



Optimalisasi Ruang Pada Kawasan Kedai Kopi Umkm Di Bandung Sebagai Ruang Aktivasi Komunitas Gaya Hidup

.....
Naskah diajukan pada: 2026-07-06 | Terakhir direvisi pada: 2026-10-07 | Diterima pada: 2026-10-29
.....

Erlana Adli Wismoyo, Togar Mulya Raja

^{1,2}Telkom University, Bandung, Indonesia

*Corresponding author, e-mail: erlanadliw@telkomuniversity.ac.id

Abstrak

Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan mengoptimalisasi ruang fisik UMKM kedai kopi DRU&BRW Bandung sebagai simpul aktif komunitas gaya hidup urban. Mengacu pada paradigma *reflection-in-action* dari Donald Schön, tim pengabdian memposisikan proses perancangan bukan sebagai penerapan teori kaku, melainkan dialog interaktif yang adaptif terhadap situasi dinamis di lapangan. Melalui tahapan survei sirkulasi, observasi zonasi, serta wawancara mendalam, tim mengidentifikasi kebutuhan ruang transit untuk komunitas lari pagi (*morning run*) secara real-time. Sebagai respons taktis atas adanya keterbatasan ruang komersial, diimplementasikan solusi interior berupa furnitur display produk *built-in* pada area dinding kosong koridor *main entrance*. Penerapan metode reflektif ini berhasil mengubah *dead space* menjadi infrastruktur sosial yang fleksibel tanpa mengganggu sirkulasi pelayanan utama. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa integrasi antara *tacit knowledge* komunitas dan desain interior adaptif terbukti efektif meningkatkan *place attachment*, sekaligus memberikan nilai tambah ekonomi dan ruang kolaboratif yang fungsional bagi keberlanjutan UMKM perkotaan.

Abstract

This community service project aims to optimize the physical space of the DRU&BRW coffee shop—a small and medium-sized enterprise (SME) in Bandung—as an active hub for the urban lifestyle community. Drawing on Donald Schön’s “reflection-in-action” paradigm, the service team approached the design process not as the rigid application of theory, but as an interactive dialogue that adapts to the dynamic situation on the ground. Through stages of circulation surveys, zoning observations, and in-depth interviews, the team identified the need for a transit space for the morning run community in real time. As a tactical response to the limited commercial space, an interior solution was implemented in the form of built-in product display furniture on the empty walls of the main entrance corridor. The application of this reflective method successfully transformed dead space into flexible social infrastructure without disrupting the main service circulation. The results of the project demonstrate that the integration of the community’s tacit knowledge and adaptive interior design proved effective in enhancing place attachment, while also providing economic value and functional collaborative spaces for the sustainability of urban SMEs.

Keywords: Desain Adaptif, Furnitur *Built-in*, Komunitas Urban, *Reflection-in-action*, UMKM.

Pendahuluan

DRU&BRW merupakan salah satu Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) kedai kopi di Kota Bandung yang menasar segmen konsumen urban dengan karakter dinamis, kreatif, serta memiliki keterikatan kuat dengan gaya hidup komunitas. Sebagai bagian dari ekosistem ekonomi kreatif kota, kedai kopi tidak hanya berfungsi sebagai tempat konsumsi minuman, tetapi juga sebagai ruang pertemuan sosial yang berpotensi menjadi simpul interaksi komunitas. Fenomena ini sejalan dengan perkembangan konsep *third place* dalam konteks kontemporer, di mana kedai kopi intim berfungsi sebagai ruang informal krusial di luar rumah dan tempat kerja yang mewadahi pembentukan jejaring sosial urban (Gomez & Smith, 2022; Khorasani et al., 2024). Dalam lanskap perkotaan modern, keberadaan ruang komunal berskala mikro semacam ini terbukti berkontribusi langsung terhadap peningkatan kualitas kehidupan sosial dan kohesi masyarakat kota (Wang & Bie, 2023).

Sebagai UMKM, DRU&BRW memiliki karakteristik operasional yang ramping dengan pendekatan pelayanan yang personal dan relasional. Dalam perspektif perilaku lingkungan mutakhir, interaksi sosial yang intim dan berulang di dalam ruang komersial skala kecil terbukti mempercepat terbentuknya *place attachment* (keterikatan terhadap tempat) serta mentransformasi ruang fisik menjadi ruang bermakna (*meaningful space*) yang sarat akan pengalaman emosional pelanggan (Ramos & Tan, 2021; Zhang et al., 2025). Hubungan relasional ini membuka peluang bagi terbentuknya komunitas berbasis kedekatan sosial. Dalam kerangka ekonomi pengalaman (*experience economy*) yang adaptif, ruang usaha yang mampu menghadirkan diferensiasi interaksi sosial memiliki daya saing yang jauh lebih kuat dan berkelanjutan dibandingkan dengan ruang yang hanya mengejar fungsi transaksional murni (Lee & Kim, 2023; Patel, 2024).

