

**UNIVERSITI TEKNOLOGI MARA
FAKULTI SENIBINA, PERANCANGAN DAN UKUR
JABATAN SENIBINA DALAMAN**

APRIL 2009

Adalah disyorkan bahawa Laporan Projek Penyelidikan ini yang disediakan


Oleh

ANIS NABILA BINTI WAHITO

bertajuk

**CADANGAN REKABENTUK DALAMAN KEDAI KONSEP CROCS
UNTUK CROCS INC. DI UNIT K-0G-03 & 04, GROUND FLOOR, BLOK J, SOHO KL,
JALAN SOLARIS 2, 50480 MON'T KIARA, KUALA LUMPUR**

diterima sebagai memenuhi sebahagian daripada dari syarat untuk memperolehi Diploma Rekabentuk Dalaman

Penyelia Laporan :  2/4/09 Pn. Suhaila Binti Sufar
Koordinator Kursus : _____ Pn. Mawar Binti Masri
Koordinator Program : _____ Prof. Madya Dr. Mohd Sabrizaa Bin Abd. Rashid

ABSTRAK

Projek akhir untuk para pelajar Diploma Rekabentuk Dalaman merupakan satu peringkat yang menguji kefahaman pelajar tentang keseluruhan aspek projek rekabentuk dalaman yang telah dipelajari dari peringkat asas hingga ke peringkat persembahan cadangan rekabentuk. Projek yang telah dipilih bagi projek akhir ini ialah merekabentuk hiasan dalaman kedai konsep Crocs ataupun Crocs Concept Store yang terletak di Unit K-0G-03 & 04, Ground Floor, Blok J, SohoKL, Jalan Solaris 2, 50480 Mon't Kiara, Wilayah Persekutuan Kuala Lumpur. Kedai '*retail*' yang berkonsep ini akan memperkenalkan nilai komersial dan keunikan jenama Crocs ke peringkat yang lebih tinggi lagi. Kedai '*retail*' ini menjual pelbagai jenis produk bermutu tinggi serta mempunyai ciri-ciri yang sangat unik. Antara produk-produk keluaran Crocs merangkumi kasut, pakaian, beg, aksesori dan Jibbitz yang sesuai digunakan oleh pelbagai golongan serta peringkat umur yang berbeza. Oleh kerana pengunjung yang datang tergolong dari peringkat umur, konsep dan stail dalam rekabentuk harus sesuai dengan citarasa setiap individu dan mampu memberikan keselesaan yang optimum terhadap pengunjung yang datang ke kedai '*retail*' Crocs Concept Store ini. Imej dan konsep yang dipilih bukan sahaja sesuai dengan klien, malah mampu memberikan kesan positif kepada pengunjung yang datang membeli – belah di kedai '*retail*' Crocs Concept Store yang baru ini. Justeru, stail rekabentuk yang dipilih untuk kedai '*retail*' Crocs Concept Store ialah '*modern*' yang membawa maksud gaya terkini. Namun, sebelum mendapatkan hasil rekabentuk yang sesuai untuk semua peringkat umur, beberapa kajian perlu dilakukan. Kajian ini bertujuan untuk mengenalpasti sasaran pengunjung yang datang, keperluan ruang yang perlu dimuatkan dalam kedai '*retail*', serta pelbagai maklumat berkenaan yang berkaitan dengan kedai '*retail*' Crocs Concept Store. Antara kaedah kajian ialah melalui temuramah, pemerhatian, pengalaman, media cetak, internet, dan juga hasil daripada kajian kes sama ada dari dalam ataupun dari luar negara. Justeru, rekabentuk yang akan terhasil perlu menepati segala aspek keperluan yang terdapat pada sebuah kedai '*retail*' bagi menjanjikan rekabentuk yang dicadangkan dapat memberi kepuasan kepada semua pihak terutamanya kepada klien serta kepada para pengunjung.

| | |
|-------------------------|------------|
| Abstrak | i |
| Penghargaan | ii |
| Isi Kandungan | iv |
| Senarai Jadual | ix |
| Senarai Rajah | x |
| Senarai Foto | xii |
| Senarai Gambar | xiv |
| Senarai Lampiran | xv |

