

# Perancangan Etalase Toko *Fashion* dengan Sistem Modular

Jovita Kolin Setiadi, Yusita Kusumarini, Linggajaya Suryanata  
Program Studi Desain Interior, Universitas Kristen Petra

*E-mail:* jovitakolin@gmail.com; yusita@petra.ac.id; linggaholistic@gmail.com

*Abstrak*— Saat ini, gaya hidup khususnya pada segi *fashion* sedang meningkat pesat. Hal ini menyebabkan, banyak pengusaha yang melirik usaha dibidang *fashion* berbasis toko. Tingginya tingkat persaingan menuntut para pengusaha harus memiliki strategi untuk menarik minat konsumen, salah satunya dengan pendesainan area etalase toko mereka. Oleh karena itu, diperlukan sebuah sistem yang dapat diterapkan pada etalase toko dengan mengutamakan kepraktisan dalam perakitan. Sebagai dasar pengerjaan, perancangan ini menerapkan metode design thinking oleh David Kelley yang melewati beberapa tahapan yaitu tahap *empathise* (tahap awal), *define* (tahap penetapan), *ideate* (tahap pencarian ide), *prototype* (uji coba) dan *test* (pelaksanaan).

Desain ini memiliki 4 set pilihan perkategori produk yaitu *bag's category*, *footwear's category*, *clothing's category* dan *mix category*. Sistem yang diterapkan pada produk ini adalah sistem modular yang mudah dibongkar pasang oleh pengguna. Selain itu, produk ini memiliki keunggulan yaitu keragaman pola bentuk yang mampu diciptakan dari satu set modul kategori, serta anggaran biaya yang terjangkau bagi pengusaha toko *fashion*.

**Kata kunci** : Etalase, Window display, Toko fashion, Perabot modular

*Abstract*— Nowadays lifestyle rapidly increases especially in the fashion industry. This makes many entrepreneurs start their business in retail fashion industry. The high competition demands entrepreneurs should have strategies in order to attract consumers' interest, one of the ways is by redesigning their window display areas. Therefore, a system is needed to be applied in window display area design with the emphasis on practicality in assembling. To achieve this, the design requires observation, literature study and trials. As the base of the working process, this design applies the David Kelley's design thinking method which done through numerous phases such as *empathise* phase (early phase), *define* (determining phase), *ideate* (ideation phase), *prototype* (trial and error) and *test* (the application).

This design has 4 choice of categorized sets which are *bag's category*, *footwear's category*, *clothing's category* and *mix category*. The applied system of this product is a modular system that has ease of assemble for the users. This design has the advantages which are the various different forms that can be created from modules in each category, as well as the budget cost which is affordable for fashion store entrepreneurs.

**Key words** : Showcase, Window display, Fashion Store, Modular Furniture

## I. PENDAHULUAN

Saat ini perkembangan bisnis dalam dunia *fashion* berkembang sangat pesat, gaya berpakaian tidak lagi menjadi kebutuhan primer melainkan sebagai ajang untuk unjuk diri yang berdampak pada meningkatnya angka konsumsi masyarakat (konsumen) terhadap produk *fashion* yang semakin meninggi. Hal ini membuat pengusaha – pengusaha muda mulai melirik dunia bisnis ini dengan mendirikan toko – toko *fashion* kecil yang lebih dikenal dengan sebutan butik.

Khususnya di kota Surabaya, toko *fashion* sudah menjadi *trend* seiring dengan perkembangan pembangunan *shopping mall*. *Fashion* merupakan jenis *tenant* utama dan paling banyak diminati penyewa *tenant* di mal seperti toko baju sepatu atau tas untuk anak, pria dan wanita yang berbentuk butik atau *ready-to-wear*, termasuk toko aksesoris dan kosmetika (Japarianto & Sugiharto 32)<sup>[1]</sup>.

Pengelompokan sirkulasi pada sebuah mall bila dikaji dari segi target pasarnya maka peletakkan toko *fashion* berada di *tenant* yang lebih kecil dan ditempat yang kurang strategis dibanding dengan toko pakaian yang sudah berskala regional atau yang memiliki brand. Selain itu, penataan *tenant small fashion retail* yang saling bersebelahan ataupun bersebrangan membuat sesama *tenant* harus saling bersaing secara ketat untuk menarik perhatian pengunjung.

Pada realitanya masih sedikit pengusaha toko *fashion* yang menyadari pentingnya peranan desainer interior dalam mendesain toko mereka khususnya pada area *window display* (etalase) yang menjadi daya tarik utama bagi pengunjung. Keterbatasan luasan juga mempengaruhi kurang menariknya *tenant* toko *fashion*. Pada umumnya, toko *fashion* hanya didesain oleh pemilik dengan pemasangan wallpaper, *hanging display* pakaian serta area kasir dan kamar pas pada bagian ujung ruang. Pada bagian *shop front* hanya terdapat boneka *mannequin* yang menggunakan produk terbaru mereka serta *signage*. Penerapan desain seperti ini, hampir rata pada setiap toko *fashion* sehingga tidak ada yang membedakan antara toko *fashion* satu dengan yang lainnya. Sedangkan menurut Japarianto dan Sugiharto ketika melihat pakaian yang dipajang di etalase toko yang menarik menurut pengunjung tersebut maka pengunjung tadi akan membeli pakaian yang di inginkan meskipun harus mengeluarkan uang lebih demi mendapatkan pakaian yang diinginkan.

