

# PERANCANGAN POP UP STORE MON STUDIO

**Rio Setia Monata**

*Program Studi Pengkajian & Penciptaan Seni  
Pasca Sarjana Institut Seni Indonesia Yogyakarta*

## ABSTRAK

Pertumbuhan ekonomi Indonesia saat ini, membuat para pebisnis tertantang untuk bersaing secara lebih inovatif dengan memadukan konsep *Pop-Up Store* yang sesuai dengan *brand* mereka, interior dengan *limited space* ini merupakan salah satu hal penting yang harus dipertimbangkan seorang pebisnis, untuk memudahkan pengguna dan juga mendatangkan lebih banyak pengunjung. Alasan lain yang penting dalam penggunaan konsep ini selain penggunaan yang *portable*, praktis, fungsional, dan efisien sehingga mampu memenuhi kebutuhan untuk sebuah *temporary event*. Pendekatan konsep perancangan *Pop-Up Store* dibuat dengan menggunakan metode *design thinking*, pendekatan perancangan yang kreatif dengan rangkaian tahapan yang membantu untuk memberikan ide dan mencari solusi dari permasalahan yang ada di lapangan. Proses tersebut dapat membantu untuk mengetahui cara yang sesuai dengan tahap desain yang dilalui seperti *Discovery*, *Interpretation*, *Ideation*, *Experimentation* dan *Evolution*.

**Kata Kunci:** Pop-Up, Store, Konsep.

## PENDAHULUAN

Berangkat dari permasalahan semakin maraknya *online shop* yang berkembang secara pesat. Para pengusaha *online shop* kemudian mempunyai keinginan untuk memiliki toko agar para pembeli bisa melihat langsung produk dan dapat berinteraksi langsung. Umumnya para pengusaha *online shop* mengikuti event pada acara *pop-up market*. *Pop-up market* adalah sebuah ruang alternatif mendukung perkembangan brand karya *entrepreneur* Indonesia. *Pop up market* selalu mengusung tema unik dan memberi perhatian khusus dalam proses kurasi *brand*. Tujuannya agar tidak semua peserta berasal dari *brand* besar melainkan juga dari *start-up* yang memiliki *pop-up store* dapat bersaing dengan seimbang di acara.

Contoh acara *pop-up market* yang aktif di Yogyakarta adalah *Flohmarktfest*. Sebuah acara komunitas kreatif dengan konsep *fashion items*, *creative handcraft*, *good food*, *music*, *workshop* and *communities into one package of entertainment*. Mempunyai visi membawa komunitas *online* ke ranah *offline* agar kekuatan *netizen* usia produktif bisa berdampak lebih nyata, sekaligus mendukung pertumbuhan industri kreatif di Indonesia, khususnya di Yogyakarta. Konsep acara *Flohmarktfest* sering diadakan di beberapa lokasi yang tidak umum untuk berjualan seperti kafe, *basement mall* dan tempat unik lainnya. *Flohmarktfest* ini juga selalu mengangkat tema yang berbeda-beda di tiap acaranya dan banyak *tenant* membuat *pop-up store*. Dengan melihat dari permasalahan yang ada, pemilik *pop-up store* sering kurang persiapan dalam membuat *pop-up store*, sedangkan *pop-up market* diadakan hanya beberapa hari. Pemilik *pop-up store* kesulitan dalam proses *display* dan bongkar karena banyak yang tidak memikirkan tentang sistem bongkar pasang atau sistem *modular*.

“*Pop-up store* juga dapat menjadi sarana alternatif yang lebih efektif dari pada iklan untuk *buzzing* atau meningkatkan *brand awareness*” menurut Paulina Pungky, *Managing*

*Director DreamLab* Indonesia, *Brand & Strategic Retail Consulting*. Di luar negeri strategi pemasaran ini banyak dipakai oleh *brand* besar yang memang sudah punya nama seperti Adidas, Kate Spade, Louis Vuitton, Mini Cooper dan brand-brand lainnya. Biasanya *brand* ini menggelar *pop-up store* yang begitu artistik.

Dalam buku *Design Thinking for Interiors* oleh Joy Dohr dan Margaret Portillo, *design thinking* untuk interior ialah proses mempraktikkan, pengembangan desain dan pengalaman dalam interior. Pada saat ini, *design thinking* mempunyai makna keseluruhan. Desainer bekerja dalam lingkungan dengan tujuan yang besar dan persoalan yang rumit, serta juga berkerja bersama-sama.

