

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

PT Dahana merupakan perusahaan BUMN yang bergerak di bidang layanan bahan peledak untuk sektor pertambangan umum, minyak gas, dan kuari konstruksi. Berdasarkan Undang-Undang nomor 19 tahun 2003, mengatakan bahwa Badan Usaha Milik Negara atau BUMN adalah sebuah bidang usaha yang sebagian besar maupun keseluruhan modalnya dimiliki oleh negara dari penghasilan negara yang dipisahkan dan melalui penyertaan secara langsung. PT Dahana memiliki visi dan misi sebagai kantor bahan peledak komersial yang unggul dengan mengembangkan kualitas SDM dengan melakukan program pemerintah yang disesuaikan dengan jenis usaha dan tujuan dari perusahaannya. PT Dahana memiliki dua tempat kantor, kantor pusat berada di kota Subang dan kantor cabang berada di kota Jakarta. Pada kantor pusat yang berada di kota Subang, keseluruhan aktivitas produk dan jasa yang ditawarkan oleh PT Dahana terdapat di tempat tersebut. Sedangkan kantor cabang yang berada di kota Jakarta merupakan kantor bagian marketing dan operasional yang membahas mengenai pemasaran dan sistem operasional produk dan jasa yang ditawarkan untuk konsumen dan kliennya. Maka, dari hal tersebut secara struktur organisasi yang ada pada kantor cabang hanya terdiri dari komisaris, direktur utama, direktur, sekretaris direktur, korporasi, dan beberapa divisi seperti divisi tambang umum, divisi minyak gas, dan divisi kuari konstruksi yang mengatur mendapatkan konsumen, mengelola konsumen yang menjadi langganan, dan melayani konsumen.

Berdasarkan jenis kantor yang hanya fokus terhadap pemasaran dan operasional dari sebuah produk dan jasa yang ditawarkan, kantor cabang PT Dahana ini memiliki aktivitas kerja kantor yang harus berhubungan dengan konsumen atau kliennya baik secara langsung maupun tidak langsung. Hal tersebut akan berpengaruh terhadap penataan ruang kantor yang dikaitkan dengan kondisi dan aktivitas karyawannya. Menurut (Ernawati & Ambarini, 2010), mengatakan bahwa hubungan kerja dalam sebuah organisasi memiliki tujuan untuk menciptakan kelancaran dan kemudahan dalam mengerjakan tugas pekerja karena kesadaran pada setiap individu untuk saling membantu.

Keadaan kondisi eksisting ruang kantor berdasarkan hasil wawancara kepada HR atau Ketua Divisi Tambang Umum, beberapa karyawan sekitar area kerja Ketua Divisi

Tambang umum, beberapa karyawan anggota korporasi, dan kuesioner terhadap 15 karyawan kantor cabang PT Dahana, bahwa karyawan mengalami kesulitan untuk lebih produktif dan lebih fokus dalam bekerja akibat keadaan kantor tidak kondusif, seperti aktivitas fisik untuk keluar masuk ruangan yang terbatas karena penumpukan dokumen yang tidak dapat diletakan dalam lemari penyimpanan, layout furniture yang tidak beraturan karena penempatan pada area *open space* tidak ditata sejalur dengan divisinya masing-masing, kebisingan yang timbul dari aktivitas divisi lain sehingga sulit untuk berkonsentrasi, area kerja terlalu dekat membuat kurang terjaga privasinya, dan kesulitan untuk bekerja di meja kerja dengan nyaman sehingga mudah pegal dan lelah dalam bekerja. Menurut (Tarwaka, dkk) dalam buku Analisis Beban Kerja dan Produktivitas Kerja, mengatakan bahwa produktivitas kerja akan menurun bisa berdasarkan dua faktor, salah satunya adalah faktor eksternal. Faktor tersebut dapat berupa aspek tugas kerja, organisasi kerja, dan lingkungan kerja. Menurut (Ernawati & Ambarini, 2010) juga mengatakan bahwa lingkungan kerja dapat berupa lingkungan fisik seperti kondisi bangunan, tata ruang, hingga sarana prasarana; dan lingkungan sosial, seperti kebijakan perusahaan, hubungan karyawan, dan gaya kepemimpinan dalam bekerja. Selain dari hasil wawancara dan kuesioner, fakta dari hasil observasi lapangan dapat diamati bahwa keadaan kantor tidak jauh berbeda. Dari hasil tersebut, terdapat permasalahan lainnya seperti penggunaan material untuk menunjukkan kesan identitas kantor masih belum digunakan pada beberapa ruangan. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa perlunya perancangan ulang interior di kantor marketing dan operasional PT Dahana berdasarkan permasalahan yang dapat dilihat maupun yang dirasakan oleh penggunanya agar pengguna terutama karyawan dapat bekerja lebih produktif dan dapat menyelesaikan pekerjaannya dengan baik dan efisien.