## II. KAJIAN TEORI

### A. Window display

Penekanan spesial dari eksterior toko terletak pada window displaynya. Hal ini disebabkan window display merupakan penghubung informasi ke pelanggan di luar dengan pemilik toko retail tersebut. Menurut Holly dan Zetocha dalam buku *Visual Merchandising A Guide for Small Retailers*, Satu dari 4 pengunjung melakukan pembelian karena terpengaruh oleh display di window display.

Window display haruslah didesain menarik dan membuat pejalan kaki memiliki keinginan untuk masuk ke toko tersebut. Tidak dapat dipungkiri bahwa banyak pejalan kaki yang berjalan sambil melihat – lihat sekelilingnya termasuk mengamati window display. Waktu yang digunakan pejalan kaki untuk melihat sekelilingnya saat berjalan kurang lebih 11 menit per tokonya. Oleh karena itu, perlu diperhatikan penempatan produk jualan yang terlalu ramai di window display akan membuat pejalan kaki tidak mendapatkan informasi produk yang akan dipromosikan. (Pablo, 17)

Hal lain yang akan membuat pengunjung kehilangan daya tariknya terhadap window display adalah penataan yang tetap dan monoton pada window display. Penggantian penataan pada window display secara rutin sangat perlu sehingga pengunjung dapat memiliki rasa penasar baru terhadap produk terbaru dari toko tersebut.

Pencahayaan pada window display juga penting. Diperlukan pencahayaan yang kuat dan tetap untuk menghindari bayangan dari benda – benda diluar toko yang akan menutupi atau mengganggu pandangan pejalan kaki ke dalam window display. Closed back window display memerlukan cahaya yang baik dan lebih menyorot ke produk yang dipromosikan.

Window display dengan menggunakan tema tertentu biasanya lebih menarik pengunjung. Desain window display juga harus sesuai dengan eksterior toko, lingkungan sekitar, segmen pasar di daerah tersebut, pencahayaan dan sudut pandang yang baik bagi pengunjung (Bastow-Shoop 8)<sup>[2]</sup>.

Terdapat beberapa jenis bentuk window display, antara lain (Piotrowski 202)<sup>[3]</sup>:

1. Ramped Window :  
Window display yang memiliki tampilan lantai yang lebih tinggi di belakang daripada di depan, baik dalam irisan atau bentuk berjenjang. Bentuk ini sering digunakan untuk window display toko sepatu dan toko aksesoris.
2. Shadow box window :  
Window display dengan tampilan yang kecil dan memiliki ketinggian pada tingkat titik mata manusia. Bentuk window display ini tertutup dan sering digunakan untuk toko perhiasan.
3. Elevated Window :  
Tampilan Window display dengan ketinggian 30 cm sampai 90 cm di atas lantai.
4. Island window :  
Window display dengan empat jendela sisi dapat terlihat oleh pengunjung. Bentuk ini umumnya digunakan di toko pakaian karena produk dapat dilihat dari berbagai sudut.

Benda-benda yang di-display pada window display akan terus berganti sesuai dengan produk keluaran terbaru dari toko tersebut. Namun, hal utama yang perlu diperhatikan adalah fokus terhadap produk yang akan di-display. Beberapa hal yang harus diperhatikan dalam menata window display adalah :

1. Window display harus sederhana, jangan terlalu banyak meletakkan objek maupun produk secara sekaligus yang dapat menciptakan efek ketidak harmonisan.
2. Window display harus selalu tampak bersih.
3. Mengganti display secara berkala agar selalu tampak fresh.
4. Pencahayaan yang terang adalah hal yang penting, baik pada malam hari ataupun siang hari. Track light yang dapat digerakkan akan bekerja lebih baik untuk menerangi display atau signs.
5. Jumlah yang ganjil jauh lebih menarik minat mata untuk melihat.
6. Benda yang memiliki perbedaan massa dan kedalaman akan menarik mata untuk terus menerus melihat. Sebuah piramida atau segitiga merupakan salah satu contohnya.

7. Sesuatu yang bergerak digunakan untuk menarik mata pengunjung.
8. Menggunakan pencahayaan dengan warna terang.
9. Penggunaan tema yang sama pada window display dengan display lainnya yang terletak di dalam retail.

