

## 2. TINJAUAN DATA

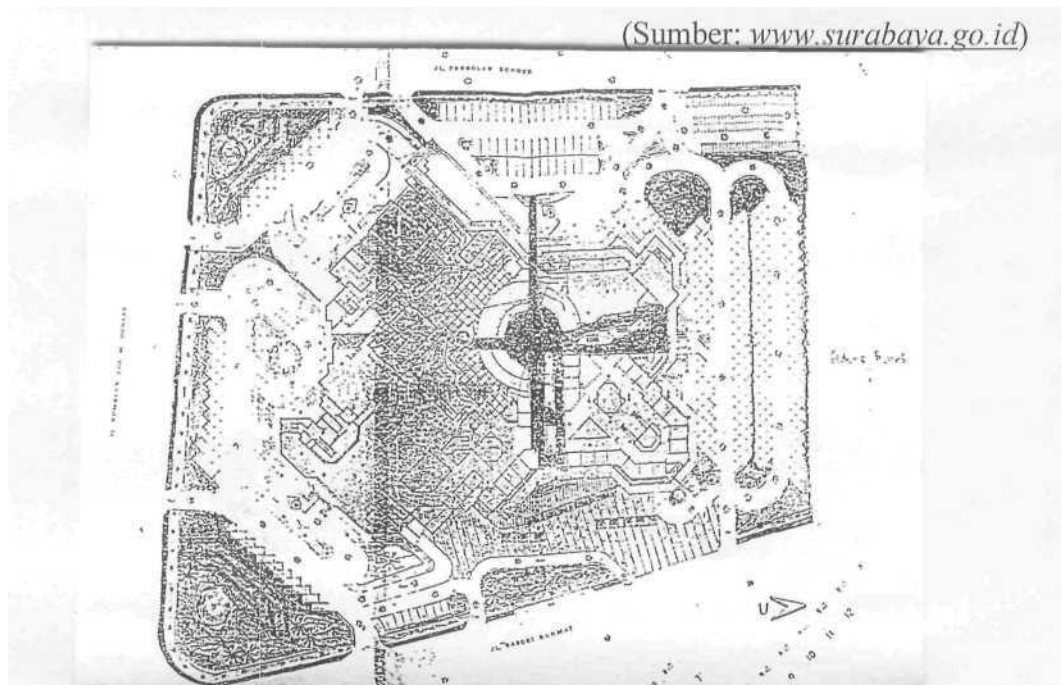
### 2.1. Data Fisik Tapak dan Bangunan

Data luar bangunan yang digunakan di dalam perancangan adalah sebagai berikut:

- Batas wilayah utara : Gedung BUNAS
- Batas wilayah selatau : jalan Kombes Pol.M.Duryat
- Batas wilayah timur : jalan Basuki Rahmat
- Batas wilayah barat : jalan Pregolan Bunder
- Lokasi : jalan Basuki Rahmat
- Kelurahan : Tegalsari
- Kecamatan : Tegalsari
- Kotamadya : Surabaya
- Propinsi : Dati I Jawa Timur

(Sumber: *Tugas akhir arsitektur, Perancangan bangunan multifungsi di Surabaya*)

- Suhu udara rata-rata : 22,1°C-33,5°C
- Kelembaban udara rata-rata : 47%-88%
- Tekanan udara rata-rata : 925,7

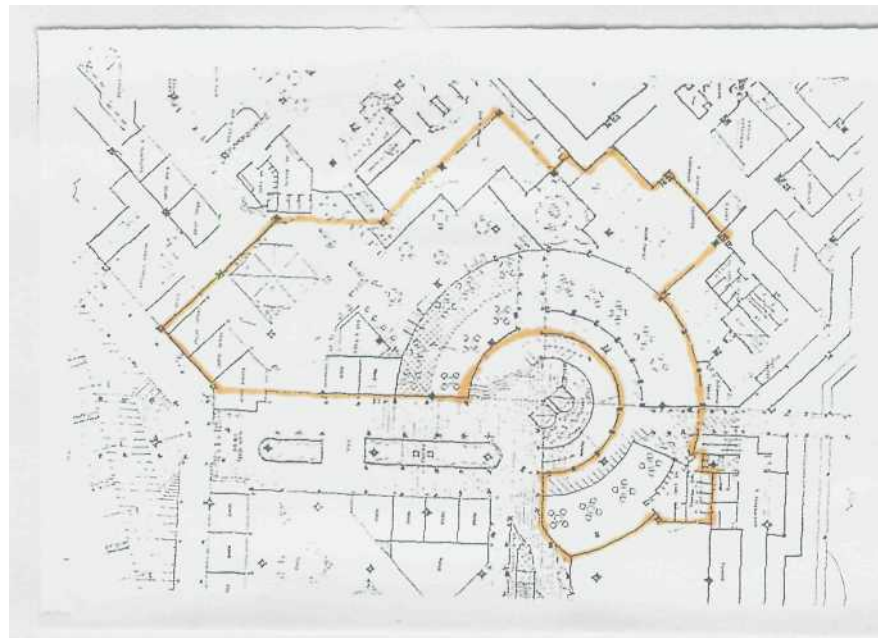


**Gambar 2.1. Site Plan Bangunan**

Sedangkan data dalam bangunan yang digunakan dalam perancangan, adalah sebagai berikut:

- Batas utara : jalan sirkulasi gedung utama
- Batas selatan : toko
- Batas timur : bagian luar bangunan
- Batas barat : area servis bangunan
- Letak lokasi berada di Jantai 1 dari bangunan

(Sumber -. *Tugas akhir arsitektur, Perancangan bangunan multifungsi di Surabaya*)



