*How Might We*" biasanya digunakan untuk mendefinisikan masalah yang ingin dipecahkan atau bisa disebut juga *problem statement*.

b. Tahap Diamond Kedua: *Doing Things Right (Convergent Thinking)*

1) *Develop* (Pengembangan)

Proses *develop* dimulai dengan *ideation* atau pengumpulan ide-ide secara kreatif dapat dimulai dengan *brainstorming* dan kemudian dilanjutkan tahap evaluasi. Pada sesi evaluasi dapat menggunakan *matrik/feasibility* (membandingkan antara dampak dengan kemungkinan untuk dijalankan) atau voting.

2) *Deliver* (Pengantaran)

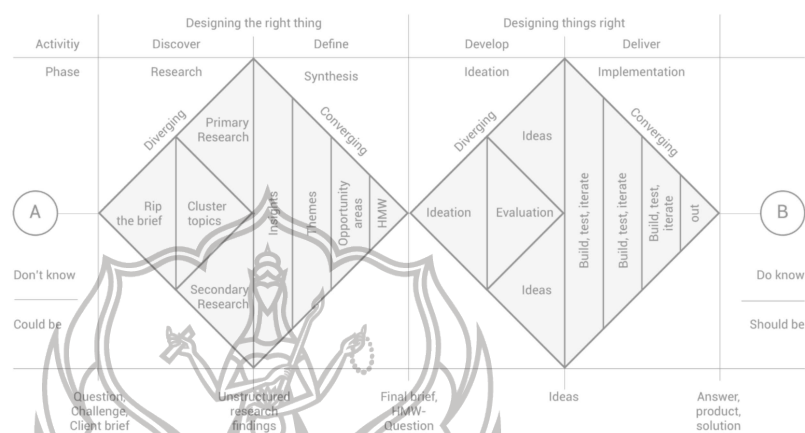
Selanjutnya tahap *deliver* melibatkan beberapa *test* dari berbagai solusi permasalahan dimulai dari skala terkecil dan menolak hal-hal yang tidak berhasil dan memperbaiki hal-hal yang berhasil. Sebuah *test* tersebut bisa berupa prototipe produk untuk memenuhi kriteria *MVP (Minimum Viable Product)* – produk dengan fungsi minimal yang dapat memecahkan masalah awal.

## 2. Metode Desain

Metode yang digunakan perancangan interior retail dan kantor Khong Guan Mart Sabang adalah sebagai berikut :

### a. Metode Pengumpulan Data & Penelusuran Masalah

Dengan penerapan diagram pola berpikir *double diamond design thinking*, tahap metode pengumpulan data dan penelusuran masuk ke dalam tahap *discovery* (pengembangan) yaitu dibagi dalam beberapa tahapan yaitu:



**Gambar 1.2. Double Diamond Framework**

(Sumber : Medium.com "Ripping The Design Brief", 2016)

#### 1) *Rip The Brief*

Fase awal dalam proses discover yaitu *ripping the brief* atau bisa dikatakan juga tahap *mind maps* dengan mengartikan bagaimana seharusnya membuka setiap bagian dalam persoalan. Hal tersebut dapat muncul dalam beberapa pertanyaan kompleks dan mendalam pada diri sendiri. Secara singkatnya pada tahap ini adalah mempersiapkan pertanyaan-pertanyaan dari pemikiran untuk di tahap selanjutnya.

#### 2) *Cluster Topics*

*Cluster Topics* merupakan tahap dimana pengelompokan topik-topik terkait yang secara kolektif mencakup bidang subjek



yang luas. Tahap ini bisa dijadikan juga sebagai tahap *brainstorming*.

### 3) *Primary Research*

*Primary research* atau penelitian primer merupakan jenis penelitian dimana peneliti mengambil data dari sumber asli secara langsung. Pada tahap sebelumnya yaitu *ripping the brief* dan *cluster topics* sudah ditentukan apa yang ingin dicari tahu berdasarkan beberapa konteks topik-topik yang meluas. Untuk menemukan jawaban tersebut, akan diperoleh dengan cara pengamatan atau observasi (survei lokasi), mengumpulkan daftar aktivitas dan interview pengguna ruang yang terlibat.

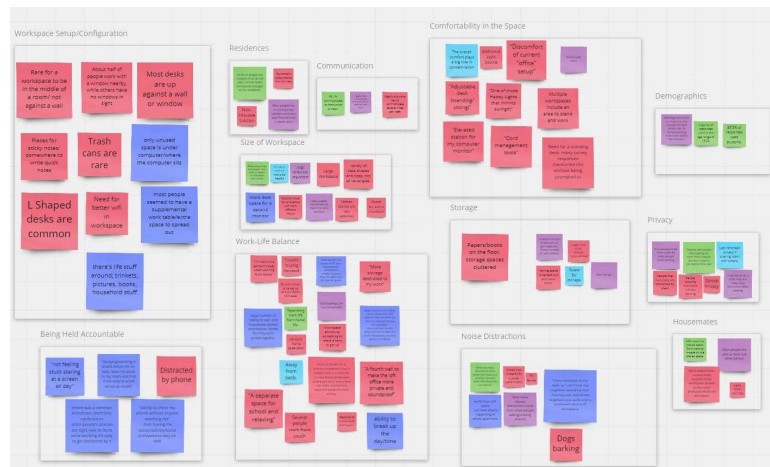
### 4) *Secondary Research*

*Secondary research* yaitu sebuah tahap penelitian berdasarkan dari tahap *primary research* sumber penelitian primer sebagai sumber data untuk analisis. Tahap ini berupa hasil dari rangkuman, penyusunan dan sintesis dari penelitian yang ada. Hal tersebut bisa dilakukan dengan memvalidasi permasalahan dengan data-data literatur apakah hal tersebut benar-benar bisa dikatakan suatu permasalahan atau tidak.

Penyelesaian masalah masih dilanjutkan dalam tahap *define* (penetapan) sebagai tahap sintesis yang dalam diamond yaitu berupa *insight, themes, opportunity area*, dan HMW "*How Might We*". Tahap *define* merupakan bagian tahap *convergent* dari sebuah masalah dengan menerima ide-ide untuk menemukan definisi dari sebuah masalah. Pencarian masalah langsung pada akarnya merupakan hal utama. Mencari akar permasalahan bisa dengan berbagai cara antara lainnya menggunakan metode *5 Why*. Analisa *5 Why* secara singkat adalah sebuah lima kali pertanyaan "*Why*" menjawab persoalan sampai akhirnya mencapai akar penyebab masalah. Kemudian, penyebab akar ini menjadi titik utama penetapan definisi suatu masalah. Metode



tersebut akan lebih mudah bisa menggunakan teknik *affinity diagram* untuk menentukan skala prioritas. (Elmansy, 2021).



Gambar 1.3. *Affinity Diagram*

(Sumber : <https://u.osu.edu>, 2023)

## b. Metode Pencarian Ide & Pengembangan Desain

Pencarian ide dan pengembangan desain merupakan salah satu bagian proses develop (Pengembangan) pada metode double diamond design thinking yang berupa :

### 1) *Ideation*

*Ideation*/ideasi dilakukan dengan mencari ide sebanyak banyaknya untuk melakukan tahap *brainstorming* untuk mencapai tujuan. Macam-macam mencari ide dapat berupa pengumpulan referensi desain, menyusun *moodboard*, membuat sketsa ide, hingga beberapa alternatif desain. ide-ide yang sudah dikumpulkan akan dikembangkan kembali dalam tahapan prototipe untuk melihat segala kemungkinan ide yang ada jika diterapkan pada sebuah desain.

### 2) *Evaluation*

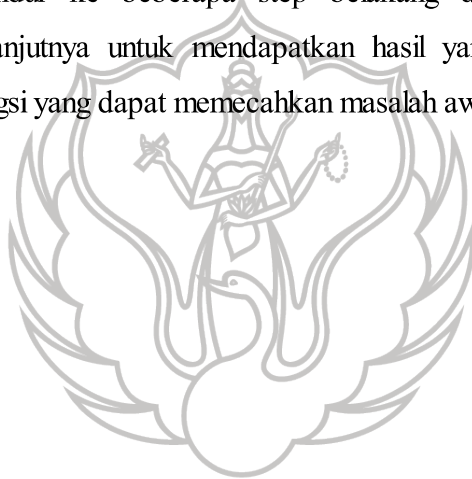
Dari banyaknya ide yang ada, pada tahap ini akan diseleksi mana yang lebih cocok dan relevan antara permasalahan yang ada dengan preferensi desain pribadi untuk menghasilkan sebuah karya desain.

### 3) Ideas

Hasil evaluasi akan dikembangkan kembali ide baru yang bisa saja didapatkan dari gabungan-gabungan beberapa ide menjadi satu.

#### c. Metode Evaluasi / Pemilihan Alternatif Desain

Metode evaluasi atau pemilihan alternatif desain masuk kedalam tahapan *deliver* pada metode *double diamond design thinking*. pada tahap inilah produk ide yang sudah hadir memerlukan feedback dan evaluasi kembali dari pihak luar, bertujuan untuk meningkatkan hasil yang lebih baik diwaktu yang akan datang. Ketika sudah mendapatkan feedback namun ternyata masih kurang baik maka proses dapat mundur ke beberapa step belakang dan berbalik pada proses selanjutnya untuk mendapatkan hasil yang terbaik dengan minimal fungsi yang dapat memecahkan masalah awal.



## BAB II

### PRA DESAIN

#### A. TINJAUAN PUSTAKA

##### 1. Landasan Teori Umum

###### a. Khong Guan

Sejak Hidayat bersama Ong Kong Ie dan Go Swie Kie membawa Hong Guan dari Singapura, merek ini sudah ada sejak 1950-an. Pada awalnya, Khong Guan hanya merupakan produk impor selama hampir dua puluh tahun. Namun, pada tahun 1970, pabriknya didirikan di Indonesia dan akhirnya menjadi merek terkenal dan terkenal yang dapat mendominasi pasar.



**Gambar 2.1. Khong Guan Exhibition Booth Singapore**

(Sumber : <https://www.khongguan.com.sg/about-us/>, 2023)

Produk-produk biskuit yang dijual Khong Guan Indonesia antara lain yaitu seperti *assorted biscuits*, *crackers*, *pie*, *wafers*, *sandwiches* dan sebagainya. Biskuit-biskuit Khong Guan kerap menemani hari-hari konsumen dengan menyajikan kepada saudara dan kerabat di hari raya ataupun saat rehat. Penjualan Khong Guan pada masa terdahulu banyak tersebar di toko kelontong yang mudah dijangkau konsumen. Pada masa ini tidak begitu jauh, bahkan adanya inovasi penjualan secara digital melalui *e-commerce* pada penjualan biskuit Khong Guan. Kepopuleran produk Khong Guan tersebar sangat luas di masyarakat, dengan mudahnya didapatkan produk-produk Khong Guan dari toko kecil hingga supermarket besar dan mewah pun

dapat ditemui. Khong Guan sendiri memiliki *official store* yang dinamakan dengan Khong Guan Mart.



**Gambar 2.2. Khong Guan Mart Indonesia**

(Sumber : <https://www.tokopedia.com/khongguanmart>, 2023)

Khong Guan Mart merupakan retailer resmi Khong Guan Indonesia. Diantara banyaknya distributor tersebar luas penjuru Indonesia, pada tahun 2023 Khong Guan Mart telah memiliki 6 cabang *retail offline* yaitu terdapat Khong Guan Mart Mayestik, Khong Guan Mart Sabang, Khong Guan Mart Wahid, Khong Guan Mart Cibinong, Khong Guan Mart Ciracas dan Khong Guan Mart Fraser. Secara fungsi Khong Guan Mart menjual produk-produk dari perusahaannya sendiri dengan varian yang lebih lengkap dan tentu juga harga yang lebih murah dikarenakan sebagai penjual pihak pertama.

#### b. Ritel

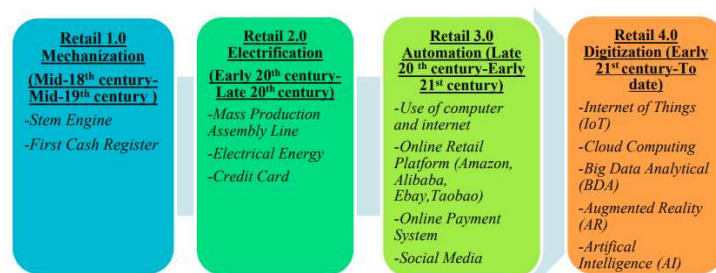
Ritel tidak asing bagi orang Indonesia, terutama di kota-kota. Penjualan kepada konsumen sejumlah kecil barang disebut ritel sendiri. Dalam bahasa Perancis, "ritel" berarti "memotong menjadi kecil-kecil". (Risch, 1991, 2) Sedangkan dalam kamus Bahasa Inggris – Indonesia, ritel dapat diartikan sebagai “eceran”. (Echols & Shadily, 1996, 483). Bisnis ritel merupakan bisnis yang melibatkan penjualan barang atau jasa kepada konsumen dalam jumlah satuan atau eceran. Konsumen yang membeli produk atau jasa secara

eceran ini bertujuan untuk mengkonsumsinya atau menggunakannya secara pribadi namun tidak dapat menjualnya kembali. Ritel sangatlah penting dikarenakan sebagai mata rantai dalam proses distribusi dan juga sebagai mata rantai terakhir dalam suatu proses distribusi. Konsumen dapat menemukan produk melalui ritel.

### 1) Perkembangan Industri Ritel

#### a) Perkembangan Ritel di Dunia

Salah satu dari empat revolusi industri yang pernah terjadi dalam sejarah manusia telah membawa perubahan besar dalam gaya hidup manusia dalam berbagai aspek. Revolusi industri yang terjadi di industri retail adalah yang paling menonjol. Pertama, sehubungan dengan *Retail 1.0*, ketika mesin uap memproduksi barang-barang produksi massal, *department store* juga mulai bermunculan. Demikian, konsumen menikmati produk-produk berbiaya rendah selama *Retail 2.0*, dan akibatnya, lebih banyak pusat perbelanjaan dibuka. Sementara itu, di *Retail 3.0*, konsumen menikmati belanja online secara global melalui internet, dan juga melakukan pembelian perilaku telah berubah karena kita sekarang dapat membeli apapun tanpa meninggalkan rumah. Hal ini menjadi bukti bahwa *Retail 4.0* menyederhanakan dan meningkatkan kehidupan kita.



**Gambar 2.3. The Revolution of the Retail Industry**

(Sumber : Loh Li Har et/Procedia Computer Science, 2022)

## b) Perkembangan Ritel di Indonesia

Ritel Indonesia telah berkembang sangat pesat sejak lama, dengan banyak toko yang dibangun di berbagai daerah. Itu belum ada sebelum tahun 60 an, dan masih tradisional dan terdiri dari pedagang independen. Indonesia baru mengenal toko modern pada tahun 60-an. Sarinah Jakarta menunjukkan sejarah perkembangan retail modern Indonesia. (Purwanto, 2021). Pada masa Orde Baru semakin bertambahnya tahun, ritel modern di Indonesia berkembang adanya wajah baru dengan format *supermarket* dan *department store*. Kehadiran ritel *modern* tersebut seiring dengan munculnya golongan kelas menengah dan orang kaya baru. Perkembangan ritel ditambah pada tahun 1990 an sudah berkembang dengan adanya *convenience store* ditandai dengan menjamurnya pertumbuhan *minimarket* seperti Indomaret, pertumbuhan *high class department store*, adanya pertumbuhan format *cash and carry* dengan berdirinya Makro. (Atillah & Gischa, 2023). Pada tahun 2000-2010 dimana era berkembangnya *Hypermarket* dan perkenalan *e-retailing*. *e-retailing* yaitu format *hypermarket* dengan berbasis pengguna internet (Soliha, 2008, 128). Jika dibandingkan dengan era 2010 dan sesudahnya, perkembangan ritel saat ini mengalami banyak perubahan dan penyesuaian. terutama sejak pandemi COVID-19 pada tahun 2019, yang telah mengguncang hampir seluruh ekonomi, termasuk sektor ritel. Salah satu aspek yang menarik dari situasi ini adalah hilangnya peritel besar yang mungkin tidak terduga sebelumnya. Masyarakat Indonesia pada saat ini cenderung lebih sering berbelanja dalam retail digital atau biasa disebut *e-commerce* seperti Shopee, Tokopedia, dan bentuk yang serupa. Kehadiran ritel digital akan memfasilitasi konsumen



dengan waktu yang lebih efektif untuk dapat memenuhi kebutuhan atau keinginannya dengan berbelanja.

## 2) Fungsi Ritel

- a) Memudahkan konsumen mendapatkan produk
- b) Ujung tombak penjualan dan pemasaran produk
- c) Promosi produk
- d) Observasi pasar

## 3) Jenis-jenis Ritel

Ada banyak berbagai macam jenis ritel yang ditemukan di sekitar masyarakat yang dapat terbagi dari jenis ritel berdasarkan produk yang dijual, jenis ritel berdasarkan bentuknya, jenis ritel berdasarkan bentuk toko, ritel berdasarkan skala penjualan, ritel berdasarkan kepemilikan, ritel berdasarkan teknik pemasaran, dan ritel berdasarkan bentuk hukum (Friska, 2022).

### a) Ritel Berdasarkan Produk yang Dijual

- (1) Produk Barang
- (2) Produk Layanan atau Jasa

### b) Bisnis Ritel Berdasarkan Bentuknya

- (1) Berbentuk Non-Toko
- (2) Berbentuk Layanan
- (3) Berbentuk Toko

### c) Ritel Berdasarkan Bentuk Toko

- (1) Toko Serba Ada (Toserba)
- (2) Toko Khusus.
- (3) *Supermarket*
- (4) *Minimarket*

### d) Ritel Berdasarkan Skala Penjualan

- (1) Skala Besar (Target penjualan volume yang besar)
- (2) Skala Kecil (Sederhana, konvensional, dan tradisional)

- e) Ritel Berdasarkan Kepemilikan
  - (1) Ritel Mandiri
  - (2) Ritel yang Sudah Ada
  - (3) *Franchise* atau Waralaba
  - (4) *Network Marketing / Multi Level Marketing (MLM)*
  - (5) *Corporate Chain*
- f) Ritel Berdasarkan Teknik Pemasaran
  - (1) Ritel *Offline*
  - (2) Ritel *Online*
- g) Ritel Berdasarkan Bentuk Hukum
  - (1) *Sole Proprietorship*

Jenis ritel kepemilikan tunggal dan berdasarkan bentuk hukumnya adalah perseorangan.

- (2) *Partnership*

*Partnership* atau kemitraan ini merupakan kepemilikan ritel terbagi pada dua orang atau lebih. *Partnership* akan melebarkan sayap dan meraih keuntungan besar dengan bersama-sama.

- (3) *Joint Venture*

*Joint venture* merupakan kolaborasi antara dua pihak atau lebih. Kolaborasi ini berkaitan dengan menjalankan bisnis, membagi modal dan keuntungan bersama.