### B. Display

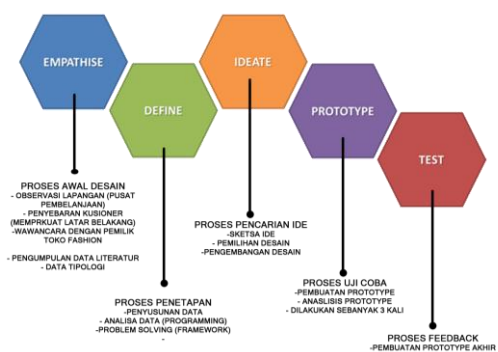
Faktor yang perlu diperhatikan dalam peletakkan *display* barang agar dapat menarik perhatian pengunjung adalah (Pegler 97)<sup>[4]</sup>:

1. Objek yang menggunakan pencahayaan yang terang dapat lebih mudah dilihat oleh pengunjung dalam waktu yang singkat. Hal ini biasanya digunakan pada *window display* sebuah toko, sehingga objek-objek tersebut dapat bercerita dan ditangkap oleh pengunjung dalam waktu singkat.
2. *Size*, objek dan detail yang besar akan lebih mudah dilihat pengunjung. Objek kecil membutuhkan pencahayaan yang lebih terang supaya dapat dilihat dengan jelas.
2. Kontras, tingkat kontras yang tinggi antara objek dan background dapat menarik perhatian pengunjung dengan baik. Kontras dapat dihasilkan melalui pencahayaan dan pemakaian warna.
3. *Brightness*, dapat memberikan bentuk yang jelas pada objek.
4. *Color*, warna yang kuat akan menguntungkan jika digunakan pada area yang kecil. Karena penggunaan warna yang kuat pada area yang luas/besar akan membingungkan, tidak menyenangkan, dan dapat merusak perhatian pengunjung terhadap barang yang dijual.

## III. METODE PENELITIAN

*Design thinking* adalah sebuah proses berpikir yang dapat menentukan prosedur yang berorientasi pada kesuksesan kreatif melalui solusi desain yang inovatif dan unik untuk sebuah proyek dan dilakukan atas dasar rasional serta melalui proses yang telah disepakati.

Metode perancangan yang akan dipakai adalah adopsi dari *design thinking* menurut Kembel, 2009 yang terdiri atas 5 tahapan yaitu:



Gambar. 1. Skema *Design Thinking*  
Sumber : <http://dschool.stanford.edu/>

- Tahapan di atas terdiri dari langkah-langkah berikut:
- *Empathise* : Tahap awal dalam proses desain. Dilakukan dengan cara observasi lapangan di pusat pembelanjaan seperti TP, PTC dan Pasar Atom *Mall* kemudian penyebaran kusioner, wawancara pemilik toko *fashion* dan pengumpulan data literatur serta tipologi.
  - *Define* : Proses penetapan atau pemfokusan terhadap tujuan yang akan dicapai. Setelah menentukan produk akhir

perancangan, proses selanjutnya adalah mencari data-data yang mendukung perancangan tersebut baik dari literatur maupun survey lapangan. Menyebarkan angket kuisioner kepada pengunjung pusat pembelanjaan. Data – data tersebut diolah dengan metode kualitatif. Hasilnya dijadikan sebagai dasar dari konsep awal objek perancangan.

- *Ideate* :Proses pencarian pemfokusan ide desain. Pada tahap ini, akan banyak bermunculan ide – ide dasar yang terus dikembangkan dengan cara membuat sketsa – sketsa awal dan alternatifnya. Kemudian pemilihan desain yang akan dipakai serta pengembangannya.
- *Prototype* : Proses mendapatkan ide dengan cara mengeksplorasi langsung, tidak hanya dalam pikiran tetapi diwujudkan dalam bentuk perwujudan satu hasil desain yang dirasa paling tepat dalam skala 1 : 1.
- *Test* : Proses *feedback* untuk mendapatkan hasil yang lebih maksimal dari sebelumnya. Dengan cara pembuatan hasil *prototype* akhir yang sudah mengalami proses analisa di *prototype - prototype* sebelumnya.

#### IV. DESKRIPSI PERANCANGAN

##### A. Deskripsi Modular *Window Display*

Aplikasi konsep praktis pada perancangan ini diterapkan pada penggunaan sistem konstruksi. Konstruksi digunakan dibuat sesederhana mungkin, sehingga pengguna dapat mengerti dan mengaplikasikannya dengan mudah. Selain itu, produk dibuat ringan, agar pada saat prose bongkar pasang juga memudahkan pengguna serta mudah untuk di packaging.

Terdapat beberapa jenis produk *fashion* yang menjadi sasaran pendesainan *window display* ini diantaranya adalah produk pakaian, tas serta sepatu. Dari ketiga produk ini memiliki karakteristik ringan. Namun, memiliki perbedaan yang perlu diperhatikan yaitu cara pendisplayan. Oleh karena itu, desain ini akan memfasilitasi kebutuhan produk baik dari ukuran sampai cara pemasangan yang tepat.

