

## DESIGN INTERIOR GERAI UMKM FANCY TUMMY

Putu Ari Darmastuti<sup>1</sup>, Ni Luh Kadek Resi Kerdiati<sup>2</sup>, I Putu Udiyana Wasista<sup>3</sup>, Ni Kadek Yuni Diantari<sup>4</sup>

<sup>1,2,3</sup>Program Studi Desain Interior, Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Seni Indonesia Denpasar

<sup>4</sup>Program Studi Desain Mode, Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Seni Indonesia Denpasar

Email: [1putuari@isi-dps.ac.id](mailto:1putuari@isi-dps.ac.id)

### ABSTRAK

Perkembangan UMKM saat ini tergolong pesat dengan bukti di kota Denpasar banyak penggiat usaha UMKM berani muncul dan membuka gerai *off line*. UMKM yang telah memiliki branding masing-masing memerlukan bantuan desainer interior dalam mewujudkan desain ruangan gerai yang mencerminkan dari brand UMKM itu sendiri. Peran desainer interior dalam mendesain gerai UMKM sangat penting mengingat mitra UMKM merupakan bisnis rintisan masyarakat yang memajukan perekonomian daerah. Proses pengabdian dimulai dari penerimaan surat permohonan dari pihak mitra UMKM Fancy Tummy kepada Jurusan Desain Interior Institut Seni Indonesia Denpasar. Dari surat ini, pihak jurusan menindaklanjuti dengan pertemuan dengan pihak mitra UMKM di tempat lokasi usaha yang akan didesain. Proses desain hingga menjadi sebuah gambar gagasan adalah sebelum tahap menggambar, tim desain melakukan penelitian baik dengan cara wawancara pada pemilik gerai hingga mencari referensi-referensi baik data dan gambar. Peran desainer interior dalam mewujudkan gerai Fancy Tummy ini adalah bagaimana mewujudkan kesan gerai yang sesuai dengan branding dari produk-produk yang mereka jual jauh sebelum memiliki gerai. Proses desain hingga menjadi sebuah gambar gagasan melewati banyak hal baik sesi wawancara, survey lapangan, diskusi dan penggambaran. Tantangan pada kasus ini adalah tim desain harus dapat mencari jalan tengah dalam memproses banyak input baik referensi desain atau keinginan-keinginan khusus dari pemilik gerai.

**Kata kunci:** UMKM, Desain Interior, gerai kue

Diterima pada 10 Maret 2023

Disetujui pada 28 Maret 2023

### PENDAHULUAN

Perkembangan UMKM saat ini tergolong pesat dengan bukti di kota Denpasar banyak penggiat usaha UMKM berani muncul dan membuka gerai *off line*. UMKM yang telah memiliki branding masing-masing memerlukan bantuan desainer interior dalam mewujudkan desain ruangan gerai yang mencerminkan dari brand UMKM itu sendiri.

Peran desainer interior dalam mendesain gerai UMKM sangat penting mengingat mitra UMKM merupakan bisnis rintisan masyarakat yang memajukan perekonomian daerah. Mitra UMKM Fancy Tummy merupakan bisnis rintisan yang dimulai dari rumah dirintis oleh Luh Gde Ana Pertiwi. Beliau merintis usaha ini dimulai dari menjual kue-kue ulang tahun hingga kini mensuply kue di beberapa café di seputar Kota Denpasar. Fancy Tummy berdiri pada tahun 2018 dan kini memberanikan diri untuk membuka gerai *off line*. Gerai pertama Fancy Tummy berlokasi di Jl. Kecubung no 66 Denpasar. Dengan luas area 30m<sup>2</sup> Fancy Tummy bermaksud membuat display kue, area café dan dapur untuk pengolahan kue-kue yang di produksi.

