

Redesign Interior Brand Puratos, Distributor Bakery di Bali

Antonio Gerard Prananta dan Sriti Mayang Sari
Program Studi Desain Interior, Universitas Kristen Petra
Jl. Siwalankerto 121-131, Surabaya
E-mail: antoniogerard.id@gmail; sriti@petra.ac.id

Abstrak— Masyarakat Indonesia pada tahun ini sudah mulai peduli dengan apa yang mereka konsumsi. Sehingga *brand-brand* bahan makanan terus menciptakan inovasi yang baru guna untuk melengkapi kebutuhan dan keinginan konsumen. Maka terjadilah pertandingan antar beberapa *brand* guna untuk mendapatkan pelanggan yang paling banyak. Selain melalui inovasi yang dibuat, interior toko dan office juga berperan penting dalam menarik minat dan keinginan konsumen sehingga dibutuhkan sebuah *redesign* interior brand Puratos. Konsep yang digunakan adalah "*Welcome Able*". Interior di desain dengan suasana ruang yang *welcoming, homey, warna & comfy* sesuai dengan visi dan misi dari perusahaan Desain dengan warna netral yang dominan coklat dan putih dengan sedikit warna hitam dan menggunakan warna focal point warna puratos yaitu merah, kuning, dan hijau. Konsep ini diambil agar pengunjung tertarik untuk mencoba produk puratos dan dapat meningkatkan omset penjualan puratos, sehingga *brand* ini lebih dikenal lagi oleh masyarakat luas. Dengan mengubah desain sekaligus menambahkan fasilitas-fasilitas perusahaan baik untuk pengunjung maupun pekerja, maka kenyamanan pengunjung serta kinerja pekerja tentu akan meningkat, selain itu juga pengunjung akan semakin sering dan semakin tertarik untuk datang dan berbelanja pada perusahaan *brand* puratos ini.

Kata Kunci—Bali, Interior, Puratos, *Welcome Able*

Abstrac— People in Indonesia this year have started to care about what they consume. This will affect food brands to create new innovations continuously in order to complement the consumer's needs and desires. It started a competition between several brands in order to get most customers. In addition, through the innovations made, store and office interior also play an important role in attracting consumer's interest and desires. This brings up the need of interior brand Puratos redesign. The "*Welcome Able*" concept is used in the design to create a *welcoming, homey, colorful & comfy*

atmosphere in accordance to company's vision and mission. This design used brown and white dominant neutral color with a little black color and red, yellow, and green as Puratos focal point color. This concept is chosen to make visitors interest and try puratos products so it will increase puratos sales and the brand is known better by the public. By changing the design as well as adding more facilities to the company for visitors and workers, the visitor's comfort and worker's performance will certainly increase. This also will make visitors come more often and more interested to come and shop at this brand company.

Keyword— Bali, Interior, Puratos, *Welcome Able*

I. PENDAHULUAN

Perkembangan bisnis distributor bakeri di Indonesia semakin pesat karena semakin tinggi peminat masyarakat untuk membuat roti. Munculnya distributor bakeri baru, menunjukkan bahwa masih banyak inovasi bakeri yang dapat dikembangkan untuk mempermudah masyarakat dan kebutuhan masyarakat terhadap konsumsi makanan. Sehingga dibutuhkan sebuah tempat yang dapat memperkenalkan *brand* distributor *bakery* baru agar semakin dikenal oleh masyarakat.

Brand yang digunakan penulis adalah *Puratos*. *Brand* tersebut berasal dari belgia dan masuk ke Indonesia pada tahun 1994. *Brand* ini memiliki spesialisasi yaitu untuk *bakers, pastry chef* dan *chocolatiers* yang profesional sehingga dapat digunakan pada hotel, *restaurant* maupun *bakery shop* hingga rumah tangga. Proyek ini bertujuan untuk memperkenalkan *brand* yang sudah ada sehingga lebih luas lagi jangkauan dan semakin dikenal masyarakat. Selain itu, menyediakan sebuah tempat yang dapat mempermudah *customer* untuk berlatih, mencoba maupun membeli bahan-bahan *bakery* dari *puratos* sendiri, sehingga masyarakat nantinya menggunakan *puratos* sebagai bahan-bahan untuk membuat roti untuk di rumah, *bakery* maupun di hotel.

Dengan langkah *redesign* maka diharapkan juga *brand puratos* dapat terlihat di dalam interior pada bangunan tersebut dan dapat memberikan sebuah keuntungan seperti dapat menarik minat *customer* dan juga meningkatkan kinerja para staff pada perusahaan tersebut. Hasil dari proyek tersebut adalah sebuah perusahaan *brand puratos* dimana dapat digunakan secara maksimal karena memiliki ruang-ruangan yang dibutuhkan yang digunakan untuk meningkatkan perkembangan *brand* kedepannya.

A. Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang ingin dipecahkan perancang pada perancangan *office* dan *bakery* ini adalah sebagai berikut:

- a. Bagaimana cara mendesain ulang *interior* dengan *brand Puratos*, *bakery* distributor di Bali yang dapat meningkatkan kinerja para staff sekaligus juga mengundang minat masyarakat untuk ikut mencoba produk yang dijual oleh produk puratos selain itu juga melengkapi fasilitas-fasilitas dari perusahaan tersebut?

B. Metode Perancangan



Gambar 1. Metode Perancangan

Sumber:

<https://tccl.arcc.albany.edu/knilt/index.php?title=File:Inquiry Process.gif>

1. Inquiry

- Mencari dan menyiapkan judul Tugas Akhir dengan cara mengidentifikasi dan mencari permasalahan dari perusahaan *brand puratos*
- Mengdefiniskan permasalahan yang ditemukan
- Merumuskan ide awal.

2. Empathize

- Mencari ide-ide desain standart yang dapat ditemukan melalui internet maupun buku-buku mengenai perancangan yang sejenis
- Mengumpulkan data lapangan *site* dan perusahaan *brand puratos*
- Mendatangi perusahaan Puratos untuk mencari ide awal dan juga mencari tahu kebutuhan perusahaan.

3. Define

- Menganalisa perancangan sejenis melalui jurnal-jurnal online petra, buku, dan internet mengenai *bakery*, *bakery distributor* maupun *office*
- Menentukan besaran ruang yang dibutuhkan untuk di desain.

4. Brainstorm

- Pada tahap ini, perancang mulai memikirkan ide-ide desain yang dibuat dalam bentuk sketsa skematik secara manual maupun *modelling* menggunakan komputer. Selain itu juga mengembangkan ide sehingga mendapatkan desain yang sesuai dengan konsep, baik secara fungsi dan estetika dan juga dapat memenuhi kebutuhan-kebutuhan perusahaan.

5. Prototype

- Membuat gambar kerja berupa *Mechanical Electrical & fire sprinkler plan*
- Maket Studi, untuk mengetahui sirkulasi sudah sesuai dengan konsep maupun kebutuhan pengunjung dan staff, dan melakukan revisi desain pada beberapa *spot* untuk memperkuat konsep.
- Membuat *render 3D* semua ruangan.
- Membuat *design board*, *Xbanner*, *Material board*, & *brochure*
- Maket presentasi, untuk mengetahui sirkulasi desain final.

6. Test

- Merupakan tahap pengujian dengan melakukan sidang akhir dan presentasi bersama dengan penguji yang telah disesuaikan.

7. Apply and Reflection

- Membuat refleksi mengenai tugas akhir, selain itu juga menerima masukan dan memberikan masukan apa saja yang dapat dikembangkan di dalam desain untuk kedepannya.

II. KAJIAN PUSTAKA

A. Commercial Space

Menurut Christine, Roger, dan Elizabeth *Commercial Space* merupakan sebuah tempat yang memiliki fasilitas dan bertujuan untuk bisnis. Fasilitas yang termasuk dalam kategori *commercial interior* ini termasuk dalam bisnis yang dapat mengundang publik (147).

B. Bakery

A bakery (a.k.a. baker's shop or bake shop) is an establishment that produces and sells flour-based food

baked in an oven such as bread, cookies, cakes, pastries, and pies. Some retail bakeries are also cafés, serving coffee and tea to customers who wish to consume the baked goods on the premises.
("Bakery" par. 1).

C. Type of Service

(David 12)

a. Self Service

Service ini berfokus pada *stock display* yang diletakkan pada *area sale*. Secara ideal pintu masuk dan keluar dari metode *service* ini sudah dipikirkan dan terpisah. *Customer* harus dapat mendapatkan suasana yang berani untuk mengelilingi *area sale* sehingga dapat mengambil barang-barang secara mandiri tanpa bantuan *staff* dan pembayaran pun akan dilakukan dekat dengan pintu keluar.

D. Psychology Interior

1. Smelling

Bau-bauan dapat digunakan untuk mengubah *mood* menjadi baik atau buruk, mengubah bagaimana kita berpikir mengenai kehidupan kita, dan mengubah cara pandang pikiran kita untuk menyelesaikan masalah. Indera penciuman berbeda-beda tergantung dari *gender*. Secara umum, wanita memiliki indera penciuman yang lebih baik daripada pria. Indera penciuman manusia umumnya dapat digunakan dengan baik kira-kira pada usia 30 dan 50 tahun. *Gender*, *Culture* dan *age* dapat mempengaruhi indera penciuman. (Sally, *Advantage* 55).

