

**JURNAL PERANCANGAN INTERIOR KOMPLEKS  
INDUSTRI BAKPIA PATHUK 75  
YOGYAKARTA**



**PROGRAM STUDI S-1 DESAIN INTERIOR  
JURUSAN DESAIN FAKULTAS SENI RUPA  
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA  
2018**

## PERANCANGAN INTERIOR KOMPLEKS

### INDUSTRI BAKPIA PATHUK 75

#### YOGYAKARTA

Ade Tiara Juliana Lestari  
sabaatoon@gmail.com

Program Studi Desain Interior, Jurusan Desain, Fakultas Seni Rupa, ISI Yogyakarta  
Jl. Parangtritis Km. 6,5, Sewon, Bantul.

#### *Abstract*

*Bakpia Pathuk 75 is the souvenir shop that sells various snacks of Yogyakarta. Bakpia Pathuk 75 became the first pioneer of the Bakpia center in the Pathuk village since 1948. Along the development of tourism in Yogyakarta, both of clothing and food souvenirs took a part in their name. The Pathuk village now becoming a center village of Bakpia and became a reference for tourists to buy souvenirs by typically of Yogyakarta snacks. As one step in the improving of the tourism sector in the culinary field. The concept of this design is aiming to be able to accommodate and reflect Bakpia Pathuk 75 which is not only a snack, but also be able to be educational for visitors to make the Bakpia, and they can feel the atmosphere 1948 into the interior transition area, production space, shops, and cafes contained within the industrial complex of Bakpia Pathuk 75. Then elected the concept of diversification with a nostalgic theme Jogja since 1948 more precisely in Malioboro.*

*Keywords: Education, Lifestyle, Nostalgic*

#### **Abstrak**

Bakpia Pathuk 75 adalah toko oleh - oleh yang menjual aneka cemilan khas Yogyakarta. Bakpia Pathuk 75 menjadi pelopor awal mulanya sentra Bakpia di kampung pathuk sejak tahun 1948an. Seiring berkembangnya pariwisata di Yogyakarta, cinderamata baik sandang maupun pangan ikut serta terangkat namanya. Kampung Pathuk kini sudah menjadi kampung sentra bakpia dan menjadi rujukan untuk wisatawan membeli oleh - oleh aneka cemilan khas Yogyakarta. Sebagai salah satu langkah dalam meningkatkan sektor pariwisata di bidang kuliner. Perancangan ini bertujuan untuk dapat mengakomodasi dan mencerminkan bakpia pathuk 75 yang tidak hanya sekedar suatu cemilan saja, namun juga dapat menjadi bahan edukasi bagi pengunjungnya untuk membuat bakpia, dan dapat merasakan suasana sejak 1948 kedalam interior area transisi, ruang produksi, toko dan cafe yang terdapat di dalam kompleks industri bakpia pathuk 75. Maka terpilihlah konsep diversifikasi dengan tema nostalgia jogja sejak tahun 1948 lebih tepatnya di Malioboro.

Kata kunci: Edukasi, Gaya Hidup, Nostalgia

## 1. PENDAHULUAN

Industri makanan merupakan dunia yang penuh dengan persaingan dan strategi. Salah satu dunia industri yang paling banyak diminati dan berkembang pesat saat ini di kota Yogyakarta adalah industri bakpia. Selain kualitas rasa yang ditawarkan, desain pada interior ruang yang menarik serta unik pun akan memberikan nilai tersendiri bagi minat pengunjung dan juga mampu memperluas segmen pasar yang diinginkan. Seperti halnya bisnis toko oleh - oleh yang mengambil konsep identitas khas daerah yang ada di kota-kota besar saat ini, banyak pelaku bisnis menghadirkan toko oleh - oleh dengan mengutamakan suasana dan desain interior yang menarik. Guna memfasilitasi minat pengunjung saat ini ketika berkunjung ke toko oleh - oleh tidak hanya sekedar berbelanja saja melainkan timbul budaya entertain didalamnya (*selfie, food vlogger, endorse*, dan lain sebagainya). Dengan memiliki cerita sejarah yang kental Bakpia Pathuk 75 Yogyakarta memiliki identitas yang sangat kuat untuk mendongkrak kembali popularitasnya di mata pengunjung. Oleh karena itu, beberapa pelaku bisnis toko oleh-oleh juga berusaha mencoba mencari berbagai inovasi baru dengan menggali identitas asli untuk bisnisnya.

