

# Kajian dan Perancangan Mebel Fleksibel pada Retail Sepatu dan Tas Bergaya Modern

Felicia Wagiri, Adi Santosa, Filipus Priyo Suprobo  
 Program Studi Desain Interior, Universitas Kristen Petra  
 Jl. Siwalankerto 121-131, Surabaya  
*E-mail:* felicia\_wagiri@yahoo; adis.petra.ac.id

**Abstrak**—Retail yang berbasis toko adalah bisnis yang paling banyak digeluti saat ini. Tingginya tingkat persaingan menuntut para retailer harus mampu mengakomodir kebutuhan-kebutuhan konsumen dengan desain interior yang memiliki integritas dan mampu bersaing, tetapi dengan harga jual produk yang lebih kompetitif. Desain harus dibuat fleksibel dan adaptif terhadap perubahan. Oleh sebab itu, dibutuhkan sebuah desain mebel yang mengutamakan efisiensi dan efektifitas, yang dapat menjawab permasalahan dan kebutuhan pengguna akan kenyamanan. Desain tersebut hanya dapat tercapai dengan mengadakan survei lapangan yang diimbangi dengan studi literatur mengenai dasar-dasar layout, jenis-jenis dan syarat-syarat mebel pada retail, sistem konstruksi, serta studi alternatif pemilihan material dan gaya desain. Dengan demikian akan diperoleh rumusan berupa ketentuan dalam mendesain sebuah mebel fleksibel yang baik, yang nantinya akan diaplikasikan dalam perancangan mebel untuk retail sepatu dan tas.

**Kata Kunci**—Mebel fleksibel, retail tas dan sepatu, modern.

**Abstrac**—Nowadays, store-based retailing is one of the most popular businesses. Fierce competition requires retailers to be able to accommodate customer's needs with high integrity and competitive interior design at the modest price. Design shall be flexible and adaptive to the changes. Therefore, it is essential to make a furniture design which enhances the efficiency and effectiveness value that leads to the convenience of the users. It would be only achieved by conducting a thorough survey as well as a comprehensive study literature of the layout basics, furniture design types and terms, construction systems, and alternatives studies of styles and materials selection. Thus the formula will be obtained in the form of provisions in the good design of a flexible furniture, that will be applied in the design for shoes and bags retail.

**Keyword**—Flexible furniture, retail bags and shoes, modern.

## I. PENDAHULUAN

SEIRING dengan kemajuan ekonomi dan perkembangan kebutuhan serta pola hidup masyarakat, mulai banyak bermunculan pusat-pusat perbelanjaan baru. Kehadiran pusat-pusat perbelanjaan ini menjadi salah satu bisnis yang paling dinamis, khususnya bisnis di bidang retail yang berbasis toko. Hal tersebut mengakibatkan terciptanya iklim bisnis yang kompetitif. Agar dapat tetap bertahan, bisnis retail harus mampu mengantisipasi perubahan yang dalam pasar dan harus cepat tanggap mengadaptasinya sehingga selalu sesuai dengan

*life style* masyarakat. Retail juga harus menganalisis perilaku serta keinginan pasar yang terus berubah.

Mereka, para pelaku bisnis retail berlomba-lomba untuk menciptakan *positioning* dan konsep toko yang mampu menghadirkan nuansa, atmosfer, serta estetika yang menarik bagi pelanggan. Mereka dituntut untuk dapat meningkatkan efisiensi dan efektifitas dalam hal desain baik produk maupun interior agar dapat mendongkrak popularitas, meningkatkan kualitas sehingga tidak kalah bersaing. Melihat karakter dan pola pasar yang cenderung mudah bosan, maka desain harus dibuat fleksibel dan adaptif terhadap perubahan, khususnya pada *event* promosi tertentu seperti Lebaran dan hari Natal. Didasarkan pada hal tersebut, pengubahan dan penataan ulang *layout* yang dilakukan secara berkala menjadi penting mengingat keinginan dan kebutuhan pasar yang terus berubah dan berkembang. Untuk itu pihak desainer harus mampu mengakomodir kebutuhan retailer sehingga desain interior yang dihasilkan memiliki integritas dan mampu bersaing dengan perusahaan-perusahaan lain, tetapi dengan harga yang lebih kompetitif tanpa harus membebankan biaya desain pada produk dengan menaikkan harga jual.

Desain retail dalam hal ini adalah retail sepatu dan tas harus mampu memberikan solusi dan investasi kepada retailer sebagai perwujudan nilai ekonomis dengan menekan biaya re-desain dan mengurangi produksi limbah yang dihasilkan dari penataan ulang *layout* yang berubah-ubah setiap periode tertentu. Oleh sebab itu, dibutuhkan inovasi dalam hal desain mebel, yang mampu mengakomodasi kebutuhan dan keinginan konsumen, serta mengutamakan fungsi dan bersifat fleksibel, sehingga dapat menghemat biaya dari segi pembelian mebel. Desain mebel yang dipilih harus dapat mencakup berbagai aspek terutama aspek sirkulasi yang berhubungan dengan *layout*, elemen interior, dan produk *display* yang dijual.

## II. METODE PENELITIAN

### A. Tahap Kolektif Data

Metode pengumpulan data dengan acuan studi literatur menjadi dasar perancangan. Studi literatur diambil dari penelitian terdahulu, jurnal, buku, maupun internet yang berkaitan dengan perancangan mebel untuk retail sepatu dan tas. Sumber-sumber tersebut digunakan sebagai pegangan pokok dan data pembanding. Perbandingan dilakukan terhadap

fakta yang terdapat di lapangan dengan standar pada literatur.

