

PERANCANGAN ULANG PLAZA ASIA SUMEDANG DEPARTMENT STORE, FOOD COURT, DAN LOBBY

Muhammad Faris Naufal¹, Widyanesti Liritantri² dan Fajarsani Retno Palupi³

^{1,2,3} *Desain Interior, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom, Telkom, Jl. Telekomunikasi No. 1, Terusan Buahbatu -Bojongsoang, Sukapura, Kec. Dayeuhkolot, Kabupaten Bandung, Jawa Barat 40257*
farisnauf@student.telkomuniversity.ac.id, widyanesti@telkomuniversity.ac.id ,
fajarsanirp@telkomuniversity.ac.id

Abstrak

Plaza Asia Sumedang yang berlokasi di Jalan Mayor Abdurahman Kota Sumedang merupakan pusat perbelanjaan berkonsep *mixed-use* yang tidak hanya digunakan sebagai area untuk berbelanja namun terdapat fasilitas hotel Bintang Tiga, Bioskop, serta aula sebagai fasilitas untuk melaksanakan acara seperti seminar, resepsi pernikahan atau acara lainnya. Sejalan dengan visi Plaza Asia yaitu menjadi menjadi perusahaan di bidang retail yang termaju, terdepan dan terbesar di wilayah Priangan Timur, dengan memperhitungkan minat pengunjung yang semakin tinggi akibat adanya akses dari *exit* jalan tol Cisumdawu dan cukup pesatnya perkembangan daya tarik wisata di Kabupaten Sumedang, mengharuskan untuk memiliki tampilan visual yang lebih menarik sehingga membuat pengunjung betah hingga tertarik untuk berbelanja dan kembali lagi dikemudian hari. Salah satu upayanya adalah melakukan perancangan ulang interiornya. Perancangan ulang Plaza Asia Sumedang dilakukan pada area Asia Fashion di lantai dasar (*Ground Floor*), *Food court* Teras Jajan di lantai 2, dan *Lobby* GF Utama yang berfokus untuk menciptakan suasana dan penerapan standar perancangan sebagai solusi untuk kenyamanan dan pengalaman baru dalam berbelanja serta menambah daya tarik pengunjung dengan konsep perancangan yang lebih baik mengikuti tren desain *retail store* terkini.

Kata Kunci: Asia Fashion, *Food court* Teras Jajan, *Lobby* GF Utama, Tren desain interior *retail store*

Abstract

Plaza Asia Sumedang located on Mayor Abdurahman Street, is a mixed-use shopping center building which is not only used as a retail area for shopping but also has a three-star hotel facility, Cinema, and convention hall as a facility for holding events such as seminars and wedding receptions or other events. In line with Plaza Asia's vision to become the most advanced, leading and largest retail company in the East Priangan Region, taking into account the increasing interest of visitors due to access from the Cisumdawu toll road exit and the rapid development of tourist attractions in Sumedang Regency, it is necessary to have a more attractive visual appearance so that visitors feel at home for around the entire shopping center and coming back again later. One of the efforts is to redesign the interior. The redesign of Plaza Asia Sumedang in the Asia Fashion area on the ground floor, the Teras Jajan Food court on the 2nd floor, and the Main Ground Floor Lobby which focuses on creating an atmosphere and implementing design standards as a solution to provide comfort and a new experience in shopping and increasing the visitors with a better design concept following the latest retail store design trends.

Keywords: Asia Fashion, *Food court* Teras Jajan, Main Ground Floor Lobby, and Retail Store

Interior Design Trends.

Pendahuluan

Fenomena yang terjadi saat ini adalah bahwa Mal merupakan salah satu ruang publik yang mewadahi berbagai aktivitas tidak terbatas untuk berbelanja dan makan, namun lebih kepada aktivitas rekreasi melepas lelah setelah bekerja, tempat keluarga melakukan *quality time*, tempat resepsi yang representatif, tempat melakukan pertemuan bisnis, acara keagamaan, pendidikan, kompetisi sains dan seni, pementasan acara kesenian sehingga berfungsi pula sebagai media aktualisasi diri dari berbagai kelas masyarakat, yang merupakan cerminan sebuah perkembangan suatu daerah. Sumedang dengan akses tol yang baru dibuka dan objek wisatanya yang semakin berkembang, menjadi lebih terbuka menerima kunjungan dari daerah lain baik yang hanya melintas/transit maupun sengaja melakukan kunjungan sesuai dengan tujuan masing-masing. Mal yang representatif dengan fasilitas lengkap akan memenuhi kebutuhan para pengunjungnya selama berada di Sumedang.

Plaza Asia dengan segala permasalahannya mengharuskan untuk memiliki tampilan visual khususnya desain interior yang lebih menarik dan *instagramable* sehingga membuat pengunjung betah berlama-lama menikmati seluruh area pusat perbelanjaan hingga tertarik untuk berbelanja dan kembali lagi dikemudian hari dan tingkat kunjungannya meningkat karena menjadi *viral* di media sosial maupun dari testimoni pengunjung sebelumnya. Kebetahan merupakan hal yang dapat dianggap penting untuk dikaji lebih lanjut sebagai kriteria dalam perancangan. Rachman R.A dan Kusuma, H.E., 2014 menjelaskan bahwa istilah kebetahan dapat digunakan sebagai respon terhadap berbagai jenis bangunan atau tempat yang akan dikaji kualitasnya (Haristanti, et al. 2021)

Berdasarkan uraian latar belakang, ditemukan beberapa permasalahan yaitu:

- a. Pada area *Department Store*, daya tarik area belanja pada area fashion belum optimal antara lain penataan pakaian pada *display* kurang menarik, rak *display* yang monoton dari segi bentuk maupun warna, pencahayaan kurang

intensitasnya serta pemilihan warna cahaya yang kurang dapat menegaskan warna dan detail pakaian, jenis dan desain furnitur belum mengikuti tren sebagaimana yang sudah digunakan pada *Fashion Store* ternama lainnya.

- b. *Food court* Teras Jajan kondisi saat ini belum menawarkan kenyamanan bagi pengunjung antara lain *layout* area makan, pemilihan furnitur, penataan area kios/konter, serta belum menyesuaikan dengan tren desain *Food court* saat ini.
- c. *Lobby* Lantai GF Utama sebagai area penerima saat ini belum memberikan kesan pertama yang menarik bagi pengunjung serta belum berfungsi secara optimal.

Rumusan masalah dari perancangan interior Plaza Asia Sumedang adalah sebagai berikut :

- a. Desain interior seperti apa yang dapat menciptakan suasana belanja yang nyaman pada area *Department Store Asia Fashion*?
- b. Bagaimana penerapan konsep perancangan interior *Food court* Teras Jajan agar lebih banyak menarik pengunjung untuk menikmati makanan, bercengkerama dengan keluarga serta rekan kerja dengan lebih nyaman dan menyenangkan?
- c. Bagaimana agar *Lobby* GF Utama lebih berfungsi optimal dan lebih memberikan kesan pertama yang menyenangkan bagi pengunjung sehingga akan merasa betah berada di area mal?

