



## Kajian Pengalaman Ruang Interior *Pet Shop* Kota Bandung

<sup>1</sup>Jonathan Ravel, Fakultas Seni Rupa Dan Desain, Universitas Kristen Maranatha  
<sup>2\*</sup>Tessa Eka Darmayanti, Fakultas Seni Rupa Dan Desain, Universitas Kristen Maranatha  
\* [tessaeka82@gmail.com](mailto:tessaeka82@gmail.com)

Received: 23 February 2022; Revised: 12 March 2023; Accepted: 17 April 2023  
DOI: <http://dx.doi.org/10.37905/aksara.9.2.1179-1188.2023>

### ABSTRAK

*Pet Care Center* atau biasa lebih dikenal *Pet shop* adalah pusat yang berkaitan dengan dengan binatang peliharaan, mulai dari perlengkapan hingga layanan kesehatan. Walaupun fokus pada peliharaan, namun fasilitas ini tidak hanya melibatkan peliharaan tetapi juga manusia yang merawatnya. Oleh karena itu, tujuan penelitian ini untuk mengkaji pengalaman ruang interior *pet shop* dari perspektif manusia dan penerapan interior *pet shop* yang berpengaruh terhadap aktivitas multifungsi di dalamnya. Metode penelitian kualitatif ini menggunakan pengumpulan data melalui studi survei dan wawancara terhadap pengunjung toko yaitu Rumah guguk dan Pet Distro di Kota Bandung. Pendekatan studi kasus dan fenomenologi juga diterapkan sebagai upaya optimasi analisis pengalaman ruang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa analisa terhadap elemen dan tata letak dari *pet shop* dalam kategori baik dalam pandangan pengunjung sehingga mampu memberikan pengalaman ruang yang baik sebagai ruang multifungsi. Atmosfer dan nuansa yang baik juga terbentuk dari elemen dan tata ruang yang telah dirancang dengan baik. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan perspektif lain dari keberadaan *pet shop*, yaitu melalui pengalaman di dalamnya.

**Kata kunci:** *Pet shop*, Pengalaman, Estetika, Desain Interior

### ABSTRACT

*Pet Care Center*, commonly known as *Pet shop*, is a center related to pets, ranging from equipment to health services. Although the focus is on pets, this facility does not only involve pets but also the humans who take care of them. Therefore, this study aims to examine the experience of the *pet shop* interior space from a human perspective and the application of the *pet shop* interior that influences its multifunctional activities. This qualitative research method uses data collected through survey studies and interviews with shop visitors. Case studies and phenomenological approaches are also applied to optimize the analysis of spatial experience. The results of the study show that the analysis of the elements and layout of the *pet shop* is in the good category in the eyes of visitors so it can provide a good space experience as a multifunctional space. A good atmosphere and feel are also formed from well-designed elements and layouts. This research is expected to provide another perspective on the existence of a *pet shop*, namely through experience in it.

**Keywords:** *Pet shop*, Experience, Aesthetics, Interior Design

### PENDAHALUAN

Ruang memiliki kaitan dekat dengan manusia sebab manusia memerlukan ruang untuk wadah dalam aktivitas yang dilakukan. Pengelolaan ruang yang baik mampu merangsang dan membangkitkan indra manusia dalam interaksi terhadap sekitarnya dengan mengimplementasikan variabel ruang tertentu. Penciptaan suasana ruang menjadi pengalaman dalam memberikan penekanan di mana unsur tertentu dapat menciptakan rasa dan pengalaman yang berbeda dan baru. Upaya tersebut diwujudkan dengan komposisi dari



unsur-unsur yang dapat ditangkap mata berupa titik, garis, bidang, material, dan warna (Hidjaz, 2004).

