

LAPORAN TUGAS AKHIR

**PERANCANGAN *DISPLAY* PERHIASAN UNTUK MENINGKATKAN
KEMUDAHAN MEMBAWA DAN MENATA PRODUK DALAM
PERSIAPAN PAMERAN**



Disusun oleh:

Daniel Agung Kristiawan

62190152

**PROGRAM STUDI DESAIN PRODUK
FAKULTAS ARSITEKTUR DAN DESAIN
UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA
YOGYAKARTA**

2024

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
SKRIPSI/TESIS/DISERTASI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika Universitas Kristen Duta Wacana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Daniel Agung Kristiawan
NIM : 62190152
Program studi : Desain Produk
Fakultas : Arsitektur dan Desain
Jenis Karya : Skripsi

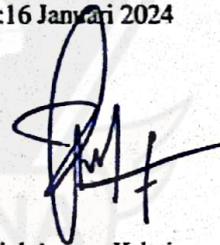
demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Kristen Duta Wacana Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*None-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**“PERANCANGAN DISPLAY PERHIASAN UNTUK
MENINGKATKAN KEMUDAHAN MEMBAWA DAN
MENATA PRODUK DALAM PERSIAPAN PAMERAN”**

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti/Noneksklusif ini Universitas Kristen Duta Wacana berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama kami sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Yogyakarta
Pada Tanggal : 16 Januari 2024



Daniel Agung Kristiawan
NIM.62190152

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul

**PERANCANGAN *DISPLAY* PERHIASAN UNTUK MENINGKATKAN KEMUDAHAN
MEMBAWA DAN MENATA PRODUK DALAM PERSIAPAN PAMERAN**

telah diajukan dan dipertahankan oleh:

DANIEL AGUNG KRISTIawan

62190152

dalam ujian Tugas Akhir Program Studi Desain Produk

Fakultas Arsitektur dan Desain

Universitas Kristen Duta Wacana

dan dinyatakan **DITERIMA** untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana Desain pada tanggal ~~19-12~~-2023.

Nama Dosen

Tanda Tangan

1. R. Tosan Tri Putro, S.Sn., M.Sn.

(Dosen Pembimbing I)

2. Dr. Dra. Koniherawati, S.Sn., M.A.

(Dosen Pembimbing II)

3. Centaury Harjani, S.Ds., M.Sn.

(Dosen Penguji I)

4. Christmastuti Nur, S.Ds., M.Ds.

(Dosen Penguji II)

1.

2.

3.

4.

Yogyakarta, 15 Januari 2024

Disahkan oleh:

Dekan Fakultas Arsitektur dan Desain,

Ketua Program Studi Desain Produk,



(Dr. Imelda I. Damanik, S.T., M.A. (UD))

(Winta T. Satwikasanti, M.Sc., Ph.D.)

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Saya menyatakan bahwa sesungguhnya Tugas Akhir dengan judul

PERANCANGAN *DISPLAY* PERHIASAN UNTUK MENINGKATKAN KEMUDAHAN MEMBAWA DAN MENATA PRODUK DALAM PERSIAPAN PAMERAN

yang saya kerjakan untuk melengkapi sebagian syarat untuk menjadi Sarjana pada Program Studi Desain Produk, Fakultas Arsitektur dan Desain, Universitas Kristen Duta Wacana adalah bukan hasil tiruan atau duplikasi dari karya pihak lain di Perguruan Tinggi atau Instansi manapun, kecuali bagian yang sumber informasinya sudah dicantumkan sebagaimana mestinya.

Jika kemudian hari ditemukan bahwa hasil Tugas Akhir ini adalah hasil plagiasi dan tiruan dari karya pihak lain, maka saya bersedia dikenai sanksi yakni pencabutan gelar saya.

