

DESAIN INTERIOR I PERANCANGAN RUANG PENJUALAN



DWI RETNO SA., M.SN

PENTINGNYA PERANCANGAN TOKO



- Desain interior yang menunjang menjadi sangat penting bahkan dapat menjadi keunggulan kompetitif bagi sebuah toko.
- Bertujuan untuk mendorong hasrat membeli konsumen, sehingga terjadi transaksi
- Secara tidak langsung dapat dikatakan bahwa perencanaan dan penciptaan suasana interior yang tepat akan mendorong lajunya tingkat penjualan.

Desain interior yang tepat merupakan daya tarik bagi pengunjung



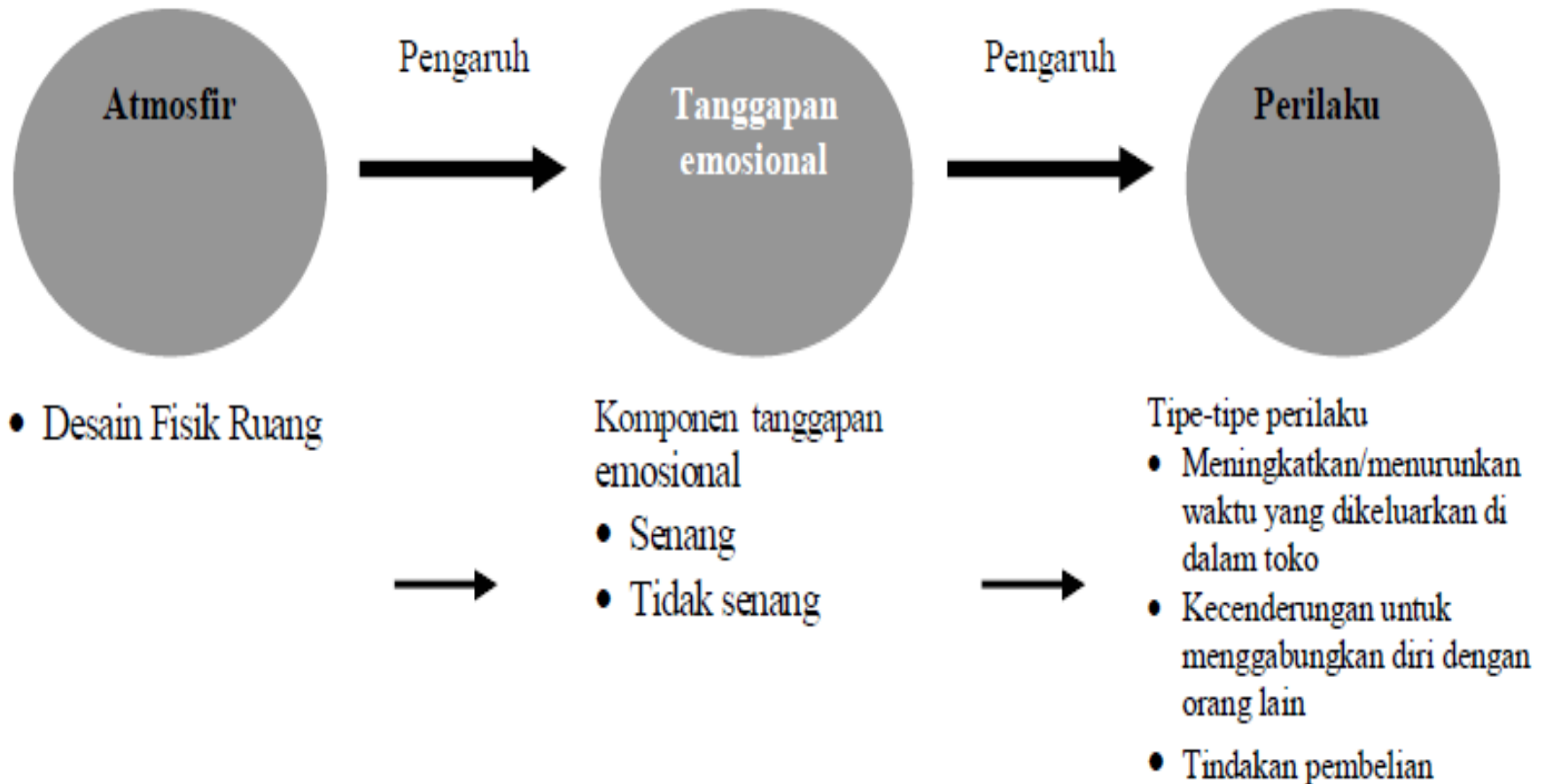
- Tujuan berbelanja tidaklah murni untuk memenuhi dan membeli kebutuhan semata.
- Adanya kebutuhan psikologi yang sifatnya irasional (selain kebutuhan fungsional), seperti: melepaskan diri dari rutinitas, mempelajari trend baru, kegiatan fisik, *sensory stimulation* (kegiatan cuci mata), sosialisasi 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. Jadi desain toko berfungsi sebagai salah satu stimuli.
- Suasana dan desain interior yang tepat dapat mendorong konsumen untuk mengunjungi suatu toko.
(Levy dan Weitz ,1998:126)

Desain interior toko dapat mengkomunikasikan citra toko



- 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.
- Desain dapat mengekspresikan berbagai karakteristik toko dan pencitraan pada pengunjung misalnya toko busana berharap untuk menarik pelanggan skala tertentu dengan citra yang diberikan.

