

# Redesain Interior Sentra UKM MERR di Surabaya

Luh Ayu Ariesta Damayanti, Mariana Wibowo, Stephanie Melinda Frans  
Program Studi Desain Interior, Universitas Kristen Petra

Jl. Siwalankerto 121-131, Surabaya

*E-mail:* m41414142@john.petra.ac.id; mariana\_wibowo@petra.ac.id; Stephanie.frans.sf@gmail.com

**Abstrak**— Redesain Interior Sentra UKM MERR ini dimaksudkan untuk membantu memajukan berbagai UKM terkait yang ada di Sentra UKM MERR di Surabaya yang kini sepi pengunjung dan belum dapat bersaing dengan toko sejenis. Sehingga untuk mengatasi masalah tersebut dirumuskan tentang bagaimana merancang interior yang dapat memenuhi kebutuhan UKM yang terlibat di Sentra UKM MERR Surabaya serta bagaimana merancang interiornya agar dapat meningkatkan kualitas produk. Untuk mewujudkannya perancang menggunakan metode design thinking dengan 10 tahapan diantaranya discovery, observe, empathize, stories to discover, frame and reframe, ideate, decide, prototype, validate, dan iterate. Hasil dari perancangan ini berupa rancangan interior Sentra UKM MERR yang dapat membantu meningkatkan kualitas produk UKM ditunjang dengan memaksimalkan fungsi ruang yang belum dimanfaatkan secara maksimal dan divisualisasikan dalam bentuk maket presentasi serta 3D rendering.

**Kata Kunci**— Redesain, Sentra UKM MERR, Surabaya.

**Abstract**— *Redesigning Interior of Sentra UKM MERR Surabaya is intended to help the various UKM in the "Sentra UKM MERR" in Surabaya improve their business. These UKM have only a few of visitors and are not been able to compete with similar store. The basic problem in this design is how interior design can fulfill UKM's needs in Sentra UKM MERR and increase the product quality. To make it happen, the designer using design thinking method with 10 stages including discovery, observe, empathize, stories to discover, frame and reframe, ideate, decide, prototype, validate, and iterate. The results of this design is Sentra UKM MERR interior design that can help improve the quality UKM product supported by maximizing the function of space that has not been fully utilized and visualized in the form of a presentation modeling and 3D rendering.*

**Keywords**— *Redesign, Sentra UKM MERR, Surabaya.*

## I. PENDAHULUAN

Surabaya merupakan salah satu kota di Indonesia yang perekonomiannya bertumbuh pesat, salah satu faktor penggerakannya adalah Usaha Kecil dan Menengah (UKM), produk yang dipasarkan yaitu mulai dari produk fashion, makanan dan minuman, kerajinan tangan, dan masih banyak lagi. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan sektor usaha yang telah terbukti berperan penting dalam mengatasi akibat dan dampak dari krisis ekonomi yang pernah melanda bangsa Indonesia ditahun 1997 (Supriyanto 45).

Berdasarkan Peraturan Daerah Provinsi Jawa Timur No. 6 Tahun 2011 (1) Tentang Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah telah disebutkan bahwasannya pemberdayaan

terhadap UMKM sebagai salah satu pelaku pembangunan ekonomi Jawa Timur perlu dilakukan secara menyeluruh, optimal, dan berkesinambungan melalui pengembangan iklim yang kondusif, pemberian kesempatan berusaha, dukungan, perlindungan, dan pengembangan usaha seluas-luasnya, sehingga mampu meningkatkan kedudukan, peran, dan potensi UMKM dalam memajukan pembangunan dan dapat menyerap tenaga kerja yang banyak pula. Sesuai peraturan daerah tersebut pelaku UKM di Surabaya yang masih berkembang dan belum memiliki tempat untuk memasarkan produknya ini diwadahi dengan Sentra UKM yang merupakan bentuk dukungan dari pemerintah. Di Surabaya terdapat 10 Sentra UKM yang sudah berdiri, salah satunya adalah Sentra UKM MERR yang berlokasi di Jl. Ir. H. Soekarno No. 11 Surabaya. Sentra UKM MERR ini merupakan yang terbesar di Surabaya dan merupakan wadah bagi para pelaku UKM untuk berinteraksi dengan konsumen baik secara langsung maupun tidak langsung.

Galeri pemasaran atau Sentra UKM ini diharapkan dapat mewadahi para pelaku UKM yang belum memiliki toko sendiri sehingga mereka dapat memasarkan produknya agar produk yang dihasilkan dapat dilihat dan diminati banyak orang baik warga Surabaya sendiri maupun wisatawan lokal dan asing yang berkunjung ke Surabaya. Dengan adanya tempat pemasaran ini diharapkan seluruh UKM dapat mengembangkan segala usahanya dan dapat lebih kreatifitas agar usahanya lebih baik dan dapat mengikuti persaingan global.

Sentra UKM MERR saat ini memiliki 173 UKM terkait dengan beragam kategori produk. Produk yang dipasarkan setiap UKM jumlahnya berbeda-beda, sehingga penggolongan penataan produknya diatur sesuai kategori produk, bukan berdasarkan UKM yang memproduksi. Dalam Sentra ini terdapat permasalahan yaitu sepi pengunjung, dalam sebulan hanya mencapai 50 orang yang berkunjung dan seringkali Sentra UKM MERR ini ramai hanya pada saat sekelompok wisatawan asing datang dengan bus. Promosi telah dilakukan oleh pihak Sentra UKM dengan berbagai cara seperti membagikan brosur dan memasang papan petunjuk namun Sentra UKM masih saja sepi pengunjung.

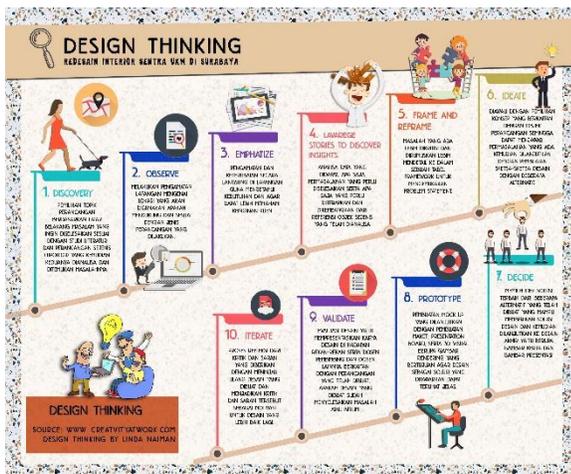
Sentra UKM MERR ini memiliki potensi untuk diperbaiki dan dikembangkan karena merupakan Sentra yang terbesar di Surabaya. Sangat disayangkan apabila Sentra UKM MERR yang merupakan fasilitas pemerintah ini sepi pengunjung. Sentra UKM MERR ini mengusung suasana *friendly* untuk mengundang lebih banyak pengunjung. Suasana ini diciptakan

dengan pengolahan dan pemilihan perabot serta pencahayaan, selain itu penataan ruang juga diperbaiki agar pengunjung merasa nyaman dan betah berada di dalam Sentra dalam waktu yang lama.