**Gambar 2.2. Denah Bangunan**

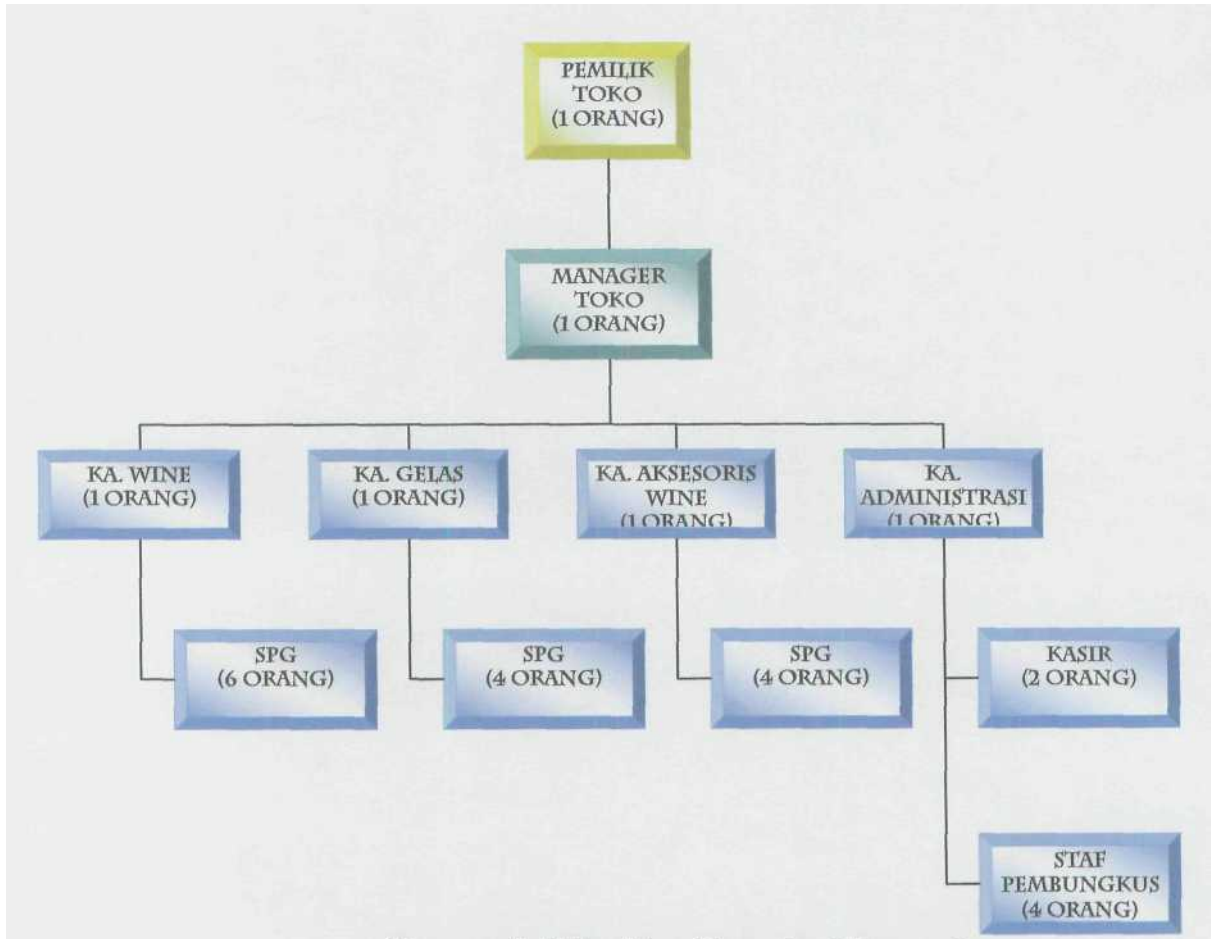
## 2.2. Data Pemakai

Pemakai ruangan terdiri dari pegawai dan pengunjung. Masing-masing memiliki karakteristik dan kebutuhan yang berbeda. Pegawai berjumlah  $\pm$  8 orang. Sedangkan pengunjung jumlahnya tidak dapat ditentukan secara pasti karena menyangkut minat pasar serta kondisi ekonomi global secara keseluruhan.

(Sumber: *Hasil survey*)

### 2.2.1. Struktur Organisasi Pegawai

Secara umum, struktur organisasi yang digunakan oleh sebuah *wine house* adalah sebagai berikut:



**Diagram 2.1. Struktur Organisasi Pegawai**

(Sumber: Hasil survey)

### 2.2.2. Pola Aktivitas Pemakai

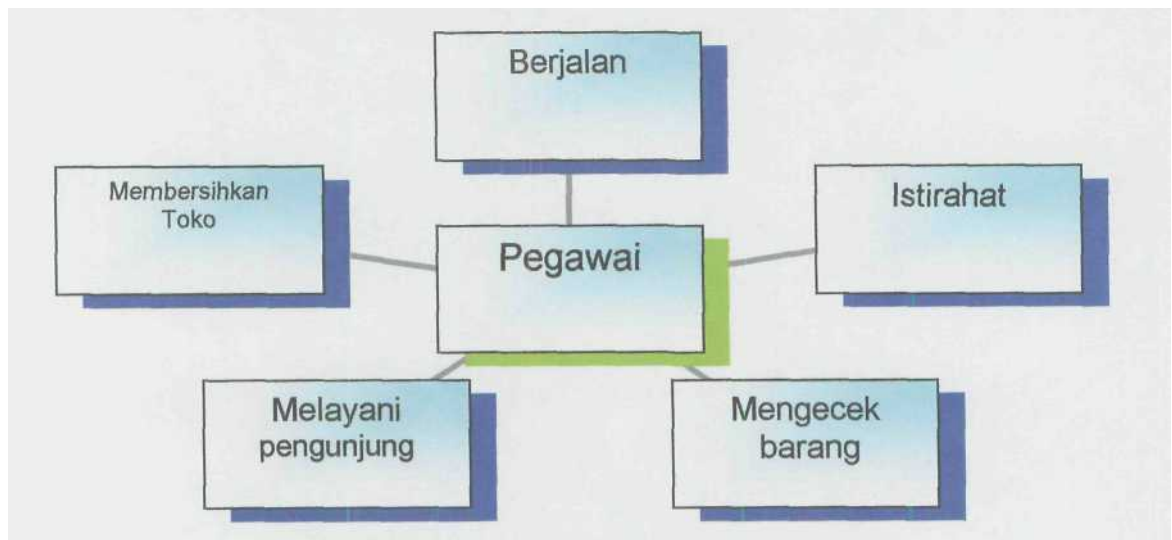
Aktivitas pengguna ruang toko minuman terdiri atas aktivitas pengunjung dan aktivitas pegawai toko. Pola aktivitas pengunjung antara lain adalah sebagai berikut:



**Diagram 2.2. Pola Aktivitas Pengunjung**

(Sumber: Hasil survey)

Sedangkan pola aktivitas pegawai toko adalah sebagai berikut:



**Diagram 2.3. Pola Aktivitas Pegawai Toko**

(Sumber: Hasil Survey)

### 2.2.3. Latar Belakang Perilaku Pemakai

Pola aktivitas pemakai yang telah terdapat di atas disebabkan karena wine didisplay secara vertical. Hal ini menyebabkan orang yang melihat pada posisi berdiri atau jongkok. Selain itu pengunjung akan membaca keterangan yang terdapat di bagian bawah label wine untuk mencari wine dengan karakter yang sama seperti dengan keinginannya.

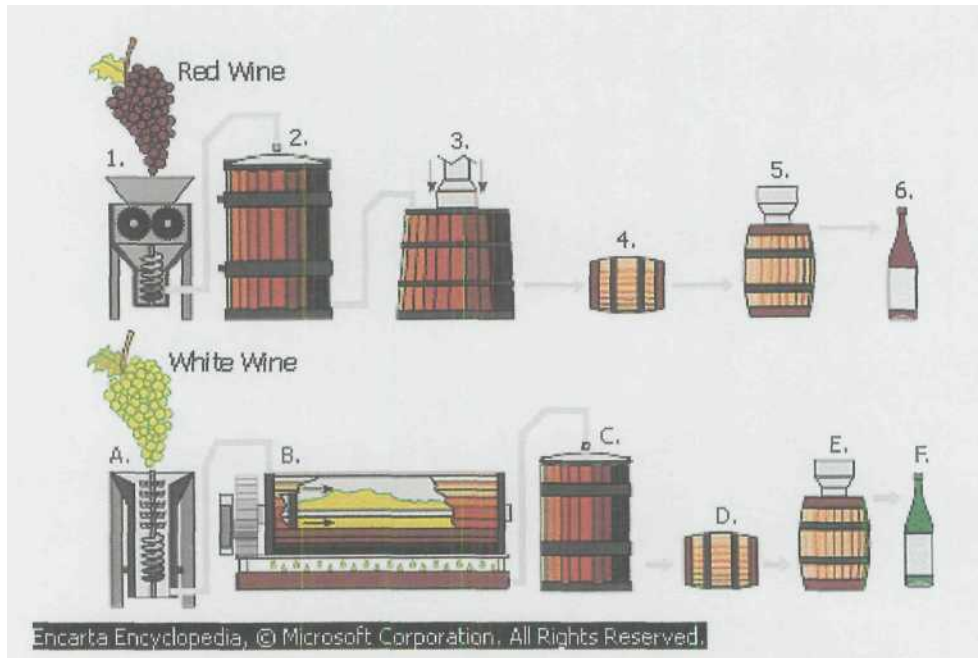
## 2.3. Data Literatur

### 2.3.1. Data tentang *wine*

- *Wine* adalah minuman beralkohol yang terbuat dari sari buah anggur. Selama masa fermentasi, mikroorganisme satu sel yang disebut ragi, mencerna gula yang terdapat di dalam sari buah sehingga menghasilkan alkohol dan gas karbondioksida. Meskipun anggur adalah buah yang paling sering digunakan untuk membuat *wine*, *wine* juga bisa dibuat dari hasil fermentasi sari buah yang lain seperti pear, apel, beri dan bahkan bunga seperti gandelion. Pada umumnya *wine* mengandung 85-89% air, 10-14% alkohol, sisanya aroma dan rasa dalam jumlah yang sedikit sampai dengan 100%. Karakteristik *wine* (rasa dan baunya) berasal dari banyak faktor yaitu jenis buah anggur yang dipakai,

dimana buah anggur tersebut tumbuh dan teknik produksi yang digunakan oleh produsen anggur atau *enologist*.

- Proses pembuatan *wine* adalah sebagai berikut;



**Gambar 2.3. Proses Pembuatan Wine**

Untuk *red wine* (anggur merah), yaitu :

1. Anggur merah dimasukkan ke dalam alat yang disebut *mechanical destemmer-crusher*. Alat ini digunakan untuk memeras sari buah anggur dan membuang ranting-ranting yang masih melekat pada anggur.
2. Sari anggur beserta kulitnya (*must*) dimasukkan ke dalam tong untuk difermentasi selama  $\pm 14$  hari. Disini ragi akan mengubah rasa manis dari anggur menjadi alkohol dan gas karbondioksida.
3. Setelah mengalami proses fermentasi, sari anggur ini telah berubah menjadi *wine*. *Wine* disaring untuk memisahkan *wine* dari kulit dan bijinya.
4. Hasil saringan dimasukkan ke dalam barel yang terbuat dari kayu oak. Di sini *wine* tetap akan mengalami *fermentasi* untuk memisahkan sari dari residu (*list*). Residu akan mengendap di bagian bawah barel. Kemudian sari anggur diambil dipisahkan dari residu.