Pergejolakan dunia bisnis toko oleh - oleh dan keadaan segmen pasar tersebut ternyata dimanfaatkan dengan baik oleh Bu Yeni (Mak Tin) sejak beliau meneruskan bisnis makanan bakpia ini dari sang mertua. Beliau mendirikan sebuah tagline perusahaan yang menjadi salah satu identitas dari perusahaan sehingga dikenal banyak orang yaitu Bakpia Pathuk 75 sejak tahun 1948 Terletak di JL.AIP II KS Tubun No. 75, Yogyakarta. Lokasi ini pun sangat strategis dikarenakan dekat dari pusat wisata kota yang menjadi destinasi wisata utama para wisatawan dan menjadikan Ngampilan sebagai sentra industri bakpia terbesar di Yogyakarta.

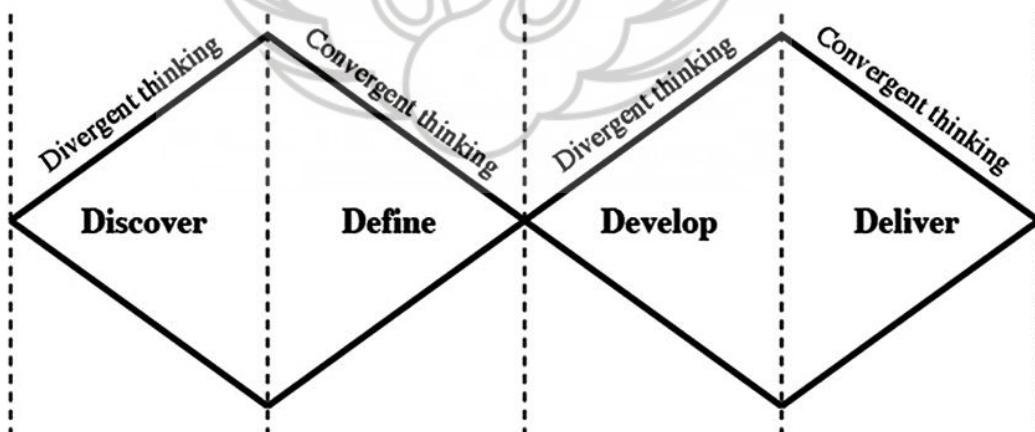
Terjadi percampuran gaya interior pada perancangan ini yang didominasi gaya interior dan arsitektur peninggalan tahun 1940an. Terlihat jelas tetapi dengan sedikit unsur gaya Jawa, dan Cina juga terkandung sebagai gaya pendukung didalamnya. *Gaya* tersebut diterapkan pada tata

ruang, ornamen, elemen pembentuk ruang, aksesoris, menu dan elemen pengisi ruang lainnya. Karena kompleks industri bakpia ini memiliki kisah sejarah yang unik dan penuh edukasi, maka sistem perancangannya banyak mengandung edukasi mulai bagaimana cara membuat bakpia, dan dari barang – barang peninggalan sang pemilik Bakpia 75.

Berdasarkan segmen pasarnya untuk perancangan Bakpia Pathuk 75 ini lebih ditujukan kepada wisatawan dengan paket rombongan terutama sangat cocok sebagai media edukasi bagi *study tour* anak sekolahan yang berlibur ke Yogyakarta. Segmen pasar tersebut disesuaikan dengan menu yang disajikan, dan kegiatan yang akan dilakukan selama berada di kawasan bakpia pathuk 75.

## II. METODE PERANCANGAN

Pada perancangan kompleks industri Bakpia 75 yang terdapat di kawasan sentra industri Bakpia Pathuk, Ngampilan, Yogyakarta menggunakan proses desain yang terdiri dari 4 bagian yaitu: *discover*, *define*, *develop*, dan *deliver*.



