

# Perancangan Interior *Gemstone Gallery* di Surabaya

Jessica Angelia Purna Wijaya, Sriti Mayang Sari, Jean Francois Poillot  
 Program Studi Desain Interior, Universitas Kristen Petra  
 Jl. Siwalankerto 121-131, Surabaya  
*E-mail:* jessicaangelia@ymail.com ; sriti@petra.ac.id

**Abstrak**— Perhiasan merupakan salah satu alat untuk menunjang penampilan. Salah satu perhiasan yang saat ini digemari masyarakat adalah batu permata, namun tidak semua orang mengerti mana yang digolongkan sebagai batu permata (*gemstone*) dan mana yang tidak.

Maka dari itu, *Gemstone Gallery* didesain sebagai pusat perhiasan batu permata di Surabaya. Tempat ini merupakan sebuah sarana khususnya yang berkaitan dengan batu permata, mengingat semakin tingginya minat masyarakat dan tingkat persaingan tanpa adanya sebuah acuan yang jelas. Dengan adanya *Gemstone Gallery* di Surabaya ini orang-orang akan lebih mudah dalam mencari keperluan dan kejelasan terhadap perhiasan batu permata, baik berupa informasi dan galeri batu permata, penjualan dan pembelian perhiasan batu permata, konsultasi, serta fasilitas penunjang lainnya.

**Kata Kunci**— perancangan, interior, galeri, perhiasan, batu permata, Surabaya

**Abstrac**— Jewellery is one of things for making the looks better. One of the most populer jewellery is gemstone, but not every people understand which the gemstone that has an original quality or not.

So that, *Gemstone Gallery* is designed as the gemstone jewellery centre in Surabaya. This place is provide demands of gemstone with support service, consider the high market place that become tight and ensure. *Gemstone Gallery* at Surabaya makes people have a way easier for searching and guiding all things about gemstone, such as information and gallery, the transaction of gemstone, consultation, and the other facilities.

**Keyword**— Design, interior, gallery, gemstone, Surabaya

## I. PENDAHULUAN

Perhiasan merupakan salah satu alat untuk menunjang penampilan. Di balik bentuknya yang menarik dilihat, perhiasan juga memiliki manfaat tersendiri untuk meningkatkan rasa percaya diri seseorang. Dengan menggunakan perhiasan, penampilan seseorang akan lebih menarik untuk dipandang.

Salah satu perhiasan yang saat ini digemari masyarakat adalah batu permata, namun tidak semua orang mengerti mana yang digolongkan sebagai batu permata (*gemstone*) dan mana yang tidak. Pada tahun-tahun terakhir, trend batu permata kembali muncul menghiasi pasar aksesoris Indonesia. Sebagian orang bahkan percaya bahwa batu-batu

permata juga memiliki manfaat untuk fisik maupun non fisik. Harga yang ditawarkan juga sangat bervariasi, hal ini menyebabkan pameran perhiasan yang memamerkan aneka batu-batu permata selalu laris dikunjungi masyarakat.

Melihat kondisi-kondisi toko penjualan perhiasan batu permata pada saat ini, kurangnya tempat penjualan perhiasan khusus batu permata yang memadai, contohnya penjualan batu permata yang dicampur dengan jenis perhiasan lainnya, penjualan batu permata yang hanya dijual perorangan dan toko-toko yang tidak resmi, sehingga kurang diketahui kejelasan dan keaslian mengenai batu permata tersebut. Dari sisi pemasaran dan penataan display perhiasan yang kurang menarik membuat kurangnya perhatian masyarakat pada jenis perhiasan yang indah ini. Banyak juga masyarakat yang kesulitan untuk mencari informasi mengenai batu permata, dan hanya mendengar informasi yang belum pasti diketahui kebenarannya.

Hal inilah yang mendorong semakin bertumbuhnya hasil karya seni khususnya pada batu permata, sebagai salah satu bentuk usaha pemenuhan kebutuhan gaya hidup manusia. Usaha pemenuhan tersebut menjadi sumber inspirasi bagi penulis untuk lebih berkarya terhadap perancangan interior, cara yang cukup efektif dan efisien untuk memasarkan produk-produk perhiasan batu permata, adalah dengan mendisplay, layaknya pada pameran perhiasan. Berdasarkan kebutuhan untuk mendisplay produk yang akan dipasarkan agar dapat menarik minat pembeli serta meningkatkan harga penjualan, maka sistem pencahayaan, sistem keamanan, bentuk penataan produk serta suasana ruangan akan sangat berperan aktif.

Maka dari itu, *Gemstone Gallery* didesain sebagai pusat perhiasan batu permata di Surabaya. Tempat ini merupakan sebuah sarana khususnya yang berkaitan dengan batu permata, mengingat semakin tingginya minat masyarakat dan tingkat persaingan tanpa adanya sebuah acuan yang jelas. Dengan adanya *Gemstone Gallery* di Surabaya ini orang-orang akan lebih mudah dalam mencari keperluan dan kejelasan terhadap perhiasan batu permata, baik berupa informasi dan galeri batu permata, penjualan dan pembelian perhiasan batu permata, konsultasi, serta fasilitas penunjang lainnya.

