

Perancangan Interior Pusat Perbelanjaan Khusus Wanita di Surabaya dengan Konsep *Elegant Beauty*

Metta Dewi , Martino Dwi Nugroho, Poppy F Nilasari
Program Studi Desain Interior, Universitas Kristen Petra
Jl. Siwalankerto 121-131, Surabaya

E-mail: mettametoo@gmail.com ; martino.dwinugroho@yahoo.com dan popie@peter.petra.ac.id

Abstrak— Perancangan interior ini dilatarbelakangi oleh kebutuhan wanita akan berbelanja terutama untuk kota besar seperti Surabaya. Kebutuhan ini tentunya perlu untuk difasilitasi. Pusat perbelanjaan yang memiliki beberapa retail dan tempat untuk bersantai diminati oleh wanita. Oleh karena itu dibuatlah perancangan interior pusat perbelanjaan khusus wanita di Surabaya. Dengan adanya perancangan pusat perbelanjaan khusus wanita ini diharapkan dapat menjadi contoh pusat perbelanjaan lainnya untuk dapat mengkhususkan pusat perbelanjaan bagi wanita.

Tema dari perancangan adalah "*elegant beauty*" yang tentunya cocok dengan sifat wanita, target perancangan adalah usia remaja dan dewasa muda.

Kata kunci— Perancangan interior, Wanita, Perbelanjaan, Retail.

Abstract— *This work design is motivated by women's need for shopping specially for a big city like Surabaya. This need would need to be facilitated. A Shopping center which have few retails and a place to relax is demand by women. Therefore, designing shopping center interior for women in Surabaya was made.*

The design theme is "elegant beauty" which is compactible with women character, target design is a women teenage and women young adult. This shopping center for women design project expected to become an example for other shopping center for specializing shopping center for women.

Keyword— *Interior Design, Women, Shopping, Retail.*

I. PENDAHULUAN

PADA kehidupan yang serba moderen ini, *shopping* [1] menjadi suatu kegiatan yang wajib untuk dilakukan baik untuk memenuhi kebutuhan hidup, tuntutan prestisitas, atau bahkan sekedar menjadi kesenangan pribadi. Tuntutan berbelanja wanita lebih tinggi daripada laki-laki. Hal ini didasari karena fashion wanita lebih beragam dibandingkan dengan laki-laki. Barang-barang yang menjadi incaran belanja bagi para wanita sangatlah beragam, dimulai dari pakaian, sepatu, tas, make up, kacamata fashion, sabuk fashion dan aksesoris-aksesoris lainnya. Untuk memenuhi kegiatan berbelanja dibutuhkan toko yang menjual barang-barang tersebut.

Pada kota besar seperti Surabaya, kegiatan *shopping* dapat tersalurkan melalui beberapa *shopping center* [2] dan *mall*

yang ada. Di beberapa mall yang besar, berbagai macam pilihan barang dan merek tersedia, Namun tidak semua kebutuhan belanja wanita dapat tersalurkan melalui satu mall saja. Wanita mengunjungi beberapa mall untuk memenuhi seluruh kegiatan *shopping*nya. Hal ini menjadi masalah bagi para wanita yang sibuk. Kemajuan teknologi membantu permasalahan ini, caranya adalah dengan melakukan *shopping via online*. Saat ini sudah banyak merek yang menawarkan produknya tidak hanya melalui retailer-retailer namun juga via *online*, bahkan juga ada beberapa situs *online* yang menawarkan aneka kebutuhan wanita. Akan tetapi ternyata hal ini bukan menjadi sebuah jawaban yang baik, karena banyak masalah yang terjadi, misalnya ukurannya tidak cocok, barang yang datang terlambat, barang cacat atau bahkan kasus penipuan. Hal ini dikarenakan karena pembeli tidak dapat mencoba atau mengecek barang, dan harus melalui proses yang panjang dalam pengiriman menuju pembeli. Oleh karena itu, dibutuhkanlah sebuah wadah yang menampung semua kebutuhan berbelanja wanita sehingga para wanita yang sibuk dapat berbelanja tanpa harus menyita waktu terlalu banyak dalam perjalanan mall yang satu ke mall [3] yang lainnya. Kesesuaian desain interior dengan *brand* merek yang akan dimasukkan kedalam area *shopping* menjadi salah satu faktor penting dalam pencitraan dari bangunan. Kesesuaian ini menjadikan interior tersebut juga menjadi bagian dari *brand* merek yang ada.