Metode wawancara dilakukan untuk memperoleh data fisik dan non fisik yang menunjang penelitian dan perancangan. Wawancara ini dilakukan kepada konsumen yang datang baik yang membeli ataupun tidak, kepada para pegawai, dan pemilik toko guna mengetahui kebutuhan dan permasalahan yang ada. Metode ini dilakukan di beberapa toko sepatu dan tas dengan tingkat pasar yang berbeda-beda. Wawancara juga dilakukan kepada pihak retailer dan produsen mebel untuk memperoleh data kebutuhan sekaligus permasalahan yang sering terjadi di lapangan terkait perancangan mebel retail.

Metode observasi dengan pengamatan langsung dan pemotretan terhadap objek untuk dijadikan pembanding, yang meliputi keadaan, suasana, aktivitas, dan alternatif bentuk perabot. Dalam penelitian ini, penulis mengadakan observasi lapangan dengan menggunakan kamera untuk mengambil gambaran wujud fisik ruang dan perabot [1].

**B. Tahap Interpretasi Data**

Hasil pengumpulan data kemudian diinterpretasikan sehingga data-data tersebut memberikan informasi yang bermanfaat bagi peneliti, hingga akhirnya keluar kesimpulan masalah dan kebutuhan yang membutuhkan penyelesaian. Pada jenis penelitian *eksplanatory*, interpretasi data adalah tahap mengkaitkan hubungan antara berbagai variabel penelitian untuk menjawab apakah hipotesa dapat diterima atau ditolak [1]. Jenis data dapat berupa rekaman audio video ataupun wawancara. Sedangkan sumber data melibatkan unsur manusia di mana peneliti terlibat langsung dalam penelitian dengan narasumber atau partisipan. Untuk populasi dan sampel menggunakan tipe trianjulasi di mana data-data yang telah dikumpulkan kemudian dikelompokkan hingga membentuk tiga kelompok kompeten yang saling terkait dan saling mempengaruhi satu sama lain sehingga dapat mengkonfirmasi data dan membawa arah penelitian ke arah kebenaran.

**C. Tahap Deskripsi dan Analisis**

Tahap deskripsi dan analisis menggunakan pendekatan kualitatif, yaitu penelitian yang bertujuan mempertahankan bentuk dan isi perilaku manusia dan menganalisis kualitas-kualitasnya agar diperoleh pemahaman-pemahaman yang otentik mengenai hal-hal yang bersangkutan. Hasil analisis kemudian akan dijabarkan secara deskriptif, yaitu dengan menguraikan suatu objek, suatu sel kondisi, suatu sistem pemikiran ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang, yang nantinya akan mempengaruhi hasil perancangan [2].

**D. Tahap Sintesis**

Tahap sintesis adalah tahap dari inti permasalahan. Pada tahap ini permasalahan dan kebutuhan akan dipelajari dan dicari solusi pemecahannya hingga terbentuk alternatif desain. Hasil analisis program merupakan dasar dalam menarik sintesis berupa simpulan-simpulan awal yang dapat dijadikan alternatif ke arah perancangan. Dari sinilah proses perancangan dapat dipecah menjadi dua jalur yaitu dengan membuat skema-skema pemecahan masalah perancangan atau skematik desain

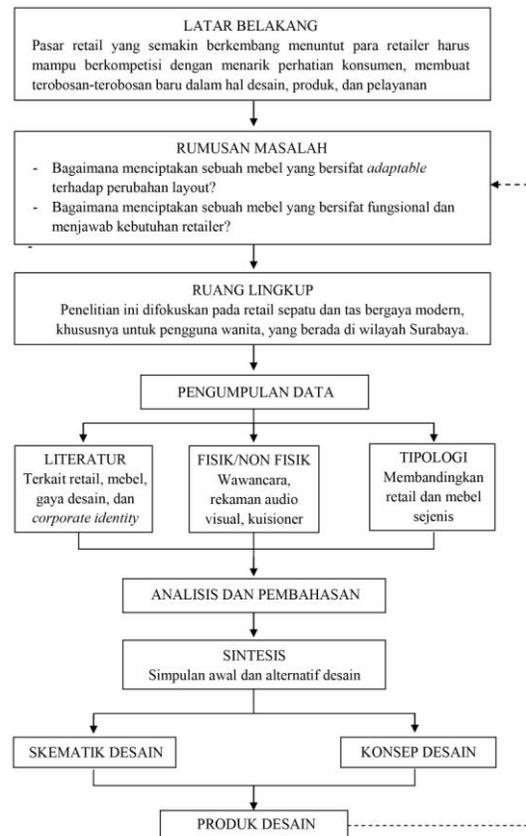
dan di sisi lain mulai memformulasikan konsep desain yang dijadikan pengikat arah perancangan. Skematik desain dengan konsep dasar desain dapat dievaluasi sebelum dikembangkan lebih lanjut menjadi sebuah produk desain berupa gambar-gambar penyajian atau *prototype* [2].

**E. Membuat Prototype**

Agar dapat diuji kelayakan dan keberhasilannya, sampai sejauh mana desain mampu mengakomodir kebutuhan serta keinginan retailer dan konsumen, maka produk desain berupa perancangan dalam format gambar kerja dan gambar penyajian perlu diwujudkan dalam bentuk *prototype* dengan skala sesungguhnya, agar konsumen dapat merasakan langsung efek yang ditimbulkan oleh desain (bisa positif, bisa negatif), retailer dapat melihat dan mengoperasikan secara langsung konstruksi dan sistem teknis-mekanis mebel.

