

## Perancangan Interior Kafe Patdua Surabaya: Integrasi Identitas Merek Bergaya Futuristik pada Elemen Desain

Eugenia Audrey<sup>1,\*</sup>, Jason Marcellinus Wijaya<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Desain Interior, Universitas Kristen Petra

Jl. Siwalankerto No. 121-131, Siwalankerto, Kec. Wonocolo, Surabaya, Jawa Timur 60236, Indonesia

\*eugeniaaudrey8815@gmail.com, jasonwijaya018@gmail.com

Received 24 April 2024, Revised 19 May 2024, Accepted 21 Mei 2024

**Abstract** — *Patdua Cafe, located in Surabaya, has a major issue of low visitor interest and loyalty due to factors such as aesthetics, comfort, layout arrangement, and handling of interior elements that are not optimal, and not in line with the cafe's branding. Therefore, the interior of Patdua Cafe was redesigned to integrate a futuristic brand identity. The redesign aims to create a human and activity-based, modern and innovative interior design in accordance with the futuristic style and brand identity. The design method used is design thinking, consisting of Empathize (literature study and field observation), Define (analysis of needs, problems, and solutions), Ideate (brainstorming ideas), Prototype (making decisions and completing designs), and Test (review and implementation of designs). In the discussion and data analysis, adjustments to design elements were made to enhance the customer experience and strengthen brand identity. In conclusion, the cafe's redesign successfully integrated brand identity through futuristic design on the aesthetic and functionality of the cafe, which can hopefully enhance customer appeal and loyalty.*

**Keywords:** Interior redesign; brand identity; futuristic; design thinking

**Abstrak** — Kafe Patdua yang terletak di Surabaya memiliki permasalahan utama yaitu kurangnya minat dan loyalitas pengunjung akibat faktor estetika, kenyamanan, penataan layout dan pengolahan elemen interior yang kurang maksimal dan kurang sesuai dengan branding kafe. Oleh karena itu, dilakukan re-desain interior kafe Patdua yang mengintegrasikan identitas merek bergaya futuristik. Perancangan ulang bertujuan untuk menciptakan desain interior kafe berbasis manusia dan aktivitasnya yang modern dan inovatif sesuai dengan tema futuristik serta identitas merek. Metode perancangan yang digunakan berupa design thinking yang terdiri dari Emphatize (studi literatur dan observasi lapangan), Define (berupa analisis kebutuhan, masalah, dan solusi), Ideate (brainstorming ide), Prototype (membuat keputusan dan kelengkapan desain), serta Test (review dan realisasi desain). Dalam pembahasan dan analisis data, dilakukan penyesuaian elemen desain untuk meningkatkan pengalaman pelanggan dan memperkuat identitas merek. Kesimpulannya, perancangan kafe berhasil mengintegrasikan identitas merek bergaya futuristik pada estetika dan fungsionalitas yang diharapkan dapat meningkatkan daya tarik serta loyalitas pelanggan.

**Kata Kunci:** Re-desain interior; identitas merek; futuristik; design thinking

### PENDAHULUAN

Kafe Patdua merupakan salah satu kafe di Surabaya yang memiliki lokasi strategis, yaitu di seberang Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Surabaya. Oleh karena itu, kafe ini menjadi tempat yang tepat bagi anak muda, terutama mahasiswa, untuk bersosialisasi, mengerjakan tugas, atau sekadar duduk bersantai dan menikmati suasana kafe. Hal ini juga sesuai dengan yang dinyatakan oleh Ralifiyan Tawakal (2021), yaitu kafe mengutamakan suasana santai, hiburan, dan kenyamanan pengunjung, sehingga biasanya menyediakan tempat duduk nyaman serta alunan musik. Namun, kafe Patdua menghadapi permasalahan kurangnya minat pengunjung untuk menetap lama dan melakukan kunjungan berulang akibat faktor estetika, kenyamanan, dan penataan *layout* yang kurang maksimal. Kondisi ini menunjukkan perlunya upaya perancangan ulang interior kafe untuk meningkatkan daya tarik pengunjung dan loyalitas pelanggan lewat estetika dan kenyamanan kafe.