2. Hearing

Nada pada sebuah suara dapat mempengaruhi emosi kita yang meresponya seperti tempo yang kita dengarkan. Nada rendah membuat *mood* kita muram, sedangkan nada yang tinggi dapat meningkatkan *mood* kita dan suasana menjadi *playful*. Musik yang tidak *complex*, tanpa lirik, merupakan lagu *background* yang baik untuk tugas mental yang membutuhkan konsentrasi tinggi.
(Sally, *Advantage* 61)

3. Color Basic

Warna yang dingin biasa digunakan ruangan dimana manusia ingin merasa tenang dan warna panas dimana manusia ingin merasa berenergi. Warna dingin umumnya digunakan pada ruangan yang menenangkan dan penelitian ilmiah menemukan bahwa warna yang menggunakan warna dingin dapat menenangkan dan nyaman. Warna yang lebih hangat atau gelap, biasa digunakan pada area yang berenergi, yang membuat kesan *high energy* namun ruangan menjadi kurang nyaman. (Sally, *Advantage* 64)

Red	competition, emotion, optimism, violence
Orange	extraversion, adventure, celebration
Yellow	creativity, imagination, optimism, newness
Green	nature, balance, fertility
Blue	dependability, protection, purity, peace, trust, loyalty, patience, hope, perseverance
Purple/Violet	spirituality, creativity, wit, sensitivity, vanity, moodiness
Pink	sweetness, delicacy, refinement, sentimentality
Brown	stability, harmony, hearth, neutrality
Black	sophistication, simplicity, power
Gray	neutrality, boredom, coolness, safety, conservatism
White	purity, calm

Tabel 1. Arti Warna

Sumber: Sally, (2009, p. 143)

III. OBJEK PERANCANGAN

A. Site Perancangan

Nama Objek : Galeri Vivere Denpasar
Pemilik : PT. Vivere
Alamat : Jalan Dewi Sri, Denpasar.



Gambar 2. Tapak Atas Bangunan

Sumber: Google Maps

Letak showroom tersebut berada di jalan utama dan umum yaitu jalan Dewi Sri. Jalan tersebut mudah diakses karena sangat sering dilewati oleh penduduk masyarakat Bali, selain itu sebelah kiri terdapat banyak pertokoan sehingga menguntungkan perusahaan karena terlihat. Pada bagian depan dan kanan bangunan merupakan tanah kosong sehingga dijadikan *view* bangunan. Pada bagian kiri juga terdapat hotel sehingga tamu dari luar pulau dapat mengakses bangunan ini.

B. Deskripsi Bangunan

Bangunan Vivere memiliki 4 lantai yang terdiri dari 2 lantai untuk showroom, 1 lantai untuk *office* dan 1 lantai lagi untuk *co-working space*. Bangunan Vivere menghadap barat daya, sehingga memberikan keuntungan yaitu tidak panas pada saat siang hari.



Gambar 3. Tapak Depan



Gambar 4. Tapak Samping

Bangunan tersebut menggunakan sistem open space plan sehingga bangunan terlihat terbuka yang disebabkan oleh bukaan jendela yang berada pada sekeliling ruangan. Selain itu bangunan juga tidak memiliki kolom di tengah sehingga tidak mengganggu sirkulasi pengunjung maupun staff.



Gambar 5. Perspektif It. 1



Gambar 6. Perspektif It 2

C. Puratos



Gambar 7. Logo Puratos

Puratos merupakan sebuah brand distributor bakery yang sudah berada di Indonesia semenjak tahun 1994. Brand tersebut memiliki spesialisasi untuk *bakers, pastry chef* dan *chocolatiers* yang umumnya digunakan secara profesional maupun di rumah tangga. Brand Puratos berada di beberapa wilayah seperti Jakarta, Bekasi, Surabaya dan Bali. Objek yang saya rancang berada di Bali. Pada perusahaan tersebut, Puratos hanya memiliki beberapa ruangan seperti *office, workshop, gudang* dan *lobby*. Selain itu juga Puratos menyediakan event-event tertentu seperti *teaching product*, atau *baking demo product* yang dapat memperkenalkan produk mereka kepada masyarakat. Umumnya untuk acara *baking demo product*, Puratos hanya memanggil *reseller* atau toko-toko yang akan menjadi distributor mereka di wilayah-wilayah yang kecil agar mengetahui produk apa saja yang perusahaan ini jual.



