

## PENERAPAN SISTEM 'NEW NORMAL' PADA RE-DESAIN INTERIOR TOKO AKSESORIS GADGET METOOCEL SURABAYA

Renita Camelia Wijaya\*<sup>1</sup>, Grace Margaretha<sup>2</sup>

Universitas Kristen Petra<sup>12</sup>

\*Correspondence author: [renitacamelijawijaya@gmail.com](mailto:renitacamelijawijaya@gmail.com), Surabaya, Indonesia

**Abstrak.** Perkembangan teknologi di industri 4.0 membuat manusia tidak bisa lepas dari belenggu *gadget* dalam kehidupan sehari-hari. Mulai dari pelajar, pekerja kantoran, bahkan hingga anak-anak. Manusia tidak luput dari kesempatan untuk mengembangkan usaha perekonomian yaitu salah satunya dengan menjual aksesoris *gadget* dengan berbagai bentuk, varian, dan fasilitas pelengkap dari *gadget* tersebut. Sejak penutup tahun 2019, dunia mulai mengalami adaptasi kehidupan dengan keadaan New Normal untuk melawan pandemi Covid-19. Banyak pertokoan dan usaha kecil hingga menengah mulai melaksanakan protokol kesehatan seperti mengukur suhu tubuh, menggunakan *hand sanitizer*, jaga jarak dan lain-lain untuk bisa tetap berbisnis di tengah pandemi yang mengglobal. Penggunaan metode 5 tahapan proses *Design Thinking* dari Hasso (d.school) membantu dalam menyajikan kebutuhan dan solusi dalam perancangan. Melalui perancangan redesign interior toko aksesoris *gadget* Metooceel WTC di lantai 5 Surabaya ini, bertujuan untuk membantu menjadi inspirasi yang dapat diterapkan bagi pemilik toko khususnya toko aksesoris *gadget* bagaimana menyatukan elemen interior dengan aplikasi protokol kesehatan dalam sebuah ruangan publik seperti dalam pusat perbelanjaan dan dengan desain yang unik dan 'menjual' di tengah persaingan toko lain yang menjual produk sejenis. Aplikasi sistem 'New Normal' ini dilakukan lewat elemen interior, elemen perabot, sistem flow penjualan dan sistem pelayanan secara *online* maupun *offline* dengan pertimbangan aspek fungsi dan visual dari *brand image*.

**Kata Kunci:** New Normal, Covid-19, aksesoris *gadget*, interior toko, *public space*

**Abstract.** The development of technology in Industry 4.0 makes humans unable to escape from the shackles of gadgets in their daily life. Starting from students, office workers, even children. Humans can't lose the opportunity to develop economic businesses, with one of which is by selling gadget accessories in various forms, variants, and complementary facilities for these gadgets. Since the end of 2019, the world has begun to experience life adaptations to the 'New Normal' to fight the Covid-19 pandemic. Many shops from small to medium-sized businesses have started implementing health protocols such as measuring body temperature, using hand sanitizers, maintaining clear distance to be able to stay in business hours during a global pandemic. The usage of 5 stages of Design Thinking Process by Hasso (d.school) assists in providing needs and solutions for the design. Through this interior redesign of the Metooceel WTC, a gadget accessories shop on the 5th floor of WTC Surabaya, it aims to become an inspiration that can be applied to shop owners. Especially gadget accessories stores, how to integrate the interior elements with health protocol applications in a public space such as in a shopping center and with a design that is unique and 'selling' amid competition from other stores that sell similar products. This 'New Normal' system application is carried out through interior elements, furniture elements, sales flow systems and service systems with function and visual of brand image considerations.

**Keywords:** New Normal, Covid-19, gadget accessories, retail interior, *public space*

## Pendahuluan

Perkembangan industri 4.0 telah memasuki pasar di Indonesia dan menjadi salah satu topik yang tren dalam Debat Capres 2019. Teknologi lebih maju dan berkembang terintegrasi dengan berbagai perangkat seperti *internet of Things (IoT)*, *cloud computing*, dan lain-lain (Warta Ekonomi 2019). Kemudahan yang didapatkan oleh pengguna membuat banyak orang berbondong untuk menggunakan perangkat yang lebih canggih dari sebelumnya. Tren tersebut membuat perubahan yang signifikan dalam sektor gaya hidup, pekerjaan, hingga perekonomian. Perkembangan teknologi yang terjadi ini membuka peluang usaha khususnya di dunia elektronik dan teknologi seperti toko elektronik, toko gadget, toko reparasi, hingga toko aksesoris gadget.

Dengan perkembangan teknologi yang terus meningkat, peluang berbisnis dalam membuka toko aksesoris *gadget* bisa dibilang menjanjikan, melihat semua orang khususnya kaum milenial saat ini menjadikan *gadget* sebagai kebutuhan dalam hidup sehari-hari. Tidak hanya *gadget*, kebutuhan pokok manusia yang bergeser juga meliputi aksesoris tambahan pada *gadget*. Kebutuhan akan aksesoris tambahan merupakan salah satu dampak akibat ketergantungan gadget yang membuat permintaan masyarakat semakin meningkat untuk mencari fasilitas yang bisa melengkapi penggunaan gadget lebih optimal (Peluang Bisnis 2020).

### Desain Interior pada Toko

Brand image toko, desain interior toko, tata letak furnitur, merupakan sedikit dari banyak faktor-faktor yang mempengaruhi datangnya seorang customer. Faktor-faktor ini akan mempengaruhi customer atau pengunjung dalam keputusan untuk membeli ataupun untuk datang kembali. Dapat terlihat bahwa adanya peran penting sebuah perancangan interior dalam sebuah toko, dimana desain interior dapat menjadi sebuah daya tarik tersendiri bagi para pengunjung, dapat menonjolkan brand image/citra dari suasana toko, yang juga dapat memunculkan reaksi atau *emotional* para pengunjung. Menurut Levy and Weitz (2004:588), toko dengan desain interior yang baik akan memiliki tujuan seperti: 1) Mencerminkan image dan strategi, 2) Memberikan daya tarik tersendiri bagi pengunjung, 3) Mempertimbangkan fungsionalitas dan efisiensi, 4) *Flexible*, dan yang terakhir 5) Mempertimbangkan keamanan.

Interior sebuah toko juga harus mempertimbangkan perancangan *layout*, dimana pembagian area toko terbagi menjadi *selling space*, *merchandise space*, *personnel space*, dan *customer space*. Perencanaan dan perancangan layout toko biasanya dilakukan berdasarkan empat klasifikasi, yaitu penataan barang secara *functional product grouping*, *purchase motivation product groupings*, *market segment groupings*, dan *storability product groupings*. Pemisahan area dan penataan barang yang diatur dan diolah akan mencapai sebuah sistem interior yang lebih efektif dan efisien dalam sebuah toko. Tidak hanya desain interior memperhatikan *layout*, salah satu poin penting dalam interior merupakan sirkulasi yang digunakan, dimana terdapat 2 jenis sirkulasi yaitu sirkulasi dengan pola geometris (*straight*) dan sirkulasi dengan pola campuran (*pathway plan*, *diagonal plan*, *curved plan*, dan *varied plan*). Pola geometris sirkulasi akan menciptakan efisiensi ruang dan penempatan produk yang lebih banyak, dimana pola campuran sirkulasi lebih menciptakan suasana ruang yang lebih bebas dan membebaskan arah sirkulasi pengunjung yang meningkatkan *impulse purchase*.

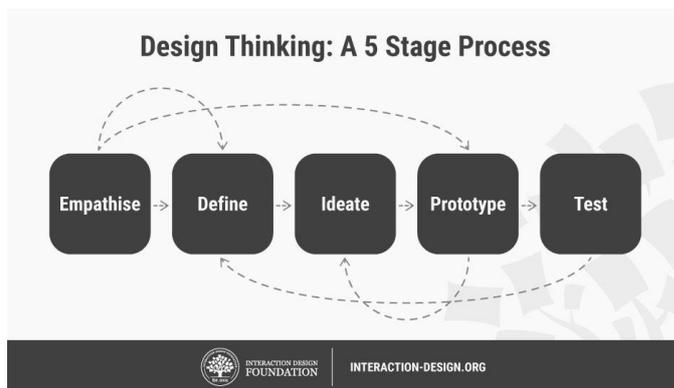
### Kondisi 'New Normal'

Dengan munculnya pandemi Covid-19 pada tahun 2020, muncullah konsep *New Normal* yang memberikan dampak signifikan terutama dalam aspek interior ruang. Menurut Surat Edaran Nomor HK.02.01/MENKES/355/2020 tentang Protokol Pencegahan Penularan Covid-19

di tempat Kerja Sektor Jasa dan Perdagangan (Area Publik) dalam Mendukung Keberlangsungan Usaha (MKRI, 2020) menyatakan perihal penyesuaian desain area publik berhubungan dengan aktivitas dan perilaku masyarakat dalam pandemi. Banyak penyesuaian interior ruang yang harus dapat menciptakan kenyamanan dan keamanan dari penyebaran Covid-19, seperti mendisinfeksi fasilitas umum, menyediakan fasilitas cuci tangan dan *hand sanitizer*, penggunaan alat pengecekan suhu tubuh sebelum masuk ruangan, pembatasan jarak fisik minimal 1 meter, dll.