Yogyakarta, 15 Januari 2024



Daniel Agung Kristiawan

62190152

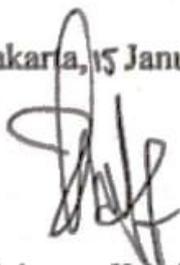
DUTA WACANA

PRAKATA

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat dan karunia-NYA penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Perancangan *display* perhiasan untuk meningkatkan kemudahan membawa dan men-*display* dalam persiapan pameran produk” mulai dari penelitian hingga realisasi produk akhir. Semoga tulisan dan produk yang telah dibuat oleh penulis dapat bermanfaat bagi sekitar. Proses penulisan dan penyelesaian produk akhir sering kali menemui berbagai permasalahan yang menghambat, namun dengan bantuan pihak-pihak berikut maka tulisan dan produk dapat terselesaikan dengan baik. Oleh karena sebab itu, penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak R. Tosan Tri Putro, S.Sn., M.Sn. selaku dosen pembimbing 1 yang telah memberikan arahan, solusi, kritik, dan dorongan moral dari awal hingga berakhirnya penulisan.
2. Ibu Dr. Konihherawati, S.Sn., M.A. selaku dosen pembimbing 2 yang banyak memberikan solusi atas permasalahan yang penulis hadapi serta bimbingan akan penulisan tugas akhir.
3. Ibu Centaury Harjani, S.Ds., M.Sn. selaku dosen penguji 1 yang telah memberikan banyak kritik membangun sehingga penulis sadar akan kekurangan
4. Ibu Christmastuti Nur, S.Ds., M.Ds. selaku dosen penguji 2 yang telah memberikan banyak arahan pada kekurangan yang penulis hadapi.
5. Alive Jewelry, Amora Studio, Joglo Ayu Tenan, Kamarati yang telah menjadi narasumber, membantu memberi masukan dan uji coba produk.
6. Bapak Haryono yang telah membantu mewujudkan produk tugas akhir serta memberikan masukan solusi dan percobaan atas permasalahan dalam pembuatan produk.
7. Orang tua, kakak dan teman-teman yang banyak memberikan semangat, arahan dan dana dalam penyelesaian tugas akhir.

Yogyakarta, 15 Januari 2024



Daniel Agung Kristiawan

ABSTRAK

PERANCANGAN *DISPLAY* PERHIASAN UNTUK MENINGKATKAN KEMUDAHAN MEMBAWA DAN MENATA PRODUK DALAM PERSIAPAN PAMERAN

Pada pertengahan tahun 1980-an, fenomena pameran produk atau pameran dagang mulai muncul di Indonesia. Pameran produk menjadi salah satu strategi yang sangat efektif dalam membantu Usaha Kecil Menengah (UKM). Penulis menemukan beberapa *display* belum sepenuhnya memperhatikan standar ukuran yang ergonomis dan aspek *visual merchandising* yang baik. Kendala dalam persiapan pameran mencakup *display* yang kurang kokoh, waktu persiapan yang lama, dan kurangnya integrasi dengan sistem penyimpanan produk, berat *display* dan kesulitan membawa dengan ukuran yang beragam. Tujuan perancangan melibatkan portabilitas, fungsi ganda sebagai tempat penyimpanan, modularitas, dan estetika. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan teknik triangulasi metode data dari observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis data dilakukan dengan mempertimbangkan kebutuhan *display* pameran perhiasan yang lebih memudahkan ketika dibawa dan menata produk dalam persiapan pameran. Perancangan menggunakan metode SCAMPER dengan fokus pada solusi praktis dan kreatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa produk *display* pameran perhiasan dengan sistem portabel, *collapsible*, dan modular mampu meningkatkan kemudahan dalam perjalanan, penataan, dan penyimpanan dalam persiapan pameran produk. Penggunaan *display* ini memungkinkan proses tersebut dilakukan dengan lebih cepat dan hanya memerlukan tidak lebih dari 2 orang dalam pengangkatan *display*. Hal ini dapat menghemat biaya operasional yang sebelumnya diperlukan untuk tenaga kerja tambahan sekitar 2-3 orang atau bahkan lebih.