Adapun batasan ruang dalam area perancangan ulang interior Plaza Asia, yaitu: Objek perancangan untuk redesain ini yaitu Asia Fashion lantai GF (*Ground Floor*), *Food court* Teras Jajan di lantai 2, dan *Lobby* GF (*Ground Floor*) Utama Plaza Asia Sumedang.

Lokasi perancangan berada di Jl. Mayor Abdurahman Nomor 225, Kelurahan Kotakaler, Kecamatan Sumedang Utara, Kabupaten Sumedang, Jawa Barat Kode Pos 45322. Luas t o t a l bangunan Plaza Asia Sumedang ini adalah 34.487,89 m² yang terdiri dari 4 (empat) lantai. Klasifikasi area perancangan adalah Pusat Perbelanjaan Luas area perancangan 2.893 m², yang terdiri dari satu area penjualan Asia Fashion lantai GF luas

2.000 m², *Food court* Teras Jajan luas 570 m², dan *Lobby* GF Utama (*Ground Floor*) seluas 323 m².

Metode Perancangan

Dalam tahap pengumpulan data dilakukan beberapa tahapan kegiatan pengumpulan data seperti wawancara, observasi, studi lapangan dan dokumentasi, selain itu dilakukan pengumpulan data yang didapat melalui berbagai studi literatur seperti jurnal, buku, peraturan pemerintah dan lain- lain.

Wawancara dilakukan secara langsung bersama dengan *General HRD Manager* Plaza Asia Sumedang Bapak Freddy Dwinanto di *Lobby* Hotel Asri Plaza Asia Sumedang pada tanggal 29 September 2023 dan tanggal 10 Oktober 2024, selain wawancara secara langsung pengumpulan data juga dilakukan secara tidak langsung yaitu secara daring melalui aplikasi *Whatsapp*. Data dan informasi yang diperoleh pada tahap ini antara lain Sejarah berdirinya Plaza Asia, makna dari logo Plaza Asia, Visi Misi perusahaan, Struktur Organisasi pengelola, *Tenant* dan *Brand fashion* yang ada di Plaza Asia, Letak Asia Fashion, *Food court* Teras Jajan, dan *Lobby* di Plaza Asia Sumedang, Pola aktivitas pengguna Plaza Asia, dan *Event* yang diselenggarakan di area *Lobby* GF Utama.

Observasi merupakan salah satu cara atau metode untuk pengumpulan data dengan cara melakukan survei dan pengamatan langsung di lokasi perancangan. Survei dilakukan terhadap lebih dari 115 orang responden yaitu masyarakat Sumedang dan sekitarnya untuk mengetahui persepsi mereka terhadap kondisi Plaza Asia khususnya kenyamanan interiornya. Simpulan yang diperoleh adalah bahwa sebanyak 90,4% responden menghendaki perlu adanya perancangan ulang interior di Plaza Asia.

Observasi lapangan juga dilakukan dengan cara melakukan pengamatan langsung di Asia Fashion *Department Store*, *Food court* Teras jajan dan *Lobby* GF Utama di Plaza Asia Sumedang pada tanggal 29 September 2023, 10 Oktober 2024, 10 November 2024, 25 Maret 2025, dan tanggal 11 Mei 2025. Data yang diperoleh dalam pengamatan yaitu antara lain mengetahui secara langsung kondisi eksisting bangunan, aktivitas, permasalahan, dan kondisi lingkungan

sekitar Plaza Asia Sumedang. Studi Banding dilakukan terhadap mal yang sejenis di wilayah kota Bandung atas beberapa aspek yang terkait dengan perancangan interiornya dibandingkan dengan Plaza Asia untuk ditarik simpulan.

Dokumentasi merupakan metode yang dilakukan untuk melengkapi informasi dan keterangan untuk menunjang kebenaran atau sebagai bukti dalam bentuk digital. Dokumentasi ini dilakukan bersama dengan proses wawancara dan observasi yang dilakukan di lokasi pengamatan yaitu Plaza Asia Sumedang dengan cara mengambil gambar menggunakan kamera *handphone* berupa foto interior di seluruh bagian ruangan untuk dapat mengetahui dan menggambarkan kondisi dan permasalahan yang ada.

Studi literatur adalah metode pengumpulan data sekunder yang kemudian akan dijadikan sebagai rujukan dan standarisasi dalam perancangan. Dalam studi literatur yang dilakukan terkait perancangan interior Plaza Asia Sumedang (*Department Store, Food court*

Teras Jajan, *Lobby GF Utama*) diperoleh berbagai data dan kajian beserta standarisasi ruang yang berkaitan dengan pusat perbelanjaan dan Department Store yang diperoleh melalui publikasi *online*, jurnal, dan buku. Analisis dilakukan terhadap data hasil wawancara, terhadap hasil pengumpulan dokumen serta hasil observasi yang diperoleh pada saat survei yang dilakukan pada lokasi proyek maupun pada lokasi study banding serta hasil survei persepsi dengan responden warga Sumedang dan sekitarnya melalui *Google Form*. Pengembangan Perancangan dilakukan berdasarkan hasil analisis data dibandingkan dengan kondisi faktual, tuntutan pasar, masukan dari manajemen dan konsumen, perkembangan teknologi dan tren desain yang terjadi.

Berangkat dari fenomena bahwa sebuah mal merupakan fasilitas bagi masyarakat saat ini bukan hanya untuk tujuan berbelanja namun telah bergeser menjadi sarana rekreasi, berinteraksi bersama kolega, melakukan *quality time* bersama keluarga, mengembangkan bakat melalui pentas seni, mengikuti acara keagamaan maupun *event* promosi berbagai perusahaan, melakukan pertemuan bisnis dan sebagainya. Plaza Asia dengan visinya yaitu menjadi perusahaan di bidang retail yang termaju, terdepan dan terbesar di wilayah Priangan Timur

perlu upaya yang signifikan dalam mewujudkannya, antara lain dengan melakukan peningkatan pelayanan bagi konsumen agar lebih nyaman dan merasa ingin selalu berkunjung dan beraktivitas di sana. Beberapa faktor turut mempengaruhi aktivitas berbelanja. Dikutip dari Anderson (Anderson, 2007): “Banyak perusahaan yang membedakan dirinya dengan cara meningkatkan pengalaman berbelanja indoor mereka. Lingkungan berbelanja pada seting toko yang terdesain dengan baik, secara langsung mempengaruhi pengalaman berbelanja konsumen. Selain itu, lingkungan berbelanja juga mempengaruhi perasaan dan reaksi emosional konsumen terhadap toko, hal ini sangat dapat meningkatkan kesetiaan konsumen dalam membeli sebuah produk. (Yuniati A.P., 2020). Salah satu upayanya adalah dengan perancangan ulang interior yang dapat mengurangi permasalahan yang terjadi, meningkatkan kenyamanan, serta memberikan atmosfer baru bagi pengunjung dengan menerapkan konsep, tema dan gaya yang sedang menjadi tren saat ini.

