

Desain Toko Oleh-Oleh dan Kopitiam Bernuansa Peranakan Sebagai Warisan Budaya

MarcelinaA. Chananta, FreddyH.Istanto, L. Maureen Nuradhi, S.T.

Arsitektur Interior Department, Ciputra University , Surabaya 60291, Indonesia corresponding email:
marcelinaac14@gmail.com

Abstract: Cahaya's retail an kopitiam is a design project of the interior and achitecture (building's volume and facade). The retail store located in the first floor sells variety of merchandise and souvenirs. The store sell products of many kinds of food, clothings, and souvenirs made by the locals. Kopi tiam serves main course and light meal with strais chinese indonesian's cuisine specialties. The target consumer of the retail and kopitiam comes from tourist and local people, that needs to shop for local merchandise and souvenirs. Basedon that facts and client's wants the write than apply design's concept that suits the brief, the concept is Explore Cahaya's House of Heritage". This concept offers warm welcome to the customer and brings out the historical value of Cahaya as retail that wase established since 1907 in Makassar by the ancestors.

Keywords: Retail, Kopitiam, Heritage, Straits, Explore

LATAR BELAKANG BISNIS

Masalah dan Solusi pada Bisnis yang dituju

Latar belakang dirintisnya bisnis MYC *Interior Consultant* oleh pendiri di karenakan adanya beberapa peluang yang diamati dari *problem* yang muncul setelah melakukan observasi. MYC pertama kali dikota Makassar dikarenakan besarnya pertumbuhan dan pembangunan kota terutama pada sektor *hospitality*, properti dan sarana publik.

Namun terdapat *problem* yaitu masih sedikitnya biro konsultan interior yang berkompetensi di Makassar, kebanyakan biro konsultan tidak memperhatikan pengolahan dan penyajian konsep desain dalam menggarap suatu proyek, dan perusahaan dalam tahap *start-up* dikota Makassar belum memiliki cukup porto folio dan jejaring yang kuat. Oleh karena itu MYC yang dirintis tiga orang dengan kompetensi *interior architecture* hadir di Makassar dan bekerja dengan semangat profesionalisme, memperluas jejaring dan *key partner*, serta mengerjakan *key project* yang dapat meningkatkan reputasi dan *awareness*

Karakteristik Bisnis

Karakter bisnis sebagai faktor kunci keberhasilan perusahaan MYC yaitu:

1. MYC's *Founder*-MYC didirikan oleh tiga pendiri Marcelina, Yunian, dan Claudia dengan kompetensi *interior architecture* diharapkan dapat menjalankan perusahaan untuk berkembang lebih cepat. MYC mengerjakan segala jenis

proyek tanpa spesialisasi tertentu.

2. *Profesionalism with Concept*-MYC bekerja secara profesional serta mengolah dan menyajikan konsep desain dari suatu proyek secara mendalam.
3. *Design as part of Society*-Hal ini merupakan visi perusahaan untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat melalui desain. Salah satu upaya dengan merancang proyek bersifat publik secara gratis, yang manfaatnya banyak dirasakan masyarakat ketika perusahaan sudah berkembang.
4. *Leading Company in Eastern Indonesia*-Hal ini juga merupakan visi perusahaan untuk semakin meningkatkan citra industri kreatif di Indonesia. MYC merencanakan pada tahun ke-delapan dari *start-up* perusahaan akan memperluas cabang ke kota Manado dengan menambahkan kantor operasional. Tahapan ini dimulai dengan upaya *marketing* terlebih dahulu pada tahun ke-Empat sebagai langkah awal.
5. *A team with creativity, solidarity, and loyalty*-SDM merupakan faktor penentu dari MYC yang bergerak dalam bidang jasa. Sehingga MYC ingin menciptakan Suasana kerja antara staf sebagai sebuah tim yang kompak, dan senantiasa melangkah maju dengan adanya *training* dan *learning process*

Break Even Point (BEP)

Perusahaan MYC dalam operasionalnya pada

fase *start-up* menggunakan modal orangtua, dengan perhitungan bunga sesuai standar perbankan (12%). Pinjaman modal dibayarkan tiap tahun yang diambil dari laba perusahaan. Laba perusahaan berasal dari pendapatan jasa desain interior yang direncanakan mengalami peningkatan seiring berkembangnya perusahaan.