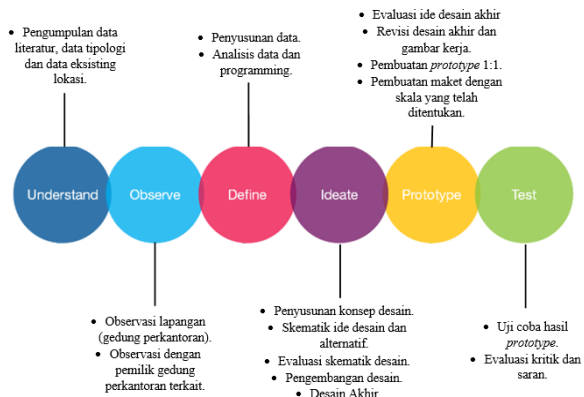
## II. RUMUSAN MASALAH

1. Bagaimana merancang interior *Gemstone Gallery* sebagai wadah yang dapat memberikan informasi lengkap mengenai perhiasan batu permata.

2. Bagaimana merancang interior galeri untuk memamerkan perhiasan batu permata pada perancangan interior *Gemstone Gallery* sehingga secara visual dan estetika menarik perhatian pengunjung, serta menambah kenyamanan dalam membeli.

### III. METODE PERANCANGAN

Metode perancangan yang dipakai dalam perancangan interior *Gemstone Gallery* di Surabaya mengadopsi dari bagan *Design Thinking* Kembell, 2009 dengan penyesuaian sebagai berikut :



Gambar 1. Metode Perancangan

#### a. Understand

- Memahami latar belakang dan permasalahan yang berkaitan dengan perancangan yang akan dirancang
- Merumuskan masalah yang ada
- Melakukan pengumpulan data yang dapat digunakan untuk kebutuhan perancangan :
  - o Studi data literatur. Berisi informasi yang berhubungan dengan objek (batu permata) dan standar-standar yang dibutuhkan untuk merancang interior galeri / toko perhiasan.
  - o Studi data pemakai (struktur organisasi dan aktifitas pemakai). Data ini diperlukan untuk merancang program ruang, menentukan luasan sesuai dengan jumlah, aktivitas dan status pemakai, serta sifat dari ruang.
  - o Studi data lapangan. Dengan melakukan survey lokasi dan melakukan pengamatan terhadap interior, display, sirkulasi, zoning, dan elemen pembentuk ruang.
  - o Studi data fisik bangunan (tapak luar dan dalam) dan hubungannya dengan ruang atau lingkungan sekitarnya. Data ini dibutuhkan untuk menghindari adanya penyelewengan dari prinsip-prinsip yang ada dalam bangunan seperti sirkulasi gedung, akses ke tangga darurat, toilet, struktur dan tampilan eksterior.
  - o Studi data tipologi. Data ini dibutuhkan untuk membandingkan dengan objek sejenis, melalui data fisik maupun non fisik dari toko / pameran perhiasan batu permata yang ada dan mengambil

keunggulannya untuk menghasilkan perancangan yang terbaik.

- o Studi gaya dan prinsip interior. Data ini dibutuhkan untuk menghasilkan desain yang menunjukkan citra perusahaan yang sesuai dengan ciri khas perhiasan batu permata.

#### b. Observe

- Melakukan observasi ke lokasi yang dipakai untuk perancangan dan lokasi objek-objek sejenis yang akan dirancang.
- *Survey* ke lokasi yang akan digunakan untuk perancangan *Gemstone Gallery*, yaitu *Grand City Mall Ground Floor (Retail Fashion Marks & Spencer)*.

#### c. Define

- Data-data yang diperoleh diolah dengan cara menyortir data-data yang sesuai dan sejenis.
- Melakukan perbandingan dipilih mana yang mampu membantu proses perancangan.
- Data yang ada diterapkan untuk perancangan dengan dasar tolak ukur referensi dan persyaratan perancangan dari literatur, agar memperoleh data yang akurat dan dapat digunakan sebagai pedoman dan acuan dalam perancangan.

#### d. Ideate

- Menganalisis dan membuat *programming* dari data-data yang sudah ada.
- Mengolah data-data yang telah ada dan kemudian disusun untuk mendapatkan kebutuhan yang diperlukan.
- Membuat konsep desain, ide desain dan sketsa-sketsa konsep.

#### e. Prototype

- Membuat pengembangan desain dari sketsa-sketsa konsep yang ada.
- Membuat desain perancangan.
- Menilai apakah desain sudah menjawab kebutuhan.
- Membuat maket studi.

#### f. Test

- Membuat gambar kerja *final* dan *modelling*
- Membuat laporan perancangan.
- Membuat maket presentasi, skema bahan dan warna, dan *banner*.
- Membuat presentasi.
- Melakukan evaluasi.

### IV. KAJIAN PUSTAKA

Ada 2 macam retail pada umumnya yaitu *speciality stores* dan *general merchandise stores*. *Speciality stores* menjual satu jenis barang dengan jenis barang lain yang masih bersangkutan, misalnya butik, optik, toko bunga, apotik, dan lain-lain. Sedangkan *general merchandise stores* memiliki variasi dalam produk jualnya seperti *department stores* [1].

