

# Perancangan Interior Butik dan Kafe “TOPSHOP” di Surabaya

Jessica Cynthia Haryono, Ir. Hedy C. Indrani, M.T., Fenny Kurnia Dewi, S.Sn.

Program Studi Desain Interior, Universitas Kristen Petra

Jl. Siwalankerto 121-131, Surabaya

E-mail: Jessie\_cyn@yahoo.com

**Abstrak**— Perkembangan dunia *fashion* dan kuliner di Indonesia saat ini sangat berkembang pesat. Butik dan kafe merupakan hal yang sangat identik dengan kehidupan manusia. Perancangan butik dan kafe *Topshop* di Surabaya kali ini memiliki fasilitas seperti butik, kafe, area *fashion show*, area *nail art*, area permak pakaian dan juga area bermain anak. Konsep yang diangkat adalah “Oxford Street” yang merupakan nama jalan tempat pertama kalinya *Topshop* didirikan yaitu di London. Suasana yang dihadirkan adalah suasana jalanan tengah kota (*city walk*) yang dikelilingi oleh pertokoan dan juga kafe serta fasilitas publik yang banyak ditemui di sepanjang jalan.

**Kata Kunci**—Butik, Kafe, *Topshop*

**Abstrac**— Development of fashion and culinary in Indonesia is growing rapidly. Boutiques and cafes are very identical to human life. For this design of *Topshop* boutique and café in Surabaya have some facilities such as boutiques, cafes, fashion show area, nail art station, clothing reparation area and children’s play area. The concept is “Oxford Street” which is the name of the first place that *Topshop* was established, in London. The atmosphere that want to be created in this design is the atmosphere of city street which is surrounded by shop, café and another public facilities are also widely encountered along the way.

**Keyword**— Boutique, Café, *Topshop*

## I. PENDAHULUAN

Perkembangan *fashion* pada era ini sangat berkembang pesat. Hal tersebut dapat dilihat dengan muncul banyaknya jenis atau model pakaian yang berasal dari beberapa negara di dunia. Beberapa negara di dunia yang saat ini menjadi pusat mode dunia adalah London, New York, Milan dan Paris. Keempat negara tersebut masih menduduki peringkat teratas sebagai pusat mode dunia. Banyak sekali *brand* internasional yang lahir di negara-negara tersebut seperti contoh *FCUK*, *Zara*, *Ralph Lauren*, *Topshop*, *Banana Republic*, *Prada*, *Burberry* dan masih banyak lagi.

Ada beberapa *brand* internasional yang saat ini telah masuk di Surabaya, sebagai contoh *Zara*. Melihat dari banyaknya penggemar *brand* *Zara* ini, ada salah satu *brand* yang hampir setara dengan *Zara* yang belum pernah ada di Surabaya. *Brand* tersebut adalah *Topshop*.

*Topshop* merupakan sebuah *brand* internasional asal London yang menawarkan beberapa produk *fashion* seperti pakaian, sepatu, tas serta aksesoris. *Brand* yang didirikan pada tahun 1964 ini merupakan salah satu sponsor dari *fashion week* yang diadakan di London. Untuk target pengunjung dari butik ini adalah para remaja.

*Topshop* telah membuka beberapa cabang di berbagai belahan dunia, seperti Amerika, Australia, Cina serta Indonesia. Di Indonesia sendiri, telah dibuka beberapa cabang *Topshop* seperti di Jakarta, Bandung dan juga Bali. Di Jakarta, butik ini banyak sekali didatangi oleh para pengunjung khususnya pada hari sabtu dan minggu. Selain harganya yang masih dapat dijangkau oleh masyarakat setempat, produk yang ditawarkan juga memiliki kualitas terbaik.

Untuk fasilitas yang ditawarkan oleh *Topshop* pusat (*Oxford Street*) berbeda dengan butik yang ada di Indonesia. Yang membedakan adalah adanya sebuah kafe yang ada di dalamnya. Selain itu juga ada jasa permak gratis yang dikhususkan untuk para pelanggan yang telah membeli produk di butik ini. Fasilitas lain yang ditawarkan yaitu adanya *fashion show area* yang bertujuan untuk memperkenalkan koleksi terbaru dari *Topshop* dan dapat dinikmati oleh seluruh pengunjung yang datang. Kebanyakan butik yang ada di Indonesia berada di sebuah *mall* dengan fasilitas di dalamnya yang minim. Alasan memilih *Topshop* karena *brand* ini belum pernah ada sebelumnya di Surabaya. Selain itu juga karena produk yang ditawarkan sesuai dengan perkembangan tren *fashion* pada masa kini.

