

# PENGARUH SUASANA DESAIN INTERIOR TERHADAP KEINGINAN BERBELANJA PENGUNJUNG DI NIKKOU BOUTIQUE CITRALAND

Fiola Kosasih<sup>a</sup>, Freddy Istanto, H.<sup>b</sup>

<sup>a</sup> Program Studi Arsitektur Interior, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Ciputra, Surabaya 60219, Indonesia

<sup>b</sup> Program Studi Arsitektur Interior, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Ciputra, Surabaya 60219, Indonesia  
alamat email untuk surat menyurat : fred.hans@ciputra.ac.id

## **ABSTRACT**

*The purpose of this research is to determine the effect of sense brand located in Citraland, Surabaya. From the result, it can be concluded that in designing a building, it requires a certain interior atmosphere to be considered and the type of atmosphere that could influenced the customers while shopping in the store. The background of this research is there are many of stores that overlooking the indoor atmosphere of the store. Visitors sense are commonly not fully considered when designing. Therefore, there are many aspects that are needed to build the desired store atmosphere. The method used in this research is quantitative by collecting data distributed through a questionnaire. The respondents are the customers of clothing stores and boutiques. To sum up, aspects that need to be considered that can affect the atmosphere of the store interior are the lighting, circulation between clothing displays, air circulation and ventilation, the color chosen to build the ambience, the cleanliness as well as the neatness of the store. The result is expected to provide inspirations in designing clothing stores by focusing on the store atmosphere.*

**Keywords:** *Sense of Place; Interior Design; Nikkou Boutique; Fashion Store*

## **ABSTRAK**

Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui pengaruh apa yang ditimbulkan oleh suasana interior terhadap pengunjung yang ingin berbelanja di toko pakaian. Khususnya pada brand Nikkou Boutique yang berada di Citraland, Surabaya. Dari situ dapat diketahui bahwa dalam membangun desain, memerlukan suasana interior tertentu yang harus diperhatikan dan yang menurut pengunjung berpengaruh dalam menimbulkan suasana saat berada di toko tersebut. Ada pula latar belakang dari penelitian ini adalah banyaknya toko yang kurang memperhatikan perasaan pengunjungnya saat memasuki tokonya, karena toko tersebut tidak membangun suasana dari desain tokonya. Sehingga saat ini kita mengetahui aspek apa saja yang diperlukan untuk membangun suasana interior yang diinginkan pengunjung. Metode yang dilakukan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan pengumpulan data yang disebar melalui survey kepada orang yang memang suka mengunjungi toko baju dan berbelanja. Sehingga aspek yang perlu diperhatikan yang dapat memengaruhi suasana interior toko adalah dari pencahayaannya, sirkulasi antar display baju, penghawaan yang ada, warna yang dipilih untuk membangun *ambience* toko, kebersihan toko dan juga kerapihan dari toko tersebut. Hal ini di harapkan dapat menginspirasi orang-orang yang ingin mencari ide untuk mendesain toko yang mementingkan suasana ruang.

**Kata Kunci:** Suasana Ruang, Desain Interior, Nikkou Boutique, Toko Pakaian

## PENDAHULUAN

Dewasa ini, toko pakaian merupakan salah satu toko yang memiliki banyak peminat dari pembeli. Baik secara *online* maupun *offline*, masing-masing memiliki kekurangan dan kelebihan. Suadiyah Khasanah menyatakan bahwa di era-modern ini banyak yang menyukai berbelanja dengan *online*, namun ada juga yang tidak, karena dengan alasan tidak bisa melihat langsung barangnya dan tidak bisa mencoba langsung barangnya. Namun, jika berbelanja secara *online* biasanya memiliki harga yang relatif lebih murah.

Masyarakat yang berbelanja di *offline store* juga memilih-milih mau memasuki toko apa dan dimana. Bergantung dengan merek baju apa, kalau terkenal masyarakat cenderung lebih mau memilih merek yang terkenal. Namun, untuk bisnis toko pakaian yang masih di tingkat *start-up* untuk menarik pelanggan agar mau mengunjungi toko adalah dengan baju yang dijual berkualitas dan bagus, juga sesuai dengan harganya. Faktor lain yang bisa menarik pelanggan adalah dengan jasa desain interior (Astrid Kusumowidagdo, 2013).