**F. Penyajian Desain**

Penelitian ini membahas mengenai karakteristik bentuk, warna, dan fungsi perabot yang ada di toko-toko sepatu dan tas yang tidak terlepas dari *brand image* perusahaan, gaya desain, serta bentukan *layout*. Oleh karena itu, dalam penyajian desain nantinya, produk desain perlu dievaluasi berdasarkan program-program yang telah ditetapkan dalam analisis pemogramman melalui sebuah proses umpan-balik/*feed back*. Hasil uji desain ini nantinya akan dikembalikan ke permasalahan awal apakah desain yang ditawarkan telah dapat menjawab rumusan masalah atau tidak [3].



Gambar. 1. Bagan perancangan metode analitis.

### III. KAJIAN TEORITIS

#### A. Perancangan Retail Sepatu dan Tas

Pendekatan desain dengan berorientasi pada bisnis retail adalah suatu pendekatan yang bertujuan pada pemenuhan akan kebutuhan pasar industri pada umumnya. Pendekatan ini dimulai dengan mengidentifikasi kebutuhan pengguna atau masyarakat terhadap hal-hal yang berkaitan dengan unsur pembentuk maupun pelengkap ruang pada retail. Identifikasi kebutuhan pengguna akan berujung pada permasalahan desain yang menuntut penyelesaian atau *problem solving*. Oleh karena itu, mendesain selalu berhubungan dengan alat untuk memproses (data/informasi), subjek yang diproses (masalah), dan pemroses (desain), yang pada akhirnya akan menghasilkan suatu pemecahan masalah. Langkah awal yang harus dilakukan adalah mengetahui hakekat dari permasalahan untuk kemudian mencari alternatif pemecahan dan mengambil keputusan yang terbaik [4]. Rancangan produk yang dalam hal ini adalah mebel untuk bisnis retail harus dapat menjadi alternatif pasar yang mempertimbangkan *mass product process*. Desain juga harus memperhatikan letak geografis dan lingkungan karena karakteristik pasar dan kondisi alam yang berbeda di setiap tempat akan berdampak pada ketahanan dan daya jual produk. Selain itu desain juga harus memperhatikan faktor fungsi yang terkait dengan kebutuhan retail, yang mencakup eksterior (*main entrance, shop window*), dan interior (*zoning grouping, layout, sirkulasi, organisasi ruang*.) [5]

#### B. Kajian Mebel Display

Desain mebel untuk bisnis retail tergolong ke dalam desain sebagai bentuk pemecahan masalah teknis dan perwujudan nilai ekonomis. Desain sebagai pemecahan masalah teknis berkaitan dengan faktor fungsionalitas dari suatu desain. Di sini, desain dipandang sebagai sarana untuk memenuhi kebutuhan fungsi-fungsi dalam kaitannya dengan retail sepatu dan tas. Desain bukan lagi dipandang sebagai seni melainkan lebih kepada ilmu teknik. Desain dipelajari dan dikembangkan secara ilmiah dengan pendekatan-pendekatan empirik untuk memberikan pemecahan masalah (*problem solving*) secara objektif dan hasil temuannya dapat digeneralisasikan. Hasil dan wujud konkret dari pemahaman desain sebagai pemecahan masalah teknis adalah desain modern yang mengutamakan fungsi teknis, oleh karenanya desain menjadi bersifat mekanis. Sedangkan desain sebagai perwujudan nilai ekonomis maka desain dapat dikaitkan dengan faktor investasi, maksudnya desain merupakan solusi untuk memberikan keuntungan ekonomis dalam kaitannya dengan pemenuhan kebutuhan hidup sehari-hari. Hal ini kemudian berkembang seiring dengan perkembangan budaya konsumsi yang melahirkan gaya hidup modern yang kemudian berdampak pada perkembangan model dan bentuk desain serta penggunaan material sejenis dengan tingkat harga yang lebih murah untuk menekan biaya produksi [6].

Dalam merancang mebel untuk keperluan bisnis retail diperlukan pemahaman tentang tantangan, kompetisi, harapan, kepuasan, kebutuhan, dan orientasi pasar agar dapat mencapai

produk yang inovatif dan berkualitas unggul serta dapat bertahan menghadapi banyaknya kompetitor. Desain mebel yang baik harus konsisten dan dapat memberikan daya tarik tersendiri. Desain juga harus bersifat fleksibel, fungsional, efisien, dan mempertimbangkan keamanan serta kemudahan dalam penggunaan dan perawatannya [7]. Desain yang baik juga diungkapkan oleh Herbert Lindinger yang dimasukkan ke dalam kategori *Die Gute Form* yang memenuhi sepuluh perintah (*The Ten Commandments*) yakni (1) tingkat kegunaan atau fungsi yang tinggi, (2) aman, (3) produk berumur panjang atau tidak cepat usang, (4) ergonomis, (5) mempunyai watak mandiri dari segi teknis maupun bentuk, (6) mempunyai tingkat kesesuaian yang tinggi dalam lingkungannya, (7) ramah lingkungan, (8) cara kerja produk mudah dipahami, (9) kualitas bentuk yang tinggi, dan (10) mampu menstimulasi perasaan [4]. Jenis-jenis mebel *display* sendiri terbagi menjadi *wall display, floor display, showcase display*, rak bertrap, rak gantung, gondola, dan rak berlingan [8].