### METODE

Proses pengabdian dimulai dari penerimaan surat permohonan dari pihak mitra UMKM Fancy Tummy kepada Jurusan Desain Interior Institut Seni Indonesia Denpasar. Dari surat ini, pihak jurusan menindaklanjuti dengan pertemuan dengan pihak mitra UMKM di tempat lokasi usaha yang akan didesain. Pada pertemuan yang berlangsung pihak mitra UMKM mengutarakan keinginan untuk membuka usaha yang sebelumnya merupakan bisnis kue

*online* dan ingin mengembangkannya dengan membuka toko kue. Usai pertemuan, mitra meminta tim pengabdian untuk melakukan survei di sekitar lokasi toko untuk melihat kondisi dan luas ruang tersebut. Dari survei tersebut, tim pengabdian mengidentifikasi sejumlah masalah yang perlu ditindaklanjuti dalam proses desain. Nantinya, proses desain itu sendiri dilakukan dengan memecahkan masalah yang ditemukan. Selain itu, ada beberapa penerapan teori, seperti psikologi warna dan pencahayaan.

## PEMBAHASAN

### 1. Branding dan Identitas Merek

Branding adalah pendekatan yang digunakan untuk memasarkan produk dan jasa dengan nama tertentu [1]. Kita semua dapat mengidentifikasi dengan merek yang akrab kita dan bagian dari kehidupan kita sehari-hari. Membentuk dasar dari proses desain; memahami merek adalah salah satu aspek yang paling penting dari peran desainer ritel. Di sebagian besar interior desain, memahami bangunan adalah awalnya titik dan subjek yang harus dipahami. Tapi secara ritel, merek adalah titik awal dan bangunan atau situs sering kali muncul kemudian.

Prinsip merek yaitu setiap brand image dibentuk dengan mendefinisikan prinsip-prinsip utama di belakang artinya. Serta mempertimbangkan produk dan lingkungannya, itu penting untuk mempertahankan visi tentang bagaimana untuk membangun merek dan bagaimana berdiri berdampingan dengan para pesaingnya. Seperti sudah dibahas, merek-merek yang tinggal sesuai dengan nilai merek mereka mampu bertahan dan menaklukkan dunia yang kompetitif [1].

Mesher dalam buku *Basic Interior Design, Retail Design* menjelaskan prinsip-prinsip merek dapat berupa hal-hal dibawah ini :

- Esensi : Mengidentifikasi apa yang menjadi inti dari bisnis dan sifat pekerjaannya. Ini adalah fitur yang paling penting dari organisasi.
- Nilai : Istilah 'nilai merek' dapat dieksplorasi melalui apa moral organisasi dan standar dan bagaimana mereka memmanifestasikan dirinya dalam merek.
- Gambar : Citra merek adalah satu dari aspek yang paling penting pengembangan merek dan terpenting dalam menunjukkan esensi dan nilai-nilai organisasi untuk dunia melalui sarana visual.
- Ide besar : Ide-ide besar menunjukkan hal-hal pada merek ditetapkan untuk dicapai.
- Penghasil uang : Di belakang setiap merek adalah ambisi untuk menghasilkan uang. Hal ini mendasar untuk mengetahui bagaimana rencana sebuah merek hingga memperoleh keuntungan.
- Ketertarikan : Kesuksesan dari banyak merek tidak diketahui dan penawaran tambahan yang bisa dibuat di bawah merek. Dia penting untuk mempertanyakan apa lagi orang menggunakan/membutuhkan merek tersebut.
- Budaya : Siapakah pasar/konsumen/pengguna dan apakah rasanya menjadi bagian dari budaya ini?