## II. METODE PERANCANGAN

Metode *Design Thinking* digunakan dalam pencapaian Redesain Interior Sentra UKM MERR di Surabaya yang dimaksudkan agar perancangan lebih terencana dan terstruktur dengan baik sehingga dapat membantu melancarkan proses perancangan.

Terdapat 10 tahapan perancangan yang digunakan dalam merancang interior Sentra UKM MERR, diantaranya sebagai berikut:



Gambar 2.1 *Design Thinking* dalam perancangan Sentra UKM MERR

Sumber: Naiman, 2016.

Tahap pertama merupakan tahap *discovery*, dimana pada tahap ini dilakukan pemilihan topik perancangan berdasarkan latar belakang masalah yang ingin diselesaikan sesuai dengan studi literature dan perancangan sejenis (tipologi) yang kemudian keduanya dianalisa dan ditemukan masalahnya.

Kemudian dilanjutkan ke dalam tahap *observe* yaitu melakukan pengamatan lapangan mengenai lokasi yang akan digunakan apakah mendukung dan sesuai dengan jenis perancangan yang dilakukan. Hal ini berkaitan dengan arah hadap bangunan, lingkungan sekitar bangunan, analisa tapak bangunan itu sendiri, dan sebagainya.

Tahap ketiga adalah *emphatize*, dalam tahap ini dilakukan pengamatan dan keterlibatan secara langsung di lapangan guna mengetahui kebutuhan dan agar dapat lebih memahami keinginan klien. Dalam tahap ini juga dilakukan dokumentasi dan wawancara kepada pihak terkait.

Tahap keempat yaitu *leverage stories to discover insights*, pada tahapan ini dilakukan analisa data yang didapat, apa saja permasalahan yang perlu diselesaikan serta apa saja yang perlu diterapkan dan dikembangkan dari referensi objek sejenis yang telah dianalisa.

*Frame and Reframe*, pada tahap kelima ini masalah yang ada lebih dikritisi dan dirumuskan lebih mendetail ke dalam

sebuah tabel framework untuk mengemukakan problem statement.

Tahap keenam yaitu tahap *ideate* yang bertujuan untuk memberikan ide-ide desain sebagai solusi dari permasalahan yang sudah di simpulkan dari hasil *framework* berupa *problem statement*. Tahap ini diawali dengan pemilihan konsep yang berkaitan dengan objek perancangan sehingga dapat menjawab permasalahan yang ada. Kemudian dilanjutkan dengan pembuatan sketsa-sketsa desain dengan beberapa alternatif.

Tahap ketujuh adalah *decide* yang berarti memilih ide/ solusi terbaik dari beberapa alternatif yang telah dibuat yang mampu memberikan solusi desain dan kemudian dilanjutkan ke *final desain* yaitu berupa gambar kerja dan gambar presentasi.

Tahap kedelapan adalah *prototype*, pada tahap ini dilakukan pembuatan *mock up* yang dilanjutkan dengan pembuatan maket, presentation board, serta 3D visual berupa gambar rendering yang bertujuan agar desain sebagai solusi yang ditawarkan dapat terlihat jelas.

Tahap kesembilan yaitu *validate*, pada tahapan ini dilakukan evaluasi desain yaitu mempresentasikan karya desain di hadapan rekan-rekan serta dosen pembimbing dan dosen lainnya berkaitan dengan perancangan yang telah dibuat, apakah desain yang dibuat sudah menyelesaikan masalah atau belum.

Tahapan terakhir yaitu *iterate*, pada tahapan ini merupakan proses refleksi dari kritik dan saran yang diberikan dengan meninjau ulang desain yang dibuat dan menjadikan kritik dan saran tersebut sebagai motivasi untuk desain yang lebih baik lagi.

## III. KAJIAN TEORI

### 3.1 Tinjauan Sentra UKM MERR

Sentra UKM MERR merupakan jendela dan ikon simbolis bagi para Usaha Kecil Menengah UKM yang secara khusus dibangun dan dibuat untuk menjadikan wadah untuk berinteraksi dengan konsumen pengguna produk dalam negeri khususnya Kota Surabaya (“Sentra”, par. 1).

Sentra UKM MERR berdiri pada tanggal 16 Desember 2014. Pembukaan sentra ini diresmikan oleh Walikota Surabaya, Ibu Tri Rismaharini. Di Surabaya kini terdapat 7 sentra dan akan dibuat 3 sentra lagi. Untuk saat ini 7 sentra tersebut diantaranya adalah Sentra UKM MERR, Sentra UKM ITC, Sentra UKM Delta Mall, Sentra UKM Bandara Juanda, Sentra UKM City Of Tomorrow, Sentra UKM Surabaya North Quay atau Pelindo, dan Sentra UKM Siola kemudian akan dibangun 3 sentra UKM baru yaitu di Kebun Binatang Surabaya (KBS), JMP (Jembatan Merah Plaza), dan di salah satu tempat wisata di Surabaya yang saat ini masih disiapkan (“Kembangkan”, par. 2).

#### 3.1.1 Pelayanan Sentra UKM MERR

Pelayanan dilakukan dengan menuntun pengunjung yang datang untuk mencari produk yang diinginkan kemudian menjelaskan produk tersebut, membantu memilih dan memberi saran atau pertimbangan terhadap produk hingga produk dibeli oleh pengunjung. Pelayanan ini merupakan jenis *pelayanan full service* sesuai dalam buku Manajemen

Pemasaran Edisi Ketiga belas Jilid 2 yaitu bahwa pelayan memberikan pelayanan penuh kepada pengunjung atau pembeli mulai dari menemukan, membandingkan, dan memilih (Kotler dan Keller 64).