#### 4) Fasilitas Ritel

- (1) *Entrance*

*Entrance* dari sebuah ritel sangatlah penting dikarenakan berkaitan kuat dengan *first visual representation* dan *point utama* dalam menarik pelanggan datang. Ritel harus mempertimbangkan target demografi mereka saat menentukan apa yang ingin dicapai dalam perancangan pintu masuk ritel. *Entrance*



dari sebuah toko ritel penting, berikut merupakan cara memaksimalkan fungsi dari adanya *entrance* :

(a) *Window display*

*Window display* menjadi cara tradisional untuk mempromosikan produk ritel sejak dahulu. Fitur utama dalam *window display* bersifat visual daya tarik, relevansi, dan nilai minat. Dengan tampilan *window display* yang relevan cenderung menarik perhatian konsumen karena visual cenderung akan menarik perhatian. Penarik perhatian itu muncul dalam individu sebuah konsumen berhubungan dengan kebutuhan maupun keinginan pembeli yang membuat mempersepsikan dari visual yang disajikan. *Visual window display* sebagai alat persuasi. (Bhatia & Kholiya, 2016). Tipe-tipe dari sebuah *window display* antara lain sebagai berikut :

- *Closed Back Window*
- *Open Back Window*
- *Partially Open Windows*

(b) *Layout Store and Customer Flow*

*Layout* merupakan hal yang penting dimana konsumen sudah memasuki sebuah ritel, dikarenakan konsumen dapat menjelajahi ruang melihat produk apa saja yang ditawarkan pada sebuah toko tersebut. Sebelum mendesain *layout* sebuah ritel, akan terlebih dahulu fokus pada dua komponen utama dalam layout store yaitu pada desain rak dan desain lorong.

Hal utama yang menentukan kenyamanan di dalam sebuah toko adalah sebuah personal space. Level kepadatan toko dapat mendeskripsikan sebuah *terms of store traffic* dan *customer traffic*

*flow*. Kerumunan pengunjung suatu hal yang sangat diperhatikan untuk menjaga kenyamanan dan juga pengaruh pada penjualan produk. Dengan lorong yang padat, konsumen akan cenderung menghindarinya dan akan berjalan ke lorong lainnya. Dari contoh sebuah permasalahan diatas, dalam mendesain sebuah *layout* retail perlu dipertimbangkan dengan baik. Berikut merupakan layout struktur desain sebuah retail :

- *Grid*

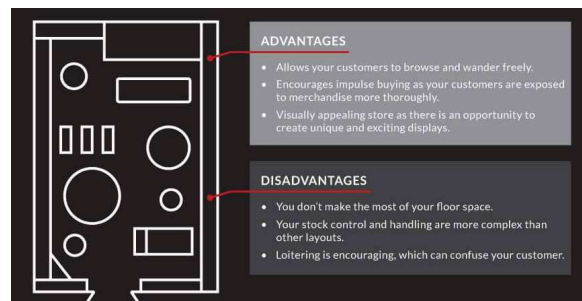


**Gambar 2.4. Grid Layout Retail**

(Sumber : [www.dotactiv.com](http://www.dotactiv.com), 2023)

*Layout* pada jenis ini sangat umum digunakan seperti pada *supermarket* maupun *minimarket* dikarenakan dengan bentuk layout seperti ini toko dapat mudah menjual barang sesuai kategori.

- *Freeform*

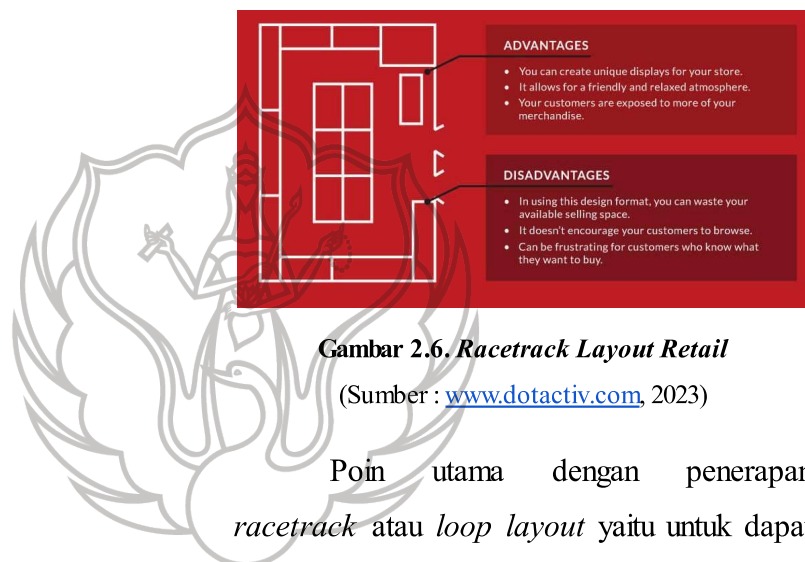


**Gambar 2.5. Freeform Layout Retail**

(Sumber : [www.dotactiv.com](http://www.dotactiv.com), 2023)

*Freeform layout* merupakan *layout* favorit *retailer* kelas atas. dengan keterbukaan *space* menjadikan banyaknya kesempatan untuk explore dan berkreatifitas, mengubah barang-barang, serta dapat menentukan zona fokus spesial. *Layout* jenis ini membuat pengunjung dapat melihat dengan mudah dari segala arah, *retailer* dapat bereksplorasi membuat mini experience di zona yang berbeda.

- *Racetrack / Loop*



**Gambar 2.6. Racetrack Layout Retail**

(Sumber : [www.dotactiv.com](http://www.dotactiv.com), 2023)

Poin utama dengan penerapan *racetrack* atau *loop layout* yaitu untuk dapat menunjukkan produk sebanyak-banyaknya pada konsumen dikarenakan layout ini secara tidak langsung akan mengarahkan konsumen pada alur layout, menjadikan tiap langkah konsumen sangat terkontrol.

(2) *Area Display*

Pada area *display*, strategi *visual merchandising* sangat penting untuk berfokus pada tampilan tampilan ritel, karena tampilan tersebut seringkali menjadi *first point* ritel. *Visual merchandising* merupakan praktik mengatur dan menampilkan produk di ruang ritel. *Visual*

*merchandising* digunakan untuk menonjolkan produk dan fitur-fiturnya, menarik perhatian pelanggan, membuat pelanggan merasa nyaman dan mempromosikan penjualan. *Visual merchandise* mencakup elemen-elemen berikut:

- (a) *Interior displays*: *Interior display* merupakan pajangan yang disusun di dalam toko yang dapat mencakup produk dan dekorasi.
- (b) *Store layout*: *Visual merchandising* mencakup bagaimana sebuah toko ditata, termasuk di mana produk tertentu ditempatkan, alur produk dari depan ke belakang toko, di mana tempat penjualan berada, dan di mana ruang ganti berada.
- (c) Tampilan tempat pembelian: Papan tanda, dekorasi, dan struktur fisik tempat pembelian adalah bagian dari *visual merchandising*.
- (d) *Bundling*: *Bundling* mengacu pada menampilkan produk secara bersamaan untuk menunjukkan kepada pelanggan bagaimana mereka dapat menggunakan beberapa produk.
- (e) Lingkungan toko: Suasana ruang fisik atau digital Anda dapat menciptakan corak untuk merek Anda, seperti riuh dan menyenangkan atau tenang.
- (f) Tampilan jendela: Tampilan jendela adalah bagian penting dari *visual merchandising* yang dapat menarik perhatian orang-orang yang melewati toko Anda, sehingga dapat menghasilkan lebih banyak pelanggan.
- (g) Papan reklame luar ruangan: Papan reklame luar ruangan mengkomunikasikan merek dan menentukan suasana ruangan.

- (h) Perlengkapan eksterior: Perlengkapan eksterior, seperti tenda, spanduk, dan tenda, memberikan kesan pertama pelanggan terhadap toko.
- (i) Pameran musiman: Pameran musiman dapat memamerkan barang dagangan baru, mendorong pembelian tambahan, dan menciptakan minat.
- (j) Informasi produk: Tempat dan cara merek mengkomunikasikan detail produk, termasuk ukuran label dan tanda, jenis huruf, dan corak konten, dapat mencerminkan merek perusahaan.
- (k) Keputusan desain: Keputusan desain, seperti lantai, tekstil, dan material lainnya dapat menciptakan representasi fisik dari estetika merek.

*Merchandise visual* yang efektif menggunakan serangkaian komponen fisik untuk mencerminkan citra dan estetika merek, termasuk:

- (a) Warna: Warna yang berbeda mencerminkan suasana hati dan nada yang berbeda. Pilih skema warna yang sesuai dengan citra perusahaan.
- (b) Pencahayaan: Pencahayaan dapat membantu mengatur suasana ruangan dan menarik perhatian ke produk atau area tertentu di toko.
- (c) Ruang: Tata letak dan jarak toko menentukan cara pelanggan berpindah ke ruang, tempat mereka menghabiskan lebih banyak waktu, dan apa yang mereka lihat.
- (d) Suara: Suara, seperti suara alam sekitar atau musik rock yang keras, dapat menambah suasana keseluruhan di ruangan.
- (e) Wangi-wangian: Wangi tertentu dapat menimbulkan perasaan yang berbeda, seperti ketenangan atau kegembiraan. Wangi juga dapat memicu kenangan

dan asosiasi positif, seperti aroma pohon cemara saat liburan.

- (f) Teknologi : Teknologi, seperti tampilan digital dan instalasi interaktif, dapat meningkatkan keterlibatan pelanggan dengan merek Anda.

### (3) Area Kasir

*Checkout area* merupakan sebuah titik poin yang dibutuhkan sebuah toko untuk konsumen membayar produk yang dipilih. Di Dalam area ini terdapat kasir mandiri dan konter di mana mesin kasir digunakan. Area *checkout* juga sering dimanfaatkan menjadi *impulsif item display*.

### (4) Lain-lain

Dalam sebuah retail banyak area penunjang yang dapat disesuaikan kembali berdasarkan kebutuhan yang ada. Area penunjang dalam retail dapat berupa ruang stok barang, tangga *emergency*, *information area*, *toilet*, hingga *restaurant*.

## c. Office Design

Pengertian kantor dalam *Cambridge Dictionary* adalah sebuah ruangan atau bagian bangunan tempat orang bekerja, terutama duduk di meja dengan komputer, telepon, dll., biasanya sebagai bagian dari bisnis atau organisasi lain. Kantor diisi dan digunakan para pekerja dengan tujuan memungkinkan seorang pekerja dapat menyelesaikan sesuatu seefektif dan seefisien mungkin.

### 1) Sejarah perkembangan desain kantor

Kantor telah digunakan untuk fungsi administratif sejak zaman Romawi hingga Perusahaan Dagang India Timur. Di zaman Romawi kuno, kantor adalah tempat terpenting bagi orang-orang yang tinggal di dalamnya, bukan bangunan atau tempat tertentu. Kantor menjadi

tempat yang populer untuk menjalankan bisnis pada abad ke-19. Hal ini terutama disebabkan oleh pembangunan jalur kereta api secara menyeluruh di seluruh Inggris, yang membawa serangkaian tugas pengangkutan, logistik, impor, dan ekspor serta membutuhkan lebih banyak tenaga kerja untuk membantunya. Tempat kerja abad ini dibentuk seperti bisnis mereka, dengan hierarki yang bercabang di lantai bawah gedung dengan pedagang dan karyawan yang tinggal di lantai atas kantor.



**Gambar 2.7. 1800' Office**

(Sumber : [www.oktra.co.uk](http://www.oktra.co.uk), 2023)

Layout kantor abad pertengahan biasanya menempatkan karyawan di area kerja yang luas dan karyawan senior di ruangan yang berbeda. Furnitur dan perlengkapan pendukung lainnya termasuk meja biro berengsel, kursi kayu tetap, lemari mesin tik, penjilid buku, dan tempat tinta.

Selama awal abad ke-20, teknologi mengubah cara dan fungsi tempat kerja. Penemuan penerangan listrik memungkinkan karyawan menggunakan seluruh lantai tanpa lampu gas untuk bekerja. Sebelum bangunan bertingkat dapat dibangun dengan aman, material dan metode baru harus dikembangkan karena



dinding batu membatasi ketinggian bangunan. Telepon, mesin tik, dan telegraf mempercepat komunikasi dan memungkinkan perusahaan menjalankan operasi dari jarak jauh.



**Gambar 2.8. Taylorism Office**

(Sumber : [www.wearetwo.com](http://www.wearetwo.com), 2023)

Insinyur Amerika Frederick Taylor dikenal sebagai salah satu orang pertama yang merancang “ruang kantor”. Frederick Taylor mempunyai ide dengan merancang pabrik dan kantor sedemikian rupa sehingga memaksimalkan produktivitas tempat kerja. Dia menggambarkan visinya, yang kemudian dikenal sebagai Taylorisme, sebagai kemajuan manusia. “Di masa lalu, manusia adalah yang pertama,” tulisnya. “Di masa depan, sistem harus menjadi yang pertama.” (Putzier, 2015).

Industri manufaktur mempengaruhi tata letak kantor kuno yang berbentuk lurus dan linier. Menghitung jumlah pukulan juru ketik atau jumlah surat yang dibuka per jam adalah beberapa contoh aktivitas kerja rutin yang dilakukan berulang kali di bawah pengawasan ketat dari manajemen. Furnitur dan perlengkapannya terdiri dari kursi putar baja dan meja kayu, serta perabot yang indah dan nyaman, seperti kursi berlengan dan meja lipat yang disediakan untuk staf senior.



Namun, para ahli teori bisnis beralih ke struktur hirarki yang lebih datar yang mendorong interaksi dan komunikasi pada tahun 1950 an setelah perang, meninggalkan gagasan Taylorist tentang "karyawan sebagai unit." Gerakan "Bürolandschaft" (atau "lanskap perkantoran") membuatnya populer di Jerman, menghasilkan apa yang sekarang kita kenal sebagai kantor terbuka. Geometri organik dan rencana sirkulasi cairan digunakan oleh perancang tempat kerja ini untuk memudahkan pergerakan di seluruh kantor. Ruang informal seperti lounge dan ruang istirahat pertama kali diperkenalkan untuk memberikan "pelarian" bagi karyawan dari meja kerja. Untuk mengurangi kebisingan dan gangguan dari percakapan telepon dan mesin tik, para desainer membuat lemari dan partisi melengkung. Selain itu, dalam sepuluh tahun terakhir, kualitas udara dalam ruangan telah meningkat secara signifikan karena penggunaan sistem pendingin udara yang inovatif dan penggunaan boiler berbahan bakar gas daripada batu bara. Hal ini mendorong lantai dengan ukuran yang lebih besar dan langit-langit yang lebih rendah, tetapi ruang tetap dirancang dengan tingkat hunian yang lebih rendah sebagian besar karena masalah kebisingan.



**Gambar 2.9. 1950s Office**

(Sumber : [www.oktra.co.uk](http://www.oktra.co.uk), 2023)

Desain kantor pada akhir tahun 50-an merupakan awal dari *modernisme* yang manusiawi dengan perpaduan prinsip arsitektur modern dengan warna-warna hangat dan tekstur lembut. Dalam pencarian ini, bilik ditemukan, “*Action Office*” oleh George Nelson dan Robert Propst. Action Office adalah sistem perkantoran terbuka pertama di dunia dan dihasilkan dari penelitian lebih dari tiga tahun oleh Herman Miller *Research Corporation* di bawah arahan Robert Propst. Studi ekstensif tentang perilaku manusia di kantor, pengaruh lingkungan terhadap produktivitas, kesehatan, dan antusiasme di tempat kerja, membuat Propst mengusulkan sistem *furniture* yang menantang organisasi kantor tradisional yang hierarkis dengan organisasi yang terbuka dan tidak terlalu terstruktur secara kaku. *Action Office* dirancang sebagai sekumpulan komponen yang dapat digabungkan dan digabungkan kembali untuk menjadi apa pun yang dibutuhkan sebuah kantor seiring berjalannya waktu. Desainer Jack Kelley, desainer alas mouse, bekerja berdampingan dengan Propst sepanjang tahun 1960 an dan awal 1970 an dan memainkan peran penting dalam desain banyak komponen *Action Office*.



**Gambar 2.10.** *Action office system*

(Sumber : [www.hermanmiller.com](http://www.hermanmiller.com), 2023)

Penerapan sistem baru ini lambat karena biayanya, tetapi semuanya berubah dengan *Action Office II* pada tahun 1968. Industri perkantoran sangat menyukai tempat untuk sistem bilik ini, yang lebih murah dan lebih mudah dipasang. Jadi orang-orang mulai menirunya, dan perusahaan lain merancang kantor aksi mereka sendiri. Tempat duduk mengambil peran sentral ketika orang mencari solusi desain yang lebih ergonomis dan nyaman. Dekade ini menyaksikan kebangkitan perabot kantor yang berorientasi pada desain, yang menampilkan penggunaan warna dan bentuk secara progresif, terutama karena menjamurnya plastik. Barang-barang seperti *Eames Lounge Chair* (diluncurkan pada tahun 1957) menjadi pilihan populer bagi para eksekutif.



**Gambar 2.11.** *George Nelson with Robert Propst, ca. 1964.*

(Sumber : <http://www.georgenelsonfoundation.org>, 2023)

Pada tahun 1980-an, komputer pribadi menjadi penting untuk komunikasi dan pemrosesan data baru, yang membutuhkan ruang kantor. Desain kantor komersial modern mengambil pendekatan futuristik dengan garis-garis bersih dan material yang menekankan tampilan industrial yang keras, seperti logam dan kaca. Saat ini, pembangunan gedung

pencakar langit yang luar biasa dimulai di London. Yang paling terkenal adalah pembangunan Canary Wharf. Untuk meningkatkan produktivitas pekerja, banyak bisnis mulai memanfaatkan kepadatan ruang di ruang-ruang ini dengan membangun deretan bilik linier. Sayangnya, dinding modular ini membuat ruang tertutup dan sesak, dan karena meningkatnya jumlah pengolah kata dan mesin faks, meja berbentuk unit yang berat dan rumit. Desain kantor pada tahun 1990 an tampak dan terasa sangat mirip dengan kantor-kantor dekade sebelumnya. Stasiun kerja pribadi dan tertutup masih merupakan standar, dan komputer pribadi berukuran besar dengan daya dan kabel data yang kuat. Namun, seiring dengan semakin terjangkaunya harga laptop, rancangan kantor terbuka dan *hot-desking* menjadi rancangan desain yang semakin populer seiring dengan upaya perusahaan untuk mempromosikan fleksibilitas dan kolaborasi di Era Informasi yang berkembang pesat dan ekonomi berbasis pengetahuan. *Layout* ruang di tahun ini diperluas untuk menampung departemen dan tim yang bergerak menuju tempat kerja yang tidak ditugaskan pada paruh kedua dekade ini. Model kerja berupa *Hot-desking*, *telecommuting*, peningkatan fokus pada kolaborasi dan kerja sama, serta kebangkitan ‘budaya perusahaan’.