### 2. Psikologi Warna

Pernyataan Haller pada buku *"The Little Book of Colour, How to Use The Psychology in Colour to Transform Your Life"*, warna bukan hanya masalah persepsi visual, ingatan pribadi, dan makna simbolis. Ini memiliki dampak psikologis yang kuat. Warna memiliki kemampuan untuk secara mendalam mempengaruhi bagaimana kita merasa, berpikir, dan mempengaruhi cara kita berperilaku. Hal tersebut sama di seluruh dunia. Apa pun makna budaya atau pribadi yang kita anggap sebagai warna, jika menyangkut kehidupan batin

kita, itu memiliki dampak universal [2]. Diketahui bersama bahwa setiap warna memiliki sifat dan dampak tertentu yang kita kenal dengan psikologi warna. Warna-warna dasar seperti merah, kuning dan biru memiliki makna tersendiri baik secara universal dan berkaitan dengan budaya daerah tertentu.

Psikologi warna dapat membawa kita ke kepribadian otentik, baik dari bisnis atau seseorang. Dan ketika kita menemukan warna yang merupakan inti dari DNA kita, saat itulah keajaiban terjadi [2]. Warna memiliki peran penting didalam kehidupan manusia, warna yang sering dijumpai akan membekas dan tersimpan didalam memori jangka panjang. Warna juga dapat membantu kita menemukan identitas atau keunikan dari seseorang, brand, tempat, ataupun suasana.

Warna dan psikologi berkaitan erat dengan memori-memori yang tersimpan. Memori-memori yang berkaitan dengan pengalaman visual manusia selama hidupnya. Warna-warna yang tersimpan didalam memori memiliki kesan tersendiri yang dapat berupa apapun, suasana, benda, alam, binatang dan lainnya. Warna-warna yang berkesan akan selalu akan diingat dan dapat memicu ketertarikan terhadap warna tersebut. Warna tidak hanya sebagai persepsi visual tetapi, personal memori, atau sebuah simbol. Warna memiliki dampak psikologi yang dapat mempengaruhi bagaimana kita berperilaku, berfikir dan apa yang kita rasakan .

### 3. Pencahayaan Ritel

Dikutip dari tulisan Huibin Yu [3] yang berjudul "*The Psychology of Restaurant Interior Design Part 3*" menjelaskan beberapa macam jenis *lighting* dan dampaknya pada pengunjung restoran.

- *Ambient Lighting* – Ini adalah pencahayaan umum suatu lingkungan. Seperti namanya, itu juga bertanggung jawab atas suasana keseluruhan restoran. Pencahayaan redup menciptakan suasana kelas atas yang intim, terutama di area bar dan lounge restoran, tempat pelanggan lebih cenderung untuk bersandar berdekatan.
- *Task Lighting* – Ini membantu pelanggan dan karyawan melakukan tugas, seperti membaca menu, dapat melihat dengan jelas pengaturan meja dan makanan, dan memasak di dapur. Di tempat yang biasanya memiliki penerangan redup, kedai salad atau tempat makan prasmanan membutuhkan pencahayaan khusus untuk membuatnya menonjol; ini juga berguna untuk menerangi jalur. Ini juga membantu melihat pantulan dengan jelas di cermin toilet.
- *Accent Lighting* – Lebih dekoratif daripada fungsional, pencahayaan aksen digunakan untuk menarik perhatian ke area dan objek tertentu untuk menciptakan minat visual. Lukisan, patung, air mancur, dan bar biasanya diterangi oleh pencahayaan aksen.

Restoran kelas atas selama waktu makan malam harus memiliki pencahayaan intensitas rendah berwarna hangat. Ini menciptakan suasana santai, intim, dan santai. Suasana yang menyenangkan tercipta dengan menggunakan lampu dinding, bukan cahaya yang turun langsung dari langit-langit. Untuk membuat ruangan tampak luas, sebarkan cahaya intensitas tinggi secara merata. Pencahayaan dapat membantu memperkuat branding, tetapi menggunakan terlalu banyak warna akan membuat restoran berisiko terlihat seperti klub malam atau sirkus. Selain branding dan konsistensi penargetan, ada perbedaan penting antara restoran cepat saji dan restoran kelas atas: memengaruhi perilaku pengunjung.