1.2 IDENTIFIKASI PERMASALAHAN

Berdasarkan penjelasan dari latar belakang, hasil wawancara, kuesioner, dan observasi survei lapangan, permasalahan yang ada dapat diidentifikasi menjadi beberapa kategori, yaitu:

1. Penataan layout furniture, permasalahan sirkulasi, permasalahan privasi, dan permasalahan akustik di area kerja tidak efektif sesuai dengan aktivitas karyawan yang menyebabkan produktivitas menurun
2. Keterbatasan area dan ruang, sehingga kelengkapan fasilitas sarana masih belum memadai

3. Penggunaan furniture yang kurang sesuai dengan postur tubuh pengguna rata-rata
4. Pada beberapa ruangan, kurang menunjukkan implementasi identitas perusahaan, karena kantor yang digunakan merupakan kantor marketing dan operasional yang memiliki peran sebagai promosi atau pemasaran terhadap klien atau pengunjung kantor.

1.3 RUMUSAN PERMASALAHAN

Berdasarkan hasil identifikasi masalah yang telah dijabarkan sebelumnya, maka rumusan permasalahan dari kasus tersebut yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana mendesain tata letak furniture dalam kantor agar meningkatkan produktivitas dalam bekerja dan sesuai dengan aktivitas karyawan?
2. Bagaimana cara mengolah area dan ruang agar fasilitas sarana sesuai dengan kebutuhan?
3. Bagaimana cara mendesain furniture yang sesuai dengan postur tubuh karyawan?
4. Bagaimana menerapkan implementasi identitas perusahaan ke dalam sebuah perancangan ruang kantor?

1.4 TUJUAN DAN SASARAN PERANCANGAN

1.4.1 TUJUAN PERANCANGAN

Perancangan interior kantor marketing dan operasional PT Dahana bertujuan untuk menciptakan tata letak ruang yang baik sesuai dengan standar perancangannya dan memberikan fasilitas yang memadai agar pengguna ruangnya tetap dapat beraktivitas sesuai dengan bagiannya masing-masing, sehingga karyawan yang bekerja di kantor tersebut dapat meningkatkan produktivitasnya dalam bekerja.

1.4.2 SASARAN PERANCANGAN

Adapun sasaran perancangan kantor marketing dan operasional PT Dahana yaitu sebagai berikut:

1. Menciptakan atau mendesain tata letak furniture agar mudah bekerja sesuai dengan aktivitas karyawan dan dapat meningkatkan produktivitas dalam bekerja
2. Menciptakan atau mendesain ruangan untuk memenuhi kebutuhan fasilitas sarana

3. Menciptakan dan mendesain furniture yang dapat digunakan untuk semua postur tubuh pengguna dengan cara menerapkan furniture *adjustable*
4. Menciptakan atau mendesain ruangan kantor dengan menunjukkan identitas perusahaan melalui penggunaan bentuk, warna, dan material pada elemen interior dan furniture.