Untuk toko retail yang berukuran kecil, sebaiknya dirancang dengan cara menciptakan visualisasi supaya terlihat luas. Bisa juga menggunakan penataan yang nyaman dan aman, banyaknya bukaan-bukaan, serta penggunaan *display* yang rendah dapat membuat toko terlihat lebih luas dan tidak menjadi sesak [2].

Ada dua macam sistem pelayanan di ruang pameran:

1. Sistem terbuka (*open access*) yaitu pengunjung dapat melihat-lihat obyek pameran tanpa didampingi petugas.
2. Sistem tertutup (*close access*) yaitu sistem pelayanan dimana pengunjung dalam melihat-lihat obyek pameran didampingi petugas.

Secara umum terdapat dua macam syarat pemajangan benda, yaitu:

- *Random typical large gallery*: penataan dibuat acak dan dalam bentuk galeri asimetri serta ruang-ruang dibentuk dengan memiliki lorong dengan pintu sebagai pembatasnya.
- *Large space with an introductory gallery*: pengenalan benda akan mudah dilihat karena dibatasi oleh pintu di tiap ruang berdasarkan benda yang dipajang.

Ada tiga macam model penataan benda *display* pada galeri:

- *In showcase*: benda yang dipamerkan termasuk kecil karenanya diperlukan wadah/kotak tembus pandang (kaca) yang kadang juga dapat memperkuat kesan dari benda yang dipamerkan.
- *Free standing on the floor*: benda yang dipamerkan cukup besar, memerlukan panggung atau ketinggian lantai untuk batas dari obyek pameran.
- *On walls or panel*: benda yang dipamerkan diletakkan di dinding/di partisi ruangan. Penataan *display* untuk benda-benda koleksi berharga, sebaiknya memanfaatkan lemari kaca yang penempatannya masuk ke dalam dinding, dimana dilengkapi dengan pengunci, pengaman, pencahayaan, dari dalam ruangan yang dibuat gelap.

Tiap salon memiliki karakteristiknya masing-masing. Tipe servis yang disediakan oleh salon dibagi menjadi tiga, yaitu:

- *Exclusive*: penawaran servis dengan tingkat *high class* dengan memberikan perhatian kepada pengunjung yang luar biasa.
- *Popular*: tipe servis yang disediakan untuk umum. Tipe servis yang disediakan bervariasi tergantung dari lokasi salon, jenis pengunjung, harga, dan kualitas servis tersebut.
- *Amenity*: bagian servis yang menawarkan organisasi komersial untuk member staff.

### Toko Jewelry/Aksesoris

Servis yang disediakan bersifat pribadi dimana staf dengan pengunjung dibatasi dengan konter atau meja *display*. Batasan desain interior untuk toko *jewelry* adalah (Mun 40):

- *Background* dinding sederhana supaya tidak mengalihkan perhatian dari perhiasan itu sendiri.
- Tingkat kemewahan desain sesuai dengan kualitas perhiasan tersebut.
- Toko perhiasan yang eksklusif menggunakan *showcase* dengan bentuk *island* supaya pengunjung dapat

melihatnya secara berkeliling dan memeriksanya secara langsung.

### Tips dan Petunjuk

1. Pengaturan retail yang membawa barang-barang dengan kualitas tinggi memerlukan sistem keamanan untuk tokonya dan untuk melindungi *display* dan tempat penyimpanan.

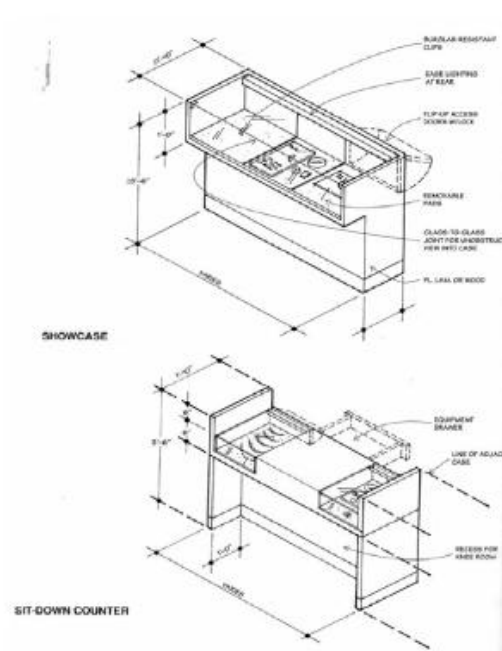
- Lemari kaca yang berada di depan harus tahan akan serangan "*smash-and-grab*".

2. Kebanyakan toko perhiasan memberikan pelayanan melalui pegawai daripada segi Service / pelayanan sendiri. Dengan mempertimbangkan :

- Persepsi pelanggan yang membeli produk dengan kualitas tinggi.
- Hubungan antara pelanggan dan penjual.
- Kenyamanan pelanggan.

