

BAB V

PENUTUP

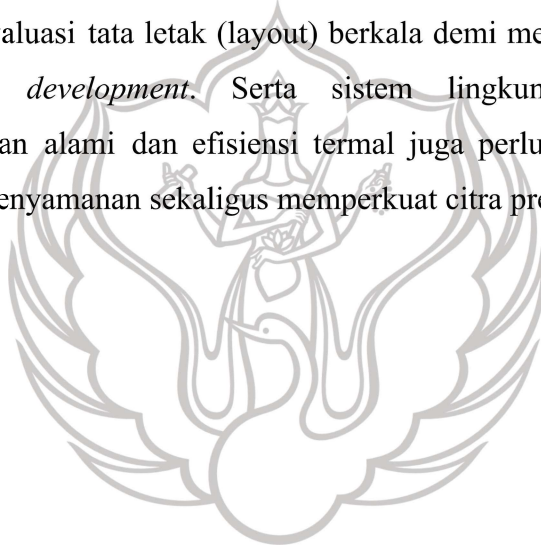
A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis masalah dan proses perancangan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa

1. Perancangan interior kantor Shiseido Indonesia di Jakarta Selatan mengusung konsep 'The House of Superstar: Where Beauty is Cultivated, Not Created' untuk menciptakan karakter visual yang kuat. Karakter ini mampu merepresentasikan citra global Shiseido sekaligus menyatukan identitas berbagai sub-brand dalam satu area melalui gaya *organic modern* yang diterapkan pada tata letak (*layout*), *furniture*, serta elemen estetis; hal ini diperkuat dengan pendekatan *brand identity* yang mengaplikasikan identitas setiap merek ke dalam masing-masing ruangan.
2. Guna mendukung aktivitas tim *marketing development*, perancangan ini menerapkan fleksibilitas ruang untuk mengoptimalkan seluruh kegiatan operasional secara efektif. Hal tersebut diwujudkan melalui penggunaan *furniture modular*, *area town hall* yang dapat dialihfungsikan sesuai dengan kebutuhan pengguna, penggunaan *sliding partition* untuk menambah luasan *area meeting* dan sebagainya
3. Perancangan ini menunjukkan bahwa desain interior kantor tidak hanya berfungsi untuk memenuhi kebutuhan operasional tetapi juga dapat menjadi referensi untuk perancangan ruang kerja modern yang mampu menyelaraskan aspek fungsionalitas, fleksibilitas tinggi, serta penguatan citra perusahaan (*corporate brand identity*) secara harmonis.

B. Saran

1. Perancangan interior kantor Shiseido Indonesia di Jakarta Selatan masih memiliki beberapa keterbatasan. Pembahasan mengenai representasi produk beserta fleksibilitas ruang untuk aktivitas *multi-brand* baru mencapai tahap konseptual, belum menyentuh teknis dan pengujian sistem yang mendalam. Oleh karena itu, peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengeksplorasi lebih lanjut mengenai efektivitas ruang kerja *multi-brand* tersebut. Selain itu, studi lanjutan tentang dampak psikologis material organik terhadap produktivitas karyawan juga sangat disarankan demi menyempurnakan penerapan gaya organic modern di masa mendatang.
2. Bagi kantor Shiseido Indonesia di Jakarta Selatan, Manajemen Shiseido Indonesia diharapkan dapat mengoptimalkan pemanfaatan ruang fleksibel melalui evaluasi tata letak (layout) berkala demi merespons dinamika tim *marketing development*. Serta sistem lingkungan kerja berbasis pencahayaan alami dan efisiensi termal juga perlu dipertahankan untuk menjaga kenyamanan sekaligus memperkuat citra premium global.



