

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Saat ini perkembangan bisnis mengalami peningkatan dan persaingan yang sangat ketat, sehingga menuntut kinerja yang maksimal dari suatu perusahaan agar mampu bertahan dan bersaing dengan pasar. Suatu perusahaan yang ingin mencapai suatu kesuksesan dalam persaingan bisnis ialah dengan berusaha untuk menciptakan dan mempertahankan pelanggan (Yadi, 2018). Saat ini, industri kecantikan terus berkembang dengan perawatan dan layanan baru yang terus bermunculan setiap saat. Akibatnya, klinik kecantikan harus selalu mengikuti tren dan teknologi terkini agar tetap kompetitif. Klinik kecantikan merupakan sebuah klinik yang menawarkan jasa pelayanan dermatologi. Dermatologi (dari bahasa Yunani: derma yang berarti kulit) adalah cabang kedokteran yang mempelajari kulit dan bagian-bagian yang berhubungan dengan kulit seperti rambut, kuku, kelenjar keringat, dan lain sebagainya. Dapat disimpulkan, klinik kecantikan merupakan sebuah klinik yang menawarkan pelayanan jasa di bidang perawatan kesehatan dan kecantikan kulit, rambut, kuku, dan lainnya. (Kamus Besar Bahasa Indonesia, 2008). Klinik kecantikan biasanya dikelola oleh profesional medis berlisensi, seperti dokter kulit, ahli bedah plastik, atau ahli kecantikan, yang dilatih untuk melakukan perawatan dengan aman dan efektif.

Tujuan utama klinik kecantikan adalah untuk membantu pengunjung memperbaiki penampilan mereka dan merasa lebih percaya diri. Hal ini dicapai melalui rangkaian perawatan kosmetik non-bedah yang dirancang untuk mengatasi masalah estetika umum, seperti kerutan, garis halus, bekas jerawat, bintik-bintik penuaan, dan rambut yang tidak diinginkan. Selain menyediakan perawatan kosmetik, klinik kecantikan juga bertujuan untuk mengedukasi pengunjungnya tentang perawatan kulit dan memberikan panduan tentang cara menjaga kesehatan dan keremajaan kulit. Hal ini termasuk merekomendasikan produk perawatan kulit, memberikan tip tentang rutinitas perawatan kulit, dan menawarkan saran tentang perubahan gaya hidup yang dapat meningkatkan kesehatan kulit. Masyarakat Indonesia telah mengerti akan pentingnya menjaga kecantikan dari dalam maupun luar. Mulai dari remaja hingga orang dewasa, Wanita maupun pria. Bukan hanya dalam berpakaian, namun juga kecantikan pada kulit wajah dan tubuh sudah menjadi prioritas utama dalam berpenampilan (Maulina, 2021). Pada akhirnya, tujuan klinik kecantikan adalah untuk membantu pengunjung mencapai hasil estetika yang diinginkan dengan cara yang aman dan efektif untuk meningkatkan kesehatan kulit.

Masalah yang sering ditemui adalah orang sering tidak tahu harus memulai dari mana terkait perawatan kulit. Ada begitu banyak produk di pasaran dan sangat sulit untuk mengetahui mana yang paling cocok untuk kebutuhan pribadinya. Itulah mengapa pentingnya klinik kecantikan memiliki fasilitas konsultasi pribadi untuk membantu pengunjung untuk mengembangkan rutinitas perawatan kulit yang disesuaikan dengan jenis kulit, masalah dan gaya hidup mereka. Salah satu masalah