Munculnya dot-com dan *start-up* di kalangan generasi muda yang berjiwa wirausaha telah mereformasi banyak praktik dan gagasan perilaku di tempat kerja. Fenomena ini muncul mulai pada tahun 2000-an. Keseimbangan kehidupan kerja mulai menyatu dengan desain tempat kerja, dengan aspek yang lebih 'menyenangkan' memasuki kantor. Dengan

booming tersebut, “kantor sebagai taman bermain” menjadi konsep yang akrab, ditandai dengan sistem inovatif, kantor terbuka dan “semangat” kampus Universitas atau lingkungan. Pesatnya pertumbuhan teknologi seluler juga memungkinkan karyawan untuk bekerja jauh dari meja kerja dan mempopulerkan ruang kerja bersama. *Layout* ruang kantor di tahun 2000-an mulai adanya Area komunal, zona tenang dan lingkungan interaktif, ruang *touchdown* dengan ruang kerja bersama yang asing.

Tempat kerja pada tahun 2010-an menggabungkan campuran pengaruh dari paruh kedua abad ke-20 – mengambil aspek dari berbagai gaya kerja untuk menciptakan lingkungan “kerja tangkas” yang menjadikan manusia, cara mereka bekerja, dan hasil yang mereka hasilkan menjadi fokus utama, bukannya pekerjaan itu sendiri. Salah satu konsep tersebut, '*Activity Based Working*', menjadi gaya kerja yang menonjol untuk mengatasi metodologi baru ini dan tetap populer hingga saat ini. Selain itu, biofilia dan pengenalan alam ke dalam ruang perusahaan menjadi semakin populer, begitu pula pemeriksaan obyektif terhadap kesejahteraan. Berbagai lingkungan ruang kerja, terfokus pada ruang formal/informal, *kolaboratif*/konsentrasi, ruang *virtual*/fisik ada pada *layout* kantor di era 2010-an.



**Gambar 2.12. Workplace Interiors | SAV Architecture**

(Sumber : [www.thearchitectsdiary.com](http://www.thearchitectsdiary.com), 2023)

Dunia pasca COVID-19 telah mempercepat perubahan yang sudah terjadi di dunia kantor di tahun 2020. Adanya pandemi mengubah kebiasaan dan gaya hidup masyarakat di berbagai sektor, salah satunya perkantoran Kerja jarak jauh, kolaborasi virtual, dan struktur tim yang mengatur diri sendiri adalah tiga contoh situasi kantor dalam kerja pasca pandemi. *Work Form Office (WFO)* masih diterapkan meskipun sudah banyak jenis bekerja yang lebih fleksibel. Desain kantor pada era ini didominasi pada *flexible workspace* dalam bentuk *hybrid coworking area*. Kesejahteraan dalam lingkungan kerja juga meliputi work-life balance yang dapat terwujud lebih baik ketika *flexible working*. *Flexible Working Arrangement (FWA)* adalah sebuah gagasan untuk mengatur cara bekerja agar lebih fleksibel namun tetap dapat teratur dan terukur.

- 2) Tipe dan karakteristik kantor
  - (a) *Corporate Offices*

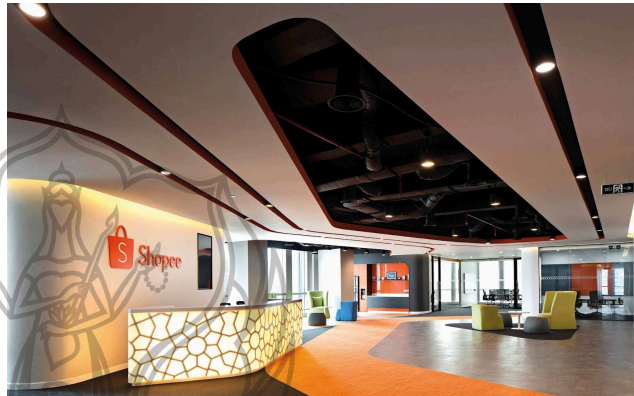
Sebuah kantor *corporate* dirancang agar sesuai dengan gaya kerja tradisional dan beroperasi sesuai aturan yang ditetapkan seperti aturan berpakaian,



pengaturan waktu, disiplin, dan kendali manajemen atas operasi dikarenakan kantor pada tipe ini merupakan kantor dibawah sebuah sektor organisasi/ brand yang memiliki *high fixed costs*.

Desain ruang pada kantor corporate pada umumnya terdapat *multiple individual desk*, *cubicles*, kabin executive, kabin manager, dan area khusus untuk rapat, diskusi, konferensi, konferensi video, pelatihan, dan acara/kegiatan lainnya.

(b) *Non-Corporate Offices*



**Gambar 2.13. Shopee International Indonesia**

(Sumber : <https://www.arsitag.com>)

Non-korporat menerapkan konsep kerja fleksibel dan menjadi tren karena dukungan infrastruktur teknologi yang kuat, sifat bayar per penggunaan, dan kebijakan “tanpa aturan”.

3) Kategori ruang kantor

Kantor harus memiliki berbagai ruang dan fasilitas untuk memenuhi kebutuhan karyawan agar menjadi tempat yang mendorong kreativitas, inspirasi, dan produktivitas serta mencerminkan budaya perusahaan. Berikut merupakan kategori ruang yang ideal dalam sebuah kantor :



(a) *Office lobby*

Setiap tempat kerja harus memiliki area duduk yang nyaman untuk pengunjung menunggu sebelum memasuki ruang kerja utama.



**Gambar 2.14.** *Aldgate Tower's London Office*

(Sumber : [www.officelovin.com](http://www.officelovin.com), 2023)

Tujuan adanya sebuah lobi bergantung pada tujuan perusahaan, namun dapat mencakup hal-hal berikut:

- Menampung layanan pelanggan, meja tamu atau resepsionis , atau fasilitas pendaftaran dan check-in mandiri.
- Berfungsi sebagai ruang tunggu sederhana bagi pengunjung.
- Menawarkan fasilitas seperti tempat duduk, ruang kerja, ruang makan, loker, kotak surat, dan fitur kemudahan dan kenyamanan lainnya.
- Memisahkan ruang kerja, perdagangan, atau pameran suatu organisasi dari ruang bisnis atau ruang bersama di sekitarnya.

Penggunaan standar dan fitur keselamatan, seperti titik masuk dan keluar yang tepat, papan tanda, dan elemen lainnya, harus dimasukkan dalam desain lobby juga. Lobi yang efektif membuat bisnis

terlihat baik di mata orang yang melihatnya.  
(Fabianski, 2022)

(b) *Working area*



**Gambar 2.15.** *The Office of Serbian*

(Sumber : [www.stylepark.com](http://www.stylepark.com))

*Working area* adalah sebuah lingkungan yang dirancang untuk mengakomodasi orang-orang melakukan pekerjaan. Pada area ini karyawan berkumpul dalam suatu area untuk bekerja serta berkolaborasi satu sama lain dari individu per individu maupun kelompok dengan tujuan menghasilkan suatu *task*, ide, ataupun solusi dalam memajukan perusahaan. *Working area* merupakan sebuah *main area* sebuah kantor.

(c) Ruang rapat dan konferensi

Ruang rapat merupakan ruang yang diperuntukkan bagi tim untuk mendiskusikan masalah, berkolaborasi dalam proyek, dan mengambil keputusan. Perbedaan utama antara ruang rapat dan ruang konferensi adalah pada ukuran. Ruang pertemuan ideal untuk diskusi tim tetapi tidak dapat menampung banyak orang untuk konvensi atau acara besar. Ruang konferensi lebih cocok digunakan untuk menyelenggarakan seminar dan lokakarya. Adapun Ruang rapat yang didesain

dengan ukuran besar agar pada waktu tertentu dapat digunakan juga sebagai ruang konferensi.

(d) *Wellness room*

Ruang kesehatan di tempat kerja menjadi semakin populer di masyarakat saat ini. Perusahaan mencari cara kreatif untuk meningkatkan produktivitas dan meningkatkan kepuasan kerja. Bagi banyak orang, ruang kesehatan adalah solusi sempurna.



**Gambar 2.16. PwC Switzerland**

(Sumber : [www.workdesign.com](http://www.workdesign.com))

Ruang kesehatan merupakan area pribadi di mana karyawan dapat melarikan diri jika mereka merasa tidak sehat, stres, atau jika ibu menyusui ataupun perlu memompa ASI. Ini dapat memberikan ruang jeda penting dari orang lain di ruang terbuka kantor.

(e) *Common area*

*Common area* merupakan area umum yang dapat digunakan seluruh pemakai gedung seperti *pantry*/dapur, *toilet*, ataupun koridor. Salah satu contoh membahas tentang *pantry* yaitu beberapa perusahaan memiliki kantin karyawan, namun seringkali adapun keterbatasan tertentu yang membuat sebuah kantor tidak memiliki kantin.

Dalam sebuah kantor setidaknya harus memiliki area dapur untuk para karyawan dapat menyimpan dan menyiapkan makanan mereka sendiri. Dapur dari sebuah kantor setidaknya dapat menyediakan kulkas, mesin kopi, *microwave*, dan peralatan kecil lainnya. Hal kecil tersebut dapat berpengaruh pada kenyamanan karyawan.

## 2. Landasan Teori Khusus

### a. *Contemporary Design*

Desain interior oleh *International Interior Design Association* (IIDA) didefinisikan sebagai praktik profesional dan komprehensif dalam menciptakan lingkungan interior yang memenuhi, melindungi, dan merespons kebutuhan manusia. Desain interior adalah seni, ilmu pengetahuan, dan perencanaan bisnis yang menghasilkan solusi interior yang kreatif, teknis, berkelanjutan, dan fungsional yang sesuai dengan arsitektur suatu ruang. Tujuan desainer interior adalah untuk menciptakan lingkungan interior yang berhasil memenuhi kebutuhan fungsional, dan psikologis seseorang. Mereka juga menggabungkan proses dan strategi, arahan untuk kesejahteraan, keselamatan, dan kesehatan, serta keputusan yang didasarkan pada gaya dan estetika. Ketika datang ke desain interior, gayanya didasarkan pada kecenderungan visual yang terus berubah sepanjang sejarah masyarakat.

Berbicara tentang gaya interior, desain kontemporer mungkin yang paling inovatif. Ini karena gaya ini terus berubah, membedakannya dari gaya sebelumnya yang memiliki aturan dan waktu yang ketat. Visual gaya kontemporer ditentukan oleh garis-garis yang bersih, dekorasi minimalis, dan trend terbaru. Interior kontemporer bahkan memiliki kemampuan untuk berubah karena mereka terus berkembang seiring perkembangan zaman. Anda dapat menemukan gaya modern di rumah, kantor, dan ritel.

Pada tahun 1970an, gaya kontemporer muncul bersamaan dengan popularitas postmodernisme. Sebelum dapat dikenali dengan sendirinya,

awalnya merupakan kombinasi gaya. Komponen modernisme dan postmodernisme dapat ditemukan dalam desain kontemporer. Kontemporer berasal dari kombinasi konsep dari berbagai gaya lain, seperti dekonstruktivisme, futurisme, dan Art Deco, antara lain. Sekolah desain Bauhaus di Jerman didirikan pada tahun 1919 dan memulai tradisi desain interior modern dari sekelompok desainer Eropa. Garis-garis elegan—perpaduan antara lengkung dan tajam—dan minimalis yang apik memadukan gaya desain interior kontemporer. Dalam desain modern, plastik cetakan, logam halus, kayu alami, dan kaca sering digunakan. Gaya kontemporer menghasilkan kesan tenang dan sederhana jika dikombinasikan dengan penggunaan warna dan skala yang tepat. Gaya "kontemporer", bagaimanapun, terus berkembang. Seiring berlalunya sepuluh tahun, tren dekorasi masa kini akan selalu dianggap kontemporer. Ini karena gaya kontemporer adalah gaya yang terus berkembang yang mencerminkan apa yang terjadi saat ini, bukan terikat pada periode tertentu seperti gaya modern. Dalam gaya modern, banyak lekukan dan lebih banyak ornamen. Meja dan perabot lainnya biasanya terbuat dari krom atau kaca, atau memiliki lapisan permis yang halus dan mengkilap. Warna kontras seperti hitam dan putih disukai. Palet warna kontemporer, bagaimanapun, mungkin lebih netral daripada berani dan bersemangat. Ruang yang terkait dengan gaya kontemporer juga didukung oleh karya seni seperti lukisan dan patung. Ciri desain kontemporer utama lainnya yang perlu dipertimbangkan adalah elemen struktural pada banunan. Misalnya, pekerjaan bata ekspos atau pipa ledeng sangat cocok dipadukan dengan gaya kontemporer karena menambah sentuhan unik. Tanaman dan bunga juga harus berukuran besar dan berfungsi sebagai titik fokus dalam sebuah ruangan.

b. Prinsip-prinsip *Contemporary Design*

Kesederhanaan, fungsionalitas, dan minimalis adalah dasar desain interior kontemporer. Tujuannya adalah untuk membuat ruang yang praktis dan visualnya menarik. Rumah kontemporer biasanya menggunakan desain sederhana, garis-garis bersih, dan palet warna

netral atau monokromatik. Ruang digunakan dengan baik, dengan banyak tempat penyimpanan dan tempat duduk. Untuk menambah tekstur dan kehangatan ruangan, bahan alami seperti kayu, batu, dan kaca biasanya digunakan. Berikut merupakan prinsip-prinsip gaya kontemporer :

1) Fungsionalitas

Form mengikuti fungsi dalam ruang modern. Fokus pada pembuatan tata letak yang menekankan fungsi setiap komponen. Hindari kekacauan dan gunakan furnitur yang praktis dan estetik. Minimalisme dan garis-garis bersih adalah batasan gaya kontemporer. Kekacauan dapat membuat ruang terlihat lebih kecil, yang bertentangan dengan prinsip desain modern: menumbuhkan rasa keterbukaan.

2) Pemilihan warna

Warna-warna cerah digunakan untuk menonjolkan nada netral untuk memberikan sentuhan kesegaran, dan palet warna netral yang kalem seperti putih, krem, abu-abu, atau kelabu tua dengan sentuhan warna berani atau pastel pada aksen menciptakan ruang dengan suasana dinamis.

3) Perpaduan tekstur dan bahan

Menggabungkan elemen alami seperti kayu, batu, rami, dan logam untuk membuat tekstur di furniture, lantai kayu keras, atau dinding terbuka. Menggunakan tekstur seperti wol dan kayu alami untuk menambah kedalaman dan daya tarik.

4) Bentuk sederhana dan garis

Beberapa interior kontemporer membutuhkan bentuk-bentuk bersudut dan geometris, sementara beberapa lainnya lebih cocok untuk bentuk-bentuk yang lembut dan melengkung. Tapi garis harus kuat dan tegas. Hal ini dapat dicapai dengan langit-langit tinggi, jendela besar dan terbuka, dan blok warna yang berani.



#### 5) Memaksimalkan pencahayaan

Penggunaan cahaya alami adalah elemen penting dalam desain interior kontemporer modern. Jendela besar, skylight, dan pintu kaca dapat membantu mengirimkan banyak cahaya matahari, yang menciptakan nuansa luas dan lapang.

## B. PROGRAM DESAIN

### 1. Tujuan Desain

Merancang interior Retail dan Khong Guan Mart cabang Sabang, Jakarta Pusat dengan menggabungkan tampilan baru branding Khong Guan Mart dengan branding Perusahaan Khong Guan group sebagai produk legendaris Indonesia. Perancangan interior dengan maksud memperlihatkan citra brand dan meningkatkan brand awareness kepada konsumen sekaligus guna mengangkat kembali perjalanan perusahaan yang menjadikan salah satu brand legendaris di Indonesia.

### 2. Sasaran desain

- a. Menghadirkan pengalaman berbeda untuk pengunjung dalam sebuah interior, sebagai pembeda *sense* berbelanja antara di *un-official store* dengan *official store* Khong Guan.
- b. Retail dijadikan bukan hanya untuk sekedar berbelanja namun sekaligus bisa dijadikan ruang edukasi awal berdirinya serta perjalanan Khong Guan dalam meningkatkan *brand awareness*.
- c. Menggabungkan tampilan *visual* interior yang lebih *fresh* tanpa menghilangkan citra legendaris Khong Guan Group.
- d. Meningkatkan impulsif psikologis konsumen dengan teknik visual merchandising yang tepat pada retail.
- e. Menciptakan ruang interaksi tiap karyawan guna meningkatkan produktivitas kerja pada kantor Khong Guan sesuai nilai-nilai perusahaan dengan menyesuaikan antara desain interior dan budaya perusahaan, menciptakan ruang kerja yang memotivasi dan mencerminkan atmosfer positif.



### 3. Data

#### a. Deskripsi Umum Proyek

##### 1) Profil proyek

Khong Guan Mart merupakan salah satu bagian dari Khong Guan Group yang merupakan sebagai retail store penyedia produk-produk Khong Guan. Khong Guan Group sendiri merupakan perusahaan terkemuka di Indonesia yang terkenal dengan biskuit ikonik mereka yang menjadi kebutuhan pokok rumah tangga. Khong guan sudah ada sejak tahun 1970-an, perusahaan ini mengalami perkembangan signifikan dengan memperkenalkan merek-merek biskuit populer di seluruh negeri, mendistribusikan produknya ke lebih dari 32 negara di seluruh dunia. Khong guan menawarkan jaminan kualitas terbaik demi kepuasan pelanggan dengan cara berinovasi dalam produk-produk secara berkelanjutan.

Khong guan mart memiliki 6 cabang di Indonesia pada tahun 2023, salah satu yang akan dirancang adalah cabang Khong Guan Mart Sabang. Bangunan Khong Guan Mart sabang memiliki 4 lantai yang masing-masing lantai memiliki luas area 3.000m<sup>2</sup>. Lantai 1 digunakan untuk retail khong guan mart, lantai 2 digunakan sebagai cafe, dan lantai 3-4 sebagai kantor cabang Khong Guan itu sendiri. Perancangan kali ini pada lantai 1-4, dengan total luas area 12.000m<sup>2</sup>

- a) Nama : Khong Guan Mart  
b) Logo :



**Gambar 2.17. Logo Khong Guan Mart**

(Sumber : <https://linktr.ee/jacobiscuits.idn>, 2023)

- c) Luas Area : 1.200m<sup>2</sup>  
d) Alamat : Jl. H. Agus Salim No.53, RT.1/RW.3, Kb. Sirih, Kec. Menteng, Kota Jakarta Pusat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 10340  
e) Telepon : 0856-6878-2519  
f) Operasional : Senin - Minggu  
Pukul 09.00 - 18.00 WIB  
g) Website : [www.khongguan.co.id](http://www.khongguan.co.id)  
h) Instagram : [www.instagram.com/khongguanmart\\_idn](https://www.instagram.com/khongguanmart_idn)  
i) Filosofi : Menyediakan produk berkualitas dengan dukungan pemasaran yang kuat dengan harga yang wajar.  
j) Visi : Menjadi Perusahaan Global yang terbesar dan tersebar di seluruh dunia dengan mengutamakan kualitas, inovasi, dan aman untuk dikonsumsi.  
k) Misi : Berdedikasi untuk mengidentifikasi produk-produk berkualitas dan kebutuhan konsumen, sekaligus membangun kepercayaan produsen, pemasok, dan konsumen terhadap kemampuan kita untuk melayani dalam pengembangan, pemasaran, representasi, dan distribusi produk-produk.