DAFTAR PUSTAKA

- Artanti, D. M., & Maharani, R. T. (2025). Pengaruh Fleksibilitas Ruang terhadap Penerapan Konsep Arsitektur Tropis pada C2O Library & Collabative. *Pengaruh Fleksibilitas Ruang terhadap Penerapan Konsep Arsitektur Tropis pada C2O Library & Collabative*, 13(2), 132-133.
- Dr. Sutirman. (2016, Februari). Efisiensi Kajian Administrasi. *XIV*.
- Eisman, T. T. (2022). Understanding the Mechanisms of Activity based Workspaces: A Case Study. *Understanding the Mechanisms of Activity based Workspaces: A Case Study*, 54(1). 10.1177/00139165211008240.
- Gie, T. L. (2025). *Administrasi Perkantoran Modern*. Liberty.
- Khan, A. S. (2014). Customer Perception towards Imported Cosmetics. *Customer Perception towards Imported Cosmetics*, Vol.6, No.28,(2014), 202 - 204. Retrieved 2014, from <https://www.iiste.org/Journals/index.php/EJBM/article/view/16019/16214>.
- Kilmer, R. (2014). *Designing Interiors* (ke 2 ed.). Wiley. Retrieved November Kamis, 2025, from <https://edunorth.wordpress.com/wp-content/uploads/2020/11/designing-interiors-kilmer-kilmer-2nd-2014.pdf>.
- Kotler, P. (2007). *Marketing Management* (1st ed.). Retrieved November jumat, 2025, from <https://www.pkotler.org/books>.
- Nuraida, I. (2021). *Manajemen Perkantoran* (elektronik ed.). PT Kanisius. <https://books.google.co.id/books?id=gjx2EAAAQBAJ&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>.
- Panero, J., & Zelnik, M. (2014). *Human Dimension and Interior Space: A Source Book of Design Reference Standards*. Clarkson Potter/Ten Speed.
- Pile, J. F. (2007). *Interior Design* (ke 3 ed.). Pearson Prentice Hall. Retrieved November 21, 2025, from https://archive.org/details/interiordesign0000pile_w3q0/page/n5/mode/2up.
- Poerwadarminta, W. J. S. (2003). *Kamus umum Bahasa Indonesia*. Balai Pustaka.
- Putri, A. (2017, Juni). Perkembangan Penggunaan Produk Kosmetik Di Indonesia. *Perkembangan Penggunaan Produk Kosmetik Di Indonesia*, 21(No. 2), 59. Retrieved November Kamis, 2025, from <https://journal.ubaya.ac.id/>.

- Sedarmayanti. (2011). Tata kerja dan produktivitas kerja : suatu tinjauan dari aspek ergonomi atau kaitan antara manusia dengan lingkungan kerjanya. In *Tata kerja dan produktivitas kerja : suatu tinjauan dari aspek ergonomi atau kaitan antara manusia dengan lingkungan kerjanya* (pp. 25-26). CV Mandar Maju. Retrieved November 22, 2025, from <https://elibrary.bsi.ac.id/readbook/205310/tata-kerja-dan-produktivitas-kerja-suatu-tinjauan-dari-aspek-ergonomi-atau-kaitan-antara-manusia-dengan-lingkungan-kerjanya>.
- Sudaryono. (2017). *Manajemen Pemasaran, Teori Dan Implementasi*. Andi Offset. Retrieved November 22, 2025, from https://books.google.co.id/books/about/Manajemen_Pemasaran_Teori_Dan_Implementasi.html?id=INjvz_wEACAAJ&redir_esc=y.
- Timothy, & Choandi, M. (2019, oktober). KANTOR DIGITAL KREATIF STARTUP. *KANTOR DIGITAL KREATIF STARTUP*, 1(2), 1521-1525. https://www.researchgate.net/publication/342660489_KANTOR_DIGITAL_KREATIF_STARTUP/fulltext/5eff23c4a6fdcc4ca4477624/KANTOR-DIGITAL-KREATIF-STARTUP.pdf.
- van Meel, J., Martens, Y., & Ree, H. J. v. (2010). *Planning Office Spaces: A Practical Guide for Managers and Designers*. Laurence King Publishing.
- Wardhana, A. (2024). *BRAND MANAGEMENT IN THE DIGITAL ERA* (Bahasa Indonesia ed.). EUREKA MEDIA AKSARA, AGUSTUS 2024 ANGGOTA IKAPI JAWA TENGAH NO. 225/JTE/2021.