Selama jam makan siang di restoran cepat saji, misalnya, pencahayaan yang terang membantu meningkatkan pergantian pelanggan dan memfasilitasi lalu lintas. Ini sangat membantu jika Anda ingin memaksimalkan kesibukan tengah hari. Waktu makan malam juga merupakan jam sibuk — oleh karena itu, menciptakan suasana santai melalui pencahayaan penting untuk meyakinkan tamu untuk diam lebih lama. Contoh dari penggunaan cahaya di restaurant adalah perbedaan desain interior restoran antara McDonalds dan Starbucks. Kedua rantai melayani demografi yang memiliki tumpang tindih besar, tetapi Anda dapat melihat bagaimana pencahayaan mencerminkan maksud masing-masing: McDonalds terang benderang untuk merangsang pelanggan dan memfasilitasi pergantian, sementara Starbucks mendorong para tamu untuk berlama-lama menikmati kopi dan kue.

#### 4. Proses Desain

Fancy Tummy melekat dengan citra yang menyenangkan dan gembira, tercermin dari warna yang dipilih untuk logo dan presentasi kue-kue yang dipasarkan. Dari hasil wawancara tim desainer pada pemilik gerai Fancy Tummy bahwa gerai ini berdiri karena hobby pemilik yang gemar membuat kue untuk kerabat terdekat. Berawal dari sekedar hobby lambat laun semakin banyak kerabat yang merekomendasikan bahkan memesan kue untuk acara-acara tertentu. Hal ini membuat pemilik gerai Fancy Tummy mulai merencanakan pengembangan dari bisnis kue ini.

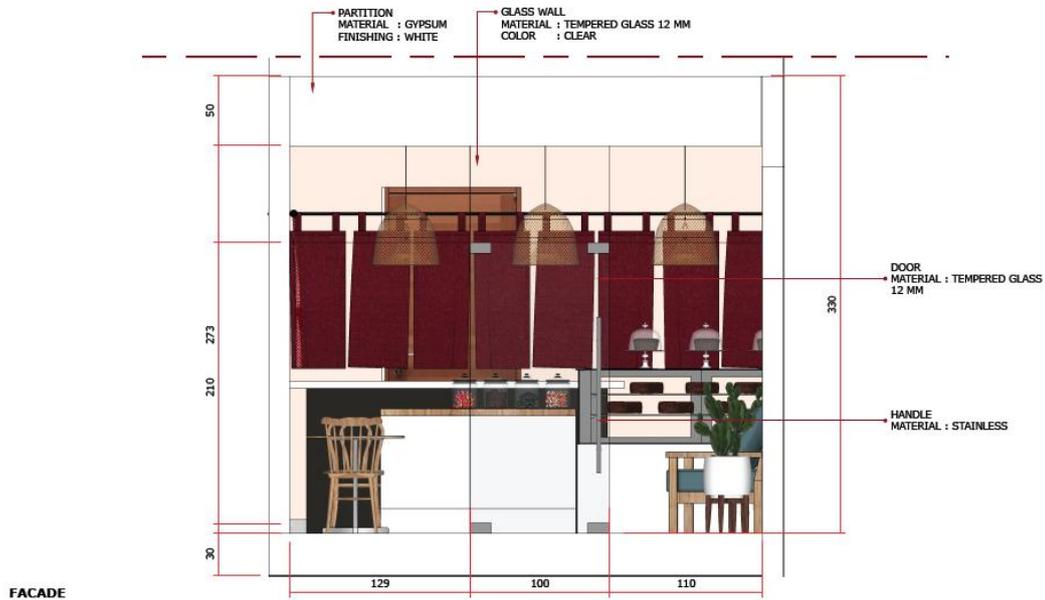
Pengembangan Fancy Tummy dengan menambah menu kue nya tidak ingin terlepas dari branding yang telah melekat yaitu kue rumahan dengan bahan premium. Logo Fancy Tummy sendiri terdiri dari warna magenta, putih dan maroon. Bentuk dari logo tersebut berbentuk lingkaran dengan sisi menyerupai kelopak bunga. Pemilihan bentuk ini dan warna-warna hangat bertujuan untuk menarik perhatian.