Perusahaan diperkirakan akan mencapai BEP setelah beroperasi selama satu tahun dan satu bulan. Hal ini dengan pertimbangan adanya investasi awal yang harus dibayarkan yaitu biaya sewa, *marketing*, operasional, dan gaji SDM.

INTEGRASI BISNIS DAN DESAIN

MYC interior Consultant sebagai perusahaan yang baru *start-up* membutuhkan proyek yang dapat dijadikan portofolio untuk mewakili kualitas yang ditawarkan perusahaan. Oleh karena itu pemilihan proyek Toko Oleh-Oleh dan *Kopitiam* Cahaya telah melalui beberapa pertimbangan. Pertama, pemilihan proyek ini berdasarkan lokasi proyek yang terletak di Makassar mengingat operasional perusahaan akan berlokasi awal di kota Makassar.

Selain itu proyek ini dapat dikategorikan sebagai *key-project* karena sebagai proyek yang tergolong kategori komersial, toko ini telah lama berdiri sejak tahun 1970an dan menjadi toko bersejarah di Makassar. Sehingga pengerjaan proyek ini diharapkan akan mendapat *awareness*

dari masyarakat luas, baik dari masyarakat lokal maupun nasional dan internasional dikarenakan pengunjung toko yang juga mayoritas wisatawan.

DESAIN

Latar Belakang Proyek

Pertimbangan perancangan *interior architecture* Toko Cahaya berdasarkan latar belakang dimana Toko Cahaya sendiri pada awalnya berasal dari usaha pendiri yang menjual kacang sejak tahun 1905 dan akhirnya setelah beberapa generasi lahirlah Toko Cahaya. Sehingga perlu adanya perhatian akan unsur nilai sejarah toko yang diterapkan kedalam perancangan. Mengingat latar belakang *owner* yang berasal dari keturunan peranakan *Chinese* Melayu, maka desain interior menerapkan konsep desain dengan *ambience* peranakan.

Selain itu desain diharapkan dapat mengakomodasi beragam produk buah tangan khas yang dijual mulai dari jajanan, *snack*, souvenir dan produk garmen. Namun tidak hanya itu, *owner* melihat peluang sebuah fasilitas makan yang dapat beroperasi untuk menyambut *customer* toko maupun masyarakat sekitar. Sehingga muncul ide untuk merancang fasilitas kopitiam pada toko oleh-oleh cabang ketiga ini yang menjual produk khas toko, makanan dan minuman lainnya. *Target market* yang dituju ialah turis dan masyarakat lokal. Sehingga perancangan arsitektur interior akan disesuaikan dengan kebutuhan pengguna

dan keinginan klien dalam mewujudkan konsep desain yang sesuai untuk Toko Cahaya.

Rumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan yang ada, maka dapat dirumuskan beberapa masalah yang akan dipecahkan dalam proses perancangan.

1. Bagaimana membuat desain interior area *retail* toko oleh-oleh pada lantai satu sekaligus interior *kopitiam* pada lantai dua dalam satu bangunan yang sama.
2. Bagaimana membuat desain interior dan fasad sehingga masyarakat sadar dan Tertarik untuk mengunjungi *kopitiam* pada lantai dua.
3. Bagaimana membuat desain interior dan fasad dengan kesan peranakan yang juga menonjolkan sisi *historical* Toko Cahaya dengan mempertimbangkan Desain Toko Cahaya dengan mempertimbangkan desain yang *low maintenance* dan memperhatikan kondisi bangunan.
4. Bagaimana menghasilkan desain yang dapat mempromosikan produk orisinal dan Toko Cahaya sendiri sebagai toko dengan nilai *heritage*-nya di Makassar.