5. Sari anggur yang benar-benar bersih dipindahkan lagi ke dalam barel kosong.
6. Setelah itu *wine* dimasukkan ke dalam botol-botol *wine* dan ditutup rapat menggunakan penutup kayu.

\

Untuk *white wine* (anggur putih), yaitu :

1. Anggur kuning keemasan dimasukkan ke dalam alat yang disebut *mechanical destemmer-crusher*. Alat ini digunakan untuk memeras sari buah anggur dan membuang ranting-ranting yang masih melekat pada anggur.
2. Hasil dari *mechanical destemmer-crusher* dimasukkai ke dalam mesin pres untuk memisahkan anggur dari kulitnya. Setelah itu sari anggur yang benar-benar bersih dimasukkan ke dalam tong.
3. Sari anggur dimasukkan ke dalam tong untuk difermentasi selama  $\pm 14$  hari. Disini ragi akan mengubah rasa manis dari anggur menjadi alkohol dan gas karbondioksida.
4. Hasil saringan dimasukkan ke dalam barel yang terbuat dari kayu oak. Di sini *wine* tetap akan mengalami fermentasi untuk memisahkan sari dari residu (*Jist*). Residu akan mengendap di bagian bawah barel. Kemudian sari anggur diambil dipisahkan dari residu.
5. Sari anggur yang benar-benar bersih dipindahkan lagi ke dalam barel kosong.
6. Setelah itu *wine* dimasukkan ke dalam botol-botol *wine* dan ditutup rapat menggunakan penutup kayu.

(Sumber : Microsoft ® Encarta ® Encyclopedia 2002)

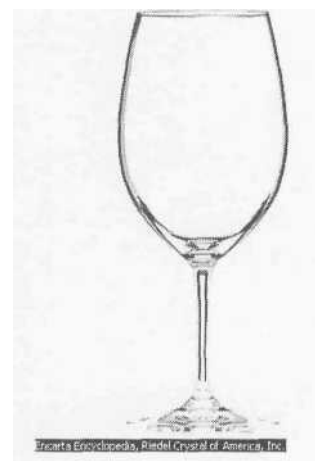
*Wine* merupakan jenis minuman yang diminum dengan menggunakan gelas khusus. Gelas *wine* berbeda untuk setiap tipe *wine*. Jenis gelas yang ada adalah sebagai berikut:

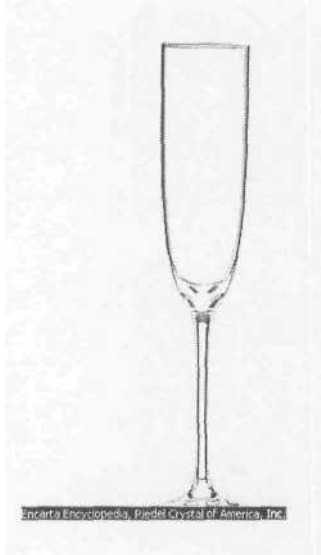
- Gelas ini dikenal dengan nama *white wine glass*.
- Digunakan untuk menyajikan *White wine* (anggur putih).
- Ukurannya lebih kecil dibandingkan gelas untuk *red wine* karena biasanya *white wine* disajikan dingin. Dengan ukuran gelas yang lebih kecil maka suhu dingin akan bertahan lebih lama.



- Gelas ini dikenal dengan nama *Sniffler*.
- Gelas ini digunakan untuk menyajikan *wine* jenis *brandy* atau *cognac*.
- Bentuknya menyerupai balon agar pas saat dipegang dalam genggaman tangan. Cara memegang seperti ini akan membantu menghangatkan cairan yang ada di dalamnya. Cara ini digunakan untuk meningkatkan karakteristik dari *wine* yang diminum.

- Gelas ini dikenal dengan nama *Bordeaux Wine Glass*.
- Gelas ini digunakan untuk menyajikan wine jenis *cabernet sauvignon (redwine)*.
- Bentuknya digunakan untuk meminimalkan rasa pahit yang disebabkan adanya kandungan *tannin* yang terdapat dalam *red wine* jenis ini.
- Bagian bawah gelas dibuat lebar untuk menonjolkan kompleksitas aroma dari *wine*.





- Gelas ini dikenal dengan nama *Champagnes Flute*.
- Gelas ini digunakan untuk menyajikan *sparkling wine*.
- Bentuknya yang ramping dan tinggi digunakan untuk menunjukkan gelembung-gelembung yang naik ke permukaan.
- Bagian bibir gelas dibuat sempit untuk memperlambat pengeluaran gelembung sehingga pada saat wine diminum rasanya masih renyah.

- Gelas ini dikenal dengan nama *Burgundy Wine Glass*.
- Gelas ini penggunaannya sama seperti *Bordeawc Wine Glass*.
- Gelas ini digunakan untuk menyajikan *wine* jenis *full bodied wine* seperti *carbenet sauvignon* dan *zinfandel*.



(Sumber : Microsoft ® Encarta ® Encyclopedia 2002)

> Secara umum ada tiga jenis wine, yaitu :

- *Table wine (natural wine)*
  - Merupakan jenis *wine* yang terbanyak di pasaran.
  - Jenis ini diminum sebagai pelengkap makanan.
  - Kandungan alkohol 10%-14%.
  - Pada jenis ini gas karbondioksida hasil fermentasi dikeluarkan.
  - Contoh *winc* : *Chardonay*, *carbenet sauvignon*, *merlot*, *riesling*.

