

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1.Latar Belakang

Secara global, Indonesia memiliki pasar yang menjanjikan bagi calon investor maupun pengusaha UMKM. Berdasarkan data *World Economic Forum*, pasar Indonesia menempati ukuran pasar terbesar dengan peringkat ke - 9.<sup>1</sup> Pada tahun 1990-an dimulailah era ekonomi baru yang mengutamakan informasi dan kreativitas yang disebut dengan Ekonomi Kreatif yang digerakkan oleh sektor Industri Kreatif.<sup>2</sup> Pada Tabel 1.1 dibawah menjelaskan mengenai pendapatan ke – 12 jenis industri kreatif di kota Bandung pada tahun 2018-2020, dengan menggunakan *variable asset, input*, maupun *output* berupa omset hariannya :<sup>3</sup>

No	Jenis Industri Kreatif	Jumlah Asset (Rp)	Jumlah Tenaga Kerja (Orang)	Omset (Rp)/Hari
1	Periklanan	4.000.000.000	15	7.000.000
2	Arsitektur	1.752.000.000	62	64.793.000
3	Pasar Barang Seni dan Seni Pertunjukkan	20.608.000.000	23	20.100.000
4	Kerajinan	10.178.000.000	424	197.368.000
5	Desain	1.512.000.000	41	36.656.000
6	Fesyen	37.275.050.000	1.217	2.506.731.000
7	Video, Film dan Fotografi	2.920.000.000	46	18.094.000
8	Permainan Interaktif	300.000.000	3	278.000
9	Musik	3.250.000.000	97	215.100.000
10	Penerbitan dan Percetakan	5.775.000.000	237	87.960.000
11	Televisi dan Radio	4.000.000.000	20	15.000.000
12	Riset dan Pengembangan	1.350.000.000	27	6.600.000
	Total	<b>102.881.050.000</b>	<b>2,659</b>	<b>3.175.680.000</b>

Gambar 1. 1 Input dan Output Industri Kreatif Kota Bandung  
Sumber : Diolah dari Statistik Indonesia dan Statistik Industri, BPS

<sup>1</sup> Regi Yanuar Widhia Dinata, diakses melalui <https://ekonomi.bisnis.com/read/20171001/257/694539/potensi-pasar-indonesia-setara-dengan-china-dan-india> pada tanggal 19 Oktober 2020, pukul 11.48

<sup>2</sup> Taufiq Ramadhan, Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan, Universitas Pasundan, 2018, hal. 1

<sup>3</sup> Riza Fathoni Ishak, Somadi, Analisis Efisiensi Industri Kreatif Unggulan Kota Bandung dengan Pendekatan Data Envelopment Analysis, Competitive Jurnal, Volume 14, Nomor 1, Juni 2019, hal 7 - 8

Dari gambar tabel di atas dapat disimpulkan bahwa fesyen merupakan salah satu subsektor yang dominan dalam memberikan kontribusi ekonomi dalam sektor industri kreatif dengan penerapan tenaga kerja terbanyak.

Sebagai salah satu pilar di bidang industri kreatif dengan jenis fesyen, bidang usaha kecantikan turut memberikan kontribusi yang besar bagi ekonomi Indonesia. Menurut pakar kecantikan Rudy Hadisuwarno, Industri kecantikan seperti Salon dan SPA adalah bagian dari industri kreatif yang selama ini menunjang industri *fashion*. Kecantikan adalah kata yang identik dengan wanita dengan keindahan tubuh dan nilai feminitasnya. Pengertian kecantikan pada dasarnya berupa kecantikan yang muncul dari luar (*outer beauty*) dengan menjaga keindahan fisik, maupun dalam (*inner beauty*) dengan menjaga kebugaran tubuh. Kecantikan dan kebugaran merupakan faktor pendukung dari rasa percaya diri manusia.<sup>4</sup>

Seiring perkembangan jaman yang berpengaruh pada gaya hidup, kecantikan bagi wanita modern merupakan harta yang sangat berharga, sehingga harus senantiasa dijaga dan dirawat. Tampil cantik dan bugar bagi wanita merupakan suatu tuntutan untuk menunjang sikap percaya diri dalam beraktivitas, baik dirumah, dalam melaksanakan profesi atau pendidikan, dan dalam bersosialisasi. Ditambah lagi rutinitas padat sebagai wanita modern membuat waktu menjadi sesuatu yang sangat langka. Mereka cenderung tidak punya waktu untuk merawat diri. Padahal kebutuhan *grooming* bagi seorang wanita sangatlah penting. Oleh karena itu banyak wanita yang merasa tidak nyaman dengan tubuhnya sehingga banyak dari mereka yang berusaha mencari penyelesaian dengan melakukan perawatan seperti di Salon dan SPA.<sup>5</sup>