#### C. Produk Display

Barang (produk) adalah sekumpulan atribut yang nyata (*tangible*) dan tidak nyata (*in tangible*) di dalamnya sudah tercakup nama, harga, kemasan, prestise, pabrik, prestise pengecer dan pelayanan dari pabrik serta pengecer yang mungkin dapat diterima oleh pembeli sebagai sesuatu yang bisa memuaskan keinginannya [9]. Produk adalah setiap apa saja yang dapat ditawarkan di pasar untuk mendapatkan perhatian, permintaan, pemakaian atau konsumsi yang dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan. Ini meliputi benda fisik, jasa, orang, tempat, organisasi dan gagasan [10]. Berdasarkan definisi tersebut diketahui bahwa gagasan pokok dari sebuah produk ialah bahwa konsumen membeli tidak hanya sekedar atribut fisik, karena pada dasarnya mereka membayar untuk sesuatu yang dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan. Pemajangan barang dagangan (*display*) adalah penataan barang dagangan di tempat tertentu dengan tujuan menarik minat konsumen untuk melihat dan akhirnya membeli produk yang ditawarkan.

*Display* merupakan salah satu aktivitas terpenting dalam keseharian operasional pengelolaan sebuah toko. Output yang dihasilkan dari aktivitas yang satu ini berpengaruh langsung pada tingkat keberhasilan penjualan di dalam toko, terlebih bagi retail modern yang memiliki format layanan mandiri. Belakangan, *display* yang dilakukan oleh para retailer modern berkembang semakin inovatif, terutama sejak semakin banyaknya retailer yang memahami konsep dan pemanfaatan alat bantu *display (visual merchandising)* yang kini semakin populer. Bentuk arsitektur sebuah toko menunjukkan status sosial, budaya, dan perubahan dari ekonomi setempat.

Tujuan *display* ada dua, yakni sebagai *attention dan interest customer* yang artinya menarik perhatian pembeli dilakukan dengan cara menggunakan warna-warna dan lampu. *Desire dan action customer* artinya untuk menimbulkan keinginan memiliki barang-barang yang dipamerkan di toko tersebut, setelah masuk ke toko, kemudian melakukan pembelian. Persyaratan pemajangan dan penataan barang/produk yang

baik adalah mudah dilihat, mudah dicari, mudah diambil, menarik, dan aman [10]. Adapun kriteria pemajangan *display* adalah menurut kelompok jenis barang, ukuran (horizontal, vertikal), bentuk, warna, dan harga.

D. *Studi gaya desain*

Revolusi industri telah membawa dampak yang luar biasa dalam perkembangan desain pada saat itu. Kemajuan teknologi yang demikian pesat membuat sistem produksi berubah total, di mana tenaga manusia digantikan oleh mesin-mesin pabrik, barang-barang diproduksi secara massal (*mass production*). Akibatnya, posisi seorang desainer mengalami pergeseran dan cenderung lebih bersifat komersial, bergerak sesuai tuntutan pasar [12]. Hal tersebut melatarbelakangi lahirnya gerakan modern yang bersifat massal. Seiring dengan merebaknya pasar, maka mulai banyak bermunculan pabrik-pabrik yang mempercepat pertumbuhan industri. Dibukanya lahan-lahan baru juga mengakibatkan peningkatan pertumbuhan ekonomi yang sangat pesat, sehingga lahir kalangan masyarakat baru dengan pola hidup mewah yang menjadi konsumen desain pada saat itu. Kalangan masyarakat ini memprioritaskan desain yang menunjang aspek kehidupan mereka, mempermudah pekerjaan, dan membantu dalam aktivitas sehari-hari.

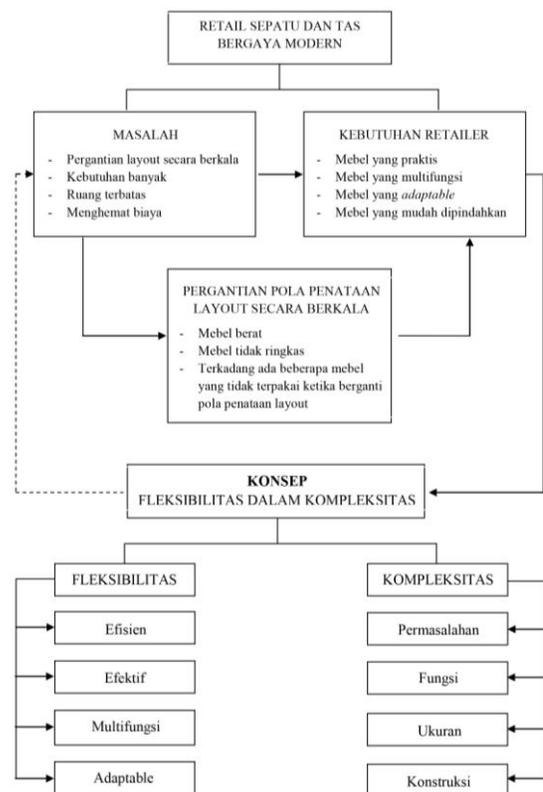
Pada tahap-tahap awal desain yang ditampilkan pada era modern merupakan adaptasi dari bentuk dan tema yang sudah ada atau umum diketahui. Bahan-bahan yang digunakan kebanyakan merupakan hasil dari proses produksi mesin. Kemudian muncul inovasi-inovasi baru untuk menjawab tantangan zaman, dengan lebih memperhatikan kekuatan dan kelemahan desain secara struktural, lebih mempertimbangkan biaya desain dari segi pembuatannya. Bila dikaji dari perkembangan sejarah desain mebel modern pada abad ke-20, dapat diidentifikasi karakteristiknya adalah sebagai berikut (1) bentuk mengikuti fungsi, (2) desain diciptakan sederhana dan praktis, (3) anti historis dan anti ornamental, (4) desain dibuat berdasarkan kebutuhan pasar, (5) tampilan desain cenderung bersifat universal, mempunyai bentuk yang sama atau mirip di seluruh dunia, (6) konsep desain berdasarkan pemikiran *glass block* yaitu berlandaskan pada logika material, rasional, dan komersial, (7) gagasan desain didasarkan pada hasil penelitian ilmiah, (8) mebel dikerjakan dengan menggunakan mesin produksi, (9) umumnya tergolong *mass product*. Sedangkan menurut Jencks, gaya desain modern ditandai oleh (1) gaya internasional (universal), (2) fungsional-pragmatik, (3) bentuk sederhana, (4) anti hiasan, (5) anti simbolik. Intinya, gaya desain modern memiliki konsep kesederhanaan bentuk dan harus selalu mengikuti fungsi [13].