- *Sparkling wine*
  - Berasal dari jenis *table wine* yang difermentasi kembali dengan menambahkan gula dan ragi.
  - Pada *wine* ini gas karbondioksida tidak dikeluarkan untuk menghasilkan gelembung dan rasa yang renyah.
  - Contoh *wine* : *champagnes*.
- *Fortified wine*
  - Diminum pada saat sebelum atau sesudah makan (tidak pada saat makan).
  - Kandungan alkohol lebih tinggi 5%-10% dari *table wine*.
  - Contoh *wine* : *port, sherry, brandy* dan *cognac*.

(Sumber : Microsoft ® Encarta ® Encyclopedia 2002, Encyclopedia Britannica)

- > Cara penyimpanan *wine* agar tetap berkualitas baik adalah sebagai berikut:
- Suhu penyimpanan  $\pm 16^{\circ}\text{C}$  (*red wine*) dan  $\pm 4^{\circ}-10^{\circ}\text{C}$  (*white wine*).
  - Tidak diperkenankan menggunakan cahaya yang sangat terang yang mengarah langsung ke *wine*.
  - Suhu ruangan tidak boleh berubah secara drastis dalam waktu yang singkat.
  - Botol *wine* tidak boleh mengalami guncangan (dikocok).

(Sumber : Microsoft ® Encarta ® Encyclopedia 2002, Encyclopedia Britannica)

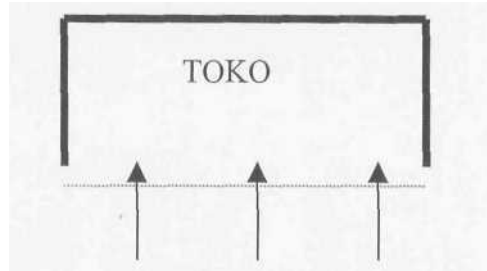
### 2.3.2. Data tentang *retail shop* secara umum

- > Hal- hal yang perlu diperhatikan untuk mendesain sebuah *toko* adalah :
- Mengetahui dengan jelas apa saja yang akan dijual oleh toko tersebut.
  - Toko harus dapat menarik perhatian pengunjung dan membuatnya mau masuk ke dalam toko.
  - Tata layout toko harus dapat membuat pengunjung merasa nyaman dan betah. Ini dapat dilakukan dengan mengelompokkan barang yang dijual sesuai dengan karakteristiknya sehingga pengunjung dapat dengan mudah menemukan barang yang dicari dan mudah untuk dijangkau pembeli. Sistem utilitas juga sangat penting untuk membantu menciptakan suasana yang nyaman.

(Sumber : *Time-Saver Standards for Building Types, third edition*)

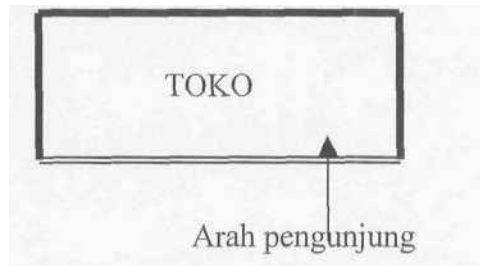
> Pada umumnya ada tiga jenis toko, yaitu :

- Toko yang terbuka (*open space shop*), cirinya :
  1. Tanpa pintu
  2. Pengunjung bebas masuk dari arah manapun
  3. Membuat pengunjung lebih tertarik untuk masuk ke dalam toko



Arah pengunjung

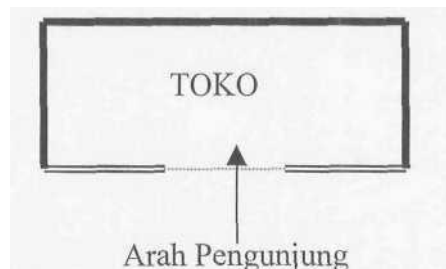
- Toko yang tertutup kaca (*close-non massif'space*), cirinya :
  1. Bagian depan toko tertutup kaca secara keseluruhan
  2. Pintu juga menggunakan bahan kaca
  3. Pengunjung hanya bisa masuk dan keluar dari arah pintu
  4. Pengunjung yang berada didalam toko menjadi merasa eksklusif dan memiliki privasi



Arah pengunjung

Toko yang tertutup kaca sebagian (*semi closed non-masifspace*), cirinya:

1. Bagian depan toko yang tertutup kaca hanya sebagian saja
2. Pintu toko merupakan bagian depan toko yang tidak tertutup oleh kaca (tidak ada pintu khusus)