## 2) Lokasi Proyek

Khong Guan Mart Sabang terletak di Jl. H. Agus Salim No.53, RT.1/RW.3, Kb. Sirih, Kec. Menteng, Kota Jakarta Pusat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta



**Gambar 2.18. Maps Khong Guan Mart Sabang**

(Sumber : Google Maps, 2023)

### b. Data nonfisik

#### 1) Keinginan Klien

Sebuah perancangan interior Retail dan Kantor Khong Guan Mart diharapkan dapat membuat tampilan *fresh* dibandingkan interior saat ini yang tergolong sebagai bangunan lama yang mampu menarik perhatian dengan menampilkan interior yang sesuai branding/citra perusahaan serta dapat mampu mengakomodasi aktivitas pengguna baik pada pengunjung maupun karyawan.

#### 2) Lingkup perancangan & Aktivitas Pengguna Ruang

Perancangan Retail (Lantai 1) :

##### (1) *Merchandise Area*

Pada area ini tersedia menjual barang-barang merchandise khas dari Khong Guan Group yang bisa dijadikan oleh-oleh.

(2) *Cashier Area*

Pada area ini merupakan area yang terpenting dalam sebuah retail dikarenakan merupakan berhubungan langsung dengan transaksi pembayaran. Pada saat ini, *cashier area* di existing terdapat 3 meja counter.

(3) *Showroom Area*

*Showroom area* di Khong Guan *Mart* merupakan area dimana semua product di display untuk konsumen bisa memilih apa yang ingin dibelinya.

(4) Khong Guan *Photo Spot & Fun Area*

Dikarenakan Khong Guan ini memiliki pengunjung dari segala usia, pada area ini sebagai salah satu area hiburan ataupun dapat dikatakan penunjang di dalam retail Khong Guan *Mart*.

Perancangan Kantor (Lantai 3-4) :

(1) *Lobby/Receptionist*

Lobby atau receptionist pada kantor khong guan digunakan untuk menyambut tamu yang datang dan menjadi tempat menunggu tamu. Pada area ini merupakan area utama dalam menonjolkan kesan pertama dalam merepresentasikan citra brand.

(2) *Working Space*

Area ini merupakan area utama dari dalam sebuah kantor. Area yang dimana menjadi tempat karyawan bekerja dan berkolaborasi.

(3) *Private Office*

Pada area ini disediakan beberapa bilik ruang untuk menunjang kerja karyawan yang ingin lebih fokus. Area ini pada kantor Khong Guan Sabang ada yang berupa perindividu meja kerja maupun yang meja untuk group.

(4) *Meeting Room*

tempat dimana karyawan Khong Guan melaksanakan rapat baik dengan pihak internal maupun rapat dengan tamu-tamu yang berada sedang mengunjungi kantor.

(5) *Studio Creative / Communal Creative Space*

*Studio creative* pada kantor Khong Guan Mart dapat berupa seperti *podcast room* atau *streaming room* yang dimana bertujuan menunjang kreativitas karyawan yang berkaitan dengan pekerjaan.

(6) *Pantry*

*Pantry* di kantor Khong Guan biasanya digunakan untuk para karyawan untuk bersantai sejenak dan menyiapkan makan atau minuman instan.

c. Data Fisik

1) Site

Khong Guan Mart sabang tentunya tidak terlepas oleh bangunan-bangunan lain disekitarnya. Batas-batas bangunan Khong Guan mart antara lain yaitu

Barat : Jl. H. Agus Salim

Utara : Toko Alat Tulis Kantor (ATK), Snowy Stationery

Timur : Apartemen The Pakubuwono Menteng

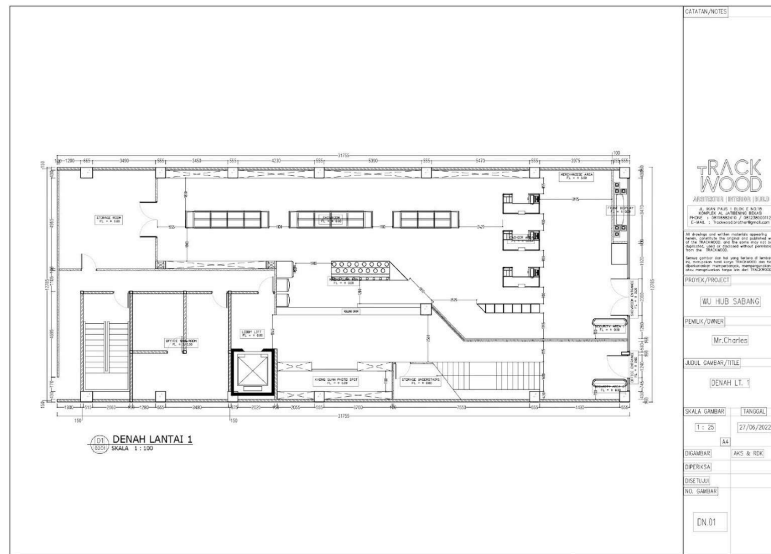
Selatan : Emerald Money Changer



**Gambar 2.19. Maps Satelit Khong Guan Mart Sabang**

(Sumber : Google Earth, 2023 )

## 2) Layout

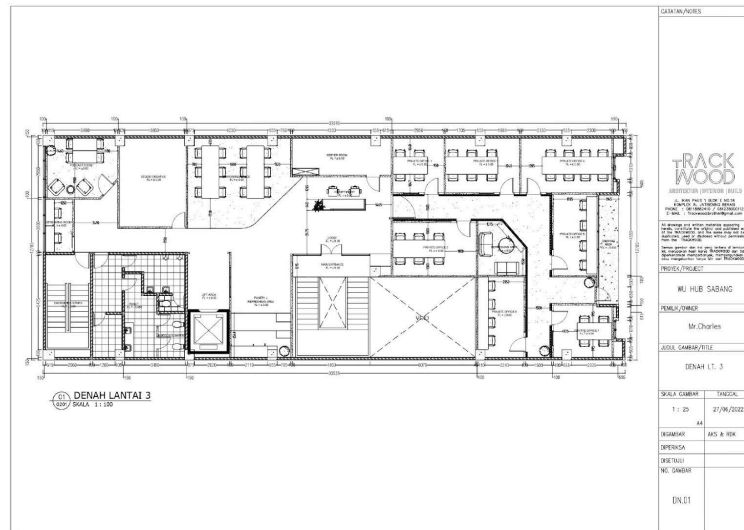


**Gambar 2.20. Layout Lantai 1 Retail**

(Sumber : Dokumentasi Trackwood Interior Design Studio, 2021)

Lantai 1 memiliki luas sama yaitu sekitar 3.000 m<sup>2</sup>. Pada area eksisting lantai 1 Khong Guan Mart, pembagian area meliputi :

- (1) Merchandise Area
- (2) Cashier Area
- (3) Showroom Area
- (4) Khong Guan Photo Area
- (5) Khong Guan Fun Area
- (6) Storage Room
- (7) Office Showroom



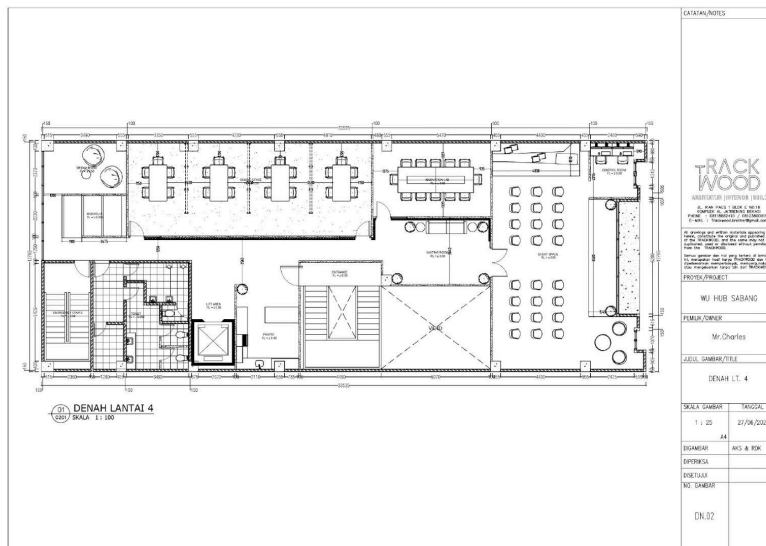
**Gambar 2.21. Layout Lantai 3 Retail**

(Sumber : Dokumentasi Trackwood Interior Design Studio, 2021)

Lantai 3 memiliki luas sama yaitu sekitar 3.000 m<sup>2</sup>. Pada area eksisting lantai 3 Kantor Khong Guan Mart, pembagian area meliputi :

- (1) Main Entrance
- (2) Lobby
- (3) Receptionist
- (4) Working Area
- (5) Server Room
- (6) Pantry
- (7) Studio Creative
- (8) Podcast Room
- (9) Streaming Room
- (10) Private Office
- (11) Toilet
- (12) Refreshing Area
- (13) Smoking Area





**Gambar 2.22. Layout Lantai 4 Retail**

(Sumber : Dokumentasi Trackwood Interior Design Studio, 2021)

Lantai 4 memiliki luas sama yaitu sekitar 3.000 m<sup>2</sup>. Pada area eksisting lantai 4 Kantor Khong Guan Mart, pembagian area meliputi :

- (1) Entrance
- (2) Waiting Room
- (3) Event Space
- (4) Meeting Room
- (5) Working Room
- (6) Relax room
- (7) Pantry
- (8) Mushola
- (9) Toilet

### 3) Kondisi Existing



**Gambar 2.23. *Facade Khong Guan Mart Sabang After-Before***  
(Sumber : Dokumentasi Trackwood Interior Design Studio, 2021)

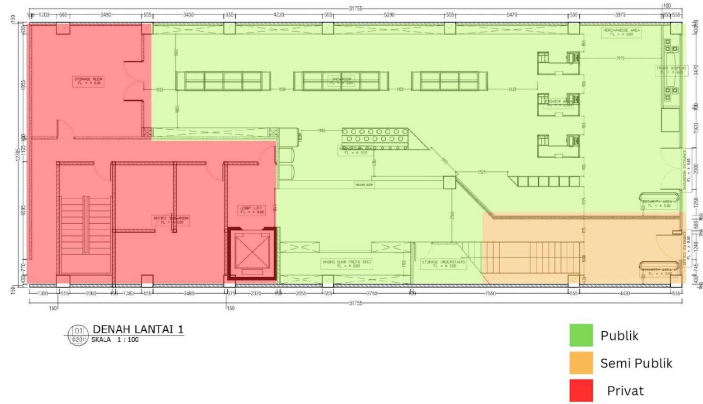


**Gambar 2.24. *Renovation Interior Khong Guan Mart***  
(Sumber : Dokumentasi Trackwood Interior Design Studio, 2021)

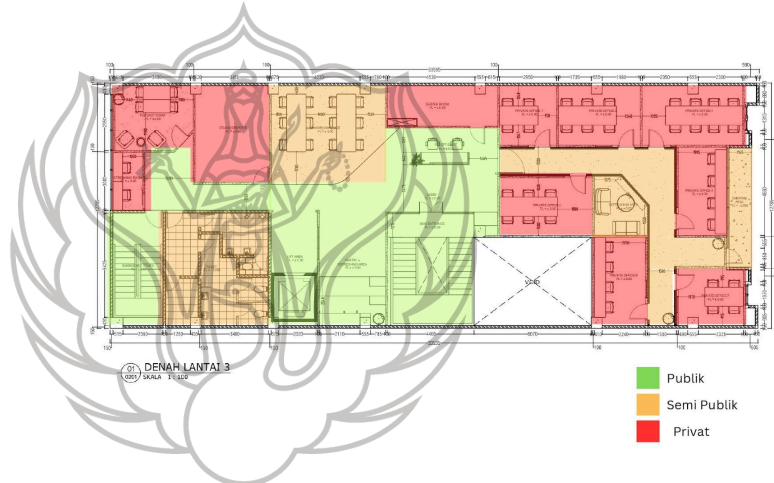


**Gambar 2.25. *Renovation Interior Khong Guan Mart***  
(Sumber : Dokumentasi Trackwood Interior Design Studio, 2021)

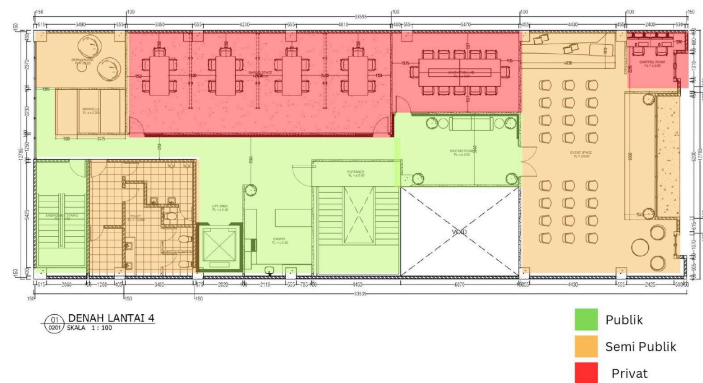
4) Tata Letak Ruang  
a) Zoning



**Gambar 2.26. Zoning Lantai 1**  
(Sumber : Dokumen Penulis, 2023)

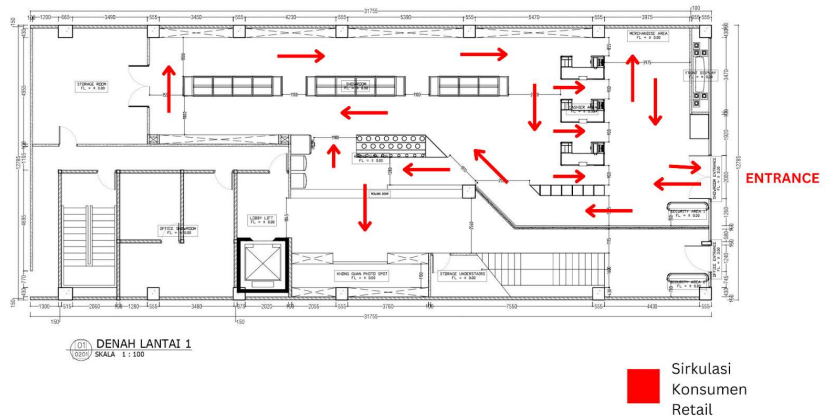


**Gambar 2.27. Zoning Lantai 3**  
(Sumber : Dokumen Penulis, 2023)



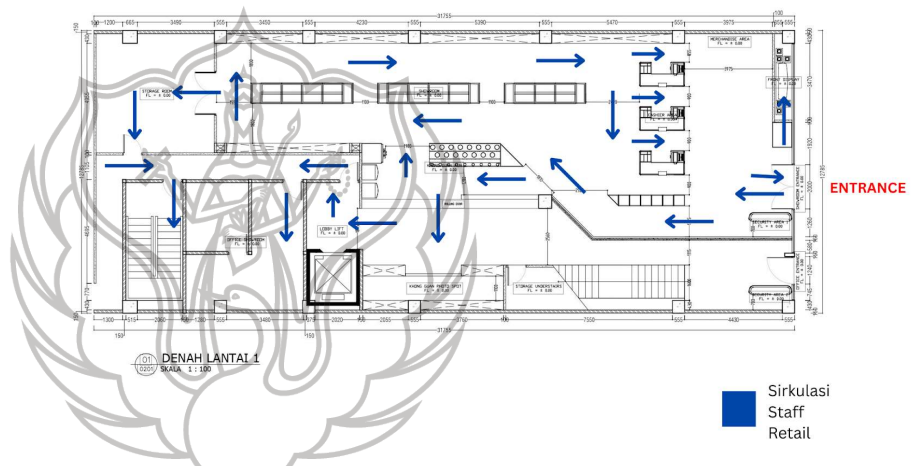
**Gambar 2.28. Zoning Lantai 4**  
(Sumber : Dokumen Penulis, 2023)

b) Sirkulasi



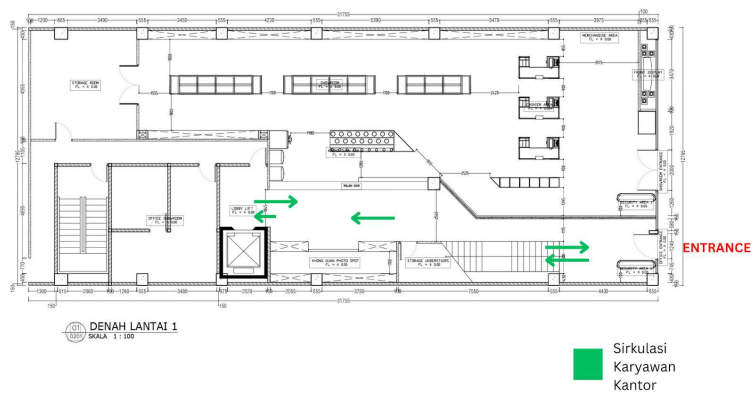
**Gambar 2.29. Sirkulasi Konsumen It 1**

(Sumber : Dokumen Penulis, 2023)



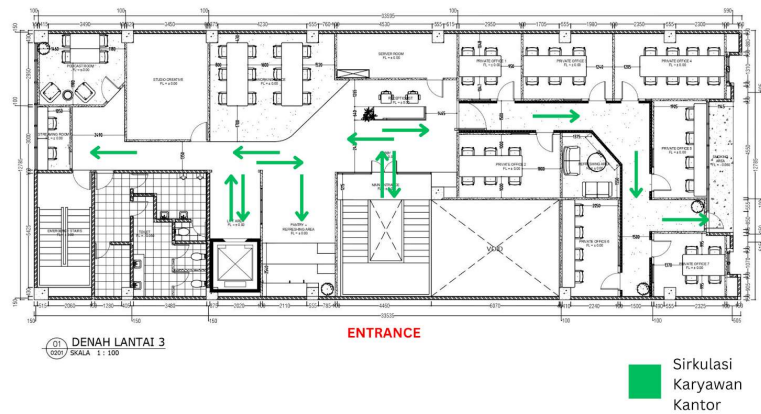
**Gambar 2.30. Sirkulasi Staff Retail It 1**

(Sumber : Dokumen Penulis, 2023)



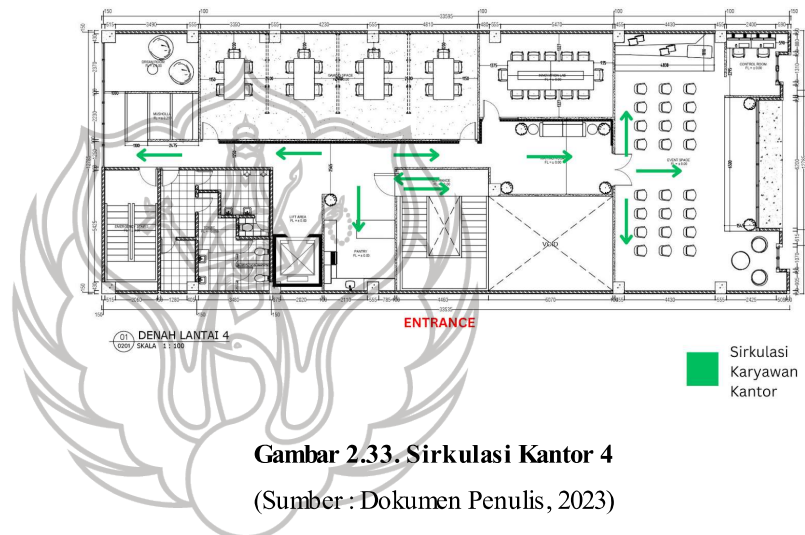
**Gambar 2.31. Sirkulasi Kantor It 1**

(Sumber : Dokumen Penulis, 2023)



**Gambar 2.32. Sirkulasi Kantor Lt 3**

(Sumber : Dokumen Penulis, 2023)



**Gambar 2.33. Sirkulasi Kantor 4**

(Sumber : Dokumen Penulis, 2023)

## 5) Elemen Pembentuk Ruang

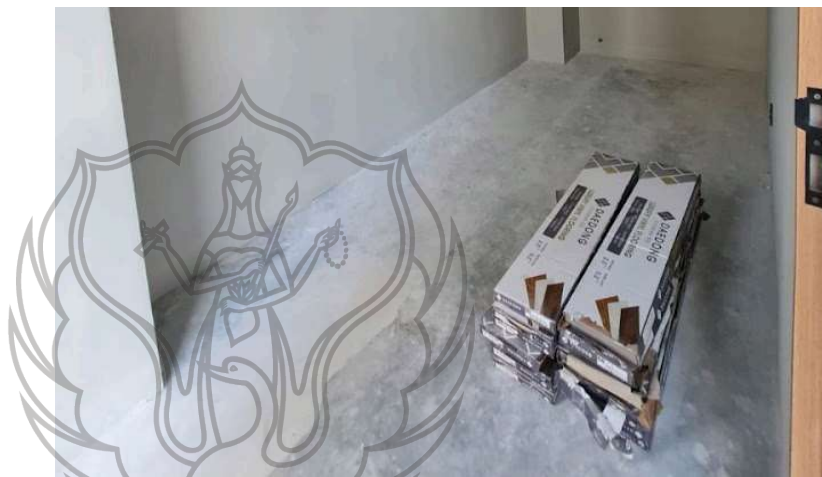
### a) Lantai

Lantai sebagai salah satu elemen pembentuk ruang di retail dan kantor Khong Guan Mart sabang. Lantai didominasi menggunakan tile berukuran 60x60cm dan pada area-area khusus terutama pada kantor menggunakan lantai vinyl.