Jenis ruang yang dapat ditata dan dikelola unturnya adalah *Pet shop*. *Pet shop* sebagai ruang yang memiliki fungsi penyedia kebutuhan hewan tidak terlepas dari keutuhan citra yang perlu terdapat di dalamnya, hal ini agar dapat mengikuti perkembangan zaman di mana *pet shop* memiliki fungsi hiburan dan rekreasi bagi pengunjung dan hewan peliharaan (Ruci, 2020). Fungsi tersebut dapat dicapai dengan pemenuhan kebutuhan emosi akan nuansa dan suasana sekitar yang ditunjang melalui Elemen yang dibutuhkan untuk membentuk ruang seperti lantai, dinding, langit-langit, dan elemen pengisi ruang yang ditempatkan secara artistik dan berdasarkan konsep tertentu.

Kajian dan analisis sebelumnya mengenai citra dan suasana yang dapat dibangun melalui tata dan kelola unsur interior ruang telah dilakukan dengan jenis ruang yang berbeda-beda. Niniek (2006), mengkaji mengenai peran dari desain interior dalam terbentuknya citra perusahaan di mana peninjauan dilakukan terhadap desain untuk memaksimalkan fungsi, serta interior kantor yang disarankan untuk dibuat seefisien mungkin. Sementara itu analisa terhadap citra hotel dengan sentuhan budaya Jawa dilakukan oleh Paramita dan Wardoyo (2015) dan menghasilkan kesimpulan berupa konsep bisnis hotel dengan kombinasi desain kontemporer budaya Jawa sangat baik untuk diaplikasikan di Indonesia, suasana tersebut membantu menghidupkan suasana modern serta elegan dan eksklusif terhadap citra hotel. Analisis peranan elemen desain terhadap atmosfer di ruang tunggu CIP lounge bandara dilakukan oleh Permatasari dan Nugraha (2020) yang menghasilkan konklusi bahwa desain interior serta elemennya adalah pembentuk urang yang mempengaruhi suasana serta menjadi citra dan identitas ruang tunggu bandara karena dapat dihubungkan dengan gaya dan fungsi area. Husain, dkk. (2011) melakukan analisis perbandingan atmosfer antara gerai minimarket waralaba dan non waralaba dan menemukan faktor perbedaan dalam produk serta layanan. Berdasarkan kajian tersebut, analisis mengenai citra dan pengalaman yang diciptakan melalui tata dan kelola interior dapat diaplikasikan terhadap *pet shop* di Kota Bandung. Hal ini dikarenakan *pet shop* di Kota Bandung memiliki potensi menarik untuk dikaji sebab merupakan ruangan multifungsi yakni sebagai penyedia kebutuhan hewan dan rekreasi. Sifat multifungsi yang dimiliki menjadi pembeda dari ruang lain yang pernah di kaji sebelumnya. *Pet shop* yang dipilih adalah Pet Distro dan Rumah Guguk yang memenuhi syarat ruang multifungsi tersebut.

*Pet center* diambil dari kata *pet* yaitu hewan peliharaan dan *center* adalah pusat dan menurut KBBI, jika digabungkan sebagai toko yang menyediakan barang-barang untuk hewan peliharaan, termasuk perlengkapan, perawatan, kesehatan, dan pelatihan untuk hewan, semuanya berada di satu tempat. Setiap pet center memiliki ciri khas tertentu untuk menarik pengunjung, salah satunya adalah fasilitas dan suasana ruang (nuasa) yang di tawarkan.

Nuansa atau atmosfer adalah keadaan sekitar lingkungan yang ditransformasikan ke dalam elemen desain seperti warna, cahaya, material yang dilihat dari dinding, lantai dan *ceiling* atau langit-langit ruang. Hal tersebut yang dapat menciptakan keindahan ruang. Nuansa dapat dialami oleh manusia karena telah di tangkap oleh indera manusia, baik secara visual maupun rasa. Nuansa ruang juga dapat menjadi media komunikasi visual melalui pencahayaan, warna, ataupun wewangian/ bau khas yang tentu saja dapat mempengaruhi