yang sering ditemui adalah banyak orang yang cenderung mengabaikan pentingnya keamanan produk. Dengan begitu banyak produk yang tersedia di pasar, pengguna mungkin kesulitan untuk menentukan mana yang paling cocok untuk kebutuhan khusus mereka. Penting bagi klinik kecantikan untuk menawarkan fasilitas konsultasi pribadi di mana pengunjung dapat menerima saran dan masukan dari ahli untuk mengembangkan rutinitas perawatan kulit yang disesuaikan dengan jenis, masalah, dan gaya hidup kulit mereka. Dibalik pesatnya pertumbuhan klinik kecantikan, ternyata memiliki sisi negatif. Karena konsumen telah membayar mahal produk kecantikan dan layanannya, mereka mengalami komplikasi dalam penggunaannya, sehingga memperburuk kondisi kulit mereka. Sesuai dengan Undang-Undang Perlindungan Konsumen di Indonesia, pelaku usaha bertanggung jawab atas produk dan jasa konsumen (Shofie, 2011). Maka pentingnya bahwa produk kecantikan tidak mengandung formula berbahaya dan dijamin oleh pemerintah. Meskipun ada peraturan ketat untuk memastikan produk kecantikan aman digunakan, beberapa orang masih mengonsumsi produk tanpa mempertimbangkan keamanan formulanya. Penting untuk dicatat bahwa peraturan ini dibuat untuk melindungi konsumen dari bahan kimia berbahaya dan potensi efek samping yang mungkin timbul dari penggunaan produk tertentu. Dengan menyediakan layanan konsultasi, klinik kecantikan dapat membantu meredakan kekhawatiran tentang keamanan produk dan memastikan bahwa pelanggan menerima perawatan terbaik. Pada akhirnya, memprioritaskan keselamatan adalah kunci untuk mencapai hasil yang optimal dan menjaga kesehatan dan kesejahteraan pengguna.

Dalam hal produk kecantikan, sangat penting untuk memprioritaskan keamanan diatas segalanya. Sementara banyak konsumen berfokus pada pencapaian hasil yang paling efektif. Pengguna klinik kecantikan estetika adalah pihak yang harus dilindungi hak konstitusionalnya yang disebut sebagai pasien atau konsumen kesehatan, karena mendapatkan pelayanan dan produk serta pelayanan kesehatan di klinik tersebut. (Sari, dkk 2018). Penting untuk disadari bahwa keamanan produk harus selalu di utamakan karena setiap individu memiliki jenis kulit yang unik, kondisi kesehatan yang diderita dan faktor lain yang dapat memengaruhi tubuh mereka terhadap produk tertentu. Ini berarti penelitian dan pengujian ekstensif harus dilakukan untuk memastikan bahwa semua bahan yang digunakan dalam produk aman dan tidak menimbulkan risiko bagi konsumen karena apa yang mungkin aman untuk satu orang belum tentu aman untuk orang lain.

Di dunia yang serba cepat saat ini, khususnya penduduk kota yang menjalani kehidupan yang sibuk dan tidak memiliki banyak waktu untuk beristirahat dan bersantai dapat menyebabkan stres yang berdampak negatif pada kesehatan fisik dan mental. Akibatnya, banyak orang beralih ke klinik kecantikan sebagai cara untuk beristirahat dari jadwal padat mereka dan menikmati perawatan diri. Klinik kecantikan menawarkan berbagai perawatan yang dirancang agar efektif dan menenangkan bagi penduduk kota yang sibuk yang membutuhkan istirahat dari rutinitas sehari-hari. Jam kerja yang panjang, tuntutan keluarga dan tugas yang tidak ada habisnya, mendapati waktu dan energi untuk mengurus diri sendiri bisa menjadi tantangan tersendiri. Hal ini dapat memicu orang miliki

masalah kulit, penuaan, dan masalah kecantikan lainnya yang dapat merusak kepercayaan diri dan harga diri mereka. Klinik kecantikan memahami masalah ini dan bertujuan untuk menyediakan lingkungan yang mendukung di mana pengunjung dapat merasa didengarkan dan dilihat.