Kata kunci: pameran produk, perhiasan, *display* pameran, portabel, modul, *collapsible*

ABSTRACT

JEWELRY DISPLAY DESIGN TO INCREASE THE EASE OF CARRYING AND ARRANGING PRODUCTS IN PREPARATION FOR AN EXHIBITION

In the mid-1980s, the phenomenon of product exhibitions or trade fairs began to emerge in Indonesia. Product exhibitions are a very effective strategy in helping Small and Medium Enterprises (SMEs). The author found that several displays did not fully pay attention to ergonomic size standards and good visual merchandising aspects. Obstacles in exhibition preparation include displays that are not sturdy enough, long preparation times, and lack of integration with product storage systems, display weight and difficulty in carrying various sizes. Design goals involved portability, dual function as storage, modularity, and aesthetics. The research method used is qualitative with triangulation techniques, data methods from observation, interviews, and documentation. Data analysis was carried out by considering the need for jewelry exhibition displays that make it easier to carry and organize products in preparation for the exhibition. The design uses the SCAMPER method with a focus on practical and creative solutions. The research results show that jewelry exhibition display products with portable, collapsible, and modular systems can increase ease of travel, arrangement, and storage in preparation for product exhibitions. Using this display allows the process to be carried out more quickly and only requires no more than 2 people to lift the display. This can save operational costs which previously required additional labor of around 2-3 people or even more.

Keywords: product exhibition, jewelry, exhibition display, portable, module, collapsible

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pameran dagang merupakan suatu bentuk dalam usaha jasa pertemuan yang mempertemukan antara produsen dan pembeli namun pengertian pameran lebih jauh adalah suatu kegiatan promosi yang dilakukan oleh suatu produsen, kelompok, organisasi, perkumpulan tertentu dalam bentuk menampilkan *display* produk kepada calon relasi atau pembeli (Calvin, 2023). Pameran produk menjadi salah satu strategi yang sangat efektif dalam membantu Usaha Kecil Menengah (UKM) dan produsen produk perhiasan *craft handmade* khususnya di Yogyakarta. Fenomena ini, yang mulai muncul pada pertengahan tahun 1980-an, memberikan peluang bagi pelaku industri kreatif yang digunakan untuk memperkenalkan dan mendemonstrasikan produk perhiasan kepada masyarakat serta calon pembeli (Taufik, 2016). Pentingnya persiapan yang baik sebelum berpartisipasi dalam pameran produk tidak bisa diabaikan, termasuk perencanaan tampilan dan strategi penjualan yang tepat. Berdasarkan data dari Kemenparekraf tahun 2019, perhiasan memiliki peran penting dalam ekonomi Indonesia dalam Impulsive kriya, dengan presentase sebesar 31,5%. Hal ini mencerminkan tingginya kebutuhan akan perhiasan di pasaran. Kesadaran akan pentingnya pameran produk sebagai alat untuk menarik dan mendapatkan konsumen semakin meningkat, terutama di kalangan UKM dan *brand* perhiasan. Namun, dalam persiapan pameran, beberapa kendala muncul, seperti ketidakkokohan *display*, waktu persiapan yang memakan waktu, dan kurangnya integrasi dengan sistem penyimpanan produk.

Kebutuhan dalam persiapan pameran produk, UKM dan produsen produk perhiasan memerlukan sarana *display* untuk membantu menampilkan produk mereka. Fasilitas *display* memainkan peran yang sangat penting dalam suatu pameran. *Display* tersebut menjadi daya Impul utama bagi para konsumen, mendorong mereka untuk memasuki toko atau *stand* dan

berbelanja. Selain itu, tata letak produk dan 2mpulsive ketika pameran juga diatur dengan baik untuk menciptakan pengalaman berbelanja yang optimal (Santoso, 2017). Penataan *display* produk harus dilakukan secara optimal agar konsumen dapat dengan mudah menemukan produk yang mereka cari, dan pengaturan ini juga berkontribusi pada kemungkinan terjadinya pembelian *2mpulsive* oleh konsumen (Dhameria & Abstraksi, 2014).

Sarana *display* diharapkan dapat memastikan kenyamanan pengguna, mulai dari proses pengangkutan hingga menampilkan produk pameran dengan tetap memperhatikan keamanan produk. Beberapa contoh desain *display* pameran perhiasan yang digunakan dalam pameran-pameran telah menunjukkan bahwa desain tersebut bukan hanya digunakan untuk menampilkan produk, tetapi juga sebagai tempat penyimpanan produk. *Display* ini dirancang menggunakan material yang ringan dan 2mpulsiv, sehingga memudahkan dalam pengangkutan dan pemasangan *display* saat persiapan pameran produk.