Hampir keseluruhan aspek dalam interior ruang berubah dan harus dapat menyesuaikan dengan keadaan *New Normal*, tidak hanya dalam menambahkan alat-alat protokol kesehatan, melainkan desainer juga perlu memperhatikan sirkulasi area ruang untuk pengunjung dan pekerja. Dalam pembahasan artikel ini, penulis fokus dalam membahas tentang perancangan ulang atau redesain interior Toko Aksesori Gadget Metoocel WTC di lantai 5 Surabaya, yang memiliki tujuan untuk menjadi inspirasi dalam menerapkan aplikasi protokol kesehatan serta menyatukan dengan elemen interior dalam ruangan publik, sehingga juga dapat tetap mengundang dan menarik perhatian para pengunjung. Aplikasi *New Normal* tidak hanya dapat diterapkan pada elemen-elemen dan sirkulasi interior, melainkan juga dapat memaksimalkan penggunaan sistem *online* sehingga dapat mencapai tingkat penjualan yang menguntungkan. Proses perancangan juga dengan tetap mempertimbangkan aspek fungsi dan visual dari *brand image* yang tetap membawa citra atau suasana dari toko.

## Metode



Gambar 1 Diagram metode proses *design thinking* (Interaction Design Foundation)

Metode yang digunakan dalam redesain ini adalah proses berpikir metode *design thinking* yang digagas oleh Hasso-Plattner Institute of Design at Stanford yang merupakan metode dengan pendekatan penyelesaian masalah secara analisis. Terdapat 5 tahapan dalam metode analisis dengan *design thinking* ini.

### 1. Empathize

Tahap ini merupakan tahap berempati, baik terhadap pengguna dan lokasi yang akan dirancang. Metode yang dilakukan adalah mencari data literatur, observasi lapangan, dan wawancara dengan pengguna atau pihak terkait.

### 2. Define

Tahap selanjutnya adalah mengumpulkan informasi dari tahap empati sehingga dapat dianalisa dengan sistematis dan mampu membuat *problem statement* hingga kerangka kerja (*framework*). Di tahap ini desainer akan sangat terbantu mengumpulkan

data untuk solusi, kebutuhan dan karakteristik ruang, keinginan khusus, dan juga merencanakan area zona dan pengelompokan area-areanya.

### 3. *Ideate*

Tahap dimana desainer mengembangkan ide sebanyak mungkin untuk menemukan solusi dari masalah yang dikemukakan di tahap *define*. Metode yang dilakukan lebih ke arah visual seperti membuat *mind map*, sketsa tangan, hingga maket studi untuk merencanakan sirkulasi.

### 4. *Prototype*

Pada tahap ini merupakan tahapan transformasi desain hingga final yang divisualisasikan dengan komputerisasi sehingga hasil yang dipresentasikan lebih optimal bila dibandingkan dengan tahap *ideate*.

### 5. *Test*

Tahap akhir ini merupakan tahap evaluasi yang dilakukan dengan mempresentasikan kepada ahli dibidangnya dan juga kepada *owner* dari cabang toko yang bersangkutan. Tahap ini sangat diperlukan untuk mendapatkan kritik dan saran bila diaplikasikan secara nyata dan bisa menjadi inspirasi desain di masa yang akan datang.

## Hasil dan Pembahasan

### Data Lapangan



Gambar 2 Logo Metoocel ([metoocel.com](http://metoocel.com))

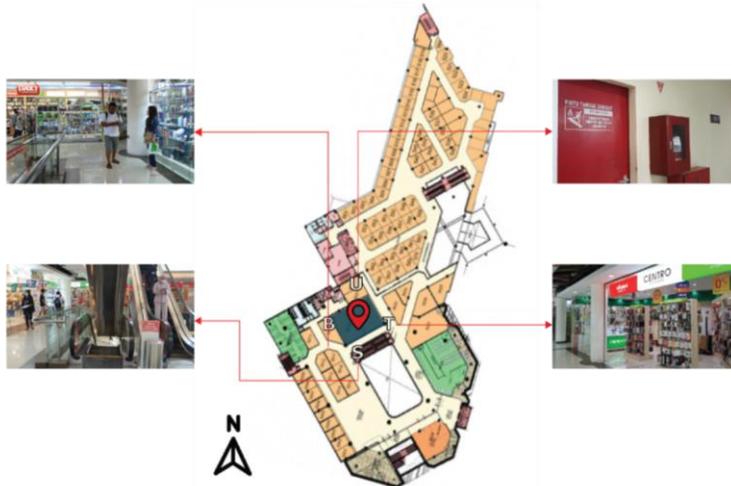
Toko aksesoris *gadget* bernama Metoocel berlokasi di sebuah pusat perbelanjaan khusus elektronik yaitu di WTC Galeria lantai 5 R.5019-5022, Surabaya. Terletak di Jalan Pemuda, Embong Kaliasin, Kec. Genteng, Jawa Timur, Surabaya. Lokasi objek perancangan ini cocok bagi pengunjung yang mencari toko khusus telepon seluler hingga aksesoris dari berbagai merk. Metoocel adalah toko khusus aksesoris HP dan komputer yang memiliki konsep lengkap dan berkualitas yang menyediakan aksesoris dari *gadget* tipe lama hingga model terbaru. Untuk menjamin kepuasan pelanggan dan bisa mencapai ke seluruh bagian Surabaya, Metoocel memiliki 7 cabang lain yaitu: Metoocel WTC It.2, Metoocel Plaza Marina, Metoocel Atum, Metoocel PTC, Metoocel BG Junction, Metoocel Lippo Plaza Sidoarjo, Metoocel Royal Plaza. Waktu operasional toko ini dimulai dari pukul 10.45-20.00 WIB setiap harinya. Metoocel juga menerima pelayanan secara online lewat website resmi.

### Hasil Analisa Tapak Luar

Metoocel memiliki lokasi yang arah hadapnya ke tenggara dan terletak di tengah pusat perbelanjaan dengan batas area:

1. Batas utara : pintu exit tangga darurat
2. Batas timur : Toko HP aksesoris Centro

- 3. Batas barat : Toko aksesoris HP Lucky Cell
- 4. Batas selatan : Eskalator

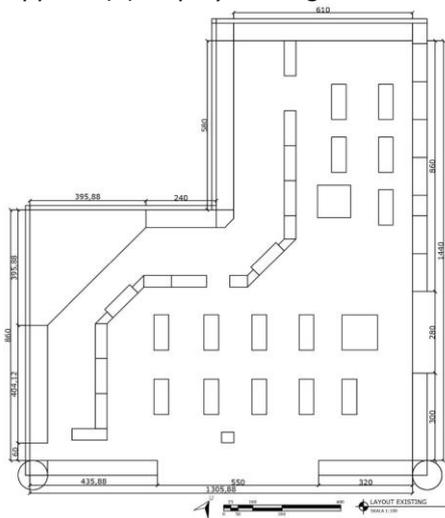


Gambar 3 Denah gedung WTC Surabaya Lt.5 (intiland.com; modifikasi penulis, 2020)

Suasana sekitar area toko Metoocel di masa pandemi tidak seramai ketika sebelum pandemi, namun masih ada pengunjung yang lalu lalang di sekitar toko. Dimana sumber bising yang ada berasal dari eskalator dan area yang berbatasan dengan toko aksesoris lainnya. Letak Metoocel WTC 5 juga strategis berada di tengah dan mudah ditemukan di arah pandangan mata ketika dari eskalator.

#### Data dan Hasil Analisa Tapak Dalam

Analisa tapak dalam dilakukan dengan menggunakan 9 elemen interior yang digagas oleh Anthony Sully: (1) *Environment*, (2) *Space*, (3) *Light*, (4) *Ground plane*, (5) *Enclosure*, (6) *Support*, (7) *Display, Storage, and Worksurface*, (8) *Decoration*, (9) *Information*.



