

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Saat ini *fashion* sangat berkembang pesat di Indonesia. Dan menjadi *trend* dan gaya hidup dari berbagai kalangan baik laki laki atau perempuan. *fashion* juga menunjukkan status *social* dan ekonomi dan memperlihatkan popularitas seseorang. Perkembangan *fashion* yang sangat pesat banyak memunculkan para pebisnis *fashion* baik *local* maupun *international*, contohnya adalah Berrybenka , Zalora, Mataharimall, Sale Stock.. Pada perancangan kali ini perancang memilih kantor Berrybenka sebagai objek perancangan tugas akhir.

Berrybenka menjual berbagai macam produk *fashion* dan *accessories* untuk pria dan wanita dengan model pakaian yang mengikuti perkembangan zaman dengan harga terjangkau. Saat ini Berrybenka hanya berfokus pada penjualan *brand* mereka sendiri. Sebelumnya berrybenka juga menjual banyak produk dari berbagai *brand* baik *local brand* dan *international brand*. Berrybenka memiliki pendapatan penjualan melalui *online dan offline store* produk Berrybenka memiliki peminat sebanyak 70-80%. Saat ini jumlah pengguna Berrybenka terdaftar mencapai 1,7jt *cutomer* dengan penjualan 2000-3000 penjualan perhari (id.techinasia.com). Berrybenka telah membuka sebanyak 20 *pop up store* di beberapa lokasi yang ada di Indonesia.

Berrybenka menggunakan layanan O2O / *offline to online*. Layanan ini di maksud untuk menghubungkan antara *online* dan *offline (retail* secara fisik). Dengan cara menarik *cutomer* melalui media internet seperti *social media* , *email*, dan iklan melalui internet, setelah menarik *cutomer* dari internet kemudian *cutomer* di ajak untuk melakukan pembelian secara *offline/* langsung datang ke store. Dengan demikian *cutomer* dapat dengan mudah untuk mencoba/ melihat barang yang akan di beli. Sehingga dalam perancangan interiornya di buat medsos-able, dan desain se menarik mungkin dan menyediakan fasilitas seperti food corner dan photo booth untuk menarik *cutomer* untuk datang ke Berrybenka langsung.

Berrybenka memiliki 300 karyawan diantaranya 200 karyawan di bagian administrasi dan 100 karyawan di bagian produksi produk Berrybenka. Dengan presentase 80% karyawan adalah seorang wanita memiliki selera yg feminis senang

dengan style style yang sedang booming sekarang dan 20% karyawan adalah seorang pria memiliki selera yang casual. Rata rata penggunanya berumur 25- 40 tahun yang. Dalam kantor Berrybenka terdapat divisi *IT server* yang penggunanya rata rata adalah laki laki, *merchandising*, *marketing*, *operation*, *supporting*, *accounting*, dan HRD rata rata perempuan. Di dalam kantor Berrybenka terdapat banyak kegiatan / aktifitas yaitu aktifitas kreatif yang berhubungan dengan desain produk pembuatan *catalog*, dan perencanaan, aktifitas administrasi yang berhubungan dengan pembuatan laporan, mengadakan meeting dengan karyawan / investor, pemeriksaan sample produk, penjualan produk, komunikasi dengan *customer* dan pengadaan bazar sebagai bentuk promosi. Aktivitas menyenangkan seperti makan, *cit chat*, membuat makanan / minuman dan bermain game bersama saat beristirahat. Dan *Sharing season* diadakan setiap sebulan sekali oleh Berrybenka dengan mengundang seorang influencer/ designer untuk memotivasi para karyawan. *B-project* merupakan salah satu event yang di adakan Berrybenka kegiatan ini di lakukan di luar kantor dengan menyewa *hall room* atau gedung serbaguna.

Seluruh aktivitas tersebut membutuhkan ruang yang sesuai dengan kegiatan di kantor Berrybenka . Contohnya *quiet room* untuk mencari ide, *meeting room* untuk kegiatan pertemuan / *meeting*, *event space* untuk *event* yang diadakan Berrybenka , ruang *sharing* untuk pembuatan *sampling*, ruang *photography*, ruang *make up*, *wardrobe*, ruang penyimpanan sample produk, ruang arsip dan ruang untuk bekerja untuk masing masing divisi (*working area*).