Gambar 1. 1 *Display* perhiasan sekaligus tempat penyimpanan
(Sumber: *displays2go*, 2013)

Berdasarkan wawancara dan observasi terhadap UKM brand perhiasan Alive, Joglo Ayu Tenan, dan 2 brand lainnya yang secara aktif mengikuti pameran dan bazar, mereka umumnya berpartisipasi sebanyak 4-6 kali atau lebih setiap tahun. Pameran-pameran ini mencakup acara besar dan kecil yang

diselenggarakan oleh pemerintah maupun swasta, di berbagai lokasi seperti pusat perbelanjaan, 3mpuls pameran, taman kota, kafe, dan museum dengan durasi acara berkisar antara 1 hingga 3 hari. Terdapat kendala dalam persiapan pameran ketika *display* yang digunakan harus disesuaikan dengan area sempit yang tersedia dalam pameran dan bazar, yang umumnya memiliki ukuran sekitar 2,5m x 3m. Selain itu, proses perakitan dan penataan produk pada *display* memerlukan waktu sekitar 1-2 jam. Hal ini disebabkan oleh berbagai jenis *display* yang terpisah-pisah serta memiliki berbagai ukuran dan berat sekitar 10-20 kg. *Display* yang digunakan berbahan material kayu jati, sehingga memerlukan lebih dari 2 orang untuk memindahkannya. Selama proses pameran produk, produk perhiasan biasanya dibawa dan diangkut menggunakan berbagai alat seperti koper, box, kardus, atau tas biasa dan diangkut menggunakan kendaraan mobil. Hal ini menyebabkan banyaknya ruang yang dibutuhkan di dalam bagasi, karena terdapat tempat penyimpanan yang terpisah dan berbagai kegiatan mengangkat produk serta *display*. Keadaan ini muncul karena tempat penyimpanan tidak terintegrasi dengan *display*, yang pada akhirnya meningkatkan biaya operasional akibat kebutuhan tenaga tambahan dalam persiapan pameran.

Tujuan dari perancangan tugas akhir ini adalah untuk mengatasi permasalahan terkait *display* pameran produk perhiasan dari UKM dan brand perhiasan yang aktif berpartisipasi dalam pameran dan bazar. Permasalahan yang telah diuraikan melibatkan aspek *display* pameran produk perhiasan dengan pendekatan solusi yang diusulkan adalah menggunakan sistem *display* yang modular, *collapsible*, dan 3mpulsiv, sehingga dapat disesuaikan dengan berbagai jenis produk perhiasan seperti anting, kalung, gelang, dan cincin. Fokus utama perancangan adalah mempertimbangkan ukuran, bentuk, dan warna produk untuk menciptakan solusi *display* yang optimal. Sistem modular memungkinkan *display* terdiri dari beberapa bagian yang dapat disusun sesuai kebutuhan. Sistem 3mpulsiv membantu mempermudah dalam membawa dan memindahkan *display* dan produk, sementara kemampuan dilipat (*collapsible*) membuat *display* menjadi lebih hemat tempat dan tidak perlu banyak merakit.

Selain itu, pencahayaan menjadi aspek penting dalam desain *display* perhiasan. Lampu LED yang sesuai intensitasnya untuk menyorot produk dapat meningkatkan daya *4mpul visual* perhiasan. Hal ini tidak hanya mengurangi biaya operasional, tetapi juga memberikan pengalaman yang lebih baik bagi pengunjung, sehingga berpotensi meningkatkan penjualan produk perhiasan dari UKM *brand* perhiasan.