Perancangan *Topshop* butik dan kafe ini dilakukan dengan melihat juga dari aktivitas keseharian masyarakat di Surabaya pada waktu senggang. Kebanyakan dari wanita menghilangkan rasa jenuhnya terhadap rutinitas sehari-hari dengan cara berbelanja. Sedangkan untuk pria, mereka lebih suka untuk duduk santai di kafe bersama dengan teman-teman. Dengan adanya perancangan ini diharapkan dapat memperkenalkan dan memasarkan produk *Topshop* kepada masyarakat Surabaya dengan suasana interior dan fasilitas yang berbeda dengan butik yang lain.

Dalam perancangan *butik dan kafe* ini, ada suatu perumusan yang menjadi dasar dari perancangan, yaitu merancang interior butik dan kafe *Topshop* berdasarkan ciri dari *brand* ini. Selain itu perancangan ini juga akan

membawa suasana *Oxford* yang merupakan kota asal dari brand *Topshop*.

Dengan adanya perancangan ini diharapkan dapat memperkenalkan dan memasarkan produk *Topshop* kepada masyarakat Surabaya dengan suasana interior yang berbeda dengan butik yang lain.

## II. METODE PERANCANGAN

Metode perancangan yang digunakan adalah kualitatif terapan dimana tahapan yang dilakukan adalah mencari data dengan cara eksplorasi untuk mendapatkan data lapangan, tipologi dan juga literature. Pengumpulan data ini dapat dilakukan dengan survei lapangan, studi literature dan juga wawancara kepada sumber. Setelah data terkumpul kemudian diolah dengan menggunakan tahapan mendesain (Programming, konsep desain dan transformasi desain). Tahap terakhir yang dilakukan adalah menganalisis data yang telah diolah.

## III. KONSEP DESAIN

Ide dasar dari konsep perancangan ini adalah *Oxford street*, Inggris, yang merupakan asal mula tempat lahirnya brand *Topshop* pada tahun 1964. *Oxford Street* ini merupakan *Shopping Street* yang paling banyak dikunjungi oleh wisatawan dalam negeri maupun luar negeri. Jalan ini juga dikenal dengan tempat lahirnya brand *fashion* lain yang telah mendunia. Di sepanjang jalan ini juga terdapat salah satu *intersection* terpadat dan tersibuk di benua Eropa yang sering disebut dengan *Oxford Circus* yang memiliki bentuk yang khas yaitu bercabang ke empat arah yang berbeda.

Perancangan kali ini akan menghadirkan suasana jalanan di *oxford street*, sehingga setiap pengunjung yang masuk dalam butik dan kafe ini seakan-akan sedang memasuki suatu kota kecil yang berada dalam sebuah gedung. Pengunjung diberikan dua alternatif suasana ruang yang berbeda yaitu *outdoor* dan *indoor*. Di dalam gedung ini juga terdapat *stand* yang jika dilihat dari luar akan terlihat seperti toko-toko yang ada di jalanan sebuah kota. Selain itu juga akan ada replika bis khas Inggris yang di dalamnya berfungsi sebagai butik dengan koleksi terbaru. Di tempat lain juga ada *telephone booth* dan juga kursi taman yang nantinya akan menghiasi ruang ini seperti sedang berada di jalanan.

Style yang akan digunakan dalam perancangan ini adalah *English Country Style*. Dimana aksesoris yang diaplikasikan pada *furniture* maupun dinding menjadi komponen utama dari interior *English Country* ini. Selain itu juga ada permainan warna yang cenderung kontras.

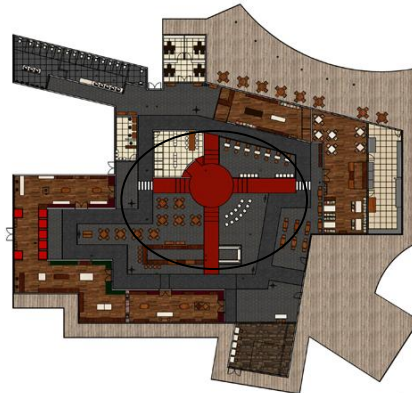
## IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah melalui beberapa tahapan, muncullah suatu pemecahan masalah yang diterapkan ke dalam bentuk desain, berikut adalah pembahasannya:

### A. Lantai

Untuk warna dan pola lantai merupakan salah satu fitur yang paling menonjol dari *English Country Style*. [1]. Penggunaan lantai kayu sangat dominan untuk style ini. Selain penutup lantai dari kayu, karpet juga membuat ruangan dengan style ini lebih terlihat. Untuk pemilihan warna, banyak digunakan warna yang cerah, tajam dan kontras yang cenderung ke warna gelap. Bagian dinding yang menggunakan *wallpaper* dengan motif bunga atau garis-garis ataupun kotak-kotak sering digunakan untuk melengkapi *English country* menjadi lebih sempurna.

