



Implementasi Desain Interior pada Renovasi Kantor Travel Haji & Umroh Al-Munawwir Blitar

Naskah diajukan pada: 2025-9-2 | Terakhir direvisi pada: 2025-10-28 | Diterima pada: 2025-10-31

Amalita Saputri¹

¹Universitas Brawijaya, Malang, Indonesia

*Corresponding author, e-mail: litaamalita@gmail.com

Abstrak

Proyek renovasi desain interior Kantor Travel Haji & Umroh Al-Munawwir merupakan bentuk pengabdian masyarakat untuk menciptakan ruang yang nyaman, estetik, dan mendalam secara emosional bagi pengunjung kantor travel haji dan umroh. Dengan menggunakan metode *Design Thinking*, desain interior kantor ini dirancang untuk memenuhi kebutuhan fungsional dan psikologis pengguna ruang. Konsep yang diusung adalah desain modern dengan aksentuasi dekoratif khas Timur Tengah, yang tidak hanya memperkuat identitas spiritual perusahaan tetapi juga memberikan suasana yang akrab dan menenangkan. Selain itu, desain interior ini bertujuan untuk memperkuat citra perusahaan melalui elemen branding yang konsisten. Proyek ini diharapkan dapat memberikan kenyamanan dan pengalaman yang bermakna bagi pelanggan, serta meningkatkan citra profesionalisme dan religiusitas perusahaan. Proses pembangunan ini diperkirakan selesai dalam waktu tiga bulan, dengan tahap pertama yang difokuskan pada pembangunan eksterior dan tahap kedua pada renovasi interior.

Abstract

The renovation project of the interior design of the Al-Munawwir Hajj & Umrah Travel Office aims to create a comfortable, aesthetic, and emotionally engaging space for visitors of hajj and umrah travel office. Using the Design Thinking method, the interior design of this office is tailored to meet both functional and psychological needs of the space users. The design concept adopts a modern style with a touch of Middle Eastern elements, reinforcing the company's spiritual identity while offering a welcoming and calming atmosphere. Additionally, the interior design focuses on strengthening the company's branding through consistent visual elements. This project is expected to provide comfort and meaningful experiences for clients, enhancing the company's professionalism and religious image. The renovation is expected to be completed in three months, with the first phase focusing on exterior construction and the second phase dedicated to the interior renovation.

Keywords: interior, design thinking, hajj travel, user, comfort

Pendahuluan

Desain interior pada ruang komersial memainkan peran yang sangat penting dalam menciptakan atmosfer yang mendukung kenyamanan dan kepercayaan pelanggan. Dalam konteks kantor travel haji dan umroh, ruang tersebut tidak hanya berfungsi sebagai tempat transaksi, tetapi juga sebagai ruang yang menciptakan pengalaman emosional yang mendalam bagi pengunjung. Menurut Octaliana, et.al (2024), desain yang baik dapat meningkatkan kenyamanan serta kepuasan pengguna, yang pada gilirannya berkontribusi pada kesuksesan bisnis. Desain interior yang sesuai dengan budaya dan nilai-nilai yang diyakini oleh pelanggan akan menciptakan hubungan yang lebih erat antara perusahaan dan klien.

Sebagai pusat pelayanan dan informasi bagi calon jamaah permasalahan utama yang dihadapi meliputi tata ruang yang kurang efisien, kurangnya pencahayaan dan sirkulasi udara serta tampilan visual yang belum mencerminkan estetika ruang yang menarik. Dalam proyek renovasi ini, kantor Travel Haji & Umroh Al-Munawwir di Greenland Sentul Kota Blitar, akan mengadopsi konsep desain modern dengan sentuhan elemen Arab. Konsep ini dipilih untuk menciptakan suasana yang nyaman, akrab, dan sesuai dengan karakteristik pelanggan yang mayoritas memiliki latar belakang religius. Menurut Sujatmolo (2005), desain dengan elemen budaya dapat memberikan nuansa yang lebih dekat dengan nilai-nilai lokal atau religius, sehingga meningkatkan rasa belonging dan loyalitas pelanggan terhadap perusahaan. Melalui renovasi ini, diharapkan ruang yang tercipta tidak hanya nyaman, tetapi juga mencerminkan identitas dan kepercayaan yang dimiliki oleh para pengunjung dan pengguna ruang.