Penuaan adalah masalah umum lainnya di antara pengunjung. Penuaan kulit merupakan fenomena biologis yang tidak dapat dihindari oleh manusia. Mekanisme yang mendasari penuaan kulit selalu berkembang sehingga penting untuk mengetahui mekanisme molekular terbaru, serta perubahan yang terjadi akibat penuaan agar klinisi dapat menentukan tata laksana yang tepat untuk mencegah dan mengobati penuaan kulit. (Sutanto, dkk 2023). Namun, penulis memahami bahwa banyak orang ingin mempertahankan penampilan yang awet muda. Maka dari itu klinik kecantikan memiliki rangkaian perawatan anti-penuaan yang dapat membantu mengurangi munculnya garis-garis halus dan kerutan, memperbaiki tekstur dan warna kulit, serta mengembalikan kilau yang lebih muda.

Klinik Kusuma adalah klinik kecantikan yang didirikan oleh dr. Indriati Kusuma, MHA dan dr. Andrew Halimanto, MS pada tahun 1998, keduanya merupakan alumni dari Fakultas Kedokteran Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya Jakarta. Seiring berjalannya waktu, beberapa cabang Klinik Kusuma dipimpin oleh anak pertama dari dr. Indriati Kusuma, MHA dan dr. Andrew Halimanto, MS yaitu dr. Christopher Damianus, Sp.KK sebagai direktur PT Kusuma Sampurna Mulia, serta didampingi olehistrinya Cynthia Widjojo selaku direktur keuangan dan akunting. Klinik Kusuma telah menyediakan perawatan kosmetik selama lebih

dari satu dekade dan telah mendapatkan reputasi dalam memberikan layanan berkualitas.

Pimpinan Klinik Kusuma memutuskan membuka cabang di Modernland setelah klinik beroperasi selama 15 tahun pada 2008 dikarenakan potensi permintaan yang akan meningkat kedepannya. Pada tahun yang sama pengelola juga mulai pelan-pelan membuka 9 cabang lainnya di wilayah JABODETABEK. Ada beberapa alasan mengapa Modernland terpilih menjadi lokasi ekspansi salah satu cabang Klinik Kusuma:

1. Proyek grup Modernland di Kecamatan Tangerang merupakan kawasan yang tepat dengan sasaran pasar dan pelanggan Klinik Kusuma. Modernland Kecamatan Tangerang merupakan salah satu kawasan perumahan dan komersial untuk yang berpenghasilan menengah keatas termodern di Kota Tangerang pada saat itu.
2. Infrastruktur kota mandiri Modernland Tangerang memberikan kemudahan akses untuk dalam kota maupun antar kota. Terbuatnya jalan yang luas dan jalan tol Jakarta-Merak atau Karawaci-Tangerang meningkatkan mobilitas dan kenyamanan pelanggan.
3. Ketersediaan lahan dan harga yang terjangkau Modernland Tangerang dibanding dengan BSD atau Karawaci juga menjadi pertimbangan utama dengan kebutuhan cabang baru.
4. Ditambah lagi persaingan yang relatif rendah dengan klinik kencantikan lainnya di kawasan Modernland pada saat itu.

Sejak berkembangnya kota mandiri Modernland 2010 keatas, banyak penduduk Jakarta yang mulai mencari tempat di daerah Tangerang dan Tangerang Selatan. Dikutip dari hasil riset dari Badan Pusat Statistik atau BPS yang diterbitkan pada awal 2021 lalu “*Penurunan laju pertumbuhan penduduk ini diduga adanya migrasi keluar yang besar dari DKI Jakarta yang melebihi migrasi masuk ke DKI Jakarta, sehingga mengakibatkan migrasi neto yang minus. Dari tahun 2010 ke tahun 2015 migrasi neto di DKI Jakarta menunjukkan besaran -23 artinya 23 dari 1000 penduduk keluar dari DKI Jakarta.*”.