### 3.1.2 Visi dan Misi Sentra UKM MERR

Berikut merupakan visi dan misi Sentra UKM MERR ("Sentra", par. 1):

#### Visi

- Sebagai wadah tempat berinteraksi dengan konsumen pengguna produk UKM Kota Surabaya.

#### Misi

- Melakukan pelayanan promosi bagi para UKM Kota Surabaya
- Melayani dan memberikan informasi yang diperlukan bagi para UKM dan para investor atau pelaku dunia usaha
- Menjembatani atau sebagai penghubung bagi para UKM dengan para calon pembeli investor dari dalam dan luar negeri atau sebaliknya
- Mengembangkan kerjasama dengan lembaga atau instansi asosiasi lain dalam kegiatan pelatihan dan informasi promosi bagi para UKM

### 3.1.3 Fasilitas Sentra UKM MERR

Sentra UKM Surabaya memiliki berbagai fasilitas guna menunjang kebutuhan dari pengembangan UKM di Surabaya. Hal ini juga tak lepas dari dukungan penuh dari pemerintah Kota Surabaya yang memfasilitasi Sentra UKM untuk memberikan pembekalan kepada UKM agar mandiri dan berdaya saing, diantaranya adalah ("Sentra", par. 1):

- Ruang pameran ber-AC dan jaringan *Wi-fi*
- Ruang pertemuan atau pelatihan di lantai 3 dengan kapasitas 25 orang.
- Area konsultasi bisnis dan kontak dagang yang nyaman.
- Area baca atau perpustakaan
- Area parkir/ *basement*.
- Toilet dan musholla.

## 3.2. Tinjauan *Display* dan Penyimpanan Tekstil

### 3.2.1 *Display* Produk Tekstil

Salah satu cara untuk menikmati karya tekstil adalah dengan memamerkannya/ *mendisplay*nya. Namun banyak hal yang perlu diperhatikan sebelum *mendisplay* untuk meminimalisir kerusakan tekstil, diantaranya sebagai berikut (Baker 7-9):

1. Selalu memposisikan tekstil yang akan *display* di area yang teduh, jangan terpapar cahaya secara langsung. Jangan meletakkannya di dekat sumber cahaya seperti jendela dan juga area lampu atau *spotlight*.
2. Hindari *display* tekstil dalam waktu yang lama karena risiko kerusakan dapat meningkat, usahakan *display* tekstil bergantian dengan tekstil lainnya.
3. Ada baiknya *mendisplay* tekstil dibalik *acrylic* atau kaca karena tekstil dapat terlindung dari debu dan polusi.
4. Ketika *mendisplay* tekstil perlu diperhatikan terlebih dahulu bahan yang akan bersentuhan dengan tekstil agar tekstil yang *display* tidak bereaksi dengan asam atau kandungan kimia lain yang dapat merusak tekstil (sama dengan cara penyimpanan tekstil).

### 3.3.1 Peran Penting Desain Interior Dalam *Store Based Retail*

Terdapat beberapa hal yang menyebabkan mengapa desain interior yang menunjang menjadi sangat penting bahkan dapat menjadi keunggulan kompetitif bagi store based retail, diantaranya adalah sebagai berikut:

[1] Desain interior yang tepat merupakan daya tarik tersendiri bagi pengunjung.

Tujuan berbelanja tidaklah murni untuk memenuhi dan membeli kebutuhan semata. Adanya kebutuhan psikologi yang sifatnya irasional (selain kebutuhan fungsional). Berbelanja adalah aktivitas yang memiliki beberapa fungsi, misalnya untuk melepaskan diri dari rutinitas, mempelajari tren baru, kegiatan fisik, *sensory stimulation* (kegiatan cuci mata), sosialisasi dan bermasyarakat, serta simbol status dan otoritas. Bagi para *retailer*, desain interior toko dapat membantu membentuk arah maupun durasi perhatian konsumen, sehingga dapat meningkatkan kemungkinan pembelian. Sehingga di sini desain toko berfungsi sebagai salah satu stimuli. Suasana dan desain interior yang tepat dapat mendorong konsumen untuk mengunjungi suatu toko (Levy dan Weitz 126).

[2] Desain interior toko dapat mengkomunikasikan citra toko.

Perkembangan sektor ritel yang sedemikian pesat, menyebabkan bertambahnya pula jumlah toko-toko. Diantara banyaknya toko lain, maka agar tetap memiliki daya saing, perlunya desain interior yang unik, nyaman namun tetap fungsional dan mendukung suasana berbelanja dapat menjadi unsur pembeda dibanding toko lainnya. Selain itu desain tersebut dapat mengekspresikan berbagai karakteristik toko dan pencitraan pada pengunjung misalnya toko busana berharap untuk menarik pelanggan skala tertentu dengan citra yang diberikan.

[3] Desain interior toko dapat mengundang reaksi emosi pengunjung.

Desain dan suasana toko, seperti telah dibuktikan dalam penelitian Donovan dan Rossiter (36) mempengaruhi keadaan emosi pengunjung. Keadaan emosional akan membuat dua perasaan yang dominan yaitu perasaan senang dan membangkitkan keinginan, baik yang muncul dari psikologikal set ataupun keinginan yang bersifat mendadak (*impulse*). Kondisi ruang dapat mempengaruhi keadaan emosi konsumen yang menyebabkan meningkatnya atau menurunnya pembelian.

### 3.3.2 Persyaratan Ruang Pameran

Kategori persyaratan ruang pameran adalah sebagai berikut (Appleton 172):

- Galeri terpisah bersifat permanen atau sementara untuk *display* seni rupa, seperti *painting*, *prints*, *drawings*, *photographs*, *installations*, *sculpture* dan *crafts*. Material lantai harus kuat dan keras dan mampu menerima beban berat.
- *Live arts* harus dipertimbangkan, jika galeri digunakan untuk pertunjukan, drama, dan lain-lain, dimana akustik ruang membutuhkan perhatian khusus.
- Akomodasi tambahan seperti gudang dengan akses langsung di dekat galeri, untuk pemindahan dan pengepakan ruang pameran sementara, penyekat dan *display* unit, akses untuk pengiriman barang besar melalui pintu dan koridor yang memadai.
- Ruang pameran yang permanen atau sementara untuk karya seni dapat dipasang pada dinding atau sekat dalam area *lobby*.

Gambar, lukisan, foto, poster dan lainnya dapat dilihat sebagai satu bagian dari desain interior.