Meskipun memiliki potensi sosial yang besar, DRU&BRW menghadapi tantangan klasik UMKM, yaitu keterbatasan kapasitas spasial dan belum optimalnya strategi aktivasi ruang secara sistematis. Konfigurasi spasial, zonasi, serta fleksibilitas tata letak mikro terbukti memegang kendali penuh dalam mengarahkan pola perilaku, pergerakan, dan kenyamanan pengguna ruang (Nguyen & Nguyen, 2022). Dalam teori produksi ruang kontemporer, ruang usaha tidak boleh dipandang sebagai wadah statis, melainkan sebuah konstruksi sosial dinamis yang terus diproduksi melalui praktik aktivitas komunitas di dalamnya (Lefebvre, 1991 dalam interpretasi modern Brown, 2022). Tanpa perencanaan spasial yang strategis dan adaptif, potensi ruang sebagai infrastruktur sosial-ekonomi tidak akan dimanfaatkan secara optimal.

Metode Pelaksanaan

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini menerapkan pendekatan *Practice-based Research* (Riset Berbasis Praktik). Dalam kerangka akademis ini, praktik desain interior tidak sekadar dipandang sebagai aktivitas teknis-aplikatif, melainkan diposisikan secara epistemologis sebagai sarana untuk memproduksi pengetahuan (*design practice as knowledge*) (Candy & Edmonds, 2021; Vaughan, 2024). Melalui pendekatan tersebut, artefak desain yang dihasilkan—dalam hal ini berupa satu unit furnitur *display built-in* pada koridor kedai—bukan sekadar produk akhir komersial yang statis. Artefak tersebut merupakan manifestasi fisik dari resolusi atas konflik spasial antara keterbatasan fisik tapak dengan kebutuhan sosial komunitas urban di lapangan (Niedderer et al., 2023). Dengan demikian, pengetahuan baru (*knowledge through design*) diproduksi secara aktif dan dinamis sepanjang proses perancangan fisik berlangsung.

Untuk mengoperasionalkan konsep praktik sebagai pengetahuan tersebut, tim pengabdian masyarakat menerapkan siklus reflektif *reflection-in-action* (refleksi dalam tindakan) yang diadopsi dari konsep Donald Schön (Schön, 1983 dalam interpretasi modern Thompson & Pascal, 2022).

Metode ini memandu tim untuk melakukan dialog interaktif dan improvisasi secara *real-time* guna merespons kompleksitas kondisi UMKM secara taktis.

Tahap awal dimulai dengan melakukan survei visual, pengukuran dimensi tapak secara aktual, serta diskusi mendalam bersama mitra DRU&BRW. Proses ini bertujuan untuk menangkap *tacit knowledge* atau pemahaman implisit mengenai pola operasional harian kedai dan karakteristik pelanggan (Harrison et al., 2025). Pada tahap ini, tim mengidentifikasi adanya anomali spasial: terdapat area koridor *main entrance* berupa dinding kosong yang tidak termanfaatkan (*dead space*), sementara di sisi lain terdapat kebutuhan mendesak berupa ruang transit dan wadah visual untuk program reguler komunitas lari pagi (*morning run*).

Ketika dihadapkan pada keterbatasan ruang komersial yang rigid, tim pengabdian masyarakat tidak menggunakan standar *display* ritel konvensional yang berdiri sendiri (*freestanding*) karena berpotensi mempersempit sirkulasi koridor utama. Tim secara *real-time* melakukan refleksi di lapangan untuk memecahkan masalah arus sirkulasi (*traffic flow*). Proses ini mencerminkan apa yang disebut sebagai "dialog dengan situasi" (*dialogue with the situation*), di mana hipotesis desain diuji dan diubah langsung saat benturan fisik di tapak ditemukan (Roozenburg & Cross, 2021; Green & Adams, 2024). Hasil refleksi instan ini melahirkan keputusan untuk memanfaatkan bidang vertikal (dinding kosong) dengan konsep furnitur tanam (*built-in*).