Perancangan ulang *Department Store*, *Food court* dan *Lobby* GF Utama Plaza Asia dapat digambarkan dalam kerangka pikir sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Pikir Perancangan Sumber: Hasil Analisis Penulis 2024

Pembahasan

Pendekatan Desain

Dalam bukunya berjudul *Ilustrasi Desain Interior*, Francis D.K. Ching menjelaskan bahwa “Desain interior adalah merencanakan, menata dan

merancang ruang-ruang interior dalam bangunan. Tatahan fisik di atas dapat memenuhi kebutuhan dasar manusia akan sarana untuk bernaung dan berindung; menentukan langkah sekaligus mengatur bentuk aktivitas manusia; memelihara aspirasi manusia dan mengekspresikan ide-ide yang menyertai segala tindakan manusia; mempengaruhi penampilan, perasaan dan kepribadian manusia. Oleh sebab itu, maksud dan tujuan desain interior adalah untuk memperbaiki fungsi, memperkaya nilai estetika dan meningkatkan aspek psikologis dari ruang interior” (Widiyanti et.al. 2018).

Pada perancangan ulang interior Plaza Asia Sumedang ini akan mempertimbangkan pembentukan sebuah atmosfer yang dapat menarik konsumen untuk berkunjung, betah berlama-lama dalam mengeksplor seluruh bagian Plaza Asia dan kemudian berbelanja, sebagaimana diungkapkan dalam buku *Designing To Sell* (Barr & Charles, 1986) yang membahas pentingnya desain untuk membantu penjualan produk dalam bisnis, termasuk desain interior yang akan membentuk sebuah atmosfer. Atmosfer adalah suasana terencana yang sesuai dengan pasar sasarannya dan yang dapat menarik konsumen untuk membeli (Kotler, 2005). Suasana ini juga terjadi di dalam sebuah retail sehingga pengunjung tertarik untuk membeli produk. Atmosfer yang baik akan menimbulkan kesan tertentu sesuai dengan value brand terutama membuat pengunjung menjadi seorang konsumen. (Yuniati, A.P., 2020)

a. Sirkulasi

Dalam dua penelitian yang telah dilakukan khusus mengenai interior layout. (Iyer, 199, Park, Iyer, dan Smith, 1989) Layout yang jelas akan berdampak pada kejelasan letak produk dan membutuhkan waktu yang lebih singkat dalam pencarian. Hasilnya, bahwa tingkat *impulse buying* yang lebih tinggi (Iyer, 1989) dan cenderung tidak terjadi perubahan merek produk. (Park, Iyer, dan Smith, 1989).

b. Antropometri dan Ergonomi






Setiap perancangan interior membutuhkan hasil desain yang nyaman untuk digunakan. Maka dari itu digunakan beberapa literatur yang memberikan standar ukuran pengguna serta ukuran ruangan yang diperlukan untuk melakukan suatu

aktivitas. Kebutuhan ruang gerak harus dipelajari dan dikaji dari pendekatan ergonomis, karena manusia dan segala aktivitasnya di dalam rumah merupakan faktor utama dan terpenting dalam menentukan kebutuhan ruang gerak yang nyaman (Wignjosoebroto, 2007). Kesehatan dan kenyamanan penghuni ruang akan sangat dipengaruhi oleh tataruang yang ergonomis. Aspek penting dari pendekatan ergonomi adalah antropometri tubuh manusia. Standar kebutuhan ruang yang biasa digunakan dalam perencanaan dan perancangan arsitektur bangunan di Indonesia adalah standar internasional, seperti misalnya *Architect’s Data, Human Dimension and Interior Standard, Anatomy of Interior Design* dan sumber lainnya yang mendukung. (Farida et al. 2024).

c. Bentuk

Berikut adalah beberapa contoh bentuk dasar yang sering digunakan dalam desain interior:

Tabel 1 Bentuk Dasar dalam Desain Interior Sumber :
lmsspada.kemendiktisaintek.go.id, 2025

No	BENTUK	IMAGE	KETERANGAN
1	PERSEGI Bentuk empat sisi yang sama panjang dengan empat sudut siku-siku		Kesan Keteraturan, logis, keamanan, efisien
2	PERSEGI PANJANG Bentuk empat sisi yang sama panjang pada sisi yang berhadapan, dengan empat sudut siku-siku		Keteraturan, logis, keamanan, efisien
3	SEGITIGA Yaitu bangun datar yang terbentuk oleh tiga buah garis lurus yang membuat tiga sudut.		Kekokohan struktural
4	LINGKARAN Dibentuk oleh kumpulan titik-titik dengan Radian (R) yang sama panjang pada 1 titik pusat		Keharmonisa, keutuhan, kenyamanan, kehangatan.
5	KURVA kurva adalah elemen desain grafis yang memiliki bentuk melengkung atau meliuk. Mereka adalah garis yang tidak lurus, dan penggunaannya dalam desain dapat memberikan nuansa yang berbeda		Memberikan kelembutan, keindahan, dan ekspresi.

d. Material

Material yang digunakan dalam elemen bangunan *Department store*

adalah sebagai berikut:

1) Dinding

Dinding di dalam sebuah ruang retail *Department store* dapat dimanfaatkan sebagai sarana penjualan untuk memajang barang, dinding dapat diberi *treatment* khusus agar dapat dimanfaatkan sebagai tempat *display*. serta memberikan suasana berbeda pada ruangan. Pemilihan material pelapis dinding dalam sebuah *Department store* harus mempertimbangkan kemudahan dalam perawatannya, serta yang tidak kalah penting yaitu pemilihan warna material yang netral, karena hal ini dapat berpengaruh terhadap barang yang dipajang sehingga warna barang dapat lebih menonjol, untuk menarik perhatian konsumen.

2) Furnitur

Salah satu elemen yang juga harus diperhatikan dalam perancangan sebuah interior *Department store* yaitu furniturnya. Wardani (2004) menjelaskan: “desain merupakan kegiatan pemecahan permasalahan dan menghasilkan inovasi yang bertujuan untuk mendapatkan solusi yang optimal disesuaikan dengan mengolah gagasan ke dalam sebuah model dan merealisasikannya dengan menambahkan nilai kreativitas, dan pemecahan permasalahan yang berlaku untuk satu khusus belum tentu berlaku pula untuk kasus lainnya”. Menghasilkan desain yang baik tidak hanya mencakup bentuk akhir, bahan dan warna mebel/furnitur saja, akan tetapi mempertimbangkan juga fungsi yang dapat menjadi solusi kebutuhan sosial bagi penggunaanya. Selai itu juga mempertimbangkan reproduksi, ketahanan, konstruksi, efisiensi penggunaan material, ergonomi penggunaan teknologi dibandingkan

hanya terkait estetika dan kenyamanan pribadi. Menurut (Buchori dalam Wardani, 2004), desain yang baik dapat dikategorikan sebagai berikut:

- Faktor performasi, yaitu meliputi kenyamanan, kepraktisan, keselamatan, kemudahan operasional, kemudahan dalam pemeliharaan;
- Faktor fungsi, kelayakan digunakan, dapat diandalkan, struktur,

spesifikasi material;

- Faktor produksi, yaitu desain harus dapat diproduksi dengan sistem yang telah ada atau sistem baru yang memungkinkan;
- Faktor pemasaran, yaitu selera pasar, citra produk, sasaran pasar, harga, dan saluran distribusi;
- Kepentingan produsen, status dan identitas produsen;
- Kualitas bentuk, gaya yang diadopsi, daya tarik visual maupun non visual, citra produk, nilai keindahan, finishing, kombinasi material, pertimbangan keselarasan struktur dan bentuk yang digunakan (Palupi, 2017)