- Objek seperti kerajinan tangan dapat *display* dalam kabinet kaca dengan pencahayaan lokal dan pintu geser sebagai akses. Kabinet dapat berdiri sendiri atau diletakkan masuk kedalam tembok atau penyekat.

#### IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

##### 4.1 Konsep Desain

“*Reconnecting to the Nature*” merupakan konsep yang dipilih dan memiliki makna terhubung kembali dengan alam. Konsep ini muncul mengingat kondisi kota Surabaya yang padat, jenuh, dan sibuk sehingga untuk mengimbangnya perlu diciptakan atmosfer ruang yang segar, nyaman, dan menyenangkan dimana individu di dalamnya dapat merasa betah berlama-lama di dalam Sentra UKM MERR. Sehingga gaya desain yang digunakan adalah urban contemporary, dimana pengunjung bisa tetap merasa berada di kota tetapi dengan atmosfer yang berbeda.

Konsep ini berpadu dengan bentukan hexagon atau segi enam yang merupakan bentuk penerapan dari filosofi lebah dalam membangun rumah madu/ *honeycomb*.

Belajar dari lebah yang merupakan hewan sosial yang berarti tidak dapat bekerja sendirian dan saling membutuhkan sama halnya dengan manusia, dalam hal ini lebah membuat rumah mereka bersama sama dan saling bertanggung jawab atas tugasnya masing-masing, sehingga dari kerja sama yang baik lebah-lebah tersebut dapat menyimpan madu dengan baik dan menghasilkan madu yang berkualitas baik pula. Sehingga di harapkan di dalam Sentra UKM MERR ini juga terjadi demikian, dapat bertanggung jawab atas tugasnya masing-masing baik staff, operasional, serta pengunjung, staff dan pelaku UKM dapat saling percaya, dapat menghadapi tantangan bersama, saling membantu dan menghargai, serta menjunjung tujuan bersama dengan komitmen untuk tetap bertahan, dengan begitu Sentra UKM MERR dapat maju dan bersaing dengan pesaingan sejenisnya.

##### 4.2 Aplikasi Konsep Interior

Konsep *Reconnecting to The Nature* yang berpadu dengan filosofi lebah dalam membangun rumah madu ini diaplikasikan ke semua aspek dalam interior Sentra UKM MERR. Pengaplikasian konsep diterapkan ke interior dan *furniture*nya. Aspek interior meliputi bentuk, warna, material, elemen interior, sistem pencahayaan, sistem penghawaan, sistem proteksi, manajemen sampah, *signage*, dan *universal design*.

##### 4.2.1 Bentuk

Bentukan utama yang digunakan yaitu bentukan geometris persegi 6 atau hexagon yang berasal dari filosofi lebah dalam membuat *honeycomb*/ rumah madu yang diterapkan dalam elemen interior yaitu dinding plafon, dan lantai juga *furniture*nya.



Gambar 4.1 Aplikasi bentuk

##### 4.2.2 Warna

Warna-warna yang diterapkan merupakan warna khas Surabaya yang wajib diterapkan sesuai dengan yang hasil wawancara dengan pihak Dinas Perdagangan yaitu mengandung warna jingga kemerahan, hijau, dan putih. Dalam perancangan kali ini warna jingga kemerahan akan menjadi aksen di dalam ruang yaitu diterapkan pada lantai dan *furniture*nya, sedangkan warna hijau diterapkan dengan penggunaan tanaman *indoor* dan *outdoor* sehingga memberi kesan *fresh*, dan warna putih diterapkan ke dalam beberapa *furniture* yang ada.



Gambar 4.2 Aplikasi warna

##### 4.2.3 Material

Material yang digunakan yaitu berupa material yang ramah terhadap benda-benda *display*, sehingga tidak mencemari atau merusak barang *display*. Material yang digunakan diantaranya adalah kayu, besi, *terrazzo*, *concrete*, dan tegel kunci yang kebanyakan *finishing* dengan *finishing clear* sehingga mengekspos sifat asli material.



Gambar 4.3 Aplikasi material

##### 4.2.4 Sistem Pencahayaan

Sistem pencahayaan yang diterapkan yaitu pencahayaan alami dan buatan. Pencahayaan alami berasal dari bukaan yang terletak hampir di segala sisi bangunan. Sedangkan pencahayaan buaatannya berasal dari *general lighting*, *accent lighting*, dan *downlight*.



Gambar 4.4 Aplikasi pencahayaan

4.2.5 Sistem Penghawaan

Sistem penghawaannya menggunakan penghawaan alami dan buatan. Sistem penghawaan alaminya berasal dari bukaan/ jendela. Sedangkan penghawaan buatanya berasal dari penggunaan AC dan *exhaust fan*.



Gambar 4.5 Aplikasi Sistem Penghawaan

4.2.6 Sistem Proteksi

Sistem Proteksi dalam Sentra UKM MERR Surabaya ini terdapat 2 macam yaitu untuk proteksi kebakaran dan proteksi keamanan. Untuk proteksi kebakaran pada bangunan Sentra UKM MERR Surabaya ini menggunakan smoke detector dan APAR. Sedangkan untuk proteksi keamanan menggunakan CCTV.



Gambar 4.6 Aplikasi proteksi

4.2.7 Manajemen Tempat Sampah

Terdapat tempat sampah di segala lantai terutama di toilet, lantai 1 yang merupakan area makanan dan minuman, dan lantai 3 yang merupakan tempat berlangsungnya *event* atau *workshop*.



Gambar 4.7 Aplikasi Manajemen Sampah

4.2.8 Signage

*Signage* terdapat di toilet, di setiap bordes yaitu area sebelum menaiki/ menuruni *ramp*, di kasir, di *façade* bangunan, dan di beberapa *furniture* untuk menunjukkan produk yang *display*.



Gambar 4.8 Aplikasi signage

4.2.9 Universal Design

Karena Sentra UKM Surabaya ini merupakan public space maka harus memenuhi persyaratan universal desain sehingga pengunjung yang berkebutuhan khusus juga dapat masuk ke dalam Sentra UKM MERR Surabaya.

4.3 Aplikasi Konsep Furniture

Konsep *urban contemporary* dengan bentuk yang diadopsi dari *honeycomb* atau rumah madu berupa hexagon ini diaplikasikan ke dalam semua aspek interior bangunannya termasuk ke dalam *furniture*nya. Aspek *furniture* meliputi warna, bentuk, material, *finishing*, konstruksi, dan *hardware*.