Gambar 8. Produk Puratos

Selain itu produk yang dijual oleh perusahaan ini sangat beragam seperti *filling cake, chocolate compound, pre-mix flour, bread improvers* dan lain-lain yang berfokus untuk mengembangkan kualitas maupun rasa dari *cake, bread* dan *chocolate*.

D. Visi & Misi

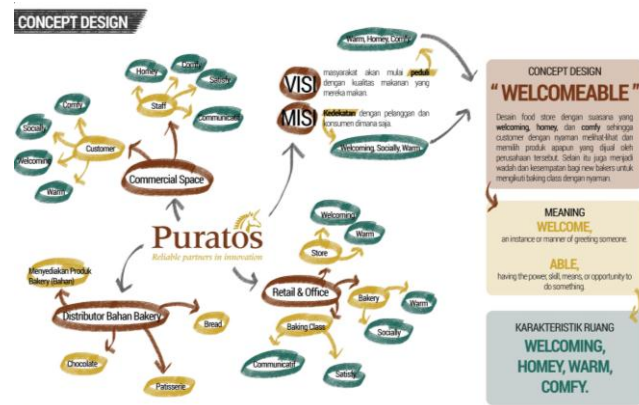
Visi yang digunakan oleh perusahaan ini bahwa mereka percaya masyarakat akan mulai peduli dengan kualitas makanan yang mereka makan. Oleh sebab itu Puratos menggabungkan rasa dan nutrisi yang memberikan efek kepada masyarakat untuk makan dengan rasa yang lezat sekaligus nutrisi yang sehat dengan cara yang paling mudah.

Misi yang dimiliki oleh Puratos sendiri adalah Kedekatan dengan pelanggan dan konsumen dimana saja. Puratos mengubah dan teknologi dan pengalaman dari makanan budaya di seluruh dunia dengan cara membantu

pelanggan untuk lebih sukses di bisnis mereka masing-masing.

IV. KONSEP & TRANSFORMASI DESAIN

Konsep yang digunakan adalah "Welcome Able" yang sesuai dengan visi dan misi dari perusahaan puratos. Konsep ini merupakan gabungan dari kata *Welcome* dan *Able*. Menurut *dictionary.com* welcome memiliki arti sebuah kata sopan santun untuk menyambut seseorang, sedangkan able memiliki arti yaitu memiliki kekuatan, *skill* atau kesempatan untuk melakukan sesuatu. Konsep Welcome Able ini merupakan konsep perancangan perusahaan puratos yang mendukung dalam segi nilai fungsi dan estetika yang baik untuk *staff* maupun pengunjung.



Gambar 9. Bagan konsep



Gambar 10. Konsep

Konsep yang terpilih diaplikasikan kedalam desain. Pengaplikasian ini melalui beberapa tahapan yang berawal dari skematik, transformasi desain dan desain akhir. Setiap tahap yang dilalui akan mendapatkan kritikan yang diberikan kepada pembimbing.

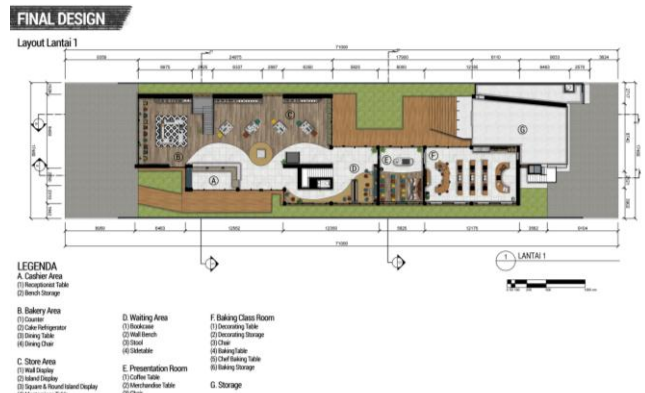
A. Layout

Berikut merupakan *layout* yang terpilih dan digunakan di dalam perancangan puratos:

Dengan gabungan bentuk geometris dan organis sehingga menciptakan pembagian ruang yang geometris namun dengan pola lantai yang organis. Kesan yang ditimbulkan tetap santai dan nyaman dan pembagian area yang jelas.