Gambar 1. *Double diamond design process model*  
Sumber : *Design Council 2014*

### III. PEMBAHASAN DAN HASIL PERANCANGAN

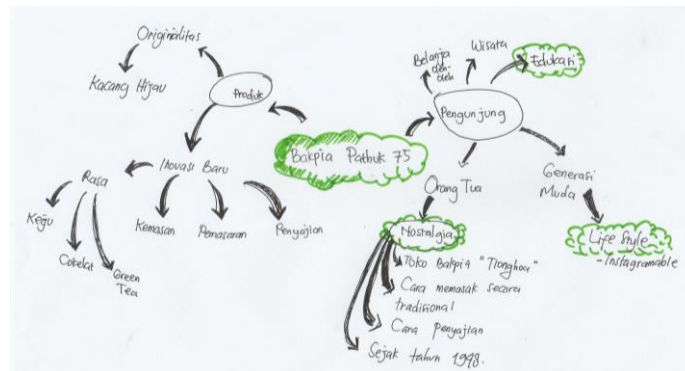
Berdasarkan data-data yang sudah didapatkan, baik data lapangan, data literatur maupun data informasi yang didapatkan dari klien dan pengguna ruang. Pada perancangan interior Kompleks Industri Bakpia Pathuk 75 Yogyakarta ini meliputi beberapa ruang dengan pertimbangan keluasan serta kompleksitas permasalahan yang terjadi. Kebutuhan untuk menciptakan desain interior sebuah tempat oleh-oleh yang dapat mempresentasikan suasana Jogja sejak tahun 1948. Dengan memberikan edukasi kepada para pengunjung tentang proses pembuatan hingga sejarah bakpia yang berkaitan dengan tempat – tempat sejarah yang ada di jalan malioboro sebagai awal mulanya bakpia muncul. Oleh Karena itu, rumusan masalah pada perencanaan dan perancangan ini adalah:

Bagaimana merancang interior area penjualan dan area produksi guna meningkatkan daya saing pengunjung di Bakpia Pathuk 75?

Berdasarkan rumusan masalah pada rancangan ini, maka ide solusi yang akan digunakan adalah sebagai berikut :

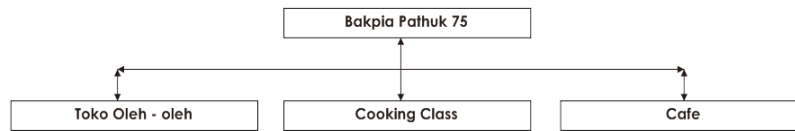
#### 1. Konsep Perancangan

Pada perancangan kompleks industri Bakpia 75 menggunakan konsep diversifikasi sebagai gagasan umum untuk mengembangkan perusahaan Bakpia 75 menjadi lebih produktif. Perluasan usaha yang akan ditambahkan yaitu *cooking class*, dan juga *cafe*.



Gambar 2 : brainstorming

(Sumber : analisis, 2018)



*Gambar 3 : Skema diversifikasi Bakpia 75*

*(Sumber : analisis, 2018)*

Pada existing sebelumnya, Bangunan industri ini memiliki lahan parkir yang kecil, ruang toko, kantor, pabrik, asrama dan gudang. Namun ruangan yang masih difungsikan sampai saat ini yaitu toko dan asrama. Perluasan usaha yang terdapat didalam Industri Bakpia 75 akan memberikan dampak yang signifikan bagi umur perusahaan sendiri dikarenakan perluasan usaha ini akan mendatangkan pengunjung secara rombongan. Pada rancangan ini tidak hanya pada bagian interior kompleks industri bakpia, namun juga pada bagian parkir area karena pada bagian parkir ini sangat mempengaruhi fasilitas pengunjung yang datang bersama rombongannya menggunakan bus dengan ukuran besar. Salah satu fungsi pelebaran bagian parkir dimaksudkan juga agar tidak mengganggu arus lalu lintas yang ada di jalan KS. Tubun.

## 2. Tema

Tema yang diambil yaitu “Sejak tahun 1948” yang merupakan tagline dari perusahaan Bakpia Pathuk 75. Bukan hanya sekedar tagline perusahaan, namun sejak tahun 1948 mengandung sebuah ilmu pengetahuan terkait sejarah yang perlu kita ketahui bahwa bakpia pathuk 75 telah ada sejak tahun 1948 yang digambarkan menggunakan sebuah kalimat agar makanan ini dapat dikenal banyak orang.