pengalaman individu di dalamnya. Ketiga elemen tersebut diyakini mampu menghadirkan ruang yang intimate atau membantu menciptakan keterikatan individu di dalamnya dengan ruang tersebut atau seringkali disebut dengan *spatial engagement* (Darmayanti, 2017). Keadaan tersebut penting di hadirkan terutama pada sebuah bisnis ritel, karena dapat mendorong keinginan pengunjung untuk melakukan kegiatan transaksi atau pembelian (Utami, 2006:238). Terdapat elemen nuansa yang dapat dilihat dari sebuah toko, yaitu *Exterior* (bagian depan toko) yaitu bagian depan toko harus menciptakan kesan yang menarik. Untuk mencerminkan identitas yang juga harus bersifat meyakinkan dan menciptakan kepercayaan. Di samping itu, lambang-lambang yang dipasang di sana harus menunjukkan spirit perusahaan dan menggambarkan jenis kegiatan yang dilakukan di dalamnya. Dengan demikian, bagian depan dan luar dapat berfungsi sebagai identifikasi atau tanda pengenalan. Selain itu ada *General interior* maksudnya, ketika konsumen yang memasuki toko harus merasa senang dan nyaman. Ini dapat dicapai dengan menggunakan warna dinding toko yang menarik, musik yang menenangkan, serta bau dan udara segar di dalam toko. Elemen terakhir adalah *Store layout* (tata letak) adalah ada rencana untuk mengatur lokasi dan pengaturan akses Jalan/gang dalam toko agar lebih luas dan mudah untuk dijelajahi.

Berdasarkan penjelasan di atas maka tujuan penelitian ini untuk mengkaji pengalaman ruang interior *pet shop* dari perspektif manusia dan penerapan interior *pet shop* yang berpengaruh terhadap aktivitas multifungsi di dalamnya. Oleh karena itu, terbentuklah pertanyaan penelitian sebagai berikut: 1. Apa saja elemen yang mempengaruhi pengalaman ruang *pet shop*?

## **METODE PENELITIAN**

Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif karena tepat untuk menjelaskan dan memahami peristiwa, perilaku, sikap, keyakinan, dan pandangan dari individu atau kelompok. Pengumpulan data yang dilakukan yakni *survey* dan wawancara terhadap beberapa pengunjung *pet shop* yaitu Pet Distro dan Rumah Guguk di Bandung. Pet Distro beralamat Jl. Sukajadi No.218, Pasteur, Kec. Sukajadi, Kota Bandung, Jawa Barat 40141. Rumah Guguk beralamat Jl. Pada Lestari No.23, Isola, Kec. Sukasari, Kota Bandung, Jawa Barat 40154. Mengapa kedua studi kasus di pilih, dilihat dari lokasi, keduanya terletak di tempat yang strategis dengan adanya halaman parkir motor dan mobil yang cukup luas. Selain itu, memiliki fasilitas utama seperti area penjualan keperluan peliharaan, area *grooming*, dan area hiburan yaitu tempat bermain peliharaan yang terletak di lantai 1, dan dilengkapi juga dengan 1 toilet untuk manusia. Selain itu, keduanya sudah memiliki citra sebagai penyedia kebutuhan hewan dan area wisata yang mampu memberi kesan bagi konsumen pecinta hewan dengan nuansa ruang yang menarik melalui penataan ruang yang dekoratif. Supaya pembahasan lebih baik, dilakukan *exploratory literature* dari media sosial dan artikel jurnal (Kristie, Darmayanti, & Kirana, 2019).



**Gambar 1.** Foto Fasad Kedua *Petshop* – Pet Distro (kiri) dan Rumah Guguk (kanan)

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada tabel 1 memperlihatkan pengumpulan data dari hasil wawancara yang telah dilaksanakan pada tanggal 3-4 Oktober 2022. Kegiatan tersebut mendapatkan hasil pendapat dari informan yang meliputi kategori interior, dengan elemen warna, suhu udara, pencahayaan dan material; layout dengan elemen jarak, display, pembagian area dan letak kasir; dan penanda yang meliputi dekorasi dan tanda petunjuk. Hasil wawancara digunakan untuk mendukung pembahasan.