Gambar 4 Denah existing toko Metoocel WTC 5 (Dok. Penulis, 2020)

#### Data Tapak Dalam

##### 1. Environment

Lingkungan sekitar Metoocel merupakan lantai 5 yang kebanyakan menjual toko aksesoris HP atau *gadget*. Sehingga banyak kompetitor yang menjual jenis produk yang sama. Dengan *main entrance* yang terbuat dari *window display* bentuk rak kaca dan letak

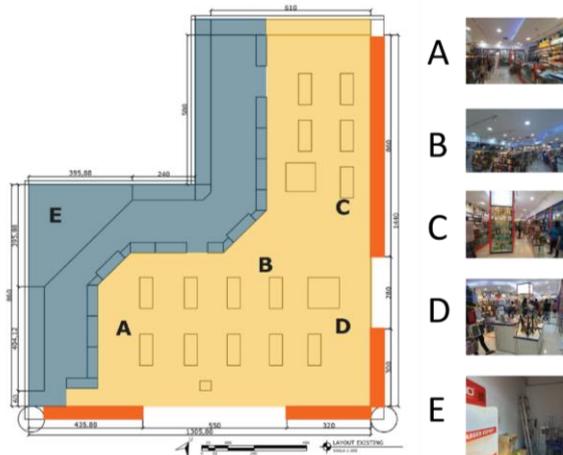


berada di tengah alur pusat perbelanjaan yang ramai, sehingga perlu fasad yang mampu menarik perhatian pengunjung.

## 2. Space

### a. Organisasi Ruang

Memiliki pola sirkulasi yang linear dan *open space* tanpa ada penyekat. Luasan toko ini adalah kurang lebih 148 meter persegi. Pada Gambar 3 merupakan skema untuk pembagian area publik berwarna kuning, area privat (khusus pegawai) berwarna biru, dan oranye merupakan *window display* dari kaca yang mengelilingi toko.



Gambar 5 Skema area toko Metoocel WTC 5 (Dok. Penulis, 2020)

### b. Penghawaan

Tidak ada penghawaan alami karena toko terletak di dalam gedung dan berada di tengah. Sehingga hanya ada penghawaan buatan yang berasal dari AC sentral dari WTC dengan tipe *square diffuser* di 7 titik pada plafon. Karena toko tidak ada pintu dan terbuka sehingga tidak terlalu dingin, juga udara tidak berbau dan polusi.

## 3. Light

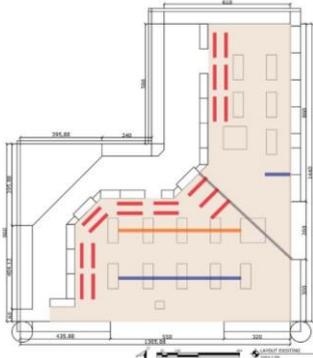
Tidak ada pencahayaan alami dalam toko namun terdapat pencahayaan buatan yang berasal dari lampu aksesoris warna biru dari lampu LED, neonbox, lampu *downlight* dan lampu *spotlight*. Penerangan general ruangan sudah cukup baik, namun untuk lampu *spotlight* masih belum optimal karena benda yang tersorot tidak jelas.



Gambar 6 Jenis lampu yang ada di Metoocel WTC 5 (Dok. Penulis, 2020)

#### 4. Ground Plane

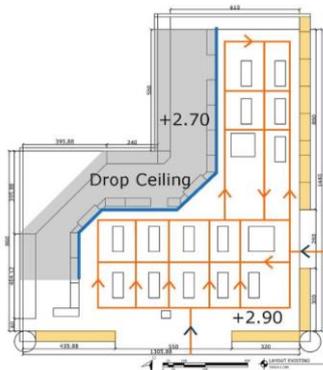
Lantai tidak memiliki *levelling*, sehingga sirkulasi bebas khususnya ketika menerima barang suplai dari *supplier* ke gudang atau *storage*. Bahan lantai masih mengikuti interior gedung WTC yaitu keramik putih *glossy* 60x60 cm. Garis merah merupakan lakban merah sebagai pembatas jarak untuk protokol yang diterapkan toko saat ini, sedangkan garis biru dan orange merupakan plat besi yang ditanam di lantai sebagai dekorasi.



**Gambar 7** Skema lantai area toko Metrocel WTC 5 (Dok. Penulis, 2020)

#### 5. Enclosure

Pelengkap ruangan pada toko yaitu plafon yang ada di area kasir berupa *drop ceiling* dengan aksesoris lampu LED warna biru. Untuk dinding menggunakan bata yang dicat warna putih namun secara keseluruhan ditutupi oleh *wall display* dari produk yang digantung. Dan garis oranye merupakan sirkulasi yang dapat dilalui oleh pengunjung di area terbuka.



**Gambar 8** Skema ketinggian plafon toko Metrocel WTC 5 (Dok. Penulis, 2020)

#### 6. Support

Aktivitas yang terjadi di toko adalah kegiatan transaksi jual beli yang sebagian besar menggunakan meja kasir yang juga berfungsi sebagai meja etalase. Tidak ada tempat duduk untuk pegawai maupun untuk pelanggan.



**Gambar 9** Meja etalase dan meja kasir toko Metrocel WTC 5 (Dok. Penulis, 2020)

### 7. Display, Storage, and Worksurface

*Window showcase display* digunakan sebagai pembatas *barrier* antara toko dan lingkungan toko yang merupakan pajangan produk *best seller*, *new arrival*, dan juga sampel. Untuk bagian dalam toko berupa *wall display* dimana bagian atasnya berfungsi sebagai tempat penyimpanan yang tersembunyi. *Wall display* yang letaknya di belakang meja etalase adalah produk yang memiliki harga yang mahal dan membutuhkan konsultasi dengan pegawai untuk diambil. Di toko ini, dominan merupakan *display* yang jenis *freestanding* dan sangat banyak khususnya untuk case *gadget*. Benda yang tidak terpakai akan diletakkan di ruangan gudang yang letaknya dalam tersembunyi oleh *wall display*.



**Gambar 10** Berbagai macam *display* yang ada di toko Metoocel WTC 5 (Dok. Penulis, 2020)

### 8. Decoration

Elemen dekorasi dalam toko ini berupa patra bulat yang menjadi ciri khas branding toko ini dengan warna yang kontras. Patra tersebut letaknya berada di penutup tempat penyimpanan yang ada di atas. Patra serupa juga terdapat di bagian atas *main entrance* toko. Serta permainan garis warna biru dan oranye menjadi warna identitas toko yang diaplikasikan pada elemen pengisi toko seperti *display* juga seragam pegawai.



**Gambar 11** Patra bulat dan garis biru-oranye di toko Metoocel WTC 5 (Dok. Penulis, 2020)

### 9. Information

Informasi yang ada di toko ini berupa TV yang dijadikan sarana untuk mempromosikan fasilitas *screen guard* yang di *loop*. Serta papan *topper* yang ada di tiap *freestanding display* khususnya *casing* untuk menunjukkan informasi dari tipe model *gadget*. Informasi lain adalah brand dari produk aksesoris pelengkap *gadget* seperti Logitech, Sandisk, Hemoso dan lain-lain. Adapun informasi dari protokol kesehatan dan keamanan pegawai hanya berupa kertas yang ditempel di *window display*.



**Gambar 12** Bentuk informasi yang ada di toko Metoocel WTC 5 (Dok. Penulis, 2020)

### Analisa Tapak Dalam

Analisa tapak dalam Tabel 1 berikut ini merupakan kelebihan dan kekurangan yang disertakan dengan solusi desain awal untuk mempermudah proses visualisasi ide.