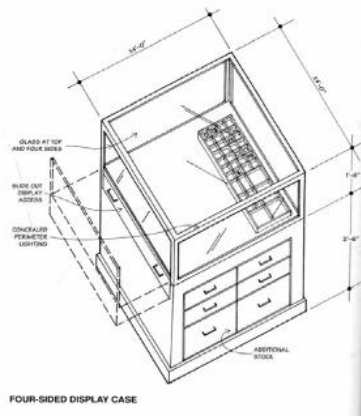
3. Pencahayaan memainkan peranan penting dalam komunikasi non-verbal dalam penampilan penjualan dari toko perhiasan tersebut.

- Gunakan spotlight untuk menerangi barang-barang yang dijual.
- Terangi bagian dalam dari kotak *display*.
- Terangi kotak *display* atau permukaan lainnya ketika pelanggan akan melihat-lihat barang-barang yang dijual.
- Pencahayaan sekeliling harus dipilih untuk melengkapi pencahayaan produk.

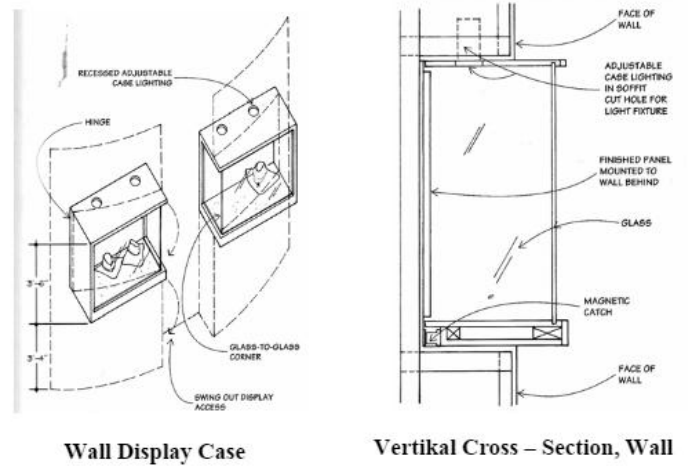


Gambar 2. Standar ukuran *showcase* dan *sit-down counter*

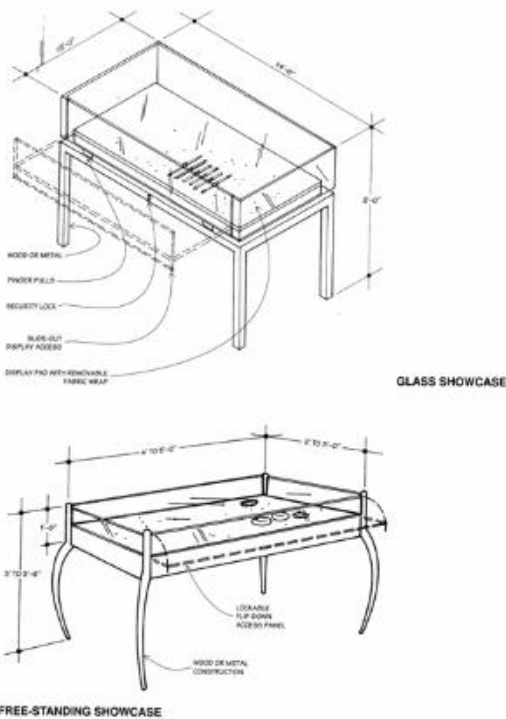
Sumber : Ketchum 1957, p.186



Gambar 3. Standar ukuran display yang dapat dilihat dari 4 sisi  
 Sumber : Ketchum 1957, p.189



Gambar 5. Standar ukuran wall display case dan potongannya  
 (Sumber : Ketchum 1957, p.188)



Gambar 4. Standar ukuran showcase kaca dan free standing showcase  
 (Sumber : Ketchum 1957, p.189)

V.DATA DAN ANALISIS

Data Fisik Bangunan  
 Lokasi perancangan Gemstone Gallery di Surabaya terletak di dalam gedung Mall Grand City, di Jl. Gubeng Pojok, Surabaya 60272. Berada di lantai dasar dan menempati lokasi fashion retail Mark & Spencer seluas 1216 m2.



Gambar 6. Konsep Perancangan Interior

Lokasi fashion retail Mark & Spencer berada di lantai dasar Grand City dan merupakan area yang banyak ditempati sebagai area fashion (international brands) and accessories, sehingga lokasi ini cukup strategis dan cocok untuk dijadikan area retail yang menjual aksesoris dalam bentuk perhiasan juga.