Tujuan Perancangan

Tujuan dari perancangan arsitektur interior Toko Oleh-Oleh dan *Kopitiam* Cahaya adalah :

1. Menghasilkan desain interior toko oleh-oleh dan *kopitiam* yang menjawab solusi permasalahan dan bernilai estetika tinggi sehingga

ga dapat meningkatkan produktivitas dan efisiensi pada bisnis

2. Desain arsitektur interior diharapkan dapat menonjolkan nilai historis dan sentuhan peranakan yang merupakan identitas Toko Cahaya sendiri.
3. Perancangan arsitektur interior diharapkan dapat menonjolkan produk khas toko serta nilai historis yang dimiliki dan mempromosikan toko oleh-oleh dan *Kopitiam* Cahaya sebagai warisan *heritage* yang sudah lama berdiri di kota Makassar kepada masyarakat luas.
4. Merancang interior toko oleh-oleh maupun *kopitiam* serta fasad bangunan dengan satu konsep yang menyatu dan merancang fasad bangunan yang memperhatikan kondisi bangunan.

Metodologi Penelitian

Metodologi penelitian yang digunakan dalam perancangan arsitektur interior proyek ini adalah sebagai berikut:

1. Observasi
Penulis melakukan observasi langsung lokasi proyek serta studi banding ke beberapa proyek sejenis yang ada di Kota Makassar.
2. Studi Pustaka
Penulis menggunakan referensi literatur dalam proses perancangan ini sebagai standar acuan.
3. Wawancara
Penulis melakukan wawancara secara lang-

sung maupun tidak langsung dengan pemilik proyek dan pihak-pihak yang terkait untuk mengumpulkan data.

4. *Programming*

Penulis mengolah data (*deepresearch*) yang telah dikumpulkan dengan membuat *space requirement list and priorities*, *space relationship diagram*, *activity schedule*, *site's analysis*, tanggapan estetika, dan *zoning possibilities* yang menghasilkan alternatif konsep desain

Konsep Perancangan

Perancangan arsitektur interior Toko Oleh-Oleh dan *Kopitiam* Cahaya terdiri atas bangunan tiga lantai dengan cakupan desain pada lantai satu dan dua. Konsep desain yang diterapkan oleh penulis ialah "*Explore Cahaya's House of Heritage*". Konsep ini diusung agar nantinya pengunjung yang merupakan sasaran dari tujuan perancangan proyek ini dapat menikmati dan merasakan suasana peranakan dan historis Toko Cahaya, seperti sedang melakukan eksplorasi pada kawasan peranakan dan tidak sekedar berbelanja atau makan dan minum.

Pada area lantai satu pengunjung dibawa ke dalam suasana distrik peranakan, yang terbentuk dari desain fasad bangunan-bangunan peranakan yang penerapannya telah disederhanakan untuk memudahkan *maintenance*.

Area mezzanin terletak pada peralihan lantai satu dan dua. Lantai mezzanin merupakan area

tambahan yang belum ada pada kondisi eksisting bangunan. Lantai mezzanin ditambahkan sebagai pertimbangan dalam desain, untuk memberikan solusi bagi terputusnya hubungan antara lantai satu dan dua oleh karena perbedaan level lantai. Sehingga dengan hadirnya lantai mezzanin yang terdiri atas area bar minuman dan area makan, pengunjung pada lantai satu mengetahui adanya keberadaan fasilitas makan pada lantai dua. Selain itu dengan adanya *impact* berupa aroma dan suara dari aktivitas area bar minuman, seolah-olah mengundang pengunjung untuk menikmati fasilitas *kopitiam*. Suasana perancangan yang diterapkan pada area mezzanin mengacu pada desain *courtyard* pada rumah peranakan.