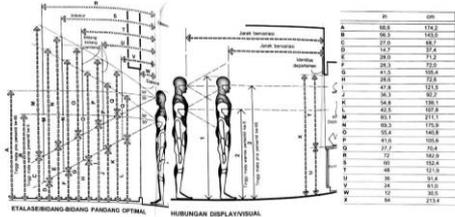
Tabel 1 Analisa 9 elemen interior dari Toko Metoocel WTC 5

9 Elemen	Kelebihan	Kekurangan	Solusi Desain
<i>Environment</i>	Berada di tengah area lalu lalang dan dekat eskalator untuk menarik pengunjung masuk dan menambah suasana dalam ruang.	Di era pandemi, suasana toko sepi karena pengunjung dibatasi sesuai kebijakan berlaku. Dan desain fasad cukup kuno dan kurang menampilkan <i>branding</i> toko	Membuat fasad yang menarik dan mencerminkan produk apa yang dijual toko dengan mempertimbangkan <i>branding</i> juga
<i>Space</i>	Area khusus pegawai dan pengunjung jelas karena terbuka tanpa sekat sehingga efisien dalam jarak pandang dan pergerakan pengguna serta batas privasi.	Terlalu banyak produk baik yang model lama dan <i>new arrival</i> sehingga terasa sempit, terlalu banyak variasi dan mengganggu visual.	Mengolah area menjadi beberapa kategori produk sesuai konsep dan mendistilasi bentuk lewat olah ulang desain rak display. Memajang produk secara rotasi dan menggunakan sistem integrasi dengan teknologi.
<i>Light</i>	Ambient cahaya sudah cukup terang sehingga suasana ruang lebih bersih, cerah, dan modern dengan warna lampu <i>cool white</i> dan <i>warm white</i> .	Cahaya downlight dan spotlight bersaing sehingga untuk produk yang disorot tidak terlihat jelas. Lampu mudah redup sehingga sering diganti ( <i>high maintenance</i> )	Mengganti temperatur lampu atau meninggikan rak display sehingga target lampu <i>spotlight</i> terlihat atau menurunkan lampu <i>spotlight</i> .
<i>Ground Plane</i>	Lantai keramik putih tidak <i>leveling</i> memudahkan sirkulasi pergerakan barang. Namun, karena banyak <i>freestanding</i> membuat pergerakan manusia terganggu.	Sirkulasi sempit untuk lebar beberapa harus memiringkan badan untuk lewat.	Mengganti material lain (vynil, concrete, PVC, dll) dengan warna lebih netral dan tidak tabrakan dengan warna plafon-dinding-lampu.
<i>Enclosure</i>	Plafon drop ceiling dan diberi highlight LED biru sudah bagus. Dinding hampir tertutup oleh <i>wall display</i> sehingga memanfaatkan space yang ada. Warna putih dinding juga sinkron dengan plafon.	Karena tertutup <i>wall display</i> dengan bentuk yang semua, jadi terlihat ramai, kaku, dan monoton.	Plafon masih bagus dan masih bisa diolah sesuai konsep. Dinding <i>wall display</i> juga bisa diolah menjadi lebih menarik sesuai konsep agar tidak kaku.
<i>Decoration</i>	Penggunaan patra bulat dan warna oranye-biru pada perabot cukup unik dibanding dengan toko pesaing yang hanya memakai warna.	Penerapan patra hanya di sisi atas display dan logo fasad entrance sehingga desain terlihat statis dan monoton.	Bisa diolah bentuk nantinya mungkin diintegrasikan pada produk, pola lantai, <i>display</i> , bahkan elemen dekoratif.
<i>Display, Storage, and Worksurface</i>	Dengan sistem kategori berdasarkan jenis produk, membuat lebih mudah dalam mencari.	Untuk <i>freestanding</i> , produk dibiarkan terbuka sehingga ada beberapa kotor dan kurang bermutu lagi. Serta <i>display</i> kurang unik dan terlihat sama dengan toko kompetitor (tidak ada ciri khas).	Membuat desain <i>display</i> dengan bentukan stilasi sehingga tidak kaku dan menjadi pembeda dengan kompetitor. Membutuhkan gudang lebih besar untuk melakukan rotasi produk jualan.
<i>Information</i>	Informasi memanfaatkan teknologi seperti TV dan	Secara <i>liability</i> cukup jelas namun tidak ada kesan	Menggunakan sentuhan teknologi lebih maksimal dan

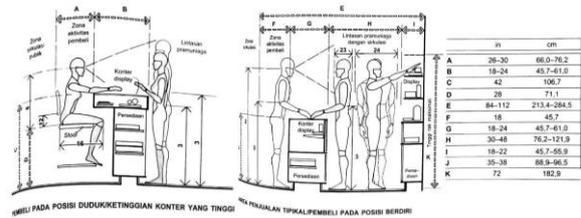
memiliki papan *branding* yang cerah dibanding toko lain. unik untuk toko hanya menggunakan visual yang bisa memiliki bentukan persegi dihapus/dilepas namun tetap dan memainkan warna. terlihat rapi dan profesional. Serta beberapa informasi hanya tempelan kertas.

Sumber: Data Pribadi, 2020.

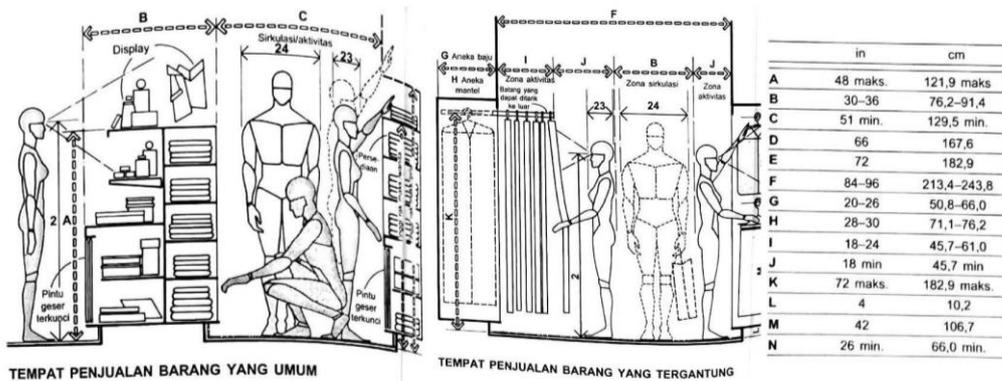
**Antropometri**



**Gambar 13** Ukuran ergonomi visual pada *display* (Panero and Zelnik)



**Gambar 14** Antropometri untuk kasir dengan ketinggian meja yang tinggi dan posisi berdiri (Panero and Zelnik)



**Gambar 15** Antropometri untuk ergonomi visual, sirkulasi, menjulurkan tangan untuk *display* umum dan benda tergantung (Panero and Zelnik)

**Programming**

Programming merupakan tahapan dari metode *Define* dimana melakukan penjabaran kebutuhan fasilitas melalui pengumpulan data, pengelompokan tabel karakteristik ruang, analisa zoning dan grouping yang melakukan pengelompokkan area zonasi dengan mempertimbangkan kebutuhan dan aktivitas user.

**Karakteristik Ruang**

Pada Tabel 2 ini merupakan tabel karakteristik ruang untuk mengidentifikasi jenis ruang yang ada, sistem pencahayaan, sistem penghawaan, sistem akustik, sistem keamanan (proteksi kebakaran dan pencurian), dan sistem utilitas (titik air bersih dan kelistrikan).

Tabel 2 Karakteristik Ruang dalam Toko Metooceel WTC 5

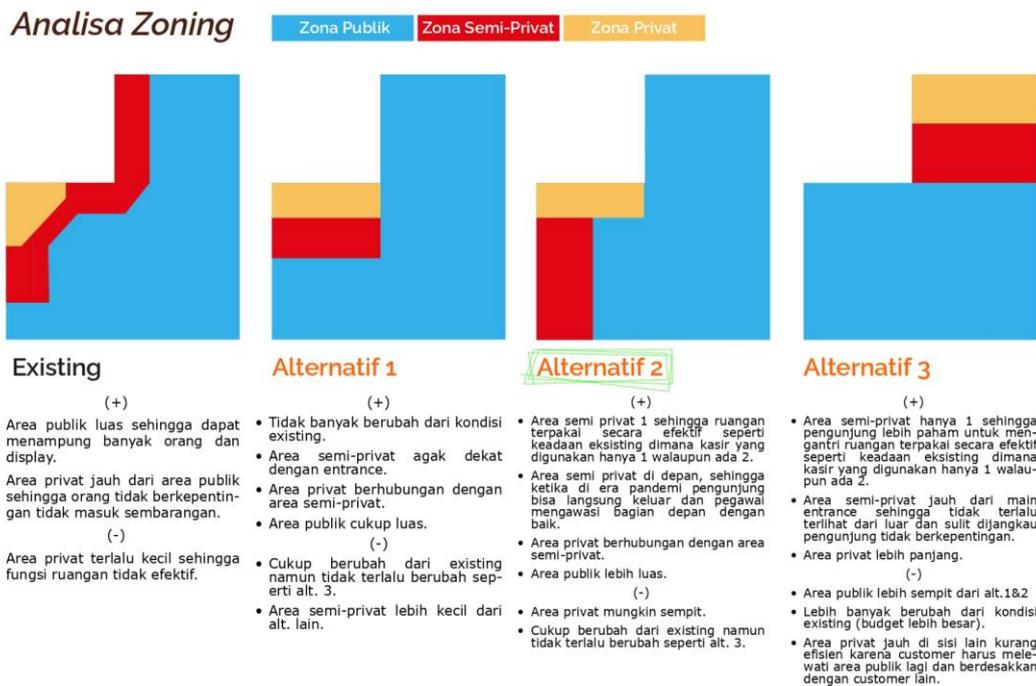
Nama Ruang	Jenis Ruang	Sistem Pencahayaan	Sistem Penghawaan	Sistem Akustik	Sistem Keamanan	Sistem Utilitas
Area penjualan	Publik	Pencahayaan buatan (lampu <i>downlight</i> dan <i>spotlight</i> )	Penghawaan (AC sentral gedung)	Tidak perlu akustik karena kebisingan bisa menjadi faktor untuk membuat	Pencurian: CCTV, <i>stop lock</i> yang digunakan pegawai.	Listrik: hanya saklar dan stopkontak paralel 4-6 terminal