1.2 Rumusan Masalah

Berikut rumusan masalah yang terdapat dalam penelitian ini:

- a. Bagaimana mengembangkan desain *display* pameran perhiasan yang *4mpulsiv* dibawa ke lokasi pameran dengan jenis kendaraan transportasi seperti mobil, dengan tetap menjaga fungsionalitasnya sebagai tempat penyimpanan produk perhiasan?
- b. Bagaimana mengembangkan desain *display* dengan sistem modular dan *collapsible* untuk meningkatkan kemudahan dalam menyiapkan pameran produk perhiasan, sehingga menghemat biaya operasional dan tenaga kerja yang dibutuhkan untuk mengangkut dan memindahkan *display*?
- c. Bagaimana merancang tampilan *display* perhiasan yang menarik dengan berbagai aspek seperti bentuk, warna, gaya, dan pencahayaan yang memikat pengunjung pameran, dengan tujuan meningkatkan daya *4mpul visual*?

4.2 Tujuan dan Manfaat

A. Tujuan

Tujuan dari perancangan desain *display* pameran perhiasan adalah sebagai berikut:

- a. Merancang *display* yang mudah dibawa ke lokasi pameran dengan jenis kendaraan transportasi seperti mobil.
- b. Mengembangkan desain *display* yang dapat berfungsi sebagai tempat penyimpanan produk perhiasan selain menjadi media *display*.

- c. Menciptakan *display* dengan sistem modular dan *collapsible* untuk memungkinkan pengguna menyiapkan pameran dengan lebih cepat, menghemat waktu, biaya operasional, dan mengurangi kebutuhan tenaga kerja tambahan.
- d. Memperhatikan estetika dengan tampilan *display* yang menarik dari segi bentuk, warna, gaya, dan pencahayaan untuk menarik perhatian pengunjung pameran.

B. Manfaat

- a. *Display* yang mudah dibawa (*5mpulsiv*) akan memudahkan para pemilik bisnis perhiasan dalam mengatur dan memindahkan *display* ke lokasi pameran, hal ini dapat menghemat waktu dan tenaga.
- b. *Display* yang juga berfungsi sebagai tempat penyimpanan produk perhiasan dan dapat membantu dalam menjaga perhiasan tetap terorganisir dan aman.
- c. Desain yang modular dan *collapsible* membuat *display* lebih dapat disesuaikan dengan kebutuhan berbagai jenis produk dan ruang pameran. Hal ini memungkinkan para pemilik bisnis untuk mengoptimalkan penggunaan *display* pada ruang pameran.
- d. Kemampuan untuk mengatur pameran produk pada *display* dengan lebih cepat dan membutuhkan tidak lebih dari 2 orang dalam pengangkatan *display* sehingga dapat menghemat biaya operasional yang sebelumnya diperlukan untuk tenaga kerja tambahan sekitar 2-3 orang hingga lebih.

1.3 Ruang Lingkup

Ruang lingkup yang diangkat dalam perancangan produk *display* perhiasan meliputi:

- a. Perancangan dan pengembangan *display* pameran perhiasan yang memiliki desain yang mudah dibawa (6mpulsiv) ke lokasi pameran dengan jenis kendaraan mobil untuk kegiatan pameran di dalam maupun luar kota, serta dapat berfungsi sebagai tempat penyimpanan produk perhiasan.
- b. Pengembangan desain modular dan *collapsible* yang memungkinkan kemudahan dalam menyiapkan pameran produk perhiasan, dengan tujuan mengurangi biaya operasional dan tenaga kerja tambahan yang dibutuhkan dalam persiapan pameran produk perhiasan.
- c. Aspek keamanan produk perhiasan yang disimpan dalam *display* menjadi pertimbangan penting, serta fungsi *display* sebagai tempat penyimpanan yang efisien.
- d. Rancangan *display* dapat untuk menampilkan dan menyimpan produk seperti anting \pm 40-80 pcs, gelang \pm 50-100 pcs, cincin \pm 10-20 pcs, kalung \pm 15 pcs.

