

STRATEGI EFISIEN PEMILIHAN MATERIAL ON-BUDGET PADA DESAIN INTERIOR *MARKETING GALLERY*: STUDI KASUS DI JALAN PROKLAMASI, KOTA BEKASI

Olive Tan¹ & Nikki Indah Andraini²

¹Program Studi Desain Interior, Universitas Tarumanagara, Jakarta
Email: olive.615220031@stu.untar.ac.id

²Fakultas Seni Rupa dan Desain, Universitas Tarumanagara, Jakarta
Email: nikki@fsrd.untar.ac.id

ABSTRACT

Marketing galleries, as representative spaces of housing projects, play a crucial role in shaping the first impression of potential buyers. Challenges arise when budget constraints limit material options. This study explores efficient material selection strategies for on-budget marketing gallery design in Jalan Proklamasi, Bekasi. A qualitative-descriptive method was employed through field observation and literature review. The analysis focuses on key design elements such as flooring, walls, ceilings, and furniture, comparing ideal materials with cost-effective alternatives. Results show that careful material selection considering texture, color, and lighting can still produce an aesthetic and professional appearance despite budget limitations. This study offers recommendations for interior designers facing budget-constrained projects.

Keywords: *material efficiency, limited budget, visual quality, marketing gallery*

ABSTRAK

Marketing gallery sebagai ruang representatif dari proyek perumahan memiliki peran penting dalam menciptakan kesan pertama terhadap calon pembeli. Tantangan muncul ketika keterbatasan anggaran membatasi opsi material. Studi ini mengulas strategi efisien pemilihan material *on-budget* pada proyek *marketing gallery* di Jalan Proklamasi, Kota Bekasi. Metode kualitatif-deskriptif digunakan melalui observasi lapangan dan studi literatur. Analisis dilakukan terhadap elemen desain seperti lantai, dinding, plafon, dan furniture, dengan perbandingan antara material ideal dan material hemat biaya. Hasil menunjukkan bahwa pemilihan material yang cermat berdasarkan pertimbangan tekstur, warna, dan pencahayaan mampu menghasilkan tampilan estetis dan profesional meskipun dengan anggaran terbatas. Studi ini memberikan rekomendasi bagi desainer interior dalam menangani proyek dengan kendala biaya.

Kata Kunci: efisiensi material, anggaran terbatas, kualitas visual, *marketing gallery*

1. PENDAHULUAN

Desain interior *marketing gallery* bukan sekadar persoalan estetika, melainkan juga bagian dari strategi komunikasi visual yang memperkuat citra merek dan meningkatkan pengalaman konsumen. *Marketing gallery* dirancang untuk menciptakan impresi pertama yang kuat, terutama dalam sektor properti dan komersial (Sholeh, 2024). Dalam praktiknya, pemilihan material interior menjadi aspek krusial yang memengaruhi baik nilai visual maupun efisiensi biaya. Oleh karena itu, strategi perancangan harus memperhitungkan efisiensi anggaran tanpa mengurangi kualitas ruang (Satriani et al., 2025).

Tren desain kontemporer saat ini juga mengarah pada efisiensi ruang dan fungsi, terutama dalam konteks bangunan komersial seperti kafe dan *marketing office* (Shalihah & Pujiyanti, 2020; Subekti, 2010). Kolaborasi antara desainer interior dan tim kontraktor turut memengaruhi keberhasilan implementasi material dalam proyek (Setyaningrum & Prihandono, 2025). Dalam pemilihan material, aspek fungsionalitas, estetika, dan ketersediaan lokal turut menjadi pertimbangan penting (Siregar et al., 2018).

Penggunaan material *on-budget* seperti HPL, gypsum sederhana, dan cat interior ekonomis telah terbukti mampu memenuhi kebutuhan visual sekaligus menekan anggaran (Fathoni et al., 2022). Strategi ini juga sejalan dengan model bisnis kontemporer yang menuntut efisiensi dalam setiap lini proses pembangunan (Amin et al., 2018). Dalam kasus *marketing gallery* di Jalan Proklamasi, Kota Bekasi, pendekatan pemilihan material secara cermat perlu dilakukan agar ruang tetap mampu menarik perhatian tanpa menimbulkan pemborosan biaya (Sholahuddin, 2018; Satria, 2022).