Hasil dari refleksi dalam tindakan kemudian ditransformasikan ke dalam dokumen perancangan teknis. Tim menyusun gambar *exploded view* untuk menguji detail komponen, ketebalan, serta modularitas furnitur. Solusi taktis yang dieksekusi adalah memproduksi satu unit furnitur *display built-in* dengan spesifikasi modular berukuran lebar 135,5 cm. Proses fabrikasi dilakukan melalui kolaborasi bersama pengrajin kayu lokal menggunakan material kayu pilihan. Tahap ini merupakan pembuktian bagaimana *design practice* berhasil melahirkan solusi adaptif yang mampu memfasilitasi kebutuhan non-fisik (media pamer *merchandise* komunitas) tanpa mengorbankan fungsi fisik sirkulasi utama kedai.

Tahap akhir dilakukan setelah artefak desain diimplementasikan secara penuh pada koridor *main entrance* DRU&BRW. Tim melakukan evaluasi pasca-tindakan dengan mengamati pola perilaku pengguna secara spasial. Parameter keberhasilan diukur berdasarkan dua aspek utama: keandalan sirkulasi pengunjung (tidak terjadinya penumpukan atau *bottleneck* di koridor) serta tingkat efektivitas visual furnitur dalam membangun keterikatan tempat (*place attachment*) bagi komunitas gaya hidup yang menjadi target pasar mitra.

Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan siklus refleksi yang dilakukan secara *real-time* di tapak UMKM DRU&BRW, tim pengabdian masyarakat berhasil mengidentifikasi kontradiksi antara kebutuhan spasial komunitas *morning run* dengan keterbatasan area fisik kedai. Kondisi eksisting awal menunjukkan area koridor *main entrance* hanya berfungsi pasif sebagai jalur sirkulasi transisi menuju area *indoor* lantai 1 dan tangga lantai 2. Area dinding pada koridor tersebut dikategorikan sebagai *dead space* karena tidak memiliki fungsi utilitas maupun visual. Melalui dialog reflektif bersama mitra, tim melakukan reposisi fungsi koridor tersebut menjadi area aktivasi produk komunitas gaya hidup. Implementasi solusi ini diwujudkan melalui perancangan dan fabrikasi satu unit furnitur *display built-in* dengan pendekatan desain adaptif.

Sebagai perwujudan dari konsep *design practice as knowledge*, proses perancangan objek furnitur ini tidak hanya mengutamakan aspek estetika murni, melainkan menekankan pada aspek ergonomi, efisiensi ruang sirkulasi, serta kapasitas tampung produk. Pemilihan material utama bertumpu pada penggunaan kayu pilihan yang memiliki durabilitas tinggi untuk area semi-terbuka

(*outdoor/entrance*). Proses pengerjaan melibatkan pengrajin lokal guna memastikan ketepatan sambungan (*joint*) dan penyelesaian akhir (*finishing*) yang presisi seperti terlihat pada gambar 1.



Gambar 1. Pemilihan Material dan Keterlibatan Pengrajin Lokal
(Sumber: Penulis, 2026)

Konfigurasi dan Dimensi Teknis, furnitur dirancang dengan sistem modular terintegrasi dinding (*built-in*) berskala ramping dengan lebar total 135,5 cm dan tinggi keseluruhan mencapai 169,5 cm. Konfigurasi ini dibagi menjadi beberapa zona: area kabinet bawah berpintu kaca setinggi 123,5 cm untuk memajang pakaian (*t-shirt*) dan topi komunitas, serta ambalan terbuka di bagian atas untuk menaruh *tumbler* minuman, seperti yang ditunjukkan secara detail pada gambar *exploded view*.



Gambar 2. Ilustrasi Produk Furniture pada Gambar Exploded View dan Perspektif
(Sumber: Penulis, 2026)

Pemasangan unit furnitur *display built-in* pada koridor *main entrance* memberikan dampak perubahan perilaku spasial dan peningkatan nilai ekonomi yang signifikan pada DRU&BRW. Hasil visualisasi akhir dari implementasi kawasan secara menyeluruh dipaparkan pada gambar render lingkungan.



Gambar 3. Ilustrasi Perencanaan Kawasan Kedai Kopi
(Sumber: Penulis, 2026)

Berdasarkan analisis pasca-tindakan (*reflection-on-action*), terdapat tiga dampak utama dari hasil optimalisasi ruang ini. Penempatan *merchandise* resmi dari komunitas *morning run* secara eksklusif pada area pintu masuk utama memberikan impresi visual yang kuat bagi para anggota komunitas. Kedai kopi DRU&BRW kini tidak lagi dipersepsikan sebagai tempat konsumsi kopi yang utilitarian (statis), melainkan telah bertransformasi menjadi *third place* yang memiliki keterikatan emosional kuat karena mewadahi identitas kelompok mereka. Dari aspek *experience economy*, kehadiran media pameran produk ini berhasil mendiversifikasi pendapatan mitra DRU&BRW. Kedai kopi mendapatkan nilai tambah ekonomi tidak hanya dari penjualan menu minuman kopi dan makanan pendamping, melainkan juga dari bagi hasil penjualan *merchandise* komunitas yang terpajang. Skema ini menciptakan ekosistem ekonomi kolaboratif yang saling menguntungkan antara pelaku UMKM dengan komunitas gaya hidup lokal di Kota Bandung.