Dari beberapa pengaplikasian diatas maka produk ini akan memiliki beberapa kelebihan diantaranya adalah:

- Proses bongkar pasang yang mudah
- *Window display* bersifat ringan namun kokoh
- Bersifat modular
- Desain dapat menunjukan *branding* perusahaan
- Fleksibel dalam bentuk dan fungsi
- Desain memiliki beberapa perubahan bentuk, sehingga tidak monoton
- Desain yang menarik

##### B. Target Lokasi Perancangan

Perancangan *window display* ini lebih ditujukan pada toko *fashion* yang terdapat di pusat pembelanjaan. Pada umumnya letak toko *fashion* di pusat pembelanjaan berada dilokasi atau area yang sama sehingga letaknya saling bersebelahan satu sama lain. Selain itu, luasan area *window display* yang dimiliki toko *fashion* relatif kecil.



Gambar 2 : Area Toko *fashion* di pakuwon trade center  
Sumber : dokumen pribadi

#### V. HASIL DAN PEMBAHASAN

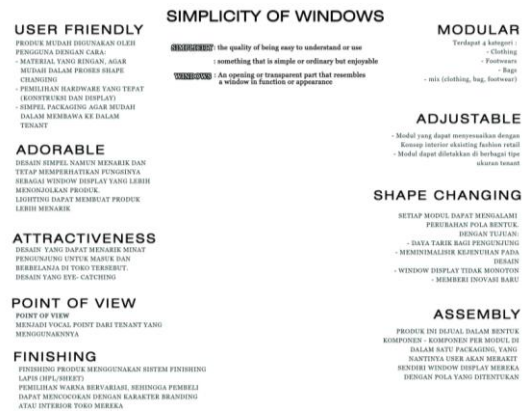
##### A. Konsep

Konsep desain yang dipilih untuk memenuhi tujuan diatas adalah *simplicity of window* dimana konsep ini lebih mengarah pada kemudahan pengguna untuk pengaplikasian serta desain yang dapat menjadi daya tarik utama dari sebuah *toko fashion*.

Menurut kamus *oxford*, *simplicity* adalah *the quality or condition of being easy to understand or do; something that is simple or ordinary but enjoyable*; yang berarti sesuatu yang mudah dimengerti atau dilakukan dan sesuatu yang sederhana namun menarik. Pengertian ini mengarah pada desain yang mengutamakan keefisienan pengguna dalam pengaplikasian produk (*user friendly*). Serta produk memiliki desain yang simpel dan universal namun tetap *eye-catching* dan dapat menarik minat pengunjung untuk masuk dan berbelanja ke dalam toko tersebut.

Menurut kamus *oxford*, *window* adalah *an opening in the wall or roof of a building or vehicle, fitted with glass in a frame to admit light or air and allow people to see out*. Pengertian *window* pada konsep ini lebih mengarah pada sarana yang dapat menghubungkan antara penjual dan pembeli secara pasif yang berarti *window display* digunakan sebagai *silent salesman* yang dapat menarik perhatian pengunjung. Oleh sebab itu, *window display* diharapkan menjadi *point of view* utama bagi pengunjung terhadap *tenant* yang dilihatnya.

Jadi dapat disimpulkan bahwa konsep *simplicity of window* adalah sebuah konsep yang mencakup keefisienan bagi pengguna dan desain yang dapat memikat pengunjung.



Gambar 3. Konsep desain

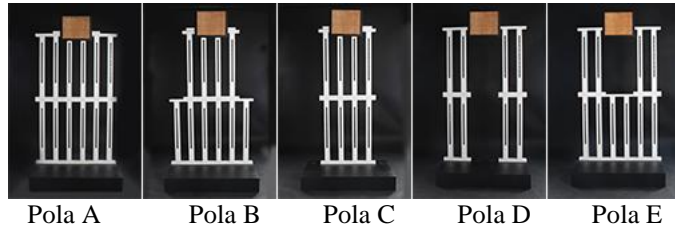
##### B. Desain Akhir

Setelah melewati proses sketsa ide dan perkembangan desain. Maka, didapatkan hasil desain akhir yaitu sebuah sistem modular pada *window display* yang dapat di bongkar pasang dan dapat

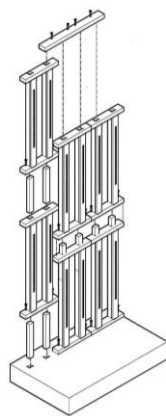
mengalami perubahan konfigurasi bentuk. Untuk memudahkan proses pembelian maka terdapat lima sistem pembagian *packaging* berdasarkan fungsi dan kategori produk yaitu: modul *backdrop*, *bag's category*, *footwear category*, *clothing category* dan *mix category*. Untuk modul *backdrop* memiliki 5 perubahan pola. Dan setiap kategori memiliki tiga set tipe cara pendisplayan yang dapat diaplikasikan ke lima pola *backdrop*.