4.3.1 Warna

Warna *furniture* di dalam Sentra UKM Surabaya dominan berwarna coklat yang berasal dari material kayu, warna abu-abu yang berasal dari material *concrete*, dan putih yang berasal dari warna *terrazzo*. Warna jingga kemerahan menjadi warna aksen dalam Sentra UKM MERR ini.

4.3.2 Bentuk

Bentuk *furniture* dalam Sentra UKM MERR Surabaya menggunakan bentuk *honeycomb* atau rumah madu yaitu berupa bentuk hexagon/ segi 6. Sudut-sudut yang lancip diberi *table corner protector* berbahan *silicon* sehingga tidak berbahaya bagi anak, juga beberapa dibuat tumpul menyesuaikan material *furniture*nya.

4.3.3 Material

Material pada interior Sentra UKM MERR dominan menggunakan material kayu dan *concrete*. Material ini ramah terhadap barang yang *display* dan juga mudah dibersihkan.

4.3.4 Finishing

*Finishing furniture* menggunakan *finishing* yang bersifat *clear* atau transparan sehingga dapat mengekspos tekstur dan warna alami dari material tersebut serta menggunakan *finishing* yang berbahan dasar air, sehingga ramah lingkungan dan aman bagi penggunanya.

4.3.5 Konstruksi

Konstruksi menggunakan konstruksi kayu sederhana, las logam, dan paku tembak dan memperhatikan kekuatan, kelentutan, serta keamanan penggunaannya.



Gambar 4.9 Aplikasi konstruksi perabot dan interior  
Sumber: Olahan pribadi, 2018

4.3.6 Hardware

*Hardware* yang digunakan menyesuaikan kebutuhan dan desain yang dibuat dan juga aman bagi penggunaannya.



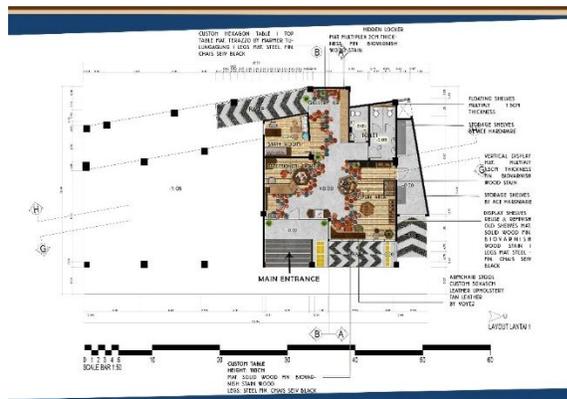
Gambar 4.10 Aplikasi hardware

4.4 Desain Akhir

4.4.1 Layout

Pengembangan *layout* akhir dari alternatif terpilih yaitu pengembangan warna *layout* yaitu warna jingga, putih, dan hijau yang menyesuaikan dengan ciri khas Surabaya, sesuai dengan yang diutarakan oleh pihak Dinas Perdagangan. Selain itu, Dinas Perdagangan juga membutuhkan adanya *co-working*

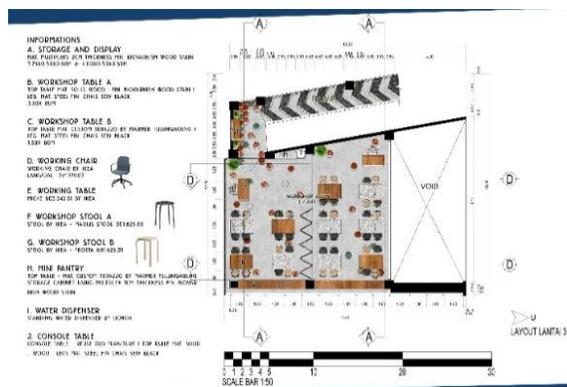
yang nantinya ruangan tersebut dapat digunakan untuk *event-event* tertentu dan dapat terbagi menjadi 2 ruang ketika dibutuhkan, sehingga dalam *layout* diberi pintu lipat yang sewaktu-waktu dapat dibuka apabila akan menjadikannya menjadi 1 ruang.



Gambar 4.11 *Layout* Lantai 1



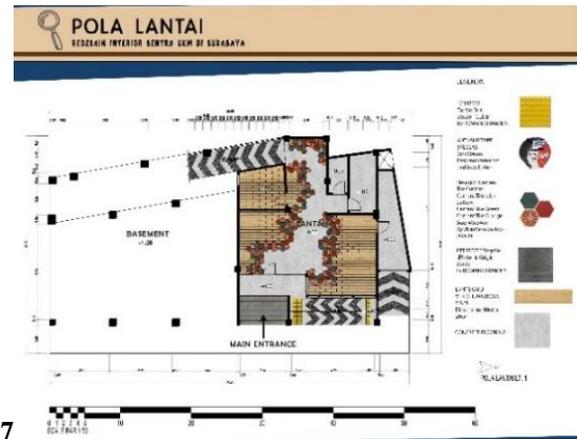
Gambar 4.12 *Layout* Lantai 2



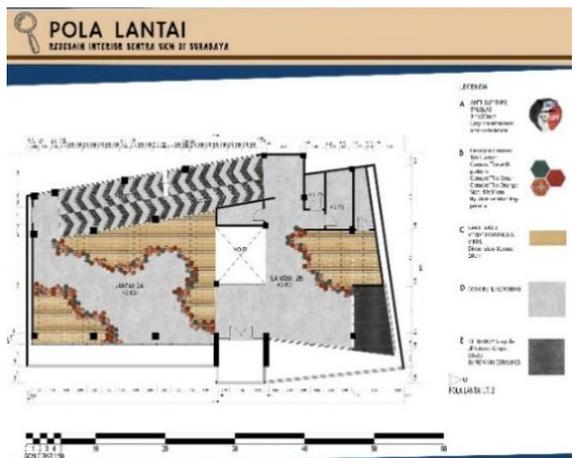
Gambar 4.13 *Layout* Lantai 3

4.4.2 Pola Lantai

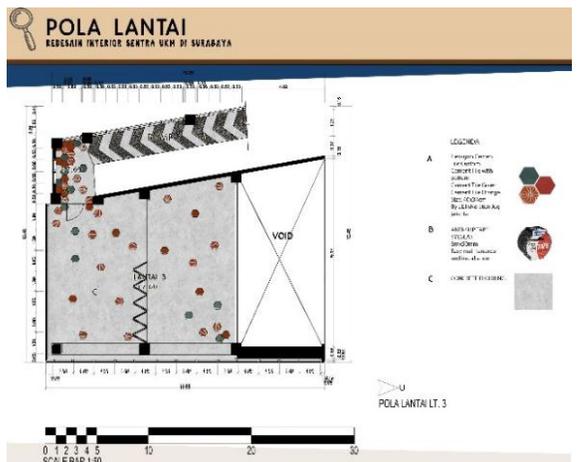
Lantai menggunakan material *vinyl*, *concrete*, tegel kunci, serta tidak lupa menggunakan *anti-slip* sehingga aman bagi lansia dan anak-anak.