IV. PEMBAHASAN

Desain interior retail, khususnya sepatu dan tas, masa kini akan memiliki kecenderungan untuk menjadi semakin tematik dan berkarakter. Hal ini penting karena perencanaan dan desain yang tepat akan berperan untuk memberikan identitas bagi retailer sekaligus menciptakan suasana yang dapat mengkomunikasikan *image* yang diinginkan pada segmen

pasar yang dituju. Desain yang tepat dapat berperan sebagai stimulus yang dapat mengarahkan individu-individu tertentu secara kognitif sehingga dapat berdampak pada respon yang positif. Unsur-unsur pendukung suasana ruang dapat berupa tampak depan, interior, *layout*, dan *display*. Semua elemen tersebut akan terintegrasi membentuk suatu citra atau *image*. Keberadaan desain yang terkait dengan unsur teknologi juga memberikan peran dalam perkembangan sarana mekanis yang berdampak pada perubahan aktivitas, pergeseran fungsi, dan peningkatan kualitas semua unsur desain yang terkandung di dalamnya. Oleh karena itu, perlu pertimbangan akan desain yang sejalan dengan *image* toko tetapi dengan pemanfaatan unsur teknologi. Hal tersebut salah satunya dapat diterapkan pada mebel *display*. Pemberian citra pada mebel dapat dilakukan dengan olah bentuk ataupun aplikasi warna yang sesuai dengan *brand identity*.

Penelitian mebel dilakukan pada sejumlah retail bergaya modern agar dapat menghasilkan desain yang bersifat fleksibel dan *adaptable* terhadap perubahan dengan tolak ukur aspek fungsi. Hal ini merupakan solusi dalam merancang mebel untuk keperluan retail yang membutuhkan kepekaan dalam melihat perkembangan pasar dan pola hidup masyarakat. Bentuk mebel harus memenuhi aspek fungsional, ergonomis, aman, awet, efisien, efektif, inovatif. Sedangkan material harus memenuhi aspek ketahanan, fungsional (dalam hal bentuk dan sistem), menarik, aman. Gaya desain juga turut mempengaruhi tampilan sebuah mebel *display*. Mebel dengan orientasi gaya desain modern akan lebih bersifat *universal* dan dapat diterapkan pada kebanyakan retail di Indonesia.



Gambar. 2. Bagan pemikiran konsep yang dilatarbelakangi dari masalah dan kebutuhan hingga terbentuk konsep serta pengaplikasiannya dalam desain.

Didasarkan pada data literatur dan data lapangan, maka diperoleh hasil berupa ketentuan/persyaratan desain mebel fleksibel yang baik, yang dapat menunjang fungsi serta kebutuhan retailer dan konsumen pada sebuah retail sepatu dan tas. Ketentuan tersebut dapat dirumuskan sebagai berikut.

Dari segi fungsi, mebel *display* pada sebuah retail sepatu dan tas harus mampu memenuhi fungsinya sebagai rak (dinding bertrap, atau rak rendah), meja, dan kursi. Rak dapat menempel pada dinding atau bersifat *island*. Rak yang bersifat *island* harus dapat diakses dari 2 sisi atau lebih. Rak berfungsi sebagai fasilitas wadah untuk meletakkan sepatu atau tas yang memiliki tingkat keserasian warna dan bentuk. Ketinggian rak tidak boleh melebihi jarak jangkauan maksimal tangan dan jarak pandang mata. Ketinggian tersebut berkisar antara 180-200 cm. Kursi berfungsi sebagai fasilitas duduk yang digunakan konsumen saat mencoba sepatu, oleh karena itu ketinggian kursi berkisar antara 36-42 cm. Pada bagian kaki kursi perlu diberi cermin, agar konsumen dapat melihat langsung tampilan sepatu ketika dikenakan pada kaki. Kursi harus dapat menampung 2 orang atau lebih, oleh karena itu lebar kursi disesuaikan dengan jumlah pengguna yang diharapkan. Terkait dengan pemenuhan fungsi-fungsi di atas, maka desain mebel fleksibel yang baik sekurang-kurangnya harus mampu memenuhi 2 fungsi dalam 1 mebel.