Dalam perancangan furnitur harus disesuaikan dengan konsep dan kebutuhan *Department store* tersebut selain itu bentuk dan material yang digunakan juga harus menggunakan material yang aman bagi pengguna hingga ukuran yang sesuai dengan ergonominya serta disesuaikan dengan kebutuhan serta fungsi ruangnya. Biasanya material furnitur pada *Department store* menggunakan material kayu olahan seperti multipleks, MDF, metal, dan HPL.

a. Pencahayaan

Pencahayaan merupakan salah satu aspek dari kenyamanan secara visual di dalam sebuah ruang interior, ada 2 (dua) jenis pencahayaan yaitu pencahayaan alami dan pencahayaan buatan penjelasannya sebagai berikut:

1) Pencahayaan Alami

Menurut (Lechner, 2015) “pencahayaan alami merupakan cahaya yang bersumber dari matahari. Pencahayaan alami dari sinar matahari merupakan pencahayaan utama manusia, ketika manusia berada di dalam ruangan cahaya alami dapat muncul ketika suatu ruangan memiliki jendela dengan kaca atau dinding kaca dari arah luar bangunan”. Pencahayaan alami pada perancangan ini digunakan pada *Food court* Teras Jajan yang memiliki jendela kaca pada sisi sebelah Utara.

2) Pencahayaan Buatan

Sistem penggunaan pencahayaan yang strategis sangat penting untuk menekankan pengalaman berbelanja. Pusat perbelanjaan yang terang dengan suasana yang mengundang langsung membuat pelanggan merasa nyaman dan siap menjelajahi produk yang ditawarkan. pencahayaan yang tepat adalah dasar dari pengalaman berbelanja yang berkualitas. Ada empat jenis pencahayaan ritel yaitu: *ambient*, aksen, dekoratif, dan *task*.

b. Penghawaan

“Penghawaan merupakan salah satu aspek penting untuk kenyamanan sensual pengunjung pusat perbelanjaan ketika beraktivitas di dalamnya” (Juwana, 2005) Penghawaan merupakan hal yang penting dalam bangunan karena berkaitan dengan kenyamanan dan kesehatan penghuninya.

1) Penghawaan Alami

Penghawaan alami diperoleh dari udara segar alami dari luar ruangan, yaitu dengan mendesain bukaan yang cukup pada jendela, ventilasi yang dioptimalkan dengan sistem *cross ventilation*.

2) Penghawaan Buatan

Penghawaan buatan dibuat dengan bantuan teknologi, dengan menggunakan AC unit/split atau dengan sistem AC Central untuk ruangan yang luas. Pada perancangan ini diterapkan sistem AC Central.

c. Akustik

Akustik adalah pengaturan suara sedemikian rupa sehingga suara timbul tidak mengganggu, justru memberikan kenikmatan pada pemakaian ruang. Untuk menghindari gema atau gaung pada ruangan, dapat digunakan dinding bertekstur kasar, berbentuk gelombang atau berlipat/lipat, material *acoustic*, softboard, vinyl, karpet dan lain-lain.

Sistem Akustik juga mengatur tentang musik. Musik merupakan salah satu elemen yang dipertimbangkan oleh peritel dalam meningkatkan suasana tokonya. Musik dapat didefinisikan sebagai suara

yang menyenangkan bahwa keputusan sadar dan bawah sadar berdampak pada konsumen (Banat & Wandebori dalam penelitian Hussain dan Ali, 2015).

2 Utilitas

Jenis utilitas yang dibutuhkan oleh sebuah *Department Store* antara lain

adalah air bersih, jaringan air kotor/limbah, jaringan listrik, penghawaan, jaringan pemadam kebakaran, jaringan komputer, sistem keamanan, *sound system*, serta persampahan. Khusus untuk area *Food court* disediakan jaringan gas untuk memasak.

h. Furnitur

Sebagian besar penggunaan furnitur pada area *Department store* menggunakan jenis *loose furniture*. Penggunaan jenis furnitur ini dapat bermanfaat untuk dilakukan evaluasi, jika suatu saat terjadi perubahan layout ruangan, dapat disesuaikan dengan kebutuhan. Rak *display* produk pada area penjualan Women's Area dapat mudah dibongkar pasang sehingga dapat disesuaikan dengan ukuran produk yang akan dipajang.

i. Signage

Signage merupakan alat pendukung di dalam wayfinding yang berfungsi untuk memberikan identifikasi, informasi, petunjuk, larangan, penghargaan, atau perijinan, berupa *sign system*, memberikan informasi berupa tanda petunjuk (rambu) untuk mempermudah pengunjung pada suatu tempat atau kawasan untuk menemukan tempat yang dituju/diinginkan. "Untuk merancang *sign system* yang efektif, signage harus jelas, singkat mudah dibaca, dan dibedakan dari lingkungannya" (Follis & Hammer, 1979). Jika *signage* ditempatkan pada lokasi yang ramai dan tidak memiliki desain yang menyolok, maka kemungkinan tidak akan

dapat menjadi pusat perhatian orang dan tidak akan mudah terlihat (Soedewi.

j. Keamanan dan Keselamatan

Keamanan dan keselamatan merupakan salah satu hak konsumen

yang paling utama dan merupakan persyaratan suatu bangunan gedung berdasarkan Peraturan Menteri Pekerjaan Umum Nomor 22/PRT/M/2018 Tahun 2018 tentang Pembangunan Bangunan Gedung Negara. Keamanan dan keselamatan pada Plaza Asia difasilitasi dengan penyediaan alat proteksi terhadap bahaya kebakaran, tangga darurat, rambu petunjuk arah evakuasi, pengawasan melalui *Closed-circuit Television (CCTV)*, serta adanya petugas keamanan. Selain itu dalam disain interior harus memperhatikan keamanan bagi kosumen dan pengguna dari kecelakaan akibat pemilihan bentuk dan material yang digunakan misalnya tajam, runcing, licin dan sebagainya.

1.1. Konsep, Tema dan Penggayaan Perancangan

Konsep, Tema dan Penggayaan dari ketiga area perancangan adalah sebagaimana dalam tabel berikut:

Tabel 2 Konsep, Tema dan Penggayaan Sumber: Dokumen Penulis 2025

No	AREA PERANCANGAN	KONSEP	TEMA	PENGGAYAAN
1	Asia Fashion	Kontemporer	Modern Vibes in The Town	Modern Minimalis
2	Lobby GF Utama			
3	Food court Teras Jajan		Garden Vibes	Industrial Tropical

Konsep desain yang digunakan adalah Kontemporer yaitu menempatkan perhatian pada detail furnitur, aksesor, dan elemen lainnya yang ada di dalam ruangan. Pada desain ini terlihat garis-garis yang tegas dan bersih untuk memberikan kesan modern, *stylish*, dan keren dengan penggunaan material yang lokal yang mudah diperoleh dengan aksen warna merah dan biru yang merupakan warna ciri khas perusahaan yang berarti “Berani Untuk Maju dan Berkembang”. Penggayaan yang digunakan pada Asia Fashion adalah *Modern Minimalis* untuk *Food court* menggunakan penggayaan Industrial penggabungan gaya desain Industrial yang kasar dan modern dengan sentuhan Tropis yang segar dan alami. Konsep ini biasanya menampilkan elemen-elemen seperti beton, besi, kayu, dan tanaman tropis untuk menciptakan suasana yang unik dan menarik.