**Tabel 1.** Hasil Wawancara tentang Elemen di Kedua toko: Pet Distro (PD) & Rumah Guguk (RG)

Kategori	Elemen	Hasil
Interior	Warna Interior	Baik
	Suhu Udara	Baik
	Cahaya	Sangat Baik
	Pemilihan Material	Baik
Store Layout	Jarak Furniture	Sangat Baik
	Display Produk	Sangat Baik
	Pembagian Ruang	Sangat Baik
	Penempatan Kasir	Sangat Baik
Interest Display	Dekorasi Pet Shop	Sangat Baik
	Tanda Petunjuk	Baik

## Pembahasan



Kedua *pet shop* memiliki konsep material yang serupa, seperti menggunakan material kayu dan besi untuk *display* sedangkan untuk lantai menggunakan keramik dan kayu, serta dindingnya menggunakan cat atau *wall paper* dengan warna netral yang berkesan natural. Pemilihan tersebut berdasarkan pada kemudahan dalam perawatan tanpa mengesampingkan keindahan. Ruang juga di dekorasi dengan menarik selain sebagai daya tarik pengunjung, juga untuk kenyamanan dalam proses pembelian produk. Selain itu, ruang di ciptakan agar peliharaan nyaman berada di dalam ruang (gambar 2 & 3).



**Gambar 2.** Foto interior Pet Distro bandung



**Gambar 3.** Foto interior rumah guguk bandung

Walaupun menggunakan konsep material yang serupa, nuansa atau atmosfer yang diberikan adalah berbeda karena pencahayaan, warna dan dekorasi yang berbeda. Pengunjung dari kedua petshop ini juga merasakan suasana yang berbeda.

*“Suasana di Pet Distro lebih terasa formal dibandingkan dengan Rumah Guguk, mungkin karena layout dan pemilihan warna ya”* (Informan 1)

Berikut merupakan tabel yang menyajikan elemen dan material kedua *pet shop*:



**Tabel 2.** Elemen Pembentuk Ruang: Pet Distro (PD) & Rumah Guguk (RG)

ELEMEN PEMBENTUK RUANG	MATERIAL
LANTAI	PD: Keramik putih
	RG: Keramik & kayu
DINDING	PD: Dominan menggunakan finishing cat berwarna putih & finishing kayu berwarna coklat.
	RG: warna-warna natural, wall paper bermotif batu bata terakota dengan berbagai dekorasi dinding.
PLAFON	PD: Gypsum finishing cat berwarna putih dan lampu LED.
	RG: berwarna <i>cream</i> dengan pencahayaan general.

Berdasarkan pendapat dari salah satu informan (informan 1), diketahui bahwa warna memberikan pengaruh pada ruang. Pernyataan tersebut didukung oleh Marsya dan Anggraita (2016) yang mengatakan bahwa warna merupakan stimulus visual yang berpengaruh pada psikologi *user* (Marsya & Anggraita, 2016:50). Warna lantai, dinding dan langit-langit yang digunakan di *petshop* merupakan perpaduan warna terang dan gelap. Pemilihan warna keduanya bertolak belakang. Pet Distro menampilkan suasana dingin (*cold*) dengan pemilihan warna putih dan abu-abu, sementara Rumah Guguk menampilkan suasana hangat (*warm*) dengan pemilihan warna cokelat dan *cream* dan hijau. Hasil wawancara menunjukkan pemilihan warna pada kedua toko memberikan pengalaman ruang baik dan menarik oleh sebagian besar pengunjung, walaupun memberikan suasana yang berbeda. Lantai, dinding dan langit-langit memiliki tekstur material yang halus sehingga memantulkan lebih banyak cahaya. Honggowidjaja (2003:10) menyatakan adanya cahaya mampu menonjolkan elemen yang disinari seperti pola, warna, tekstur daya serap, pantul sinar serta permukaan bidang lain. Bahan lantai, yang disesuaikan dengan pencahayaan ruang dengan material mengkilap dan karenanya menyerap lebih banyak cahaya. Kombinasi warna, tekstur, dan bahan di kedua *petshop* ini terdistribusi secara merata karena sebagian memantulkan dan menyerap cahaya. Kombinasi tersebut membentuk suatu kesatuan atmosfer dan suasana yang baik.

