

Perancangan Interior Bistro dan *Booth* “Leker Boss” di Surabaya

Meliana, Yusita Kusumarini, Jean F. Poillot
Program Studi Desain Interior, Universitas Kristen Petra
Jl. Siwalankerto 121-131, Surabaya
E-mail: limmeliana11@gmail.com;

Abstrak— Leker Boss merupakan salah satu usaha baru yang menjual produk makanan kue leker dengan versi modern. Leker Boss sekarang ini masih kurang dapat menarik perhatian masyarakat, karena semakin banyak kompetitor yang menawarkan produk serupa dengan *booth* yang lebih menarik dan memiliki nilai konsistensi. Fakta yang ada perlu perancangan interior untuk memperkuat *brand* Leker Boss. Perancangan interior yang diperlukan adalah model interior *bistro* Leker Boss di tempat permanen, merancang model *booth* Leker Boss semi permanen, serta merancang model *mobile booth* Leker Boss yang efisien untuk aktifitas komersial berpindah. Oleh sebab itu, Metode perancangan ini menggunakan design thinking dengan tiga tahapan utama yaitu *inspiration (understand, observe, pov)*, *ideation (ideate, prototype, test)*, *implementation (story telling, pilot, business model)*. Hasil perancangan adalah Modul terkecil yang efektif dengan kebutuhan aktifitas di Leker Boss untuk dapat disesuaikan dengan lokasi yang didapatkan sehingga memberikan beberapa alternatif model yaitu, model interior *bistro* Leker Boss di tempat permanen, model *booth* Leker Boss semi permanen, serta model *mobile booth* Leker Boss yang efisien untuk aktifitas komersial berpindah.

Kata Kunci— *Booth, Brand Image, Interior Bistro, Leker Boss, Mobile Booth, Modul.*

Abstrak— Leker Bos is one of the newly developed food business which sell Leker in a modern way. Currently, the business is having a difficulty in capturing people interest to buy its product. The reason behind this, is because there are many competitors whom also sell the same product, however appear to have a better appealing booth and consistency value. Through this fact, Interior Design Planning is needed to enhance the Leker Boss Brand. *Bistro Interior Model in a permanent spot, semi-permanent booth model, and efficient Leker Boss mobile booth for a mobile commercial activity* are the type of planning needed. According to the planning, the design thinking method will be applied. It encompasses three main stages, *inspiration (understand, observe, pov)*, *ideation (ideate, prototype, test)*, and *implementation (story-telling, pilot, business model)*. The result from applying the design and also thinking method is producing

the smallest effective module that enhances the mobility of the booth in any spot given. This module provides Leker Boss business three alternative booth which are *Bistro Interior Model in a permanent spot, semi-permanent booth model, and efficient Leker Boss mobile booth for a mobile commercial activity.*

Keywords — *Booth, Brand Image, Interior Bistro, Leker Boss, Mobile Booth, Module.*

I. PENDAHULUAN

Leker Boss merupakan salah satu jajanan tradisional tersebut adalah kue lekker, berasal dari Solo. Pada zaman dahulu orang-orang Belanda yang berada di Solo sangat gemar memakan kue ini, mereka menyebutnya sebagai kue lekker / kue *lecker*. Kata “*Lekker*” berasal dari bahasa Belanda yang berarti surprise, enak, atau lezat. Selanjutnya, karena orang-orang Belanda sering menyebutnya dengan lekker, maka orang-orang pribumi pun menamainya Kue Leker (kue enak) sampai saat ini.^[1]

“LEKER BOSS” adalah usaha yang berdiri pada tanggal 2 September 2016, yang bertempat di daerah Siwalankerto 8 A2 Surabaya. Leker Boss menjual leker dengan versi modern, terdapat varian rasa manis dan juga asin. Produk pada usaha ini memodifikasi kulit leker dengan berbagai varian yang modern, seperti dikombinasikan dengan perasa *red velvet, green tea, juga charcoal*, namun disamping itu juga terdapat kulit dengan varian aslinya yang disebut *original*. Tidak hanya cemilan, Leker Boss juga menjual minuman seperti *thai tea, green tea* dan juga *winter melon tea* dengan harga Rp. 6000-an.