Dalam merancang sebuah ruang komersial, diperlukan pemahaman yang baik mengenai produk yang ditawarkan, siapa konsumennya, analisis gaya hidup target konsumen, pendapatan

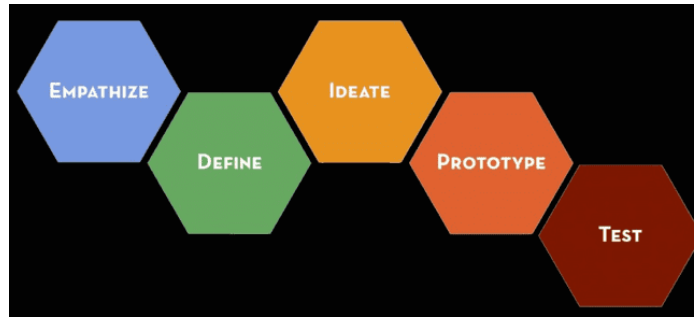
konsumen, untuk diimplementasikan pada objek perancangan (Raja, 2021). Dengan demikian, perancangan ulang kafe Patdua memiliki beberapa faktor utama yang perlu ditekankan. Faktor pertama yaitu penekanan identitas merek atau *branding* pada visual kafe untuk meningkatkan daya tarik pengunjung yang menjadi target pasarnya. Pada dasarnya, penekanan *branding* pada suatu produk memiliki tujuan untuk membuat karakteristik yang berbeda dengan produk lain di pasaran (Kotler & Armstrong, 1991). Oleh karena itu, penekanan identitas merek Patdua yang *fun* dan modern perlu lebih diintegrasikan pada ruang-ruang interior untuk menarik anak muda sebagai target pasar utama kafe. Gaya desain futuristik yang unik dan inovatif menjadi pendukung konsep perancangan untuk menghasilkan desain yang tematik serta menarik minat pengunjung.

Faktor selanjutnya yang perlu diperhatikan dalam perancangan interior kafe Patdua adalah integrasi identitas merek terhadap kebutuhan dan fungsionalitas kafe. Hal ini dapat mempengaruhi kenyamanan dan kepuasan pengunjung sehingga berdampak pada pola konsumsi masyarakat penggunaannya (Susanti et al., 2021). Oleh karena itu, perancangan kafe perlu memerhatikan pembagian ruang, tata letak atau *layout* furnitur, unsur ergonomis furnitur, elemen pendukung, pencahayaan dan penghawaan, dan elemen-elemen pembentuk dan pengisi interior lainnya. Kemudahan akses yang memfasilitasi berbagai kebutuhan yang berbeda juga perlu diperhatikan untuk meningkatkan inklusivitas interior kafe. Perancangan bergaya desain futuristik dengan bentukan geometris dapat memfasilitasi aktivitas individu maupun interaksi sosial antar pengunjung. Dengan begitu, kenyamanan pengunjung kafe dapat tercapai melalui ide-ide kreatif yang selanjutnya akan mendorong konsumen untuk melakukan kunjungan berulang pada kafe (Agustiawan, 2021).

Dari faktor-faktor utama yang telah dituliskan, penulis memiliki tujuan yang jelas dalam konsep perancangan ulang interior kafe Patdua. Tujuan utama perancangan adalah untuk meningkatkan daya tarik pengunjung dan memberikan pengalaman unik lewat elemen interior yang terhubung kepada identitas merek kafe. Dengan begitu, penjualan diharapkan dapat meningkat, sesuai dengan hasil yang dinyatakan oleh Fauzul Azmi (2020), yaitu variabel desain interior berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian. Selain itu, perancangan juga bertujuan untuk meningkatkan loyalitas pengunjung dan produktivitas pegawai lewat fungsionalitas dan estetika kafe. Penulis melakukan perancangan dengan metode *design thinking* berupa *Empathize* (studi literatur dan observasi lapangan), *Define* (analisis kebutuhan, masalah, dan solusi), *Ideate* (*brainstorming* ide), *Prototype* (membuat keputusan dan kelengkapan desain), serta *Test* (*review* dan realisasi desain). Metode *design thinking* menjadi solusi komprehensif berdasarkan permasalahan yang ada, sehingga ruang dapat memenuhi kaidah secara fungsi, teknis, dan estetis (Tjandra, 2022).