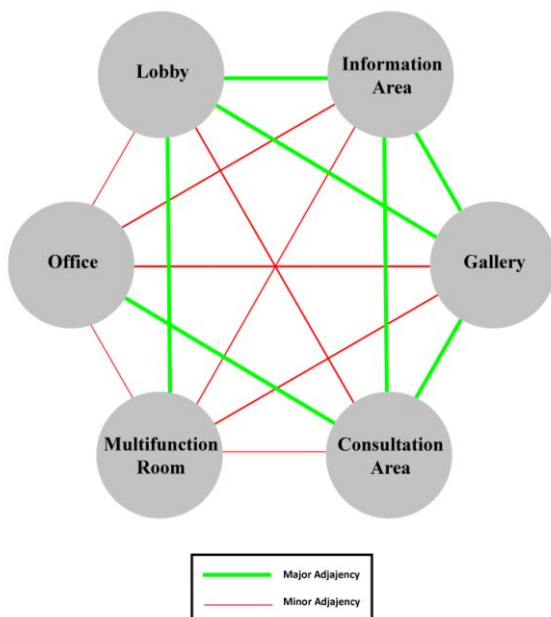


Gambar 7. Analisis Tapak Dalam

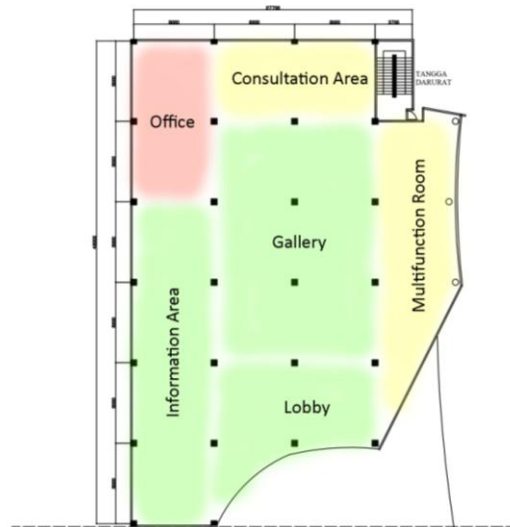
Data Non Fisik Bangunan



Gambar 8. Struktur Organisasi



Gambar 9. Hubungan Antar Ruang



Gambar 10. Zoning dan Grouping

Zoning dan Grouping yang terpilih adalah alternatif yang ke 2 karena atas pertimbangan pembagian area-area yang paling tepat. Welcome area berada di depan (lobby), kemudian dilanjutkan dengan area informasi (fungsinya untuk memberikan informasi, sehingga pengunjung memiliki lebih banyak pengetahuan mengenai batu permata). Setelah itu, dapat diajak masuk ke dalam galeri. Letak galeri / penjualan berada di tengah-tengah area perancangan, dengan sekitar area galeri terdapat fasilitas penunjang, seperti area konsultasi, ruang serbaguna, dan area pameran. Area yang paling belakang merupakan kantor, yang bersifat privat, sehingga tetap terjaga privasi karyawan

VI. KONSEP DESAIN

Ide dasar perancangan ini diambil dari karakter batu permata yang mewah, berkilau, dan memiliki beragam warna yang indah. Konsep yang ingin dibawa pada proses perancangan ini adalah “elegance”, yaitu diambil dari sifat dasar batu permata yang bersifat berharga / mewah. Bersifat mewah juga ‘termasuk elemen-elemen interior’ di dalamnya seperti bentuk, bahan, warna dan beberapa aspek interior lainnya.

Gambar 11. Konsep Desain



### a. Karakter, Gaya, dan Suasana Ruang

Karakteristik ruang yang akan ditampilkan adalah karakter ruang yang sifatnya formal, dikarenakan perilaku dan aktifitas para konsumen dalam memilih perhiasan (agar terarah dan tertata rapi) pada area utama, yaitu *gallery / showroom* dengan pengelompokkan berdasarkan jenis-jenis batuan permata.

Suasana yang berkesan mewah dan berkilau. Hasil desain tersebut sesuai dengan ide dasar yang akan menampilkan suatu ruang yang mewah dengan gaya desain *modern luxury*.

Nuansa ruang yang tampak mewah diwujudkan dengan menggunakan warna-warna yang memiliki efek psikologis mewah, contohnya warna ungu. Suasana dari gaya desain tampak dari alur yang terarah, penggunaan material serta pembagian ruang yang tertata sehingga menarik minat pengunjung untuk mengelilingi setiap ruangan.

Gaya desain perancangan memakai gaya *modern luxury*, dimana *luxury* berarti kesan klasik, mewah, indah, dan kokoh. Penerapannya dalam aplikasi desain dapat berupa detail perabot, elemen interior, dan elemen pembentuk ruang. Gaya *modern* mengacu ada perkembangan zaman yang menuntut kepraktisan, fungsi multiguna, serta pemanfaatan lahan / ruang secara sederhana.

### b. Sistem Interior

#### 1. Sistem Pencahayaan

Ada tiga metode untuk pencahayaan dalam *Gemstone Gallery*, yaitu pencahayaan umum, pencahayaan lokal, dan pencahayaan aksentuasi. Pencahayaan umum bersifat menerangi ruang secara agak merata dan umumnya terasa baur. Pencahayaan umum pada ruangan juga dapat digunakan untuk mengurangi kesan bayangan, menghaluskan dan memperluas sudut-sudut ruang. Menyediakan level pencahayaan yang memadai sangat diperlukan agar pengguna ruangan dapat beraktivitas dengan aman, sedangkan penerangan lokal digunakan pada display. Penerangan ini lebih efisien dibandingkan dengan penerangan umum. Pencahayaan lokal yang menciptakan titik fokus pada suatu benda dan dapat mengurangi kesan monoton daripada penerangan umum, serta menonjolkan keistimewaan suatu ruang.