## RUMUSAN PERANCANGAN

Dalam Perancangan ini beberapa rumusan masalah yang menjadi dasar penulis untuk merancang *pop-up store* MON Studio akan berfokus pada sistem portable & branding. Bagaimana merancang *pop-up store* MON Studio dengan dimensi yang tepat berkonsepkan sistem *pop-up portable* yang praktis, fungsional, dan efisien sehingga mampu memenuhi kebutuhan dengan menggunakan proses metode *design thinking*.

## TUJUAN DAN MANFAAT

### 1. Tujuan

- a. Merancang interior *pop-up store* MON Studio dengan menggunakan metode *design thinking*.
- b. Membuat inovasi desain *pop-up store* MON Studio yang fleksibel dan efektif bagi peserta *tenant*.
- c. Mendesain *pop-up store* MON Studio dengan dimensi yang tepat sesuai kebutuhan produk dengan menerapkan konsep *portable*.

### 2. Manfaat

Manfaat perancangan *pop-up store* diharapkan :

- a. Bagi pengguna: Menjadi inovasi dalam perancangan *pop-up store* MON Studio dengan sistem konsep *portable* yang fungsional dan praktis; Memberikan pengetahuan dan pengalaman baru bagi pengusaha; Menjadi pengalaman baru bagi *customer*.
- b. Bagi penyelenggara: Memberikan kemudahan kepada penyelenggara dalam mempersiapkan dan menyelenggarakan pameran atau *pop-up market*.
- c. Bagi desainer : Memberikan manfaat secara keilmuan sebagai inspirasi dan pedoman tentang perancangan *pop-up store* MON Studio berkonsepkan sistem portable; Mampu menciptakan *ambiance* yang diinginkan melalui pendekatan metode *design thinking*; Memberikan inovasi produk *display* sistem *knockdown* .

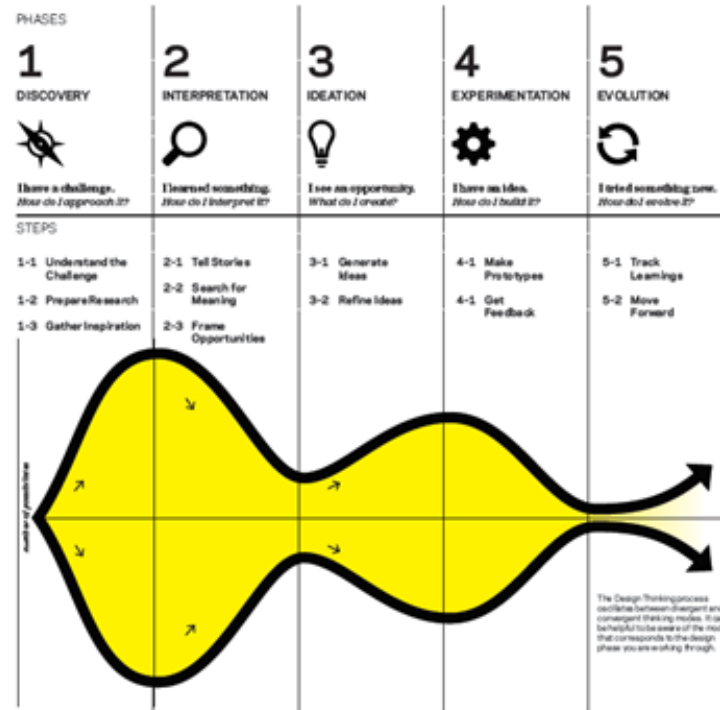
## METODE PERANCANGAN

Metode *design thinking* adalah metode pendekatan yang berpusat pada manusia untuk memecahkan masalah dengan menggunakan metode terorganisir, menghasilkan beberapa solusi, membuat prototipe dari salah satu solusi dan kemudian mengujinya. Menurut Tim Brown (2008), pengertian *design thinking* ialah sebuah disiplin ilmu yang menggunakan sensibilitas desainer dan metode menciptakan sesuatu yang bernilai bagi customer dan peluang pasar yang berpijak pada kesesuaian antara kebutuhan dengan teknologi dan strategi bisnis.

Terfokus pada permasalahan, tetapi mengarahkan segenap kemampuan dalam upaya

mencari solusi agar kehidupan manusia lebih baik. Selain itu design thinking juga tidak memperlakukan bagaimana mencari solusi atas sebuah masalah, tetapi mengutamakan tindakan nyata yang cepat untuk mendapatkan solusi bagaimana membuat sejahtera kehidupan manusia. Dalam bekerja pemikir design bukan saja melibatkan pemikiran tapi juga analisa untuk mencapai tujuannya.

Berikut lima tahap proses desain dalam buku Design Thinking for Educators 2nd Edition ialah sebagai berikut :



Gambar 1. Proses Design Thinking.