## METODE PENELITIAN

Perancangan interior retail memiliki tingkat kerumitan yang tinggi, terutama dari segi analisis merek dan identitas visualnya hingga menciptakan pengalaman konsumen dalam interior (Manikam & Noorwatha, 2021). Oleh karena itu, penulis melakukan perancangan ulang kafe Patdua Surabaya dengan metode *design thinking* yang digunakan oleh Sekolah Desain Stanford. *Design thinking* terdiri dari lima tahap yaitu *Empathize*, *Define*, *Ideate*, *Prototype*, dan *Test*.



Gambar 1. Tahapan *Design Thinking* (Sumber: <https://web.stanford.edu>)

### ***Empathize***

*Empathize* merupakan tahap pertama dari *design thinking*. Tahap ini berfokus pada proses desain yang berpusat pada manusia, sehingga desainer dapat memahami para pengguna dalam permasalahan desain. Dalam perancangan ulang interior kafe, penting untuk memahami apa yang dirasakan pengguna kafe, baik pengunjung maupun pegawai kafe, agar desainer dapat mengetahui masalah yang dihadapi dalam aktivitas yang dilakukan dalam kafe. Tahap ini dilakukan dengan eksplorasi literatur, survei lapangan, serta wawancara dengan pengunjung dan pegawai kafe. Hal ini dilakukan untuk mengetahui ekosistem kerja dalam kafe hingga pengalaman dan kepuasan pengguna kafe.

### ***Define***

Tahap *Define* berfokus pada bagaimana desainer memperjelas dan memfokuskan ruang yang menjadi objek perancangan. Pada tahap ini, desainer melakukan analisis dari data-data yang didapatkan lewat tahap sebelumnya berupa survei dan wawancara yang dilakukan. Dalam perancangan kafe, desainer perlu memahami secara mendalam berbagai permasalahan dan solusi, serta kebutuhan pengguna kafe, baik pengunjung maupun pegawai kafe. Sintesis wawasan dan data dari tahap *Empathize* memunculkan solusi berkualitas bagi berbagai tantangan dan permasalahan desain.

### ***Ideate***

Tahap *Ideate* adalah tahap dalam *design thinking* di mana desainer berfokus pada pengembangan ide dan solusi yang didapat dari tahap selanjutnya. Tahap ini bersifat divergen, yang berarti merepresentasikan proses yang "meluas" dalam hal konsep dan hasil. Tahap *Ideate* pada perancangan desain kafe memberikan kesempatan pada desainer untuk menggabungkan pemahaman desainer tentang permasalahan dan kebutuhan pengguna dengan imajinasi desainer. Tahap ini menghasilkan berbagai ide untuk membantu tahap selanjutnya dan membawa solusi inovatif ke tangan pengguna.

### ***Prototype***

Pada tahap *Prototype*, desainer melakukan pengembangan dan keputusan desain dari berbagai alternatif ide dan solusi yang didapat pada tahap sebelumnya. Pada tahap ini pula desainer membuat representasi dari satu atau lebih ide untuk ditunjukkan kepada orang lain. Pada perancangan ulang kafe Patdua, penulis menggunakan berbagai program untuk membuat representasi desain berupa gambar tiga dimensi dan *rendering*. Hal ini bertujuan untuk memberikan gambaran visual yang lebih nyata dan mudah dimengerti oleh pengguna sehingga dapat dilanjutkan ke tahap pengujian dan realisasi desain.

### ***Test***

Pada tahap *Test*, desainer melakukan pengujian terhadap representasi desain lewat umpan balik yang diberikan oleh pengguna dan rekan kerja. Hal ini dilakukan untuk memastikan

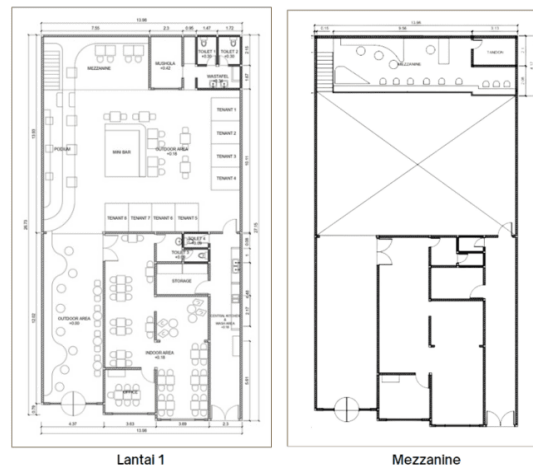
desain yang dirancang telah menjawab segala kebutuhan dan permasalahan pengguna. Selain itu, tahap ini juga bertujuan untuk menyempurnakan prototipe dan solusi yang telah direpresentasikan pada tahap sebelumnya. Pada perancangan interior kafe Patdua, umpan balik diperlukan untuk mengetahui *point-of-view* dari pengguna terhadap desain kafe yang telah dibuat sebelum dilakukan realisasi desain dalam renovasi kafe.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Data Objek Perancangan