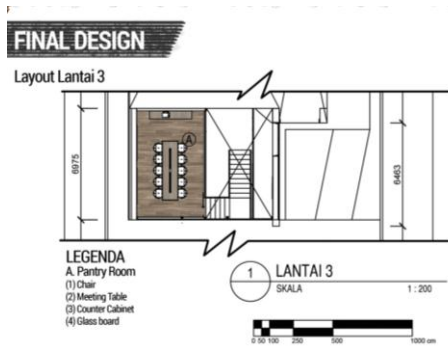
Gambar 11. Transformasi desain layout



Gambar 12. Layout lantai 1



Gambar 13. Layout lantai 2



Gambar 14. Layout lantai 3

B. Main Entrance

Main entrance berperan penting karena merupakan bagian depan bangunan yang memberikan kesan pertama bagi pengunjung. Kesan yang ditimbulkan dengan main entrance ini adalah *simple* dan *to the point* namun mengundang. Bentukkan yang *simple* memberikan kesan yang *modern*, dengan tambahan logo puratos pada bagian atas memberikan kesan yang *to the point* bahwa bangunan ini adalah toko dan perusahaan puratos.



Gambar 15. Main entrance

C. Perspektif

Perspektif merupakan hasil 3D dari gambar kerja dan modelling. Perspektif dibuat sesuai dengan desain yang telah dirancang. Berikut beberapa perspektif render yang dibuat pada tahap desain akhir yang meliputi:

a. Eksterior



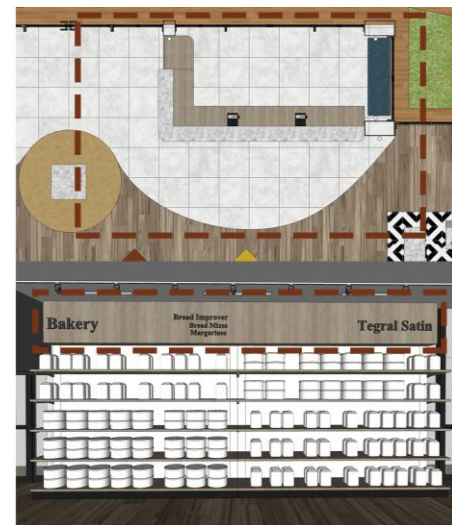
Gambar 16. Eksterior tampak depan



Gambar 17. Eksterior Bangunan

b. Store

Dengan menggabungkan bentuk geometris dan organis pada bagian kasir, maka akan memberikan kesan area atau ruangan sendiri sehingga dapat membedakan area kasir dan area toko. Store memiliki *infoboard* pada bagian atas *display* untuk memberikan informasi kepada pengunjung dengan tujuan mempermudah pengunjung menemukan produk yang diinginkan.



Gambar 18. Transformasi desain store



Gambar 19. Perspektif area kasir

Store terletak pada area tengah dan memiliki fungsi sebagai area toko penjualan produk-produk puratos. Dengan desain yang dominan berwarna netral seperti putih agar dapat menonjolkan produk yang dijual oleh perusahaan. Selain itu juga warna-warna puratos diaplikasikan pada beberapa meja *display* untuk memperkuat *brand image* puratos.



Gambar 20. Perspektif area store

c. Cafe

Cafe terletak di sebelah kiri dari *store*, *cafe* ini merupakan *tasting area* bagi pengunjung yang belum pernah mencicipi hasil olahan dari produk puratos. Dengan perbedaan pola lantai memberikan kesan ruang yang berbeda dan *trendy* sehingga mengundang minat. Selain itu untuk memperkuat kesan *modern* maka diberikan kursi berbagai bentuk dengan warna yang berbeda-beda untuk memberikan kesan modern yang kuat. Selain itu warna puratos diaplikasikan pada bantalan dudukan kursi tersebut untuk memperkuat *branding* puratos.



Gambar 21. Perspektif cafe

d. Waiting area lantai 1

Bertujuan sebagai ruang tunggu pengunjung yang akan mengikuti kelas presentasi atau *baking class*. Ruang tunggu ini dilengkapi dengan rak buku yang berisikan buku-buku resep sekaligus *catalogue* puratos yang ditata menghadap depan agar langsung menjadi *branding* dari puratos sendiri.



Gambar 22. Perspektif waiting area



Gambar 23. Perspektif *bookshelves waiting area*

e. Presentation Room

Dengan perbedaan jenis material pada lantai maupun plafon, memberikan kesan ruang yang berbeda tanpa adanya pemisah seperti dinding. Selain itu juga dengan bentuk yang cekung ke dalam memberikan kesan yang mengundang pengunjung untuk masuk kedalam karena menyerupai bentuk merangkul.