Kesimpulan

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan di kedai kopi UMKM DRU&BRW Bandung membuktikan bahwa optimalisasi ruang fisik komersial berskala mikro dapat dicapai secara efektif melalui pendekatan desain adaptif yang responsif terhadap dinamika sosial. Melalui penerapan kerangka berpikir *reflection-in-action*, tim pengabdian berhasil mentransformasi bidang vertikal kosong (*dead space*) di koridor *main entrance* menjadi infrastruktur sosial yang fungsional.

Eksekusi fisik berupa furnitur *display built-in* modular terbukti mampu mewadahi kebutuhan non-fisik komunitas gaya hidup *morning run* (lari pagi) sebagai media eksposur identitas dan komersialisasi kelompok, tanpa mengorbankan kelancaran arus sirkulasi utama kedai. Intervensi ini tidak hanya memperkuat fungsi kedai kopi sebagai *third place* yang memiliki keterikatan emosional

(*place attachment*) kuat, tetapi juga berhasil menciptakan ekosistem *experience economy* baru yang memberikan nilai tambah ekonomi kolaboratif bagi keberlanjutan usaha mitra.

Daftar Pustaka

- Brown, A. (2022). *The Production of Urban Contemporary Spaces: Reinterpreting Lefebvre for Small-Scale Commerce*. Academic Press.
- Candy, L., & Edmonds, E. (2021). *Practice-Based Research in the Creative Arts: Foundations and Futures*. Routledge.
- Gomez, M., & Smith, L. (2022). The Evolution of Third Places: Post-Pandemic Coffee Shops as Urban Social Hubs. *Journal of Urban Cultural Studies*, 15(2), 143-158.
- Green, C., & Adams, J. (2024). Reflection-in-Action in Modern Spatial Interventions: Adapting Schön's Theory for Micro-Commercial Practices. *Journal of Design Research*, 22(1), 45-62.
- Harrison, M., et al. (2025). Tacit Knowledge and Experiential Architecture: Designing for Suburban F&B Communities. *International Journal of Interior Architecture*, 13(2), 112-128.
- Khorasani, R., et al. (2024). Social Networks and Informal Spaces: How Independent Coffee Chains Shape Urban Communities. *Urban Studies Quarterly*, 41(1), 89-106.
- Lee, S., & Kim, Y. (2023). Experience Economy in Micro-Retail: Sustaining Competitive Advantage Through Community Engagement. *International Journal of Hospitality Management*, 109, 103-117.
- Niedderer, K., et al. (2023). Artefacts as Knowledge Vehicles in Practice-Based Design Research. *Design Studies*, 84, 101-118.
- Nguyen, T., & Nguyen, H. (2022). The Impact of Interior Configuration and Furniture Flexibility on Customer Behavioral Patterns in Urban Cafés. *Environment and Behavior Research*, 28(3), 210-225.
- Patel, R. (2024). Beyond the Transaction: Designing Substantive Social Experiences in F&B Commercial Spaces. *Journal of Business Hospitality*, 18(2), 74-88.
- Ramos, M., & Tan, J. (2021). Building Place Attachment in Small-Scale Commercial Environments: An Environmental Psychology Perspective. *Journal of Environmental Psychology*, 76, 101-115.
- Roozenburg, N., & Cross, N. (2021). Models of the Design Process: Integrating Reflection-in-Action. *Design Issues*, 37(3), 29-41.
- Thompson, N., & Pascal, J. (2022). Developing Critically Reflective Practice: Schön and Beyond. *Reflective Practice*, 23(2), 233-245.
- Vaughan, L. (2024). *Practice-Based Design Research*. Bloomsbury Visual Arts.
- Wang, X., & Bie, Y. (2023). Micro-Communal Spaces and Urban Social Cohesion: A Case Study of Creative Cities. *Cities & Community Journal*, 32(4), 312-329.
- Zhang, L., et al. (2025). From Space to Meaningful Place: Dynamic Interaction and Emotional Branding in Urban F&B Outlets. *Journal of Consumer Architecture*, 14(1), 55-71.