1.5 BATASAN PERANCANGAN

Batasan perancangan marketing dan operasional PT Dahana ini agar terfokus pada permasalahan yang ada, maka dilakukan batasan perancangan sebagai berikut:

1. Nama Proyek

Perancangan Ulang Kantor Marketing dan Operasional PT Dahana.

2. Lokasi Perancangan

Menara MTH, Jl. Letjen M.T. Haryono No. Kav. 23, Tebet Timur, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta.

3. Luas Perancangan

Luas area perancangan yang digunakan yaitu 1.381 m² per lantai dan terdiri dari 2 lantai (lantai yang digunakan adalah lantai 16 dan 17) dengan luas bangunan yaitu 67.504 m².

4. Area Perancangan

Ruang yang digunakan dalam perancangan, meliputi:

- Lobby
- Ruang Direktur Utama
- Ruang Sekretaris Direktur
- Ruang General Manager Divisi Tambang Umum
- Ruang General Manager Divisi Kuari Konstruksi
- Ruang Anggota Divisi Tambang Umum
- Ruang Anggota Divisi Kuari Konstruksi
- Ruang Komisaris
- Ruang Ketua Korporasi
- Ruang Rapat Karyawan
- Ruang Rapat Direktur
- Ruang Arsip Inaktif
- Ruang Cafeteria

5. Pengguna Ruang

Pengguna ruang pada kantor marketing dan operasional PT Dahana, meliputi:

- Komisaris
- Direktur Utama
- Sekretaris Direktur
- Ketua Korporasi
- General Manager Divisi Pertambangan Umum
- General Manager Divisi Kuari dan Konstruksi
- Anggota Divisi Pertambangan Umum
- Anggota Divisi Kuari dan Konstruksi
- Klien atau tamu

1.6 MANFAAT PERANCANGAN

Pada perancangan kantor marketing dan operasional PT Dahana ini memiliki beberapa manfaat, yaitu:

- Manfaat Bagi Masyarakat atau Komunitas

Perancangan ini menjadikan kantor marketing dan operasional PT Dahana sebagai referensi perancangan kantor yang nyaman, aman, dan segala fasilitas sesuai dengan standarisasi perancangan kantor.

- Manfaat Bagi Institusi Penyelenggara Pendidikan

Menjadikan perancangan ini sebagai referensi penelitian dimasa yang akan datang mengenai perkembangan ilmu desain interior dalam pembuatan perancangan kantor.

- Manfaat Bagi Bidang Keilmuan Interior

Memberikan wawasan ilmu mengenai perancangan interior kantor dengan menggunakan studi kasus kantor marketing dan operasional PT Dahana agar perancangan kantor lainnya dapat mengikuti sesuai dengan standarisasi.

1.7 METODE PERANCANGAN

Metode perancangan yang dilakukan dalam proses perancangan kantor marketing dan operasional PT Dahana, yaitu:

- Pengumpulan Data

Proses pengumpulan data dimulai dari mengumpulkan studi literatur standar perancangan, wawancara, kuesioner, observasi dengan survei lapangan, dokumentasi, dan studi banding. Selain itu, pencarian fenomena atau isu-isu terkini terkait perancangan interior kantor.

a. Pengumpulan Studi Literatur Standar Perancangan

Proses ini dilakukan sebagai acuan atau referensi dalam perancangan interior kantor marketing dan operasional PT Dahana yang dianalisis melalui buku, jurnal, internet, dan sumber-sumber valid lainnya yang berkaitan dengan objek perancangan.

b. Wawancara

Dilakukan proses wawancara kepada pihak yang memiliki pengetahuan lebih dalam informasi mengenai data profil perusahaan, struktur organisasi, jumlah karyawan, hingga aktivitas masing-masing karyawan disetiap jabatannya.