1. Modul *Backdrop*

Dengan penerapan sistem modular, maka modul *bracket* dapat mengalami konfigurasi bentuk dengan mengkomposisikan penempatan modul rel *bracket*. Dari hasil coba didapatkan 5 pola yang dapat diterapkan sebagai *Window Display*.



Gambar 4. Pola *backdrop*  
Sumber : dokumen pribadi



Gambar 5. Sistem *assembly* pola *backdrop*

2. *Bag's Category*

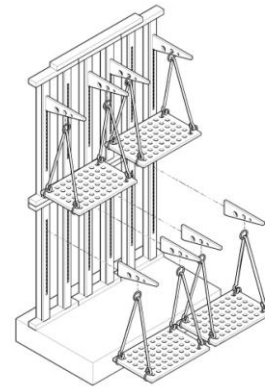
Modul *Bag's Category* terdiri dari komponen – komponen yang dapat digunakan untuk mendisplay produk tas. Dari komponen – komponen ini akan membentuk tiga tipe sistem pendisplayan untuk produk tas yang dapat diaplikasikan di kelima pola modul *backdrop*.



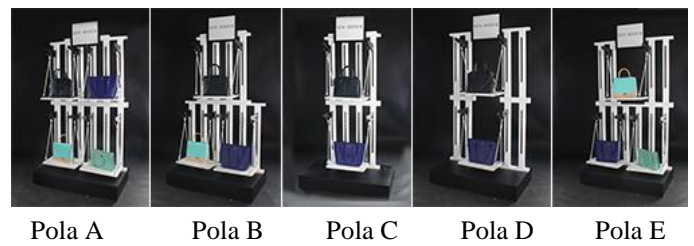
Gambar 6. Komponen *bag's category*

- Tipe *Display 1*

Pada tipe ini, menerapkan sistem *shelving display* dimana, produk tas diletakkan pada ambalan kayu yang digantung oleh 2 buah tali.



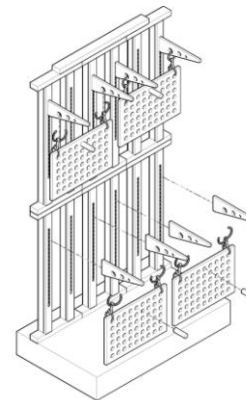
Gambar 7. Sistem *assembly* *bag's category* tipe 1



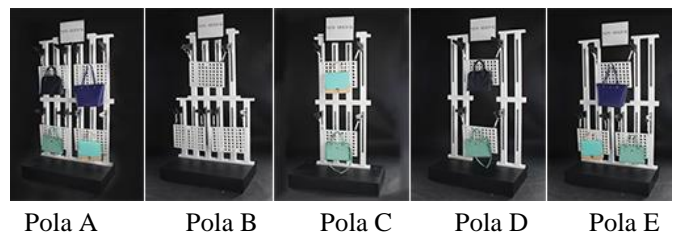
Gambar 8. Modul *bag's category* tipe 1  
Sumber : dokumen pribadi

- Tipe *Display 2*

Pada tipe ini, menerapkan sistem *hanging display* dimana, produk tas diletakkan pada ambalan kayu yang digantung secara vertikal oleh 2 buah tali.



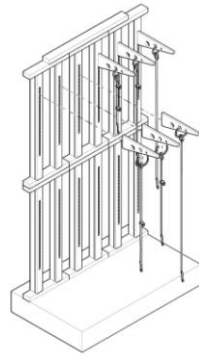
Gambar 9. Sistem *assembly* *bag's category* tipe 2



Gambar 10. Modul *bag's category* tipe 2  
Sumber : dokumen pribadi

- Tipe *Display 3*

Pada tipe ini, juga menerapkan sistem *hanging display* dimana, terdapat beberapa tali yang digantung ke *bracket* dan pada ujung bawah tali terdapat simpul yang digunakan untuk menggantung produk tas dengan bantuan kait.



Gambar 11. Sistem *assembly bag's category* tipe 3



Pola A      Pola B      Pola C      Pola D      Pola E

Gambar 12. Modul *bag's category* tipe 3

Sumber : dokumen pribadi

- Penerapan pada toko *fashion*

*Brand* yang digunakan adalah Shopaholic, toko ini merupakan *reseller* produk – produk tas dari distributor Jakarta. Produk tas yang dijual merupakan *handbag* untuk wanita. Branding dari toko ini menggunakan warna hitam, putih dan penggunaan tekstur kayu. Begitu juga pengaplikasian finishing pada *window display*. Alas menggunakan tekstur kayu berwarna gelap sedangkan modul rel *bracket* menggunakan warna putih.

