

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Arpose merupakan firma desain interior yang berlokasi di Gading Serpong, Tangerang dan sudah berdiri sejak tahun 2015. Arpose dipimpin oleh dua prinsipal yaitu Michael Jonathan (yang selanjutnya akan disebut dengan Mike) dan Hardwin Suhendro (yang selanjutnya akan disebut dengan Hardwin). Arpose memiliki spesialisasi dalam mengerjakan proyek interior komersial. Menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia), komersial merupakan segala yang berkaitan dengan usaha perdagangan atau bisnis untuk memperoleh keuntungan. Ketertarikan dalam merancang proyek komersial dikarenakan oleh kecenderungan untuk mendapatkan kesempatan eksploratif yang tinggi dengan berbagai macam konsep yang dipegang oleh setiap proyek. Menurut *National Restaurant Association*, NRA menyoroti pentingnya mempertimbangkan konsep yang kuat dalam menciptakan interior yang menarik. Konsep yang kuat dapat membantu menciptakan daya tarik visual, mengkomunikasikan merek, dan meningkatkan pengalaman pelanggan.

Proyek komersial memiliki target bisnis yang harus dicapai dan membutuhkan tempo pengerjaan yang cepat. Walaupun para prinsipal Arpose menikmati tempo pengerjaan proyek komersial, tentu saja hal tersebut bisa menjadi sumber tekanan bagi mereka. Untuk menghadapi tantangan tersebut, diperlukan adanya sebuah strategi untuk menciptakan alur kerja yang efektif dan efisien, sehingga mereka

mampu mengerjakan setiap proyek dengan cermat dan menghasilkan perancangan yang baik. Strategi desain adalah rencana atau pendekatan yang digunakan untuk mencapai tujuan tertentu dalam proses desain. Ini melibatkan pemikiran yang cermat tentang tujuan desain, audiens yang dituju, pesan yang ingin disampaikan, dan cara terbaik untuk mencapai semua itu melalui elemen-elemen desain yang dipilih. Strategi desain mencakup pemilihan konsep, gaya, warna, tipografi, dan elemen-elemen desain lainnya yang akan digunakan untuk menciptakan hasil akhir yang efektif dan efisien. Dengan merumuskan strategi desain yang baik, seorang desainer dapat mengarahkan proses kreatif mereka dengan lebih terarah dan memastikan bahwa desain yang dihasilkan sesuai dengan visi yang diinginkan (Piotrowski, 2016).

Pertemuan awal yang diadakan bersama dengan klien bertujuan untuk memahami (a) tujuan; sasaran bisnis perusahaan, (b) pernyataan misi perusahaan, dan (c) tujuan proyek. Informasi tersebut akan ditelaah dan dilihat aspek yang memengaruhi perancangan dan aspek yang tidak memengaruhi melalui pembuktian implementasi desain. Mempertimbangkan bahwa kebutuhan bisnis klien tidak hanya beranjak dari kualitas namun juga kecepatan tempo pelaksanaan, menghasilkan sebuah prinsip bahwa prinsipal dan para desainer Arpose harus bisa membaca kebutuhan proyek komersial klien agar bisa mencapai target dan tujuan proyek secara efektif dan efisien.

“Peran desainer telah dipengaruhi oleh perubahan sosial yang mempengaruhi persepsi dan sikap masyarakat terhadap waktu. Di perekonomian lama, kualitas adalah ukuran persaingan perusahaan. Di perekonomian baru, kualitas sudah menjadi norma, dan kecepatan telah menggantikan kualitas sebagai dasar keunggulan kompetitif.” – Cindy Coleman, *Interior Design Handbook of Professional Practice* (2002:131).

Kurang lebih 250 perancangan interior komersial oleh Arpose dengan konsep yang beragam. Bukti tersebut menandakan bahwa Arpose sudah bertemu dan menangani berbagai macam konsep pada konteks proyek yang berbeda – beda. Arpose membedakan konteks proyek dalam dua kategori: Kategori pertama merupakan klien dengan visi untuk membuka toko berantai (*chain store*). Menurut Levy dan Weitz (2012), *chain store* adalah jaringan toko yang dioperasikan oleh satu perusahaan atau pemilik yang menjual produk serupa atau identik dalam beberapa lokasi untuk mencapai efisiensi operasional dan layanan yang lebih baik kepada pelanggan. *Chain store* yang dirancang oleh Arpose mayoritas berfokus pada *chain restaurant*, yang memiliki arti sekumpulan restoran (terkait), biasanya dengan nama yang sama di banyak lokasi berbeda baik di bawah kepemilikan perusahaan bersama atau perjanjian waralaba. Biasanya, restoran dalam suatu jaringan dibangun dengan format standar dan menawarkan menu standar. Kategori kedua merupakan *independent restaurant*. Kebalikan dari *chain restaurant*, *independent restaurant* bukan merupakan bagian dari jaringan atau waralaba; sering kali dimiliki secara lokal dan dioperasikan oleh individu atau pemilik kelompok kecil. Restoran – restoran ini cenderung memiliki karakter, menu, dan pengalaman bersantap yang unik, yang membedakannya dari *chain restaurant* yang terstandarisasi dan sering kali diproduksi secara massal. *independent restaurant* dapat menawarkan sentuhan yang lebih personal dan lokal pada masakan dan suasananya.