Metode Pelaksanaan

Proyek renovasi desain interior kantor Travel Haji & Umroh Al-Munawwir diterapkan dengan menggunakan pendekatan *Design Thinking* sebagai metodologi utama. *Design Thinking* merupakan pendekatan yang berfokus pada pemecahan masalah secara kreatif, dengan mempertimbangkan perspektif pengguna dan konteks yang ada (Brown, 2009). Pendekatan ini dianggap sesuai untuk proyek desain interior yang berhubungan langsung dengan interaksi pengguna ruang, karena *Design Thinking* mengutamakan pemahaman mendalam terhadap kebutuhan dan keinginan pengguna.

Proses desain ini ditampilkan pada tabel berikut.

Tabel 1. Tahapan Desain Interior kantor Travel Haji & Umroh Al-Munawwir

Tahapan	Keterangan	Aktivitas
<i>Empathize</i>	Pengumpulan data melalui wawancara dan observasi.	Wawancara dengan pemilik, staf, dan pengunjung kantor Travel Haji & Umroh Al-Munawwir.
<i>Define</i>	Analisis kebutuhan dan masalah pengguna.	Menentukan kebutuhan desain ruang terkait aktivitas dan tujuan yang ingin dicapai biro travel haji dan umroh.
<i>Ideate</i>	Pengembangan ide dan solusi desain berdasarkan kebutuhan pengguna.	Brainstorming ide desain dan konsep yang sesuai dengan identitas kantor Travel Haji & Umroh Al-Munawwir.

<i>Prototype</i>	Pembuatan sketsa atau visualisasi desain dalam bentuk prototipe.	Membuat model desain dan <i>layout</i> ruang kantor Travel Haji & Umroh Al-Munawwir.
<i>Test/Delivery</i>	Pengujian desain dengan pengguna untuk memperoleh umpan balik.	Melakukan kegiatan fisik renovasi di <i>site</i> dan mengumpulkan <i>feedback</i> dari pengguna ruang, yaitu pengguna dan staff kantor Travel Haji & Umroh Al-Munawwir.

(Sumber: Saputri, Amalita 2025).

Implementasi Metode *Design Thinking* dilakukan pertama-tama dengan mengumpulkan data tentang kebutuhan pengguna ruang melalui tahap *emphatize*, melalui wawancara, observasi, dan kuesioner dari pemilik kantor, karyawan, dan pengunjung. Tujuannya adalah untuk memahami kebutuhan pengguna terkait kenyamanan ruang dan fungsionalitas kantor. Setelah data terkumpul dan dianalisis, tahap *define* dilakukan untuk menemukan titik permasalahan, bahwa ruang kantor perlu menciptakan kenyamanan fisik dan emosional, dengan menambahkan nuansa religius agar pengunjung merasa lebih dekat dan percaya. Berdasarkan masalah yang teridentifikasi, tim desain mengembangkan ide dan solusi pada tahap *ideate*, seperti penggunaan ornamen Arab, warna menenangkan, dan pencahayaan lembut untuk menciptakan suasana nyaman yang relevan dengan budaya religius. Kemudian pada tahap *prototype*, sketsa dan visualisasi desain dibuat menggunakan perangkat lunak, dengan menguji elemen seperti furnitur dan tata letak untuk memastikan penerapan yang praktis. Pada tahap *test*, pengujian desain dilakukan sekaligus dengan melakukan pekerjaan fisik renovasi, mengumpulkan umpan balik pengguna untuk memperbaiki dan menyesuaikan desain agar memenuhi kenyamanan yang diinginkan.

Penerapan metode *Design Thinking* dalam renovasi desain interior kantor Travel Haji & Umroh Al-Munawwir bertujuan untuk menghasilkan ruang yang tidak hanya nyaman secara fisik, tetapi juga menyentuh aspek emosional dan spiritual para pengunjung. Metode ini memungkinkan desainer untuk memahami dengan lebih mendalam kebutuhan pengguna ruang, serta mengembangkan solusi desain yang inovatif dan relevan dengan nilai-nilai yang ingin disampaikan oleh perusahaan. Hasil dari pendekatan ini diharapkan mampu menciptakan pengalaman yang lebih baik bagi pengguna ruang dan meningkatkan kesan positif terhadap perusahaan.