Area *kopitiam* pada lantai dua menyambut pengunjung untuk menikmati suasana pada rumah peranakan. Area makan terbagi atas tiga area yaitu *non-smoking outdoor*, *non-smoking indoor*, dan *smoking outdoor*. Pada area *non-smoking outdoor* pengunjung bersantai dan dapat menikmati pemandangan yang ditawarkan dari keterbukaan area ini dengan teras depan bangunan. Pada area *indoor non-smoking* menawarkan suasana ruang yang dingin dengan fasilitas AC bagi pengunjung. Area *smoking* dibuat dengan konsep *semi-outdoor* dengan pertimbangan kesehatan bagi pengunjung yang merokok, agar sirkulasi udara terjaga.

Implementasi Perancangan

Konsep penataan ruang berangkat dari pola *zoning* dan organisasi ruang yang disesuaikan

dengan kebutuhan perancangan. Pada area toko oleh-oleh pada lantai satu terdiri atas area publik yaitu area *display* produk makanan, produk khas toko, *fashion* dan suvenir, serta sirkulasi vertikal berupa tangga dan lift. Area semi-privat yaitu area kasir dan *packaging*. Area yang bersifat privat yaitu area servis (*entrance* bongkar-muat barang, toilet dan tangga servis), gudang dan *control room*. *Zoning* membagi area servis pada sisi kiri bangunan dengan beberapa pertimbangan.

Area servis di posisikan pada area kiri mengingat area ini terletak pada area jalan yang sepi sehingga mobil pengangkutan barang yang parkir untuk memuat barang tidak akan mengganggu sirkulasi pengunjung. Selain itu peletakan pada sisi belakang bangunan tidak akan mengurangi area toko utama yang terlihat langsung dari jalan.

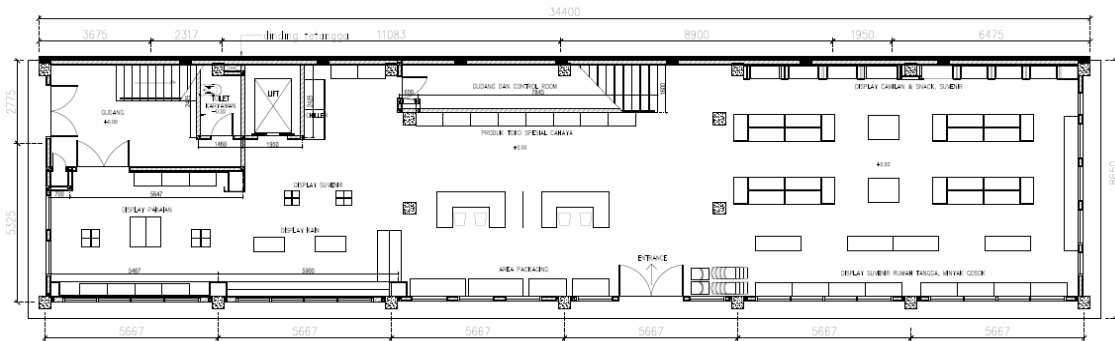
Organisasi ruang terhadap *display* pada toko dapat dibagi atas tiga area yaitu area *display* untuk produk garmen, *fashion*, dan suvenir serta area *display* untuk produk *snack* dan makanan, area *display* untuk produk spesial toko Cahaya. Area *display* untuk produk garmen, *fashion*, dan suvenir diletakkan pada sisi kiri area toko dengan proporsi kapasitas yang lebih kecil yaitu (garmen 20%, suvenir 10%) dikarenakan prioritas penjualan toko Cahaya paling banyak produk makanan sehingga produk garmen dan *fashion* merupakan produk pendukung. Area *display* makanan dan camilan menempati posisi disebelah kanan dengan proporsi 50% dari area toko karena produk

makanan yang menjadi andalan penjualan. Peletakan di sebelah kanan memungkinkan akses pengunjung yang langsung dapat mengarah ke kanan untuk berbelanja. Area *display* produk spesial toko diletakkan dekat area kasir dan terletak berhadapan dengan *entrance* sehingga bisa langsung terlihat ketika pengunjung memasuki area toko. Proporsi area *display* produk spesial toko ini diharapkan sebesar 20% dari area toko karena *owner* ingin menampilkan produk ini lebih banyak ditoko.