Dalam aspek tujuan dan visi proyek, *chain restaurant* cenderung memiliki rencana tindakan untuk mengembangkan bisnisnya dengan cepat dan memiliki

sumber daya keuangan (anggaran) yang rendah. Hal tersebut akan berdampak pada proses mendesain. Berbeda dengan *chain restaurant* yang cenderung memiliki rencana tindakan untuk membangun bisnis lebih terkurasi dan penuh pertimbangan, sehingga mereka bersedia meluangkan waktu untuk melakukan eksplorasi konsep terhadap proyek. *Independent restaurant* akan fokus terhadap analisis pasar dengan merespon kebutuhan masyarakat (baik kebutuhan primer maupun kebutuhan seperti gaya hidup).

Arpose merespon kedua konteks tersebut dengan strategi yang berbeda. Penting bagi penulis untuk meneliti strategi mendesain Arpose dalam membaca kebutuhan konteks proyek komersial. Penelitian ini bertujuan untuk menjabarkan strategi Arpose dalam mendesain *chain restaurant* dan *independent restaurant*. Penelitian akan diteliti menggunakan metode studi kasus kolektif, dibahas sesuai dengan kategori restoran. *Chain restaurant* akan dibahas melalui studi kasus Haraku Ramen, Janji Jiwa, dan Sooto; sedangkan *independent restaurant* akan dibahas melalui studi kasus Franco, Pier 503, dan Tetra Coffee. Sebagai *observer participant*, peneliti ikut berpartisipasi dalam proses desain selama periode sepuluh bulan (Mei 2023 – Maret 2024). Studi kasus mengangkat kedua konteks rencana bisnis klien yang dapat distudi pada kategori *chain restaurant* yaitu proyek Haraku Ramen, Janji Jiwa, dan Sooto; sedangkan *independent restaurant* akan dibahas melalui studi kasus Franco, Pier 503, dan Tetra Coffee.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang karya tulis ini, maka bisa dirumuskan masalah sebagai berikut:

- a) Apa perbedaan kebutuhan perancangan interior *chain restaurant* dan *independent restaurant* yang melandasi keputusan Arpose dalam berstrategi?
- b) Apa perbedaan strategi Arpose dalam perancangan interior *chain restaurant* dan *independent restaurant* yang merespon masing – masing kebutuhan?
- c) Bagaimana strategi desain Arpose dapat memenuhi kebutuhan perancangan interior *chain restaurant* dan *independent restaurant* ?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi kebutuhan desain yang berbeda antara proyek - proyek restoran yang dirancang oleh Arpose. Dengan mengamati faktor - faktor kontekstual, penulis akan menganalisis strategi desain Arpose dalam merespon kebutuhan setiap proyek, sehingga dapat menemukan perbedaan strategi desain yang diterapkan.

1.4 Signifikansi Penelitian

- 1) Bagi Penulis

Penulis berharap dengan memahami kekuatan strategi desain yang diterapkan Arpose, maka menjadi pengetahuan baru bagi desainer untuk mendesain dengan strategi tersebut.

- 2) Bagi perusahaan

Diharapkan melalui penelitian ini, perusahaan dapat menjadikannya sebagai evaluasi terhadap strategi mendesain Arpose dan menjadi bahan evaluasi untuk tetap mempertahankan kualitas perancangan yang baik untuk setiap hasil karyanya.

3) Bagi Pembaca

Melalui penelitian ini, pembaca dapat memperoleh pengetahuan tentang bagaimana strategi mendesain Arpose dalam melihat konteks proyek, sehingga menghasilkan perancangan interior komersial kontekstual.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian oleh penulis, untuk memberikan fokus dan detail ke dalam karya tulis:

- 1) Perusahaan yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah satu perusahaan, yaitu Arpose yang berlokasi di Gading Serpong, Tangerang, berdiri tahun 2015.
- 2) Lingkup penelitian adalah desain interior dari enam proyek, tiga proyek pada kategori *chain restaurant*, yaitu Haraku Ramen, Janji Jiwa, dan Sooto; serta tiga proyek pada kategori *independent restaurant*, yaitu Franco, Pier 503, dan Tetra Coffee.
- 3) Penelitian karya ilmiah dilakukan selama sepuluh bulan, mulai dari 29 Maret 2023 hingga 29 Mei 2024, sehingga penelitian akan karya ilmiah yang ditampilkan merupakan hasil penelitian dalam kurun waktu tersebut.