4.2 Metode Desain

A. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif, untuk analisis data disajikan secara lisan untuk memperoleh informasi yang komprehensif. Komponen metode penelitian kualitatif adalah mengenai tempat atau lokasi penelitian, instrument penelitian, informan, sumber data penelitian, 6mpuls pengumpulan data, 6mpuls analisis data dan rencana uji validitas data (Sugiyono, 2018). Teknik pengumpulan data yang digunakan untuk menganalisis kebutuhan *display* pada pameran perhiasan adalah Observasi, wawancara dan dokumentasi yaitu sebagai berikut:

- Observasi

Observasi dengan pengamatan langsung di lokasi pameran dapat membantu untuk memahami ruang lingkup pameran, tema dan estetika pameran serta jenis perhiasan yang akan dipamerkan.

Observasi lapangan juga dapat membantu menentukan ukuran dan bentuk pajangan sesuai ruang pameran.

- Wawancara

Wawancara yang dilakukan dengan pemilik bisnis perhiasan atau tim peserta pameran dapat memberikan wawasan lebih jauh mengenai jenis *display* yang tepat untuk memajang produk perhiasan di pameran tersebut dengan mengetahui berbagai permasalahan yang menjadi kendala dalam penggunaan *display* pameran dan kebiasaan perilaku dalam proses persiapan hingga selesai pameran produk.

- Dokumentasi

Metode dokumentasi merujuk pada proses pengumpulan, penyimpanan, dan penyajian informasi yang dihasilkan selama penelitian dalam bentuk data-data mengenai kebutuhan, masalah yang didapat mengenai persiapan pameran dan foto *display* yang digunakan sekarang. Dokumentasi penting karena berfungsi sebagai catatan dan bukti yang dapat dipelajari, dievaluasi, dan digunakan oleh peneliti lain dalam penelitian yang serupa.

Analisis data menggunakan metode teknik triangulasi data dilakukan terhadap kebutuhan *display* pameran perhiasan untuk merancang *display* yang tepat.

B. Metode Triangulasi

Triangulasi merupakan suatu pendekatan untuk memeriksa keabsahan data, yang melibatkan penggunaan sumber atau metode lain selain dari data yang sedang diamati, dengan tujuan untuk melakukan verifikasi atau perbandingan data yang biasa disebut sebagai perbandingan data (Moleong, 2016). Metode triangulasi dilaksanakan dengan membandingkan informasi atau data melalui pendekatan yang berbeda. Dalam konteks penelitian kualitatif, peneliti memanfaatkan metode wawancara, observasi, dan 7mpuls. Untuk memastikan keandalan informasi dan mendapatkan

gambaran komprehensif mengenai suatu informasi, peneliti dapat menggunakan kombinasi metode wawancara dan observasi atau pengamatan. Selain itu, peneliti juga dapat melibatkan informan yang berbeda guna memverifikasi keabsahan informasi tersebut (Rahardjo, 2010).

C. Metode Perancangan

Metode desain untuk pengembangan ide dan perancangan produk *display* pameran perhiasan yaitu metode SCAMPER. SCAMPER merupakan suatu teknik yang dapat merangsang kreativitas dan membantu mengatasi berbagai tantangan dengan menyajikan daftar tujuan umum yang dijelaskan melalui serangkaian pertanyaan. Konsep SCAMPER didasarkan pada ide bahwa setiap inovasi berasal dari modifikasi atas sesuatu yang telah ada sebelumnya (Tahir & Marniati, 2020). Metode SCAMPER adalah sebagai berikut:

- S= *Substitute* (Mengganti)
- C= *Combine* (Mengkombinasi)
- A= *Adapt* (Mengadaptasi)
- M= *Modify* (Memodifikasi)
- P= *Put to Other Uses* (Meletakkan ke Fungsi Lain)
- E= *Eliminate* (Menghilangkan atau Mengecilkan)
- R= *Rearrange/Reverse* (Mengatur Ulang)