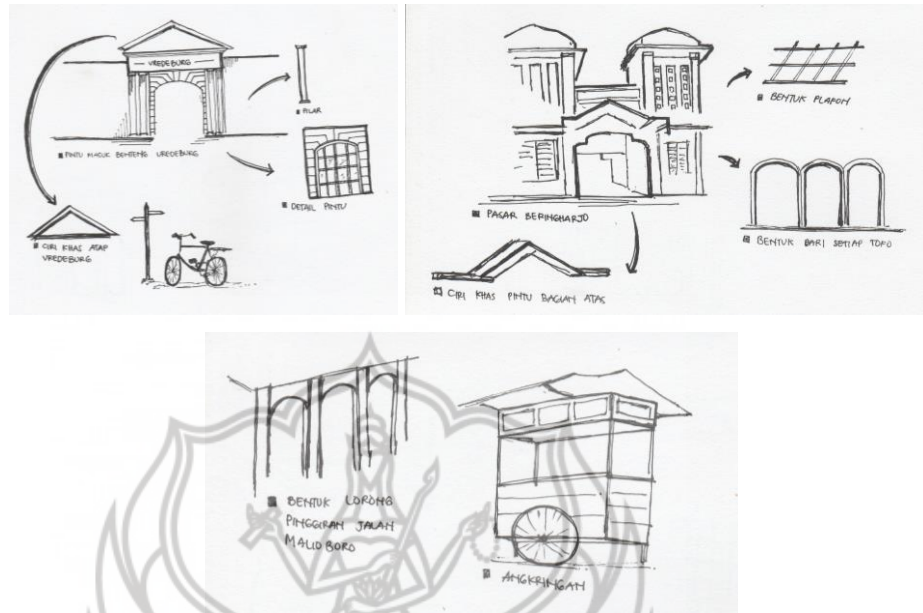


Gambar 4 : ide bentuk menggunakan barang-barang tahun 1948  
(Sumber : analisis, 2018)

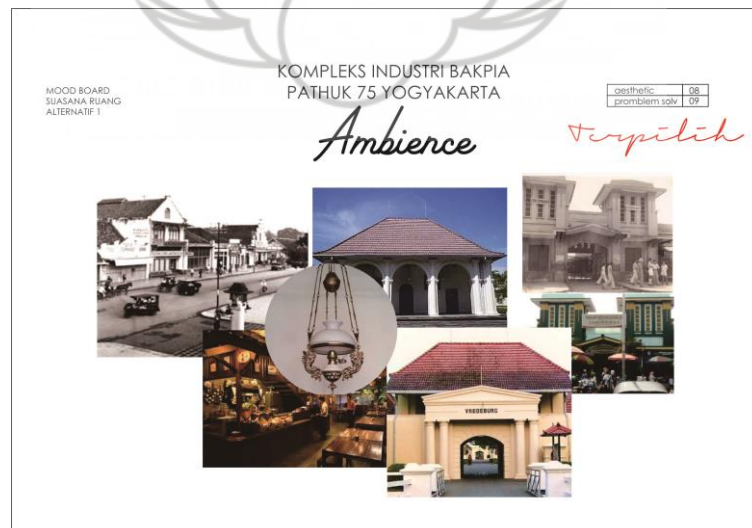
Pada era tahun 1980an gejolak pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta semakin bergairah meningkat sangat signifikan Yogyakarta yang dikenal dengan pariwisata budayanya sangat mempengaruhi daerah sekitarnya untuk ikut berkembang dan menjadi kehidupan ekonomi bagi warga Yogyakarta salah satunya malioboro yaitu jalanan kota yang tidak sepi akan pejalan kaki lambat laun banyak penjual di pinggiran jalan malioboro, bakpia dulunya berjualan di daerah Dagen dekat malioboro menjadi ikut berkembang karena jumlah volume wisatawan semakin hari semakin meningkat dan tidak dipungkiri bahwa cinderamata atau oleh-oleh wajib di bawa untuk sanak keluarga salah satunya yaitu camilan atau kudapan bakpia yang juga menjadi lokomotif bagi makanan tradisional yang namanya ikut terangkat karena bakpia. Bakpia telah menjadi komoditi usaha kecil menengah yang di daerah pathuk atau jln ks tubun disana telah berkembang berbagai macam penjual bakpia.

Untuk menciptakan suasana atau *ambience* pada rancangan Kompleks industri bakpia 75 ini, masih mengusung tema sejak 1948. Kata “sejak” dalam tagline bakpia pathuk 75 yaitu sejak 1948 memiliki makna perjalanan dari waktu tersebut hingga sekarang. Sehingga pada rancangan ini memiliki beberapa *ambience* yang berbeda-beda ketika memasuki ruangnya yakni pada tahun 1940an, 1950, 1960, dan 1970. Untuk pengaplikasian pada rancangan ini menggunakan alur mundur. Jadi kita

akan merasakan seolah-olah waktu terus mundur. Suasana ruang ini dibangun secara linear sehingga memiliki urutan cerita dan memberi kesan nostalgia. Pengaplikasian suasana tempo dulu bukan hanya sekedar *ambience* semata, namun menjadikan sebuah ilmu pengetahuan bagi pengunjung tentang era per dekade.