Penduduk Jakarta yang pindah ke kota Tangerang dan Tangerang Selatan bisa didasari 3 faktor utama berikut yaitu hunian yang lebih terjangkau, kondisi lalu lintas, dan fasilitas publik yang semakin terdepan. Menurut hasil riset Unit Pengelola Statistik DKI Jakarta, harga rata-rata rumah di Jakarta pada kuartal II 2021 adalah Rp 6,8 miliar, sedangkan di Kota Tangerang adalah Rp 1,6 miliar dan di Tangerang Selatan adalah Rp 2,1 miliar. Lalu kota Tangerang dan Tangerang Selatan memiliki kondisi lalu lintas yang lebih lancar dibandingkan dengan Jakarta. Menurut data dari TomTom Traffic Index 2020, Jakarta merupakan kota dengan tingkat kemacetan tertinggi di dunia dengan rata-rata waktu perjalanan tambahan sebesar 53%. Sedangkan Kota Tangerang berada di peringkat ke-31 dengan rata-rata waktu perjalanan tambahan sebesar 29% dan Tangerang Selatan berada di peringkat ke-35 dengan rata-rata waktu perjalanan tambahan sebesar 28%. Kota Tangerang dan Tangerang Selatan juga memiliki aksesibilitas yang baik dengan fasilitas publik seperti transportasi umum dan jalan tol. Beberapa kawasan hunian

di sana terintegrasi langsung dengan stasiun KRL Commuterline, seperti Modernland Cilejit, Summarecon Gading Serpong, dan BSD Sinarmas Land.

Merespon kebutuhan pasar yang sangat tinggi, banyak pengembang kota yang mulai menekan pembangunan proyek perumahan baru. Selain Modernland ada Summarecon, Alam Sutera Realty, Sinarmas Land, Jaya Grup, dan Paramount Grup yang bersaing untuk memberikan daerah yang lebih terjangkau, nyaman, dan terdepan. Diantara semua pengembang kota, Bumi Serpong Damai adalah salah satu pengembang yang sedang menjalankan proyek terbesar daerah Tangerang Selatan yang dinamakan BSD 3.

BSD 3 adalah kawasan baru dari Bumi Serpong Damai yang mempunyai perkembangan sangat pesat sejak 2018. Kota BSD 3 memiliki luas lahan sekitar 1.000 hektare dan menawarkan berbagai jenis hunian, komersial, dan fasilitas publik yang modern dan berkualitas. BSD menyasar penduduk dengan pendapatan menengah ke atas baik dari kalangan muda maupun keluarga, yang mencari hunian yang nyaman, asri, dan terintegrasi dengan transportasi publik. Proyek-proyek rumah seperti The Zora, The Savia, The Nove, The Element, dan The Icon dengan harga di mulai dari miliaran hingga puluhan miliar rupiah. Menurut data dari Badan Pusat Statistik (BPS), jumlah penduduk di Kecamatan Serpong Utara, yang mencakup wilayah kota BSD 3, meningkat dari 163.344 jiwa pada tahun 2018 menjadi 173.291 jiwa pada tahun 2020. Laju pertumbuhan penduduk di kecamatan ini juga lebih tinggi dibandingkan dengan rata-rata laju pertumbuhan penduduk di Kota Tangerang Selatan, yaitu sebesar 3% per tahun.

Perkembangan kota BSD 3 dan pertambahan penduduknya tentunya berdampak positif bagi kebutuhan klinik kecantikan di daerah ini. Kebutuhan akan klinik kecantikan dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti tingkat pendapatan, gaya hidup, tren kecantikan, dan kesadaran akan kesehatan kulit. Kota BSD 3 memiliki potensi yang besar untuk menjadi pasar bagi klinik kecantikan, karena memiliki karakteristik sebagai berikut:

1. Penduduknya mayoritas berusia produktif (15-64 tahun), yaitu sekitar 75% dari total penduduk. Usia produktif merupakan usia yang paling aktif dalam melakukan aktivitas sosial dan ekonomi, sehingga memiliki kebutuhan akan penampilan yang baik dan menarik.
2. Penduduknya memiliki tingkat pendapatan yang cukup tinggi, karena sebagian besar bekerja di sektor formal seperti industri, perdagangan, jasa, dan lainnya. Tingkat pendapatan yang tinggi memungkinkan penduduk untuk mengalokasikan sebagian penghasilannya untuk memenuhi kebutuhan akan perawatan kecantikan.
3. Penduduknya memiliki gaya hidup yang modern dan dinamis, karena tinggal di kawasan yang terintegrasi dengan berbagai fasilitas publik seperti mall, taman, sekolah, universitas, rumah sakit, dan lainnya. Gaya hidup yang modern dan dinamis membuat penduduk lebih terbuka dengan tren kecantikan yang berkembang dan lebih peduli dengan penampilan mereka.
4. Penduduknya memiliki kesadaran yang cukup tinggi akan kesehatan kulit mereka, karena tinggal di daerah yang memiliki iklim tropis dengan paparan sinar matahari yang cukup tinggi. Kesadaran akan kesehatan kulit membuat

