

## ABSTRAK

Ivana Valentina

### PERANCANGAN INTERIOR TOKO OLEH-OLEH DAN KAFETARIA BRAWIJAYA DI BATU OLEH IVANA DESIGN STUDIO

Kebutuhan akan ruang usaha seperti area komersial, perhotelan, dan perkantoran mulai meningkat seiring meningkatnya pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Salah satu kebutuhan penting bagi perusahaan adalah brand. Brand identity suatu produk merupakan gabungan visual dan verbal dari grafis perusahaan. Apabila sebuah perusahaan dapat membangun brand experience yang kuat, hal ini dapat mempengaruhi ketertarikan, kepercayaan, dan kesetiaan pelanggan terhadap sebuah produk. IVANA Design Studio merupakan konsultan desain interior yang membantu klien menciptakan *brand environment*, dengan menganalisa karakter perusahaan, *positioning* perusahaan, visi perusahaan, *customer segment* yang dituju, dan menyampaikan *value* perusahaan melalui bidang-bidang tiga dimensi. Pada perkembangan selanjutnya, IVANA Design Studio menyediakan layanan tambahan berupa paket desain interior dan desain *visual merchandising* sebanyak dua atau empat kali dalam waktu tertentu sesuai kebutuhan klien. Layanan desain visual merchandising juga merupakan cara untuk menciptakan brand environment toko. IVANA Design Studio menggunakan dasar lima elemen dalam Service Excellence agar klien merasa puas terhadap pelayanan IVANA Design Studio. Masyarakat Indonesia memiliki budaya membawakan oleh-oleh untuk kerabat ketika berlibur ke suatu tempat. Brawijaya Istana Oleh-Oleh merupakan pusat oleh-oleh di kota Batu yang menjual aneka camilan, pakaian, dan aksesoris khas kota Batu. Fasilitas pelengkap yang dimiliki Brawijaya adalah kafetaria, musholla, hostel, *rest area*, tempat parkir yang luas, dan kamar mandi dengan air panas. Area yang akan dirancang adalah kafetaria dan toko oleh-oleh pakaian. Brawijaya mempunyai visi menjadi pusat oleh-oleh termurah dan terlengkap di Kota Batu dan merangkul UKM dan pengrajin di Kota Batu. Alur sirkulasi dan organisasi ruang merupakan elemen penting yang harus diperhatikan untuk mempermudah konsumen dalam mencari produk. Interior yang dirancang diharapkan mampu memperkuat *brand* Brawijaya. Perancangan interior toko oleh-oleh pakaian dan kafetaria Brawijaya menggunakan konsep "*Connectthings*", yaitu menghubungkan visi Brawijaya dengan kebutuhan pengunjung melalui penataan *layout* dan interior.

#### **Kata Kunci:**

*Branding, Interior, kafetaria, retail, Visual Merchandising*