Sumber: Design Thinking dalam buku Design Thinking for Educators 2nd Edition (2012)

## DATA

Pop-Up Store adalah tempat memamerkan produk yang di-branding, toko dengan sistem mobile dan knockdown dengan ukurannya kecil. Pop-up sendiri artinya ialah 'muncul secara tiba-tiba'. ([https://en.wikipedia.org/wiki/Pop-up\\_retail](https://en.wikipedia.org/wiki/Pop-up_retail), diakses pada 2 Maret 2017). Sedangkan branding adalah sebuah usaha komunikasi yang disusun dan direncanakan dengan baik oleh perusahaan untuk membangun dan membesarkan merek. (<http://www.kanal.web.id/2016/09/pengertian-brand-branding-rebranding.html>, diakses pada 3 Maret 2017).

Pameran adalah sebuah tampilan yang menstimulasi dan menguak ketertarikan konsumen terhadap produk dan ide (Pegler, 2012, p.354). Berikut ini adalah beberapa jenis pameran: (a) Pameran Permanen: Menuntut display yang tidak berubah untuk jangka waktu yang tidak terbatas. (b) Pameran Non Permanen: Pameran dengan jangka waktu yang terbatas. (c) Trade Show: Lebih menampilkan produk baru dan pendekatan 'soft sell' dengan menampilkan perspektif sejarah perusahaan. (d) Traveling Exhibits (Pop-Up Market, Thematic Market, Curated Market): Desain booth yang luas termasuk portable. (e) Pameran Outdoor: Biasanya terdapat di taman, area parkir, kebun dan di tengah-tengah mall.

Pop-Up Store adalah ruang ritel sementara yang memamerkan produk untuk tujuan branding. Dalam sebuah seminar PSFK's Future of Retail 2016, San Francisco, Nathan Adkisson, Director of Strategy at Local Projects mengatakan bagian terpenting dari

retail ialah konsumen sebagai target. Dengan cara ini suatu brand bisa mempresentasikan produk mereka dengan cara baru. Pop-up market muncul karena adanya trend di kalangan masyarakat sosial media, Jenis-jenis pop-up market sendiri terbagi ke dalam 2 kategori besar, yakni thematic market dan curated market. Berikut ini acara yang menampilkan konsep pop-up market:

a. Flohmarktfest

Flohmarktfest berdiri pada tahun 2012, berawal dari jualan barang bekas dan mengumpulkan teman-teman pengusaha terutama fashion dan antusias masyarakat untuk datang ke acara ini sangat besar. Kemudian membuat wadah event untuk komunitas, enterpreuner.

b. Exposure

Merupakan salah satu contoh thematic curated market. Exposure ini merupakan acara tahunan yang diadakan oleh Ikatan Keluarga Mahasiswa Manajemen FEB UGM yang dimulai tahun 2015. Tujuan dari exposure sendiri adalah untuk mewadahi young entrepreneurs dan creative minds di seluruh Indonesia. Dengan tujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat bahwa brand-brand lokal juga memiliki kualitas bagus yang tak kalah dengan brand-brand luar negeri.

## ALTERNATIF DESAIN

MON Studio adalah studio desain yang terletak di Yogyakarta, tepatnya di daerah Panggung harjo Sewon, Bantul. MON Studio bergerak di bidang furniture, home decor & life style product.



**Gambar 2.** Logo MON Studio  
Sumber : Arsip data MON Studio

MON Studio akan membawa Pop-up store ini untuk launching atau pameran tunggal yang bisa diadakan di Galeri, di Cafe, di Jalan dan Ruang Alternatif lainnya dengan space yang cukup besar. Ada beberapa alternatif bentuk pop-up custom yang dapat di display sesuai keinginan atau kebutuhan.

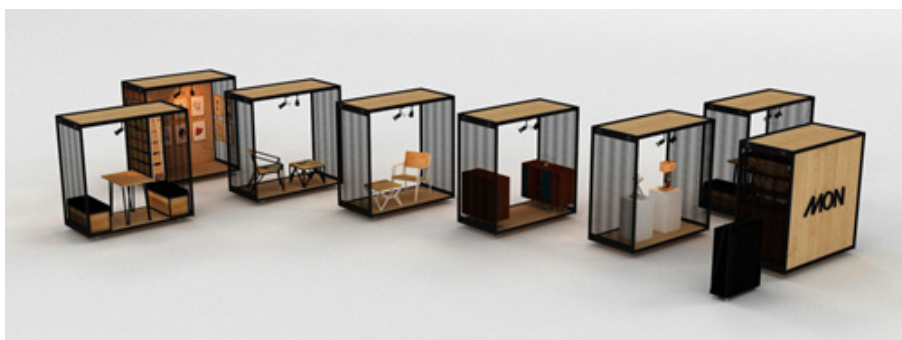
Pop-up store dapat di display berubah-ubah dan berganti display agar tidak bosan ketika orang melihatnya dan memberikan kesan unik. Selanjutnya setelah selesai acara Pop-up store juga dapat disusun dan dikunci semua seperti box container.