Untuk lantai, ada beberapa macam pola lantai yang akan diaplikasikan pada perancangan. Salah satu pola lantai yang menjadi *vocal point* berada di tengah ruangan yang mengadopsi dari bentuk *Oxford Circus*.



Gambar 1. Layout

Pola lantai yang kedua adalah pola lantai yang mengelilingi keseluruhan gedung yang diibaratkan sebagai jalan sehingga dapat mengarahkan pengunjung untuk dapat mengelilingi secara keseluruhan gedung ini. Pola lantai yang lainnya tidak ada pola khusus tetapi penggunaan bahannya berbeda karena ruangan ini diibaratkan berada di sebuah pertokoan. Bahan yang akan digunakan adalah lantai parket.

Untuk ketinggian antar lantai tidak ada perbedaan. Hal ini dikarenakan supaya tidak terjadi sesuatu yang diinginkan seperti tersandung. Selain itu juga karena desain ini ditujukan untuk siapa saja sehingga mudah untuk dijangkau.

### B. Dinding



Gambar 2. Interior butik bis view 1

Penggunaan bahan dinding pada butik sebagian besar adalah batu batu putih yang diekspos. Warna putih dipilih

karena warna ini memiliki karakter yang kontras dengan warna lantai kayu. Untuk dinding pada area ini, bahan yang digunakan mengkombinasikan antara batu bata dengan kayu yang berwarna putih. Penggunaan warna putih ini bertujuan supaya produk yang ditawarkan terlihat lebih menonjol



sehingga memudahkan pengunjung untuk memilih produk.

Gambar 3. Interior area sepatu

Material dinding yang digunakan pada area sepatu ini adalah dinding kayu warna putih yang dikombinasikan dengan batu bata merah. Dinding batu bata merah ini berfungsi sebagai pembatas antara area sepatu dengan area butik.



Gambar 4. Interior kafe

Material dinding yang digunakan pada interior kafe adalah kombinasi antara batu bata merah dengan kayu warna putih. Penggunaan material batu bata ini menjadi *vocal point* dalam interior kafe. Selain itu, jika dilihat dari psikologis warna, warna merah dapat berfungsi untuk membangkitkan selera makan para pengunjung. Untuk lantai, bahan yang digunakan adalah lantai kayu.

### C. Plafon

Keseluruhan dari plafon butik dan kafe Topshop ini menggunakan gypsum dengan warna gelap (coklat tua). Hal tersebut dikarenakan untuk menyamarkan ketinggian plafon yang tinggi.

### D. Furniture

[1]. Penggunaan *furnishing* kain dan juga bludru lebih banyak digunakan. Selain itu juga adanya *furniture* kuno dan berukuran besar akan menambah unsur *English Country* menjadi lebih kuat asalkan membuat penggunaanya menjadi nyaman.



Gambar Interior bis view

5. butik 2



Gambar 6. Interior butik

[2]. Tipe *display* yang digunakan pada area butik adalah *on walls panels* dimana bentuk *display* menempel pada dinding dan peletakkan produknya dengan cara digantung. Selain itu juga menggunakan *display* dengan tipe *free standing on the floor* dimana bentuk *display* ini berdiri sendiri dan peletakkan produknya diletakkan di atasnya.



Gambar 7. Interior kafe dengan tempat duduk sofa

Pada kafe, kursi yang digunakan ada 2 macam, yang pertama ada sofa. Sofa ini digunakan bagi para pengunjung dengan jumlah orang dalam satu rombongan lebih dari 4 orang. Selain sofa juga ada *individual chair*. Warna dari kedua tipe kursi ini ada dua yaitu putih dan coklat. Warna kain yang digunakan pada dudukan kursi ini juga ada dua macam dengan motif yang hampir sama.

### E. Elemen Dekoratif

[1]. Dalam menciptakan suasana English Country dalam ruang, aksesoris sangat berperan penting. Semakin banyak aksesoris yang digunakan semakin baik. Aksesoris yang biasa digunakan untuk menghiasi ruang adalah barang-barang yang merupakan karya seni, maupun koleksi lainnya, dan juga barang dengan motif bunga.



Gambar 8. Interior kafe dengan tempat duduk sofa view 2

Penggunaan motif bunga-bunga yang menjadi ciri dari English Country Style terdapat pada kain dudukan kursi. Selain itu juga ada unsur dekoratif lainnya seperti lampu gantung ataupun pigura. Di area lain juga terdapat aksesoris seperti gelas dan juga piring yang di-*display* untuk menambah unsur estetika dari ruang.