**Gambar 2.34. Lantai Existing Retail**  
(Sumber : Dokumentasi Penulis, 2023)



**Gambar 2.35. Pemasangan Lantai Kantor**  
(Sumber : Dokumentasi Trackwood Interior Design Studio, 2021)

#### b) Dinding

Dinding sebagai elemen pembentuk ruang yang berada diantara lantai dan plafon yang berfungsi sebagai pembentuk dan pemisah ruang. Dinding pada retail Khong Guan Mart didominasi oleh cat dinding berwarna yang dilengkapi oleh elemen-elemen visual brand. Dan Dinding pada area kantor menggunakan cat dinding warna netral.



**Gambar 2.36. Dinding Existing Retail**

(Sumber : Dokumentasi Penulis, 2023)



**Gambar 2.37. Dinding Existing Kantor**

(Sumber : Dokumen Trackwood Interior Design Studio, 2021)

### c) Plafond

Plafon atau langit-langit sebagai elemen pembentuk ruang selain lantai dan dinding, berfungsi sebagai lapisan yang membatasi tinggi suatu ruangan selain itu juga sebagai penutup rangka atap. Plafon pada bangunan Khong Guan Mart Sabang keseluruhannya menggunakan plafon gypsum ukuran 122 cm x 244 cm dan rangka hollow.





**Gambar 2.38. Plafon Kantor**

(Sumber : Dokumen Trackwood Interior Design Studio, 2021)



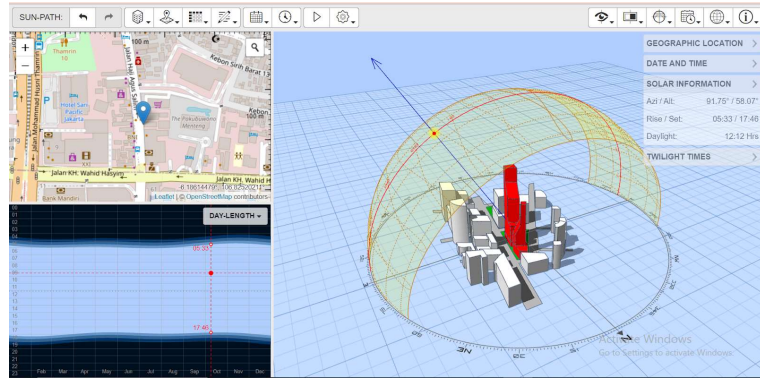
**Gambar 2.39. Rangka Plafon Kantor**

(Sumber : Dokumen Trackwood Interior Design Studio, 2021)

## 6) Tata Kondisional

### a) Pencahayaan

Pencahayaan pada Retail dan Kantor Khong Guan Mart dibagi menjadi dua jenis pencahayaan yaitu pencahayaan alami dan pencahayaan buatan. Pencahayaan alami didapat dari sinar matahari secara langsung, sedangkan pencahayaan buatan didapat dari pencahayaan dari lampu di dalam ruangan.

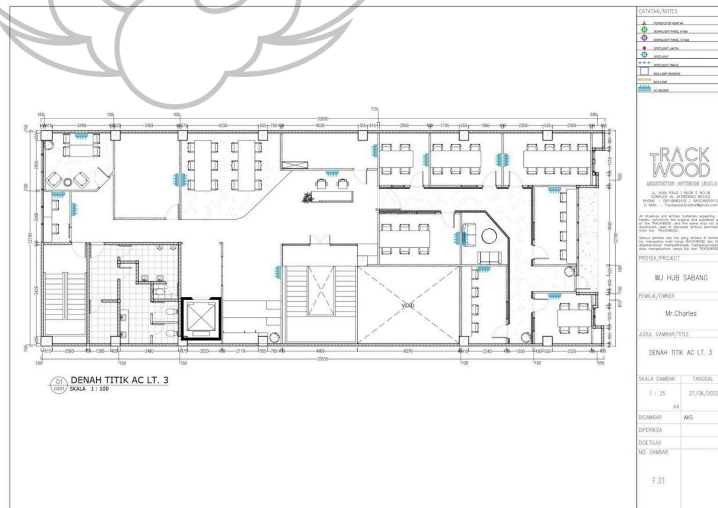


**Gambar 2.40. Orientasi Sinar Matahari**

(Sumber :Andrew Marsh Sun Path Simulator, 2023)

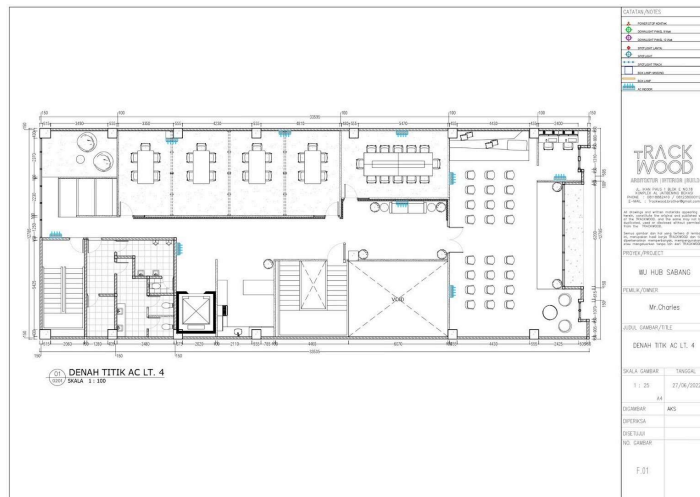
b) Penghawaan

Penghawaan pada Retail dan Kantor Khong Guan Mart Sabang hanya menggunakan penghawaan buatan. Salah satu faktor hanya mengandalkan penghawaan buatan dikarenakan lokasi yang tidak memungkinkan dalam menggunakan penghawaan alami dan faktor kestabilan kesehatan udara dikarenakan lokasi berada di pusat kota jakarta yang padat. Penghawaan buatan didapat dari penggunaan air conditioner jenis split di dalam ruangan.



**Gambar 2.41. Titik AC It. 3**

(Sumber : Dokumen Trackwood Interior Design Studio, 2021)

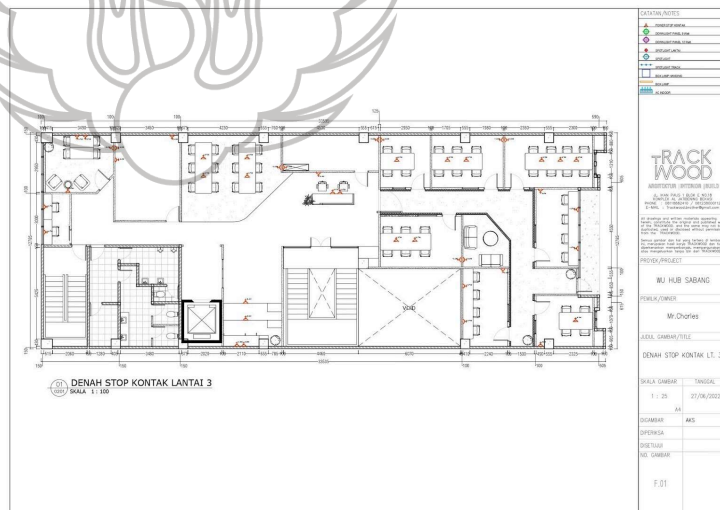


**Gambar 2.42. Titik AC Lt. 4**

(Sumber :Dokumen Trackwood Interior Design Studio, 2021)

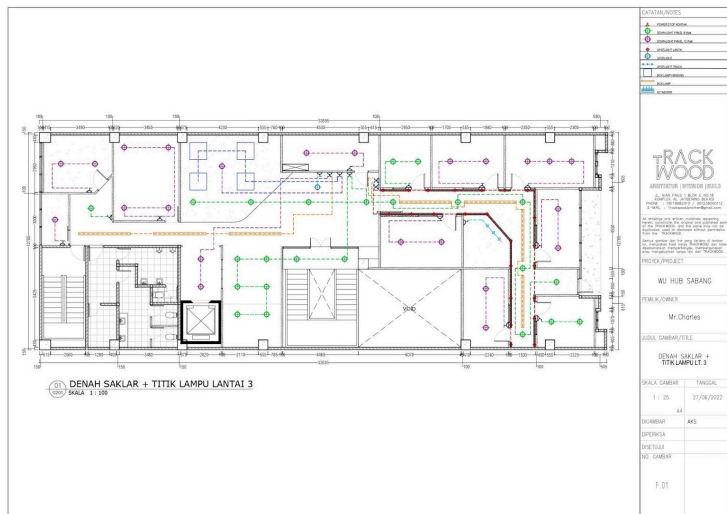
c) Mechanical Electrical

Penerapan mekanikal pada *Retail* dan Kantor Khong Guan *Mart* Sabang yaitu dengan sumber kelistrikan dari PLN dialirkan ke beberapa titik power supply, untuk dialirkan kelistrikannya ke seluruh bangunan.

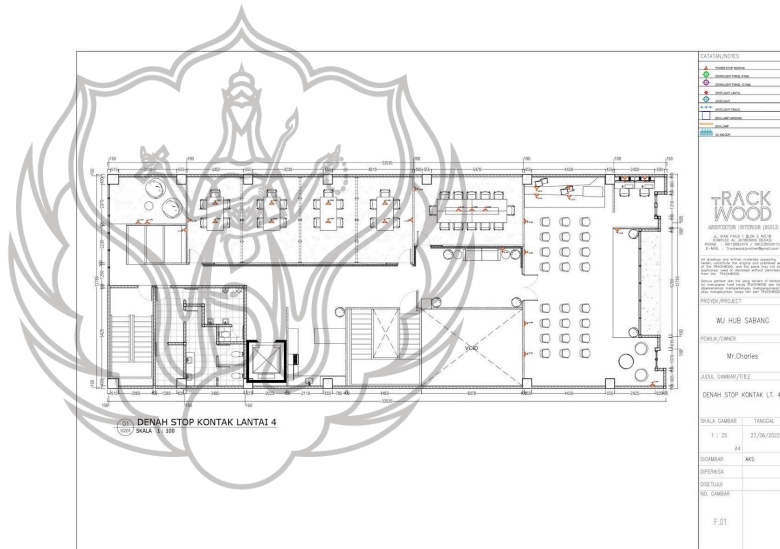


**Gambar 2.43. Titik Stop Kontak Lt. 3**

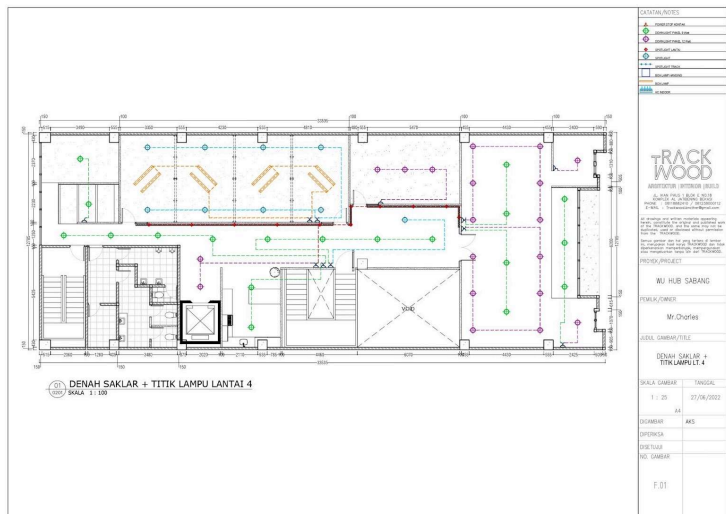
(Sumber :Dokumen Trackwood Interior Design Studio, 2021)



**Gambar 2.44. Titik Lampu dan Saklar lt. 3**  
 (Sumber :Dokumen Trackwood Interior Design Studio, 2021)



**Gambar 2.45. Titik Saklar lt. 4**  
 (Sumber :Dokumen Trackwood Interior Design Studio, 2021)

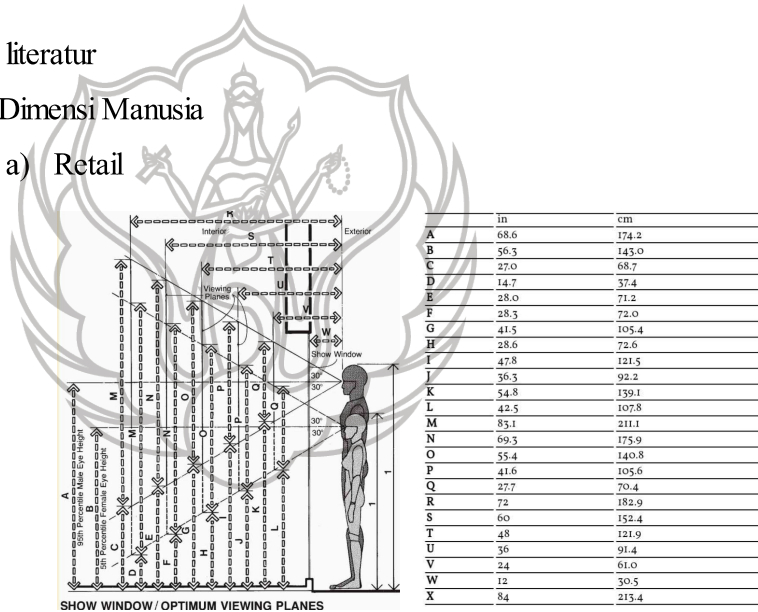


**Gambar 2.46. Titik Lampu dan Stopkontak Lt. 4**  
(Sumber :Dokumen Trackwood Interior Design Studio, 2021)

d. Data literatur

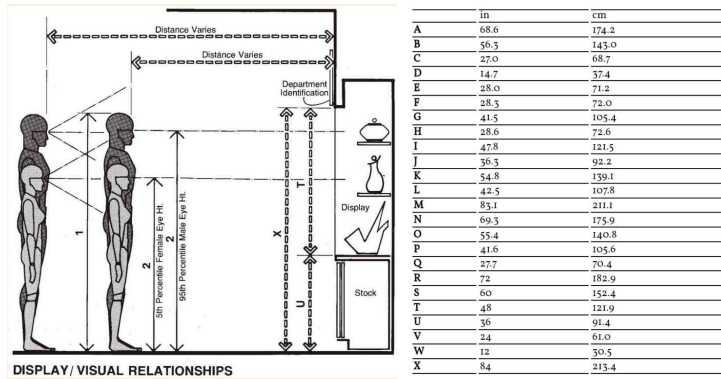
1) Dimensi Manusia

a) Retail



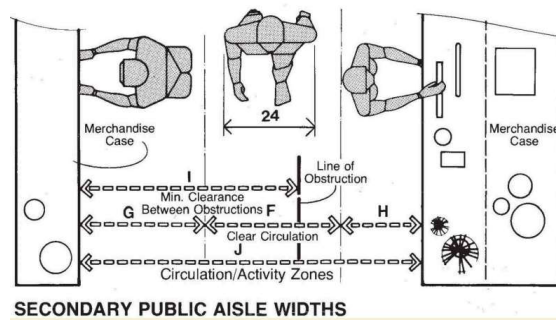
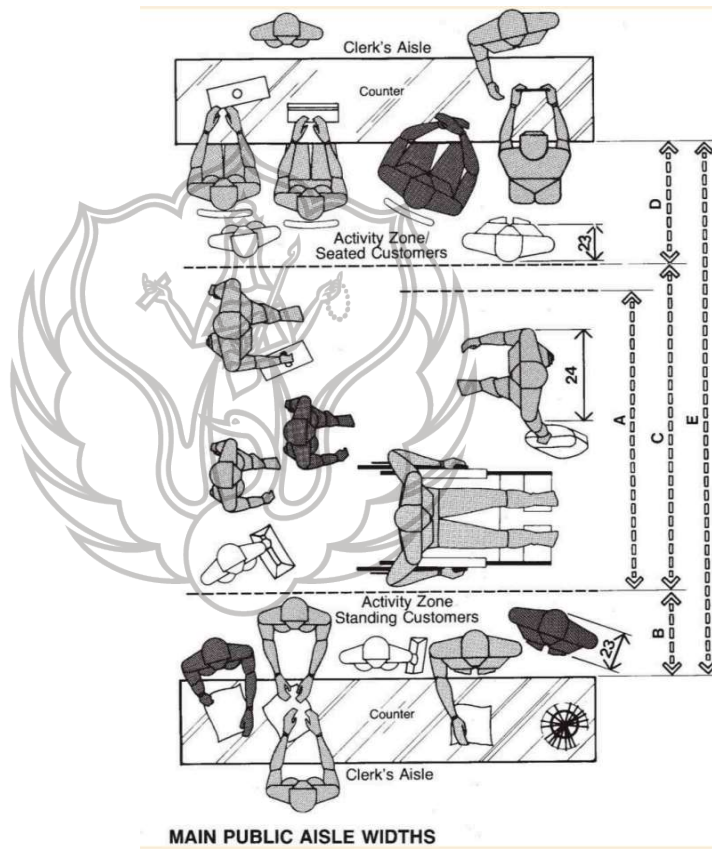
**Gambar 2.47. Window Viewing Plane Dimension**