Gambar 5, 6, 7 : ide suasana tahun 1940-1970  
(Sumber : analisis, 2018)



Gambar 8 : Alternatif 1 moodboard suasana  
(Sumber : analisis, 2018)



### 3. Tipologi

Dalam perancangan kompleks industri bakpia pathuk 75 ini terdapat 3 pengelompokan kata yang dapat menggambarkan perancangan ini.

- Nostalgia

Hadir di Jogja pada tahun 1948 menjadikan bakpia 75 salah satu tokoh sejarah bakpia yang wajib kita kenang. Peran bakpia 75 sangatlah penting karena bakpia 75 mampu mendukung para karyawannya untuk dapat berwirausaha sendiri-sendiri sehingga semakin banyak mantan karyawan 75 yang membuka usaha dibidang yang sama dan dikampung yang sama. Selain itu, bakpia pathuk 75 memiliki tagline yang menarik agar pelanggannya terus mengingat bahwa 75 telah ada sejak tahun 1948.

- Edukasi

Edukasi ini dibuat agar pengunjung dapat mengetahui bahan apa saja yang digunakan oleh bakpia 75, nilai gizi apa saja yang terkandung dalam 1 buah bakpia, hingga proses membentuk dan membakar bakpia menggunakan tungku tradisional.

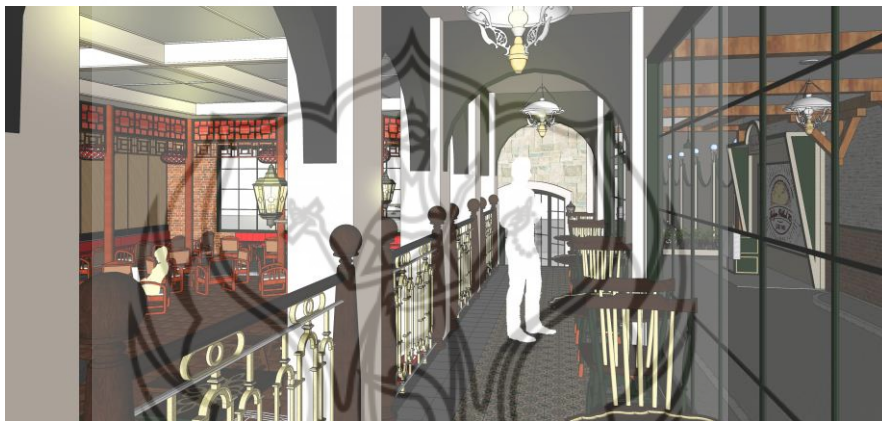
- Life Style

Pada rancangan ini dibentuklah sebuah yang ditujukan untuk menunjang kebutuhan gaya hidup pengunjung di era sekarang, area cafe akan disediakan berbagai spot untuk berfoto dengan latar yang menarik agar foto yang dihasilkan terlihat kekinian dan instagramable.

Penggunaan warna dalam perancangan interior kompleks industri bakpia ini menerapkan warna monokrom pada materialnya yang dipadukan dengan warna khas Jogja yaitu hijau, emas, putih, abu-abu, hitam, merah, lalu peach. Warna-warna tersebut bisa mempresentasikan suasana jogja tempo dulu.