Dengan perkembangan dan berjalannya waktu semakin banyak munculnya kompetitor yang menawarkan produk serupa dengan *booth* yang lebih menarik dan memiliki nilai konsistensi, dengan persaingan yang semakin ketat, desain *booth* yang seadanya kurang nilai konsistensi. Berangkat dari fakta yang ada maka muncul ide untuk menciptakan kebutuhan dari Leker Boss merancang interior *stand* atau *booth* yang berada di *mall* dengan praktis dan fungsional, dapat di pindah-pindah. Hal tersebut dilakukan selain bertujuan untuk mempertahankan loyalitas konsumennya, namun juga diharapkan dapat mampu meningkatkan *brand image* dan *brand positioning* yang dapat memberikan pencitraan yang

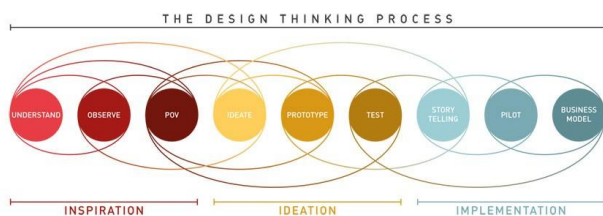
tepat dalam benak masyarakat serta memiliki nilai lebih untuk bersaing.

Adapun rumusan masalah dari perancangan interior bistro dan *booth* Leker Boss di Surabaya,

- Bagaimana rancangan model interior *bistro* Leker Boss di tempat permanen?
- Bagaimana rancangan model *booth* Leker Boss semi permanen?
- Bagaimana rancangan model mobile *booth* Leker Boss yang efisien untuk aktifitas komersial berpindah?

A. Metode Perancangan

Pada karya perancangan ini menggunakan *design thinking* milik Paris-Est d.school, 2009, yang dipopulerkan oleh Tim Brown. Dengan metode kualitatif dengan menggunakan tahapan *design thinking* yang terdiri atas tiga bagian yaitu *inspiration*, *ideation*, *implementation*.^[2] Menggunakan pendekatan berdasarkan dari sumber data yang ada mulai dari data lapangan, data literatur, dan pengguna / konsumen.



Gambar 1. *Design thinking process*

a. Understand

Merupakan tahap dimana penulis mengumpulkan data-data tentang leker boss dan merumuskan masalah juga mencari literatur.

b. Observe

Merupakan tahap *Programming* pendekatan sistematis untuk mengumpulkan informasi, menganalisa, dan menginterpretasikan masalah dan kebutuhan pengguna ruang. Serta Studi literatur dan *Site Plan* Pengumpulan data yang diperlukan untuk mendukung proses perancangan adalah data literatur (dari buku-buku, majalah, atau internet) yang membahas mengenai standar perancangan tempat makan, data tentang elemen - elemen interior (motif, warna, material, dll), data antropometri pengguna, gaya desain yang akan digunakan, serta data terkait konsep yang akan diterapkan dalam perancangan.

c. Point of view

Analisa Data Proses analisa data mengolah seluruh data baik secara fisik maupun non-fisik, serta menentukan Masalah Fase akhir adalah penetapan hasil analisis dan kesimpulan kebutuhan perancangan.

d. Ideate

Konsep Perancangan Penentuan konsep perancangan merupakan selanjutnya setelah pembuatan *programming*. Skematik Desain Tahap skematik desain dimulai dari penataan denah ruang yang akan dibuat berdasarkan pertimbangan tertentu. Tahap Pengembangan Tahap ini adalah tahap sebelum desain dan seluruh detail gambar, warna, bentuk, prabot, dan spesifikasi desain lain

ditetapkan. Gambar Kerja Dalam tahap ini, produk yang dihasilkan berupa gambar kerja yang dikerjakan secara rinci lengkap dengan keterangan ukuran dan material serta sesuai dengan standar gambar kerja yang dapat dibaca oleh pekerja interior (seperti desainer interior, mandor, dan tukang).

e. Prototype

Tahap ini adalah memilih alternatif desain untuk dikembangkan dalam bentuk *prototype* skala 1:1 untuk di evaluasi hasil agar mendapatkan hasil yang lebih maksimal.

f. Test

Tahap ini dari hasil *prototype* yang ada kemudian dievaluasi kembali supaya mendapatkan hasil yang lebih baik lagi untuk dijadikan *prototype final* sebagai hasil akhir dari perancangan.

g. Implementation

Perancangan di evaluasi oleh pengguna sebagai *sharing* dan di uji apakah ide dapat diterima oleh masyarakat dan *market* yang berdampak pada masyarakat.

h. Story Telling

Tahap ini menceritakan kelebihan dan kekuatan dari desain melalui laporan perancangan dan *prototype* 1:1 yang telah di buat. Dari hasil karya perancangan kemudian dibuat publikasinya untuk dipromosikan dengan mulai dari pembuatan *Graphic Standard Manual*, poster, sosial media, dan publikasi lainnya.

i. Business Model

Tahap ini berupa tahap akhir yang akan menjelaskan alasan tentang bagaimana sebuah organisasi menciptakan, memberikan, dan memiliki nilai. Menjelaskan desain yang telah dihasilkan dapat diterima dari kalangan masyarakat dan bagaimana prospek kedepannya melalui proses wawancara. Merencanakan sistem bisnis yang digunakan untuk penjualan produk / *branding* karya perancangan hingga pada implementasinya.

