

## ABSTRAK

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki kontribusi signifikan terhadap perekonomian Indonesia, terutama dalam penyediaan lapangan kerja dan peningkatan pendapatan nasional. Di Kota Tasikmalaya, sektor kuliner UMKM sedang mengalami pertumbuhan pesat dengan 1.056 pelaku usaha. Sayangnya, belum ada fasilitas fisik yang memadai untuk mendukung potensi tersebut. Lalu terdapat permasalahan yang dirasakan oleh para pelaku UMKM kuliner Tasikmalaya, utamanya pemasaran dan fasilitas. Perancangan ini berfokus pada pengembangan interior inkubator bisnis kuliner yang mendukung pertumbuhan UMKM kuliner Tasikmalaya. Analisis melalui wawancara, survei, dan studi literatur mengidentifikasi beberapa permasalahan interior, termasuk tata letak yang mempengaruhi daya beli konsumen, kurangnya fasilitas sesuai standar inkubator bisnis, dan masalah higienitas. Metodologi yang digunakan melibatkan studi banding, observasi, studi literatur, dan wawancara dengan narasumber. Berdasarkan hasil analisis, pendekatan *visual merchandising* ditetapkan sebagai solusi, khususnya atas masalah pemasaran. *Visual merchandising* dengan menggunakan parameter dapat meningkatkan daya beli konsumen sekaligus menciptakan pengalaman ruang yang positif dan efisien. Tujuan dari perancangan adalah untuk menyelesaikan tantangan lokal yang telah teridentifikasi. Melalui pembaruan ini, inkubator diharapkan mampu meningkatkan pemasaran produk UMKM kuliner di Kota Tasikmalaya, membantu pengembangan usaha, dan menyediakan fasilitas yang mendukung efisiensi operasional serta inovasi produk. Selain itu, perancangan ini diharapkan menjadi model rekomendasi katalisator guna mendukung pertumbuhan UMKM kuliner skala nasional.

**Kata kunci:** *Interior; Inkubator Bisnis; UMKM Kuliner; Visual Merchandising*