Patdua adalah sebuah bangunan komersial berupa kafe dan restoran yang terletak di Surabaya, Indonesia. Nama Patdua sendiri diambil dari nomor rumah si pemilik yaitu 42 (empat dua). Bangunan eksisting Patdua memiliki gaya desain modern industrial yang tidak menggunakan banyak *finishing*.

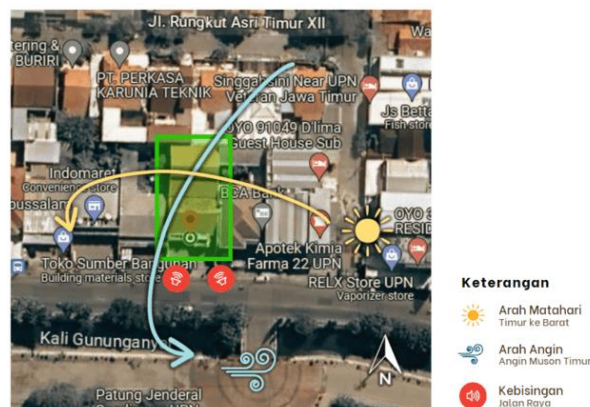
- a. Nama Proyek : Patdua Coffee and Eatery
- b. Lokasi : Jl. Rungkut Madya No.203, Rungkut Kidul, Kec. Rungkut, Surabaya, Jawa Timur, Indonesia 60294
- c. Jam Operasional : 09:00 - 23:00 WIB



Gambar 1. Layout Existing Objek Perancangan (Sumber: Pribadi, 2023)

### Analisis Data Objek Perancangan

#### Analisis Data Tapak Luar



Gambar 2. Analisis Data Tapak Luar Patdua (Sumber: Pribadi, 2023)

### Hasil Analisis:

- a. Bangunan kafe terletak pada lokasi yang strategis, yaitu di seberang Gedung Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Surabaya
- b. Bangunan kafe terletak di jalan Rungkut Madya yang banyak dilalui kendaraan bermotor, sehingga kebisingan terasa pada area depan gedung (*entrance*)
- c. Bangunan kafe menghadap ke arah selatan, sehingga cahaya matahari yang didapat pada bagian depan gedung (*entrance*) merata dari pagi hingga sore hari
- d. Terdapat lahan parkir pada area depan gedung (*entrance*)
- e. Batasan Wilayah
  1. Batas Utara : Rumah penduduk
  2. Batas Selatan : Jalan raya dan Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Surabaya
  3. Batas Timur : Rumah penduduk dan Ruko berisi Bank BCA, Pertokoan, serta Kimia Farma
  4. Batas Barat : Alfamart dan Indomaret