Hasil dan Pembahasan

Proyek renovasi desain interior kantor Travel Haji & Umroh Al-Munawwir memerlukan perhatian khusus dalam hal tata letak dan desain yang tidak hanya mempertimbangkan fungsionalitas, tetapi juga aspek psikologis yang mendalam, mengingat sifat bisnis ini yang sangat sensitif terhadap pengalaman emosional pengguna. Sebagai kantor yang melayani pelanggan dengan tujuan ibadah haji dan umroh, kantor ini harus menciptakan suasana yang tidak hanya nyaman secara fisik, tetapi juga dapat membangkitkan perasaan aman, nyaman, dan dekat dengan nilai-nilai religius yang menjadi inti dari perjalanan haji dan umroh.

Menurut studi yang dilakukan oleh Sergeeva (2022), pengaturan ruang yang baik akan mempengaruhi interaksi antara pengunjung dan staf, serta meningkatkan kepuasan pelanggan. Dalam konteks Travel Haji & Umroh Al-Munawwir, ini sangat penting karena interaksi dengan pelanggan

harus menciptakan suasana yang kondusif untuk proses yang penuh makna, seperti persiapan untuk perjalanan spiritual mereka. Oleh karena itu, tata letak ruang kantor ini harus memfasilitasi komunikasi yang lancar, memberikan ruang yang cukup untuk setiap kegiatan, serta memastikan kenyamanan pelanggan saat menunggu proses administrasi atau konsultasi.

Desain kantor ini dibagi menjadi beberapa area fungsional yang memadai. Area depan atau ruang tunggu dirancang dengan furnitur yang nyaman dan tidak terlalu padat, sehingga memberikan kesan ruang yang luas dan tidak sesak. Area ini dirancang agar pengunjung merasa nyaman menunggu tanpa rasa terganggu, serta memberikan ruang bagi staf untuk berinteraksi dengan pelanggan secara efisien. Tata letak ini sejalan dengan temuan yang dikemukakan oleh Gifford (2013), yang menyatakan bahwa desain interior yang berhasil harus mampu mengoptimalkan penggunaan ruang dan memastikan bahwa setiap zona dalam ruang dapat berfungsi secara maksimal. Gambaran desain interior yang telah melalui proses desain dengan metode *design thinking*, ditampilkan dalam gambar di bawah. Gambar ini menunjukkan efektivitas *layout* yang dirancang dari kebutuhan pengguna.



Gambar 1. Isometri *Layout* Kantor Travel Haji & Umroh Al-Munawwir
(Sumber: Saputri, Amalita 2025).

Dalam menyusun *layout*, penting juga untuk menciptakan suasana yang akrab dan tidak membosankan bagi pengunjung yang mungkin menunggu dalam waktu lama. Oleh karena itu, ruangan dibuat dengan menginkorporasi organisasi zona yang baik, yaitu dengan mengatur tipe aktivitas tertentu dan mendekatkannya dalam desain *layout*. Desain ruang seperti ini disebut juga open plan yang memungkinkan sirkulasi udara yang baik serta interaksi yang lebih mudah antar pengunjung dan staf. Hal ini bertujuan untuk menciptakan rasa keterbukaan yang sesuai dengan suasana perusahaan yang mengutamakan pelayanan pelanggan secara ramah dan dekat.

Aksentuasi Elemen Dekoratif Bergaya Timur Tengah.

Gaya desain yang diterapkan pada kantor ini adalah desain modern yang dipadukan dengan elemen-elemen Timur Tengah, yang memiliki kaitan erat dengan tujuan ibadah haji dan umroh. Dalam konteks ini, pemilihan elemen Timur Tengah sangat relevan, karena dapat memberikan kesan yang lebih akrab dan menyatu dengan karakteristik pelanggan yang mayoritas memiliki latar belakang religius dan budaya Timur Tengah. Elemen-elemen ini mencakup penggunaan pola-pola geometris khas Timur Tengah pada karpet, ornamen dinding, serta elemen furnitur yang memiliki bentuk dan desain yang mengingatkan pada estetika Timur Tengah (Al-Zamil, 2023).