Gambar 24. Transformasi desain *showroom*

Ruang presentasi ini bertujuan sebagai ruang pengenalan produk dengan menggunakan sistem presentasi. Konsep diaplikasikan pada dudukan yaitu menggunakan warna puratos untuk memberikan kesan ruang yang santai dan terkesan puratos. Selain itu juga perbedaan lantai dan plafon memberikan kesan perbedaan ruang yang jelas terlihat. Dengan menggunakan material *glassboard*, selain untuk layar LCD, maka dapat digunakan sebagai *whiteboard* agar staff dapat menjelaskan lebih baik dan detail mengenai produk.



Gambar 25. Perspektif *presentation room*



Gambar 26. Perspektif *presentation room 2*

f. Baking Class

Ruangan berbentuk geometris yang dipadukan dengan bentuk organik sehingga memberikan kesan yang santai dan tidak kaku.



Gambar 27. Transformasi desain *baking class*

Baking class sendiri menggunakan material-material yang aman untuk memasak sesuai dengan konsep nya. Material yang digunakan untuk alas kerja adalah *butcher block* yaitu berupa kayu dengan *finishing oil finished* yang dapat digunakan untuk memotong dan menguleni adonan.



Gambar 28. Perspektif *baking class 1*



Gambar 29. Perspektif *baking class 2*

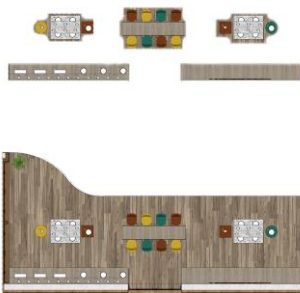
Kesan *fun* didapatkan dari warna-warna puratos yang diaplikasikan pada bantalan dudukan. Selain itu kesan *warm* karena menggunakan material kayu pada *table top*. Kesan modern dilihat dari *furniture* yang menggunakan dominan warna hitam. Bentuk meja yang organik juga memberikan kesan yang santai.



Gambar 30. Perspektif *baking class 3*

g. *Showroom*

Showroom menggunakan bentuk furniture yang geometris agar terkesan *modern* dan *simple*. Sedangkan pola lantai yang organik memberikan kesan perbedaan area dan untuk memberikan kesan yang santai dan nyaman.



Gambar 31. Transformasi desain *showroom*

Showroom terletak pada lantai 2. *Showroom* bertujuan sebagai ruang rapat kecil *staff* kepada pengunjung atau *area customer service* pengunjung. Area ini dibedakan dengan adanya ketinggian lantai 10 cm untuk memberikan kesan dan perbedaan ruang. Selain itu juga dengan menggunakan material dinding *concrete* putih maka dapat menonjolkan produk yang dijual oleh puratos.



Gambar 32. Perspektif *showroom 1*



Gambar 33. Perspektif *showroom 2*

h. *Pantry*

Pengaplikasian konsep pada ruang *pantry* ini adalah warna pada bagian dudukan, dan juga mural dengan kata-kata penyemangat untuk para *staff*. Warna tersebut memberikan kesan yang santai dan menyenangkan. sedangkan mural tersebut memberikan kesan menyemangati proses kerja.



Gambar 34. Transformasi desain *pantry*

Pantry terletak pada bagian depan sebelah area *showroom*. *Pantry* sendiri digunakan khusus untuk *staff* yang bersitirahat. Area ini memiliki dinding dengan kata-kata penguat untuk para *staff* agar semakin bersemangat untuk

bekerja atau fokus dalam hal pekerjaan. Ruangan ini memiliki kesan yang *modern* dan *trendy* sehingga memberikan kesan yang nyaman bagi *staff*.



Gambar 34. Perspektif *pantry 1*

Kesan *fun* dapat dilihat dari warna dudukan yang menggunakan warna *brand* puratos. Kesan *fun* tersebut memberikan suasana ruang yang santai. Dengan menggunakan material HPL tekstur kayu dan besi *finishing chrome* kesan *modern* dalam ruang dapat dirasakan.



Gambar 35. Perspektif *pantry 2*

i. *Waiting area* lantai 2

Ruang tunggu lainnya terletak pada lantai 2 untuk para pengunjung yang ingin bertemu dengan pihak kantor. *Waiting area* lantai 2 juga memiliki desain rak buku yang sama dengan lantai 1 yang bertujuan untuk mempromosikan *catalogue* dan resep-resep dari pihak puratos.



Gambar 36. Perspektif *waiting area* lantai 2

j. *Office*

Office dibagi menjadi 3 ruang yaitu *sales*, *accounting* dan *manager office*. Furniture geometris untuk memberikan kesan serius pada *office*, namun dengan warna-warna yang terang kesan ruangan menjadi ringan dan hangat. Material lantai berperan penting dalam menimbulkan suara di dalam *office*.