Kantor Berrybenka yang berlokasi di Slipi Tower memiliki banyak kekurangan antara lain belum adanya fasilitas ruang *make up* dan *wardrobe room*, ruang untuk wawancara & interview kerja karawan baru, *event space* untuk acara acara yang di adakan Berrybenka, pembagian zona kerja belum sesuai dengan hubungan antar divisinya, furniture di *working area* yang tidak di sesuaikan dengan kebutuhan perdivisinya, belum menunjukkan identitas kantor berrybenka yang bergerak di bidang fashion.

Kebutuhana ruang yang begitu banyak dan beragam sudah tidak bisa tertampung di kantor lama Berrybenka yang berlokasi di Jakarta Barat. Sehingga Berrybenka akan melakukan pemindahan Kantor dari Gedung Slipi Tower Lt.38 Jakarta Barat ke Bandung yang berlokasi di Jalan persimpangan Jalan Tamblong dan Jalan Naripan. Jalan

Tamblong dan Jalan Naripan berada di pusat kota Bandung dan mudah di jangkau oleh banyak orang. Alasan Berrybenka memilih kota Bandung sebagai kantor baru Berrybenka banyaknya peminat / *cutomer* Berrybenka yang berada di Bandung yang telah di didedikasikan sebagai kota *fashion*.

Dengan pemindahan kantor baru di Bandung di perlukan fasilitas ruang yang dapat memenuhi kebutuhan pengguna dan kenyamanan saat bekerja. Hasil studi banding terhadap Kantor sejenis yang telah di lakukan di kantor Berrybenka , Matahari Mall, Dan Zalora dapat di gunakan sebagai acuan untuk sebagai standart perancangan di kantor baru Berrybenka Bandung. Acuan yang didapat untuk ruang *working area, quiet room, photography, make up, meeting room, wardrobe, dan event space* dan di dapatkan standart acuan ruang antara lain sirkulasi, warna, ceiling, dinding, lantai dan element pengisi ruang.

Oleh karena itu agar pelayanan kantor berrybenka menjadi lebih baik, kantor berrybenka wajib memiliki fasilitas yang lengkap, pembagian zona kerja sesuai dengan hubungan kerja anta divisinya, furniture yang di sesuaikan dengan kebutuhan penggunaanya, desain interior yang *medsos-able* dan fasilitas pendukung yang dapat menarik *cutsomer* datang ke Berrybenka, dan desain yang memperlihatkan identitas kantor berrybenka.

## 1.2. Identifikasi Masalah

1. Belum adanya fasilitas ruang untuk *interview* karyawan baru, *make up room, wardrobe room*, ruang untuk *brain storming, sharing room* untuk pembuatan *sampling* produk, dan *event space*
2. Pembagian zona sesuai dengan hubungan kerja antar divisinya.
3. Furniture pada *working area* belum sesuai dengan aktifitas / kebutuhan penggunaanya. Karena setiap divisi memiliki kelompok kerja yang berbeda serta kebutuhan dan aktifitas yang berbeda.
4. Perlunya *desain interior* yang *medsos-able* dan fasilitas pendukung untuk menarik *customer* datang langsung ke Berrybenka
5. Desain yang belum memperlihatkan identitas kantor Berrybenka sebagai kantor yang beregerak di bidang *fashion*.

### 1.3. Rumusaan Masalah

- a. Bagaimana cara merancang kantor Berrybenka agar fasilitas yang belum ada dapat terpenuhi?
- b. Bagaimana cara merancang pembagian zona euai dengan hubungan kerja antar divisi agar lebih efisien ?
- c. Bagaimana cara merancang furniture yang sesuai agar kebutuhan penggunanya terpenuhi ?
- d. Bagaimana cara merancang kantor Berrybenka yang medsos-able sehingga dapat menarik pengunjung untuk datang langsung ke Berrybenka?
- e. Bagaimana cara mmerancang kantor Berrybenka yang sesuai dengan identitas kantor yang bergerak di bidang *fashion*?