Tema untuk perancangan ulang Asia Fashion dan *Lobby* GF Utama adalah: *Modern Vibes in The Town*, suasana yang diharapkan dibentuk oleh *layout* serta desain elemen ruang yang modern minimalis, fungsional, serta mengikuti tren pusat perbelanjaan kota besar yang dihadirkan di kota kecil, Sumedang. Suasana yang diharapkan adalah memberikan kejelasan alur/flow pengunjung sejak memasuki area melalui *entrance*, memberikan pengalaman dan atmosfer yang berbeda bagi pengunjung seolah-olah berada di pusat rekreasi di kota besar.

Adapun untuk Tema *Food court* Teras Jajan adalah *Garden Vibes*. Atmosfer nuansa taman bunga yang ditonjolkan dengan *layout* yang dinamis, yaitu merespon dinamisnya bentuk ruangan yang hampir berupa lingkaran, ditunjang dengan pola lantainya, jenis keramik lantai dan dinding yang bercorak *floral* serta disemarakkan oleh tanaman hias artifisial beraneka warna seolah pengunjung berada di taman bunga. Konsep desain furnitur untuk memberikan kenyamanan yaitu berupa penambahan kursi sofa (*bench*) pada beberapa bagian area makan dengan pemilihan bahan dan yang warna yang sedang tren saat ini. *Garden Vibes* yang menghadirkan suasana *Food court* yang sedang menjadi tren pada *Food court* di kota besar saat ini dengan mengubah pola *layout* area makan dan penggantian desain furnitur untuk mengutamakan kenyamanan kebetahan, dan untuk meningkatkan nafsu makan dari suasana yang diciptakan oleh tema tersebut.




1.2. Konsep Implementasi Perancangan

Berikut ini adalah penjabaran konsep yang dapat mendukung tercapainya tujuan perancangan dan suasana yang diharapkan.

a. Konsep Layout

Berdasarkan hasil analisis organisasi ruang dan *zoning* serta *blocking* maka diperoleh konsep layout sebagai berikut:

Tabel 3 Konsep Layout Sumber: Hasil Analisis Penulis, 2025

No.	AREA	URAIAN	IMAGE Sumber: Dokumen Penulis 2025
1	Asia Fashion	Entrance tetap seperti semula posisinya, dengan ruang penerima yang cukup memadai untuk memberikan kesempatan kepada pengunjung menentukan arah yang akan dituju selanjutnya.	
2	Food court Teras Jajan	Konsep layout pada <i>food court</i> Teras Jajan adalah merespon bentuk ruangan, memberikan ruang sirkulasi yang cukup bagi pengunjung mengingat pintu masuknya merupakan entrance juga bagi area mal dari arah Jl. Mayor Abdurrahman yang melewati <i>foodcourt</i> area outdoor lantai 1, serta untuk mengantisipasi adanya antrian di depan area kios tenant.	
3	Lobby GF Utama	Konsep layout <i>Lobby</i> GF Utama adalah memperhatikan fungsi utamanya yaitu sebagai area penerima bagi pengunjung yang datang dari Jl. Mayor Abdurrahman maupun dari Jl. Prabu Gajah Agung, dengan memberikan dengan memberikan sign age di area teras dan penempatan petugas keamanan dan tersedianya konter <i>Customer Service</i> . Fungsi <i>Lobby</i> GF Utama lainnya adalah sebagai area untuk menyelenggarakan event insidental seperti <i>bazaar</i> dan <i>expo</i> sehingga furnitur yang tersedia merupakan loose furnitur.	

b. Konsep Visual

1) Konsep Warna

Warna yang digunakan sebagian besar merupakan warna netral, yaitu pada lantai, dinding, plafond, sebagian besar furnitur, namun demikian tetap mengaplikasikan warna merah dan biru yang merupakan ciri khas dari Plaza Asia pada beberapa elemen interior sebagai aksen. *Asia Fashion* didominasi





oleh warna natural, yaitu putih dan coklat muda pada furnitur. Aksen biru dan merah menggambarkan warna khas Plaza Asia dan hitam pada finishing elemen besi sebagai pemberi kesan industrial dan minimalis. Implementasi Konsep warna pada *Food court* lebih bervariasi, yaitu adanya elemen dinding yang bercorak, penambahan elemen tanaman artifisial juga menambah kombinasi warna sesuai dengan tema dan peng gayaan yang dipilih. Konsep warna pada *Lobby* GF Utama adalah dominasi warna hitam pada kolom utama dengan finishing kaca *acrylic*, warna merah pada dinding konter *Customer Service* yang dipadupadankan dengan warna coklat natural dan pada top table warna putih. Kolom di





tengah area *Customer Service* dirteatment menggunakan bahan *laminat* warna biru ciri khas Plaza Asia.

2) Konsep Material




Konsep material yang digunakan adalah material yang ringan, tahan gores, tahan lama, dan tidak mudah terbakar, ekonomis namun memberikan kesan mewah. Berikut adalah penjelasan konsep material pada perancangan ulang interior Asia Fashion, *Food court* Teras Jajan dan *Lobby* GF Plaza Asia Sumedang:

Tabel 4 Konsep Penggunaan Material Sumber: Hasil Analisis Penulis, 2025

No.	ELEMEN INTERIOR	JENIS MATERIAL	KEUNGGULAN MATERIAL	IMAGE Sumber: Google
1.	CEILING			
	Aksen ceiling pada Men's area Asia Fashion	Wood Panel Composit (WPC) hollow ukuran 50x50x100 ex CAOSO, warna coklat natural.	Memberikan kesan natural mewah elegant Pemasangan mudah dengan lem dan sambungan pun tidak terlihat Tahan Air & Rayap Tahan Minyak (mudah dibersihkan) Tidak mudah terbakar.	
	CEILING Asia Fashion Food court dan Lobby GF	Gypsum board 9 mm ex. Jayaboard.	Ringan, tahan suara, tahan api, tahan uap air, tepian kuat dan tahan terhadap lendut. Mudah pemasangan dan pemeliharaannya.	
	Lobby GF	menambah kesan lebih tinggi. Material: SVALINN - High Reflective Acrylic Mirror - Akrilik Lembaran Silver	Ringan, mudah pemasangan, artistik	
	Lobby GF	Material ceiling teras Lobby dan Food court digunakan Metal Panel Stripes	Mudah pemasangan dan perawatan. Kesan mewah dan trendy	
2.	DINDING			
	ASIA FASHION Dinding Partisi dan Fitting Room	Multiplex ex. Tripleks Meranti campur. Tebal 12 mm ukuran 122 x 244 cm, digunakan finishing lapis HPL dengan warna putih	Ringan, kuat, mudah dalam pengerjaan, ukuran bervariasi sesuai pesanan	