Dari segi sistem teknis mekanis, sistem ini bergantung pada pendekatan analisis yang digunakan. Apabila perancangan dimulai dengan pendekatan analisis bentuk, maka sistem teknis mekanis mengikuti bentuk yang terpilih. Apabila perancangan menggunakan pendekatan analisis konstruksi, maka sistem teknis mekanis harus ditetapkan terlebih dahulu baru kemudian memilih bentuk yang mendukung konstruksi. Sifat fleksibel dapat diterapkan pada sistem mekanisnya agar mebel menjadi lebih ringkas dan praktis. Sistem mekanis yang paling sering digunakan adalah sistem lipat dan geser. Sistem ini hanya dapat didukung dengan sistem teknis berupa engsel lipat (engsel sendok, engsel kupu, engsel T), dan engsel geser (pivot, dan engsel sudut), serta pengunci (engsel kunci) yang berfungsi untuk menjaga kestabilan dan posisi bidang agar tidak terbuka, bergeser, atau terlipat.

Dari segi bentuk, bentuk mebel yang merefleksikan gaya desain modern adalah bentuk geometris. Bentuk geometris yang dapat memaksimalkan *space* adalah bentuk segiempat (persegi panjang maupun persegi). Bentuk segiempat dapat mendukung penerapan sistem lipat dan geser pada aplikasi mebel fleksibel. Bentuk segiempat juga memungkinkan untuk diletakkan pada area manapun di dalam ruang, sehingga lebih adaptif terhadap perubahan pola penataan ruang (bentuk *layout*).

Dari segi material, meja dan rak *display* dapat menggunakan material kayu sintetis seperti multipleks agar lebih ringan, sehingga lebih mudah diangkat, dilipat, dan digeser. Pada bagian-bagian yang berfungsi sebagai tumpuan dapat menggunakan material kayu solid seperti kayu nyatoh, meranti, atau sonokeling. Material tersebut dapat diberi *finishing* cat *duco* atau *polyurethane*. Hindari penggunaan HPL karena

mudah mengelupas apabila mebel sering digerakkan. Mebel fleksibel yang dapat bertransformasi bentuk sebaiknya dilapisi dengan bahan metal (*stainless steel*) pada setiap sudut atau sisi-sisinya, agar bidang yang awalnya berada di bawah menjadi kaki (bersentuhan langsung dengan lantai), ketika berada di atas menjadi *top table* atau rak dapat tetap bersih.

Dari segi warna, warna dapat disesuaikan dengan *brand image* atau *corporate identity* perusahaan. Warna yang sesuai dengan gaya desain modern adalah warna putih dan hitam. Warna pada mebel juga dapat berasal dari warna asli material yang digunakan seperti coklat pada material kayu dan *silver* pada material metal.

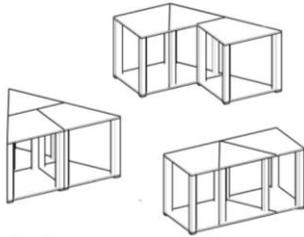
## V. DESAIN AKHIR

Pemilihan konsep dilatarbelakangi oleh permasalahan yang ada di lapangan di mana pihak retailer perlu melakukan penataan ulang layout toko guna menambah daya tarik untuk meningkatkan penjualan. Namun pergantian layout tersebut menjadi terhambat manakala mebel yang digunakan bersifat tidak praktis, berat, dan terkadang tidak sesuai dengan kebutuhan atau fungsi yang hendak dicapai. Kebutuhan di dalam sebuah retail khususnya retail sepatu dan tas sangat banyak, antara lain kebutuhan akan meja *display*, rak *display*, kursi untuk mencoba sepatu, dan cermin. Keseluruhan mebel tersebut akan sulit dicapai apabila ruang dan biaya terbatas. Oleh karena itu dibutuhkan mebel yang dapat menunjang dan menjawab kebutuhan para retailer dan konsumen. Mebel yang dimaksud harus memenuhi unsur kepraktisan, multifungsi, *adaptable*, dan mudah dipindah-pindahkan. Namun hal tersebut akan sulit tercapai apabila tidak memahami sistem teknis-mekanis sebuah mebel. Sistem ini yang nantinya akan menentukan bentuk, material, serta konstruksi yang digunakan.

Fleksibilitas meliputi segala hal yang erat kaitannya dengan dinamisasi dalam hal bentuk dan sistem. Bentuk yang dinamis mengandung arti bersifat adaptif terhadap perubahan. Untuk dapat mewujudkan sifat tersebut dibutuhkan sebuah sistem yang ditunjang dengan konstruksi yang tepat. Jadi, fleksibilitas bila ditinjau dari sudut pandang mebel *display* haruslah memenuhi unsur efisien, efektif, multifungsi, dan *adaptable*. Kompleksitas yang dimaksud berkaitan dengan permasalahan yang ada di lapangan (pergantian layout secara berkala, ruang terbatas, kebutuhan yang banyak), tuntutan fungsi yang harus dipenuhi, faktor ergonomis yang terkait dengan ukuran, serta detail konstruksi yang nantinya akan mempengaruhi sistem teknis-mekanis mebel. Jadi pengertian dari konsep fleksibilitas dalam kompleksitas dimaknai sebagai suatu usaha untuk menjawab permasalahan-permasalahan kompleks yang ada di lapangan dan permasalahan yang terkandung di dalam mebel itu sendiri dengan menghadirkan sebuah desain mebel yang bersifat fleksibel.