Penempatan penataan lampu pada sebuah ruangan disesuaikan dengan peletakkan perabot atau objek yang ada pada ruang tersebut. Posisi ketinggian lampu dipasang pada ketinggian yang berbeda, begitu juga dengan jarak tiap titik lampu dan juga elevasinya, agar memperoleh terang dan lebar pencahayaan yang diinginkan. Kuat pencahayaan juga disesuaikan dengan volume ruangan dan jumlah barang yang ada dalam ruang tersebut. Kuat pencahayaan ini sangat memberi pengaruh pada kenyamanan pandangan para pengguna ruang.

Pencahayaan dengan menggunakan lampu aksentuasi bertujuan untuk menimbulkan kesan hangat dan mewah pada setiap ruangan serta penegasan terhadap detail tertentu.

#### 2. Sistem Keamanan

Sistem keamanan *Gemstone Gallery* memakai CCTV dan *motion detector* di setiap ruangan juga *panic alarm* serta personil keamanan yang dilengkapi dengan body armor dan

senjata api caliber 32mm. Pada ruang sekuriti terdapat monitor pengawas yang berfungsi sebagai pembantu personil keamanan untuk memantau keseluruhan *Gemstone Gallery* terutama pada malam hari.

Jendela pada *Gemstone Gallery* menggunakan *laminated glass* yang dapat melindungi dari senjata api *revolver* maupun *automatic caliber* dibawah 38mm (class 2b). Sedangkan untuk *display caliber* dibawah 32mm (class 2a).

Pintu masuk dan keluar *Gemstone Gallery* dibedakan, sehingga dapat diawasi dengan mudah. Pada pintu masuk diberi alat pendeteksi logam untuk menghindari pengunjung yang membawa benda tajam, bom, dan pistol. Pada pintu keluar diberi alat pendeteksi barcode untuk menghindari pengunjung yang membawa perhiasan keluar tanpa terlebih dahulu membayar. Sehingga pada perhiasan diberi barcode.

#### 3. Sistem Akustik

*Gemstone Gallery* menggunakan sound system sentral sebagai *background sound* yang berfungsi sebagai pencipta suasana tenang dan romantis juga sebagai penyeimbang level suara yang ada seperti pembicaraan pengunjung dan suara-suara lainnya sehingga akustik sangat diperhatikan melalui pemakaian bahan-bahan yang menyerap suara. Kegunaan lain dari sound system sentral adalah untuk memberitahukan informasi yang diperlukan bagi pengunjung.

#### 4. Sistem Penghawaan

Penghawaan pada *Gemstone Gallery* selain sebagai penyejuk udara harus dapat mengurangi kelembapan udara sehingga tidak merusak perabot dan perlengkapan *Gemstone Gallery*. Untuk itu pada plafon diberi *dehumifier* sehingga dapat mengendalikan kualitas udara.

#### 5. Sistem Proteksi Kebakaran

Proteksi kebakaran *Gemstone Gallery* memakai *sprinkler* dan *smoke detector* di setiap ruang kecuali area informasi dikarenakan air dapat merusak perabot display dan peralatan yang ada, sehingga khusus area informasi memakai *heat, smoke detector*, dan tabung pemadam tipe *powder*. Untuk *hydrant box*, seharusnya terpasang 2 unit tiap 1000m<sup>2</sup> dan memiliki debit air 400 liter/menit, serta tekanan air pada titik terjauh bernilai 4,5 kg/cm<sup>2</sup> ini berlaku untuk jenis ruangan yang tertutup selain itu penambahan tabung-tabung anti kebakaran juga sangat diperlukan sehingga dapat memberi pertolongan sementara jika terjadi kebakaran.

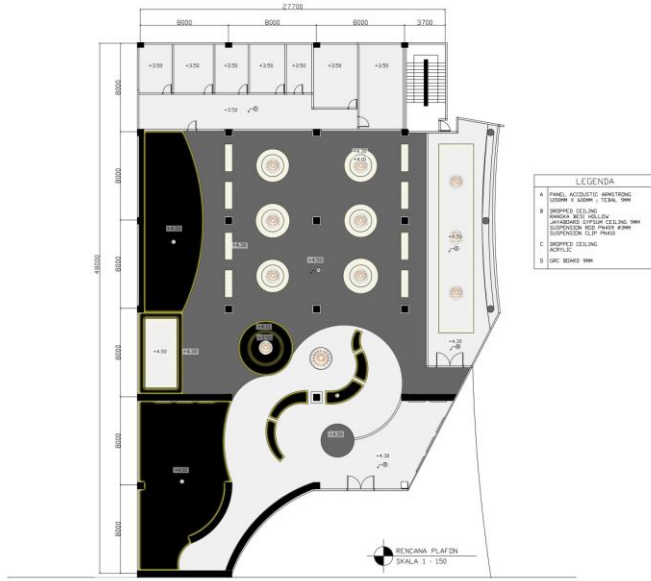
## VII. DESAIN AKHIR

### a. Main Entrance

*Main Entrance* merupakan hal pertama yang dilihat sebagai tampilan awal sebuah area. *Main Entrance* dapat menciptakan kesan pertama terhadap pengunjung. Oleh karena itu, desain *main entrance* yang menarik tentu saja mudah menarik minat.