**ALTERNATIF 1**

**Gambar 3.** Prototipe Gambar 3D Pop-up store ukuran custom perspektif alternatif 1 view a.  
Sumber: Data Rio Setia Monata, 2017.



**Gambar 4.** Prototipe Gambar 3D Pop-up store ukuran custom perspektif alternatif 1 view b.  
Sumber: Data Rio Setia Monata, 2017.

**ALTERNATIF 2**

**Gambar 5.** Prototipe Gambar 3D Pop-up store ukuran custom perspektif alternatif 2 view a.  
Sumber: Data Rio Setia Monata, 2017.





**Gambar 6.** Prototipe Gambar 3D Pop-up store ukuran custom perspektif alternatif 2 view b.  
Sumber: Data Rio Setia Monata, 2017.

### ALTERNATIF 3



**Gambar 7.** Prototipe Gambar 3D Pop-up store ukuran custom perspektif alternatif 3 view a.  
Sumber: Data Rio Setia Monata, 2017.

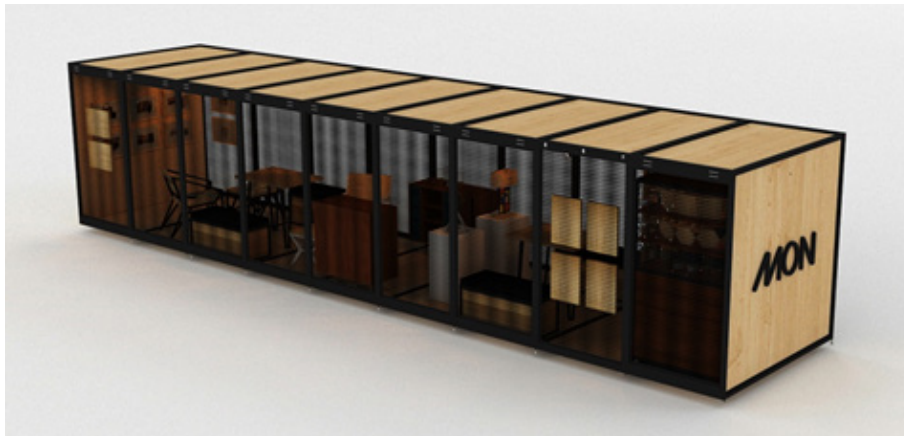


**Gambar 8.** Prototipe Gambar 3D Pop-up store ukuran custom perspektif alternatif 3 view b.  
Sumber: Data Rio Setia Monata, 2017.

## ALTERNATIF 4



**Gambar 9.** Prototipe Gambar 3D Pop-up store ukuran custom perspektif alternatif 4 view a.  
Sumber: Data Rio Setia Monata, 2017.



**Gambar 10.** Prototipe Gambar 3D Pop-up store ukuran custom perspektif alternatif 4 view b.  
Sumber: Data Rio Setia Monata, 2017.

## KESIMPULAN

Perancangan Pop-up store MON Studio dengan menggunakan metode design thinking ialah pendekatan perancangan yang kreatif dengan rangkaian tahapan yang membantu untuk memberikan ide dan mencari solusi dari permasalahan yang ada di lapangan. Dengan mengadopsi pikiran seorang desainer, kita mampu melihat permasalahan sebagai tanggung jawab dan kepercayaan untuk menciptakan sebuah solusi. Cara pendekatan ini memang berbeda dengan pendekatan sebelumnya bahwa kita masih belum mengetahui ide dan hasil akhir perancangan, namun yang terpenting kita harus percaya dengan melakukan proses tahapan-tahapannya.

Perancangan Pop-up store MON Studio telah dilakukan dengan lima tahapan perancangan yaitu discovery (menemukan), interpretation (penerjemahan), ideation (menghasilkan banyak ide), experimentation (percobaan), dan evolution (perkembangan). Pada tahap pertama discovery, hal yang dilakukan ialah mengumpulkan informasi sebanyak mungkin melalui kunjungan langsung, melihat dan mengamati, serta berbincang/wawancara kepada pemilik dan pengguna ruang. Tahap ini merupakan tahap awal, oleh sebab itu diperlukan pemikiran yang terbuka dan banyak mendengarkan. Pemikiran yang kita pakai pada tahap ini ialah pemikiran divergent (berlainan, berbeda, bebas, liar). Kemudian tahap kedua yaitu interpretation (penerjemahan), pada tahap ini semua informasi dan empati

yang telah didapat akan diterjemahkan/dijabarkan/diuraikan satu per satu, kemudian dikelompokkan lalu dipersempit dengan menetapkan permasalahan (problem statement).