### Analisis Data Tapak Dalam

Luas Site : 379,56 m<sup>2</sup>

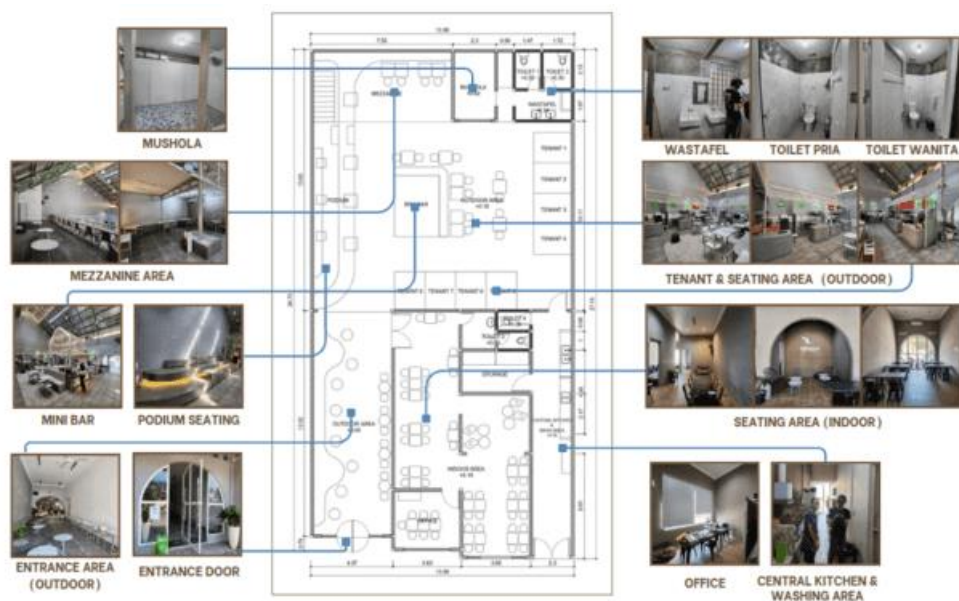
Fasilitas Ruangan yang Terdapat pada Patdua:

#### *Semi Outdoor Area:*

- a. *Entrance seating area*
- b. *Middle seating area*
- c. *Mini bar and tenant area*
- d. *Mezzanine area*
- e. *Mushola*
- f. *Toilet*
- g. *Kitchen and storage room*

#### *Indoor Area:*

- a. *Indoor seating area*
- b. *Office room*



**Gambar 3.** Fasilitas Ruangan di Patdua (Sumber: Pribadi, 2023)

### Hasil Analisis:

- Pencahayaan alami optimal hanya pada area depan (*entrance*) karena memiliki bukaan besar dari jendela dan pintu. Pencahayaan buatan juga masih belum optimal pada sebagian besar area kafe (kurang teratur dari segi kuantitas, peletakan, jenis, dan warna lampu)
- Penghawaan pada area *semi outdoor* kurang optimal karena tidak menggunakan AC dan penghawaan alami dari bukaan kurang. Pada area *indoor* penghawaan buatan sudah optimal.
- Penataan *layout* kurang maksimal dan kebutuhan ruang berganti sesuai dengan permintaan pengguna (staf dan pemilik kafe)
- Elemen interior yang kurang terolah dan kurang sesuai dengan *branding* kafe

### Konsep Perancangan

Bidang kuliner memiliki persaingan yang ketat sehingga diperlukan pengembangan metode baru berupa pembangunan merek (Aryani, 2019). Oleh karena itu, diperlukan konsep unik dan menarik pada pengembangan identitas merek yang akan diimplementasikan pada elemen desain ruang. Identitas merek yang dapat diimplementasikan tidak hanya logo dan lambang, melainkan dapat berupa kombinasi elemen dari logo dan elemen grafis lainnya (Cherry, 2023). Hal ini dapat berupa tipografi (*letter mark*), warna identitas (*color identity*), gambar (*picture mark*), letak (*basic layout*), dan lain sebagainya.

Konsep yang diusung untuk perancangan kafe Patdua adalah Rock'Et Green. Kata Rock'Et Green diambil dari kata *rocket* (yang berarti roket) dan *green* (hijau). Selain itu, dalam kata *rocket*, terdiri kata *rock* (yang berarti batu) dan *et* (yang berarti dan). Konsep Rock'Et Green unsur-unsur yang menjadi gambaran utama dalam perancangan kafe Patdua sesuai dengan identitas merek kafe yang fun, modern, dan cocok untuk anak muda. Konsep ini menggambarkan citra unik dan menyenangkan dari dunia fantasi (transportasi luar angkasa) yang digabungkan dengan unsur alam.



Gambar 4. Peta Konsep Perancangan Tematik (Sumber: Pribadi, 2023)

Fokus visual bertujuan pada aspek futuristik atau modern dengan alam yang melingkupinya (*nature engulfed*). Aspek lain yang menjadi fokus utama adalah kenyamanan dan universalitas. Oleh karena itu, sentimen alami dengan banyak tumbuhan hijau dan sentuhan kayu, perabotan modular dan ergonomis, jalur landai, stan interaktif, lingkungan kerja yang nyaman, dan sirkulasi yang baik juga diperhatikan untuk menarik berbagai kategori pelanggan (terutama anak muda) dengan berbagai tujuan.