Saat ini jasa interior desain sudah semakin populer dan meningkat. Seiring dengan semakin membaiknya kondisi perekonomian yang ada di Indonesia dan berkembangnya tren desain modern, permintaan masyarakat dan konsumen untuk mencari jasa konsultan interior untuk hunian semakin meningkat (Jeremy Alfredo, 2018). *Community Development Executive* Dekoruma, Filicia, mengatakan, semakin meningkatnya minat dan kebutuhan masyarakat dalam sektor *home and living*, serta menjamurnya bisnis dekorasi hunian, membuat pihaknya mengajak kalangan desainer interior dan arsitek bersamasama memanfaatkan dan mengembangkan peluang yang ada (Feriawan Hidayat, 2018). Menjalankan bisnis desain interior adalah tidak mudah karena membutuhkan penguasaan keilmuan yang kompleks, yang tidak hanya berupa keilmuan desain dan seni saja, namun juga teknik berbisnis dan manajemen yang handal. Jumlah desainer interior dan dekorator di Indonesia sebanyak ± 912 pada tahun 2004, jumlahnya terus meningkat hingga kini. Tidak hanya untuk berkonsultasi mengenai desain interior untuk hunian rumah tinggal, namun semakin kesini juga semakin banyak masyarakat yang ingin membuka bisnis toko maka sudah pasti akan menggunakan jasa desain interior (Mariana Wibowo, 2015). Desain interior dalam suasana toko sangat memengaruhi karena ketika toko itu menarik, maka masyarakat juga pasti akan tertarik dan memasuki toko tersebut. Dalam buku yang berjudul *Desain Ritel* menyatakan bahwa jika sebuah toko ingin menarik pelanggan atau pengunjung, pasti pemilik toko tersebut membutuhkan yang namanya jasa desain interior untuk mewujudkan hal tersebut. Namun dalam membuat desain yang menarik, harus tetap memperhatikan juga bagaimana suasana yang didapat saat pengunjung masuk kedalam toko tersebut (Astrid Kusumowidagdo, 2015).

Setiap pengunjung memiliki karakternya masing-masing, namun yang membuat sama adalah tujuan mereka saat memasuki toko pakaian tersebut. Beberapa ada yang ingin membeli pakaian baru, ada yang sekadar tertarik dengan desainnya atau yang dijualkan dan ada yang hanya ingin masuk saja karena tertarik. Hal tersebut membuat desainer interior juga harus bisa berpikir desain yang pas untuk toko tersebut dan suasana apa yang dapat dihidupkan di toko tersebut.

## **METODE PENELITIAN**

### **Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Digunakan data primer, yang diperoleh dari tanggapan responden, pertanyaan, keterangan dan penilaian konsumen dari *Google Form*. Sugiyono (2019) menyatakan bahwa metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada *filsafat positivisme*, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data dan menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah diterapkan.

### **Subyek dan Obyek Penelitian**

Subyek dalam penelitian ini adalah pengunjung yang senang mengunjungi toko pakaian dan senang berbelanja. Sedangkan Obyek dari penelitian ini adalah susana dari interior desain sebuah toko pakaian.

### **Sumber Data**

Sumber data yang digunakan adalah primer dan sekunder. Sumber data primer diperoleh dari pengamatan dan pembagian survey, sedangkan sumber data sekunder diperoleh dari jurnal, buku dan internet sebagai penunjang dari data primer. Dari sumber data yang diperoleh dari *survey*, ada 50 responden yang usia rata-rata 20-25 tahun dan merupakan orang-orang yang sering datang ke toko pakaian.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Studi Kasus**



**Gambar 1.** Logo dari Nikkou Boutique  
Sumber: Website Nikkou Boutique, 2019

Nikkou Boutique merupakan perusahaan yang bergerak dibidang retail khususnya pakaian wanita. *Nikkou Boutique* telah berdiri sejak tahun 2014 dan merintis karirnya. Hingga saat ini, *Nikkou Boutique* telah memiliki banyak cabang, mulai di Hokky, *G-Walk*, dan lain-lain. Saat ini juga membangun *boutique* baru yang berada di Citraland, bersebelahan dengan Gereja Kristen *Bethany*.