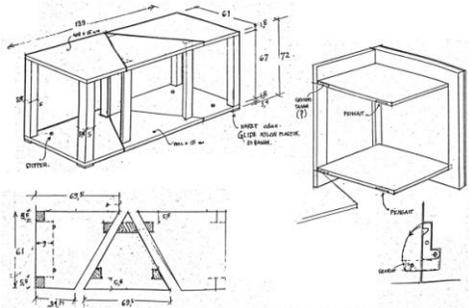
Desain akhir yang terpilih mencakup tiga fungsi utama antara lain sebagai rak, meja, dan kursi. Untuk rak sendiri terdiri dari rak tinggi dan rak rendah. Untuk meja yang didesain harus bersifat *adaptable* terhadap beberapa bentuk layout. Meja menggunakan kombinasi bentukan trapesium dan

segitiga, yang menghasilkan bentukan persegi panjang. Desain dibuat fleksibel (efisien, efektif, multifungsi, *adaptable*) dengan mempertimbangkan unsur kompleksitas seperti yang telah dijabarkan sebelumnya pada konsep.



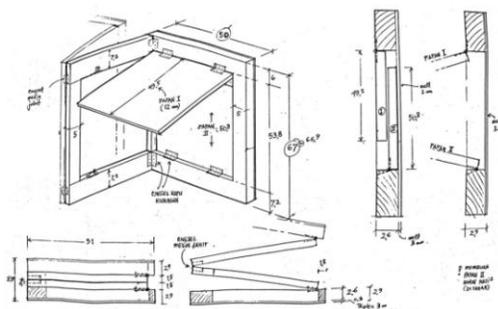
Gambar. 3. Bentukan meja inti yang dapat mengalami transformasi bentuk, menyesuaikan dengan bentukan *layout* dan sirkulasi pada retail.

Meja inti yang terdiri dari tiga bagian, yakni 2 buah meja berbentuk trapesium dan 1 buah berbentuk segitiga sama sisi diletakkan saling berdekatan dan menyatu hingga membentuk persegi panjang. Meja ini dapat berubah bentuk menjadi segitiga dan abstrak tergantung pada bentukan *layout* (bersifat *adaptable*).



Gambar. 4. Detail ukuran dan konstruksi meja inti yang dapat mengalami transformasi bentuk, dan meja lipat.

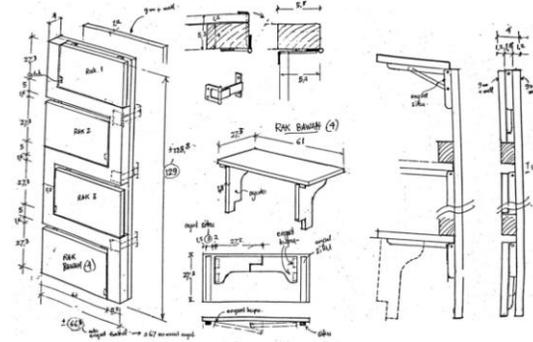
Meja lipat yang berfungsi ganda sebagai rak rendah. Meja ini bersifat praktis dan ringkas karena bentuknya yang *flat* ketika terlipat. Dalam posisi meja, dapat diletakkan di tengah ruang sebagai *island table* (dapat diakses dari segala arah/4 sisi). Dalam posisi rak rendah, dapat diletakkan pada *window display* atau pada sisi ruang dekat dinding karena hanya dapat diakses dari 3 sisi.



Gambar. 5. Detail ukuran dan konstruksi meja lipat.

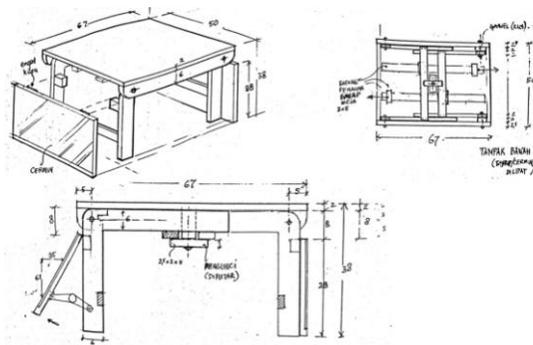
Pada rak lipat hampir sama dengan konsep meja lipat yang multifungsi dan *flat*. Rak lipat juga berfungsi ganda sebagai meja *display* (multifungsi). Lebar rak akan mempengaruhi ketinggian mebel dalam posisi meja. Rak ini juga bersifat

ringkas karena dapat dilipat menjadi rata. Ketinggian rak bergantung pada panjang meja inti karena posisinya yang dijasikan horizontal ketika disatukan dengan meja.

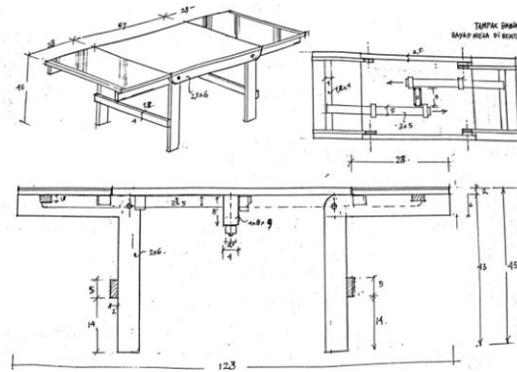


Gambar.6. Detail ukuran dan konstruksi rak lipat.