Kondisi seperti ini sering dijumpai di banyak proyek komersial yang membutuhkan tampilan menarik tapi tetap hemat biaya. Oleh karena itu, strategi pemilihan material *on-budget* bukan hanya menjadi solusi, tetapi juga bagian penting dari proses desain yang lebih kreatif dan efisien. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis strategi pemilihan material yang efisien namun tetap menciptakan kualitas visual yang baik dalam batas anggaran yang ketat. Tujuan lainnya adalah memberikan gambaran kepada desainer interior tentang alternatif material dan pendekatan kreatif yang dapat digunakan dalam proyek berbiaya terbatas. Manfaat dari penelitian ini adalah memberikan referensi praktis bagi para desainer dan pengembang proyek dalam menerapkan solusi desain yang hemat namun tetap berkualitas. Kontribusi utama dari penelitian ini dalam bidang desain interior adalah memperkuat pemahaman tentang pentingnya efisiensi material dalam konteks estetika dan fungsionalitas ruang komersial.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif-deskriptif dengan metode studi kasus. Data dikumpulkan melalui observasi lapangan langsung terhadap *marketing gallery* di Jalan Proklamasi, Bekasi, serta studi literatur terkait pemilihan material dalam desain interior. Perbandingan spesifikasi dan estimasi harga antara material ideal dan material *on-budget* disusun dalam tabel untuk mendukung analisis. Validasi dilakukan melalui diskusi tim desain dan wawancara informal dengan pengguna ruang untuk memperkuat temuan. Studi literatur digunakan untuk memperkuat teori efisiensi desain interior dari sumber akademik dan praktisi industri.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis dilakukan terhadap empat elemen utama interior: lantai, dinding, plafon, dan furnitur. Tabel berikut menyajikan perbandingan antara material ideal dan *on-budget* yang digunakan dalam desain interior *marketing gallery*:

Tabel 1

Perbandingan Material Ideal dan On-Budget

Elemen	Material Ideal	Material On Budget	Estetika	Efisiensi Biaya
Lantai	Marmar	Granit KW2/vinyl	Tinggi	Tinggi
Dinding	Cat dekoratif premium	Cat interior ekonomis	Sedang	Tinggi
Plafon	Gypsum desain kompleks	Gypsum + List PVC	Sedang	Tinggi
Furniture	Kayu solid	Multipler Fin.HPL	Sedang	Tinggi

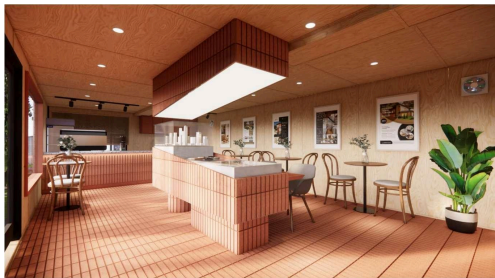
Strategi pemilihan material mempertimbangkan keseimbangan antara estetika dan efisiensi biaya. Penggunaan warna netral dan hangat serta tekstur yang menyerupai material alami dipilih untuk memperkuat kesan elegan namun tetap ramah anggaran. Pencahayaan LED kuning lembut ditambahkan sebagai elemen pendukung atmosfer yang hangat dan profesional, sejalan dengan pernyataan Mulyani (dalam Sholahuddin, 2018) dan didukung oleh Fathoni et al. (2022) bahwa pencahayaan dan tekstur memengaruhi persepsi estetika ruang.

Material seperti *vinyl* SPC dan HPL digunakan untuk menekan biaya tanpa mengurangi nilai visual. Selain itu, batu tempel diterapkan sebagai aksen pada dinding resepsionis. Seperti dijelaskan oleh Siregar et al. (2018), penggunaan material lokal dengan tekstur khas mampu menciptakan identitas visual yang kuat. Strategi ini juga diterapkan dalam desain toilet dan lounge area, dengan cat ekonomis serta elemen gypsum sederhana.

Dalam proyek ini, batu tempel digunakan sebagai aksen pada dinding resepsionis dan area fitur utama, sehingga membantu menciptakan kesan eksklusif namun tetap dalam batas anggaran yang ditentukan. Berikut merupakan visualisasi desain akhir dari *marketing gallery* yang dimaksud. Material seperti *vinyl* SPC untuk lantai, multipleks berlapis HPL, plafon gypsum polos dengan *downlight* LED, serta aksen batu tempel pada bagian dinding, tampak berhasil menciptakan kesan hangat, profesional, dan representatif. Furnitur bergaya klasik dengan material ramah anggaran juga mendukung suasana nyaman tanpa mengurangi kualitas visual.

Gambar 1

Area Resepsionis Marketing Gallery



Menunjukkan area resepsionis *marketing gallery* yang menonjolkan penggunaan batu tempel sebagai aksen utama pada dinding. Hal ini sesuai dengan strategi material *on-budget* dalam Tabel 1, di mana batu tempel menjadi alternatif lainnya yang ekonomis namun mampu memberikan kesan eksklusif dan berkarakter. Tekstur alami dari batu menciptakan kedalaman visual yang kuat, sementara pencahayaan kuning hangat dari lampu LED menambah nuansa profesional dan menyambut. Perpaduan ini menunjukkan bagaimana material dengan efisiensi biaya tinggi tetap dapat menciptakan estetika ruang yang tinggi. Batu tempel dipilih untuk menciptakan titik fokus yang eksklusif namun ekonomis. Tekstur alaminya memperkaya tampilan ruang dan menyampaikan citra profesional, sesuai dengan hasil temuan Subekti (2010) mengenai pemanfaatan material dalam ruang pameran.