Desain modern yang dipilih, dengan warna-warna netral dan material yang ramah lingkungan, memberikan kesan elegan dan minimalis, namun tetap memberikan kesan yang kaya akan nilai budaya. Sebagai contoh, pemilihan material kayu pada plafon dan dinding memberikan kesan alami dan hangat, yang sangat sesuai dengan tujuan desain untuk menciptakan suasana yang nyaman dan akrab. Penggunaan aksent Timur Tengah pada furnitur, seperti kursi dengan kain berwarna biru yang menyegarkan dan karpet dengan motif yang khas, memberikan sentuhan budaya yang mendalam, sekaligus memperkuat identitas perusahaan.



Gambar 2. Desain Interior Kantor Travel Haji & Umroh Al-Munawwir dengan Aksentuasi Elemen Timur Tengah
(Sumber: Saputri, Amalita 2025).

Pemilihan elemen Timur Tengah dalam desain interior kantor ini sangat mendalam dan terinspirasi oleh tradisi desain ruang Timur Tengah yang memiliki filosofi desain yang kuat. Menurut penelitian oleh Dobbin et al. (2019), elemen-elemen Timur Tengah, seperti ornamen geometris dan penggunaan kaligrafi, tidak hanya memiliki nilai estetika tetapi juga memiliki kedalaman simbolis yang menghubungkan ruang dengan nilai-nilai spiritual dan budaya yang kuat. Dalam konteks Travel Haji & Umroh Al-Munawwir, penggunaan elemen-elemen ini memberikan pengaruh positif pada perasaan pengunjung, menciptakan hubungan yang lebih erat dengan budaya dan nilai-nilai religius yang menjadi dasar dari perjalanan haji dan umroh.

Penggunaan elemen-elemen Timur Tengah dalam desain interior ini juga sejalan dengan prinsip desain yang dikemukakan oleh Salama et al. (2018), yang menjelaskan bahwa desain ruang yang mengintegrasikan unsur-unsur budaya dapat membantu menciptakan suasana yang lebih autentik dan bermakna bagi pengguna. Dalam hal ini, kantor Travel Haji & Umroh Al-Munawwir berusaha untuk tidak hanya menawarkan jasa yang berkualitas, tetapi juga menciptakan pengalaman yang sesuai dengan nilai-nilai yang diyakini oleh pelanggan.



Gambar 3. Penggunaan Warna dan Elemen Kaligrafi pada Desain Interior Kantor Travel Haji & Umroh Al-Munawwir
(Sumber: Saputri, Amalita 2025).

Selain itu, penggunaan ornamen-ornamen Timur Tengah yang bernuansa religius, seperti kaligrafi dan motif geometris pada dinding, berfungsi untuk memperkuat identitas perusahaan yang berfokus pada layanan ibadah haji dan umroh. Menurut penelitian oleh Amin, A. (2008), desain yang memadukan elemen budaya dan spiritual dapat memberikan efek mendalam pada perasaan pelanggan, menciptakan koneksi emosional yang lebih kuat dengan ruang dan perusahaan. Hal ini penting karena dalam bisnis layanan seperti travel haji dan umroh, kepercayaan dan kenyamanan emosional pelanggan sangat berpengaruh pada keputusan mereka untuk memilih jasa yang ditawarkan.

Faktor Brand Image dalam Desain Interior

Sebagai perusahaan yang melayani perjalanan haji dan umroh, Travel Haji & Umroh Al-Munawwir perlu memastikan bahwa desain ruang mereka mencerminkan citra perusahaan yang profesional, tepercaya, dan religius. Desain interior yang dipilih dengan elemen-elemen Timur Tengah ini bertujuan untuk menciptakan kesan bahwa perusahaan ini tidak hanya menawarkan layanan yang berkualitas, tetapi juga menghargai dan mendalami nilai-nilai spiritual yang mendasari perjalanan haji dan umroh.

