

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Perancangan interior Toko Alat Pancing Daido dengan pendekatan *experiential design* berhasil menjawab dua permasalahan utama yang dirumuskan dalam perancangan ini, yaitu bagaimana menciptakan identitas ruang yang mampu mencerminkan karakter *brand* dan karakteristik pemancing, serta bagaimana mengintegrasikan fungsi retail, *café*, dan ruang komunal dalam satu bangunan tanpa saling mengganggu. Melalui konsep "The Angler Within: Shaped by Water, Rod, and Tension", Ruko yang sebelumnya hanya berfungsi sebagai gudang dapat ditransformasi menjadi ruang multifungsi yang fungsional sekaligus berkarakter kuat. Elemen konsep *water*, *rod*, dan *tension* diimplementasikan secara konsisten ke dalam visual ruang melalui pemilihan material, komposisi warna, pencahayaan, serta bentuk-bentuk linear dan metalik yang menjadi karakteristik gaya industrial futuristik yang diterapkan.

Pengalaman ruang yang *immersive* diwujudkan melalui pengolahan elemen pembentuk ruang secara menyeluruh, mulai dari granit dan beton ekspos sebagai fondasi estetika industrial, hingga instalasi seni dan layar LED sebagai elemen futuristik yang memperkuat karakter ruang. Pembagian zonasi yang terstruktur pada tiga lantai perancangan memungkinkan toko untuk mendorong pengunjung untuk menjelajahi setiap lantai secara alami, lantai 1 sebagai area retail utama, lantai 2 sebagai area *café* dan konsultasi, lalu lantai 3 sebagai ruang komunal yang *immersive*. Hierarki zonasi ini memastikan setiap lantai memiliki daya tariknya masing-masing, sehingga pergerakan pengunjung tidak berhenti di satu titik saja melainkan mengalir secara organik dari bawah ke atas juga agar dapat mendukung berbagai aktivitas berbelanja, berkonsultasi, menikmati *café* hingga kegiatan komunitas berlangsung secara bersamaan tanpa mengurangi kenyamanan satu sama lain. Dengan demikian, Daido Store tidak lagi sekedar ruang jual beli, melainkan telah berkembang menjadi *community hub* yang mampu memperkuat loyalitas merek, mendukung ekosistem komunitas pemancing, dan menjadi

destinasi yang relevan bagi komunitas pemancing dari yang profesional maupun yang pemula.

## **B. Saran**

Agar hasil perancang ini dapat berfungsi optimal dalam jangka panjang, terdapat beberapa hal yang perlu diperhatikan oleh berbagai pihak. Bagi pemilik *brand* Daido, keberhasilan toko sebagai *community hub* tidak cukup hanya bergantung pada kualitas visual ruangnya, tetapi juga membutuhkan program sosial yang konsisten seperti *Talkshow* bulanan bersama pemancing yang berpengalaman, *gathering* komunitas, dan event komunitas yang terjadwal, agar ruang yang telah dirancang dapat benar-benar hidup dan digunakan secara maksimal.

Bagi pengembangan selanjutnya disarankan agar penulis atau perancang lain dapat mengkaji aspek-aspek yang belum menjadi fokus utama dalam perancangan ini seperti pengembangan sistem struktur, utilitas, serta penerapan prinsip keberlanjutan desain juga layak untuk dikaji lebih dalam pada pengembangan selanjutnya. Terakhir, kajian terhadap perilaku dan kenyamanan pengunjung setelah toko beroperasi sangat disarankan untuk dilakukan, karena temuan dari evaluasi tersebut dapat menjadi dasar penyempurnaan desain sekaligus meningkatkan kualitas pengalaman pengunjung dan performa bisnis toko secara keseluruhan di masa mendatang.

## DAFTAR PUSTAKA

- Andhani, A. (2023, September 12). *Nama-Nama Alat Pancing dan Gambarnya, Lengkap!* Jakmall. <https://www.jakmall.com/blog/nama-nama-alat-pancing-hbl/>
- AR Interiors. (2024, February). *Industrial Interior Design Style Guide*. AR Interiors. <https://www.annarosemann.com/blog/industrial-interior-design>
- Birdsong, M., Hunt, L. M., & Arlinghaus, R. (2021). Recreational angler satisfaction: What drives it? *Fish and Fisheries*, 22(4), 682–706. <https://doi.org/10.1111/faf.12545>
- Bonfanti, A., & Yfantidou, G. (2021). Designing a memorable in-store customer shopping experience: practical evidence from sports equipment retailers. *International Journal of Retail and Distribution Management*, 49(9), 1295–1311. <https://doi.org/10.1108/IJRDM-09-2020-0361>
- Kementerian Kelautan dan Perikanan Republik Indonesia. (2021). *Peraturan Menteri Kelautan dan Perikanan Republik Indonesia Nomor 27 Tahun 2021 tentang Penangkapan Ikan dan/atau Pembudidayaan Ikan di Wilayah Pengelolaan Perikanan Negara Republik Indonesia yang Bukan Tujuan Komersial*. <https://peraturan.go.id/id/permen-kkp-no-27-tahun-2021>
- Kilmer, R., & Kilmer, W. , O. (2014). *Designing interiors (2nd ed.)*. Wiley.
- Lammers, A. (2025, December 20). *Futurism Design Movement: Merging Art with Innovation in Interior Design History*. Curatedbyaidankay. <https://curatedbyaidankay.com/blog/futurism>
- Minerva, I., & Kusumowidagdo, A. (2024). ELEMENTS OF RETAIL STORE INTERIOR DESIGN: A QUALITATIVE STUDY ON ENHANCING CUSTOMER IN STORE EXPERIENCE. *Aksen : Journal of Design and Creative Industry*, 9(1). <https://doi.org/10.37715/aksen.v9i1.4819>
- Neufert, E. (2002). *Data Arsitek Jilid 2* (A. Sjamsu, Tran.). Erlangga.

Panero, J., & Zelnik, M. (1979). *Human Dimension and Interior Space A Source Book of Design Reference Standards*.

Siahaan, D. (2024, June 8). *Memancing Hobi yang Kian Diminati*. Radio Republik Indonesia. [https://rri.co.id/sibolga/hobi/745473/memancing-hobi-yang-kian-diminati#google\\_vignette](https://rri.co.id/sibolga/hobi/745473/memancing-hobi-yang-kian-diminati#google_vignette)

Sucipto, I. B. (2021). Tipologi Ruang Komunal untuk Peningkatan Interaksi Sosial Penghuni pada Rumah Susun Sederhana Sewa di Jakarta. *Jurnal Lingkungan Binaan Indonesia*, 10(3), 132–137. <https://doi.org/10.32315/jlbi.v10i3.53>

Sukarno, G., & Nirawati, L. (2016). *KONTRIBUSI HUMAN CAPITAL DAN CUSTOMER CAPITAL DALAM MENGGAPAI KINERJA CAFÉ DAN RESTO DI SURABAYA*.

Xie, siqun. (2021). Research on the Design of Experiential Commercial Space. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, 515, 445–452.