c. Kuesioner

Dilakukan proses penyebaran kuesioner kepada karyawan disetiap divisinya mengenai keadaan kantor marketing dan operasional PT Dahana baik dari segi fasilitas hingga suasana berdasarkan pengalaman pribadi.

d. Observasi dengan survei lapangan

Dilakukan dengan cara mengamati langsung ke kantor marketing dan operasional PT Dahana di Jakarta mengenai keadaan ruangan, sirkulasi, layouting, pencahayaan, penghawaan, akustik, fasilitas ruang, furniture, signage, suasana ruang, material hingga implementasi corporate identity.

e. Dokumentasi

Dilakukan dengan cara mengambil foto ruangan-ruangan yang ada di kantor marketing dan operasional PT Dahana saat survei lapangan untuk laporan hasil pengamatan.

f. Studi Banding

Dilakukan studi banding terhadap kantor PT Dahana pusat yang berada di kota Subang. Bagian yang dijadikan sebagai studi banding adalah Perencanaan Perusahaan dan Rantai Pasok dan bagian Departemen Keuangan Korporasi.

g. Studi Preseden

Dilakukan studi preseden terhadap interior kantor-kantor lain yang telah menerapkan penataan tata layout kantor sesuai dengan pendekatan ergonomi kerja. Hasil dari studi preseden dijadikan sebagai referensi perancangan kantor PT Dahana dan dianalisis kelebihan dan kekurangan dari referensi tersebut.

- Analisis Data

Analisis data diambil dari data-data yang sudah dikumpulkan, kemudian dicari permasalahannya dan dibandingkan dengan standar perancangan dari studi literatur.