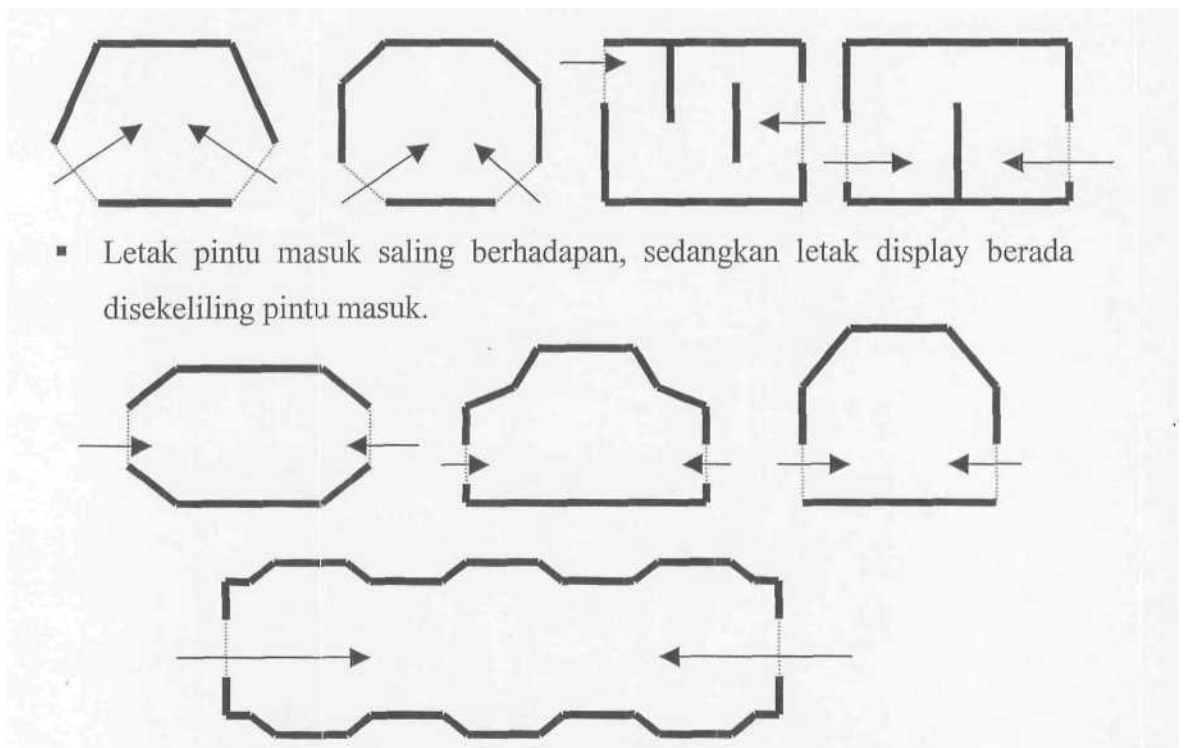
Arah Pengunjung

(Sumber : *Time-Saver Standardsfor Building Types*, 3<sup>rd</sup> ed.)

- > Penempatan sebuah pintu masuk ditentukan oleh :
  - Arus sirkulasi pengunjung yang berada diluar toko.
  - Jumlah lantai yang dimiliki toko (hanya satu lantai atau dua lantai,dsb.)
  - Tata *layout* toko.
  
- > Kriteria sebuah pintu masuk adalah sebagai berikut:
  - Pintu masuk harus mudah dijangkau oleh pengunjung.
  - Pintu masuk ticalak menyulitkan pengunjung yang ingin masuk ke dalam toko.
  - Penempatan pintu masuk sesuai dengan arus sirkulasi di dalam dan di luar toko.
  - Lebar dan tinggi pintu masuk harus disesuaikan dengan peralatan yang digunakan didalam toko baik oleh pengunjung toko maupun oleh karyawan toko itu sendiri.

(Sumber : *Time-Saver Standards for Building Types, third editiori*)

- > Pada umumnya ada dua jenis penataan display toko berkaitan dengan pintu masuk toko yaitu :
  - Pintu masuk berhadapan langsung dengan display.



- Letak pintu masuk saling berhadapan, sedangkan letak display berada disekeliling pintu masuk.

(Sumber: *Time-Saver Standards for Building Types, 3<sup>rd</sup> ed.*)

- Dimensi standar untuk perabot pada toko secara umum adalah sebagai berikut:
  - Menurut *Ernst Neufert*, dapat dilihat pada lampiran.
  - Menurut *Time-Saver Standards for Interior Design and space Planning*, dapat dilihat pada lampiran.
  - Menurut *Time-Saver Standards for Building Types*, dapat dilihat pada lampiran.
  - Menurut *The American Institute of Architectural Graphic Standards*, dapat dilihat pada lampiran.

### 2.3.3. Data tentang Karakteristik Ruang secara Umum

#### > Ukuran ruang

- Ruangan yang terlalu kecil -> kesan ramai, terhimpit
- Ruangan yang terlalu besar -^ kesan tidak terjangkau, kurang privasi, kurang intim

#### y Bentuk ruang

- Proporsi ruang tidak pas -> kesan aneh, terlalu mengganggu
- Perubahan bentuk dinding terlalu banyak -> kesan membingungkan, membuat orang yang berada didalamnya tidak betah lama-lama berada didalamnya walaupun sering dianggap menarik, sulit dalam penataan perabot.
- Perlu diingat bahwa kemungkinan ruangan akan dikunjungi oleh para penyandang cacat. Orang buta sangat tergantung pada dinding untuk menentukan bentuk ruang. Variasi dinding yang terlalu berlekuk-lekuk atau memiliki sudut yang ekstrim akan sangat membingungkan bagi mereka.
- Plafon yang terlalu tinggi -> kesan seperti berada didalam lubang, merasa ditekan oleh dinding-dinding yang berada disekitarnya.
- Plafon terlalu rendah -> kesan seperti berada di jalan yang tak berujung, seakan-akan merasa ada yang akan jatuh dan menimpa kepala.

> Warna dan cahaya

- Terlalu gelap -> membuat orang merasa malas, cemas, keceriaan berkurang.
- Terlalu terang ~> membuat orang merasa diekspose terlalu berlebihan, membuat mata terasa sakit walaupun pada kenyataannya tidak.
- Terlalu banyak menggunakan warna cahaya di dalam satu ruang -> kesan menjengkelkan
- Terlalu sedikit warna cahaya yang digunakan (juga tanpa menggunakan dekorasi ruang) -> kesan monoton, cepat bosan, tidak betah.

> Jendela

- Secara umum orang lebih suka berada didalam ruangan yang memiliki jendela. Hal ini dikarenakan orang membutuhkan kontak secara visual dengan dunia luar.
- Terlalu banyak jendela -^ silau, pengelihatan menjadi terkesan lebih cembung

> Hubungan antar ruang

- Didalatrn sebuah bangunan hendaknya memudalikan seseorang yang ingin mencari sebuah ruang atau barang. Hal ini bisa menggunakan panel petunjuk atau orang yang bertugas memberi petunjuk. Informan harus mudah dilihat oleh pengunjung dan harus dapat mengarahkan dengan jelas. Pengarahan yang berbelit-belit akan menyebabkan pengunjung menjadi bosan dan tidak betah di dalam ruangan.