Pada area perancangan *Gemstone Gallery*, terdapat banyak *window display* yang dapat dimanfaatkan untuk menarik perhatian pengunjung yang berada dalam *mall*. Di sisi depan, terdapat permainan penataan display perhiasan, tempat tersebut dapat dibuat sebagai sarana promosi sesuai dengan teknik pemasaran yang ingin dibawa. Karena letak lokasi perancangan berada di bagian depan gedung *mall*, terdapat





Gambar 15. Rencana Plafon

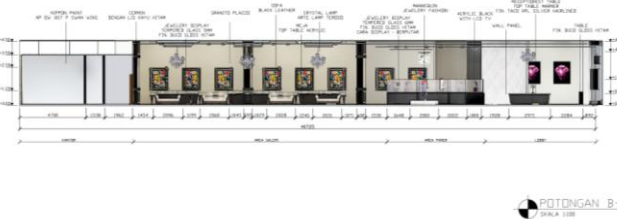
*e. Potongan*

Potongan A-A memotong area lobby sampai area kantor di tengahnya (menghaap kiri), sehingga gambar yang tampak dari potongan ini adalah antara lain area informasi, area kasir, area konsultasi, serta area kantor.



Gambar 16. Potongan A-A

Potongan B-B memotong area lobby sampai area kantor (menghadap kanan) , sehingga gambar yang tampak dari potongan ini adalah antara lain area lobby, area pameran, area galeri, serta area kantor.



Gambar 17. Potongan B-B

Potongan C-C memotong area konsultasi sampai ruang serbaguna. sehingga gambar yang tampak dari potongan ini adalah antara lain adalah aarea konsultasi, area galeri, serta ruang serbaguna.



Gambar 18. Potongan C-C

Potongan D-D memotong ruang serbaguna sampai area kasir, sehingga gambar yang tampak dari potongan ini adalah antara lain adalah pintu ruang serbaguna, area pameran, sebagian lobby, serta area kasir.



Gambar 19. Potongan D-D

*f. Perspektif*

Lobby

Lobby didesain menghubungkan *main entrance* menuju ruang utama (*one gate system*) sehingga sistem yang dijalankan lebih efektif, efisien, dan aman karena hanya butuh 1 lokasi *receptionist*. *Receptionist* adalah personal yang bertugas menerima dan memberikan informasi bagi pengunjung



Gambar 20. Lobby

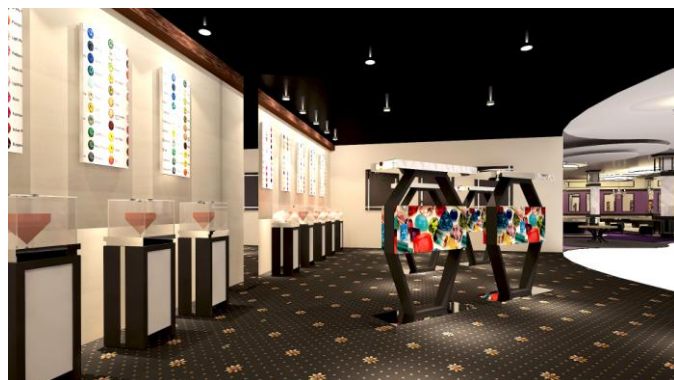
Area Informasi

Area informasi merupakan sebuah ruangan yang didesain khusus untuk menampilkan sejarah singkat tentang batu permata, dengan menggunakan media poster-poster, display jenis batu permata, serta tersedia *multimedia* sebagai



sarana penunjang. Area ini didesain dengan semenarik dan seformatif mungkin agar pengunjung mendapatkan informasi tentang batu permata dengan mudah dan maksimal.

Pada area informasi, juga terdapat area pameran, lokasi ini lebih khusus untuk memamerkan desain-desain batu permata yang *up-to-date*, *best seller*, maupun unik.



Gambar 21. Ruang Informasi

#### Area Konsultasi / Customer Service

Ruang yang disediakan khusus bagi para pengunjung yang ingin berkonsultasi, sehubungan dengan segala sesuatu mengenai batu permata. Konsultasi dapat dilakukan di berbagai sektor, mulai dengan pemilihan bentuk, kombinasi, ukuran, *fashion*, dan hal-hal yang berkaitan.

Selain layanan konsultasi, *Gemstone Gallery* juga memberikan pelayanan perbaikan dan perawatan batu permata. Terdapat pula sebuah layanan yang dapat meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan antara lain dengan fasilitas *jewelery redesign* (dengan biaya terpisah).



Gambar 22. Area Konsultasi

#### Area Penjualan & Pembelian / Galeri

Pada area bagian depan galeri, terdapat area pameran yang merupakan display untuk produk-produk perhiasan batu permata unggulan, terbaru, maupun kualitas terbaik. Area ini terdapat di tengah dari seluruh area, sehingga selalu dilewati oleh pengunjung. Hal ini merupakan daya tarik yang diciptakan untuk menarik minat pengunjung dalam membeli perhiasan batu permata.