Dengan adanya kebutuhan *shopping* inilah penulis ingin merancang area yang mewadahi kegiatan belanja yang dikhususkan untuk wanita terutama wanita yang mempunyai jadwal padat

II. KONSEP PERANCANGAN

Wanita selalu identik dengan hal-hal yang berbau feminim. Femininitas sendiri sudah tak terpisahkan dari wanita. Dari beberapa sisi feminim wanita, diambil salah satu simbol untuk mempresentasikan feminim [4] wanita, yaitu bunga. Bunga yang diambil adalah bunga kamboja yang mempunyai nama lain frangipani. Bunga ini sering dijumpai terutama di Bali.

Disisi lain seorang wanita dapat dikatakan feminim bila mempunyai sifat anggun, rapi dan luwes [5]. Keluwesan wanita ini terlihat dari perilaku dan tata cara wanita dalam bersikap, bertata cara maupun berpakaian.

Dari kedua dasar ide inilah maka diambil konsep "Beauty Elegant" Bunga kamboja mempresentasikan kecantikan, dan keluwesan dari wanita mempresentasikan elegan.

Elegant Beauty

Konsep "beauty elegant" mempunyai suasana santai dan semi formal., Untuk menghadirkan suasana tersebut, maka digunakan style, bentuk, warna, dan material sebagai berikut:

- **Style:** menggunakan gaya desain post modern. *Style post modern* menjadi trend dimasa kini dan disukai masyarakat urban karena desainnya yang menarik dan kreatif.

- **Bentuk :** menggunakan stilasi dari bentuk bunga kamboja

- **Warna :** warna dominan yang digunakan adalah warna putih, selain sebagai warna natural yang cocok dipadu padankan dengan warna-warna lainnya, warna putih dapat menjadi indah jika diberi efek cahaya

- **Material :** kesesuaian material dengan konsep dan gaya desain harus diperhatikan, karena itu material yang digunakan adalah berupa kaca, besi, dan fiberglass yang cocok dengan *style post modern*

- **Pola penataan** menggunakan alur sirkulasi linier bercabang dengan penataan area secara random namun tetap tertata. Area retail-retail berada pada area yang sama, area cafe berada di dekat pintu utama dan pengunjung dibebaskan untuk memilih.

Lantai

- Untuk mencapai kesan elegant, lantai menggunakan material granit dan keramik.

Dinding

- Pada penataan tiap retail, dinding dibuat partisi dan juga berfungsi sebagai display

Plafon

- Plafon menggunakan gypsum board dengan permainan leveling.

Perabot

- Perabot banyak menggunakan material fiberglass. Material fiberglass digunakan karena selain bisa dicetak sesuai keinginan, material ini kokoh dan dapat diwarnai sesuai keinginan.

Pencahayaannya

- Pencahayaannya [6] buatan menggunakan lampu downlight, lampu spotlight dan juga lampu hidden.

Penghawaannya

- Penghawaannya menggunakan AC sentral yang sudah terpasang didalam gedung

Proteksi Kebakaran

- Proteksi kebakaran menggunakan APAR dan smoke detector. Smoke detector ada di setiap area, sedangkan APAR diletakkan pada titik-titik tertentu.

Keamanan

- Keamanan terbagi menjadi dua yaitu keamanan menggunakan CCTV dan juga menggunakan security dari satpam yang menjaga gedung.

Akustik

- Akustik diletakkan di tiap-tiap area kecuali untuk area kantor. Akustik berupa speaker yang nantinya dapat digunakan untuk memutar musik bagi para pengunjung.

Sistem Pembayaran

- Sistem pembayaran dilakukan hanya pada kasir yang telah diletakkan secara tersebar.



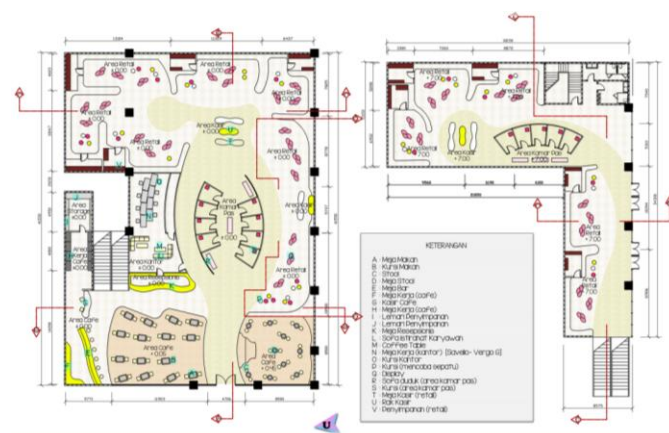
Gambar 1: Konsep Desain

Menurut Jencks[7] arsitektur *post modern* berkaitan dengan kemajemukan dan kerumitan dua kata ini merupakan permulaan dan merupakan pusat dari *style post modern* sendiri. Berlawanan dari *style moderen* yang sederhana, *post-modern* sangat menyadari bahwa arsitektur adalah sebuah bahasa yang dapat dirasakan melalui kode, yang mana setiap desain dapat berbeda karena adanya perbedaan pada setiap kebudayaan.