**Gambar 2.** Fasade dari Nikkou Boutique, Citraland  
Sumber: Dokumentasi pribadi, 2019

### **Suasana Interior Desain dalam Toko**

Menurut Gilbert (2003), suasana toko merupakan kombinasi dari pesan sebagai fisik yang telah direncanakan. Atmosfer toko dapat digambarkan sebagai perubahan terhadap perancang lingkungan pembelian yang menghasilkan efek emosional khusus yang dapat menyebabkan konsumen melakukan tindakan pembelian. Menurut Kotler (2003) suasana toko setiap toko mempunyai tata letak fisik yang memudahkan atau menyulitkan untuk berputar-putar di dalamnya. Setiap toko memiliki desain dan suasana yang berbeda-beda dan ketertarikannya juga berbeda-beda. Segala ketertarikan dan memunculkan suasana dalam toko tersebut dari beberapa aspek. Aspeknya antara lain adalah *lighting*, sirkulasi, penghawaan, warna dari interiornya, kebersihan dan kerapihan.

#### 1. *Lighting*

Dalam membangun suasana dan *ambience* dari sebuah interior dan toko, salah satu hal penting adalah *lighting*. Memahami fungsi pencahayaan merupakan hal yang penting dalam mengatur cahaya agar *ambience* dapat tercipta didalam suatu ruang (Istiawan, 2006). Pada dasarnya pencahayaan terbagi menjadi dua, yaitu pencahayaan alami maupun buatan yang telah didesain oleh designer untuk toko tersebut. Dari hasil *survey* yang telah dibuat, dari 50 responden menjawab *lighting* dari *Nikkou Boutique* Citraland sudah bagus karena hasil *survey* tertinggi di angka 4 dengan total 24 responden.

2. Sirkulasi

Sirkulasi untuk kenyamanan saat berbelanja juga sangat penting bagi pengunjung. Ria Arifianti (2016) menyatakan bahwa strategi tata letak dilakukan untuk menghasilkan keuntungan, dan untuk memberikan kenyamanan bagi pengunjung. Dari hasil *survey* yang telah dijawab oleh 50 responden adalah sirkulasi dari *Nikkou Boutique Citraland* sudah bagus, dengan perolehan tertinggi di angka 4 dari 22 responden yang menjawab.

3. Penghawaan

Penghawaan terbagi menjadi dua yaitu, penghawaan alami dan penghawaan buatan. Dalam toko atau ritel biasanya menggunakan yang penghawaan buatan dengan menggunakan AC (*Air Conditioner*), hal tersebut dikarenakan cuaca di Indonesia yang cukup panas dan jika ingin membuat nyaman pembeli maka harus mendinginkan suhu ruang dengan AC. Dari hasil *survey* 50 responden, penghawaan di *Nikkou Boutique Citraland* sudah bagus dengan perolehan tertinggi di angka 4 dengan 24 responden.

4. Warna dari Interiornya

Warna dapat membuat *ambience* dari ruang dapat semakin muncul, warna bisa saja dari interiornya atau bahkan dari baju yang mereka jualkan. Dari hasil *survey* yang telah dilakukan oleh 50 responden, maka warna dari interior *Nikkou Boutique Citraland* sudah bagus karena perolehan tertinggi di angka 4 dengan 24 responden.

5. Kebersihan

Kebersihan merupakan hal yang wajib dimana-mana. Karena untuk menciptakan kenyamanan, maka bersih adalah hal yang utama. Dari hasil *survey* 50 responden, maka kebersihan dari *Nikkou Boutique Citraland* adalah sangat bersih karena perolehan tertinggi di angka 5 dengan total 26 responden.

6. Kerapihan

Dalam membuat toko atau retail, kerapihan agar pengunjung dapat melihat produk dengan jelas sangatlah dibutuhkan. Dari hasil *survey* 50 orang yang menjawab, maka kerapihan dari *Nikkou Boutique Citraland* sudah rapih dengan perolehan tertinggi di angka 4 oleh 22 responden.

Survey tersebut membuktikan bahwa *Nikkou Boutiqe Citraland* sudah sangat baik dalam memberikan pelayanan ke pengunjungnya dari segi desain, kebersihan dan kerapihannya. Dari 6 aspek diataspun dilakukan *survey*, hal yang paling diminati pengunjung untuk kenyamanan saat berbelanja adalah kebersihan (42 suara), lalu *lighting* (32 suara), selanjutnya warna yang digunakan didalam interior (28 suara), dan diikuti yang lainnya untuk kerapihan (24 suara), sirkulasi (20 suara), dan yang terakhir adalah penghawaan (4 suara). Ada pula yang menjawab dari luar segi desain, yang memengaruhi mereka

membeli atau masuk ke dalam toko tersebut adalah *branding* dan *merk* dari toko pakaian tersebut. Dari hasil survey 50 responden, menyatakan 96% dari 48 responden bahwa desain interior memengaruhi niat mereka memasuki toko pakaian. Menurut mereka, toko dari Nikkou sudah memiliki desain yang menarik.