Area galeri mendisplay berbagai macam batu permata, pengelompokan berdasarkan jenis-jenis batu permata (sehingga memudahkan pelanggan untuk mencari jenis batu permata yang diinginkan). Pada pengelompokan

jenis batu permata itu sendiri, terdapat berbagai jenis desain dan ukuran pada tiap display. Bentuk display pada area ini bertipe *island*, dimana pelanggan ditarik untuk berjalan berkeliling dan melihat-lihat perhiasan batu permata yang dijual.

Pada cara pembelian, pengunjung akan didampingi oleh satu asisten, dan melakukan transaksi pembelian pada area kasir. Pembayaran dapat dilakukan secara tunai dan kredit. Perhiasan batu permata yang telah dibeli akan diberikan sertifikat dan dikemas dengan baik.



Gambar 23. Area Pamer



Gambar 24. Area Galeri



Gambar 25. Area Kasir

### Ruang Serbaguna

Ruangan tersebut dapat digunakan sebagai ruangan untuk berkumpul bagi para penggemar atau kolektor batu permata, agar mereka dapat saling berbagi informasi *Up to Date Gemstone*. Dapat menjadi tempat untuk memberikan informasi, seperti acara untuk memberikan informasi dan pengetahuan yang berhubungan dengan perhiasan batu permata. Sehingga area tersebut didesain nyaman mungkin, agar para pelanggan dapat lebih nyaman dan aman untuk beraktifitas.



Gambar 26. Ruang Serbaguna

## VIII.KESIMPULAN

Melalui proses analisis dan perancangan yang telah dilakukan, maka masalah yang dirumuskan pada awal perancangan diselesaikan dengan terapan desain sebagai berikut :

- Fasilitas yang ada pada *Gemstone Gallery* dirancang selengkap-lengkapnyanya untuk dapat memenuhi aktivitas pengunjung, dan aktivitas kebutuhan pegawai dalam hal melayani pengunjung. Penataan display yang menarik dan penyediaan fasilitas informasi agar membuat masyarakat merasa *welcome*, baik yang belum mengenal dan yang sudah mengenal batu permata.
- Dalam perancangan interior *Gemstone Gallery* ini, hal-hal penting yang perlu diperhatikan, yaitu sistem pencahayaan, sistem keamanan, bentuk penataan produk yang sesuai dengan aktivitas yang dilakukan pada area perancangan. Hal penting yang menjadi fokus utama

adalah sistem display, yang dirancang dengan menampilkan olahan estetika visual secara harmoni, sehingga dapat menarik perhatian pengunjung. Pemilihan warna, bentuk, dan material yang digunakan dikaitkan dengan konsep yang dibawa pada Perancangan interior *Gemstone Gallery*. Mengingat target pengunjung dari fasilitas ini adalah masyarakat kalangan menengah ke atas, dan karakter perhiasan batu permata kelas atas, sehingga konsep yang diangkat adalah *elegant*. Material, bentuk, dan warna menggunakan bahan yang berkualitas tinggi, agar dapat menyentuh efek psikologis bagi pengunjung, serta membuat pengunjung dapat benar-benar mengingat *Gemstone Gallery*.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada pembimbing karya tugas akhir Program Studi Interior yang telah membantu dalam penulisan jurnal ini dan memberikan dukungan, saran dan semangat dalam proses perancangan tugas akhir yang dilaksanakan oleh penulis.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Ferguson. (2007). *Career in Focus: Retail*. USA: Infobase.
- [2] Green, William R. (2001). *The Retail Store: Design and Construction*. USA: iUniverse.
- [3] Charles E. Broudy, FAIA and Vilma Barr. *Time – Saver Details for Store Planning and Design*. USA : 1995.
- [4] Ching D.K., Francis. *Ilustrasi Desain Interior*. Trans Paul Hanoto Adji. Jakarta : Erlangga, 1996.
- [5] *Hand Book for Security System, Singapore : SSM, 2004*.
- [6] Ketchum, Morris, Jr., F. A. I. A. *Shop and Stores*. New York : Reinhold Publishing Corporation, 1957.
- [7] Schumann, Walter. *Gemstones of the World: Newly Revised Fifth Edition*. USA : Paperback, 2013.
- [8] King, C. W. *The Natural History, Ancient and Modern, of Precious Stones and Gems*. London : Bell & Daldy, 1995.
- [9] Levinson, A. A., Gurney, J. j, and Kirkley, M. B. “Diamond Sources and Production : Past, Present, and Future”. USA : Gems & Gemology, 1992.
- [10] Mc Graw-Hill. *Designing to Sell*. America : 1986.
- [11] Mc Graw-Hill. *Handbook of Building Security Planning and Design*. America : 1979.
- [12] Meler, R. S. *The Design of Educational Exhibit*. London : Erwin Hymen ltd, 1988.
- [13] Pegler, Marin M. 2012. *Visual Merchandising and Display (sixth edition)*. New York : Fairchild Books.
- [14] Bryan and Norman Westwood. 1955. *The Modern SHOP*. London : The Architectural Press
- [15] Whitehead, Randall. 1995. *Commercial Lighting*. America : Rockport