Kedua *petshop* ini memiliki suasana ruang yang menarik. Berman dan Evan (2007:454) berpendapat atmosfer toko digunakan untuk membangun suatu citra dan menarik pelanggan dengan menampilkan karakteristik fisik toko sehingga kedua *petshop* tersebut ingin memberikan suasana yang nyaman bagi hewan maupun pemilik (konsumen). Pernyataan didukung dengan hasil wawancara yang menyatakan bahwa pengunjung merasa setuju dan puas dengan pengalaman ruang yang diberikan kedua *pet shop*, dibuktikan dengan



nilai baik pada kategori pemilihan warna menarik, suhu udara yang nyaman, pencahayaan yang mendukung suasana dan pemilihan material *pet shop*.

### ***Analisa Store Layout***

Desain toko terbagi pada beberapa area yaitu area penjualan, area *grooming* peliharaan, kasir dan area bermain/menunggu peliharaan dan pengantar. Semua area memiliki fungsi dan pengalaman yang berbeda. Ada pengalaman yang menarik bagi salah satu informan (pengunjung) yaitu adanya perbedaan wewangian atau bau khususnya di area *grooming* (tempat memandikan peliharaan) dan area penjualan produk. Area *grooming* memiliki wangi khas shampoo atau sabun peliharaan. Sedangkan area penjualan memberikan aroma khas makanan peliharaan. Hal tersebut secara tidak langsung dapat memberikan “identitas” ruang yang diidentifikasi oleh indera penciuman (hidung).



**Gambar 4.** Foto interior pet store Rumah Guguk



**Gambar 5.** Foto interior pet store Pet Distro



Kedua *pet shop* memiliki tata ruang cukup baik ditinjau dari studi survei dan hasil wawancara. Tata letak bertujuan menciptakan suasana agar konsumen merasa nyaman berlama-lama di toko dan dipicu oleh hasrat untuk berbelanja.

Berdasarkan observasi, kasir diletakan pada area masuk dan berada di tengah toko mempermudah bagi konsumen untuk bertransaksi juga berintraksi kepada karyawan, penataan *display* produk dibentuk dalam klasifikasi kategori produk sehingga memudahkan konsumen dalam pemilihan barang. Dalam fungsinya sebagai toko penyedia kebutuhan hewan, atmosfir yang terbentuk melalui pemilihan warna, elemen dan material dapat mempengaruhi tingkat konsumsi pelanggan di mana dengan kenyamanan dan keamanan yang diberikan pengalaman konsumen mulai terbentuk dan berlanjut pada keinginan untuk berbelanja. Atmosfir yang baik juga dikatakan mampu membuat pengunjung menghabiskan waktu lebih lama sehingga berpengaruh pula terhadap fungsinya sebagai tempat wisata. Menurut Fuad dan Sri (2014:67), elemen atmosfir toko seperti eksterior, interior, tata letak, dan display interior dapat menciptakan rasa aman dan nyaman bagi konsumen, yang akan meningkatkan kesempatan mereka untuk menghabiskan lebih banyak waktu dan berbelanja. Di sisi lain, atmosfir toko memiliki efek yang signifikan dan nilai yang positif terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan, tata letak kedua *pet shop* sudah cukup baik yang dibuktikan dengan nilai kepuasan yang besar pada kategori jarak *furniture*, penataan *display* produk, pembagian ruang serta penempatan kasir.

## SIMPULAN

Pet Distro dan Rumah Guguk yang berlokasi di Bandung merupakan *pet shop* dengan fungsi ruang sebagai toko penyedia kebutuhan hewan dan area hiburan dalam satu tempat. Pet Distro maupun Rumah Guguk telah memiliki elemen dan tata letak yang baik didasarkan pada studi survei, observasi, dan wawancara terhadap pengunjung. Pengalaman ruang berdasarkan persepektif manusia-nya juga memberikan persepsi yang positif dengan perbedaan atmosfer ruang yang dipengaruhi oleh elemen warna, bau, pencahayaan, material yang dipilih dan layout ruang.