## Karakteristik Desain

Konsep Rock'Et Green menggunakan gaya desain futuristik natural. Gaya desain ini menggabungkan elemen estetika yang terinspirasi dari alam dengan prinsip desain futuristik serta bentukan yang modern. Gaya ini mewakili perpaduan unik antara elemen organik dan teknologi, menciptakan pengalaman visual yang harmonis dan menarik bagi pengunjung kafe. Berikut beberapa poin penting yang menjadi determinan konsep desain perancangan kafe Patdua.

- Rock'Et Experience*: Menciptakan pengalaman roket (transportasi luar angkasa) dengan nuansa tematik *post-apocalyptic (nature engulfed)*.
- Adaptability & Interactive*: Meningkatkan daya tarik dan interaksi pelanggan terhadap ruang dan desain melalui perabotan yang dapat disesuaikan dan modular serta stan interaktif.
- Art and Technology*: Mengintegrasikan elemen unik buatan tangan dan menghadirkan sentuhan personal secara visual untuk menambahkan kedalaman dan karakter pada desain.
- Sustainable Materials*: Penekanan juga diberikan pada penggunaan bahan yang *sustainable*, dapat diperbarui, dan ramah lingkungan, seperti kayu daur ulang, plastik daur ulang, dan bahan *biodegradable*.



Gambar 5. Moodboard Konsep Perancangan (Sumber: Pribadi, 2023)

## Integrasi Identitas Merek pada Konsep Perancangan

Integrasi merek pada perancangan interior kafe Patdua tidak hanya terfokus pada visual kafe, tapi juga kebutuhan dan visi-misi yang ingin dicapai *brand*. Patdua memiliki target konsumen yang terfokus pada anak muda, terutama mahasiswa. Oleh karena itu, *branding* yang diterapkan pada media sosial dan keseluruhan kafe Patdua terpaku kepada desain modern dan kekinian (atau bisa disebut *instagrammable*). Selain itu, Patdua juga mengadakan *event* atau kegiatan-kegiatan interaktif dalam kafe, serta membentuk lingkungan kerja dan tempat bersosialisasi yang nyaman bagi pengunjung.







Gambar 8. Perspektif Area Tunggu pada Entrance (Sumber: Pribadi, 2023)

Penggunaan warna aksen hijau yang sesuai dengan *branding* Patdua dengan material daur ulang pada area tunggu meningkatkan estetika kafe. Selain itu, area Bar terhubung pula pada dapur utama (*central kitchen*) yang juga terhubung kepada gudang penyimpanan, area staf, dan lorong *loading-in*. Penataan ini meningkatkan produktivitas kerja pegawai kafe karena alur kerja teratur dan tidak terjadi sirkulasi silang pada area kerja pegawai.



Gambar 9. Perspektif Bar, Cashier, dan Central Kitchen (Sumber: Pribadi, 2023)

## 2. Area Multifungsi dan Rentable Office (kantor untuk disewa)

Area multifungsi terletak di bagian depan kafe (pada *layout* di sebelah kanan Area *entrance*). Area ini dirancang karena kafe Patdua kerap mengadakan berbagai acara atau kegiatan sebagai bagian dari identitas merek Patdua yang tak terlepas dari interaksi dan sosialitas.. Event seperti *workshop*, *talkshow*, *bazaar*, dan *pop-up store* dapat diadakan pada area ini karena menggunakan *loose furnitur* (mudah dipindahkan) dan meja bar yang dapat dilipat. Selain itu, desain yang lebih minimalis membantu ruang mudah untuk dialih fungsikan.