				orang penasaran, masuk ke dalam	Kebakaran: sprinkler gedung, <i>smoke</i> <i>detector</i>
Gudang	Servis	Pencahayaan buatan (lampu <i>downlight</i> )	Penghawaan buatan (AC sentral gedung)	Tidak perlu akustik karena kebisingan bisa menjadi faktor untuk membuat orang penasaran, masuk ke dalam	Pencurian: kunci manual dan dikamufase dengan <i>display</i> Kebakaran: sprinkler gedung, <i>smoke</i> <i>detector</i>
					Listrik: hanya saklar lampu dan stopkontak inbow dinding.

Sumber: Data Pribadi, 2020.

### Analisa Zoning

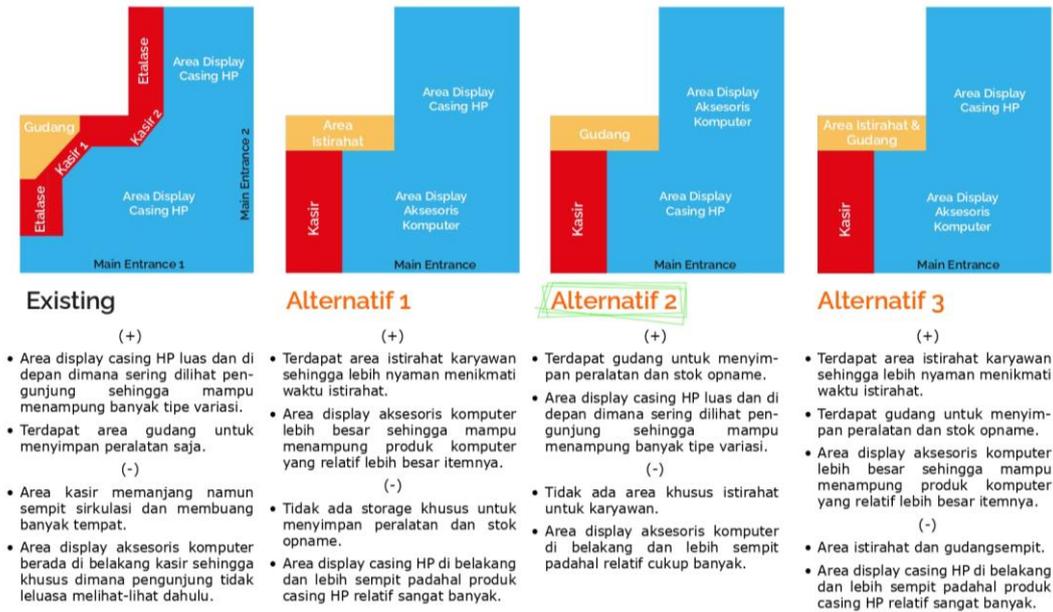
Analisa *Zoning* merupakan tahapan perancangan dimana melakukan pengelompokkan jenis-jenis area pada Toko Metoocel WTC 5 Surabaya, yaitu area publik, area semi-privat dan area privat.



Gambar 16 Analisa alternatif Zoning toko Metoocel WTC 5 (Dok. Penulis, 2020)

### Analisa Grouping

Analisa *Grouping* dilakukan dengan melanjutkan analisa zoning, dimana perancangan jenis area yang terpilih dilanjutkan dengan memperjelas area atau ruang pada layout.



Gambar 17 Analisa alternatif Grouping toko Metooceel WTC 5 (Dok. Penulis, 2020)

**Problem Solving**

Pada Tabel 3 ini merupakan tabel *Problem Solving* yang terbagi menjadi *Problem Statement* dan *Programmatic Concept* (solusi desain) yang digunakan untuk mengidentifikasi masalah pada Toko Metooceel WTC 5 dan merancang solusi desain yang terbaik.

Tabel 3 Problem Solving Perancangan Toko Metooceel WTC 5

	<b>Problem Statement</b>	<b>Programmatic Concept</b>
Major	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Toko belum menerapkan protokol kesehatan bagi karyawan dan pengunjung secara maksimal</li> <li>Perabot display terlalu banyak dan storage hidden yang kecil membuat produk terkesan penuh dan sesak</li> <li>Toko tidak memiliki kesan unik dibanding toko kompetitor (memiliki <i>facade</i> dan display sama)</li> <li>Adanya kendala produk cacat akibat terlalu lama dalam display dan <i>outdated</i> sehingga kualitas dan penjualan menurun</li> <li>Lampu yang redup akibat terus menyala dan arah pencahayaan spotlight yang kurang efisien sehingga boros listrik</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mengintegrasikan teknologi pada sistem toko dan memaksimalkan penggunaan teknologi yang sudah ada</li> <li>Mendesain sistem display yang membuat produk menonjol sehingga efektif juga selaras dengan elemen interiornya supaya sirkulasi dan ergonomi visual juga sesuai.</li> <li>Mendesain ulang model <i>display</i> yang menonjolkan branding dan ciri khas toko dengan <i>facade</i> yang appealing</li> <li>Menggunakan display teknologi dan memanfaatkan <i>space</i> yang ada sebagai storage sehingga produk awet tersimpan baik</li> <li>Mengatur arah pencahayaan sehingga produk bisa <i>terhighlight</i> dan konsumsi energi terminimalkan</li> </ul>
Mino r	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sistem keamanan produk sederhana yang dapat dibobol bila memiliki kunci magnet palsu</li> <li>Tidak ada <i>signage</i> yang menunjukkan harga dan spesifikasi sehingga pelanggan lebih sulit memilih</li> <li>Tidak ada tempat istirahat dan penyimpanan barang pribadi bagi pegawai toko</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Menambahkan sistem keamanan seperti EAS sehingga bila terjadi pencurian dan toko ramai alarm bunyi secara otomatis.</li> <li>Sistem <i>informational signage</i> bisa integrasi dengan teknologi sederhana sehingga pegawai tidak lupa bila harus menghafal</li> <li>Menambah loker atau area kecil pada zona service khusus untuk pegawai saja</li> </ul>

Sumber: Data Pribadi, 2020.

## Solusi Desain Akhir

### Konsep Perancangan

Konsep perancangan ulang toko Metoocel ini memiliki ide dasar yaitu unik. Dari kata unik: unik bagaimana, unik terhadap apa, dan unik bagi siapa. Mengambil kata bahasa Inggris yaitu *I - U (You) - Me*. *I* dalam bahasa Inggris merupakan pronoun untuk subjek, subjek perancangan ini adalah Metoocel dimana nanti toko ini akan menjadi toko aksesoris *gadget* yang berbeda dari toko lainnya dalam bentuk sistem pelayanan dan operasionalnya yang serba *contactless*. *Me* dalam bahasa Inggris merupakan pronoun untuk objek, objek perancangan ini adalah penggunaannya seperti pengunjung dan pegawai sehingga nantinya pengguna ruang memiliki *sense of responsibility* memperhatikan keadaan *new normal* dari penerapan sistem baru yang akan diberlakukan dalam toko dan *user friendly* bagi pengguna tetap bisa menerima pelayanan terbaik dari toko secara canggih dan aman. *U (You)* dalam bahasa Inggris berarti kamu dan juga awalan dari kata *unique*. Unik ini untuk kamu (seluruh pengunjung yang datang) bisa merasakan eksperimen dalam ruang dan membuat pengunjung ingin masuk ke ruangan di tengah keramaian. Desain interior yang unik dan menonjol dibanding dengan kompetitor lain yang menjual produk serupa dengan cara kreatif lewat stilasi bentuk *gadget* yang akan diaplikasikan pada desain usulan *display* dan warna cerah sesuai *branding*.