Penggunaan lampu dalam jumlah banyak dengan pemilihan kap lampu yang unik akan lebih menghidupkan suasana. Untuk bahan yang digunakan dapat terbuat dari kuningan yang *chrome*, kayu pun juga dapat digunakan.



Gambar 9. Area duduk kafe

Penggunaan lampu gantung dan juga lampu yang menempel di dinding lebih menghidupkan suasana dalam kafe ini. Untuk penggunaan lampu gantung dan juga lampu tempel secara keseluruhan pada interior butik dan kafe ini, bentuk yang digunakan sama.

Pada ruang secara keseluruhan, lampu yang digunakan adalah [3]. *General Lighting* yang memiliki fungsi untuk menerangi keseluruhan ruang sehingga semua benda yang berada di ruang tersebut akan terlihat. Selain itu *Accent Lighting* juga digunakan. Lampu ini berfungsi untuk menciptakan suasana tertentu untuk menyinari suatu objek untuk perhatian pengunjung.

### F. Sirkulasi Butik

Secara keseluruhan, bentuk dasar yang digunakan dalam penataan ini adalah [4]. *Pathway Plan* dimana pada tipe ini pola penataannya mengarahkan pengunjung dari area depan hingga ke area belakang tanpa tehalang oleh *display*. Tipe ini juga menghindari kesan berantakan.

### G. Sirkulasi Kafe

Penataan sirkulasi kafe menggunakan tipe [5]. *Radial Circulation* dimana pengunjung diarahkan pada satu tempat tetapi bebas memilih jalan mana yang dipilih. Pola sirkulasinya linier tetapi bercabang dan pembagian ruangnya jelas.

### H. Sistem Pelayanan

Sistem pelayanan yang digunakan adalah [5]. *Waiter of waitress service to table*. Pada sistem ini pengunjung yang datang langsung menuju ke tempat duduk yang telah disediakan yang kemudian akan dilayani oleh pelayan. Pelayanan ini bersifat formal.

### I. Fashion Runway Stage

Jenis panggung yang digunakan adalah [6]. *Public Event Runway* dimana acara peragaan busana ini terbuka untuk umum. Jenis peragaan busana ini biasanya digunakan untuk memperkenalkan produk *fashion* terbaru yang tersedia di pasaran.

## V. KESIMPULAN

Perancangan ini *Topshop* ini dilatarbelakangi oleh belum adanya *brand* ini yang masuk di Surabaya padahal peminat dari *brand* ini sangat banyak. Suasana yang dihadirkan di dalam perancangan kali ini juga berbeda dengan perancangan butik dan kafe yang lain karena fasilitas yang ditawarkan juga berbeda dan jarang ditemui di Surabaya. Perancangan ini tetap memasukkan unsur *english* di dalamnya karena merupakan ciri khas dari *brand* ini. Hal tersebut dapat dilihat dari konsep yang digunakan.

Konsep yang diangkat dalam perancangan ini adalah "Oxford Street" yang merupakan nama jalan di London yang merupakan tempat pertama kali didirikannya *Topshop*. Suasana yang dihadirkan menyerupai jalanan di tengah kota. Hal tersebut dapat dilihat dari bentuk dari interior yang ada didalamnya dan juga elemen dekoratif. Suasana *country* pun terlihat dengan adanya penggunaan material terhadap elemen interior maupun elemen pendukung. Untuk pola penataan ruang menggunakan prinsip bentuk *city walk* dimana jalanan kota di kelilingi oleh pertokoan dan juga kafe.

Dengan berbelanja di *Topshop* ini, para wanita tidak perlu khawatir terhadap siapa yang akan menemaninya berbelanja baik pria maupun wanita dari segala usia. Adanya *fashion show* yang diadakan setiap minggunya diharapkan dapat memperkenalkan produk terbaru dari *Topshop*. Selain itu acara *fashion show* ini juga digunakan untuk menghibur para pengunjung yang datang.

### UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis J.C.H. mengucapkan terima kasih kepada para dosen pembimbing dan juga keluarga serta kerabat yang telah memberikan saran dan motivasi dalam proses pembuatan dari awal hingga akhir.

### DAFTAR PUSTAKA

- [1]Fowler, Julie. *English Country*. Japan: The Tuttle Shokai Inc.
- [2]Green, William. *The Retail Store*. Edisi kedua.
- [3]Winchip, Susan. 2011. *Fundamentals of Lighting*. Edisi kedua.
- [4]Vilma Barr and Charles E. Broudy. *Designing to Sell*. Edisi kedua. 1990
- [5]Kühne, Günther. 1973. *New Restaurants*. New York: Architectural Book. Publishing Co.
- [6]Sanggarwati, Ratih. *Kiat Menjadi Model Profesional*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama,2003.