Kursi lipat tidak dibuat *flat* karena mempertimbangkan faktor ketahanan dan kekuatan kaki ketika menahan beban manusia. Kaki dibuat permanen (tidak dihubungkan dengan engsel yang sifatnya seperti engsel piano) sebab bagian yang terhubung dengan engsel sangat rawan terhadap tekukan (ke arah dalam maupun ke arah luar).



Gambar.7. Detail ukuran dan konstruksi kursi lipat.



Gambar.8. Detail ukuran dan konstruksi kursi lipat.

VI. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil kajian literatur yang dikomparasikan dengan hasil wawancara, kuisisioner, dan studi permasalahan di lapangan, maka diperoleh rumusan masalah terkait kebutuhan retailer akan mebel yang bersifat *adaptable*, fungsional, dan bernilai ekonomis yang dikaitkan dengan faktor investasi. Faktor investasi yang dimaksud merupakan salah satu solusi

jangka panjang untuk mengurangi biaya re-desain tanpa harus membebankan biaya dengan menaikkan harga jual. Rumusan masalah tersebut kemudian dipelajari dan dianalisis lebih lanjut dengan pendekatan-pendekatan empirik untuk memberikan pemecahan masalah (*problem solving*) secara objektif berupa temuan desain yang bersifat eksperimental. Desain yang dihasilkan, dalam hal ini adalah desain mebel, harus mampu menjawab permasalahan dengan pengaplikasian konsep yang tepat.

Desain mebel yang berorientasi pada fungsi dengan mempertimbangkan material dan jenis konstruksi diperlukan untuk mencari kemungkinan baru dalam hasil rancangan mebel (baik secara visual maupun teknis mekanis). Perancangan mebel harus dapat membangun *image* atau *brand* dari sebuah retail. Mebel tersebut selain harus memenuhi kebutuhan konsumen, juga harus memiliki ciri dan karakteristik yang unik. Oleh karena desain retail setiap tahunnya berubah atau mengikuti *event* tertentu, maka mebel yang dirancang harus dapat menyesuaikan dengan kondisi *layout* yang baru dan penataan ruang yang berbeda. Desain mebel untuk *display* pada retail sepatu dan tas sebaiknya menggunakan bentuk yang sederhana dengan warna-warna yang netral agar tidak mengalahkan produk yang ingin dijual. Sebaiknya mebel bersifat fungsional, efisien, dan fleksibel. Sifat-sifat tersebut merupakan ciri dari gaya modern. Gaya modern bersifat *timeless* atau tidak mengenal batasan waktu, anti historis, fungsional, memiliki bentuk yang sederhana sehingga cocok ditempatkan di banyak ruang (efisien), tidak berwarna atau menggunakan warna asli bahan, umumnya berwarna netral seperti hitam atau putih. Untuk memunculkan *brand identity* dapat dilakukan dengan memberikan aksen warna tertentu pada salah satu bagian furnitur.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan mendukung penulis, utamanya kepada Ir. Hedy C. Indrani, M.T., selaku ketua Program Studi Desain Interior Fakultas Seni dan Desain Universitas Kristen Petra, Adi Santosa S.Sn., M.A.Arch., selaku dosen pembimbing I, Filipus Priyo Suprobo, S.T, M.T., selaku pembimbing II, Ronald H.I. Sitindjak, S.Sn, M.Sn dan Poppy Firtatwentyna, S.T., selaku Koordinator Tugas Akhir, Buoedijanto selaku pemilik dari Pelita Interior yang telah berkenan untuk memproduksi mebel *display* rancangan penulis, dan kepada semua pihak yang sudah membantu dan memberikan dukungan.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Nazir, Mohammad. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia (1992)
- [2] Mulyana, Deddy. *Metode Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Bandung: PT. Rosdakarya (2002) 150
- [3] Santosa, Adi. *Pendekatan Konseptual dalam Proses Perancangan Interior*. Jurnal Dimensi Interior, 3(2), Desember (2005) 111-123
- [4] Widagdo. *Desain dan Kebudayaan*. Jakarta: Direktorat Jendral Pendidikan Tinggi Departemen Pendidikan Nasional (2006) 16, 196
- [5] Mun, David. *Shop Manual of Planning and Design*. London: The Architectural Press (1981)
- [6] Santosa, Adi. *Pendekatan Konseptual dalam Proses Perancangan Interior*. Jurnal Dimensi Interior, 3(2), Desember (2005) 111-123
- [7] Levy, Michael and Barton Weitz. *Retail Management Fifth Edition*. USA: Mc Graw-Hill (2004)
- [8] Green, William R. *The Retail Shop*. United States : Van Nostrand Reinhold Company. Inc. (1986)
- [9] Stanton, William. et.al. *Fundamentals of Marketing 10<sup>th</sup> Edition*. Singapore: Mc Graw-Hill International (1995)
- [10] Kotler, Philip. *Marketing Management 11<sup>th</sup> Edition*. New Jersey: Prentice Hall International Inc. (2003)
- [11] Kotler, Philip and Armstrong, Garry. *Principles of Marketing 10<sup>th</sup> Edition*. New Jersey: Prentice Hall Upper Sadle River (2004)
- [12] Aronson, Joseph. *The Encyclopedia of Furniture*. New York: Crown Publishers Inc. (1965)
- [13] Foster, Bob. *Manajemen Retail*. Bandung: CV Alfabeta (2008)