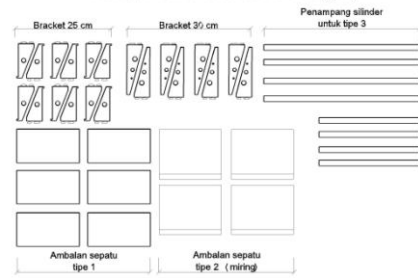


Gambar 13. Toko *fashion Shopaholic*

3. *Footwear's Category*

Modul *footwear's Category* terdiri dari komponen – komponen yang dapat digunakan untuk mendisplay produk sepatu. Dari komponen – komponen ini akan membentuk tiga tipe sistem pendisplayan untuk produk sepatu.

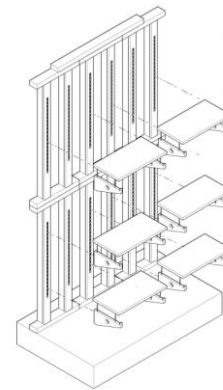
Komponen *Footwear's Category*



Gambar 14. Komponen *footwear's category*

- Tipe *Display 1*

Pada tipe ini, menerapkan sistem *shelving display* menggunakan ambalan dengan kedalaman 20 cm sehingga hanya satu buah sepatu yang dapat didisplay pada satu ambalan dan diletakkan menghadap kesamping. Dari tampak depan *display* akan tampak desain sepatu dari bagian samping.



Gambar 15. Sistem *assembly footwear's category* tipe 1



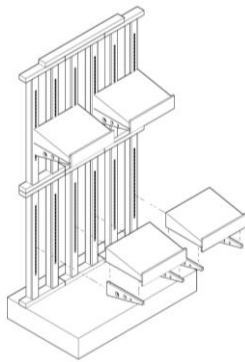
Pola A      Pola B      Pola C      Pola D      Pola E

Gambar 16. Modul *footwear's category* tipe 1

Sumber : dokumen pribadi

- Tipe *Display 2*

Pada tipe ini, juga menerapkan sistem *shelving display* namun, menggunakan ambalan yang memiliki kemiringan dengan kedalaman 30 cm. Ambalan ini dapat menampung sepasang sepatu.



Gambar 17. Sistem *assembly footwear's category* tipe 2



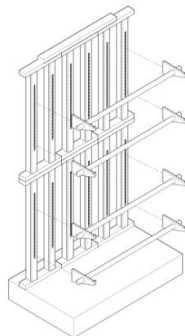
Pola A Pola B Pola C Pola D Pola E

Gambar 18. Modul *footwear's category* tipe 2

Sumber : dokumen pribadi

- Tipe *Display* 3

Pada tipe ini, menerapkan sistem *hanging display* dengan cara menggunakan tongkat silinder yang membentang diantara *bracket*. Produk sepatu digantung diatas tongkat tersebut. Tipe ini lebih cocok digunakan untuk tipe sepatu *heels* dan *sneaker*.



Gambar 19. Sistem *assembly footwear's category* tipe 3



Pola A Pola B Pola C Pola D Pola E

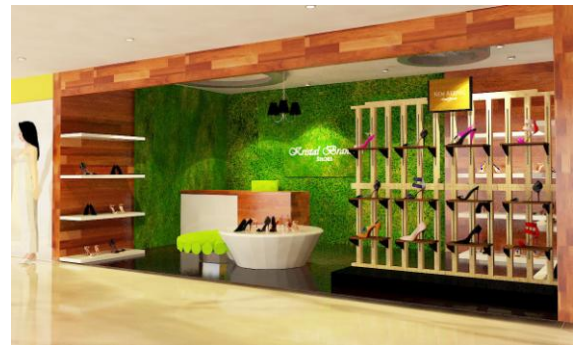
Gambar 20. Modul *footwear's category* tipe 3

Sumber : dokumen pribadi

- Penerapan pada toko *fashion*

*Brand* yang digunakan untuk produk sepatu adalah Kristal Branded. *Brand* ini merupakan salah satu brand Indonesia yang mendesain produk sepatu khusus wanita seperti *heels* dan *flat shoes*. Saat ini Kristal Branded belum memiliki toko *fashion* sendiri namun masih

bergerak secara online. Branding dari toko ini menggunakan warna hijau mudah. Pemilik menginginkan tokonya terkesan natural. Oleh karena itu, *finishing* yang digunakan untuk produk *window display* adalah warna – warna natural. Alas menggunakan warna hitam, modul rel *bracket* menggunakan tekstur kayu.

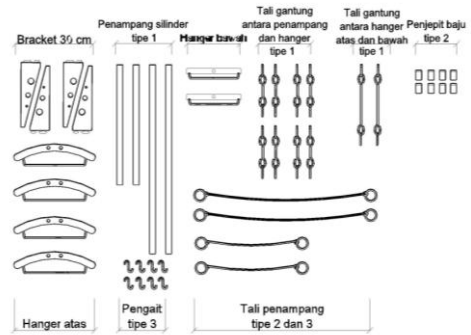


Gambar 21. Toko *fashion* Kristal Branded

4. *Clothing's Category*

Modul *Clothing's Category* terdiri dari komponen – komponen yang dapat digunakan untuk mendisplay produk pakaian. Dari komponen – komponen ini akan membentuk tiga tipe sistem pendisplayan untuk produk pakaian.