*Gambar 9 : Skema warna perancangan  
(Sumber : analisis, 2018)*



*Gambar 10 : Renderan Komputer pada ruangan cafe  
(Sumber : Hasil Rancangan)*



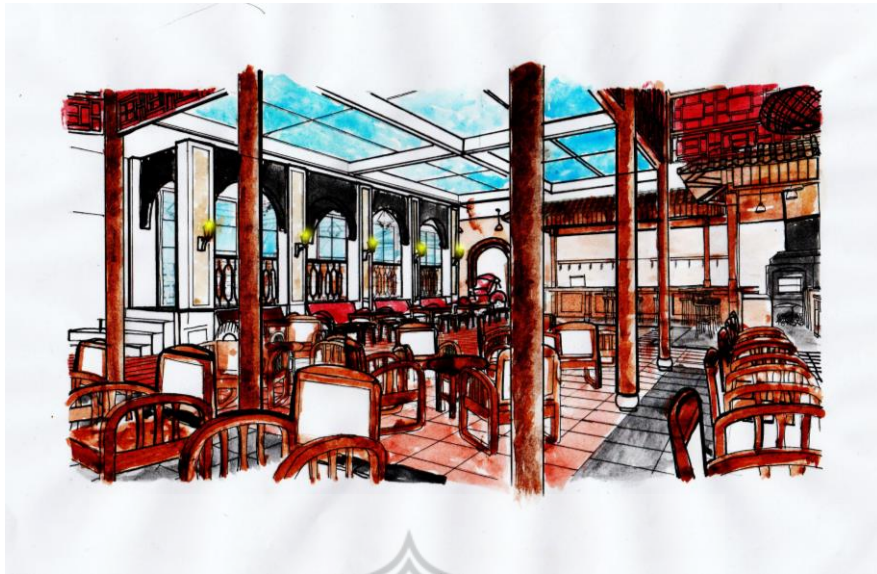
*Gambar 11 : Renderan Komputer pada ruangan produksi  
(Sumber : Hasil Rancangan)*



*Gambar 12 : Renderan Komputer pada ruangan Toko  
(Sumber : Hasil Rancangan)*



*Gambar 13 : Renderan Sketsa pada ruang transisi  
(Sumber : Hasil Rancangan)*



*Gambar 14 : Renderan Sketsa pada ruang Cafe  
(Sumber : Hasil Rancangan)*

#### IV. KESIMPULAN

Kompleks Industri Bakpia Pathuk 75 Yogyakarta merupakan tempat oleh - oleh yang terletak di K.S Tubun AIB II Yogyakarta. Pada proses mendesain interior industri ini menggunakan metode *double diamond*.

Pada tema perancangan yang menerapkan ide bentuk jogja sejak tahun 1948 ini diterapkan sebagai bentuk dasar dari pola lantai, rencana penutup plafon, dan suasana keadaan lingkungan dari suasana malioboro pada tahunnya yang dihadirkan pada setiap sudut ruang. Kemudian dipadukan dengan konsep diversifikasi yang nantinya akan menerapkan paket wisata edukasi kepada pelanggannya yang datang tidak hanya disuguhkan berbagai jenis produk – produk umkm, namun mendapatkan ilmu pengetahuan dari sejarah bakpia, cara membuat bakpia serta nilai gizi yang terkandung didalamnya.

Serta konsep suasana peruang dalam perancangan interior kompleks industri bakpia pathuk 75 ini menerapkan sejarah yang terjadi di

malioboro setiap per dekade. Sehingga pengunjung dapat merasakan suasana yang berbeda ketika memasuki ruang yang berbeda. Dalam perancangan ini juga didukung beberapa aksesoris asli pada tahun 1940-1970 yang akan diletakkan disetiap sudut ruangan agar lebih membangun kesan tempo dulu.

Penerapan konsep tersebut dirasa mampu merepresentasikan sebuah Tempat oleh-oleh khas Yogyakarta yang menerapkan karakteristik dari suasana asli yang pernah terjadi di kota Jogja untuk menarik segmen pasar pelajar, ataupun pengunjung di Indonesia, khususnya di Yogyakarta untuk berbelanja di Bakpia Pathuk 75 serta menikmati paket wisata edukasi yang telah disediakan.

## V. DAFTAR PUSTAKA

- Agus Sachari. *Desain Gaya Dan Realitas*. Jakarta: CV. Rajawali. 1986
- Ching, F. D., & Benggali, C. (2012). *Interior Design Illustrated*. New Jersey: John Wiley & Sons Inc.
- Menteri Perindustrian Republik Indonesia. *Peraturan Menteri Perindustrian Republik Indonesia No 40/M-IND/PER/6/2016 Tentang Pedoman Teknis Pembangunan Kawasan Industri*. 2016.
- M.Probo Hindarto. *Warna Untuk Desain Interior*. Cetakan pertama Yogyakarta: Media Pressindo, 2006.
- Neufert, Ernst *Baueingwurzlehre*. Jakarta: Gelora Aksara Pratama, 2003.
- Jones, John Chris. 1992. *Design Method (Second Edition)*. New York: Van Nostrand Reinhold.
- Kotler, P. 2005. *Manajemen pemasaran, (Edisi kesebelas)*, Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.