No.	ELEMEN INTERIOR	JENIS MATERIAL	KEUNGGULAN MATERIAL	IMAGE Sumber: Google
	FOOD COURT Finishing bagian depan counter dan backsplash wastafel	Keramik dCiazacolare ukuran 30 x 30 ex Roman	Kuat, Tahan lama Mudah dibersihkan Terkesan mewah Tahan gores Motifnya unik	
	FOOD COURT Backsplash dan bak bunga	Keramik Subway warna putih ukuran 10 x 20 cm ex. Mulia Ceramic	Kuat, Tahan lama Mudah dibersihkan Terkesan mewah Tahan gores	
	LOBBY GF Utama Finishing pada kolom	SVALINN - 122 x 244 cm Reflective Acrylic Mirror - Akrilik Lembaran Black	Ringan, mudah pemasangan, artistik	
3.	LANTAI			
	Asia Fashion dan Lobby GF Utama	Granit tile ex Roman ukuran 60 x 60 cm Tipe Portland Grey	Kuat, Tahan lama Mudah dibersihkan Tidak licin Terkesan mewah Tahan gores	
		Granit ex Roman ukuran 60 x 60 cm Tipe dPicaily Grey		
	ASIA FASHION area Fitting Room dan Island, sekeliling void	Lantai Vinyl ex TACO Luxury Light 200 Antique Oak TV 2006 ukuran 15x 90 cm	Tahan air Pemasangan mudah dan cepat Tidak licin Hangat	
	FOOD COURT	Keramik dCiazacolare ukuran 30 x 30 ex Roman	Kuat, Tahan lama Mudah dibersihkan Terkesan mewah Tahan gores	
		Sunpower Porcelain Tile Terrazo Grey Matte ukuran 60 x 60 cm		

No	ELEMEN INTERIOR	JENIS MATERIAL	KEUNGGULAN MATERIAL	IMAGE Sumber: Google
	FOOD COURT Untuk lantai area makan	dVeneziana Bone ukuran 60 x 60 cm ex. Roman	Kuat, Tahan lama Mudah dibersihkan Terkesan mewah Tahan gores	
	FOOD COURT Untuk border lantai lingkaran	dAugusta Black ukuran 60 x 60 cm ex. Roman		
	Aksen berbentuk konfigurasi lingkaran	dGaudy Campana ukuran 15 x 15 cm ex Roman		
4.	FURNITURE			
	ASIA FASHION Rak Display	Multiplex Meranti campur. Tebal 1mm ukuran 122x244 cm, digunakan finishing lapis HPL dengan warna putih, hitam atau coklat natural (oak). beberapa rak display dengan warna merah dan biru yang merupakan ciri khas Plaza Asia	Ringan, mudah dalam pengerjaan dan mudah dibersihkan	
	FOOD COURT Finishing bagian sandaran tempat duduk	Keramik Singres Mozaik Porcelain Tile Take Green Ocean Glossy Structured	Kuat, sedang trend Tahan lama Mudah dibersihkan Terkesan mewah Tahan gores	
	FOOD COURT Top meja Konter	RUSTIQUE Granit QR157752-SQ Terrazzo Light Grey Size 75x150	Kuat, mudah dibersihkan, tahan gores	
	FOOD COURT Penutup bagian depan meja konter	Granit Roman 30x30 dChiazza Colore GTA332701R Vintage Chiazza	Artistik, kuat, mudah dibersihkan, mudah pemasangannya	
	FOOD COURT Backdrop kios	TACO HPL - TH 028 G Orange Gloss	Ringan, mudah pemasangan, mudah dibersihkan	

No.	ELEMEN INTERIOR	JENIS MATERIAL	KEUNGGULAN MATERIAL	IMAGE Sumber: Google
		Taco Hpl Ultimate Woodgrain Ti X0049 Cm Straight Rhumba	Ringan, mudah pemasangan, mudah dibersihkan	
	LOBBY CS konter	TACO HPL TH 004 G Red Gloss	Ringan, mudah pemasangan, mudah dibersihkan	
		Taco Hpl Ultimate Woodgrain Ti X0049 Cm Straight Rhumba	Ringan, mudah pemasangan, mudah dibersihkan	





c. Konsep Bentuk

Konsep bentuk pada perancangan ulang *Asia Fashion*, *Food court* Teras jajan, dan *Lobby* GF adalah perpaduan antara bentuk geometris yang bersifat statis dengan bentuk kurva yang dinamis, serta menghindari bentuk yang runcing. Berikut ini adalah penjelasannya:

Tabel 5. Rencana Konsep Bentuk pada Perancangan

Sumber: Analisis Penulis, 2025




No.	BENTUK	PENERAPAN	IMAGE
1	Segi Empat 	Area Asia Fashion: Pada hampir semua ruang, antara lain Denah layout, Fitting room, di Asia Fashion dan bentuk denah kitchen di Food court	
		Area Food court: 1. Bentuk elemen penutup lantai 2. Bentuk meja makan 3. Bentuk elemen keramik penutup bak bunga	
		Area Lobby: Pola lantai dan plafond	








No.	BENTUK	PENERAPAN	IMAGE
2		1. Bentuk rak pada kolom Asia Fashion 2. <i>Backdrop</i> area kassa Asia Fashion	
		1. Meja Food court 2. Bentuk Cermin pada area wastafel	
		1. Pola Lantai <i>Food court</i> 2. Konfigurasi tempat duduk area makan Food court	
3	Gelombang 	Pada Aksan dinding di <i>Food court</i>	

d. Konsep Furnitur

Konsep Furnitur yang digunakan adalah yang fungsional, kokoh, trendi, ergonomis, dan fleksibel. Adapun jenisnya adalah *built-in*, *loose furniture*, *modular furniture*, dan *mobile furniture*.

Tabel 6 Jenis-jenis Furnitur yang Diaplikasikan pada Perancangan Sumber : Dokumen Penulis 2024

No.	JENIS FURNITUR	RUANGAN	FURNITUR	IMAGE
1	BUILT-IN Yaitu Furnitur yang dirancang menempel atau ditanam pada elemen ruang seperti dinding atau lantai	Asia Fashion	Rak dinding, rak kolom, meja kassa	
		Food court Teras Jajan	Tempat duduk pada area makan bagian dekat jendela dan meja/konter pada kiosk	
		Lobby GF Utama	Konter Customer Service	


No.	JENIS FURNITUR	RUANGAN	FURNITUR	IMAGE
2.	LOOSE FURNITURE Furnitur yang tidak terikat dengan ruangan, sehingga mudah untuk dipindahkan	Asia Fashion	Rak gantungan, rak bazaar, dan wagon	
		Food court Teras Jajan	Sebagian besar meja dan kursi makan	
		Lobby GF Utama	Kursi dan meja pelengkap expo, bench untuk mencoba sepatu, dll	
3.	MOBILE FURNITURE Furniture yang dapat dipindah-piundahkan dan biasanya terdapat roda untuk mempermudah pergerakan	Asia Fashion	Rak gantungan, rak bazaar, dan wagon	
		Lobby GF Utama	Wagon, konter, Meja podium petugas keamanan, meja kassa bazaar	
4.	MODULAR FURNITUR Furnitur yang tersedia dalam bentuk modul atau bagian terpisah yang dapat ditambah ataupun dikurangi sesuai dengan kebutuhan	Asia Fashion	Rak gantungan, rak bazaar, dan wagon	
		Lobby GF Utama	Rak bazaar	

e. Konsep Utilitas

1) Konsep Pencahayaan

Konsep Pencahayaan yang digunakan secara umum adalah pencahayaan buatan, namun terdapat area yang dikombinasikan dengan pencahayaan alami untuk area *Lobby GF Utama* dan *Food court Teras Jajan*. Pencahayaan alami ditujukan untuk efisiensi dan pengamanan dari bakteri. Berikut tabel konsep pencahayaan pada area perancangan:

Tabel 7 Jenis-jenis Pencahayaan yang Diaplikasikan dalam Perancangan Sumber: Dokumen Penulis 2025

No.	SISTEM PENCAHAYAAN	RUANGAN	SPESIFIKASI	IMAGE
A PENCAHAYAAN ALAMI (SIANG HARI)				
1		Food court Teras Jajan dan Lobby GF Utama	Dinding dan Jendela Kaca	
B PENCAHAYAAN BUATAN				
1.	Lampu Downlight	Asia Fashion, Foodcourt Teras Jajan, Lobby GF Utama	Phillips LED Downlight 10 Watt 9500 K Daylight Dia 150 mm	 <p>Sumber : https://www.tokopedia.com</p>

No.	SISTEM PENCAHAYAAN	RUANGAN	SPESIFIKASI	IMAGE
2.	Lampu Gantung	Food court Teras Jajan	IKEA JÄRPLIDEN Lampu gantung, putih kaca/dilapisi nikel, Dia 30 cm Panjang kabel 1,4 m, 18 Watt	 <p>Sumber : ikea.go.id</p>
			IKEA KNIXHULT Lampu gantung, bambu/buatan tangan, tinggi 53 cm Diameter 40 cm Panjang kabel 1,6 m, LED 10 Watt	 <p>Sumber : ikea.go.id</p>
3.	Lampu Sorot	Asia Fashion, Foodcourt Teras Jajan, Lobby GF Utama	Phillips LED Spotlight 23 W 3000K ST030T Colour Black	  <p>Sumber : https://www.tokopedia.com</p>
4.	Lampu LED Strip	Asia Fashion, Foodcourt Teras Jajan, Lobby GF Utama	Phillips LED Strip 18 W	 <p>Sumber: https://philipsbekasi.id/product/lampu-strip-31059-pita-led-3000k-18w-5m/</p>

f. Konsep Suasana Interior

1) ASIA FASHION

Implementasi konsep suasana sebelum dan sesudah perancangan ulang adalah:



Sebelum

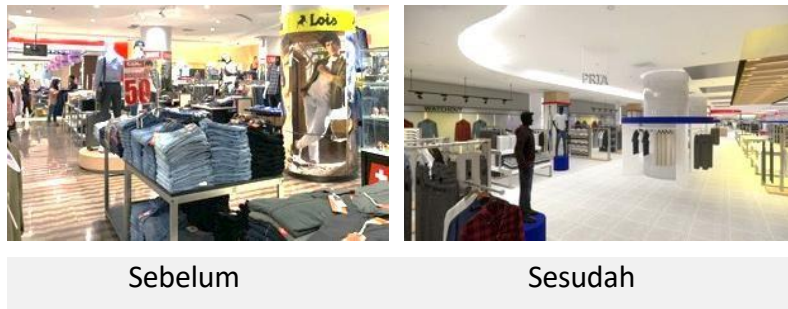


Sesudah

Gambar 2 Rencana Suasana Area Entrance Sumber:

Dokumen Penulis 2024

Area *entrance* Asia Fashion sebelumnya tidak terkesan mengundang, karena terlalu dominan warna putih baik pada dinding maupun nama toko serta terhalang oleh area *Bazaar* yang tepat di depan *entrance*. Kemudian hasil perancangan ulang, menjadi lebih menonjol dan *eye-catching* dengan warna bingkai pintu masuk serta warna papan nama menjadi warna merah ciri khas Plaza Asia.



Gambar 3 Implementasi Konsep Suasana *Men's Area*

Sumber: Dokumen Penulis 2024

Pada *Men's Area* eksisting masih belum tertata dengan baik dan pada perancangan ulang dilakukan penataan dan pemanfaatan kolom sebagai bentuk display yang fungsional dan unik.



Gambar 5 Rencana Suasana Area Kassa Sumber:

Dokumen Penulis 2025

Lokasi konter Kassa kurang ideal, berada di area void tanpa *backdrop* di belakangnya, arah membelakangi *entrance*, dan warna yang kurang menonjol, dirancang ulang agar lebih aman dan terlihat dari segala arah serta warna yang menonjol.



Sebelum

Sesudah

Gambar 4 Rencana Suasana *Display Womens's Area*

Sumber : Dokumen Penulis, 2025

Pada *Women's Area* semula masih belum tertata dengan baik, barang yang didisplay terlalu banyak, jenis rak display masih monoton dalam bentuk, material maupun warna. Pada perancangan ulang dilakukan penataan dan mengganti desain rak display dengan bentuk yang lebih *trendy* dan menarik.

2) FOOD COURT TERAS JAJAN

Implementasi dari Tema *Garden Vibes*, konsep suasana sebelum dan sesudah perancangan ulang pada *Food court* Teras Jajan adalah sebagai berikut:



Sebelum

Sesudah

Gambar 6 Rencana Suasana Area Makan *Food court* Teras Jajan

Sumber: Dokumen Penulis 2025

Layout area makan kurang tertata dan Area jendela berbentuk setengah lingkaran tidak direspon dan dimanfaatkan dengan baik. Pada perancangan ulang, area jendela ditata sedemikian rupa sehingga bentuk ruangan direspon secara optimal dengan menempatkan *sofa bench* yang dibuat secara khusus dengan bentuk mengikuti bentuk lengkungan jendela dan kenyamanan pengunjung ditunjang dengan *seater* menggunakan bahan busa dan *fabric* berwarna cerah.

Penggunaan *Industrial Tropical* ditampilkan oleh pergola besi finishing cat warna hitam dan kesan kaku dikurangi dengan bunga dan tanaman artifisial. Walaupun tidak menambah kapasitas namun terbayarkan dengan atmosfer yang berbeda dibandingkan sebelumnya.



Sebelum



Sesudah

Gambar 7 Rencana Suasana Area Koridor Konter/Kios Sumber:
Dokumen Penulis 2024

Terdapat lorong yang terbentuk oleh deretan kios makanan dan dua buah kolom besar menyebabkan kurang luasnya akses dan view ke arah kios. Untuk keeluasaan aktivitas pengunjung maka dilakukan penataan konter agar lebih nampak luas, cerah dan bersih. Desain konter kios semula tertutup dan menggunakan bahan dan warna coklat tua yang monoton dan terkesan gelap dan sempit, diredesain dengan mengganti sistem semi terbuka dengan dinding pemisah tinggi 1,2 meter dikombinasikan dengan kaca. Bahan penutup bagian depan konter menggunakan Granit Roman dChiazza Colore GTA332701R Vintage Chiazza yang berwarna cerah dan artistik. Sedangkan top table menggunakan RUSTIQUE Granit QR157752-SQ Terrazzo Light Grey yang kuat tahan gores dan mudah

dibersihkan.