### Skema Warna



**Gambar 18** Bentuk informasi yang ada di toko Metoocel WTC 5 (Dok. Penulis, 2020)

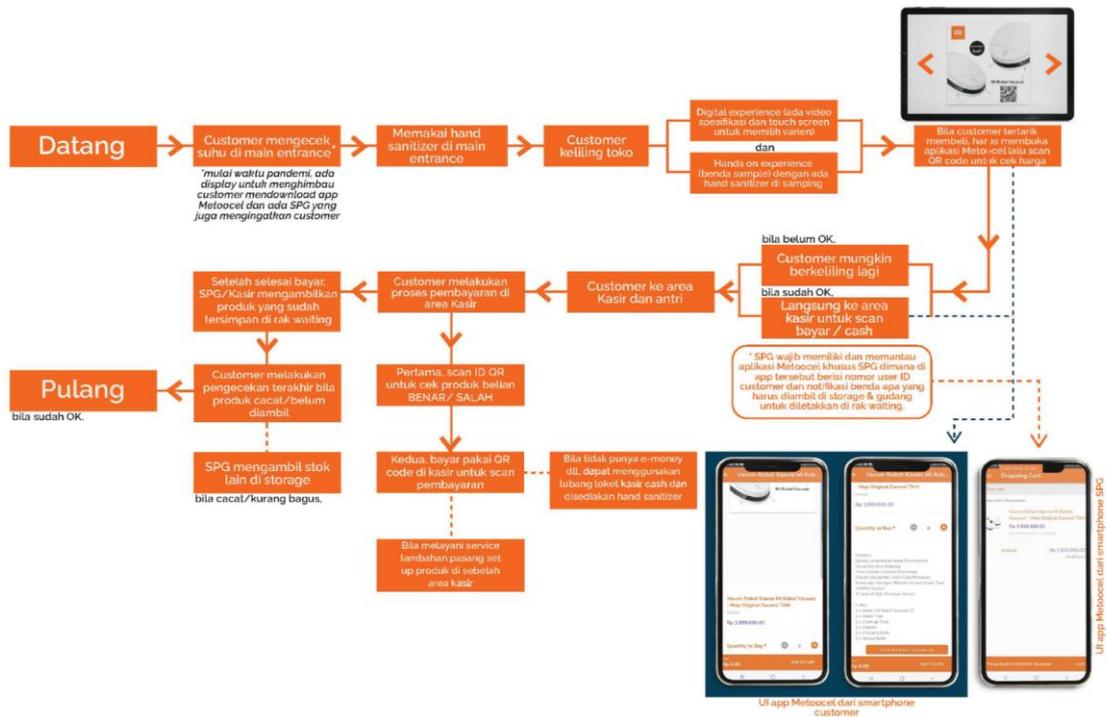
Penggunaan skema warna lebih mempertimbangkan dengan penggunaan warna *branding* dari toko Metoocel yaitu warna biru, oranye, dan pink yang akan diaplikasikan pada perabot dan *display*. Penggunaan warna netral seperti abu-abu, coklat, putih bertujuan untuk menetralkan warna dari warna mencolok pada *display* sehingga *display* lebih menonjol dibanding elemen yang lain seperti yang telah dituturkan oleh John F. Pile dalam pemilihan warna untuk *retail*. Selain itu, secara psikologi warna dalam bisnis, warna seperti biru, oranye, abu-abu, putih, hitam/coklat bisa berpadu padan dengan bisnis teknologi, modern, antusias pelanggan, dan dapat dipercaya.

### Aplikasi sistem New Normal

Pengaplikasian sistem New Normal untuk toko ini menerapkan 2 prinsip yaitu pada sistem *flow* penjualan dan juga pada kebutuhan fasilitas untuk protokol kesehatan pada elemen interior.

#### 1. Sistem Flow Penjualan

Sistem flow penjualan ini merupakan hal yang penting dalam mengoperasikan toko yang serba *contactless*, dimana menerapkan sistem penitipan dan menggunakan aplikasi yang memang sudah tersedia di *Google Play* namun dengan penambahan fitur-fitur baru.

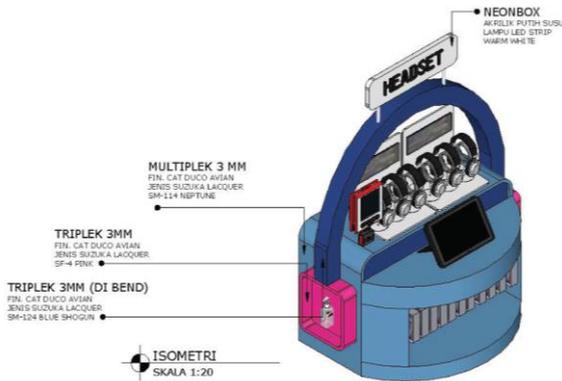


**Gambar 19** Sistem pelayanan dalam perancangan ulang Metooceel WTC 5 (Dok. Penulis, 2020)

Pada Gambar 16 di atas merupakan diagram alir untuk sistem pelayanan dengan menggunakan teknologi scan QR code dimana perlunya untuk mengembangkan aplikasi Metooceel dengan fitur scan QR yang ada di seluruh etalase dan memasukkan produk yang diminati ke dalam keranjang aplikasi. Produk yang ada di keranjang aplikasi pelanggan akan menotifikasi pegawai untuk mengambilkan persediaan produk maupun bila pelanggan membutuhkan pengarahannya untuk konsultasi mengenai produk. Setelah itu barang pesanan akan dibawa ke loket *waiting* yang ada di area kasir sehingga pelanggan harus membayar dahulu di loket pembayaran *cashless* dengan scan QR (otomatis) tersedia atau pembayaran kartu dan *cash* (manual, butuh 1 pegawai kasir). Setelah itu, pegawai bisa memberikan barang pesanan di area *pick up* yang pada loket sudah ada *built in* untuk sinar UV sehingga tetap steril.

2. Fasilitas Protokol Kesehatan dan Keamanan Tambahan

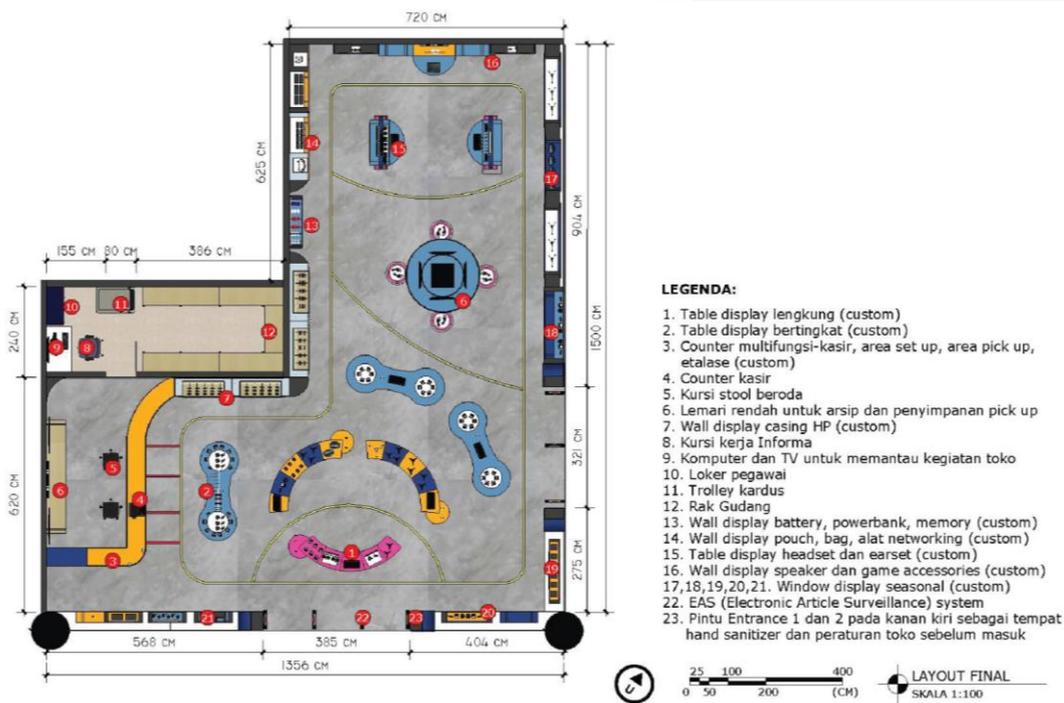
Fasilitas mendasar untuk protokol kesehatan adalah penyediaan *hand-sanitizer* dan alat pengukur suhu tubuh. Pada area *main entrance* dan di setiap area yang rawan kontak sentuhan sudah disediakan *hand-sanitizer* yang didesain *built-in* (pink) dengan *display* produk seperti contoh di Gambar 17 di bawah ini. Sedangkan alat pengukur suhu menggunakan termometer infrared yang ada di *main entrance* bersama dengan *hand-sanitizer*. Bila ada yang melebihi batas suhu 37 derajat celsius tidak diperkenankan untuk masuk.