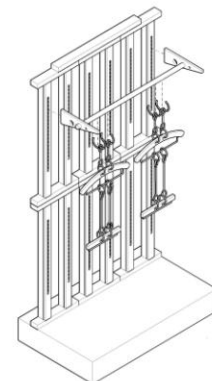
Komponen *Clothing's Category*



Gambar 22. Komponen *clothing's category*

- Tipe *Display* 1

Pada tipe ini, menerapkan sistem *hanging display* dengan menerapkan tongkat silinder yang membentang dari satu *bracket* ke *bracket* lainnya. Kemudian terdapat *hanger* pakaian yang digantung dengan dua buah tali.



Gambar 23. Sistem *assembly clothing's category* tipe 1



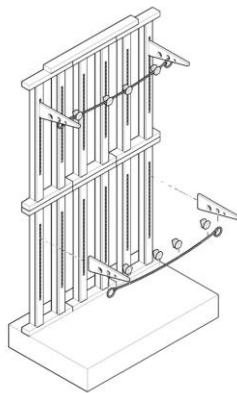
Pola A      Pola B      Pola C      Pola D      Pola E

Gambar 24. Modul *clothing's category* tipe 1

Sumber : dokumen pribadi

- Tipe *Display 2*

Pada tipe ini, masih menerapkan sistem *hanging display* namun, menggunakan bentangan tali dari satu *bracket* ke *bracket* lain yang saling sejajar. Untuk mendisplay produk diperlukan penjepit yang aman untuk pakaian. Nantinya, produk pakaian akan dijepit ke tali pada dua buah titik.



Gambar 25. Sistem *assembly clothing's category* tipe 2



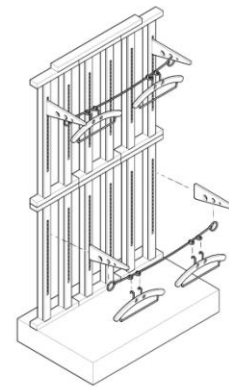
Pola A      Pola B      Pola C      Pola D      Pola E

Gambar 26. Modul *footwear's category* tipe 2

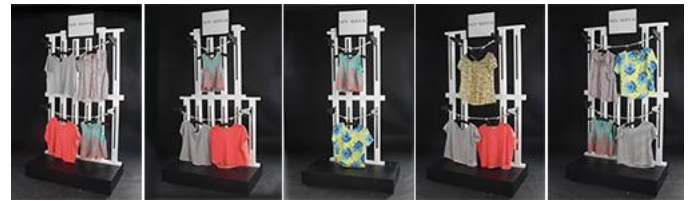
Sumber : dokumen pribadi

- Tipe *Display 3*

Pada tipe ini, masih menerapkan sistem *hanging display* dan juga menggunakan bentangan tali dari satu *bracket* ke *bracket* lain yang saling sejajar. Untuk mendisplay produk diperlukan simpul pada tali yang membentang. Bulatan pada simpul digunakan untuk mengkaitkan besi S yang berfungsi sebagai alat gantung *hanger*.



Gambar 27. Sistem *assembly clothing's category* tipe 3



Pola A      Pola B      Pola C      Pola D      Pola E

Gambar 28. Modul *footwear's category* tipe 3

Sumber : dokumen pribadi

- Penerapan pada toko *fashion*

Toko *fashion* yang digunakan untuk produk pakaian adalah toko Posh yang berlokasi di Pakuwon Trade Center. Toko ini menjual produk – produk pakaian untuk remaja putri. Branding toko ini menggunakan warna – warna cerah seperti biru dan kuning. Untuk pengaplikasian pada *window display* menggunakan warna – warna senada. Alas menggunakan warna biru sedangkan modul rel *bracket* menggunakan warna putih.



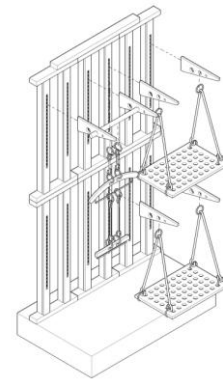
Gambar 29. Toko *fashion* Posh

5. *Mix Category*

Modul *Mix Category* terdiri dari komponen – komponen yang dapat digunakan untuk mendisplay produk pakaian, tas dan sepatu. Dari komponen – komponen ini akan membentuk tiga tipe sistem pendisplayan untuk produk pakaian, tas dan sepatu.



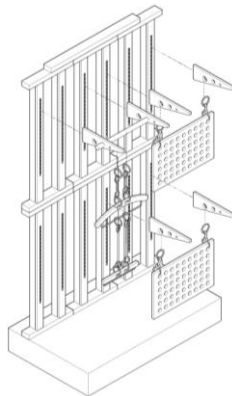
Gambar 30. Komponen *mix category*



Gambar 33. Sistem *assembly mix category* tipe 2

- Tipe *Display 1*

Pada tipe ini, untuk *display* produk pakaian dengan sistem *hanging* dengan tongkat silinder sepanjang 53cm. Sedangkan untuk produk tas dan sepatu menggunakan sistem ambalan kayu seperti pada *bag's category* tipe 2.