penduduk lebih selektif dalam memilih produk dan jasa perawatan kecantikan yang sesuai dengan kondisi kulit mereka.

Berdasarkan data dari Statista Market Insights, pasar kosmetik dan perawatan kecantikan di Indonesia diproyeksikan akan tumbuh sebesar 4.58% (2023-2028) sehingga mencapai nilai pasar sebesar US\$10 miliar pada tahun 2028. Hal ini menunjukkan bahwa permintaan akan produk dan jasa perawatan kecantikan di Indonesia masih sangat tinggi dan menjanjikan. Jumlah klinik kecantikan di BSD dan Gading Serpong juga meningkat setiap tahunnya dikarenakan permintaan yang sangat tinggi dan klinik yang belum cukup.

Lokasi merupakan faktor penting dalam menentukan keberhasilan usaha klinik kecantikan. Lokasi ini wajib strategis, mudah dijangkau, dan memiliki potensi pasar yang besar. Untuk pengembangan Klinik Kecantikan Kusuma yang selanjutnya, lokasi Jalan BSD Boulevard Utara menjadi sorotan karena memiliki beberapa poin yang disebutkan. Jalan BSD Boulevard Utara merupakan salah satu jalan utama di kota BSD 3 yang menghubungkan berbagai kawasan hunian, komersial, dan fasilitas publik. Di sekitar jalan ini juga terdapat beberapa kavling komersial yang masih dijual oleh beberapa pengembang. Dua tempat yang sedang dalam pembangunan adalah Grand Lucky dan Rans Nusantara Hebat.

Namun, terlepas dari keberhasilannya, Klinik Kecantikan Kusuma menghadapi beberapa hal yang perlu diatasi. Salah satu masalah utama adalah ruang perawatan yang terbatas dan tidak nyaman bagi pasien. Saat ini, Klinik Kusuma berencana mengambil inspirasi dari klinik kecantikan Korea yang terkenal dengan perawatan inovatif dan mutakhir. Dengan menggabungkan perawatan ini, Klinik Kusuma dapat memberikan layanan berkualitas tinggi yang memenuhi kebutuhan pengunjung yang terus berkembang.

Klinik Kecantikan Kusuma memiliki rencana untuk memperluas bisnisnya dan pindah ke lokasi baru yang lebih besar. Hal ini memungkinkan Klinik Kecantikan Kusuma untuk menyediakan layanan yang lebih lengkap dan terkini yang dibutuhkan pengunjungnya, berkomitmen untuk memberikan pelayanan terbaik bagi pengunjungnya dan mengambil langkah-langkah untuk mengatasi tantangan yang dihadapinya. Dengan rencana ekspansi dan berkomitmen untuk tetap *up to date* dengan tren kecantikan terkini, Klinik Kecantikan Kusuma akan menjadi penyedia perawatan kosmetik terkemuka di tahun-tahun mendatang.

Bagi para wanita *modern*, perawatan kecantikan dan kebutuhan akan kosmetik telah menjadi gaya hidup, khususnya di kota-kota besar. Kesadaran masyarakat untuk terlihat cantik membuat para wanita *modern* berlomba-lomba untuk merawat diri menjadi semakin cantik. Untuk depan nya bisnis perawatan kecantikan akan dijadikan sebagai sebuah peluang bisnis yang besar. Melihat kebutuhan manusia pada umumnya yang ingin selalu tampil sempurna. Keinginan yang tidak ada habisnya sesuai dengan tuntutan perkembangan jaman. Maka dari itu bisnis klinik kecantikan dapat dilihat sebagai peluang bisnis yang menjanjikan.