Gambar 1. Gambar Logo Fancy Tummy  
(Sumber : Fancy Tummy, 2022)

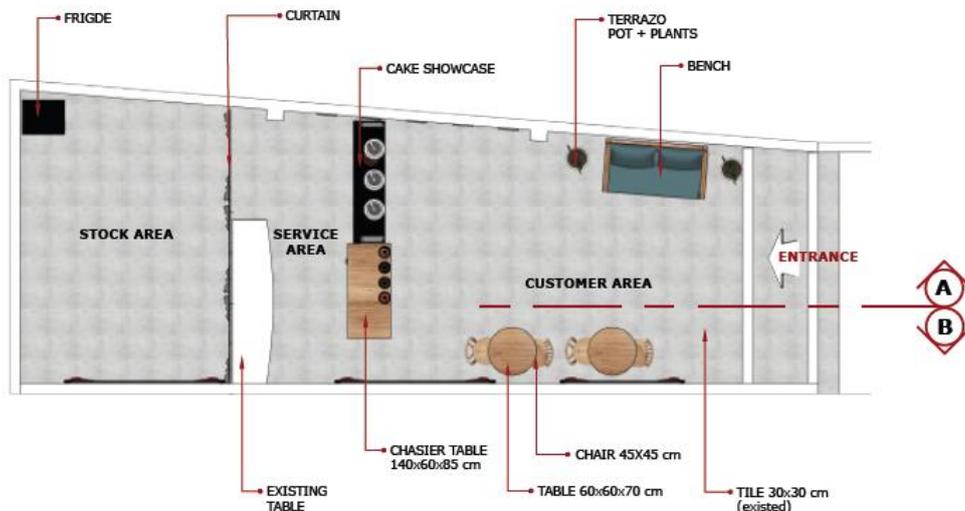
Cita rasa kue yang dijual oleh Fancy Tummy sangat beragam dan kaya akan inovasi. Penggunaan bahan pun tidak sama antara kue satu dan lainnya, hal ini bertujuan agar produk Fancy Tummy dapat menyentuh banyak kalangan dan usia. Pemilik gerai yang sekaligus pembuat kue Ibu Ana memiliki moto agar pelanggan yang datang pulang dengan

perasaan gembira setelah mencicipi kue buatan Fancy Tummy. Hal ini memberikan ide untuk membuat gerai dengan kombinasi-kombinasi warna pastel yang dapat dengan mudah menarik perhatian pelanggan dan membangkitkan mood. Dalam hal interior Fancy Tummy ingin menghadirkan nuansa gerai yang identic dengan makanan buatan rumah. Konsep yang membuat pengunjung nyaman saat menikmati kue dan merasa seperti dirumah sendiri.



Gambar 2. Gambar Facade  
(Sumber : Tim Pengabdian, 2022)

Tampak depan dari gerai Fancy Tummy, menggunakan sekat dan pintu kaca yang bertujuan membuat suasana ruang tidak terlalu gelap dan dapat dimasuki sinar matahari. Serta penggunaan material transparan seperti kaca juga secara visual menampilkan interior gerai dan dapat menarik perhatian dari luar gerai.