Gambar 4.14 Pola Lantai 1



Gambar 4.15 Pola Lantai 2



Gambar 4.16 Pola Lantai 3

4.4.3 Pola Plafon

Plafon pada Sentra UKM ini menggunakan material *gypsum*, *lambersering* berbahan kayu merbau, dan terdapat *drop ceiling* berupa ornamen hexagon yang dibentuk dengan menggunakan *laser cutting* berbahan MDF dan difinishing dengan cat duco berwarna hitam.



4.4.5 Main Entrance

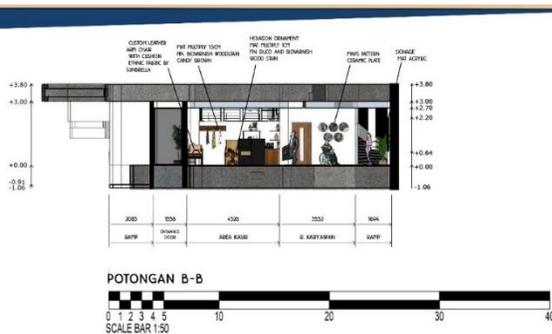
Main entrance merupakan tampak depan bangunan yang memberikan kesan pertama bagi pengunjung yang akan masuk. Kesan yang tercipta harus sesuai dengan konsep interiornya yaitu *natural modern* yang berpadu dengan hexagon. Main entrance menggunakan material berupa kaca, acrylic, dan kayu.



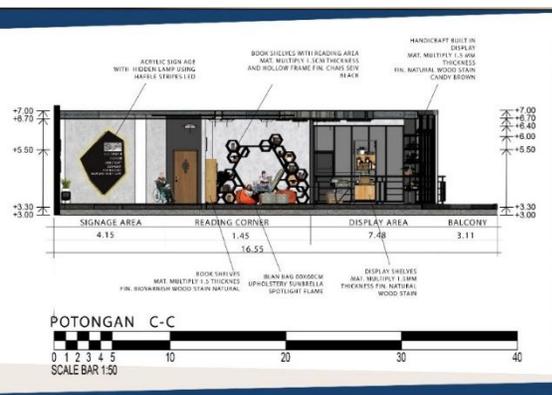
Gambar 4.23 Main Entrance

4.4.6 Potongan

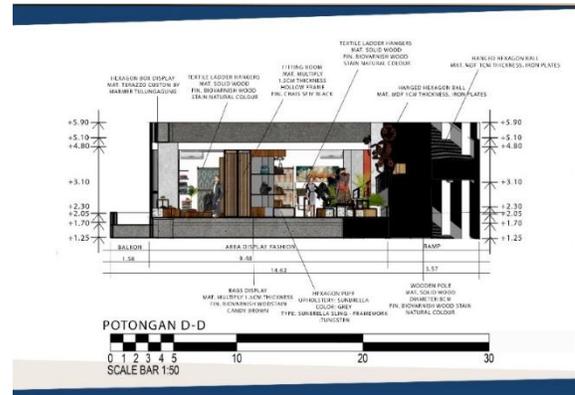
Bangunan dipotong untuk melihat detailnya. Pada desain akhir kali ini, terdapat 5 potongan sebagai berikut.



Gambar 4.24 Potongan B-B



Gambar 4.25 Potongan C-C



Gambar 4.26 Potongan D-D



Gambar 4.27 Potongan D-D



Gambar 4.28 Potongan D-D

4.4.7 Detail Elemen Interior dan Perabot

Elemen interior pada setiap ruangnya didesain sesuai dengan konsep perancangan yaitu *urban contemporary* yang berpadu dengan filosofi lebah dalam membuat rumah madu atau *honeycomb* sehingga beberapa elemen interior dan perabotnya berbentuk hexagon sebagai bentuk penerapan konsep. Berikut ini merupakan 5 detail interior yang dibuat:

- Bola hexagon

Bola hexagon ini terletak di *void* di bagian kasir sehingga terlihat dari segala ruang dan juga dari *façade* dan menjadi daya tarik dalam Sentra UKM MERRI. Tali penggantungnya menggunakan tali besi dan beberapa *hardware* pengait untuk dapat dikaitkan di plafon dan untuk dikaitkan pada bola.

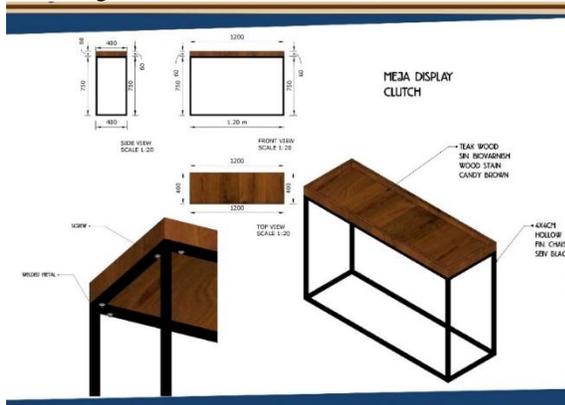




Gambar 4.33 Meja bar

• Meja display clutch

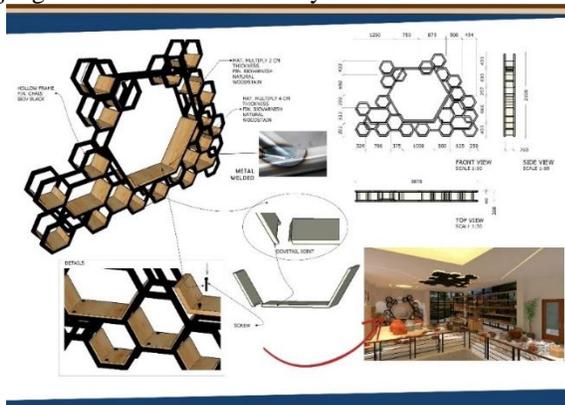
Meja display ini berfungsi untuk mendisplay clutch atau dompet wanita sehingga permukaannya dibuat agak tenggelam agar pengunjung terfokus kepada clutch atau dompet-dompot tersebut. Meja display ini terdiri dari material kayu dan dengan kaki berbahan besi.