Khususnya di kota-kota besar, memenuhi kebutuhan masyarakat *modern*. (Wibowo, dkk 2013).

Secara khusus, desain klinik kecantikan harus memenuhi tiga tujuan utama: merepresentasikan kenyamanan, memberikan pengalaman pengguna yang sesuai untuk semua kalangan dan menciptakan lingkungan yang nyaman dan menarik secara visual. Pengunjung yang mengunjungi klinik kecantikan sering mencari relaksasi dan menghilangkan stres, sehingga desain klinik kecantikan harus mendukung tujuan tersebut. Klinik kecantikan melayani kelompok pengunjung yang beragam dan desainnya harus mempertimbangkan kebutuhan dan preferensi kelompok usia, jenis kelamin, dan latar belakang budaya yang berbeda. Pada, pengunjung lanjut usia lebih memerlukan banyak ruang untuk alat bantu gerak atau membutuhkan lebih banyak area tempat duduk, sementara pengunjung yang lebih muda mungkin lebih menyukai skema warna yang lebih cerah dan area *lounge* yang nyaman.

## **1.2 Rumusan Masalah**

1.2.1 Banyak Klinik Kecantikan di daerah Tangerang yang memiliki design yang kekinian dan menarik, sedangkan klinik Kusuma sangat tertinggal dibanding kompetitor lainnya

1.2.2 Menciptakan desain interior klinik kecantikan yang sesuai dengan identitas merek visual, sehingga menggambarkan citra yang konsisten, mengundang, dan mengesankan bagi pengunjung

### **1.3 Tujuan Perancangan**

1.3.1 Merancang desain interior klinik kecantikan yang mampu merepresentasikan sebuah kenyamanan sehingga dapat menarik minat pengunjung

1.3.2 Merancang pengalaman pengguna yang inklusif untuk semua kalangan

1.3.3 Merancang *ambience* yang ramah dan menarik secara visual bagi pengunjung

1.3.4 Merancang klinik kecantikan yang *universal*

### **1.4 Batasan dan Ruang Lingkup Penelitian**

1.4.1 Batasan Batasan dari perancangan fasilitas ini mencakup 3 aspek:

#### **1.4.1.1 Aspek Demografis**

Perancangan fasilitas klinik kecantikan ini memiliki kriteria tertentu:

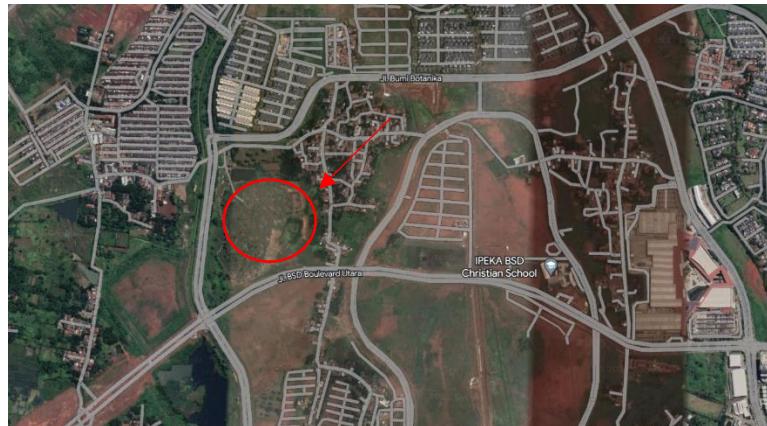
Jenis kelamin: Pria dan Wanita

Usia: 17-70 tahun

Kelas finansial: Menengah – atas

Etnis: Semua kalangan

#### 1.4.1.2 Aspek Geografis



Gambar 1.4.1.2 Lokasi bangunan yang akan digunakan

Lokasi diatas berada di Jl. BSD Boulevard Utara.