> Perabot

- Penataan dan bentuk perabot dalam sebuah ruang harus melihat karakteristik desain ruangan. Jika perabot yang digunakan tidak sesuai dengan ruangan yang ada maka hal ini akan menyebabkan perabot menjadi *point of interest* dari ruangan dan orang akan merasa aneh karenanya (perabot terlalu besar, terlalu kecil, bentuk aneh).

- Yang perlu diperhatikan oleh seorang desainer adalah perabot yang digunakan hendaknya memiliki fungsi dalam penggunaannya. Selain itu peletakan perabot hendaknya disesuaikan dengan pola sirkulasi dalam ruang agar tidak menghambatnya.

(Sumber : *Time-Saver Standards for Interior design and Space Planning*)

#### 2.3.4. Data umum tentang toko minuman

- y Lantai area penjualan secara umum dilasi karpet, yang didesain secara khusus dengan bantalan dibawahnya untuk meminimalkan persentasi botol yang jatuh dan pecah. Alternatif lainnya adalah dengan menggunakan lantai keramik yang tidak perlu dipoles (*unfinishing*).
- y Pembagian zone minuman didasarkan pada karakteristiknya. Tiap rak yang memuat minuman harus mempunyai pengontrol temperatur dan kelembaban. Hal ini dikarenakan setiap minuman mempunyai suhu dan kelembaban yang berbeda untuk penyimpanannya.
- r\* Secara umum mekanisme pembelian pada toko minuman adalah pembelian self-service. Cara ini dilakukan dengan menggunakan rak-rak terbuka, tentunya harus ada penjaga toko yang siap membantu pembeli apabila dibutuhkan.
- y Bagian depan toko minuman biasanya terbuka total atau menggunakan jendela yang tembus pandang. Jenis minuman yang didisplay bisa ditutupi dengan bar. Biasanya toko minuman hanya menggunakan satu pintu masuk, kecuali bila toko tersebut ada di dalam pusat perbelanjaan.
- > Minuman harus digolongkan sendiri-sendiri. Misalnya ada bagian sendiri tentang *wine*, ada bagian sendiri tentang bir dan sebagainya. *Wine* lokal, biasanya diletakkan di rak-rak bagian depan, sedangkan untuk *wine* yang berkualitas baik diletakkan pada *wine cellar*, dimana letaknya agak tertutup dan diberi pencahayaan yang rendah. Label-label yang berisi informasi tentang *wine* diletakkan dibagian bawah *wine* yang dimaksud. Lemari pendingin juga perlu digunakan untuk sebab banyak jenis *wine* yang harus disimpan atau

disajikan pada suhu yang rendah. Lemari pendingin itu dibuat tembus pandang agar konsumen tetap bisa memilih-milih *wine* yang diinginkan.

y Untuk jenis minuman bir dan minuman campuran biasanya diletakkan di bagian belakang. Jenis minuman ini juga diletakkan pada lemari pendingin tanpa penutup sehingga dapat langsung diambil oleh pembeli.

V Aksesoris, barang untuk hadiah, atau barang-barang yang mengundang untuk pembelian secara spontan biasanya diletakkan di dekat kasir atau pada tempat yang mudah terlihat dari luar.

> Kasir biasanya terletak di bagian belakang toko. Kasir harus dapat melayani minimal dua pembeli secara bersamaan.

> Pencahayaan diusahakan cukup terang untuk bisa melihat dengan jelas tapi tidak terlalu terang dan tidak terlalu gelap.

> Dimensi ukuran barel, botol *wine*, rak display dapat dilihat pada lampiran. Menurut *The American Institute of Architects, Architectural Graphic Standards*)

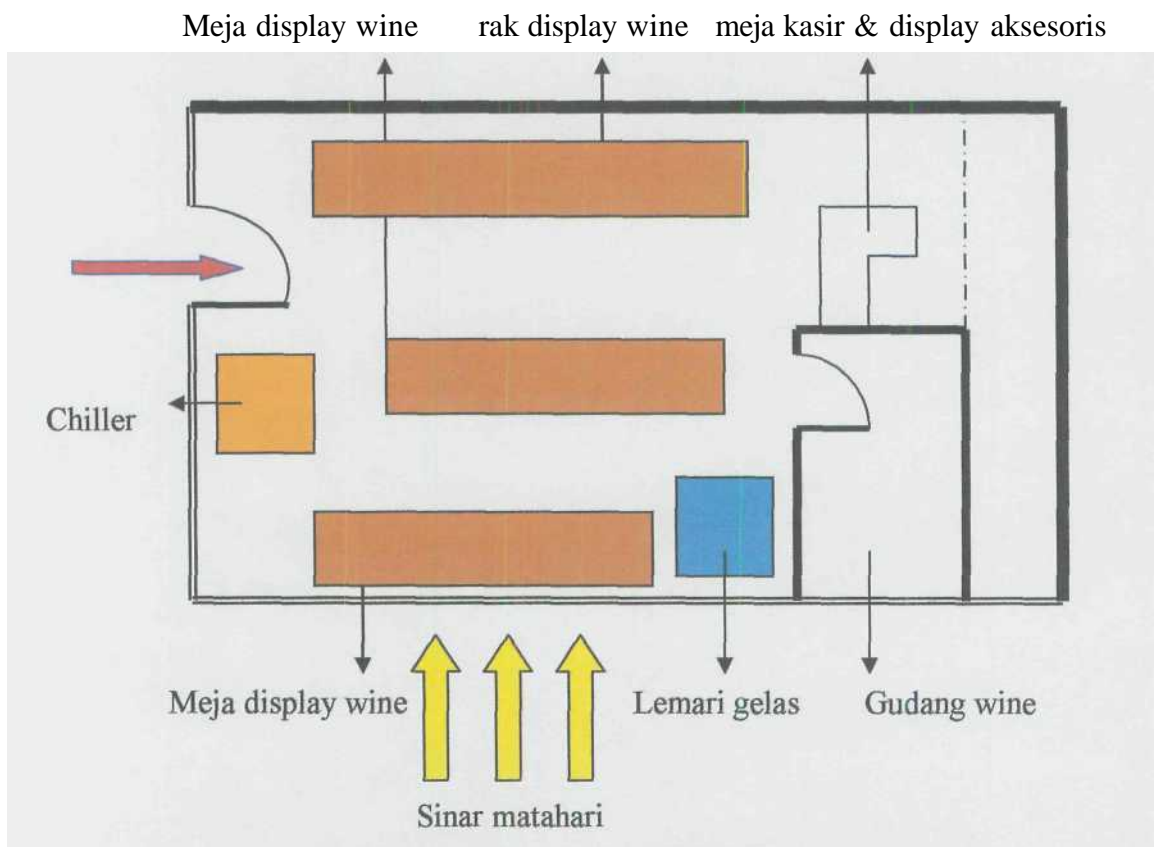
(Sumber : *Time-Saver Standards for Building Types, 3rd ed.*)