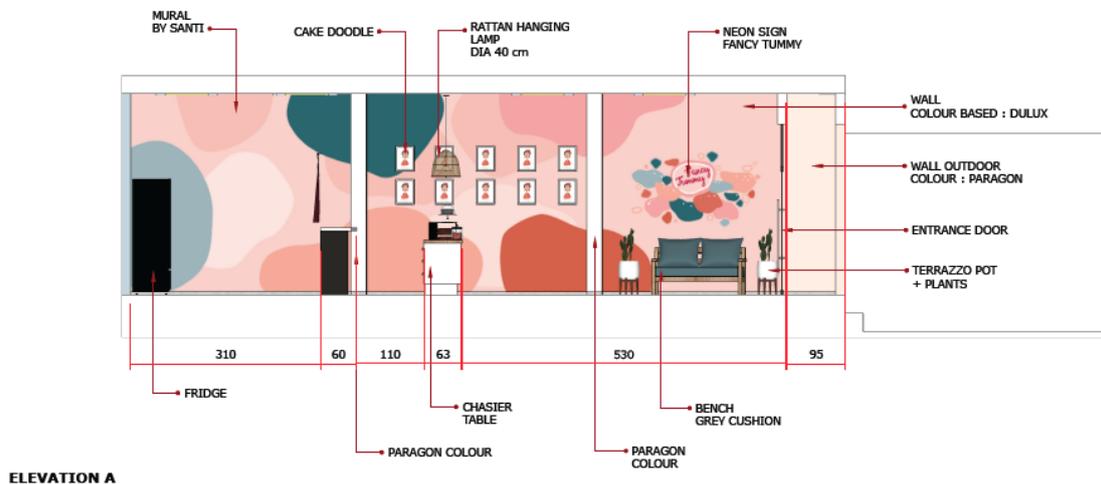
Gambar 2. Gambar Facade  
(Sumber : Tim Pengabdian, 2022)

Pada tahap desain hal yang pertama kali ditentukan adalah denah ruang dari gerai Fancy Tummy ini, Pembagian ruang yang dilakukan yaitu 4 tahap, area *entrance* dan parkir kendaraan, *customer area*, *service area* dan *stock area*. Kapasitas pada gerai Fancy Tummy tidak terlalu banyak untuk menjaga kenyamanan pengunjung saat berada di area gerai.

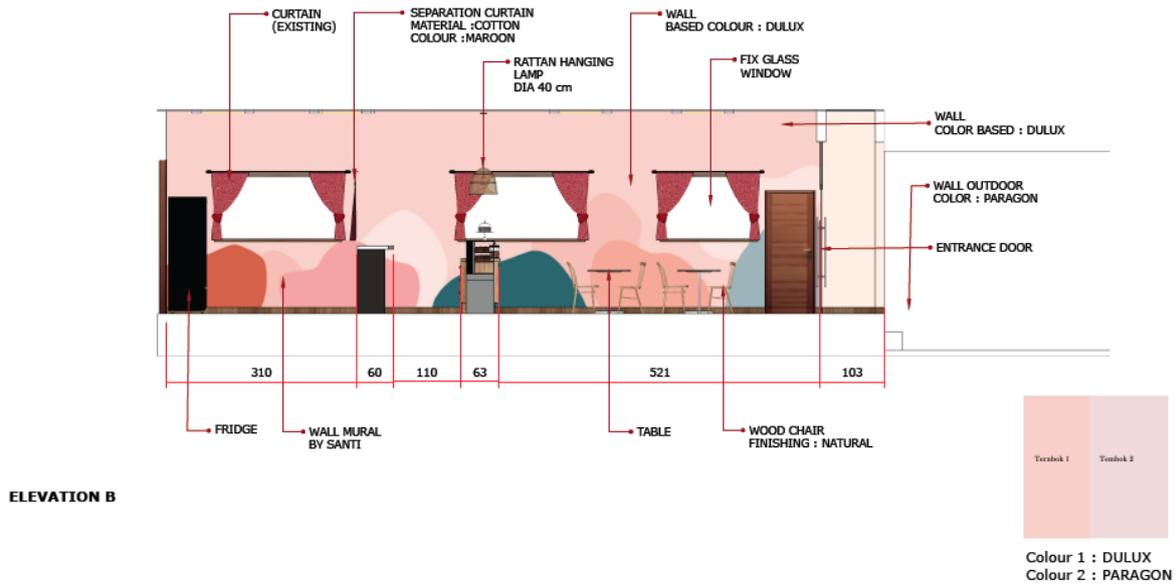
Area pengunjung didesain dengan fasilitas 1 sofa untuk dua orang dan 2 meja masing-masing dengan dua kursi. Untuk saat ini gerai Fancy Tummy lebih banyak melayani order online baik kue utuh atau kue potongan. Pemilihan furniture pada area pengunjung yaitu furniture dengan finishing natural dan berbahan kayu solid. Pada area *service* dan *stock* furniture hanya yang memiliki fungsi sebagai alat bantu pekerjaan pegawai dalam menyiapkan kue untuk pengunjung.