Dari survey juga menyatakan bahwa, semua aspek tersebut memengaruhi mereka saat ingin memilih toko pakaian mana yang akan mereka masuki dan memilih berbelanja disitu. Semua faktor tersebut membangun suasana dalam interior dan *ambience* toko pakaian. Hal itu didapat dari hasil survey yang menyatakan 60% mengatakan iya, 30% mengatakan mungkin memengaruhi dan 4% menjawab tidak memengaruhi. Artinya sebagian besar menganggap desain interior dapat memengaruhi niat mereka untuk membeli atau memasuki toko pakaian tersebut.

## KESIMPULAN

Berdasarkan data-data yang telah diperoleh diatas, maka dapat disimpulkan bahwa dalam membuat toko ritel atau pakaian maka harus memperhatikan beberapa aspek agar pengunjung bisa berdatangan. Salah satunya adalah suasana desain interior yang dibangkitkan di dalam toko tersebut. Ada beberapa aspek yang dapat memengaruhi suasana desain interior suatu ruang, yaitu *lighting*, sirkulasi, penghawaan, warna dari interiornya, kebersihan dan kerapihan. Dalam segala aspek tersebut *Nikkou Boutique* Citraland sudah memenuhi karena *survey* menyatakan hasilnya bagus dan malah ada yang sangat bagus. Niat pembeli juga terpengaruh dengan desain seperti apa yang diberikan oleh toko, sehingga saat memasuki ruang toko tersebut suasana berbelanja menjadi nyaman dan nagih. Nyatanya ketika suasana toko menyenangkan, maka perasaan kita sebagai pembeli pun menjadi senang dan semangat, semua tu bisa ditimbulkan dari desain interior yang memiliki *ambience* sesuai toko tersebut.

## DAFTAR RUJUKAN

- Hidayat, F. (2018). *Perekonomian Membaik, Permintaan Jasa Desain Interior Meningkat*. Diakses pada Desember 13, 2019, dari <https://www.beritasatu.com/ekonomi/493642/perekonomian-membaik-permintaan-jasa-desain-interior-meningkat>
- Istiawan, S. (2006). *Ruang Artistik dengan Pencahayaan*. Griya Kreasi.
- Jeremia, A. P. & Joula, J. R. (2018). *Pengaruh Suasana Toko terhadap Minat Beli Konsumen pada UD. Sinar Anugerah Pratama Manado*. Jurnal: Administrasi Bisnis Vol. 6.
- Kusumowidagdo, A. (2005). *Peran Penting Perancangan Interior pada Store Based Retail*. Jurnal: Dimensi Interior Vol. 3, No. 1.
- Kusumowidagdo, A. (2013). *Desain Ritel: Komunikasikan Strategi Pemasaran Bisnis dengan Tepat!*.

P.T. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.

- Lestari, Ridha, A. & Hamdil, K. (2017). *Performa Pencahayaan dan Penghawaan serta Persepsi Pengguna Bangunan Pasar di Kota Pontianak*. Jurnal: Langkau Betang Vol. 4, No. 2.
- Mariana Wibowo, dan I Putu, A. W. (2004). *Pengaruh Manajemen Proyek terhadap Keberhasilan Desainer Interior di Surabaya*. Jurnal: Program Studi Magister Manajemen Teknologi.
- Nikkou Boutique. (2014). *Nikkou Boutique*. Diakses pada Desember 15, 2019, dari <https://nikkou-boutique-g-walk.business.site/>
- Ria, A. (2016). *Analisis Tata Letak dalam Perspektif Ritel*. Jurnal: AdBispreneur Vol. 1, No. 3.
- Suadiyah, K. (2017). *Pilih Belanja Offline atau Online*. Diakses pada Desember 14, 2019, dari <https://kaltim.tribunnews.com/2017/07/06/pilih-belanja-online-atau-offline>
- Tinjung Desy, N., dan Herlina. (2012). *Analisis Pengaruh Suasana Toko, Variasi Merchandise, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Aksesoris Gadget: Studi Kasus Gerai Wellcommshop Mal Citraland*. Jurnal: Binus Business Review Vol. 3, No. 1.