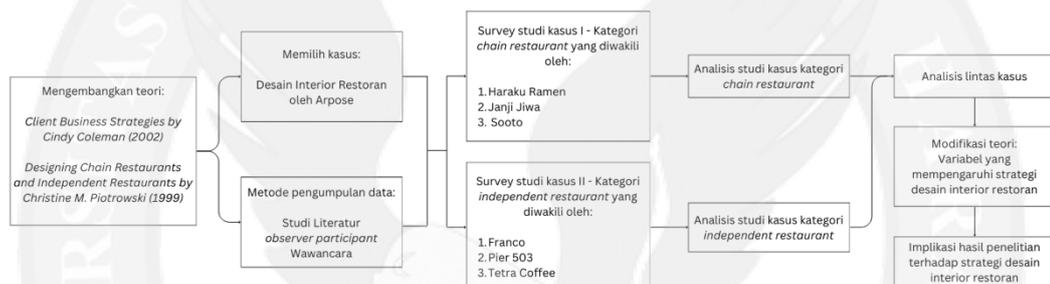
- 4) Penelitian dilakukan dengan sistem luring, memperoleh data sebagai '*insider researcher*', di mana penulis terjun langsung ke dalam sistem kerja Arpose dan budaya kerjanya, merasakan secara langsung serta berpartisipasi dalam penerapan strategi mendesain Arpose untuk menghasilkan perancangan interior komersial kontekstual.
- 5) Melalui data-data yang diperoleh penulis sebagai '*insider researcher*', akan dianalisis menggunakan teori-teori yang berkorelasi untuk mendapatkan hasil yang menjawab rumusan masalah.

1.6 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan studi kasus kolektif dengan metode pengumpulan data *observer participant*, termasuk wawancara dan survei lapangan. Metode *observer participant* digunakan untuk memahami latar belakang konteks proyek di mana penulis menjalankan secara pribadi dalam kehidupan keseharian kantor. Dalam pengumpulan data, penulis berperan sebagai '*insider researcher*', di mana penulis ikut beraktivitas dan berpartisipasi dalam menerapkan strategi mendesain Arpose secara luring selama sepuluh bulan. Studi kasus kolektif bertujuan untuk mengeksplorasi aspek – aspek berbeda dari isu yang sama melalui lensa beberapa kasus (Stake, 2008). Menelaah keputusan – keputusan yang dibuat selama proses perancangan pada empat proyek Arpose, sehingga penulis dapat memaparkan strategi yang Arpose terapkan untuk menghasilkan karya desain interior *chain* dan *independent restaurant*.

1.7 Kerangka Berpikir

Penulis mengadopsi model penelitian studi kasus Robert K. Yin sebagai kerangka berpikir penulisan. Dimulai dari memilih dan mengembangkan dua teori pendukung, kemudian memilih studi kasus yang merepresentasikan masing - masing kategori restoran melalui proses pengumpulan data. Selanjutnya studi kasus akan dianalisis melalui parameter dan variabel yang telah ditentukan. Langkah terakhir adalah analisis lintas kasus untuk melihat perbedaan strategi desain antar kategori.



Gambar 1. 1 Bagan Alur Penelitian Diadaptasi dari Model Penelitian Studi Kasus - Robert K. Yin (2018)

Sumber: Model Penelitian Studi Kasus - Robert K. Yin (2018)

1.8 Sistematika Penelitian

Penelitian berjudul “PERBEDAAN STRATEGI ARPOSE DALAM MENDESAIN INTERIOR *CHAIN* DAN *INDEPENDENT RESTAURANT*” tersusun menjadi lima bab.

Bab I membahas mengenai pendahuluan penelitian yang terdiri dari, latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan dari penelitian, signifikansi penelitian, ruang

lingkup penelitian, metode penelitian, kerangka berpikir, dan sistematika penelitian.

Bab II memaparkan teori yang menjadi landasan pemikiran penulis untuk melakukan analisis data terhadap masalah yang diangkat, kemudian mengarah kepada kesimpulan untuk menjawab rumusan masalah.

Bab III menjabarkan kumpulan data yang diperoleh penulis melalui tinjauan pustaka, *insider researcher*, dan wawancara, yang terbatas lingkup proyek kategori *chain restaurant*, yaitu Haraku Ramen, Janji Jiwa, dan Sooto; serta tiga proyek pada kategori *independent restaurant*, yaitu Franco, Pier 503, dan Tetra Coffee. Fokus pembahasan mengerucut pada persamaan kebutuhan dari enam studi kasus yang dilihat melalui enam parameter untuk menemukan pola kebutuhan. Pemahaman konteks kebutuhan bertujuan untuk melihat alasan dibalik strategi yang diterapkan.

Bab IV menganalisis pola strategi desain Arpose yang dilihat dari tiga variabel yang ditentukan. Bab ini akan menjawab rumusan masalah yang diangkat dalam penelitian, berupa narasi yang didukung oleh tabel, diagram, dan foto yang berkaitan dengan studi kasus.

Bab V merupakan kesimpulan dari hasil analisis penelitian penulis di Arpose, dan juga berisi refleksi pribadi penulis, serta saran yang dapat penulis berikan mengenai topik penelitian ini kepada peneliti lain dan pembaca.