Atmosfer dan pengalaman ruang yang tercipta dari kedua *pet shop* sebagai ruang multifungsi memberikan rasa aman dan nyaman sehingga pengunjung betah untuk berlama-lama dan pada akhirnya menjadi strategi pemasaran toko dan area hiburan.

## RUJUKAN

- Anggraini, N. (2006). PERANAN GAYA DESAIN INTERIOR DALAM MEMBENTUK CITRA PERUSAHAAN. *Jurnal Rekayasa Perencanaan*, 3(1).
- Berman, B., Evans, J. R. (2007). *Retail management: A strategic approach* (10th ed.). New Jersey: Prentice Hall Inc.
- Darmayanti, Tessa. E. (2017). Third Space within the Gates of Rumah Peranakan at Chinatown Area, Lasem, Central Java, Indonesia: 5th PSU-USM International Conference on Art and Sciences, 8-9 August 2017, Phuket, Thailand, 73-82.





- Fuad, M., & Hadiati, S. (2014). Atmosfir Toko Sebagai Strategi Mempengaruhi Emosi Belanja Konsumen. 3(April), 1–14.
- Gera, L., & Kusumowidagdo, A. (2020). Pengaruh Atmosfer Pada Desain Interior Cafe Kelana. *SEMINAR NASIONAL ENVISI 2020 : INDUSTRI KREATIF*, 187-198.
- Hidjaz, T. (2004). Terbentuknya Citra Dalam Konteks Suasana Ruang. *Dimensi Interior*, 2(1), 51–65.
- Kristie, S., Darmayanti, T. E., & Kirana, S. M. (2019). MAKNA MOTIF BATIK PARANG SEBAGAI IDE DALAM PERANCANGAN INTERIOR. *Aksen*, 3(2), 57-69
- Laksmi, T., & Wardoyo, R. A. (2015). Desain Interior Four Points Solo untuk Menampilkan Citra Hotel Bisnis Elegan. 4(2), 16–21.
- Marsya, I. H., & Anggraita, A. W. (2016). Studi Pengaruh Warna pada Interior Terhadap Psikologis Penggunanya, Studi Kasus pada Unit Transfusi Darah Kota X. *Jurnal Desain Interior*, 1(1), 41. <https://doi.org/10.12962/j12345678.v1i1.1461>
- Permatasari, R. C., & Nugraha, N. E. (2020). Peranan Elemen Desain Interior Dalam Membentuk Atmosfer Ruang Tunggu CIP Lounge Bandara. *Dewa Ruci: Jurnal Pengkajian Dan Penciptaan Seni*, 15(2), 59–70. <https://doi.org/10.33153/dewaruci.v15i2.3027>
- Pradana, N. R. (2019). Pengaruh Store Atmosfer Terhadap Keputusan. *Skripsi*.
- Pratiwi, S. D. (2015). Perancangan Interior Pada Pet Care. 1-7.
- Ruci, D. (2020). Peranan Elemen Desain Interior dalam Membentuk Atmosfer . *Jurnal Pengkajian dan Penciptaan Seni*, 59-70.
- Stephanus P. Honggowidjaja. (2003). Pengaruh Signifikan Tata Cahaya Pada Desain Interior. *Dimensi Interior*, 1(1), 1–15. <http://puslit2.petra.ac.id/ejournal/index.php/int/article/view/16030>
- Wicaksono, F. A., & Trisnawan, D. (2013). Pengalaman Ruang Melalui Persepsi Visual Terhadap. *FT UI*.
- Widyanto, A. I., Yulianto, E., & Sunarti. (2014). Pengaruh Store Atmosfer Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)/Vol. 14 No. 1*, 1-6.
- Zainuri, A. (2017). Pengaruh Tata Letak Toko, Displai Interior, Lokasi. 1-16.



AKSARA: Jurnal Ilmu Pendidikan Nonformal  
P-ISSN [2407-8018](#) E-ISSN [2721-7310](#) DOI prefix [10.37905](#)  
Volume 09 (2), May 2023  
<http://ejurnal.pps.ung.ac.id/index.php/Aksara>