Gambar 31. Sistem *assembly mix category* tipe 1



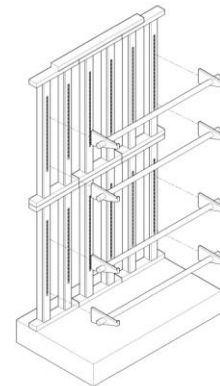
Pola A      Pola B      Pola C      Pola D      Pola E

Gambar 34. Modul *mix category* tipe 2

Sumber : dokumen pribadi

- Tipe *Display 3*

Pada tipe ini, untuk *display* produk pakaian, tas dan sepatu dengan sistem *hanging* dengan tongkat silinder. Untuk produk pakaian menggunakan *hanger*, sedangkan produk tas menggunakan bantuan ring silinder sebagai kait.



Gambar 35. Sistem *assembly mix category* tipe 3



Pola A      Pola B      Pola C      Pola D      Pola E

Gambar 32. Modul *mix category* tipe 1

Sumber : dokumen pribadi

- Tipe *Display 2*

Pada tipe ini, untuk *display* produk pakaian dengan sistem *hanging* dengan tongkat silinder sepanjang 53cm. Sedangkan untuk produk tas dan sepatu menggunakan sistem ambalan kayu yang digantung dengan tali seperti pada *bag's category* tipe 1.



Pola A      Pola B      Pola C      Pola D      Pola E

Gambar 36. Modul *mix category* Tipe 3

Sumber : dokumen pribadi

- Penerapan pada toko *fashion*

Toko *fashion* yang digunakan untuk *mix category* adalah toko Jean Charissa. Di toko ini lebih banyak menjual produk pakaian yang



sebagian besar merupakan desain dari pemilik toko, selain itu toko ini juga menjual produk tas dan sepatu yang diambil dari distributor di *China*. *Image* yang diberikan pada toko ini adalah warna – warna klasik seperti putih dan hitam. Pengaplikasiannya pada *window display* terlihat pada penggunaan warna hitam untuk alas *window display*. Sedangkan rel *bracket* menggunakan warna putih.



Gambar 29. Toko *fashion* Jean Charissa

## V. KESIMPULAN

Setelah melalui proses desain dan uji coba dapat disimpulkan bahwa:

1. Untuk menciptakan sistem modular *window display* yang praktis diperlukan penggunaan konstruksi kayu dengan bentuk dan ukuran yang tepat sehingga produk akan ringan dan stabil serta mudah digunakan.
2. Untuk menyelesaikan fungsi sebagai etalase produk tas diperlukan pengertian tentang sistem – sistem *display* yang dapat digunakan untuk produk tas dan cara yang tepat agar tidak merusak produk.
3. Untuk menyelesaikan fungsi sebagai etalase produk sepatu diperlukan pengertian tentang sistem – sistem *display* yang dapat digunakan untuk produk sepatu memahami jenis – jenis sepatu yang ada. Sehingga, sistem *display* yang digunakan dapat memadahi berbagai macam jenis sepatu yang ada.
4. Untuk menyelesaikan fungsi sebagai etalase produk pakaian diperlukan pengertian tentang ukuran – ukuran produk dan sistem yang tepat dan aman untuk produk pakaian. Serta mempertimbangkan sistem yang digunakan untuk pendisplayan produk pakaian yang bisa memadahi produk pakaian bagian atas (kaos, hem, baju dan lain – lain) maupun bawah (celana, rok).

## UCAPAN TERIMA KASIH

Selama perancangan modular *window display* ini ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada toko *fashion* Jean Charissa, Shopaholic, Kristal Branded dan POSH yang tokonya bersedia dijadikan sebagai data lapangan dalam perancangan ini. Penulis juga ingin mengucapkan terima kasih kepada Segenap dosen, tutor, dan staf Program Studi Desain Interior, yang selalu mendukung, dan memberikan banyak pelajaran berharga kepada penulis, memberikan masukan dan inspirasi yang berguna bagi penulis dalam perancangan desain.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Japariato, Edwin. Sugiono Sugiharto. “Pengaruh Shopping Life Style dan Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying Behavior Masyarakat High Income Surabaya.” Universitas Kristen Petra, Surabaya. 2011.
- [2] Soto, Pablo. *Shop Window Design*. Spain: LOFT publications. 2004.
- [3] Bastow-Shoop, Holly., Dale Zetocha and Gregory Passewitz. *Visual Merchandising A Guide for Small Retailers*. United States. 1991
- [4] Pegler, Martin M. *Visual Merchandising and Display*. Canada: Fairychild Books, 2012.