**Gambar 20** Salah satu *display* produk dalam perancangan ulang Metoocel WTC 5 (Dok. Penulis, 2020)

### Layout Ruang

Layout ruang ini juga menampilkan pola lantai yang ada, yaitu dengan membuat jalur lampu LED yang telah dilubangi dengan pada lantai material *polished concrete* yang tujuannya untuk menjadi pembagi area/ pemberi jarak sirkulasi selain bantuan dari stiker lakban merah dan juga sebagai *wayfinding*. Sirkulasi dibuat lebih luas untuk menerapkan protokol kesehatan 2,0 - 2,3 meter yang lebih leluasa bila dibanding sebelumnya.

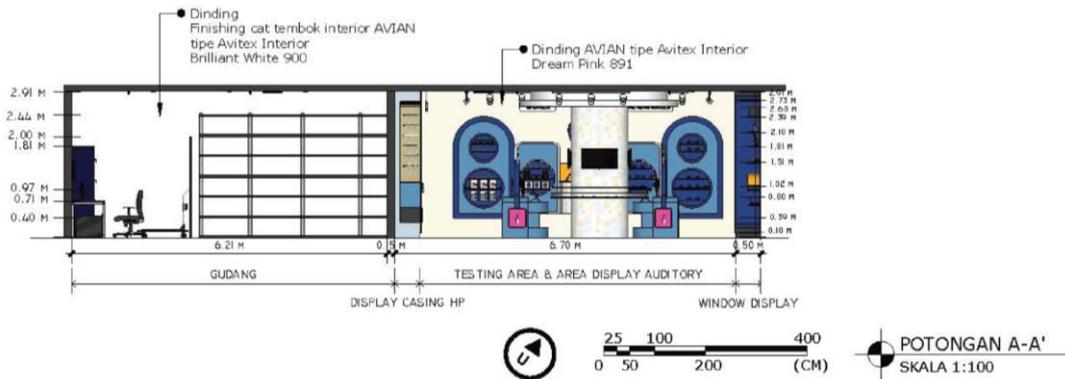


**Gambar 21** Denah transformasi desain di toko Metoocel WTC 5 (Dok. Penulis, 2020)

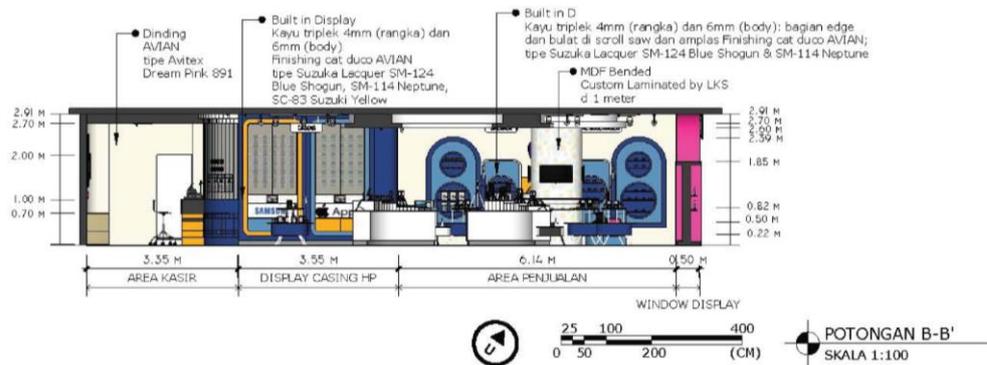
### Potongan Ruang

Potongan ruang ini menjelaskan bagian ruang khususnya material yang digunakan seperti penggunaan triplek yang mudah dibentuk pada perabot dengan bentukan yang dinamis sedangkan perabot yang kaku untuk ambalan maupun area gudang menggunakan multiplek tebal. *Finishing* material yang digunakan adalah perpaduan antara cat duco (warna biru, oranye, dan pink) untuk ketahanan lama dan tekstur yang *glossy*. Cat yang digunakan juga jenis cat yang untuk interior dan memiliki sifat anti bakteri. Penurunan plafon ada di area yang

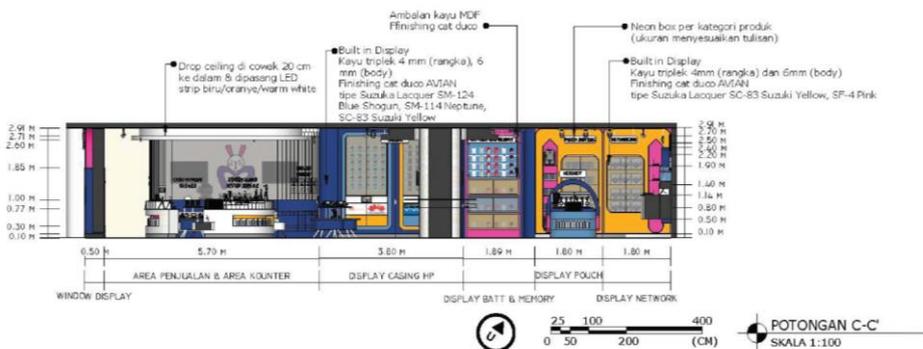
memerlukan perhatian seperti: area best seller (biru), area *testing* produk (kuning), dan area kasir (kuning).



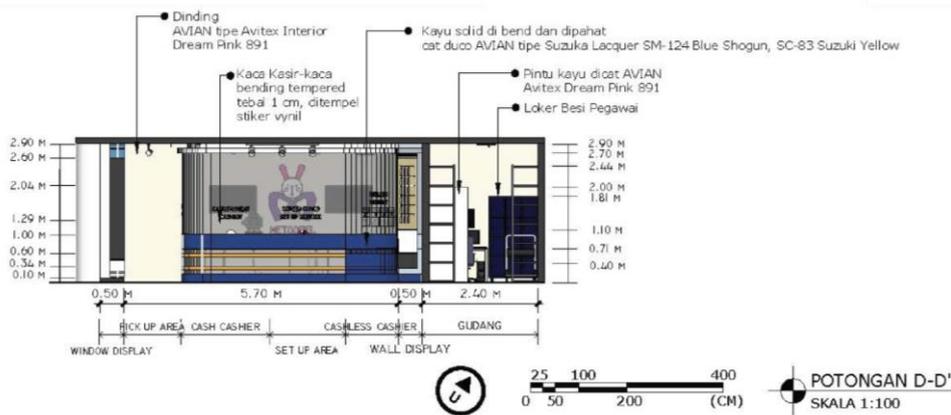
Gambar 22 Potongan A-A' transformasi desain toko Metoocel WTC 5 (Dok. Penulis, 2020)



Gambar 23 Potongan B-B' transformasi desain toko Metoocel WTC 5 (Dok. Penulis, 2020)



Gambar 24 Potongan C-C' transformasi desain toko Metoocel WTC 5 (Dok. Penulis, 2020)



**Gambar 25** Potongan D-D' transformasi desain toko Metoocel WTC 5 (Dok. Penulis, 2020)

### Perspektif Ruang

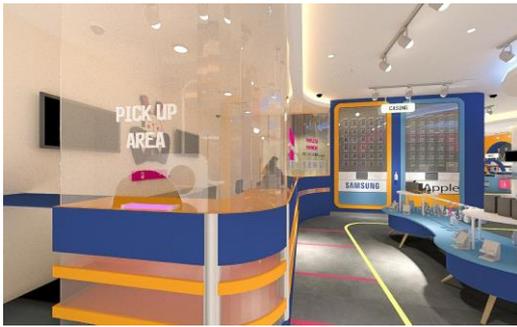
Perspektif ruang di bawah ini dilakukan dengan menggunakan komputerisasi. Dengan pembagian area sebagai berikut: (1) Area best seller, area *gadget stand* dan tripod yang merupakan produk bisa dicoba-coba dan tinggi secara dimensi; (2) Area kasir pembayaran *cash* dan *cashless* serta layanan pemasangan *screen guard*; (3) Area *pick up* untuk mengambil barang yang ada telah *discan* dan berada di locker kasir; (4) Area pillar untuk area test perangkat seperti *mouse* dan *keyboard* atau perangkat lain yang membutuhkan monitor; (5) Area auditori untuk peralatan *gaming*, *speaker*, *headphone*, dan *headset*; (6) *Wall display* untuk benda yang memiliki spesifikasi pasti dan tidak perlu dicoba sehingga pengunjung bisa langsung memesan dengan keterangan informasi yang ada seperti *case gadget*, tas, USB, *connector*, *memory card*, *powerbank* dan *charger*. (7) Area *window display* sebelah pillar untuk beberapa produk besar seperti *keyboard*, *router* sinyal, dan lain-lain yang hanya dipajang beberapa selain besar karena jarang ada yang membeli karena tidak terlalu dipromosikan; (8) Gudang merupakan area tempat staff yang mengawasi CCTV dan sensor suhu serta locker kecil. Selain itu gudang juga merupakan tempat yang cukup besar untuk menyetok barang khususnya untuk benda di *wall display* yang memerlukan persediaan banyak namun tidak memakan tempat; (9) *Main Entrance* ada 2 selain untuk membuat sirkulasi teratur juga memudahkan untuk pengunjung bisa teratur dalam menjalankan protokol kesehatan dengan pintu keluar dan masuk yang terpisah.