(Sumber : Human Dimension & Interior Space, 1979)



Gambar 2.48. Display Dimensions

(Sumber : Human Dimension & Interior Space, 1979)

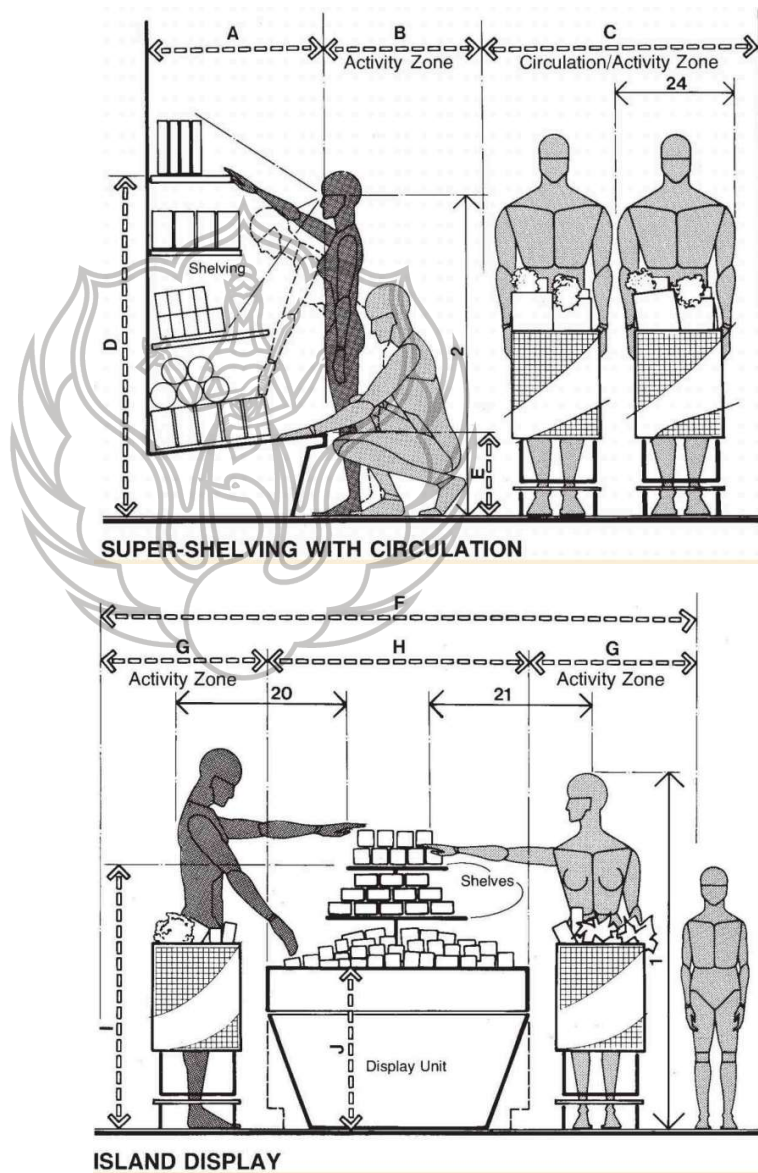




	in	cm
A	66 min.	167.6 min.
B	18	45.7
C	72	182.9
D	26-30	66.0-76.2
E	116-120	294.6-304.8
F	30-36	76.2-91.4
G	18-36	45.7-91.4
H	18 min.	45.7 min.
I	51 min.	129.5 min.
J	66-90	167.6-228.6

**Gambar 2.49. Aisle Widths**

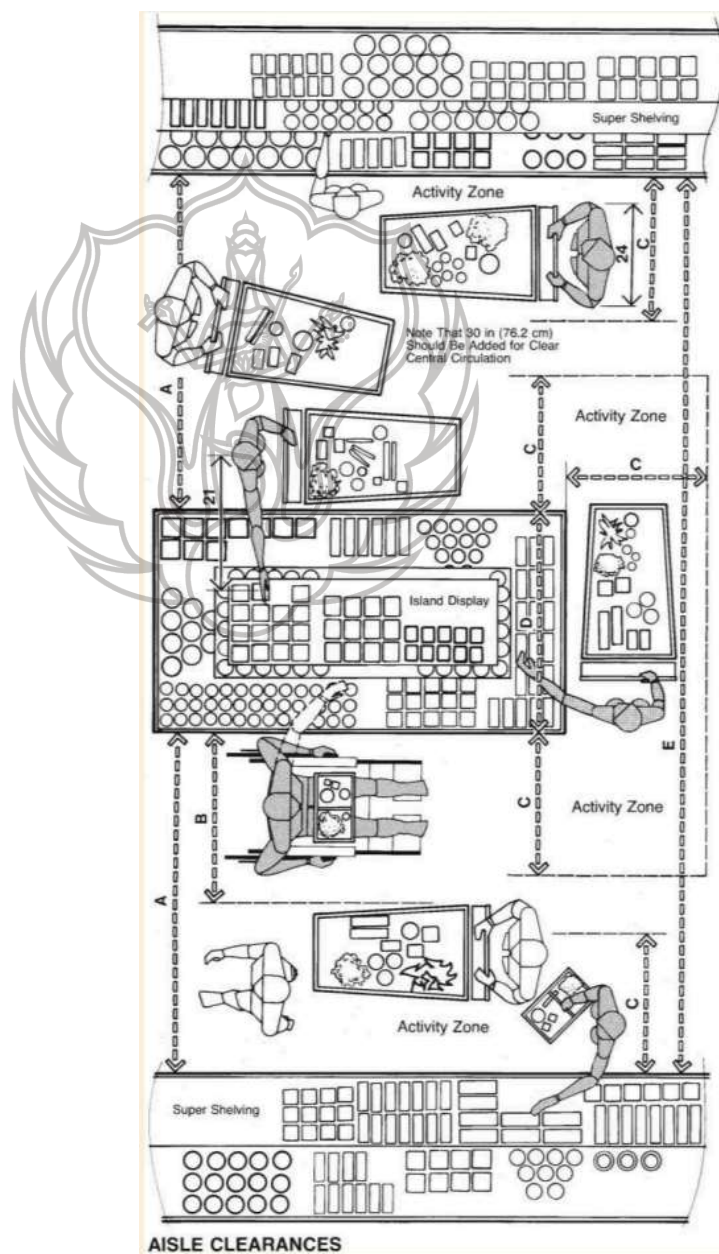
(Sumber : Human Dimension & Interior Space, 1979)



	in	cm
A	32	81.3
B	36 max.	91.4 max.
C	60	152.4
D	63 max.	160.0 max.
E	15 max.	38.1 max.
F	108	274.3
G	30	76.2
H	48	121.9
I	48 max.	121.9 max.
J	30-32	76.2-81.3

Gambar 2.50. Shelf & Island Display Circulation

(Sumber : Human Dimension & Interior Space, 1979)

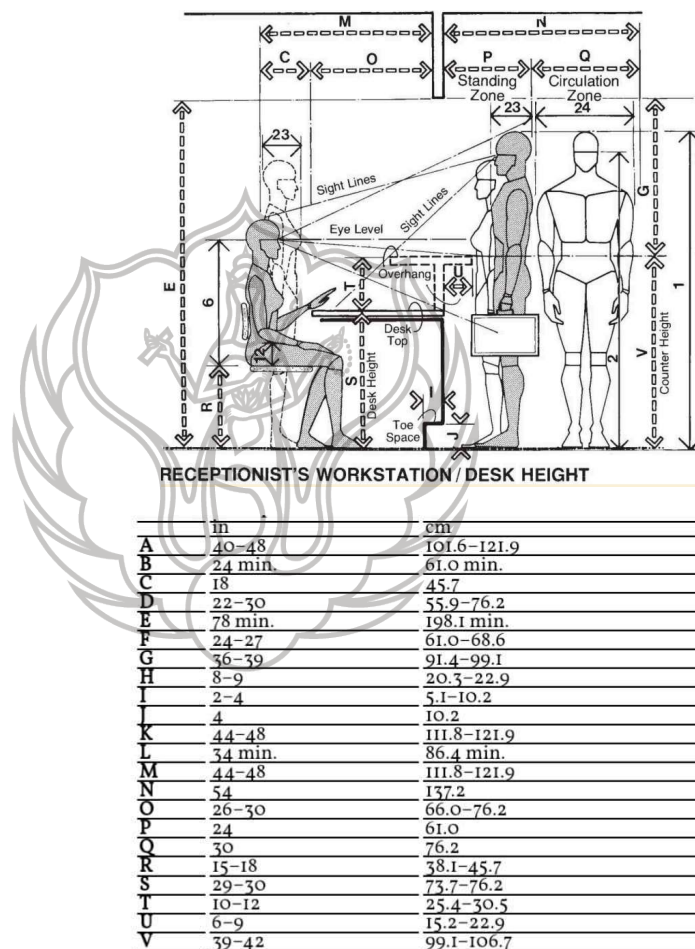


	in	cm
A	72 min.	182.9 min.
B	36	91.4
C	30 min.	76.2 min.
D	48	121.9
E	192	487.7

**Gambar 2.51. Aisle Clearances**

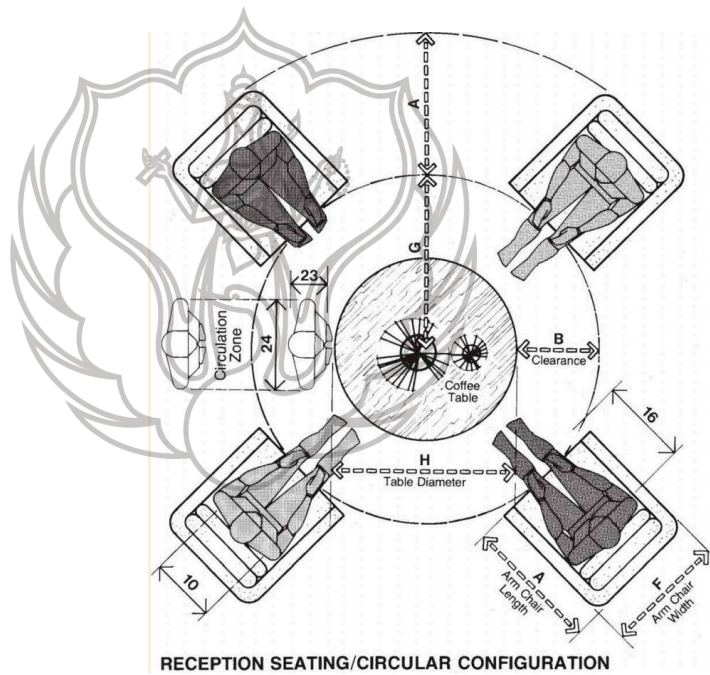
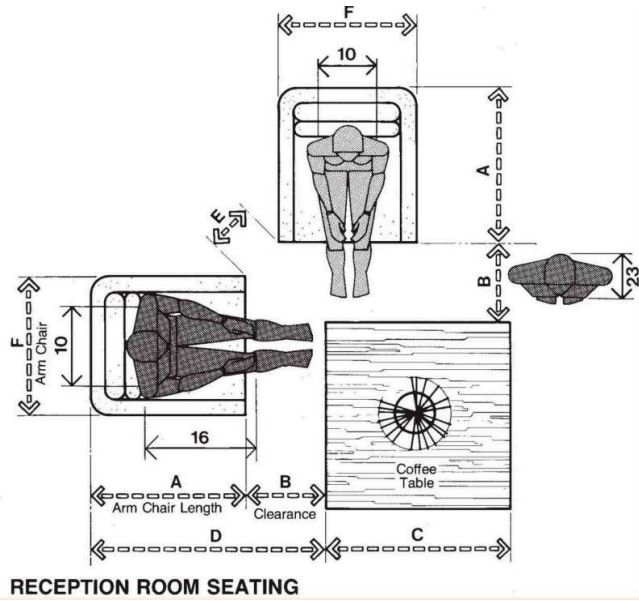
(Sumber : Human Dimension & Interior Space, 1979)

b) Kantor



**Gambar 2.52. Receptionist**

(Sumber : Human Dimension & Interior Space, 1979)

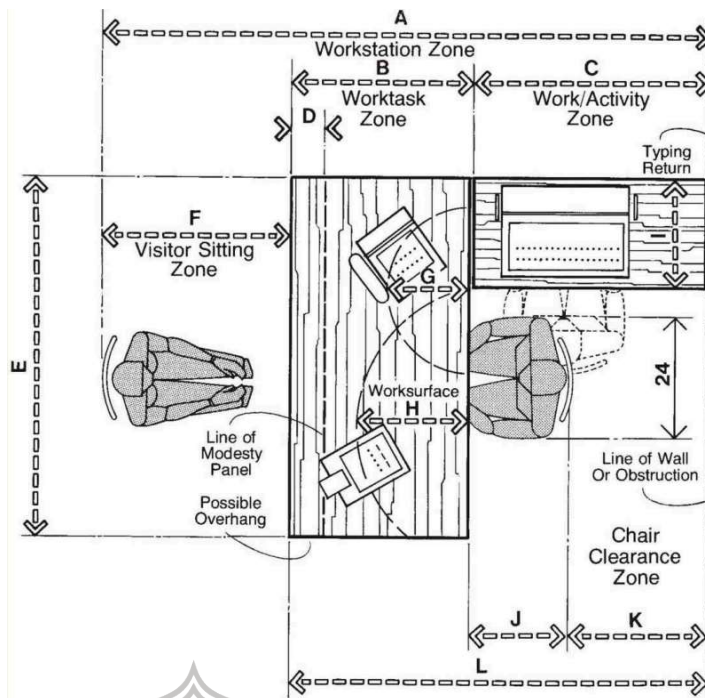


	in	cm
A	28-32	71.1-81.3
B	15-18	38.1-45.7
C	30-48	76.2-121.9
D	43-50	109.2-127.0
E	9-12	22.9-30.5
F	28-36	71.1-91.4
G	33-42	83.8-106.7
H	36-48	91.4-121.9

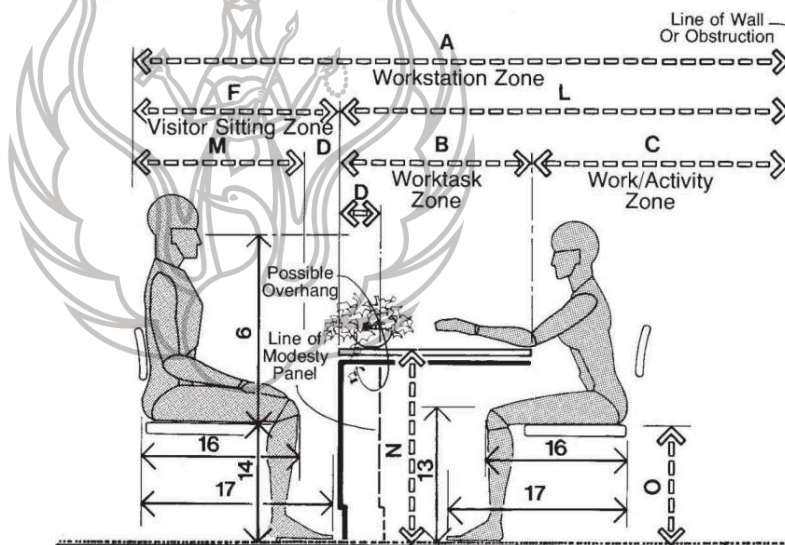
**Gambar 2.53. Reception Seating**

(Sumber : Human Dimension & Interior Space, 1979)





**BASIC WORKSTATION WITH VISITOR SEATING**

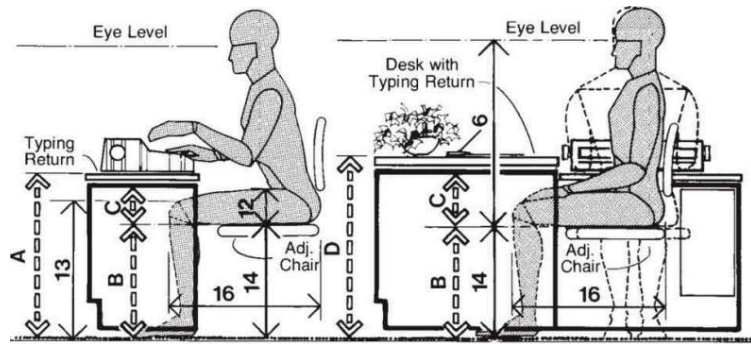


**BASIC WORKSTATION WITH VISITOR SEATING**

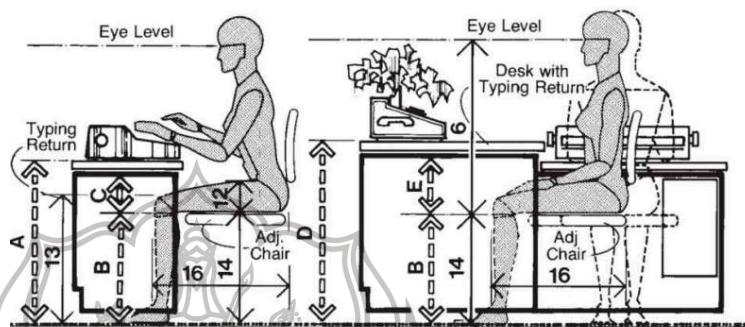
	in	cm
A	28-32	71.1-81.3
B	15-18	38.1-45.7
C	30-48	76.2-121.9
D	43-50	109.2-127.0
E	9-12	22.9-30.5
F	28-36	71.1-91.4
G	33-42	83.8-106.7
H	36-48	91.4-121.9

**Gambar 2.54. Basic Workstation**

(Sumber : Human Dimension & Interior Space, 1979)



**TYPING RETURN AND DESK / MALE USER**



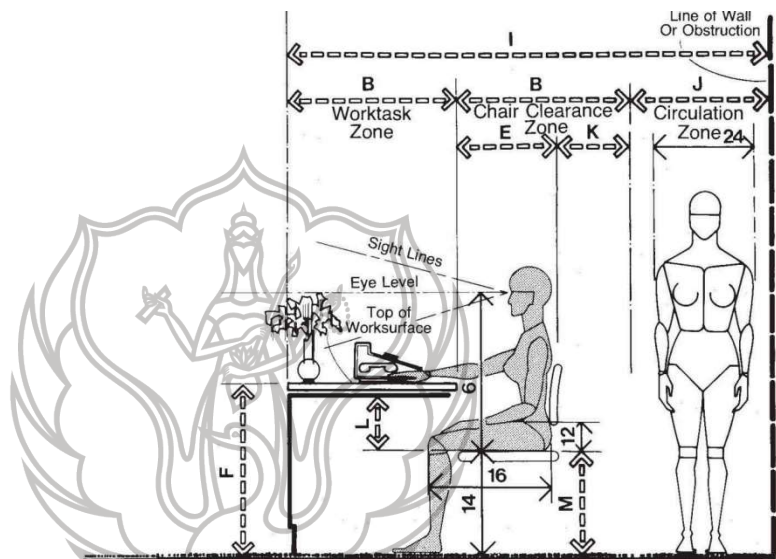
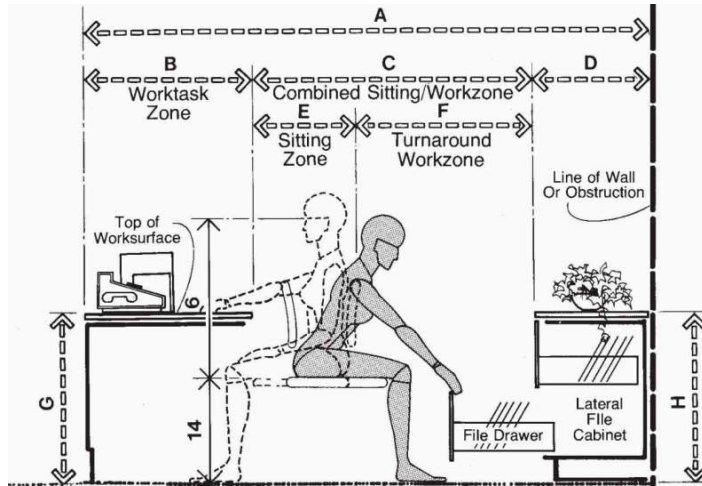
**TYPING RETURN AND DESK / FEMALE USER**

	in	cm
A	26-27	66.0-68.6
B	14-20	35.6-50.8
C	7.5 min.	19.1 min.
D	29-30	73.7-76.2
E	7 min.	17.8 min.
F	18-24	45.7-61.0
G	46-58	116.8-147.3
H	30-36	76.2-91.4
I	42-50	106.7-127.0
J	18-22	45.7-55.9
K	60-72	152.4-182.9
L	76-94	193.0-238.8
M	94-118	238.8-299.7