Survey yang dilakukan pada tanggal 8-12 Februari 2016 oleh Dokter L yang sudah 5 tahun bekerja sebagai ahli kecantikan. Beliau menyebutkan bahwa banyaknya masalah yang dialami oleh klien yang datang, mulai dari suami yang

---

<sup>4</sup> Rukmawat, Deni Ria dan Dzulkarnain, Iskandar, Konstruksi Kecantikan di Kalangan Wanita Karir (Di Kecamatan Lamongan, Kabupaten Lamongan), Madura, Prodi Sosiologi FISIB Universitas Trunojoyo Madura, (2018)

<sup>5</sup> Addilah, S.U. (2005, Maret 29). Tanggapan atas mitos tentang kecantikan: Kriteria cantik ideal. Diambil tanggal 3 November 2020 dari <http://www.suaramerdeka.com/harian>.

menuntut kecantikan istri, tuntutan pekerjaan sebagai *front runner* di perusahaannya, pergaulan anak muda yang menuntut kecantikan sebagai syarat utama berteman, persaingan di dalam pertemanan, dan masih banyak permasalahan lainnya mengapa para klien mengunjungi tempat perawatan kecantikan termasuk Salon dan SPA. Karena melakukan perawatan kecantikan langsung di Salon dan SPA tidak hanya memberikan benefit dan psikologis, namun klien juga bisa mendapatkan perawatan dengan fasilitas yang lengkap dan suasana yang dapat menyenangkan hati dibandingkan perawatan di rumah.<sup>6</sup>

Lazimnya, perancangan interior Salon dan SPA di Bandung terlihat hanya mengedepankan aspek fungsi dan estetika saja. Padahal, seiring dengan berkembangnya waktu, perancangan interior Salon dan SPA khususnya desain interior Salon dan SPA turut berperan penting terhadap kepuasan berkunjung pelanggan. Sehingga, dalam merancang desain interior Salon dan SPA, sebaiknya tidak hanya mengedepankan fungsi dan estetikanya saja, namun juga dapat menjawab kebutuhan pelanggan wanita yang merupakan pelanggan mayoritas Salon dan SPA, khususnya wanita modern, disela kesibukan dan terbatasnya waktu tetap membutuhkan perawatan. Apalagi ditambah dengan adanya fenomena pandemi Covid-19 saat ini, perancangan interior harus menyesuaikan dengan standar protokol kesehatan yang ada.

Dengan adanya permasalahan dan fenomena diatas, penulis tertarik untuk merancang suatu Salon dan SPA khusus wanita di kota Bandung dengan melakukan diferensiasi. Diferensiasi ini berupa perancangan dengan pendekatan gaya hidup modern yang menerapkan karakteristiknya pada ornamen-ornamen interior Salon dan SPA. Tujuannya agar tidak hanya memenuhi fungsi dan estetikanya saja, melainkan *simple*, elegan, dan praktis agar sesuai dengan perilaku dan kebutuhan wanita modern dalam menjaga kecantikan dan kebugaran di tengah kesibukan dan pandemi Covid-19 yang sedang terjadi saat ini. Karena menurut Laurens dalam jurnal pengaruh lebar fasad, warna interior, dan lokasi meja kasir terhadap persepsi aman dan sikap

---

<sup>6</sup> Di akses melalui (<https://highlight.id/kenapa-wanita-suka-perawatan-di-salon-kecantikan-ini-alasannya/>) pada tanggal 3 November 2020, pukul 16:18.

konsumen pada convenience store (2016:82) perilaku manusia menunjukkan bahwa mereka berinteraksi dengan lingkungan fisik saat sedang melakukan kegiatan. Oleh karena itu, hasil desain arsitektur dapat menjadi salah satu fasilitator terbentuknya perilaku.<sup>7</sup>

## 1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan studi banding dan fenomena yang ada, dibawah ini terdapat beberapa identifikasi masalah yaitu sebagai berikut.