### 1.4. Tujuan

- a. Menghasilkan desain interior kantor Berrybenka dengan terpenuhinya fasilitas yang di butuhkan kantor Berrybenka.
- b. Menghasikan desain interior kantor Berrybenka dengan desain furniture yang sesuai dengan kebutuhan dan aktifitas penggunanya.
- c. Menghasilkan desain interior yang medsos-able sehingga dapat menarik banyak pengunjung untuk datang langsung ke Berrybenka
- d. Menghasilkan desain interior kantor Berrybenka yang sesuai dengan identitas kantor Berrybenka yang bergerak di bidang *fashion*.

### 1.5. Batasan Perancangan

- a. Lokasi Perancangan Ada Di Jalan Naripan – Jalan Tambolong, Kelurahan Kebon Pisang, Kecamatan Sumur Bandung .
- b. Ruang lingkup perancangan kantor Berrybenka ini meliputi *lobby, working area, workshop, meeting room, pantry, lounge, playing room, quiet room, retail*.
- c. Luasan bangunan  $\pm 3.200 \text{ m}^2$ .

### 1.6. Metodologi Perancangan

Metode pengumpulan data yang dilakukan antara lain:

- a. Observasi

observasi langsung ke lapangan harus di lakukan agar perancang mengetahui bagaimana

keadaan dan kondisi kantor berrybenka. Perancang melakukan observasi langsung ke lokasi kantor Pusat Berrybenka .

b. Wawancara

Tujuan dari wawancara adalah untuk mendapatkan informasi yang tepat dari narasumber yang terpercaya. Wawancara dilakukan dengan cara penyampaian sejumlah pertanyaan dari pewawancara kepada narasumber. perancang melakukan wawancara dengan CEO Berrybenka . Perancang mewawancarai founder Berrybenka . Perancang melakukan wawancara tentang apapun yang terkait dengan Berrybenka , fasilitas, dan apa saja kebutuhan Berrybenka .

c. Dokumentasi

pengumpulan data dengan metode ini bermaksud untuk melengkapi data yang telah di dapat oleh perancang dengan cara wawancara dan observasi.

d. Analisa data

metode yang digunakan setelah mendapat suatu data saat wawancara dan observasi langsung di lapangan, analisa ini dilakukan dengan melihat permasalahan yang ada di lapangan

e. Analisa programming

programming meliputi kebutuhan ruang, flow activity, besaran ruang, matrixs, bubble diagram, dll