Desain interior toko dapat mengundang reaksi emosi pengunjung



Evolusi desain interior pusat perbelanjaan yang semakin kreatif dan tematik

- Adanya evolusi dari bentuk-bentuk pusat perbelanjaan itu sendiri akan mendorong bentuk-bentuk interior masing-masing toko sehingga menjadi lebih kreatif

1980an

- pasar tradisional
- *specialty stores*
- desain interior toko bukanlah merupakan sesuatu yang penting.
- Faktor fungsi dan bagaimana *lay out* yang ekonomis dan efisien menjadi faktor pertimbangan terpenting dalam desain

1990an

- Plaza, dan Mall
- unsur desain interior toko mulai diperhatikan dan direncanakan secara lebih agar dapat mencerminkan citra yang diinginkan

2000-an

- Plaza, dan Mall
- bentuk-bentuk pusat perbelanjaan menjadi semakin kreatif dan tematik dengan berbagai fasilitas sosial didukung dengan adanya perkembangan teknologi bahan dan otomatisasi bangunan

DESAIN INTERIOR TOKO YANG BAIK



- konsisten dapat mencerminkan image dan strategi
- memberikan daya tarik tersendiri bagi pengunjung
- mempertimbangkan fungsionalitas dan efisiensi
- Desain yang *flexible*
- mempertimbangkan keamanan

SUASANA TOKO



- ***Tampak Depan Toko (Storefront)***
- ***Display Windows***
- ***Interior Toko***
- ***Layout Toko (Store Layout)***
- ***Interior Display (Point Of Purchase)***

Tampak Depan Toko (Storefront)

- Karakter *storefront* toko memiliki pengaruh yang besar pada *store image* dan harus direncanakan secara matang.
- *Facade* toko dapat didefinisikan dengan kondisi eksterior dari toko tersebut. Termasuk di dalamnya adalah *signage*, pintu masuk, efek *lighting*, dan material konstruksi.
- Dengan tampak luar yang unik dan atraktif, sebuah toko dapat menjadi menarik untuk dikunjungi.



pertimbangan. :



- berapa jumlah pintu masuk yang diperlukan:
 - Untuk toko-toko kecil hanya diperlukan satu pintu masuk, untuk department store diperlukan lebih dari satu.
- tipe pintu masuk juga merupakan faktor yang patut dipertimbangkan apakah menggunakan tipe *push-pull* (*dorongtarik*) dan berputar otomatis (*revolving*) atau tipe yang lain.
- Pintu masuk memberikan kesan mengundang pengunjung untuk masuk.
- jalan masuk yang cukup luas akan memberikan kesan yang lega dan nyaman bagi para pengunjung.

Berbagai jenis pintu



Revolving door



Push-pull door



swing door



Display Windows

- untuk mengidentifikasi toko dan menarik perhatian pengunjung untuk masuk.
- Bentuk yang menarik secara visual akan memperindah bentuk eksterior.
- Dengan proporsi yang tepat akan memberikan kemudahan pengunjung untuk melihat tampilan secara lengkap.
- Berdampak pada perilaku pembeli.

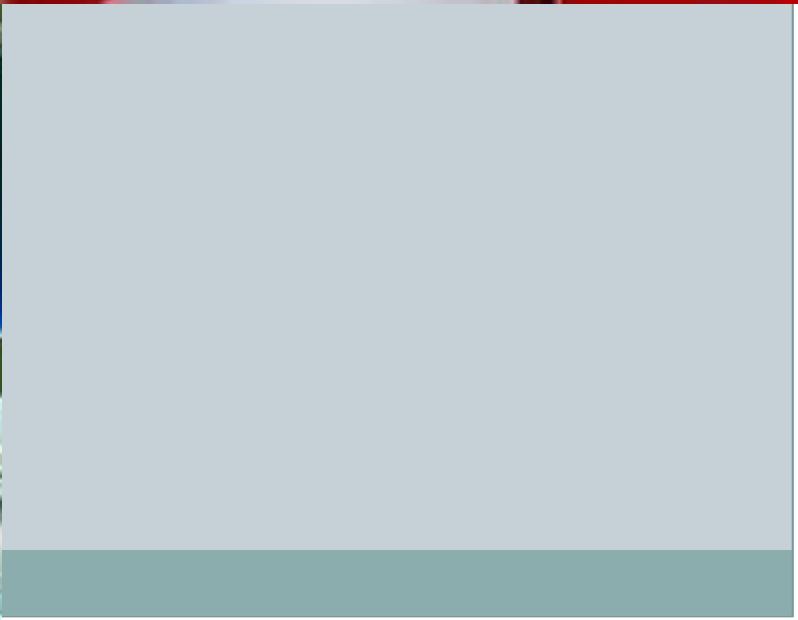
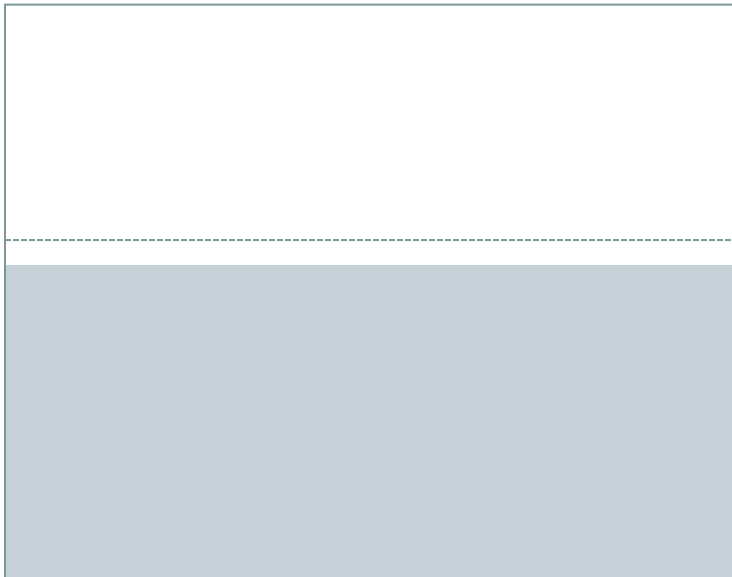