Penempatan logo perusahaan yang jelas di setiap ruangan, serta elemen desain yang sesuai dengan tema Timur Tengah, memberikan kesan konsistensi dan kesatuan dalam branding perusahaan. Hal ini sesuai dengan teori branding yang dikemukakan oleh Aaker (1996), yang menyatakan bahwa visualisasi merek yang konsisten dan relevan akan meningkatkan kesan profesionalisme dan kredibilitas perusahaan. Dengan demikian, desain interior kantor ini tidak hanya memenuhi kebutuhan fungsional dan emosional pengunjung, tetapi juga memperkuat identitas merek perusahaan di mata pelanggan.

Penerapan desain interior yang berfokus pada kenyamanan pengguna dan konsistensi visual dalam menciptakan citra merek yang kuat akan memberikan dampak positif pada hubungan pelanggan dengan perusahaan. Berdasarkan teori desain pengalaman pengguna (UX), ruang yang dirancang dengan cermat dapat memengaruhi persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan dan meningkatkan tingkat kepuasan mereka (Norman, 2013).

Implementasi Pembangunan Desain Interior Kantor Travel Haji & Umroh Al-Munawwir

Proyek renovasi desain interior Kantor Travel Haji & Umroh Al-Munawwir saat ini masih dalam tahap pembangunan, dengan fokus utama pada pembangunan bagian eksterior gedung. Pada tahap ini, eksterior kantor sedang dikerjakan untuk memastikan tampilan luar yang sesuai dengan desain yang telah direncanakan, menciptakan kesan pertama yang profesional dan ramah bagi setiap pengunjung. Tahap pembangunan eksterior ini sangat penting karena memberikan citra awal yang akan membentuk persepsi pengunjung terhadap kantor ini.



Gambar 4. Proses Pembangunan Kantor Travel Haji & Umroh Al-Munawwir
(Sumber: Saputri, Amalita 2025).

Pembangunan eksterior kantor dirancang dengan mengutamakan konsep modern yang sederhana namun elegan. Struktur eksterior melibatkan penggunaan material tahan lama yang memiliki kesan mewah dan juga praktis, seperti beton dan batu alam pada bagian fasad. Penggunaan warna-warna netral, seperti abu-abu dan putih pada dinding luar, memberikan kesan bersih dan modern yang juga mencerminkan profesionalisme kantor ini dalam menyediakan layanan haji dan umroh. Selain itu, dinding depan kantor akan dilengkapi dengan elemen dekoratif yang terinspirasi dari desain Timur Tengah, seperti penggunaan pola geometris atau potongan kayu, yang memberi nuansa budaya yang khas dan menyatu dengan tema spiritual perusahaan.

Fasad depan juga dilengkapi dengan pencahayaan yang memadai, yang dirancang untuk memberikan tampilan menarik pada malam hari, sekaligus meningkatkan estetika dan fungsionalitas ruang luar. Pencahayaan yang terpasang mengarah pada elemen-elemen penting dari desain eksterior, seperti logo perusahaan yang besar dan tampak jelas dari luar. Ini juga meningkatkan visibilitas kantor pada malam hari, memberi kesan ramah dan mudah diakses oleh para calon pelanggan yang berkunjung. Dengan menggunakan teknik pencahayaan modern, kantor ini akan tetap tampak

menarik meskipun pada waktu malam, menjaga citra perusahaan sebagai tempat yang selalu terbuka dan siap melayani.

Adanya area vegetasi di sekitar kantor juga sedang dalam pengerjaan. Taman ini bertujuan untuk memberikan suasana alami yang segar dan nyaman, serta memberikan ruang terbuka hijau bagi pengunjung yang menunggu. Tanaman hias yang dipilih memiliki kesan tenang dan menyegarkan, sesuai dengan tujuan untuk menciptakan lingkungan yang nyaman dan menenangkan, sesuai dengan karakter spiritual dari perjalanan haji dan umroh.