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan tugas akhir ini, dapat disimpulkan bahwa kegiatan pameran produk atau pameran dagang telah menjadi strategi yang sangat efektif bagi Usaha Kecil Menengah (UKM) dan produsen produk perhiasan, khususnya di Yogyakarta untuk mengenalkan produknya lebih luas kepada konsumen. Pentingnya persiapan sebelum berpartisipasi dalam pameran, termasuk perencanaan tampilan dan strategi penjualan, harus sangat diperhatikan. Alasan pentingnya sarana *display* menjadi sangat jelas. *Display* tidak hanya berfungsi sebagai tempat untuk menampilkan produk, tetapi juga sebagai daya tarik utama bagi konsumen. Penataan *display* yang optimal dapat memudahkan konsumen menemukan produk yang mereka cari dan berkontribusi pada kemungkinan terjadinya pembelian impulsif. Namun, pada saat pameran UKM dan *brand* perhiasan, terdapat tantangan terkait dengan ukuran area yang sempit dalam pameran dan bazar. Proses perakitan dan penataan *display* yang memakan waktu serta biaya operasional yang tinggi menjadi permasalahan utama. *Display* yang umumnya digunakan memiliki berat dan ukuran yang signifikan (10-20 kg), menyebabkan pengguna kerap kesulitan dalam memindahkan maupun saat menggunakan transportasi mobil.

Display untuk pameran produk perhiasan dirancang dengan menggunakan sistem collapsible dan modular. Tujuan dari desain ini adalah agar *display* dapat menjadi impulsif ketika digunakan. Mekanisme *collapsible* dirancang untuk memastikan kemudahan dalam membawa, melipat, pemasangan, portabilitas, penyimpanan, transportasi, dan penghematan waktu tanpa memerlukan banyak tahapan perakitan *display*. Selain sebagai media *display*, desain ini juga berfungsi sebagai tempat penyimpanan produk, menggunakan bagian kosong *display* yang berubah menjadi bentuk kotak seperti koper. Keamanan produk dijamin dengan pemasangan pada modul yang baik dan pengaitan antar modul menggunakan dowel.

Desain *display* dirancang menggunakan sistem *collapsible* yaitu; *Folding* (melipat), *Hinging* (Berengsel), *Nesting* (bersarang), *Assembling* (perakitan). Sistem ini diperkuat dengan pendekatan modular, di mana bagian-bagian dapat digabungkan untuk memudahkan pengguna tanpa memerlukan perakitan yang rumit. Keberadaan sistem modular ini juga membantu dalam 90mpulsiv produk secara teratur pada *display* utama, mengurangi kompleksitas persiapan pameran, dan mengoptimalkan ruang yang digunakan. Hal ini tidak hanya mempermudah proses persiapan pameran, tetapi juga mengurangi biaya operasional dan tenaga kerja tambahan yang mungkin diperlukan. Modul-modul ini dirancang sesuai dengan jenis produk perhiasan, seperti anting, kalung, dan gelang, dengan lubang-lubang kecil yang presisi untuk penempatan produk. Penekanan pada aspek estetika *visual* dan penggunaan lampu LED bertujuan untuk menciptakan tampilan menarik, alami, dan ramah lingkungan, serta menarik perhatian pengunjung terhadap produk atau *display* yang dipajang. Semua elemen ini saling terintegrasi untuk menciptakan pengalaman *visual* yang memuaskan dan efektif bagi pengunjung pameran.

5.2 Saran

Berikut merupakan beberapa saran untuk perkembangan produk *display* perhiasan.

- Berat *display* dapat diminimalisir dengan penggunaan alternatif material yang lebih ringan seperti kayu jati 90mpulsi atau bahan olahan lain seperti papan yang terbuat dari limbah kemasan botol 90mpulsi, dsb.
- Modul-modul dapat dikembangkan dengan berbagai ukuran dan bentuk untuk menyesuaikan kebutuhan terhadap produk yang akan ditampilkan.
- Warna *display* dapat dibuat versi lebih minimalis dengan warna lebih terang.
- Tempat penyimpanan produk dibuat memiliki sekat atau penahan busa antar produk agar lebih aman.