Gambar 37. Transformasi desain *office*

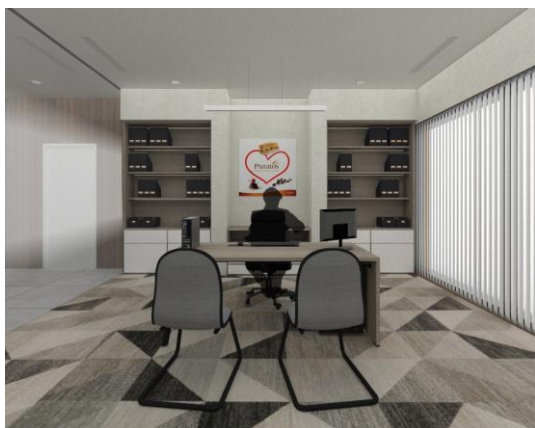
Ketiga ruangan itu dipisahkan dengan dinding namun dengan material kaca, dengan tujuan ruangan menjadi luas. Namun untuk mempertahankan *privacy* ruang maka kaca tersebut dilapisi *sticker vinyl* pada bagian tengahnya agar ruang masih tertutup. Selain itu juga peletakan dudukan berhadap-hadapan agar *staff* masih dapat melakukan interaksi berbicara antar *staff*. *Hall* merupakan satu-satunya sirkulasi ruangan *office*. Area ini dibuat dengan material lantai *marble tile* agar pengunjung yang memasuki ruangan ini akan menimbulkan suara dan *staff* akan mengetahuinya.

Gambar 38. Perspektif *hall office*

Accounting dan *sales office* menggunakan material lantai karpet yang memiliki tujuan agar tidak menimbulkan suara dalam ruangan sehingga *staff* dapat lebih fokus pada pekerjaannya.

Gambar 39. Perspektif *accounting & sales office*

Manager office menggunakan material carpet untuk lantai dengan tujuan agar tidak menimbulkan suara. Selain itu juga *pattern* yang digunakan berbeda dengan *pattern office* lain agar terlihat perbedaan jenis ruangan.

Gambar 40. Perspektif *manager office*

k. *Entertainment Area (Outdoor)*

Dengan menggunakan warna *branding* puratos pada bantalan dengan tujuan memperkuat *brand* dan memberikan kesan *fun* dan santai. Didukung juga dengan bentukkan *furniture* yang melengkung memberikan kesan yang santai dan juga memperkuat konsep.

Gambar 41. Transformasi desain *entertainment area*

Entertainment area ini memiliki tujuan sebagai ruang santai *staff* maupun pengunjung. Sehingga dapat digunakan oleh kedua pihak. Pada area ini terdapat dudukan dengan bentukkan yang unik sehingga dapat menarik minat pengunjung. Bentukkan dudukan pun sangat santai sehingga kesan ruangan ini santai dan nyaman. Selain itu juga pada ruangan ini terdapat *billiard table* dan *ping pong table* yang diletakkan sesuai permintaan pihak perusahaan.

Gambar 42. Perspektif *entertainment area 1*

Kesan *fun* dapat dilihat pada dudukan bantalan yang menggunakan warna *brand image* puratos. Selain untuk *branding*, warna tersebut juga digunakan untuk memperkuat kesan *fun* dan *relax*. Selain itu juga *furniture* yang organik memberikan kesan ruang yang *modern* dan *comfy*.



Gambar 43. Perspektif *entertainment area 2*

1. Meeting Room

Meeting room terletak pada lantai 3 diatas ruang *pantry*. Warna yang dominan putih memberikan kesan yang santai sekaligus nyaman, sehingga fokus utama mata *staff* kepada presentasi yang dipantulkan *glassboard*.



Gambar 44. Perspektif *meeting room*

V. KESIMPULAN

Redesign Interior brand Puratos, distributor bakery di Bali ini bertujuan untuk menyediakan fasilitas yang lebih baik dan lebih menarik minat pengunjung untuk mencoba maupun mengikuti kelas memasak bersama dengan perusahaan ini yaitu perusahaan puratos. Dengan tema "Welcome Able", tempat ini dilengkapi dengan fasilitas bakery seperti *tasting area*, ruang presentasi dan *baking class* sehingga pengunjung dapat sekaligus mencoba secara praktek bagaimana cara menggunakan produk-produk puratos, pembagian ruang kantor yang baik sesuai dengan kebutuhan dan kategori pekerjaan, selain itu juga fasilitas *showroom*, *meeting room* dan *pantry* demi meningkatkan kepuasan pengunjung maupun *staff* yang bekerja. Adapun

perwujudan tema "Welcome Able" pada perancangan ini adalah sebagai berikut:

a. Zoning & Grouping

Pembagian ruang yang baik menghasilkan *area-area zoning* dan *grouping* yang tepat seperti halnya area *office* berada di lantai dua sedangkan area pengunjung dominan pada lantai satu. Selain itu juga pembagian area *privacy*, dan *commercial* juga dengan jelas terasa, dengan adanya pembagian area, maka dapat memudahkan pengunjung maupun *staff* dalam hal memilih produk, berkonsultasi, maupun rapat.