Lantai pada gerai Fancy Tummy tetap menggunakan material yang telah ada saat bangunan akan direnovasi. Pembagian area gerai juga tidak melalui sekat lantai namun menggunakan furniture sebagai pembatas area. Lantai eksisting berwarna netral sehingga diputuskan untuk tidak mengganti lantai tersebut dan cukup aman jika digunakan sata beraktifitas.

Dinding pada desain gerai Fancy Tummy didesain oleh adik dari pemilik gerai dengan mengaplikasikan warna-warna pastel yang mencerminkan berbagai macam product yang dijual pada gerai Fancy Tummy. Desain dinding dibuat bermotif abstrak dengan pola dan ukuran bervariasi. Warna-warna yang digunakan merupakan warna tersier untuk menghindari kesan kuat dan mencolok. Penggunaan variasi warna untuk menciptakan nuansa yang menyenangkan dan hangat. Penggunaan sekaligus sebagai unsur dekoratif tanpa perlu meletakkan aksesoris yang tidak fungsional mengingat gerai Fancy Tummy ini tidak cukup besar.



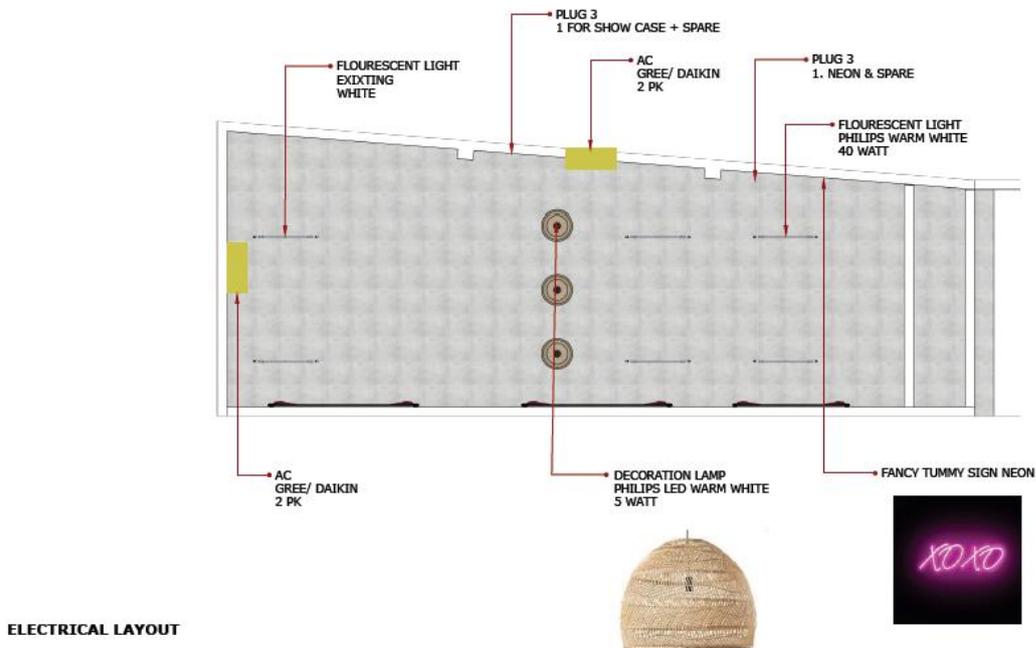
Gambar 3. Gambar Elevasi A  
(Sumber : Tim Pengabdian, 2021)