Gambar 2

Pencahayaan Area Resepsionis Marketing Gallery



Pencahayaan tersembunyi memberikan efek dramatis yang menambah kenyamanan visual. Penggunaan *multiplex finishing* HPL untuk furnitur juga memberikan kesan modern dengan biaya yang lebih rendah dibanding kayu solid. Hal ini mendukung pandangan Satriani et al. (2025) bahwa efisiensi pelapisan HPL berkontribusi besar dalam penghematan proyek interior.

Gambar 3

Perspective Interior Toilet Marketing Gallery



Area toilet menggunakan cat ekonomis dengan tone netral, batu tempel pada elemen ruang lantai dan dinding memberikan *vocal point*. Strategi ini menunjukkan bahwa ruang sekunder pun dapat ditangani secara estetik dan efisien, sesuai dengan prinsip desain interior untuk ruang terbatas oleh Sholahuddin (2018).

Secara keseluruhan, kombinasi antara pemilihan material *on-budget*, pencahayaan ekonomis, dan pengolahan tekstur visual menunjukkan bahwa ruang *marketing gallery* dapat didesain profesional tanpa harus menggunakan material premium. Pemanfaatan sumber daya lokal, kerja sama antar tim desain dan konstruksi, serta pendekatan strategis terhadap fungsi ruang menjadi kunci dalam pencapaian hasil akhir proyek yang representatif dan efisien secara biaya.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Strategi pemilihan material *on-budget* dalam desain interior *marketing gallery* terbukti mampu menghasilkan ruang yang estetis, fungsional, dan ekonomis. Penggunaan material seperti vinyl SPC, multiplex *finishing* HPL, gypsum polos, dan batu tempel sebagai aksesoris memberikan keseimbangan antara kualitas visual dan efisiensi biaya. Pendekatan pencahayaan LED dan pemilihan warna netral turut mendukung suasana ruang yang profesional dan nyaman. Kolaborasi yang baik antara tim desain dan konstruksi menjadi faktor penting dalam keberhasilan implementasi strategi ini, khususnya dalam pengelolaan anggaran terbatas.

Ucapan Terima Kasih (*Acknowledgement*)

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dan kontribusi selama proses penelitian dan pelaksanaan proyek ini. Terima kasih khusus disampaikan kepada tim desain interior, kontraktor, serta pihak klien atas kerja sama dan kepercayaan yang diberikan. Ucapan terima kasih juga ditujukan kepada penulis dan peneliti sebelumnya yang karya-karyanya menjadi sumber referensi dalam studi ini.

REFERENSI

- Amin, A. M., Baga, L. M., & Tinaprilla, N. (2018). Strategi perencanaan model bisnis perusahaan jasa konsultan arsitektur dan jasa kontraktor PT Architectaria Media Cipta. *Manajemen IKM*, 13(1), 55–65. <https://doi.org/10.29244/mikm.13.1.55-65>.
- Fathoni, A. A., Anggriani, S. D., & Indrawati, L. (2022). Elemen visual dan respon pengunjung terhadap interior Noch Kafe di Kota Malang. *Jurnal Kajian Seni*, 8(2), 193–214.
- Satria, W. D. (2022). Penerapan konsep arsitektur industrial pada bangunan Masjid Jami Al Hurriyah Jakarta Selatan. *Jurnal Arsitektur TERRACOTTA*, 3(3).
- Satriani, C. T., et al. (2025). Efisiensi pelapisan HPL melalui inovasi mesin FLEXIS untuk meningkatkan pendapatan di UKM Kabupaten Madiun. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara*, 6(2), 3871–3877. <https://doi.org/10.55338/jpkmn.v6i1.5334>.
- Setyaningrum, R. P., & Prihandono, D. E. (2025). Kolaborasi konsultan interior dan tim konstruksi dalam manajemen proyek desain. *Jurnal iSpectrum*, 4(1), 23–26.
- Shalihah, R. B., & Pujiyanti, I. (2020). Perancangan ruang di bangunan kafe bertema up-angkringan dengan efisiensi kapasitas ruang. *Journal of Architecture Student*, 1(2).
- Sholeh, I. M. (2024). Strategi pemasaran dalam desain interior dan tren kontemporer: Model bisnis terkini (Studi pada Inhiven Desaign Sidoarjo). *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Manajemen*, 3(4), 245–259. <https://doi.org/10.58192/ebismen.v3i4.2735>.
- Sholahuddin, M. (2018). Desain interior melalui pendekatan kebutuhan pemakai pada hunian terbatas. *Lintas Ruang*, 6(2).
- Siregar, R. E., Herlambang, Y., & Syarif, E. B. (2018). Saung dalam perspektif material yang tepat dan menunjang visual. *eProceedings of Art & Design*, 5(3).
- Subekti, R. T. (2010). *Desain interior marketing office gallery di Surakarta dengan pendekatan konsep modern kontemporer* [Skripsi, Universitas Sebelas Maret].