Alasan penulis memilih lokasi tersebut dikarenakan lokasi yang sangat strategis, dekat dengan Grand Lucky, perumahan warga sekitar dan QBIG.

#### 1.4.1.3 Aspek Psikografis

Fasilitas klinik kecantikan ini adalah untuk:

1. Orang yang memiliki masalah pada kulit
2. Orang yang memiliki masalah pada rambut
3. Orang yang ingin merawat tubuh
4. Orang yang ingin melakukan perawatan pada satu tempat

#### 1.4.2 Ruang Lingkup

Fokus dari perancangan fasilitas ini hanya pada penghuni temporer dan tamu kunjungan yang melingkupi: ruang perawatan, *cafetaria*, dan area menunggu untuk tamu.

Ruangan khusus yang dipilih adalah kamar perawatan dan area tunggu tamu, maka uraian pekerjaanya sama seperti di atas dan ditambahkan dengan detail furnitur, detail interior, 3D Rendering, animasi video 3D, skema warna dan material. Batasan untuk ruang utilitas seperti kamar mandi, area parkir, dan ruang untuk perawatan medis hanya dirancang besar ruangan saja tanpa detail furnitur, material, gambar kerja lainnya.

## 1.5 Sistematika

Metode pengumpulan data yang digunakan pada saat merancang desain interior dari fasilitas klinik kecantikan menggunakan metode DK Ching yaitu, mengeksplorasi penerapan wujud dasar berdasarkan perbendaharaan desain sehingga diharapkan akan memperoleh banyak alternatif desain tanpa mengeluarkan biaya banyak ketika alternatif-alternatif tersebut dibangun secara nyata. Sedangkan menurut Groat dan Wang (2013), simulasi adalah salinan dari kenyataan, di mana keunggulan dari simulasi ini adalah peneliti dapat mensimulasikan sebuah obyek arsitektur tanpa perlu mengeluarkan biaya untuk benar-benar membangunnya. Kemudian juga, dengan adanya strategi simulasi pada penelitian, maka dimungkinkan penggunaan teknologi dalam aplikasinya sehingga diharapkan dapat diperoleh salinan kenyataan sesuai dengan obyek rancang yang dibangun di dunia nyata, dari sisi ukuran atau dimensi dan penerapan material solid dan transparan. Simulasi desain di dalam penelitian ini menggunakan bantuan

software CAD (*Computer Aided Design*) dua dimensi dan tiga dimensi, yaitu AutoCAD dan Sketchup. Desain dua dimensi terdiri atas gambar denah dan alternatif-alternatif fasad, sedangkan desain tiga dimensi terdiri atas gambar isometri dan juga gambar tampak depan secara perspektif. Tahap berikutnya adalah wawancara untuk data tambahan. Terakhir, data kuantitatif untuk data statistikal diperlukan untuk dikumpulkan dari hasil susunan pertanyaan yang dibuat menjadi suatu kuesioner yang akan dibagikan kepada target (Patel, 2019). Hasil kuesioner pun akan digunakan sebagai data perancangan yang telah dianalisis.

Hasil dari semua analisis data akan dimanfaatkan untuk perancangan interior fasilitas klinik kecantikan. Dimulai dari pembuatan tabel aktivitas fasilitas dan program ruang (diagram matriks, diagram *bubble*, sirkulasi, *zoning*, dan *blocking*). Kemudian, pembuatan konsep menggunakan referensi dari foto konsep, warna, dan material. Semua referensi ini akan disatukan menjadi *moodboard*. Tahapan berikut adalah proses gambar kerja yang meliputi: *furniture layout plan*, *floor plan*, *wall plan*, *ceiling plan*, *mechanical and electrical plan*, *elevation*, *section*, dan *furniture detail*. Hasil dari gambar kerja akan diubah menjadi gambar 3 dimensi beserta *video* animasi 3 dimensi sebagai visualisasi yang lebih nyata dari batasan ruangan yang sudah ditentukan.