Gambar 10. Perspektif Area Multifungsi (Sumber: Pribadi, 2023)

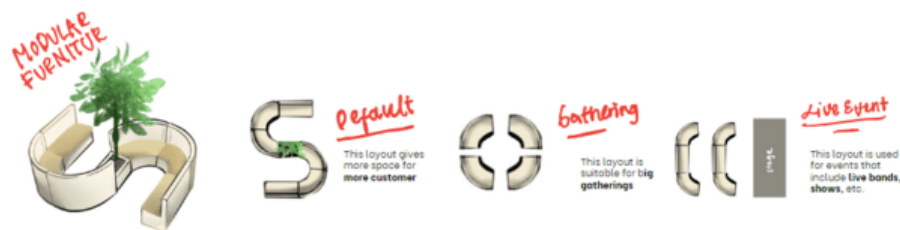
Selain itu, terdapat juga kantor pada area ini yang dapat disewakan sebagai *co-working space* atau ruang rapat. Ruang dengan sekat yang dapat dilipat didesain agar ruangan dapat digunakan untuk kapasitas yang lebih besar secara bersamaan. Ruangan kantor multifungsi didesain dengan gaya yang lebih minimalis tapi tetap menggunakan warna aksen hijau sesuai dengan ciri khas Patdua.



Gambar 11. Perspektif Area Rentable Office (Sumber: Pribadi, 2023)

### 3. Area Seating Utama

Area *seating* utama didesain sesuai gaya futuristik luar angkasa dengan penggunaan warna aksen hijau sesuai dengan *branding* Patdua. Pada area ini pula terdapat panggung duduk lesehan yang dapat difungsikan pula sebagai panggung berlogo Patdua untuk mengakomodasi *event-event* yang menghadirkan *band* atau aktivitas lain yang membutuhkan panggung. Sofa duduk berbentuk S pada bagian tengah area duduk juga dapat dipindah-pindah sesuai dengan kebutuhan (dapat dihadapkan ke panggung atau membentuk bentukan lain).



Gambar 12. Desain Sofa Duduk Modular dan Multifungsi (Sumber: Pribadi, 2023)

Selain memperhatikan penataan *layout* pada area duduk dan panggung, elemen pendukung juga perlu diintegrasikan untuk meningkatkan kenyamanan pengguna. Dikarenakan sebagian besar pengguna merupakan mahasiswa, perlu diperhatikan kuantitas dan penempatan stop kontak yang ditujukan untuk pengunjung yang bekerja. Pada area duduk tengah modular yang dapat dipindah-pindah, stop kontak ditanamkan pada lantai.



Gambar 13. Perspektif Area *Seating* Utama (Sumber: Pribadi, 2023)

#### 4. Area Mezzanine

Area mezzanine kafe Patdua didesain dengan gaya desain yang sama, tetapi menggunakan meja panjang yang ditujukan untuk pengunjung perorangan. Meja panjang dan sebagian besar meja pada kafe ini juga merupakan *rework* dari meja yang telah ada untuk mengurangi limbah dan anggaran yang digunakan. Pada area mezzanine juga dilengkapi dengan tanaman yang dapat tumbuh dalam ruangan.



Gambar 14. Perspektif Area *Mezzanine* (Sumber: Pribadi, 2023)

### Hasil Umpan Balik Klien

Setelah melakukan perancangan ulang kafe Patdua, penulis mempresentasikan hasil desain kepada perwakilan klien. Presentasi dilakukan secara langsung di objek perancangan, yaitu kafe Patdua. Hal ini bertujuan untuk mengumpulkan umpan balik dan evaluasi terhadap perancangan kafe untuk pengembangan dan realisasi desain yang akan dilakukan selanjutnya. Beberapa masukan didapatkan, seperti pencahayaan buatan yang dapat ditambahkan dan diatur kecerahannya untuk kegiatan atau acara tertentu.

Masukan lain yang diberikan adalah perihal anggaran sehingga diperlukan alternatif desain dan material pada area tertentu. Selain itu, diperlukan elemen akustik tambahan pada area depan (*entrance*) untuk mengurangi kebisingan dari lahan parkir dan jalan raya. Masukan-masukan yang diberikan tentunya akan sangat bermanfaat untuk meningkatkan kualitas, baik dari segi visual dan fungsi, sehingga desain yang dihasilkan dapat mewadahi aktivitas dan kebutuhan pengguna dengan lebih maksimal.

## KESIMPULAN

Dari hasil perancangan ulang atau redesain kafe Patdua ini, dapat disimpulkan bahwa desain kafe yang telah dibuat memperhatikan integrasi identitas kafe pada ruang interior. Integrasi yang dimaksud tidak hanya pada aspek visual dan estetika, tapi juga pada aspek fungsionalitasnya. Gaya desain futuristik natural menjadi wadah untuk desainer dalam mewujudkan desain kafe yang unik dan tematik tanpa melupakan hal-hal yang esensial dalam desain ruang komersial, khususnya kafe.