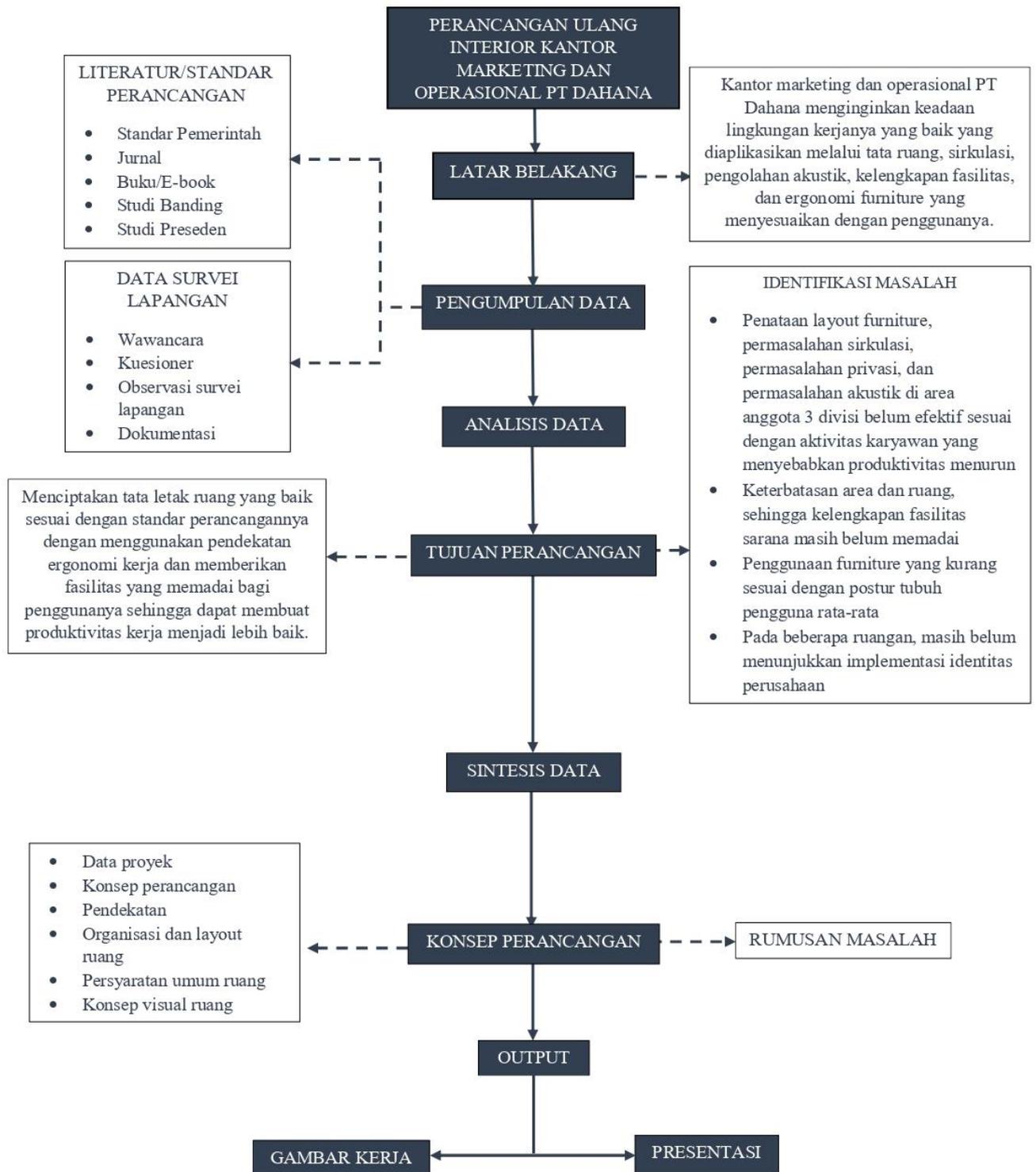
- Sintetis Data

Hasil dari analisis data, selanjutnya diproses dengan membuat konsep perancangan. Data tersebut menghasilkan sebuah programming berupa data kebutuhan aktivitas pengguna, kebutuhan ruang, hubungan antar ruang, zoning dan blocking, tema dan konsep perancangan yang akan digunakan pada proyek perancangan kantor marketing dan operasional PT Dahana.

- Tahap Perancangan dengan cara atau metode penggambaran tertentu

Pada tahap perancangan, dimulai dengan melakukan gambar teknis yang sesuai dengan hasil dari sintetis data berupa tema dan konsep perancangan dan memvisualisasikan solusi-solusi dari permasalahan yang telah dianalisis sebelumnya.

1.8 KERANGKA BERPIKIR



Gambar 1. 1 Kerangka berpikir

Sumber: Analisis Pribadi

1.9 PEMBABAN

Sistematika penulisan pada laporan tugas akhir perancangan kantor marketing dan operasional PT Dahana ini disusun sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini menjelaskan mengenai latar belakang perancangan kantor marketing dan operasional PT Dahana, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan dan sasaran perancangan, batasan perancangan, manfaat perancangan, metode perancangan, kerangka berpikir, hingga pembaban.

BAB II : KAJIAN LITERATUR

Pada bab ini menjelaskan uraian-uraian mengenai kajian literatur, standarisasi untuk perancangan kantor, hingga pendekatan desain yang digunakan.

BAB III : ANALISIS STUDI BANDING, DESKRIPSI, DAN ANALISIS PROYEK

Pada bab ini membahas mengenai analisis studi banding di dua tempat bagian yang berbeda dan proyek yang sejenis dengan perancangan, dimulai dari deskripsi proyek, analisis site, analisis alur aktivitas pengguna, analisis kebutuhan ruang, analisis luasan ruang, analisis hubungan antar ruang, hingga analisis zoning dan blocking.

BAB IV : KONSEP PERANCANGAN INTERIOR

Pada bab ini menjelaskan mengenai uraian-uraian tema, konsep perancangan dan implementasi desain pada perancangan kantor marketing dan operasional PT Dahana.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini menjelaskan secara singkat mengenai hasil analisis perancangan dan saran.

DAFTAR PUSTAKA