ELEVATION B

Gambar 4. Gambar Elevasi B  
(Sumber : Tim Pengabdian, 2021)

Pencahayaan pada gerai Fancy Tummy menggunakan pencahayaan general untuk keseluruhan ruang dan menambahkan pencahayaan aksen sebagai unsur dekorasi pada ruangan. Penggunaan jenis lampu pada gerai Fancy Tummy sebanyak 3 jenis yaitu: lampu TL *warm white* sebagai pencahayaan *general* (menyeluruh), *spot light* dan lampu gantung digunakan sebagai pencahayaan dekoratif karena menerangi hanya area-area tertentu. Intensitas pencahayaan yang digunakan juga berbeda-beda menyesuaikan dengan fungsi dan lokasi pencahayaan tersebut. Pencahayaan yang hangat dirasa cocok dengan branding Fancy Tummy yang ingin menampilkan kesan *homie* yang mana pengunjung tidak harus terburu-buru untuk menikmati kue .



ELECTRICAL LAYOUT

Gambar 5. Gambar Elektrikal  
(Sumber : Tim Pengabdian, 2021)

Penggunaan furniture di gerai Fancy Tummy menggunakan kayu jati solid yang merupakan permintaann khusus dari pemilik. Penggunaan kayu jati solid bertujuan untuk memberikan kesan kokoh dan juga dengan warna natural dari kayu jati memberikan kesan hangat dan memecah warna cat tembok yang dominan. Beberapa elemen natural seperti lampu rattan juga memberikan kesan etnik dan *eye catching* pada area *display*.

Selain penggunaan furniture yang minimal, pada gerai Fancy Tummy tim desainer juga menambahkan beberapa dekorasi seperti tanaman artifisial dengan pot terrazzo yang senada dengan warna-warna pada dinding. Penggunaan tirai bermotif pada jendela dan tirai polos sebagai pemisah ruang stock dan service selain sebagai guna fungsional juga sebagai elemen dekorasi.



Gambar 6. Gambar *Rendering* Interior  
(Sumber : Tim Pengabdian, 2021)



Gambar 7. Gambar *Rendering* Interior  
(Sumber : Tim Pengabdian, 2021)

## PENUTUP

Kesimpulan dari proses desain hingga menjadi sebuah gambar gagasan adalah sebelum tahap menggambar, tim desain melakukan penelitian baik dengan cara wawancara pada pemilik gerai hingga mencari referensi-referensi baik data dan gambar. Peran desainer interior dalam mewujudkan gerai Fancy Tummy ini adalah bagaimana mewujudkan kesan gerai yang sesuai dengan branding dari produk-produk yang mereka jual jauh sebelum memiliki gerai. Proses desain hingga menjadi sebuah gambar gagasan melewati banyak hal baik sesi wawancara, survey lapangan, diskusi dan penggambaran. Tantangan pada kasus

ini adalah tim desain harus dapat mencari jalan tengah dalam memproses banyak input baik referensi desain atau keinginan-keinginan khusus dari pemilik gerai. Tim desain mengucapkan terimakasih atas kesempatan dapat mendesain dan membantu memajukan UMKM di Kota Denpasar.

#### DAFTAR PUSTAKA

- [1] L. Mesher, *Basics interior design: retail design*. Switzerland: AVA Pub., 2010. Accessed: Oct. 09, 2021. [Online]. Available: <http://site.ebrary.com/id/10400712>
- [2] K. Haller, *The little book of colour: how to use the psychology of colour to transform your life*. 2019.
- [3] "The Psychology of Restaurant Interior Design, Part 3: Lighting." <https://www.fohlio.com/blog/the-psychology-of-restaurant-interior-design-part-3-lighting> (accessed Mar. 08, 2023)