Post-modern merupakan gerakan abad akhir ke-20 dalam seni, arsitektur, dan kritik itu adalah keberangkatan dari modernisme. Postmodernisme termasuk interpretasi skeptis terhadap budaya, sastra, seni, filsafat, sejarah, ekonomi, arsitektur, fiksi, dan kritik sastra. Hal ini sering dikaitkan dengan dekonstruksi dan pasca-strukturalisme karena penggunaannya sebagai istilah mendapatkan popularitas yang signifikan pada waktu yang sama sebagai abad kedua puluh dalam pemikiran post-struktural.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

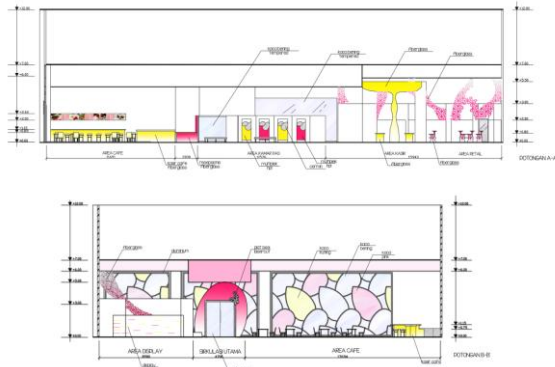
A. *Layout Pusat Perbelanjaan Khusus Wanita*



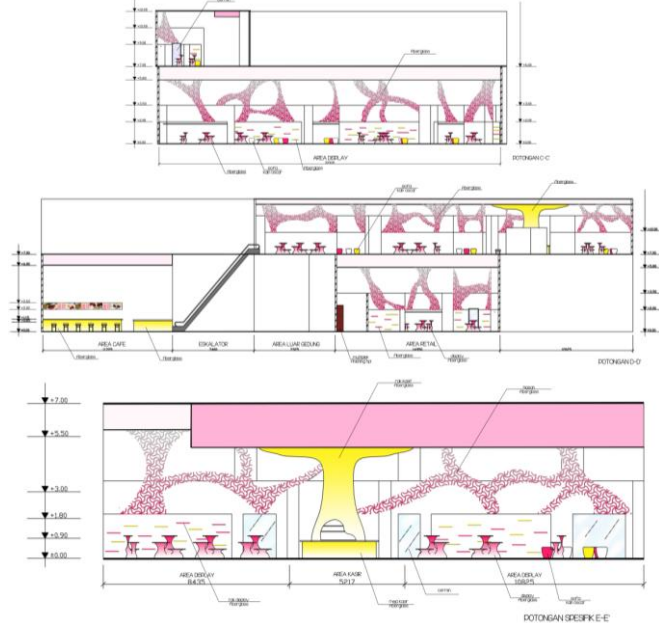
Gambar 2: *Layout* Desain

Pola dari *layout* merupakan pola yang didapat dari transformasi *layout* sebelumnya dengan mempertimbangkan standart sirkulasi. Sirkulasi menggunakan linear bercabang sehingga pengunjung lebih fleksibel didalam melakukan kegiatan berbelanja dan beristirahat di cafe

B. Potongan Pusat Perbelanjaan Khusus Wanita



Gambar 3: Potongan A-A', B-B'



Gambar 4: Potongan C-C', D-D', E-E'

Pada potongan menggunakan elemen interior sebagai penghias ruang. Bentuk ini didapat dari pengolahan stilasi bunga kamboja.

B. Perspektif Pusat Perbelanjaan Khusus Wanita



Gambar 5: Perspektif Main Entrance

Main entrance merupakan salah satu hal penting didalam menyampaikan konsep daripada sebuah interior bangunan karena main entrance terlihat dari luar ruangan.

Jendela pada main entrance merupakan bentuk dari stilasi bunga kamboja



Gambar 6: Perspektif Area Cafe

Area cafe berada pada depan dekat dengan pintu utama. Area makan berada di sebelah jendela. Hal ini ditujukan supaya ketika beristirahat dan memesan makanan atau minuman di cafe, pengunjung dapat melihat keadaan luar bangunan melalui kaca yang ada. Cafe pada perancangan ini merupakan area tambahan yang difungsikan sebagai area untuk beristirahat dan bersantai disela-sela waktu berbelanja. Karena fungsinya hanya sebagai tempat bersantai, cafe tidak menyediakan makanan berat.