1. Kebutuhan akan merawat kecantikan dan kebugaran tubuh pada wanita modern perlu di wadahi atau harus diwadahi dalam Salon dan SPA khusus wanita di kota Bandung;
2. Dibutuhkannya Salon dan SPA yang dapat memenuhi kebutuhan wanita modern di tengah kesibukan dan pandemi Covid-19 yang sedang terjadi saat ini.
3. Dibutuhkannya diferensiasi pada Salon dan SPA dengan prancangan interior yang tidak hanya memenuhi fungsi dan estetikanya saja, melainkan *simple*, elegan, dan praktis agar sesuai dengan kebutuhan wanita modern saat ini.

## 1.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah diuraikan di atas, dibawah ini terdapat beberapa rumusan masalah yaitu sebagai berikut.

1. Bagaimana merancang Salon dan SPA khusus wanita yang dapat mewadahi kebutuhan wanita modern akan merawat kecantikan dan kebugaran?

---

<sup>7</sup> Hanum, Imtihan., Wardono, Prabu., & wahjudi, Deddy. (2016). Pengaruh Lebar Fasad, Warna Interior, dan Lokasi Meja Kasir terhadap Persepsi Aman dan Sikap Konsumen pada Convenience Store. *Journal of Visual Art and Design Institut Teknologi Bandung*.

2. Bagaimana merancang Salon dan SPA yang dapat memenuhi kebutuhan wanita modern di tengah kesibukan dan pandemi Covid-19 yang sedang terjadi saat ini?
4. Bagaimana merancang Salon dan SPA dengan prancangan interior yang tidak hanya memenuhi fungsi dan estetikanya saja, melainkan *simple*, elegan, dan praktis agar sesuai dengan kebutuhan wanita modern saat ini.

#### 1.4. Tujuan Perancangan

Tujuan dari perancangan Salon dan SPA ini adalah:

1. Guna Merancang Salon dan SPA khusus wanita di kota Bandung dengan perancangan interior yang tidak hanya memenuhi fungsi dan estetikanya saja, melainkan *simple*, elegan, dan praktis agar sesuai dengan kebutuhan wanita modern dalam menjaga kecantikan dan kebugaran di tengah kesibukan dan pandemi Covid-19 yang sedang terjadi saat ini.

#### 1.5. Manfaat Perancangan

Perancangan ini memiliki manfaat umum dan khusus sebagai berikut :

1. Bagi masyarakat, untuk menumbuhkan rasa peduli masyarakat akan pentingnya merawat kecantikan dan kebugaran melalui perawatan kecantikan dan membuat masyarakat mulai beradaptasi ke era revolusi industri 4.0.
2. Bagi keilmuan desain interior, dapat dijadikan penelitian maupun kajian dalam penulisan bidang desain interior dengan materi serupa di masa depan.
3. Bagi pembaca, diharapkan dapat menjadi ilmu yang bermanfaat bagi kehidupan sehari-hari.

## 1.6. Batasan Perancangan

Pada umumnya perancangan salon dan SPA adalah tempat yang menyediakan fasilitas perawatan kecantikan secara berkala.

1. Perancangan masih berada Jl. Sukajadi No.234, Gegerkalong, Kec. Sukasari, Kota Bandung, Jawa Barat 40153, yang terletak di persimpangan antara dua jalan, sehingga terlihat strategis dan mudah di akses menggunakan transportasi pribadi maupun umum;
2. Perancangan berfokus pada lantai satu sampai dengan lantai dua bangunan dengan luas  $\pm 2.600 \text{ m}^2$
3. Perancangan interior yang mampu memenuhi kebutuhan aktifitas Salon dan SPA yang mendukung kebutuhan wanita moder dalam merawat kecantikan dan kebugaran.
4. Pengguna yaitu berusia 17-65 tahun, hanya untuk perempuan yang ingin melakukan *treatment* ke Salon dan SPA.
5. Perancangan interior pada ruangan antara lain :
  - a. Lobby
    - Kasir;
    - Area tunggu.
  - b. Salon yang terdiri dari :
    - *Shampoo area*;
    - *Hair cut area*;
    - *Blow area*;
    - *Creambath room*;
    - *Make-up room*;
    - *Menicure pedicure area*.
  - b. SPA yang terdiri dari :
    - Reguler;
    - VIP;
    - Ruag bilas;
    - Berendam;