DAFTAR PUSTAKA

- Calvin, A. C. T. C. (2023). *Laporan Reportase EBC Expo Malang*.
- Christiaans, H., & Almendra, R. A. (2012). Retail Design: A New Discipline. *International Design Conference – Design 2012*.
- Dhameria, V., Ferdinand, A. T., & Mudiantono, M. (2014). *Analisis pengaruh keunikan desain kemasan produk, kondusivitas store environment, kualitas display produk terhadap 91impulsive pembelian 91impulsive (studi pada pasaraya Sri Ratu Pemuda Semarang) (Doctoral dissertation, Diponegoro University)*.
- Evelina, L. (2005). *Event Organizer Pameran*. Jakarta: PT. Indeks Gramedia.
- Hughes, P. (2010). *Exhibition Design*. London: Laurence King Publishing Ltd.
- International Association of Exhibitions and Events. (2013). Guidelines for Display Rules and Regulations 2011. *Freeman*. http://www.nacas.org/media/12178/iaee-exhibit-display-rulesregulations_2011-update.pdf
- Kacen, J. J., & Lee, J. A. (2002). The Influence of Culture on Consumer Impulse Buying Behavior. *Journal of Consumer Psychology*, 12(2), 163–176.
- Kirana, D. C. (2015). *Modul Perkuliahan Eksibisi dan Display Desain*. Universitas Pembangunan Jaya. <https://ocw.upj.ac.id/files/Textbook-PRD-510-2018-Modul-Perkuliahan-Eksibisi-dan-Display-Desain.pdf>
- Moleong, L. J. (2016). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Rosda.
- Mollerup, P. (2001). *Collapsible: the genius of space-saving design*. Chronicle Books.
- Muharam, A. N. (2009). *Menata Furnitur di Ruang Sempit*. Jakarta: Griya Kreasi.
- Muthiah, I., Parawansa, D., & Munir, A. R. (2018). Pengaruh Visual Merchandising, Display Produk dan Store Atmosphere terhadap Perilaku Impulsif Konsumen Matahari Department Store di Kota Makassar (Studi Kasus: Konsumen Matahari Department Store di Kota Makassar). *Hasanuddin Journal of Applied Business and Entrepreneurship*, Vol. 1.
- Nuzul, M. K., & Adiani, N. (2022). Desain Sarana Display Dan Penyimpanan Produk Pameran Aksesoris (Studi Kasus: UMKM Aksesoris Di Mojokerto). *Jurnal Kreatif: Desain Produk Industri Dan Arsitektur*, 10(1), 23–28.

- Paul, G. a. (1996). *Engineering Design. A Systematic Approach*.
- Pollay, R. W. (2007). More than meets the eye: On the importance of retail cigarette merchandising. *Tobacco Control*, 16(4), 270–274.
<https://doi.org/10.1136/tc.2006.018978>
- Rahardjo, M. (2010). *Triangulasi dalam penelitian kualitatif*.
- Santoso, J. C. (2017). Perancangan Mebel Multifungsi Untuk Fasilitas *Display* di Toko Power Tools & Bahan Bangunan Paku Waja Sidoarjo. *Intra*, 5(2).
- Sari, A., Widad, A., & Rosa, A. (2015). “Pengaruh Sales Promotions, Personal Selling, Dan Visual Merchandising Terhadap Perilaku Impulse Buying Konsumen Matahari Department Store PsX Palembang. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Terapan*.
- Sopiah, S., & Pd, M. (2008). *Manajemen Bisnis Ritel. Yogyakarta: Penerbit Andi*.
- Sudarsono, J. G. (2017). Pengaruh Visual Merchandising Terhadap Impulse Buying Melalui Positive Emotion Pada A Zara Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.11.1.16-25>
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D (Cet. 1). Bandung: Alfabeta*.
- Tahir, T., & Marniati, M. (2020). Penerapan Metode Scamper Dalam Mengembangkan Kemampuan Pemecahan Masalah Ditinjau Dari Motivasi Mahasiswa Pendidikan Matematika Universitas Sembilanbelas November Kolaka. *Jurnal SILOGISME: Kajian Ilmu Matematika Dan Pembelajarannya*, 4(2), 43–48.
- Taufik, M. (2016). *Desain Stan Pameran Dengan Material Kardus (Doctoral dissertation, Institut Teknologi Sepuluh Nopember)*.
- Yoebrilianti, A. (2018). Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Produk Fashion Dengan Gaya Hidup Sebagai Variabel Moderat (Survei Konsumen Pada Jejaring Sosial). *Manajemen*, 20–41.