Tahap/fase ini menggunakan pemikiran convergent (memusat, sempit, menuju pada satu titik pertemuan). Selanjutnya tahap ketiga, ideation yaitu mengumpulkan banyak ide melalui metode kreatif untuk kerja tim seperti brainstorming; collecting word maupun brainstorming 3.3.3 method. Tahapan ini menggunakan pemikiran divergent sekaligus convergent dengan penentuan dan penyaringan ide-ide terbaik yang berpotensi untuk dikembangkan. Tahap keempat yakni experimentation (percobaan), yaitu melakukan percobaan-percobaan melalui prototipe atas ide-ide yang telah diperoleh pada tahap tiga. Tahap ini juga dilakukan sharing ide dengan ‘pelaku ruang’ untuk mendapat tanggapan langsung, sehingga dapat meningkatkan dan menyempurnakan ide. Lalu tahap terakhir ialah evolution (perkembangan) yang merupakan tindak lanjut dari ide-ide yang telah dibuat prototipe sebelumnya. Selama perkembangan konsep ini, perlu pertimbangan mengenai pengaruh dan dampaknya, serta definisikan serangkaian kriteria guna membantu memandu dan mengevaluasi perkembangan ide tersebut.

Berbagai kendala juga kerap ditemui perancang dalam melakukan proses ini, seperti sub-tahapan yang fase-fase pengerjaannya mirip dan hampir serupa. Namun hal tersebut justru menjadi sarana penyaringan dalam menemukan permasalahan maupun dalam menentukan ide dan konsep.

## SARAN

Untuk dapat memperkenalkan karya ataupun sebuah produk desain tidak serta merta memerlukan bangunan atau luas ruang yang besar, dengan kapasitas limited space kita bisa memaksimalkan fungsi ruang dengan mempertimbangkan fungsionalnya terlebih dahulu. Melalui exhibition, pameran tunggal, Popup Market dan berbagai jenis pemasaran lainnya, pekerja seni dapat dengan mudah membawa, merakit, serta memamerkan hasil karya/produk tersebut.

Perancangan Pop-up store MON Studio yang dilakukan dengan metode design thinking dirasa mampu untuk mengatasi problematik pekerja seni yang terutama baru memasuki dunia pasar. Diharapkan para pekerja seni, desainer muda, institusi, serta pembaca pada umumnya dapat ikut mempraktekkan metode desaign thinking dalam kehidupan nyata sebagai jalan keluar mendapat solusi yang tepat melalui empati dan sifat intiusi dalam diri.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, Lisa. (2015). *Perancangan Indoor Modular Booth*. Surabaya: Universitas Kristen Petra.
- Ambrose, Grafin & Paul Harris. (2010). *Design Basic 08 Design Thinking*. Singapore: AVA Book Production Pte. Ltd.
- Baras, Jeremy. (2015). *Pop Up Republic: How To Start Your Own Successful Pop Up Space, Shop, or Restaurant*. New York: Wiley.
- Brown, Tim. (2008). *Design Thinking*, June 2008, pp. 84-92. Havard Business Review.
- D.K. Ching, Francis. (2002). *Architectue, Space and Order*. New York: Maxmillan Publishing Company.
- Dohr, Joy & Portillo Margaret. (2011). *Design Thinking for Interiors*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.



- Gonzales, Melissa. (2014). *The Pop Up Paradigm: How Brands Build Human Connections in A Digital Age*. New York: Lioncrest Publishing.
- Hakim, Rustam & Hadi Utomo. (2004). *Komponen Perancangan Arsitektur Lansekap: Prinsip-Prinsip dan Aplikasi Desain*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Norsig, Christina. (2011). *Pop Up Retail: How You Can Master This Global Marketing Phenomenon*. New York: Bauhaus Press.
- Panero, Julius & Zelnik, Martin. (2003). *Dimensi Manusia dan Ruang Interior*. Jakarta: Erlangga.
- Shepard, Judy. (2013). *Small Stores no. 2*. New York: RSD Publishing, Inc.
- Thompson, Dan. (2012). *Pop Up Business For Dummies*. USA: For Dummies.
- Weishar, Joseph. (1992). *Design for Effective Selling Space*. USA: Mc Graw Hill, Inc.