Interior Toko

- pembentuk suasana ruang dalam adalah bidang-bidang plafon, dinding dan lantai.
- Perpaduan penggunaan material dan bahan yang tepat akan memberikan kesan serasi dan menyatu.
- warna, pencahayaan, bau-bauan dan *sound*.
- Perletakan fikstur-fikstur mekanikal dan elektrik yang baik dan terencana akan memberikan kesan visual yang baik pula.
- *general interior* mempengaruhi perilaku pembeli.
- musik yang diperdengarkan di toko bisa memiliki dampak signifikan pada beragam perilaku termasuk penjualan, stimulasi (*arousal*), persepsi dan waktu aktual yang dihabiskan dalam lingkungan, aliran lalu lintas dalam toko, dan persepsi stimulasi visual dalam toko retail. musik bisa mempengaruhi perilaku bahkan ketika konsumen tidak menyadarinya.
- aroma. keberadaan atau ketiadaan dari sebuah bau mempengaruhi perilaku. bau bisa mempengaruhi penjualan, waktu pemrosesan, beragam perilaku mencari, dan waktu yang dihabiskan yang diterima dalam sebuah toko.
- Warna mempengaruhi pembelian, tingkat pembelian, waktu yang dihabiskan di toko, dan perasaan senang dan kemampuan untuk menarik konsumen pada sebuah display toko.

INTERIOR TOKO







WARNA SESUAI TIPE MERCHANDISE



Tabel 1. Tipe merchandise, warna, dan pertimbangan penggunaan (Barr and Boudy, 1984 :66)

| TYPE OF MERCHANDISE | WARNA | PERTIMBANGAN |
|------------------------------|--|--|
| Pakaian Pria | Biasanya dengan warna-warna hangat, ataupun tradisional seperti coklat hijau "billiard" dan warna kayu serta warna gelap | Untuk dewasa biasanya lebih disukai warna yang klasik. Warna cerah biasanya untuk lebih menarik untuk pengunjung pria muda |
| Pakaian wanita | Warna netral menuju warna panas | Biasanya untuk toko pakaian wanita cenderung terang dan diupayakan untuk menonjolkan karakter produk yang cukup beragam dan berwarna |
| Mainan anak-anak | Warna warna bright, primary | Untuk menimbulkan kesan bright, lively dan creative. |
| Sepatu | Warna-warna light untuk dinding dan tembok | Lebih baik warna yang beragam dipergunakan untuk display dan tetap menonjolkan merchandise |
| Department store merchandise | Keseluruhan seragam | Menonjolkan kesatuan secara keseluruhan |
| Discount Store merchandise | Warna terang, cenderung bertabrakan, dan menggunakan warna primer | Menunjukkan kesan trendy, dan menaikkan mood |

Layout Toko (*Store Layout*)



- *Store layout* direncanakan sesuai dengan program ruang yang disusun berdasarkan kebutuhan ruang.
- Tiap toko memiliki luas lantai yang berbeda, namun yang terpenting adalah bagaimana melakukan pembagian ruang yang memiliki fungsi yang berbeda:
 - *Selling space*
 - *Merchandise space*
 - *personnel area*
 - *customer area,*

- *Selling space* adalah area untuk display *merchandise*, adanya interaksi antara penjual dan customer demonstrasi dan lain sebagainya.

- Untuk retail dengan sistem *self service*, misalnya, membutuhkan lebih banyak tempat untuk display barang-barang.



Merchandise space

- area tempat penyimpanan stok barang. Toko sepatu tradisional, sebagai contoh membutuhkan banyak ruang untuk penyimpanan.