## 2.4. Data Survey Lapangan

### 2.4.1. Hasil Survey I

- > Nama Toko : Wine Exclusive Culture
- > Alamat : Jl. Komplek Darmo Park II BIIV/13  
Surabaya
- > Telepon : (031) 5675831
- > Jenis toko : *Commercial space* (Toko yang independent)
- y Barang yang dijual : Wine (red, white, fortified), shaker, gelas wine
- > Luasan :  $\pm 100\text{m}^2$
- > Sistem Pelayanan : Self service (wine), bantuan pegawai toko  
(gelas, shaker)

- > Sistem Pengelompokan barang : Wine (berdasarkan negara asal wine), gelas, perlengkapan lainnya (shaker, pembuka tutup wine)
- > Suasana ruang : area jual tidak mendukung proses penyimpanan wine terutama area dekat jendela yang terekspos sinar matahari langsung, area gudang mendukung proses penyimpanan wine
- > Sistem Pencahayaan : Buatan (80%), alami (20%)
- > Sistem penghawaan : Buatan (AC split)
- > Kekurangan :
  - Informasi didapat hanya jika bertanya
  - Daerah yang terkena sinar matahari langsung tidak diantisipasi
  - Display gelas dan aksesoris lainnya disajikan seadanya
- > Gambar layout toko adalah sebagai berikut:



**Gambar 2.4. Layout Toko Survey I**

> Foto hasil survey dapat dilihat sebagai berikut



**Gambar 2.5.Foto Meja Display Wine**



**Gambar 2.6.Foto Chiller**



**Gambar 2.7.Foto Meja Kasir Sekaligus Display Aksesoris Wine**



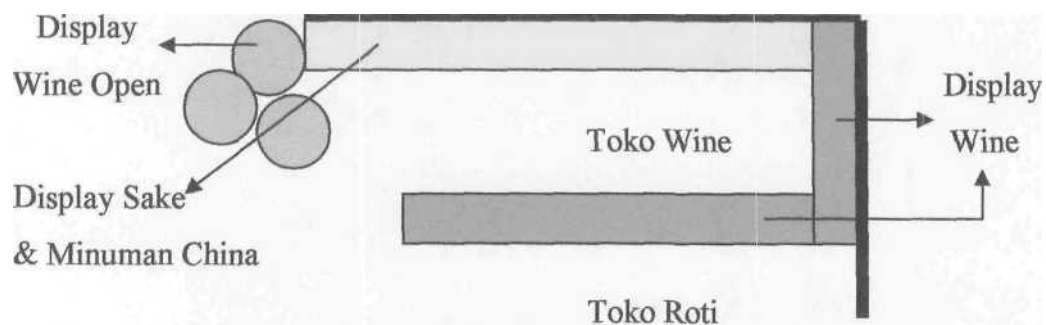
Gambar 2.8.Foto Rak Display Wine Berdasarkan Negara Asalnya



Gambar 2.9.Foto Lemari Display Gelas Wine

#### 2.4.2. Hasil Survey II

- > Nama toko : Papaya Supermarket
- > Alamat : jalan Darmo Permai Selatan No.3 Surabaya
- > Telepon : (031)7340216
- > Jenis toko : Commercial space (toko yang menjadi bagian dari supermarket)
- > Barang yang dijual : Wine (red,white,fort:ified), sake dan minuman beralkohol dari China
- > Luasan :  $\pm 50 \text{ m}^2$
- > Sistem Pelayanan : Self-service dengan bantuan pegawai toko
- > Sistem Pengelompokan Barang : Barang dikelompokkan berdasarkan jenisnya (wine, sake, minuman dari China)
- > Suasana ruang : Mampu menarik perhatian pengunjung supermarket, tapi suasananya tidak mendukung proses penyimpanan wine
- > Sistem Pencahayaan : Buatan (100%)
- > Sistem Penghawaan : Buatan (Air Conditioning Sentral)
- > Kekurangan :
  - Penggunaan lampu sebagai sumber penerangan toko terlalu terang dan mengarah langsung pada wine yang dapat merusak wine
  - Informasi didapat hanya bila bertanya
  - Tidak ada tempat penyimpanan khusus untuk white wine (suhu  $\pm 4^\circ\text{C}$ - $10^\circ\text{C}$ )
- > Gambar Layout toko adalah sebagai berikut:



**Gambar 2.10. Layout Toko Hasil Survey II**

> Foto hasil survey dapat dilihat sebagai berikut



**Gambar 2.11.Foto Area Toko**



**Gambar 2.12.Foto Display Sake**



**Gambar 2.13.Foto Area Luar**



**Gambar 2.14.Foto Rak Display Wine**