3) LOBBY GF UTAMA

Dalam mewujudkan tema *Modern Vibes in The Town*, suasana yang diharapkan dibentuk oleh *layout* serta desain elemen ruang yang modern minimalis, fungsional, serta mengikuti tren pusat perbelanjaan kota besar. Suasana sebelum dan sesudah perancangan ulang adalah sebagai berikut:



Gambar 8 Rencana Suasana Area CS counter Sumber: Dokumen Penulis 2025

Kondisi awal penataan area Lobby GF belum optimal, antara lain pola lantai monoton, desain ceiling kurang menarik serta terkesan kurang tinggi. Selain itu konter Customer Service, tidak langsung terlihat dari arah *entrance* dan tidak didesain dengan baik. Perancangan ulang area *Lobby GF Utama* melalui optimalisasi ruangan yang relatif tidak terlalu luas agar dapat menampung aktivitas rutin maupun *event* insidental, yaitu dengan membuat pola lantai yang dapat mengarahkan pengguna atau penyelenggara *expo* agar tidak menghalangi sirkulasi pengunjung mengingat Lobby GF Utama merupakan *entrance* mal yang paling ramai dilewati pengunjung.

Solusi perancangan terhadap ceiling yang terkesan rendah

diatasi dengan penggunaan material cermin akrilik sehingga memberikan kesan lebih tinggi dan lebih menarik.

2. Simpulan

Berdasarkan uraian tersebut di atas dapat diambil kesimpulan bahwa permasalahan yang terdapat pada disain interior area Asia Fashion Plaza Asia *Department Store* Sumedang dapat diatasi dengan menerapkan pendekatan desain yang mempertimbangkan berbagai aspek lainnya yaitu dari sisi internal perusahaan yaitu motto perusahaan yaitu “Memberikan Manfaat yang Berguna Bagi Karyawan dan Selalu Memberikan Pelayanan yang Terbaik untuk Konsumen” dan visi perusahaan yaitu menjadi perusahaan di bidang retail yang termaju, terdepan dan terbesar di wilayah Priangan Timur, serta dari aspek eksternal antara lain perkembangan dinamika lingkungan fisik maupun sosial, perekonomian serta teknologi. Adapun konsep yang digunakan adalah Kontemporer, yaitu menempatkan perhatian pada detail furnitur, aksesoris, dan elemen interior lainnya yang ada di dalam ruangan. Pada desain ini terlihat garis-garis yang tegas dan bersih untuk memberikan kesan modern, *stylish*, dan keren dengan penggunaan material yang lokal yang mudah diperoleh dengan aksen warna merah dan biru yang merupakan warna ciri khas perusahaan yang berarti “Berani Untuk Maju dan Berkembang” digunakan peng gayaan Modern Minimalis. Tema untuk perancangan ulang Asia Fashion, *Food court* dan Lobby GF Utama adalah *Modern Vibes in The Town*, sedangkan di *Food court* Teras Jajan tema yang digunakan adalah *Garden Vibes*. Tema tersebut diharapkan akan mengantarkan Plaza Asia dalam mewujudkan visinya tersebut di atas.

Daftar Pustaka

- Calori, C., & Vanden-Eynden, D. (2015). *Signage and Wayfinding Design* (2nd ed.). John Wiley & Sons, Inc.
- D.K. Ching F. (2008), *Arsitek: bentuk, Ruang, dan Tata*an, Erlangga, Jakarta
- Eva Kasim, R, 2004, *Tinjauan Kembali Rehabilitasi Penyandang Cacat*, Jakarta.
- Farida A., Amalia, K. P., Liritantri, W., Budiono, I.Z., Laksitarini, N. (2024), *Space Efficiency By Implementing Multifunctional Furniture In Type 33 Housing*, Ide dan Dialog Indonesia Vol.9 No.1.

- Grewal, D., Baker, J., Levy, M., Voss G.B. (2003). *The effects of wait expectations and store atmosphere evaluations on patronage intentions in service-intensive retail stores*. Journal of Retailing, 79(2):259±268
- Haristianti, V., Raja, M.T.M., Putri C.T., (2021, June 15), *Analisis Faktor Kebetahan Pengunjung Coffee Shop Melalui Penilaian Kinerja Elemen Interior. Studi Kasus: Kafe dan Coffee Shop di Kawasan LRE Martadinata*, Bandung, Jurnal Arsitektur Zonasi 4 (2), 196-209
- Husain dan Ali. (2015). *Effect of Store Atmosphere On Consumer Purchase Intention*. International Journal of Marketing Studies, Vol. 7, No.2.
- Kotler, P. (1980), *Principles of Marketing*, Prentice-Hall Inc, Englewood Cliffs New Jersey, 267-268.
- Lechner, N. (2015). *Heating, Cooling, Lighting Sustainable Design Methods for Architects*. John Wiley & Sons
- Levy, M. and Weitz, B. (2004). *5th edition. Retailing management*. New. York, McGraw-Hill
- Maitland, B. (1987). *Shopping Malls: Planning and Design*. New York Nichols Publishing Co.
- Marlina, Endy (2008), *Panduan Perancangan Bangunan Komersial*. Andi Offset,. Yogyakarta
- Neufert, E. (1998). *The Handbook of Building Types–Neufert Architect’s Data*. Second English Edition.
- Palupi, F.R. (2017), *Pencapaian Adaptasi Ide Pada Konsep Bentuk Stool (Studi Kasus Mata kuliah Mebel I, Idealog: Ide dan Dialog Desain Indonesia*Vol.2 No.3.
- Panero, J., & Zelnik, M. (1979). *Human dimension and interior space: A source book of design reference standards*. Watson-Guption.
- Salayanti, S., Palupi, F. R., Hanum I., (2015). *Structural Analysis of Primordial Cultural Pattern (Pattern of Three) At Sajjan Sunda Sunda Restaurant Sambara And Nasi Bancakan In Bandung*, Bandung Creative Movement (BCM).
- Soedewi, S, Murdowo, D., Wulandari, R., Yuniati, A.P., Gunawan, PH, Aditsania, A., Adrin, A.F., dan Prabasworo, B., (2020), *Perancangan Signage Lapangan Gasmin Kota Bandung*, Visualita, vol. 9, no. 1, pp. 169–180, Oct. 2020.
- Soekresno (2000). *Manajemen Food and Beverage Service Hotel*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Widiyanti, C.T., Firmansyah, R. (2018). *Spatial Design Analysis Dalam Proses Perencanaan Dan Perancangan Interior*, ,Jurnal Ide dan Dialog Indonesia Vol.3 No.2.
- Yuniati, A.P., (2020) *Lintas Ruang: Jurnal Pengetahuan & Perancangan Desain Interior*, Vol.8 No.1.
- <https://lmsspada.kemdiktisaintek.go.id> <https://www.hashmicro.com/id/blog/mengenal-perbedaan-departemen-store-dan-supermarket/>
- <https://www.mas-software.com/blog/retail-produk-pengertian-klasifikasi>
- <https://www.yourarticlelibrary.com/business/characteristics-advantages-and-disadvantages-of-departmental-stores/42099>