Dengan fokus untuk menciptakan ruang yang sesuai dengan identitas merek, solusi-solusi berbasis manusia dan aktivitasnya dapat terbentuk melalui tahap-tahap *design thinking* yang dilakukan. Solusi-solusi tersebut diimplementasikan lewat berbagai elemen interior, baik elemen pembentuk (lantai, dinding, dan plafon) maupun elemen pengisi ruang (furnitur). Dengan begitu, daya tarik dan kenyamanan kafe dapat meningkat, yang akan menjadi tolok ukur kesuksesan kafe dan loyalitas pelanggan kafe. Berbagai masukan lewat tahap *Test* juga dapat meningkatkan kualitas realisasi desain dan perancangan kafe selanjutnya.

Penulis berharap tulisan ini dapat memberikan kontribusi positif bagi dunia desain, terutama untuk ruang komersial yang berhubungan erat dengan suatu identitas merek atau *brand*. Diharapkan tulisan ini dapat memberikan inspirasi berupa inovasi-inovasi solutif bagi integrasi merek terhadap ruang interior serta ke depannya dapat menciptakan berbagai desain yang unik dan kreatif pada ruang lingkup komersial, khususnya kafe.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustiawan, T., Rahmat, M. (2021). Pengaruh desain cafe untuk menarik para pengunjung terhadap peningkatan pengunjung study kasus pada cafe Rahayu & resto di Sei Rampah Kabupaten Serdang Bedagai. *Jurnal Ekonomi Keuangan dan Kebijakan Publik*. 3(1), 38-43. Retrieved from: <https://jurnal.uisu.ac.id/index.php/JEKKP/article/view/4074/2937>
- Aryani, D. I. (2019). Tinjauan sensory branding dan psikologi desain kedai kopi kekinian terhadap perilaku konsumen. *Waca Cipta Ruang*, 5(1), 330–336. doi: 10.34010/WCR.V5I1.1436
- Azmi, F. (2020). Pengaruh desain interior, kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian mobil Mitsubishi Pajero Sport di Kota Pekanbaru (studi kasus pada Community Pajero Sport Family Chapter Riau). Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Cherry. (2023). Implementasi identitas branding pada interior kantor Universitas Kristen Petra bidang FHIK. *Jurnal Nawala Visual*, 5(2), 123-129. Retrieved from: <https://jurnal.idbbali.ac.id/index.php/nawalavisual>
- Ford, C. (2010). *An introduction to design thinking - process guide*. California: Institute of Design at Stanford.
- Manikam, R. D., Noorwatha, I. K. D. (2021). Tinjauan psikologi desain interior retail. *Jurnal Vastukara*, 1(1), 49-55. Retrieved from: <https://jurnal2.isi-dps.ac.id/index.php/vastukara/article/view/161>.
- Raja, T.M. (2020). Kajian aplikasi brand identity pada elemen desain interior Gourmet cafe Petitenget. *Jurnal Arsitektur Arcade*, 4(20), 186 -192. doi: <https://doi.org/10.31848/arcade.v4i2.451>.

- Susanti, A., Dewi, P. S. T., & Putra, I. W. Y. A. (2021). Desain interior coffee shop di Denpasar dan loyalitas konsumennya: generasi Y dan Z. *Waca Cipta Ruang*, 7(1), 1–17. doi: 10.34010/WCR.V7I1.4383.
- Tawakal, R. (2021). Perancangan interior co-working space Cinere Avenue dengan konsep green design. *Lintas Ruang*, 1(1), 1-33. Retrieved from: [http://digilib.isi.ac.id/8986/10/Ralifiyan%20Tawakal\\_2021\\_NASKAH%20PUBLIKA SI.pdf](http://digilib.isi.ac.id/8986/10/Ralifiyan%20Tawakal_2021_NASKAH%20PUBLIKA%20SI.pdf)
- Tjandra, M. V. (2022). Implementasi metode design thinking pada studi perancangan interior salon Fank Generation Surabaya. *Prosiding Seminar Nasional Pendidikan dan Pembelajaran*, pp. 994–1004.