Kesimpulan

Proyek renovasi desain interior Kantor Travel Haji & Umroh Al-Munawwir bertujuan untuk menciptakan ruang yang tidak hanya nyaman secara fisik tetapi juga memberikan dampak emosional yang mendalam bagi pengunjung. Dengan menerapkan metode *Design Thinking*, desain interior kantor ini mampu merespons kebutuhan pengguna secara lebih mendalam, mulai dari pengumpulan data tentang preferensi pengunjung hingga pengembangan solusi desain yang inovatif. Melalui pendekatan ini, kantor diharapkan mampu menyediakan ruang yang fungsional dan estetis yang mampu menciptakan kenyamanan serta memperkuat citra perusahaan. Desain interior kantor ini mengusung konsep modern dengan sentuhan Timur Tengah, yang tidak hanya mencerminkan identitas spiritual perusahaan, tetapi juga memberikan nuansa budaya yang kuat dan mendalam. Elemen-elemen desain seperti penggunaan warna biru dan merah pada furnitur serta karpet dengan motif Timur Tengah dirancang untuk memberikan kenyamanan visual dan menambah kedekatan emosional dengan pengunjung. Keputusan desain ini sesuai dengan prinsip psikologi desain yang mengungkapkan bahwa elemen estetika memiliki pengaruh signifikan terhadap kenyamanan pengguna ruang dan persepsi mereka terhadap perusahaan.

Selain itu, proyek ini juga memperhatikan aspek branding, dengan memastikan bahwa desain interior memperkuat citra perusahaan sebagai penyedia layanan haji dan umroh yang profesional dan religius. Penempatan logo dan elemen desain yang konsisten membantu menciptakan hubungan yang lebih kuat antara merek dan pengunjung, serta meningkatkan kredibilitas perusahaan. Sejalan dengan teori desain pengalaman pengguna (UX), desain ini mampu meningkatkan kepuasan pelanggan melalui ruang yang nyaman dan mudah dinavigasi. Proyek renovasi ini selesai dalam waktu tiga bulan, dengan pengerjaan eksterior dan renovasi interior yang direncanakan untuk dimulai setelahnya. Dengan menerapkan desain yang berbasis pada nilai-nilai budaya dan spiritual, kantor ini tidak hanya akan memenuhi kebutuhan fungsional tetapi juga memberikan pengalaman yang bermakna bagi setiap pengunjung yang datang.

Daftar Pustaka

- Aaker, D. A. (1996). *Building Strong Brands*. Free Press.
- Amin, A. (2008). Collective culture and urban public space. *City*, 12(1), 5-24.
- Alnasser, H. M. F. A. A. (2013). Importance of color in interior architectural space on the creation of brand identity (Doctoral dissertation, Eastern Mediterranean University (EMU)-Doğu Akdeniz Üniversitesi (DAÜ)).
- Al-Zamil, F. A. (2023). *A Human Perspective on the Interior Design of Contemporary Hotel Lobbies in the Middle East The Case of Kuwait's Five-Star Hotels*.

- Dobbin, C., & Michelsen, L. K. (2019). Engaging the olfactory: scent in the arts, cultures, and museums of the Islamic world. In *The Multi-Sensory Image from Antiquity to the Renaissance*(pp. 121-148). Routledge.
- Brown, T. (2009). *Change by Design: How Design Thinking Creates New Alternatives for Business and Society*. Harper Business.
- Gifford, R. (2013). *Environmental Psychology: Principles and Practice*. Psychology Press.
- Norman, D. A. (2013). *The Design of Everyday Things*. Basic Books.
- Octaliana, C., Santosa, A., & Rizqi, M. T. (2024). The Influence of Interior Design on Spatial Experience Based on Comfort Aspects of Visitors: A Case Study of Nadhi Heritage Cafe. *International Journal of Multidisciplinary and Current Educational Research (IJMCER)*, 6(4), 180-191.
- Sujatmoko, H. (2005). *Studi Tentang Gaya Timur Tengah Pada Interior Gedung Induk Kampus Terpadu Universitas Muhammadiyah Yogyakarta* (Doctoral dissertation, Desain Interior ISI Yogyakarta).
- Salama, A., & Wiedmann, A. (2018). *Cultural Influences in Design: The Impact of Geometric Patterns and Calligraphy in Middle Eastern Spaces*. *Journal of Architectural Psychology*, 14(3), 76-85.
- Sergeeva, E. (2022). *Now and Then: A reflection on the future of interior design for commercial spaces* (Doctoral dissertation).