KANDUNGAN

| | |
|--------------------------------|-----------|
| BAB 1.0 PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 PENGENALAN | 1 |
| 1.2 MATLAMAT KAJIAN | 2 |
| 1.3 OBJEKTIF KAJIAN | 3 |
| 1.4 METADOLOGI KAJIAN | 4 |
| 1.4.1 Fasa Pertama | 4 |
| 1.4.2 Fasa Kedua | 6 |
| 1.4.3 Fasa Ketiga | 8 |
| 1.5 SKOP KAJIAN | 12 |
| 1.6 ISU | 14 |
| 1.7 HALANGAN KAJIAN | 15 |
| 1.8 KEPENTINGAN KAJIAN | 16 |
| BAB 2.0 KLIEN | 17 |
| 2.1 SEJARAH PENUBUHAN SYARIKAT | 17 |
| 2.2 LATAR BELAKANG KLIEN | 19 |
| 2.3 CARTA ORGANISASI | 20 |
| 2.4 VISI, MISI DAN MATLAMAT | 21 |

| | | |
|----------------|--|-----------|
| 2.4.1 | Visi | 21 |
| 2.4.2 | Misi | 21 |
| 2.4.3 | Matlamat | 22 |
| 2.5 | IMEJ KORPORAT KLIEN | 23 |
| BAB 3.0 | KAJIAN DAN ANALISA TAPAK | 25 |
| 3.1 | PENDAHULUAN | 26 |
| 3.2 | PELAN DAN LOKASI TAPAK | 28 |
| 3.2.1 | Potensi Tapak | 30 |
| 3.2.2 | Kemudahan di Persekitaran Tapak Cadangan | 31 |
| 3.2.3 | Orientasi Matahari, Arah Tiupan Angin, Arah kiblat | 38 |
| 3.2.3.1 | Orientasi Matahari | 39 |
| 3.2.3.2 | Orientasi Arah Tiupan Angin | 40 |
| 3.2.3.3 | Arah Kiblat | 40 |
| 3.3 | ANALISA BANGUNAN SEDIA ADA | 41 |
| 3.3.1 | Latar Belakang Tapak Cadangan | 42 |
| 3.3.2 | Pelan Tapak Cadangan (Bangunan) | 44 |
| 3.3.3 | Struktur Bangunan | 46 |
| 3.3.4 | Jenis Bahan Binaan Dan Kemasan Bangunan | 47 |
| 3.3.5 | Sistem Mekanikal Dan Elektrikal Bangunan | 48 |
| 3.3.6 | Kemudahan Dalam Bangunan | 49 |
| 3.3.7 | Keadaan Dalam Bangunan | 50 |
| 3.3.8 | Keadaan Luar Bangunan | 56 |
| 3.4 | RINGKASAN HASIL KAJIAN | 59 |
| 3.5 | RUMUSAN | 61 |
| BAB 4.0 | KAJIAN KES | 62 |
| 4.1 | KAJIAN KES 1 – SKECHERS USA INC. | 63 |
| 4.1.1 | Pengenalan | 63 |
| 4.1.2 | Susunatur Ruang | 64 |



BAB 1.0

PENDAHULUAN

1.1 PENGENALAN

Cadangan rekabentuk hiasan dalaman kedai konsep Crocs untuk Crocs Inc. merupakan suatu cadangan untuk memberi nafas baru kepada kedai konsep Crocs yang telah sedia ada di Malaysia. Untuk pengetahuan umum, Crocs merupakan satu jenama barangan yang mengeluarkan pelbagai jenis produk seperti kasut, pakaian, beg, aksesori dan Jibbitz. Crocs mula menembusi pasaran Malaysia pada pertengahan tahun 2006. Sambutan terhadap produk keluaran Crocs semakin bertambah dari sehari ke sehari. Hal ini berikutan strategi pemasaran yang dilakukan oleh Crocs sangat berkesan kerana kesemua produk keluaran Crocs tidak hanya tertumpu pada satu golongan sahaja, bahkan bagi semua peringkat usia. Ciri-ciri dan bahan-bahan yang digunakan untuk menghasilkan produk Crocs juga tidak pernah dikeluarkan lagi oleh mana-mana pengeluar barangan berjenama sebelum ini. Jadi, tidak mustahillah keunikan produk dan jenama Crocs semakin mendapat tempat di hati setiap pembelinya.

Cadangan bagi projek ini melibatkan kerja-kerja merekabentuk kedai konsep Crocs dengan memperkenalkan konsep dan imej yang baru serta berlainan dari kedai-kedai Crocs yang terdapat di sekitar Malaysia. Cadangan untuk merekabentuk hiasan dalaman kedai konsep Crocs ataupun *Crocs Concept Store* adalah untuk memperkenalkan nilai komersial dan keunikan jenama Crocs. Pembaharuan yang hendak dicadangkan termasuklah merekabentuk ruang pameran barangan yang baru dan segar. Selain itu, perkara yang penting adalah untuk mengatasi masalah laluan bagi pengunjung dan pekerja agar tidak berselisih serta mengatasi masalah kekurangan ruang seperti yang diadu oleh pihak klien.