

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

PT. Rengganis Rayhan Wijaya merupakan perusahaan yang bergerak dibidang developer property. Perusahaan ini berlokasi di Jember, Jawa Timur. Sebagai perusahaan developer dengan produk-produk nya yang dijual dan dipasarkan seluas-luasnya, tentu perusahaan ini memiliki nama yang luas dan kondang dilingkungannya, mulai dari vendor, kontraktor, stakeholder, dan calon customer.

Salah satu produk yang dimiliki oleh perusahaan ini adalah Kawasan perumahan 'Mahkota Raya Rengganis' yang terletak di jember. Kawasan tersebut merupakan Kawasan pengembangan yang nantinya akan dibangun perumahan subsidi dan komersial. Peranan kantor dalam suatu Kawasan memiliki peranan yang penting dan krusial. Karena fungsi kantor pada suatu Kawasan perumahan selain sebagai pusat operasional juga sebagai kantor marketing. Dimana akan banyak dijumpai calon customer yang akan membeli rumah. Oleh karena itu, dibutuhkan kantor pusat yang dapat mengakomodasi kebutuhan tersebut.

Pada perancangan interior kantor PT. Rengganis Rayhan Wijaya, pendekatan yang digunakan adalah corporate identity. Pendekatan tersebut dipilih karena pentingnya suatu identitas dan citra perusahaan di kancah public, terutama untuk perusahaan developer. Dengan menerapkan lima parameter yang terdiri atas transformasi nilai perusahaan, penambahan fasilitas collaborative dan healing space, dengan informasi dan wayfinding yang interaktif, dengan memperhatikan aksesibilitas, efisiensi dan efektivitas ruang yang tidak dijumpai pada bangunan eksisting.

Dalam membangun identitas dan citra perusahaan dikancah public melalui perancangan interior kantor, dalam mendukung pendekatan corporate identity, diterapkan konsep 'spirit of rengganis' untuk memperlihatkan sisi lain dari perusahaan ini yang belum tereksplor sebelumnya. Kata rengganis memiliki makna

yang cukup dalam. Nama ini kerap digunakan oleh perusahaan dalam memberi identitas pada produk-produk Kawasan perumahan yang mereka kembangkan.

Kata rengganis yang terdapat pada nama perusahaan merupakan nama yang diusung oleh founder. Beliau terinspirasi dari suasana puncak rengganis yang berada di gunung argopura. Sehingga dalam perancangan interior kantor ini, digunakan konsep yang dapat mencerminkan identitas perusahaan yang unik, original, dan belum diketahui banyak oleh masyarakat luas.

Dengan penerapan pendekatan corporate identity dan konsep ‘spirit of rengganis’, diharapkan usulan ide gagasan perancangan ini dapat menjawab permasalahan yang diangkat tentang menekankan citra dan identitas perusahaan dan dapat menjadi wadah untuk perusahaan dalam terus mengembangkan produk-produk mereka.

B. Saran

1. Untuk perancangan kantor ini kedepannya, dapat menambahkan identitas perusahaan melalui parameter behaviour corporate, dimana dapat mewadahi kolaborasi dan aktivitas antar pengguna ruang.
2. Bagi perusahaan PT. Rengganis Rayhan Wijaya, dapat menjadi sarana referensi dalam menonjolkan identitas dan citra sebagai perusahaan developer property.
3. Untuk pembaca, dapat menjadi referensi bacaan dalam berkarya dan merancang, menyelesaikan masalah dengan memunculkan ide-ide solutif yang kreatif.

DAFTAR PUSTAKA

Alfiela, U. T. Penyusunan Laporan Keuangan PT. Rengganis Rayhan Wijaya Kabupaten Jember.

Alkathiri, A. T. B., & Sari, Y. (2019). Pengaruh Warna Terhadap Produktivitas Karyawan Kantor. *Jurnal Arsitektur Purwarupa*, 3(3), 187–192.

Herman Miller Inc. (2007). *Three-Dimensional Branding - Using Space as a Medium for the Message* Markkanen, Tuula-Riitta. (1998). *Corporate identity: a process of strategic interpretation in an MNC*.

Indriyati, S. A. (2023). *Sejarah & Perkembangan Perumahan Di Indonesia*.

Kilmer, R., & Kilmer, O. (2014). *Designing Interiors*, second edition. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.

Kuswartojo, Tusuk (2019). *Kaca Benggala: Perkembangan Habitat Manusia di Indonesia*. Bandung, Ukara Lawang Buana

Lelly Guardian, A. (2024). *Perancangan Interior Kantor PT Smoore Technology Indonesia dengan Pendekatan Corporate Visual Identity* (Doctoral dissertation, ISI Yogyakarta).

Neufert, Ernest. (1996). *Data Arsitek*. Jakarta: Erlangga

Nuraida, Ida. (2008). *Manajemen Administrasi Perkantoran*. Yogyakarta: Kanisius.

Nurchahyo, M., & Indra, H. (2022). *Desain Sebagai Media Komunikasi Visual Perusahaan*.

Oscario, A. (2013). Pentingnya Peran Logo dalam Membangun Brand. *Humaniora*, 4(1), 191–202.

Prahastikno, g. N. (2020). *Perancangan Ulang Interior Open Library Telkom University Melalui Pendekatan Identitas*.

Quible, Zane K. (2001). *Administrations Office Management* (7th ed.). New Jersey: Prentice Hall, Inc.

Suardhita, I. D. K., Haryotedjo, T., & Nugroho, A. (2023). *Perancangan Baru Interior Bank BNI Kantor Cabang Utama Banjarmasin Dengan Pendekatan Lokalitas dan Corporate Identity*. *eProceedings of Art & Design*, 9(6).

Wilkinson, S., Reed, R. (2008). *Property Development*. London: Routledge.