b. Sirkulasi

Sirkulasi ruang pada fasilitas ini adalah linear bercabang, dimana pengunjung dapat melewati jalan yang sudah ditetapkan namun tidak menutup kemungkinan pengunjung melewati akses lainnya. Dengan sirkulasi yang mudah diakses dan jelas, maka memudahkan *staff* dalam bekerja, dan pengunjung dalam memasuki area-area tertentu seperti *area store*, *presentation area* dan *baking class*. Dengan sirkulasi linear bercabang pengunjung akan semakin penasaran untuk berkeliling dan melihat-lihat.

c. Warna

Penggunaan warna yang dominan warna netral seperti coklat memberikan kesan yang nyaman dan dapat menonjolkan produk yang dijual. Sedangkan untuk memperkuat branding dari puratos sendiri warna *focal point* yang digunakan adalah warna puratos yaitu merah dan kuning, serta tambahan warna hijau untuk memberikan kesan natural dan segar. Selain itu juga warna hitam dan abu-abu memberikan kesan yang modern untuk menetralkan dan memperkuat konsep. Warna-warna yang digunakan selain untuk memperkuat *brand* dan konsep, warna tersebut lebih mudah diterima oleh mata pengunjung, karena mudah diterima maka pengunjung dapat lebih mudah melihat produk, karena produk puratos lah yang lebih ditonjolkan. Warna *focal point* dapat menarik minat pengunjung karena warna tersebut diaplikasikan pada beberapa perabot pada semua ruangan, sehingga warna tersebut mudah diingat oleh pengunjung dengan tujuan sebagai *brand image* dari *brand* perusahaan.

d. Elemen Pembentuk Interior

Untuk menciptakan kesinambungan antar ruang, perancang menggunakan material dengan warna yang hampir mirip agar kesan ruangan menyatu antara ruangan satu dan ruangan lainnya. Selain material bentuk pembentuk ruang yang simple memberikan kesan ruang yang santai dan *comfy* sehingga ruangan menjadi nyaman dan membuat pengunjung betah.

e. Elemen Pengisi Interior

Sebagian besar elemen pengisi interior pada fasilitas ini adalah *custome-made*, seperti *pantry table* yang memiliki cabinet sekaligus meja makan, *meeting table* yang sekaligus memiliki stop kontak, dan pengisi interior lainnya yang bertujuan untuk memberikan fasilitas lebih kepada staff maupun pengguna.

f. Fasilitas

Dengan menambahkan fasilitas-fasilitas baru seperti *presentation area* dan *baking class* dimana peserta dapat ikut mencoba, pengunjung akan lebih tertarik dengan produk maupun perusahaan puratos. Sedangkan untuk staff fasilitas *pantry*, *individual office* dapat meningkatkan kinerja para staff. Dengan tambahan fasilitas ini, secara otomatis perusahaan puratos akan semakin dikenal, minat pengunjung semakin tertarik dan semakin menguntungkan kedua belah pihak baik pengunjung, *staff* dan pemilik.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada Tuhan yang Maha Kuasa, orang tua penulis, ibu Sriti, ibu Celline, teman-teman penulis dan semua pihak yang telah membantu penulis selama menyelesaikan tugas akhir ini. Berkat bantuan dan doa, penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik dan lancar, serta memberikan penghiburan dimasa suka dan duka.

Penulis menyadari bahwa laporan tugas akhir ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari pembaca untuk perbaikan bagi penulisan selanjutnya. Penulis juga meminta maaf apabila ada kesalahan atau kekurangan dalam penulisan laporan tugas akhir ini. Terima kasih.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Sally, Augustin. "*Place Advantage*". Canada. John Wiley & Sons, Inc, 2009.
- [2] David, Mun. *Shops a Manual of Planning and Design*. London; The Arthitectural Press. 1981
- [3] Christine, M. Piotrowski,. Rogers, & Elizabeth A. *Second Edition: Designing Commercial Interiors*. Canaca; John Wiley & Sons, Inc. 2007.
- [4] "Bakery" *Wikipedia*. 2017. 10 Desember 2017.
a. <<https://en.wikipedia.org/wiki/Bakery>>