Gambar 4.36 Meja display clutch

• Rak buku hexagon

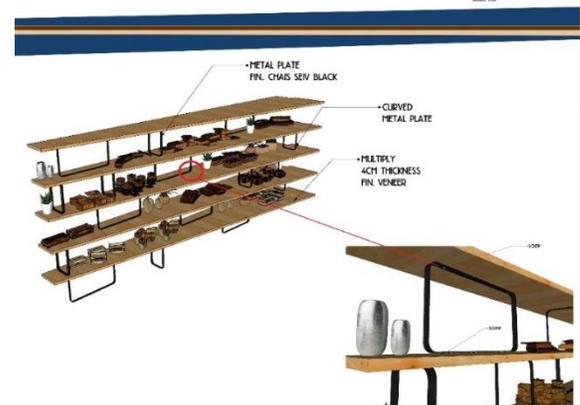
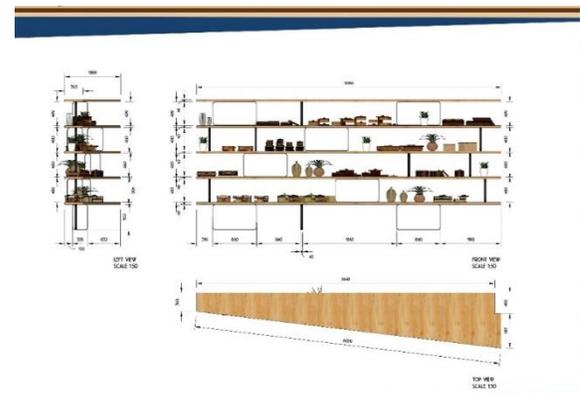
Rak ini merupakan rak buku yang memiliki area duduk. Rak ini terletak di area display souvenir di lantai 2B. Rak ini terbuat dari material kayu dan besi sehingga terlihat kokoh. Pengunjung yang duduk disini akan dengan mudah menjangkau buku-buku di dekatnya.



Gambar 4.37 Rak buku hexagon

• Rak built-in souvenir

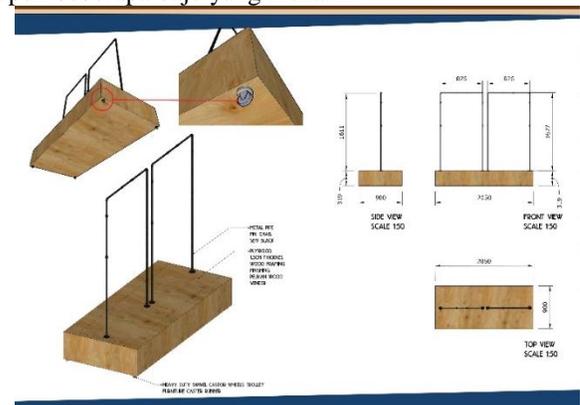
Rak built-in ini dimaksudkan untuk memaksimalkan space yang ada serta menghalangi pantulan sinar matahari yang terlalu banyak masuk ke dalam ruangan. Rak ini tidak memiliki konstruksi yang terhubung ke dinding sehingga hanya mengandalkan kaki besi yang di susun seperti pemasangan batu bata, hal ini dimaksudkan agar tidak merusak elemen dinding.



Gambar 4.38 Rak built-in souvenir

• Display Busana

Penggantung yang digunakan untuk mendisplay produk busana ini terletak di area fashion dan digunakan untuk mendisplay baju-baju batik dengan sebuah box sebagai alas yang dapat dimanfaatkan pula untuk mendisplay sepatu maupun beberapa baju yang menarik.



Gambar 4.39 Display busana

#### 4.4.8 Perspektif

Perspektif merupakan hasil 3D dari gambar kerja 2D. Perspektif digambarkan sesuai dengan rencana yang telah dirancang. Perspektif harus bisa mewakili gambar kerja yang ada. Beberapa perspektif yang dibuat pada tahap desain akhir meliputi :

- View Lantai 1

Pada *area display* makanan dan minuman di lantai 1 ini diterapkan *furniture built in* vertikal yang berbentuk hexagon berbahan MDF setebal 1,5cm-2cm. Terdapat pula meja kasir dan meja bar yang bentukannya mengadopsi dari potongan dari bentukan hexagon. Pada dinding dekat *ramp* dan toilet terdapat loker karyawan dan *storage built in* dengan ornamen hexagon yang dibuat dengan balok partikel kayu dan *finishing* dengan cat duco hitam, ornamen ini juga dapat menjadi elemen dekoratif pada lantai 1. Loker ini sengaja di desain *built in* agar terlihat ringkas sehingga pengunjung tidak mengetahui bahwa sebenarnya itu adalah loker karyawan. Strategi ini lebih baik daripada meletakkan loker karyawan di dalam ruang karyawan yang sangat kecil dan sempit.



Gambar 4.40 View Lantai 1



Gambar 4.41 Ruang Karyawan Lantai 1

- View Lantai 2A

Lantai 2A ini merupakan area *fashion* di Sentra UKM MERR. Pada lantai 2A ini terdapat *fitting room* dan berbagai *furniture* yang berbentuk hexagon yang dominan menggunakan material kayu dan *terazzo*.



Gambar 4.42 View Lantai 2A

- View Lantai 2B

Lantai 2B ini merupakan area *display* produk *home goods*, *skin care*, *merchandise/ souvenir* serta perpustakaan. Terdapat *furniture built in* di dekat jendela yang berfungsi untuk menghalangi sinar matahari yang berlebihan masuk ke dalam ruangan, selain itu juga untuk memanfaatkan *space* yang ada. Rak *built in* ini *wall-friendly* karena tidak merusak dinding sama sekali, rak ini menggunakan kaki besi tidak bergantung pada dinding.



Gambar 4.43 View Lantai 2B

- View Lantai 3

Lantai 3 merupakan area *co-working* yang dapat digunakan untuk kegiatan *workshop* ataupun pelatihan bagi UKM terkait di dalam Sentra UKM MERR ini.