- Sauna.
- c. *Area beauty shop*
- d. *Mini bar*

### 1.7. Metode Perancangan

Terdapat beberapa metoda dalam perancangan yaitu sebagai berikut;

1. Penentuan judul.
2. Pengumpulan Data.
  - a. Studi Observasi  
Melakukan pengamatan langsung ke *site* yang akan dijadikan objek perancangan.
  - b. Survey Studi Banding  
Menganalisis objek yang sejenis dengan proyek yang akan dirancang dan mencari kelebihan maupun kekurangan dari objek pembandingan tersebut untuk dijadikan pembelajaran dalam perancangan, mana hal yang perlu diperbaiki maupun dikembangkan.
    - Alora Salon, Beauty & SPA.



Gambar 1. 2 Alora Salon, Beauty & SPA.  
Sumber : <https://www.alora.id/>

- Roger's Salon, Clinic & SPA



Gambar 1. 3 Roger's Salon, Clinic & SPA  
Sumber : [www.rogersalon.com](http://www.rogersalon.com)

- Martha Tilaar Salon and Day SPA



*Gambar 1. 4 Martha Tilaar Salon and Day SPA*

Sumber : [www.marthatilaarSPA.com](http://www.marthatilaarSPA.com)

c. Wawancara

Melakukan interview kepada owner maupun pengelola dari lokasi survey studi banding.

d. Dokumentasi

Melakukan pengambilan gambar atau video kondisi interior maupun eksterior dari objek yang di survey, guna mempelajari kekurangan maupun kelebihan dari objek perancangan sejenis tersebut.

e. Studi Literatur

Melakukan pengumpulan studi literatur yang didapat dari buku:

- Ching, F.D.K, (1991), *Ilustrasi Desain Interior*. Jakarta: Erlangga
- Panero, J. Dan Martin Zelnik, (1979), *Human Dimention and Interior Space*. London: The Architectural Press Ltd
- Neufert, Ernst, (1996), *Data Arsitek Jilid II*. Penerbit Erlangga: Jakarta.
- De Chiara, Joseph, Julius Panero, et al, (1986), *Time-Saver Sta*

f. Data Preseden

Melakukan pengamatan terhadap desain yang telah ada dan dianggap dapat menjadi tolak ukur atau contoh untuk diterapkan di dalam rancangan.

- Ronde TCM Wellness Center, China



*Gambar 1. 5 Ronde TCM Wellness Center, China*

Sumber: <https://starring.tedgibson.com/>

- Starring by Ted Gibson, Lost Angeles



*Gambar 1. 6 Srring by Ted Gibson, Lost Angeles*

Sumber : <https://starring.tedgibson.com/>

g. Sintesis Data

Melakukan pemilihan apa saja yang dapat diterapkan atau diaplikasikan pada perancangan.

h. Analisa Data Proyek

Melakukan pemilihan kebutuhan perancangan seperti fasilitas, besaran ruang, serta fungsi yang berhubungan dengan aktifitas pengguna.

i. Pendekatan Desain

Melakukan penentuan terhadap apa pendekatan desain yang akan digunakan, yang akan berfungsi sebagai pemecah dari masalah desain yang ditemukan.

j. Konsep

Melakukan penentuan konsep desain yaitu sebagai bentuk pengaplikasian dari pendekatan yang telah ditentukan.

k. Desain

Membuat rancangan bentuk yang sesuai dengan konsep dengan beberapa tahapan yaitu, pembuatan desain awal, pengembangan desain, dan membuat gambar 3D dan gambar teknik.

## 1.8.Sistemesi Penulisan

Dibawah ini akan dijabarkan pembahasan dari setiap bab, yaitu sebagai berikut:

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Berisi tentang latar belakang yang menjelaskan dengan singkat mengenai terjadinya pembangunan salon dan SPA di Kota Bandung, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan perancangan, manfaat perancangan, batasan perancangan, dan metoda perancangan.

### **BAB II : KAJIAN LITERATUR**

Berisi tentang literatur yang terdapat pada salon dan SPA serta membahas klasifikasi, sejarah, dan pengertian dari salon dan SPA itu sendiri.

### **BAB III : ANALISA STUDI BANDING DAN PROYEK**

Berisi tentang analisa studi banding dan analisa proyek yang terdiri dari analisa site dan eksisting, analisa aktifitas, analisa kebutuhan ruang, dan sanalisa kedekata ruang.

## 1.9. Kerangka Berfikir