**Gambar 2.55. Desk User Male & Female**

(Sumber : Human Dimension & Interior Space, 1979)



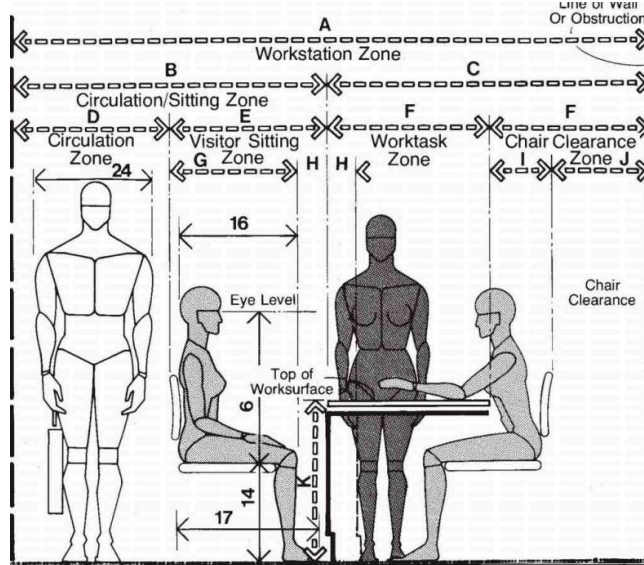


**BASIC WORKSTATION WITH CIRCULATION BEHIND**

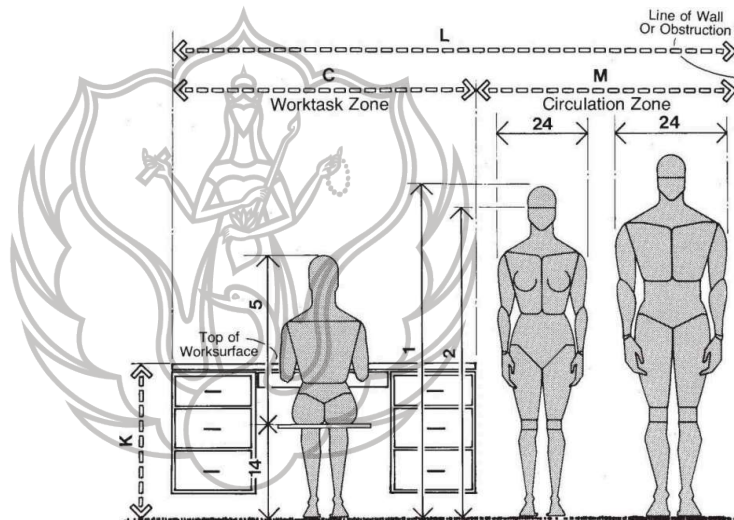
	in	cm
A	96-128	243.8-325.1
B	30-36	76.2-91.4
C	48-68	121.9-172.7
D	18-22	45.7-55.8
E	18-24	45.7-61.0
F	30-44	76.2-111.8
G	29-30	73.7-76.2
H	28-30	71.1-76.2
I	90-102	228.6-259.1
J	30	76.2
K	12	30.5
L	7.5 min.	19.1 min.
M	15-18	38.1-45.7

**Gambar 2.56. Basic Workstation Behind**

(Sumber : Human Dimension & Interior Space, 1979)



**BASIC WORKSTATION WITH VISITOR SEATING AND CIRCULATION**

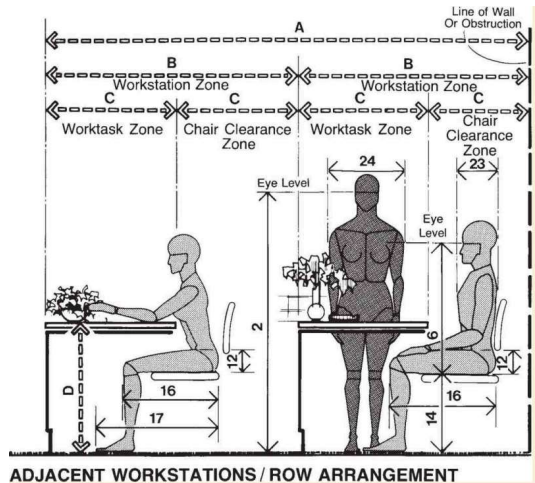


**WORKSTATION AND ADJACENT CIRCULATION**

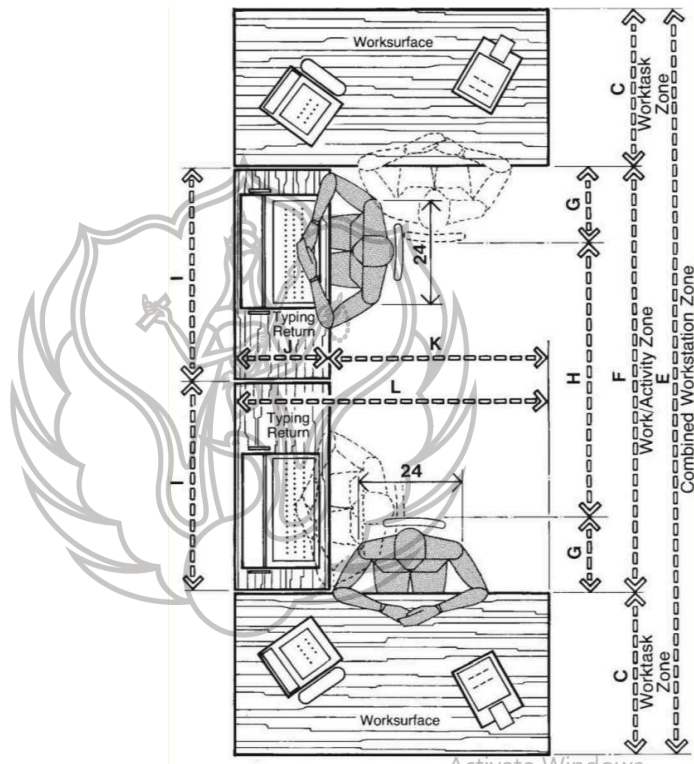
	in	cm
A	126-150	320.0-381.0
B	66-78	167.6-198.1
C	60-72	152.4-182.9
D	36	91.4
E	30-42	76.2-106.7
F	30-36	76.2-91.4
G	24-30	61.0-76.2
H	6-12	15.2-30.5
I	12-16	30.5-40.6
J	18-20	45.7-50.8
K	29-30	73.7-76.2
L	120-132	304.8-335.3
M	60	152.4

**Gambar 2.57. Workstation With Visitor Circulation**

(Sumber : Human Dimension & Interior Space, 1979)



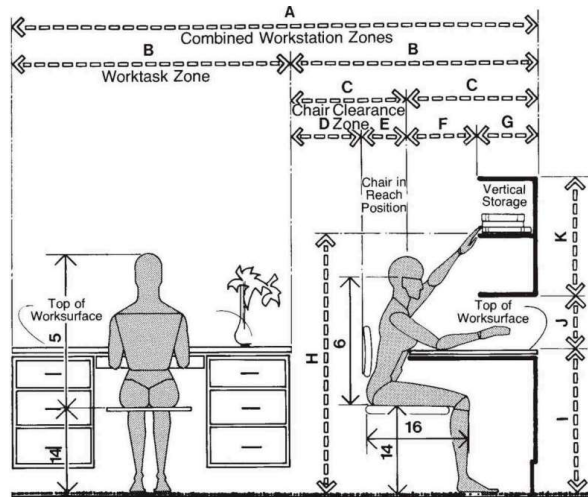
ADJACENT WORKSTATIONS / ROW ARRANGEMENT



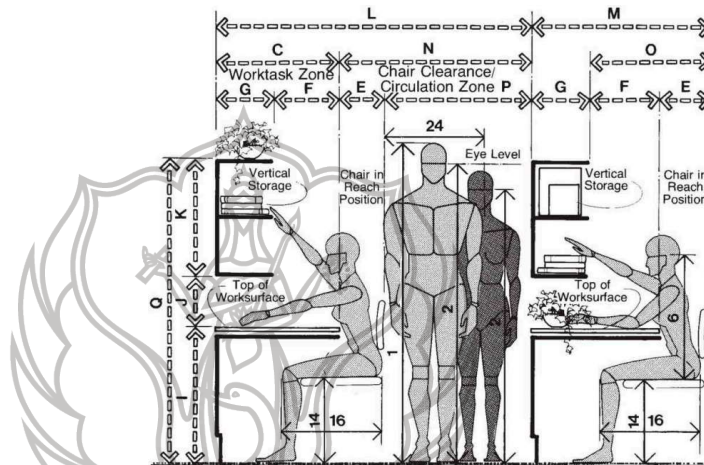
ADJACENT WORKSTATIONS/U-SHAPE

	in	cm
A	120-144	304.8-365.8
B	60-72	152.4-182.9
C	30-36	76.2-91.4
D	29-30	73.7-76.2
E	120-168	304.8-426.7
F	60-96	152.4-243.8
G	18-24	45.7-61.0
H	24-48	61.0-121.9
I	30-48	76.2-121.9
J	18-22	45.7-55.9
K	42-50	106.7-127.0
L	60-72	152.4-182.9

Gambar 2.58. Work Stations Row & U-Shape  
(Sumber : Human Dimension & Interior Space, 1979)



**BASIC WORKSTATION WITH VERTICAL STORAGE**



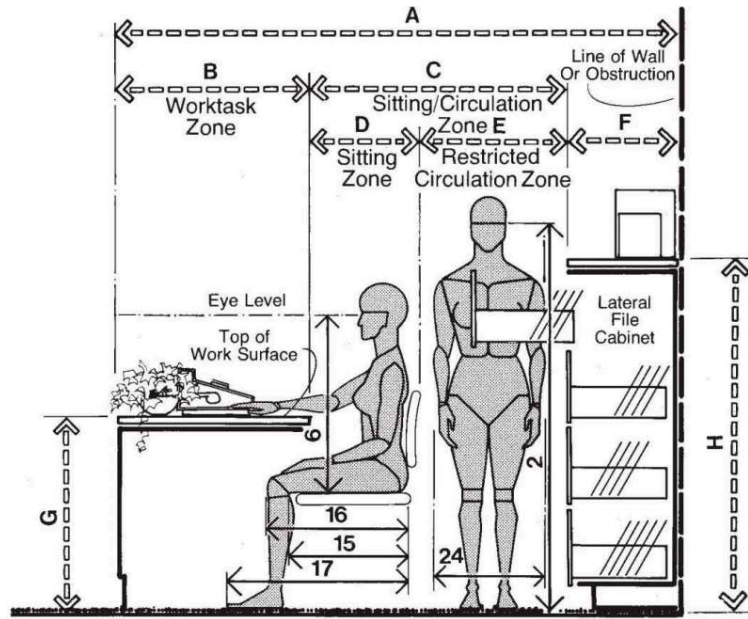
**BASIC WORKSTATIONS BACK TO BACK WITH VERTICAL STORAGE**

	in	cm
A	120-144	304.8-365.8
B	60-72	152.4-182.9
C	30-36	76.2-91.4
D	18-20	45.7-50.8
E	12-16	30.5-40.6
F	18-24	45.7-61.0
G	12	30.5
H	53-58	134.6-147.3
I	29-30	73.7-76.2
J	15 min.	38.1 min.
K	25-31	63.5-78.7
L	78-94	198.1-258.8
M	42-52	106.7-132.1
N	48-58	121.9-147.3
O	30-40	76.2-101.6
P	36-42	91.4-106.7
Q	69-76	175.3-193.0

**Gambar 2.59. Work Stations Vertical**

(Sumber : Human Dimension & Interior Space, 1979)





**DESK WITH FILING, STORAGE, AND RESTRICTED CIRCULATION**

	in	cm
A	96-112	243.8-284.5
B	30-36	76.2-91.4
C	48-54	121.9-137.2
D	18-24	45.7-61.0
E	30	76.2
F	18-22	45.7-55.9
G	29-30	73.7-76.2
H	54-58	137.2-147.3
I	110-136	279.4-345.4
J	42-52	106.7-132.1
K	48-56	121.9-142.2
L	20-28	50.8-71.1
M	12-16	30.5-40.6
N	18-26	45.7-66.0

**Gambar 2.60. Storage Circulation**

(Sumber : Human Dimension & Interior Space, 1979)

## 2) Elemen Pembentuk Ruang

### a) Lantai

Dalam konteks bangunan interior, "lantai" dapat didefinisikan secara ilmiah sebagai permukaan horizontal yang membentang di antara dinding-dinding suatu ruangan atau bangunan. Secara teknis, lantai merupakan elemen struktural dari sebuah bangunan yang mendukung beban dan memberikan platform untuk aktivitas manusia. (O'Shea et al., 2013). Lantai dapat terbuat dari beton, kayu, keramik, atau bahan lainnya, tergantung pada desain dan tujuan ruangan atau bangunan. Untuk mendapatkan tampilan yang menarik, praktis, dan sesuai dengan kebutuhan bisnis, sangat penting untuk memilih jenis lantai yang tepat untuk desain interior toko ritel atau supermarket. Buku Christine M. Piotrowski dan Elizabeth A. Rogers "Designing Commercial Interiors" membahas berbagai aspek desain interior komersial, termasuk pilihan dan penggunaan lantai. Jenis lantai yang dibahas dalam buku ini berikut:

#### (1) Hard Flooring

- Porselen dan keramik: Tersedia dalam berbagai desain, tahan lama, dan mudah dibersihkan. Sangat cocok untuk daerah dengan banyak orang.
- Vinyl: Tidak mahal dan tahan lama. Vinyl mewah (LVT) memberikan tampilan yang lebih baik daripada kayu atau batu.
- Laminat: Ini adalah alternatif yang lebih murah dari kayu keras yang memiliki daya tahan yang baik dan tampilan yang sebanding.

#### (2) Soft Flooring

- *Carpet*: Memberikan peredaman suara dan kenyamanan. Ada berbagai pola dan warna yang



tersedia. Karpet tile memungkinkan mengganti bagian yang aus tanpa mengganti lantai sepenuhnya.

- *Carpet Tile* : Mudah diganti dan dipasang, sering digunakan dalam retail untuk fleksibilitas desain dan perawatan.

Pemilihan lantai harus memperhitungkan aspek fungsionalitas, daya tahan, dan estetika. Rasio antara daya tahan dan penampilan visual sangat penting untuk menciptakan lingkungan yang menarik. Selain itu, mempertimbangkan faktor-faktor seperti perawatan yang dibutuhkan, keamanan, dan kenyamanan pelanggan dan karyawan juga krusial dalam pemilihan jenis lantai. (Binggeli, 2013).

#### b) Dinding

Dinding adalah komponen bangunan yang memisahkan dan mendefinisikan area di dalamnya dalam arsitektur interior. Dinding ruangan sangat penting untuk suasana dan fungsinya. Dinding, menurut buku Francis D.K. Ching "*Interior Design Illustrated*", dapat berfungsi sebagai pembatas ruang, memberikan privasi, dan sebagai permukaan di mana seni atau dekorasi dapat ditempelkan. Dinding dapat digunakan untuk mengarahkan pergerakan di dalam ruangan dalam beberapa desain. Menurut "*Time-Saver Standards for Interior Design and Space Planning*" oleh Joseph DeChiara, dinding juga dapat digunakan untuk menyimpan perangkat teknologi dan mempengaruhi akustik ruang. Meskipun dinding berfungsi sebagai pembatas fisik dalam desain interior, mereka juga dapat meningkatkan kenyamanan, fungsionalitas, dan estetika selain berfungsi sebagai pembatas.

#### c) Plafond

Plafon adalah bagian dari ruangan yang terletak di atas kepala dan membatasi ruang interior dari atas. Plafon dapat mencakup pencahayaan terpasang, material penutup

langit-langit, atau elemen dekoratif lainnya. Plafon memainkan peran penting dalam menciptakan karakter dan kenyamanan ruangan. Menurut buku *"Interior Graphic Standards"* oleh Corky Binggeli, plafon dapat digunakan untuk mengatur pencahayaan dan akustik ruang, serta memberikan kesan visual yang unik. Plafon juga dapat digunakan sebagai elemen desain yang menarik, seperti plafon bertingkat atau plafon dengan detail arsitektural yang kaya. Selain itu, dalam buku *"Interior Construction & Detailing for Designers and Architects"* oleh David Kent Ballast, plafon juga dapat berperan sebagai elemen pengarah suhu dan ventilasi ruang. Dengan demikian, plafon dalam desain interior bukan hanya sebagai atap dalam ruangan, tetapi juga sebagai elemen yang dapat meningkatkan fungsi dan estetika ruang.

### 3) Elemen Pengisi Ruang

#### a) Pintu

Menurut buku *"Interior Design Illustrated"* oleh Francis D.K. Ching, pintu adalah komponen yang memberikan privasi saat diperlukan dan memfasilitasi akses antar-ruang, sehingga sangat penting untuk mengatur aliran dan fungsi ruang. Karena mempengaruhi aliran cahaya alami dan tata letak ruangan, pintu merupakan komponen penting dari desain. Jenis pintu dalam desain interior, seperti lipat, geser, atau putar, dapat mempengaruhi efisiensi ruang dan estetika keseluruhan. Selain itu, *"Time-Saver Standards for Interior Design and Space Planning"* oleh Joseph DeChiara menyatakan bahwa, karena pintu merupakan komponen keamanan yang sangat penting, pintu harus dirancang dengan memperhatikan standar keselamatan yang berlaku.

#### b) Jendela

Pencahayaan, sirkulasi udara, dan pandangan visual di dalam ruangan sangat dipengaruhi oleh jendela interior.