Gambar 7: Perspektif Area Display

Area retail tersebar menjadi beberapa retail. meski demikian bentuk dan suasana interiornya dibuat sama supaya tetap menyatu secara keseluruhan. Area retail dibuat menjadi pembagian retail-retail kecil dan juga penambahan retail sepatu dan retail kosmetik. Pembagian retail ini berdasarkan usia, usia remaja mendapatkan area retail pada lantai 2 dan dewasa muda berada pada lantai 1. Pembagian ini dibuat untuk memudahkan pengunjung dalam melihat-lihat barang sesuai dengan usia masing-masing.



Gambar 8: Perspektif Resepsionis dan Informasi

Resepsionis terletak pada area depan dekat dengan pintu utama, hal ini ditujukan supaya pengunjung dapat dengan mudah menjangkaunya. Area resepsionis dan informasi dijadikan satu dengan area pembungkusan supaya hemat tempat. Selain itu kegiatan yang terjadi tidak akan mengganggu satu sama lain.



Gambar 9: Perspektif Kamar Pas

Area kamar pas dibuat setengah lengkung supaya terlihat luwes, letak kamar pas berada ditengah supaya mudah dijangkau. Pintu pada kamar pas sengaja tidak diberi handel supaya kesan rapi pada pintu terasa. Pada bagian pintu depan terdapat cermin

IV. KESIMPULAN

Perancangan pusat perbelanjaan khusus wanita di Surabaya ini dilatarbelakangi atas dasar belum adanya wadah untuk memenuhi kebutuhan wanita akan berbelanja disatu lokasi yang dikhususkan untuk wanita terutama untuk kota Surabaya. Selain itu untuk merancang suatu interior pusat perbelanjaan yang dikhususkan untuk wanita supaya interior tersebut nantinya dapat membuat wanita merasa lebih nyaman didalam berbelanja.

Konsep dari perancangan ini adalah *elegant beauty* dengan menggunakan penerapan dari bunga kamboja (frangipani) Bunga kamboja merupakan bunga yang indah dan cantik,

cocok untuk melambangkan femininitas wanita. *Elegant beauty* diterapkan pada interior dengan menggunakan bentukun lengkung yang luwes dan anggun. Gaya desain yang digunakan adalah *post-modern*. Gaya desain *post-modern* cukup fleksibel dengan waktu sehingga dapat bertahan hingga beberapa tahun kedepan, selain itu gaya ini juga cocok dengan industri *fashion* pada saat ini. Karena gaya desain *post-modern* yang bebas dan fleksibel, maka tidak ada suatu aturan khusus didalam desainnya dapat menjadi lebih luwes dan bebas, sehingga cocok dengan konsep *elegant beauty*

Dengan adanya pusat perbelanjaan wanita ini diharapkan untuk kedepannya dapat bermanfaat dan menjadi awal bagi pusat perbelanjaan yang lain untuk dapat mengkhususkan perbelanjaan bagi wanita terutama bagi kota Surabaya sehingga dapat menjadi kota dengan pusat perbelanjaan khusus wanita terbaik di Indonesia.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis Metta Dewi pertama-tama mengucapkan terima kasih kepada Tuhan yang Maha Esa yang telah menyertai penulis selama mengerjakan jurnal ini. Atas segala berkat dan karunia-Nya maka jurnal ini mampu terselesaikan dengan baik dan tepat pada waktunya.

Tidak terlepas dari bantuan banyak pihak maka pada kesempatan kali ini penulis ingin berterima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak tersebut, yaitu:

1. Martino Dwi Nugroho, S.Sn, M.A. dan Poppy F Nilasari, S.T., selaku pembimbing.
2. Keluarga dan teman teman yang telah memberikan semangat dan dukungan baik moril maupun material.

Akhir kata, bak kata pepatah tiada gading yang tak retak sebagaimana laporan ini masih jauh dari sempurna. Apabila terdapat kesalahan, penulis mengharapakan kritik dan saran agar selanjutnya dapat lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] ULI. The Urban Institute. *Shopping Center. Development Handbook*. Second Edition, 1985
- [2] Beddington, Nadine, MBE, FRIBA, FSIAD. *Design For Shopping Centres*. London : The Architectural Press , 1982
- [3] Pitrowski, Christine M & Rogers, Elizabeth A. (2007). *Designing Commercial Interior Second Edition*. New Jersey: John Wiley & Sons.
- [4] Hurlock E. B. *Psikologi Perkembangan: Suatu Pendekatan Sepanjang*
- [5] www.plannedparenthood.org/health-topics/sexual-orientation-gender/gender-gender-identity-26530.htm
- [6] Yee, Roger. *Lighting Spaces*. New York: Visual Reference Publication, Inc, 2007
- [7] Jencks, Charles. *The Language of Post-Modern Architecture*. Great Britain: Academy Edition. 1991