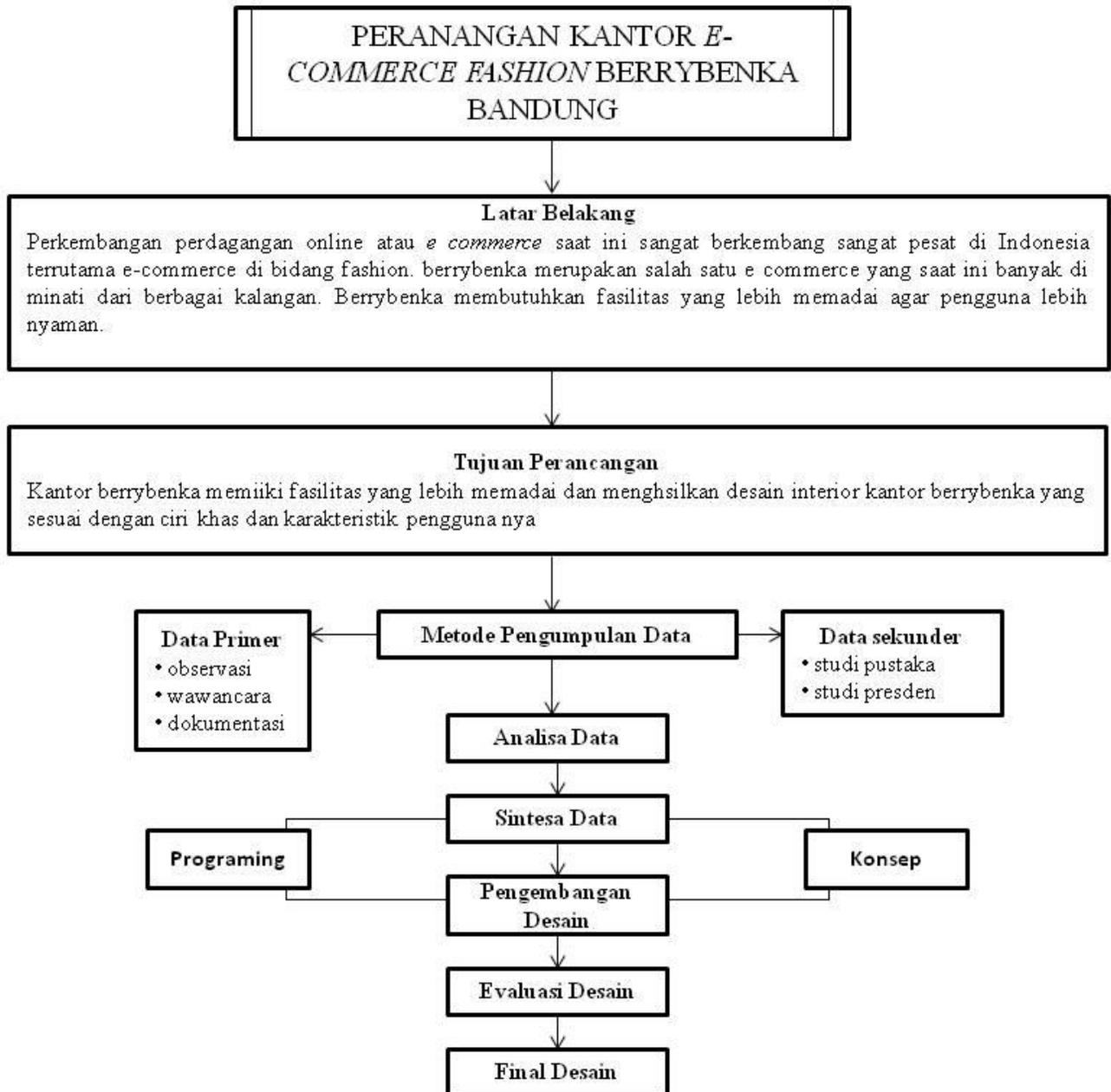
f. konsep

merupakan dasar pemikiran seorang desainer dalam memecahkan masalah yang ada dalam ruang tersebut. Yang bertujuan untuk memudahkan perancang untuk berkomunikasi antar manusia melalui ide ide yang telah di susun menjadi sebuah konsep

g. hasil akhir

hasil akhir dari perncangan kantor Pusat Berrybenka adalah berupa data yg telah di dapat dan disusun menjadi sebuah laporan,konsep, gambar kerja, dan lain lain.

## 1.7. Kerangka Berpikir



Gambar 1. 1 Mind Mapping

## **1.8. Ringkasan Sistematika Laporan**

### **BAB I**

#### **PENDAHULUAN**

Bab ini membahas latar belakang perancangan, batasan masalah, tujuan perancangan, identifikasi masalah, rumusan masalah, dan metode perancangan.

### **BAB II**

#### **KAJIAN LITERATURE DAN DATA PERANCANGAN**

Bab ini berisi definisi kantor, fungsi kantor, sejarah, struktur organisasi, prinsip prinsip tata ruang, profil kantor, visi misi, makna logo , struktur organisasi, dll.

### **BAB III**

Bab ini berisi tentang penjelasan konsep, tema, pengayaan, pencahayaan, penghawaan, suasana, warna, material, furniture, program ruang, dan zoning blocking

### **BAB IV**

Berisi tentang uraian uraian mengenai pemilihan denah khusus, konsep tata ruang, persyaratan teknis ruang dan elemen interior.

### **BAB V**

Merupakan bagian akhir dari penulisan laporan yang berisi tentang kesimpulan dan saran