Menurut buku *"Interior Design Illustrated"* oleh Francis D.K. Ching, jendela tidak hanya berfungsi sebagai sumber cahaya alami, tetapi juga merupakan komponen desain yang memiliki kemampuan untuk menghubungkan ruang dalam dengan lingkungan luar. Dengan desain jendela yang tepat, Anda dapat meningkatkan pandangan, meningkatkan kenyamanan termal, dan menciptakan suasana yang diinginkan di dalam ruangan. Menurut buku Andy Rae *"The Complete Illustrated Guide to Furniture & Cabinet Construction"*, jendela juga dapat membantu menentukan tata letak ruang yang ideal dan memberikan kesan visual yang menarik untuk desain interior.

c) Furniture

Furniture interior memainkan peran penting dalam menciptakan suasana dan estetika selain memenuhi fungsi praktis. Furniture dapat berupa perabot seperti kursi, meja, lemari, dan rak, menurut buku *"The Interior Design Reference & Specification Book"* oleh Chris Grimley dan Mimi Love. Dalam desain interior, pemilihan furniture yang tepat sangat penting karena dapat mempengaruhi tata letak, aliran pergerakan, fungsi, dan kenyamanan penggunaan ruang. Menurut buku David Kent Ballast *"Interior Construction & Detailing for Designers and Architects"*, furniture juga dapat membantu menciptakan pola visual dan tekstur yang menarik di dalam ruang. Oleh karena itu, furniture berfungsi sebagai komponen desain yang membentuk gaya dan identitas ruang selain memenuhi fungsinya.

d) Aksesoris/Dekorasi

"Aksesoris" atau "Dekorasi" merujuk pada elemen-elemen tambahan yang digunakan untuk meningkatkan tampilan dan suasana suatu ruang. Aksesoris dan dekorasi dalam ruang interior merupakan elemen-elemen yang dapat

memberikan sentuhan akhir yang penting dalam menciptakan suasana dan gaya ruang yang diinginkan. Menurut buku *"Interior Design Course: Principles, Practices, and Techniques for the Aspiring Designer"* oleh Tomris Tangaz, aksesoris dan dekorasi termasuk benda-benda seperti lampu, karpet, bantal, lukisan, dan ornamen lainnya yang dapat digunakan untuk menambahkan detail, warna, tekstur, dan pola dalam ruang. Aksesoris dan dekorasi dapat digunakan untuk menciptakan tema atau gaya desain tertentu, serta mengekspresikan kepribadian dan preferensi pemilik ruang. Dalam buku *"The Complete Idiot's Guide to Decorating Basics"* oleh Katharine Kaye McMillan dan Patricia Hart McMillan, aksesoris dan dekorasi juga dapat berperan dalam menciptakan kesan visual yang seimbang dan harmonis dalam ruang.

#### 4) Tata Kondisional Ruang

##### a) Pencahayaan

Pencahayaan interior adalah komponen penting yang mempengaruhi suasana, fungsi, dan estetika sebuah ruang. Buku *"Prinsip Desain Pencahayaan"* oleh Mark Karlen dan James R. Benya menyatakan bahwa pencahayaan memiliki kemampuan untuk menciptakan kontras, drama, dan menonjolkan aspek arsitektural atau dekorasi tertentu di dalam ruang. Pencahayaan memainkan peran penting dalam menciptakan tata ruang yang fungsional dan dapat mempengaruhi mood dan kenyamanan penghuni. Oleh karena itu, pemilihan pencahayaan yang tepat dan desainnya sangat penting untuk desain interior. Berikut merupakan aspek aspek dalam pencahayaan

##### (1) Sumber Pencahayaan

- (a) Alami: Sinar matahari merupakan sumber pencahayaan alami yang ideal. Desainer harus

mempertimbangkan penempatan jendela, pintu kaca, atau atap kaca untuk memaksimalkan pencahayaan alami.

- (b) *Artificial*: Lampu dan perangkat pencahayaan buatan digunakan untuk memberikan pencahayaan di malam hari atau di area dengan pencahayaan alami yang terbatas. Pemilihan lampu dan warna cahaya juga penting.

## (2) Fungsi Pencahayaan

- (a) *General Lighting*: Pencahayaan utama yang memberikan cahaya keseluruhan pada suatu ruang. Ini bisa berasal dari langit-langit, lampu sorot, atau lampu dinding.

- (b) *Task Lighting*: Pencahayaan yang difokuskan pada area kerja tertentu, seperti meja kerja, dapur, atau ruang membaca.

- (c) *Accent Lighting*: Digunakan untuk menyorot objek atau area tertentu yang ingin ditekankan, seperti lukisan, patung, atau elemen arsitektur menarik.

## (3) Warna Cahaya

- (a) Warna cahaya memiliki pengaruh besar terhadap suasana ruang. Cahaya hangat (misalnya, kuning atau merah muda) dapat menciptakan suasana yang nyaman, sementara cahaya dingin (biru atau putih) dapat memberikan kesan modern dan segar.

- (b) Pemilihan sumber cahaya yang dapat diatur warnanya (lampu LED yang dapat diubah warnanya) dapat memberikan fleksibilitas dalam menciptakan atmosfer yang berbeda.

Pencahayaan yang baik dalam desain interior bukan hanya tentang menyediakan cahaya, tetapi juga tentang menciptakan

suasana yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi penghuni ruang.

b) Penghawaan

Penghawaan adalah proses pertukaran udara antara ruang dalam dan luar bangunan. Hal ini dapat dilakukan melalui penghawaan alami dan penghawaan buatan. Kedua jenis penghawaan ini memiliki karakteristik dan kelebihan masing-masing. Proses yang sangat penting untuk menjaga kualitas udara dan kenyamanan penghuni di dalam ruangan adalah pengaturan udara. Menurut buku Joseph DeChiara "*Standard Time-Saver for Interior Design and Space Planning*", penghawaan dapat dilakukan dengan menggunakan baik ventilasi alami maupun sistem ventilasi mekanis. Yang pertama menggunakan jendela, pintu, atau lubang udara untuk memungkinkan udara baru masuk ke dalam ruang. Yang kedua menggunakan perangkat seperti kipas atau sistem ducting untuk mengatur aliran udara. Dalam desain interior, penghawaan sangat penting untuk menjaga kualitas udara yang sehat dan nyaman.

Penghawaan buatan melibatkan penggunaan peralatan mekanis seperti kipas atau sistem ventilasi untuk menciptakan aliran udara di dalam ruangan. Elemen penghawaan dapat berupa Sistem HVAC. Sistem Pemanasan, Ventilasi, dan Pendinginan (HVAC) adalah sistem yang lebih kompleks yang dapat mengontrol suhu, kelembaban, dan sirkulasi udara di dalam bangunan. Kelebihan penghawaan buatan: yaitu adanya kontrol lebih baik. Memungkinkan kontrol yang lebih baik terhadap kondisi lingkungan dalam ruangan, seperti suhu dan kelembaban. Dan efektif dalam semua kondisi. Tidak tergantung pada kondisi cuaca luar, sehingga dapat beroperasi secara konsisten.



c) Akustikal

Akustik dalam desain bangunan adalah studi tentang bagaimana suara berperilaku di dalam ruang tersebut. Suara dapat mempengaruhi pengalaman dan kenyamanan penghuni bangunan, terutama di ruang-ruang yang dirancang untuk kegiatan khusus seperti konser, pertemuan, atau presentasi.

"Akustik dalam ruang interior" berarti mengatur dan menyerap suara di dalam ruang. Bentuk, ukuran, material, dan penempatan komponen di dalam ruang adalah beberapa faktor yang dapat mempengaruhi akustik interior, menurut buku Marshall Long "*Architectural Acoustics*." Perancangan akustik yang baik dapat meningkatkan kualitas pengalaman dalam ruang, terutama dalam ruang seperti teater, konser, atau ruang pertemuan. Tujuan utama perancangan akustik adalah untuk membuat lingkungan yang nyaman secara auditif dengan mengurangi kebisingan, mengontrol pantulan suara, dan memastikan kejernihan suara.

d) *Safety and Security Management*

Sistem Manajemen Keamanan dan Keselamatan (*Safety and Security Management System*) dalam sebuah bangunan merujuk pada serangkaian kebijakan, prosedur, teknologi, dan tindakan yang dirancang untuk melindungi penghuni, aset, dan operasi bangunan dari risiko dan ancaman. Tujuan utamanya adalah untuk menciptakan lingkungan yang aman, terkendali, dan responsif terhadap berbagai situasi keamanan dan keselamatan.

Manajemen Keselamatan dan Keamanan di ruang interior melibatkan perencanaan dan implementasi langkah-langkah untuk memastikan keselamatan dan kesejahteraan penghuni. Menurut "*Interior Design Illustrated*" karya Francis D.K. Ching, hal ini melibatkan pemilihan bahan yang aman dan tahan lama, perencanaan tata letak yang

mempertimbangkan rute evakuasi yang jelas, serta pemasangan sistem alarm dan detektor yang sesuai. Berikut adalah beberapa aspek kunci dari sistem manajemen keamanan dan keselamatan dalam bangunan:

- (1) Evaluasi Risiko dan Ancaman
- (2) Desain Fisik yang Aman
- (3) Sistem Keamanan Elektronik
- (4) Teknologi Keamanan Canggih
- (5) Manajemen Kejadian dan Tanggapan Krisis
- (6) Audit dan Evaluasi Berkala
- (7) Kerjasama dengan Pihak Berwenang

#### 5) Material dan Warna

##### a) Material/Texture

Material dan tekstur dalam desain interior memiliki peran penting dalam menciptakan penampilan visual dan pengalaman sensorik ruangan. Menurut Francis D.K. Ching dalam *"Interior Design Illustrated"*, bahan-bahan seperti kayu, batu, kaca, dan logam dapat memberikan efek visual dan tekstur yang beragam dalam ruangan. Pemilihan bahan yang sesuai dapat menciptakan suasana yang sesuai dengan tema atau gaya desain, serta memberikan kesan yang berbeda seperti hangat, dingin, tradisional, atau modern. Selain itu, Joseph DeChiara dalam *"Time-Saver Standards for Interior Design and Space Planning"* menekankan bahwa pemilihan bahan juga harus memperhitungkan daya tahan, perawatan, dan keamanan. Dengan memperhatikan bahan dan tekstur yang digunakan, desainer interior dapat menciptakan ruangan yang estetis dan berfungsi dengan baik.

##### b) Warna

Pemilihan warna dalam desain ruang interior sangat penting karena dapat mempengaruhi suasana, mood, dan persepsi visual ruangan. Warna dapat mempengaruhi suasana

hati, emosi, dan persepsi penghuni ruang. Dalam desain interior, penting untuk mempertimbangkan efek psikologis dari warna yang dipilih untuk mencapai efek yang diinginkan dalam ruang. (Ching & Binggeli, 2018). Warna memiliki kekuatan untuk menciptakan pengalaman yang berbeda dan memberikan dampak emosional. Warna memiliki kemampuan untuk memicu emosi dan merangsang mood. Berikut adalah beberapa warna dan dampak psikologis umumnya:

**Tabel 1.1. Psikologis Warna**

(Sumber: Analisis Penulis, 2023)

Warna	Positive	Negative
Merah	Bersemangat, berani, penuh energi	Menyala, agresif, intens
Biru	Tenang, stabil, bersahabat	Dingin, tidak berdaya, depresif
Kuning	Ceria, optimis, kreatif	Mengganggu, terlalu cerah
Hijau	Segar, tenang, ramah lingkungan	Terlalu damai, kurang energi
Orange	Hangat, bersemangat, ramah	Terlalu mencolok, terlalu bersemangat
Ungu	Mewah, kreatif, spiritual	Misterius, dingin
Putih	Bersih, ringan, tenang	Terlalu steril, dingin
Hitam	Elegan, mewah, kuat	Gelap, depresif, menakutkan

### C. Daftar Kebutuhan Ruang dan Kriteria Desain

**Tabel 1.2. Daftar Kebutuhan Ruang dan Kriteria Desain Lt. 1**

(Sumber: Analisis Penulis, 2023)

No	Nama Ruang / Area	Pengguna			Elemen Pembentuk Ruang	Furniture & Equipment		tata kondisional dan ME
		nama pngguna	Jumlah	aktivitas		jenis	jumlah	
1	Window display	Staff	1	Membuat dekorasi	Lantai : Vinyl Dinding : cat Plafond : Gypsum rangka hollow	Meja stand	2-4	Downlight, & Split AC
2	Security Area	Staff	1	Menjaga area entrance	Lantai : Tile 60x60 Dinding : cat Plafond : Gypsum rangka hollow	Meja kursi security	1	Downlight, & Split AC
3	Merchandise Area	Staff Pengunjung		membeli merch Khong Guan	Lantai : Tile 60x60 Dinding : cat Plafond : Gypsum rangka hollow	Meja display	1	Downlight, & Split AC
4	Cashier Area	Staff Pengunjung		Melakukan transaksi pembayaran	Lantai : Tile 60x60 Dinding : cat Plafond : Gypsum rangka hollow	Meja Kasir	3	Downlight, & Split AC
5	Showroom Area	Staff Pengunjung		Tempat display berbagai produk yang dijual	Lantai : Tile 60x60 Dinding : cat Plafond : Gypsum rangka hollow	Rak display, dan Island	10	Downlight, & Split AC
6	Khong Guan Photo Area	Staff Pengunjung		Spot foto	Lantai : Tile 60x60 Dinding : cat Plafond : Gypsum rangka hollow	-	-	Downlight, & Split AC
7	Khong Guan Fun Area	Staff Pengunjung		Area hiburan kecil	Lantai : Tile 60x60 Dinding : cat Plafond : Gypsum rangka hollow	-	-	Downlight, & Split AC
8	Storage Room	Staff		Tempat penyimpanan stok produk	Lantai : Tile 60x60 Dinding : cat Plafond : Gypsum rangka hollow	Rack storage	3	Downlight, & Split AC
9	Office Showroom	Staff		Kantor staff pengelola distribusi produk	Lantai : Tile 60x60 Dinding : cat Plafond : Gypsum rangka hollow	meja kursi kerja	6	Downlight, & Split AC

**Tabel 1.3. Daftar Kebutuhan Ruang dan Kriteria Desain Lt. 3**  
(Sumber: Analisis Penulis, 2023)

No	Nama Ruang / Area	Pengguna			Elemen Pembentuk Ruang	Furniture & Equipment		Tata Kondisional dan ME
		Nama Pengguna	Jumlah	Aktivitas		Jenis	Jumlah	
1	Main Entrance	Staff Tamu		Area depan memasuki kantor	Lantai : Tile 60x60 Dinding : cat Plafond : Gypsum rangka hollow	-	-	Downlight, & Split AC
2	Lobby	Staff Tamu		Tampilan wajah utama kantor, dan sebagai tempat menyambut tamu	Lantai : Tile 60x60 Dinding : cat Plafond : Gypsum rangka hollow	-	-	Downlight, & Split AC
3	Receptionist	Staff Tamu		Nenyambut tamu/karyawan dekaligus informan kantor	Lantai : Tile 60x60 Dinding : cat Plafond : Gypsum magka hollow	Meja Receptionist	2	Downlight, & Split AC
4	Working Area	Staff		Area bekerja	Lantai : Tile 60x60 Dinding : cat Plafond : Gypsum mgka hollow	meja kursi kerja		Downlight, & Split AC
5	Server Room	Staff		Ruang teknis berkaitan dengan sistem-sistem pada kantor	Lantai : Tile 60x60 Dinding : cat Plafond : Gypsum rangka hollow	meja kursi kerja		Downlight, & Split AC
6	Pantry	Staff		Tempat menyiapkan makanan atau minuman saat dikantor	Lantai : Tile 60x60 Dinding : cat Plafond : Gypsum rangka hollow			Downlight
7	Studio Creative	Staff Tamu		Area kolaborasi staff	Lantai : Tile 60x60 Dinding : cat Plafond : Gypsum rangka hollow	meja kursi kerja		Downlight, & Split AC
8	Podcast Room	Staff Tamu		Area kolaborasi staff	Lantai : Vinyl Dinding : cat Plafond : Gypsum rangka hollow	meja kursi kerja		Downlight, & Split AC
9	Streaming Room	Staff Tamu		Area kolaborasi staff	Lantai : Vinyl Dinding : cat Plafond : Gypsum rangka hollow	meja kursi kerja		Downlight, & Split AC
10	Private Office	Staff		Ruang bekerja yang lebih fokus	Lantai : Vinyl Dinding : cat Plafond : Gypsum rangka hollow	meja kursi kerja		Downlight, & Split AC

11	Toilet	Staff Tamu		Buang air besar/kecil, mencuci tangan ataupun mencuci wajah	Lantai : Tile 60x60 Dinding : cat Plafond : Gypsum rangka hollow			Downlight, & Split AC
12	Refreshing Area	Staff Tamu		Area duduk atau sebagai entertaining area	Lantai : Tile 60x60 Dinding : cat Plafond : Gypsum rangka hollow	-		Downlight, & Split AC
13	Smoking Area	Staff Tamu		Area dimana staff dibolehkan merokok	Lantai : Tile 60x60 Dinding : cat Plafond : Gypsum rangka hollow	area untuk rokok		Downlight

**Tabel 1.4. Daftar Kebutuhan Ruang dan Kriteria Desain Lt. 4**

(Sumber: Analisis Penulis, 2023)

No	Nama Ruang / Area	Pengguna			Elemen Pembentuk Ruang	Furniture & Equipment		Tata Kondisional dan ME
		Nama Pengguna	Jumlah	Aktivitas		Jenis	Jumlah	
1	Entrance	Staff Tamu		Area depan memasuki kantor	Lantai : Tile 60x60 Dinding : cat Plafond : Gypsum rangka hollow	-		Downlight
2	Waiting Room	Staff Tamu		Ruang tamu menunggu	Lantai : Tile 60x60 Dinding : cat Plafond : Gypsum rangka hollow	Sofa	2	Downlight, & Split AC
3	Event Space	Staff Tamu		area space yang alisasuntuk berbagai acara.	Lantai : Vinyl Dinding : cat Plafond : Gypsum rangka hollow	Meja kursi set senada		Downlight, & Split AC
4	Meeting Room	Staff Tamu		ruang pertmaa singkat	Lantai : Vinyl Dinding : cat Plafond : Gypsum rangka hollow	Ruangnya berkumpul, hingga menyelesaikan permasalahan		Downlight, & Split AC
5	Working Room	Staff		area kerja staff	Lantai : Tile 60x60 Dinding : cat Plafond : Gypsum rangka hollow	Area kerja		Downlight, & Split AC
6	Relax room	Staff		Tempat beristirahat	Lantai : Vinyl Dinding : cat Plafond : Gypsum rangka hollow	Bean bag,	2	Downlight, & Split AC
7	Pantry	Staff		Tempat menyiapkan makanan atau minuman saat dikantor	Lantai : Tile 60x60 Dinding : cat Plafond : Gypsum rangka hollow	barstool, kitchenset	4	Downlight, & Split AC
8	Mushola	Staff Tamu		beribadah	Lantai : Tile 60x60 Dinding : cat Plafond : Gypsum rangka hollow	-		Downlight
9	Toilet	Staff Tamu		Buang air besar/kecil, mencuci tangan ataupun mencuci wajah	Lantai : Tile 60x60 Dinding : cat Plafond : Gypsum rangka hollow	-		Downlight