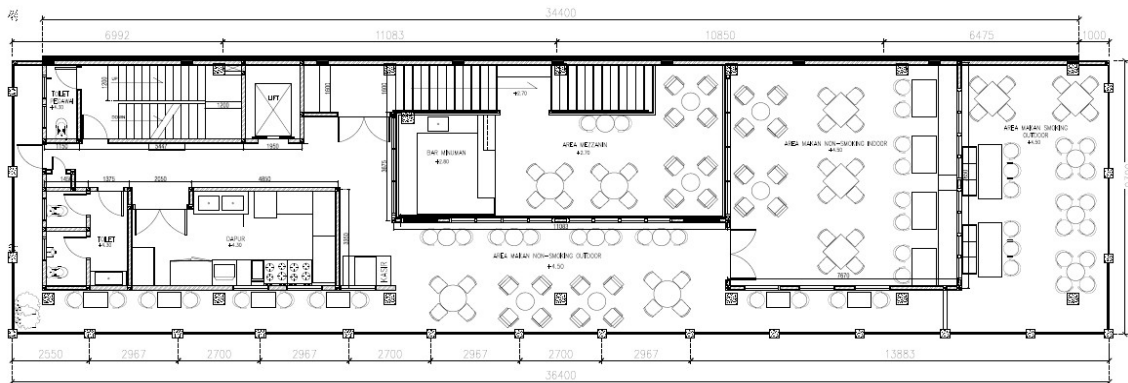
Area servis (dapur, WC pegawai, tangga servis) serta toilet pengunjung diletakkan pada sisi bangunan sebelah kiri mengikuti pola area servis pada lantai satu. Selain itu organisasi ruang untuk area WC diatur agar mendapatkan sinar matahari dan akses pada udara segar untuk penghawaan.

Organisasi ruang untuk area makan *non-smoking outdoor* diatur membentang disisi terluar dari bangunan dan terlihat dari jalan. Ini adalah solusi untuk *problem* agar masyarakat mengetahui dan tertarik bahwa pada lantai dua Toko Cahaya terdapat area kopitiam.

Area *smoking* dibuat berkonsep *semi-outdoor* dan mendapat akses pada udara terbuka, area ini diletakkan pada sisi kanan bangunan yaitu pada sisi tersebut menghadap arah Selatan sehingga tidak mendapat radiasi panas berlebih. Selain itu diletakkan pada sisi kanan untuk menjaga jarak dengan area makan *non-smoking* agar meminimalkan dampak polusi yang ditimbulkan.



Gambar 1. Denah Lantai Satu
Sumber : Data Pribadi (2015)



Gambar 2. Denah Lantai Dua
Sumber : Data Pribadi (2015)

Karakter gaya yang diinginkan adalah suasana peranakan yang terlihat dari aplikasi pelingkup interior yang digunakan. Lantai menggunakan keramik klasik, teraso, dan parket kayu yang menggambarkan suasana peranakan. Selain itu karakter dibangun dari pelingkup plafon dengan permainan struktur kayu dan papan kayu untuk mendukung suasana yang ingin dibangun. Aplikasi dinding dengan permainan panel jendela peranakan, ubin klasik, dan lis kayu. Suasana juga dibangun dengan adanya karakter *furniture*

yang digunakan dengan nuansa masa lampau. Karakter ruang pada area toko memadukan antara karakter gaya yang terdapat pada rumah peranakan dengan gabungan suasana luar ruang pada distrik peranakan. Hal ini untuk mendukung konsep eksplorasi yang mendorong pengunjung seperti melakukan perjalanan pada distrik maupun rumah peranakan.

Karakter suasana ruang yang diaplikasikan pada area mezzanin mengacu pada suasana *courtyard*

Chananta, Istanto, Nuradhi: Desain Toko Oleh-Oleh dan Kopitiam Bernuansa Peranakan Sebagai Warisan Budaya



Gambar 3.Suasana Area Toko Fashion
Sumber : Data Pribadi (2015)

pada rumah peranakan dengan adanya permainan panel-panel jendela serta bukaan void yang tinggi. Bukaan panel-panel kaca diaplikasikan agar dapat meneruskan cahaya natural matahari dari lantai dua masuk ke area mezanin, seperti halnya pada *courtyard* rumah yang mendapat cahaya natural.