**Gambar 26** Area *best seller* hasil re-desain toko Metoocel WTC 5 (Dok. Penulis, 2020)



**Gambar 27** Area kasir hasil re-desain toko Metoocel WTC 5 (Dok. Penulis, 2020)



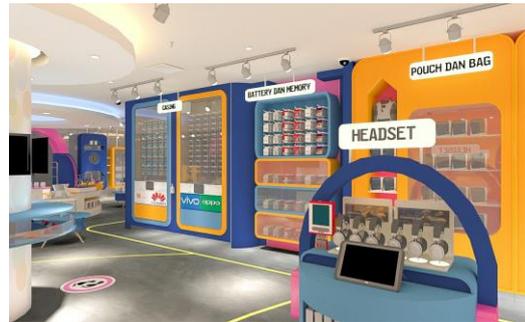
**Gambar 28** Area pick up hasil re-desain toko Metooceel WTC 5 (Dok. Penulis, 2020)



**Gambar 29** Area testing produk hasil re-desain toko Metooceel WTC 5 (Dok. Penulis, 2020)



**Gambar 30** Area auditori hasil re-desain toko Metooceel WTC 5 (Dok. Penulis, 2020)



**Gambar 31** Area wall display hasil re-desain toko Metooceel WTC 5 (Dok. Penulis, 2020)



**Gambar 32** Area wall display hasil re-desain toko Metooceel WTC 5 (Dok. Penulis, 2020)



**Gambar 33** Axonometri toko Metooceel WTC 5 (Dok. Penulis, 2020)



**Gambar 34** Area gudang hasil re-desain toko Metooceel WTC 5 (Dok. Penulis, 2020)



**Gambar 35** Main Entrance hasil re-desain toko Metooceel WTC 5 (Dok. Penulis, 2020)



Gambar 36 Main entrance hasil re-desain toko Metooceel WTC 5 (Dok. Penulis, 2020)

### Axonometri Ruang

Berikut ini merupakan axonometri ruang untuk melihat keadaan ruang seperti dalam bentuk maket (*high fidelity prototype*). Untuk melihat suasana ruang secara menyeluruh.



Gambar 37 Axonometri hasil re-desain toko Metooceel WTC 5 (Dok. Penulis, 2020)

### Simpulan

Penerapan sistem 'New Normal' pada Re-desain Interior toko aksesoris *gadget* toko Metooceel WTC 5 ini dilakukan berdasarkan konsep *I-U(You)-Me* dimana merupakan desain konsep yang mengutamakan kepentingan untuk pengguna ditinjau dari aspek protokol kesehatan dengan penerapan sistem penjualan yang baru hingga mengintegrasikan desain interior yang menonjolkan *branding* dan menunjukkan *liability* untuk mencerminkan produk yang terjual lewat stilasi bentukan *gadget*. Dalam re-desain interior juga memasukkan pertimbangan bagaimana fasilitas untuk protokol kesehatan tidak hanya terlihat sementara saja tetapi juga bisa saling komplementer dengan bentukan *display* yang dirancang. Maka dari itu, beberapa implementasi desain untuk sistem 'New Normal' khususnya bagi toko yang berada dalam pusat perbelanjaan adalah sebagai berikut:

1. Desain interior toko yang dirancang bisa berintegrasi dengan menerapkan sistem yang *contactless* ke dalam perancangan interiornya baik sirkulasi, teknologi, dan *display*.
2. Desain interior toko yang terletak di tengah kompetitor penjualan produk sama harus memiliki *facade* yang menarik namun tetap memperhatikan rancangan yang tetap menerapkan protokol kesehatan.
3. Penerapan protokol kesehatan juga tetap menggunakan fasilitas pendukung seperti *hand-sanitizer* dan termometer infrared yang telah diintegrasikan dalam desain *display*. Untuk

area kasir dibuat *full* kaca hingga plafon seperti loket dan dibagi menjadi 4 loket: loket pembayaran *cashless*, loket pembayaran *cash/card*, loket layanan pemasangan *screen guard* dan aksesoris lain, dan loket *pick up* untuk pengambilan produk yang dibeli. Pemasangan poster atau pamflet tetap diterapkan untuk tetap mengingatkan pelanggan untuk selalu jaga jarak, jaga kebersihan, dan pemasangan peraturan-peraturan tertulis lain seperti cara penggunaan sistem penjualan baru yang berlaku dalam toko.

## Daftar Pustaka

- Barr, Vilma and Charles E Broudy, AIA. 1984. *Designing To Sell*. USA: McGraw Hill.
- Benjamin, John Durland. 1988. "A Theory and Empirical Test of Retail and Office Lease Contracting." PhD diss., Louisiana State University and Agricultural & Mechanical College.
- Dam, Rikke Friis and Teo Yu Siang. 2020. "5 Stages in the Design Thinking Process". *Interaction Design Foundation*. Accessed 2 Desember 2020. <https://www.interaction-design.org/literature/article/5-stages-in-the-design-thinking-process>.
- Kusumowidagdo, Astrid. 2005. "Peran Penting Perancangan Interior pada *Store Based Retail*." *Dimensi Interior*, 3 no. 1 (June): 17-30. <https://media.neliti.com/media/publications/217855-peran-penting-perancangan-interior-pada.pdf>
- Levy, Michael and Barton Weitz. 1998. *Retail Management*. USA: McGraw-Hill.
- M, A.A. G.d. Tugus Hadi Iswara A., I Gusti Ayu Canny Utami and Ni Wayan Ardiarani Utami. 2020. "Penerapan Konsep "New Normal" pada Desain Sirkulasi dan *Signage* Pusat Perbelanjaan di Kawasan Kuta, Bali. Studi Kasus: Beachwalk Shopping Center." *Jurnal Arsitektur Zonasi*, 3 no. 3 (October): 356-364. <https://doi.org/10.17509/jaz.v3i3.27895>.
- Menteri Kesehatan Republik Indonesia. *Surat Edaran Nomor HK.02.01/MENKES/335/2020*. Author, 2020. Accessed March 31, 2021. <https://covid19.go.id/p/protokol/protokol-pencegahan-penularan-corona-virus-disease-covid-19-di-tempat-kerja-sektor-jasa-dan-perdagangan-area-publik-dalam-mendukung-keberlangsungan-usaha>
- Meshner, Lynne. 2010. *Basic Interior Design 01: Retail Design*. Switzerland: AVA Academia. pp.105-112
- Metooceel. 2021. "Metooceel". Accessed September 2, 2020. <https://metooceel.com/>
- Panero, Julius and Martin Zelnik. 2003. *Dimensi Manusia & Ruang Interior*. Jakarta: Erlangga. pp.200-205
- Peluang Bisnis. 2020. "Peluang Bisnis Aksesoris Handphone dengan Modal di Bawah 200 Ribu." Accessed March 31, 2021. <https://kumparan.com/peluang-bisnis/peluang-bisnis-aksesoris-handphone-dengan-modal-di-bawah-200-ribu-1stDIWKA3Tg>
- Putra, Manjaya. 2017. "Faktor Kunci yang Mempengaruhi Perilaku Belanja Konsumen di Erafone Tunjungan Plaza Surabaya." SE., Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
- Setyana, Agustitin. 2015. "Pengaruh Brand Image Toko Terhadap Keputusan Pembelian: Studi Kasus Konsumen Toko Busana Muslim Karita Purwokerto, Banyumas, Jawa Tengah." S.E.Sy., Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto.
- Sully, Anthony. 2012. *Interior Design: Theory and Process*. London: A&C Black Publishers.

Warta Ekonomi. 2019. "Mengenal Revolusi Industri dari 1.0 hingga 4.0." Accessed March 31, 2021. <https://www.wartaekonomi.co.id/read226785/mengenal-revolusi-industri-dari-10-hingga-40>