Plafonnya sama dengan plafon pada area *fashion*, plafonnya merupakan plafon *drop ceiling* dan plafon *gypsum*.

Sebagian sisi dindingnya menerapkan cat dinding berwarna jingga sebagai warna khas Surabaya. Pada ruangan ini terdapat *folding door* yang membagi ruangan lantai 3 ini menjadi 2 ruang sehingga fleksibel, dapat diterbagi menjadi 2 ruang juga dapat dijadikan 1 ruang sesuai kebutuhan. Pada ruangan ini juga terdapat *mini bar* yang dapat berguna bagi peserta *workshop/* pelatihan dapat mengambil minum atau konsumsi dengan mudah.



Gambar 4.44 View Lantai 3

## V. KESIMPULAN

Surabaya merupakan ibukota Jawa Timur dan merupakan kota terbesar kedua di Indonesia setelah Jakarta. Pengunjung kota Surabaya juga sangat beragam mulai dari Sabang hingga Merauke maupun dari luar negeri, maka dari itu Surabaya perlu memiliki pusat kerajinan atau pusat oleh-oleh yang memiliki ciri khas dan layak dikunjungi oleh masyarakat terutama masyarakat dari daerah Jawa Timur itu sendiri hingga pengunjung dari luar negeri. Sentra UKM berfungsi mawadahi UKM yang ada di Surabaya sehingga dapat mengekspos hasil karya masyarakat kota Surabaya kepada masyarakat luas.

Aktivitas yang terjadi di dalam Sentra UKM yaitu adanya transaksi dan interaksi antara pelaku UKM dengan konsumen baik secara langsung maupun tidak langsung. Selain itu Sentra UKM MERR ini juga sering mengadakan *event* seperti *workshop, meeting,* dan pelatihan sehingga Sentra UKM perlu dirancang sedemikian rupa agar pengguna yang berada di dalamnya dapat merasa nyaman, aman, dan dapat memenuhi kebutuhan setiap pengguna di dalamnya.

Sentra UKM MERR ini didesain dengan gaya *natural modern* dan dipadukan dengan bentuk hexagon. Konsep *natural modern* diharapkan dapat membawa suasana segar ke dalam ruang didukung dengan banyaknya bukaan yang ada hampir di segala sisi bangunan, sedangkan dengan bentuk

hexagon diharapkan pengguna di dalamnya baik antara pelaku UKM dengan staff agar dapat bekerja sama, menjaga dan menjalin hubungan yang baik, dapat bekerja secara efisien juga disiplin, selain itu diharapkan pula pengunjung dengan pelaku UKM dan para staff juga dapat menjalin hubungan yang harmonis di dalam Sentra UKM ini.

Pada Sentra UKM MERR ini *branding image* masih belum jelas sehingga dibuat logo dari dasar bentuk hexagon yaitu dengan menyingkat nama Sentra UKM MERR menjadi SUM sehingga Sentra UKM MERR yang pertama kali berdiri di Surabaya ini dapat memiliki brand image sendiri dan dikenal masyarakat.

Surabaya memiliki warna khas yang wajib diterapkan ke dalam Sentra UKM MERR yaitu jingga kemerahan, hijau, dan putih. Warna jingga menjadi aksen dalam ruang dan diterapkan ke dalam beberapa perabot, selain itu dengan penerapan warna jingga ke dalam interior Sentra UKM dapat memberi dampak psikologis yang positif kepada pengguna karena jingga merupakan warna yang terkesan hangat, *friendly,* ceria, *playful,* dan menyenangkan.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada Tuhan Yang Maha Esa, orang tua penulis, Ibu Mariana selaku pembimbing utama, Ibu Stephanie selaku pembimbing kedua, teman-teman penulis, dan semua pihak yang telah membantu penulis selama menyelesaikan tugas akhir. Berkat bantuan dari mereka, penulis bisa menyelesaikan tugas akhir dengan baik dan lancar, serta memberikan hiburan pada masa suka maupun duka. Penulis menyadari bahwa skripsi tugas akhir ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari pembaca bagi penulis melakukan perbaikan untuk penulisan jurnal yang selanjutnya. Penulis juga memohon maaf apabila ada kesalahan atau kekurangan dalam penulisan tugas akhir ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Appleton, I. *Building for the Performing Arts : A Design and Development Guides*. United Kingdom: Elsevier Architectural Press, 2008.
- [2] Baker, Marjorie M. "Caring for your Textile Heirlooms". University of Kentucky. Kentucky: University of Kentucky Cooperation Extension, 2008.
- [3] Donovan RJ and Rossiter JR. "Store Atmosphere and Purchasing Behavior" 70.3 (1994): 283-295. 23 Februari 2018.
- [4] Indonesia. Pemerintah Provinsi Jawa Timur. *Peraturan Daerah Provinsi Jawa Timur No. 6 tahun 2011: Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah*. Surabaya: Author, 2011.
- [5] "Kembangkan UKM, Tambah 3 Sentra UKM". (Maret 2018). Cakrawala Post. Second Ed First Year. Surabaya, 31 Maret 2018 < [https://issuu.com/redaksicakrawalapost/docs/cakrawala\\_post\\_edisi\\_2](https://issuu.com/redaksicakrawalapost/docs/cakrawala_post_edisi_2) >
- [6] Kotler Philip dan Keller. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Edisi Pertama. Jakarta: Prentice Hall, 2007
- [7] Levy and Weitz. *Retailing Management. Seventh ed*. Boston: Mc.Gaw-Hall, 2009.
- [8] Naiman, Linda. "Use Design Thinking to Develop Creativity and Innovation", *Creativity at Work on the Web*, 4 May 2016, < <https://www.creativityatwork.com/design-thinking-strategy-for-innovation/amp/>> (18 Maret 2018).
- [9] "Sentra UKM MERR". (2015). Surabaya, 23 Februari 2018 < <http://sentraukm-surabaya.blogspot.com/> >

- [10] Supriyanto. "Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sebagai Salah Satu Upaya Penanggulangan Kemiskinan". *Jurnal Ekonomi dan Pendidikan* 3.1 (April 2006): 1. 2 March 2018. <<https://media.neliti.com/media/publications/17247-ID-pemberdayaan-usaha-mikro-kecil-dan-menengah-umkm-sebagai-salah-satu-upaya-penang.pdf>>