Gambar 4.Suasana Area Toko Makanan dan Lantai Mezzanin
Sumber : Data Pribadi (2015)

Karakter suasana ruang yang diaplikasikan pada area kopitiam mengacu pada suasana pada rumah peranakan pada area *dining*, koridor maupun toilet pengunjung.



Gambar 5.Suasana Area Kopitiam
Sumber : Data Pribadi (2015)

Aplikasi fasad pada lantai satu terdapat bukaan panel kaca pada sisi kanan yang memungkinkan pengguna jalan melihat ke dalam toko, serta adanya bukaan jendela pada sisi kiri yang berfungsi sebagai *information wall*.

Pada lantai dua massa bangunan dengan dinding terluar ditarik ke dalam dari gambar eksisting bangunan dan menyisakan teras yang juga berfungsi sebagai *dining area*. Hal ini juga sesuai dengan rumah peranakan yang pada umumnya memiliki teras pada lantai dua yang bertujuan untuk melindungi bangunan dari radiasi matahari, yang juga merupakan pertimbangan dari desain fasad yang menghadap arah Barat.



Gambar 6. Fasad Bangunan
Sumber : Data Pribadi (2015)

KESIMPULAN

Perancangan interior arsitektur dua jenis fasilitas yang berbeda yaitu toko oleh-oleh dan *kopitiam* pada satu bangunan yang sama harus mempertimbangkan banyak hal yaitu sirkulasi yang berbeda, kebutuhan perancangan dan pengguna yang berbeda. Sehingga keduanya dapat terintegrasi dan berfungsi dengan baik, serta fasad yang di desain selaras dengan interior bangunan.

REFERENCES

- Badan Pusat Statistik (BPS), di akses dari [http://www.bps.go.id/padatanggal12 Januari2015](http://www.bps.go.id/padatanggal12%20Januari2015) pada jam 18.00 WIB. (data dari BPS)
- Himpunan Desainer Interior Indonesia Komisi B. Buku Pedoman Hubungan Kerja Antara Desainer dan Pemberi tugas. Jilid 1 dan 2, HDII, 2006.
- Aryo Bogadenta. The Secret Of Business Plan. Jakarta: Laksana 2013
- Piotrowski, Christine M. (2002). Professional Practice for Interior Designers. (3rd ed). Canada: John Wiley & Sons
- Cherry, Edith. Programming for Design. Canada: John Wiley & Sons, Inc. Ching, Francis D.K., Ilustrasi Desain Interior. Jakarta: Erlangga
- Laseau, Paul. Graphic Thinking for Design. Canada: John Wiley & Sons, Inc. Neufert, Ernst. 2002. *Data Arsitek*. Jilid 1. Edisi 33. Jakarta : Erlangga.
- Panero, Julius. & Zelnik, Martin. (1979). *Human Dimension & Interior Space*. New York:

*Chananta, Istanto, Nuradhi: Desain Toko Oleh-Oleh
dan Kopitiam Bernuansa Peranakan Sebagai Warisan Budaya*

- Whitney Library of Design.
- Piotrowski, C. M. & Roger, E. A. (1999).
Professional Practice for Interior Designers.
Canada: John Wiley dan Sons, Inc
- Green, William. (1991,2001). *The Retail Store
Design and Construction. United States of
America*: iUniverse.com, Inc.
- Knapp, Ronald. G., (2012). *Peranakan Chinese
Home: Arts & Culture in Daily Life*. Singapore:
Tuttle Publishing
- Tandjung, Krisnina Maharani A., (2010), *Jejak
Gula Warisan Industri Gula di Jawa*.
Jakarta: Yayasan Warna Warni Indonesia (Na-
tional Archives of Singapore, 2010)
- (Knapp, *Chinese Houses of South east Asia*,
2010)