II. KAJIAN PUSTAKA

Perancangan interior bistro dan *booth* Leker Boss ini meninjau dari 3 karya perancangan, yaitu karya Lisa Agustin yang berjudul perancangan *modular indoor booth* untuk produk pakaian, spatu dan makanan^[3], karya Silvia Gunawan yang berjudul Perancangan *flexible exhibition stand* dengan material *cardboard*^[4], dan karya Stephanie widodo yang berjudul Perancangan modul booth untuk produk makanan dan minuman^[5]. Karya perancangan interior bistro dan *booth* Leker Boss ini didasari oleh 3 karya perancangan tersebut.

Brand adalah suatu tanda atau simbol yang memberikan identitas suatu barang atau jasa tertentu yang dapat berupa kata – kata, gambar, atau kombinasi keduanya.^[6] Dari definisi – definisi ini dapat kita ketahui bahwa *brand* menjadi identitas untuk mengenali dan membedakan antara produsen maupun produk satu dengan yang lainnya. *Brand* menjadi refleksi dari karakter, kepribadian, dan jiwa dari produk. *Brand* yang baik adalah *brand* yang memiliki makna yang kuat, mampu menggambarkan nilai serta posisinya.

Bistro adalah restoran kecil atau sederhana bergaya Prancis, kedai minuman atau bar kecil^[7] Dalam bahasa Prancis, *bistro* berarti restoran kecil. Di Prancis sendiri, *bistro* adalah bar kecil yang menyajikan minuman anggur. Di Jakarta,

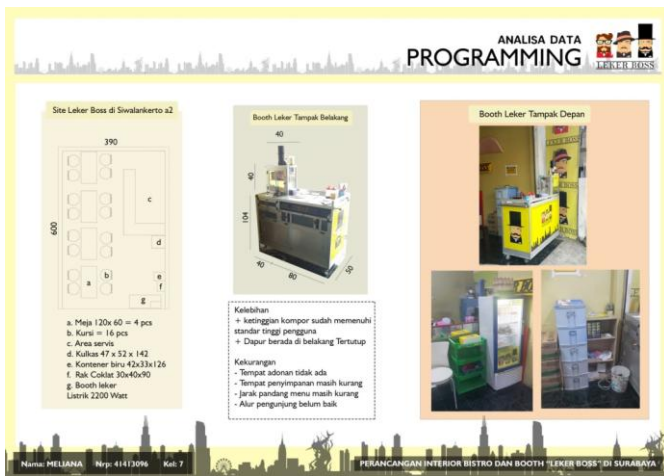
bistro banyak menyuguhkan menu Prancis dengan suasana santai, *homey*, dan kasual.

Bazar/ba-zar/ n pasar yang sengaja diselenggarakan untuk jangka waktu beberapa hari; pameran dan penjualan barang-barang kerajinan, makanan, dan sebagainya yang hasilnya untuk amal; pasar amal; -- kue bazar yang hanya menjual kue untuk tujuan amal; pasar amal kue. [7]

Booth banyak sekali kegunaannya dalam bidang promosi produk, biasanya booth dikenal sebagai rombongan atau gerobak modern karena keunikan bentuk yang banyak sekali motif dalam booth. Booth stand, atau event desk sering kita jumpai dalam stand pameran, booth counter, atau disebut counter banyak dijumpai di mall - mall menawarkan makanan atau minuman yang mempunyai space sedikit besar. Biasanya sekeliling booth ada sebuah partisi yang menutupi bagian samping dan belakang booth utama. Hal ini di buat sedemikian rupa menyesuaikan bentuk dan fungsinya. Sifat booth Complaying (pemuhan), Communicating (berkomunikasi), Comforting (nyaman) [3]

III. DATA DAN ANALISA

Rancangan Leker Boss di buat dengan modul perancangan terkecil untuk kebutuhan standarisasi kebutuhan *franchise* dengan melihat aktifitas dari masing-masing kebutuhan interior bistro, semi permanen, dan *mobile booth* yang memiliki aktifitas yang sedikit berbeda. Ukuran perancangan Leker Boss untuk menentukan modul terkecil dengan melakukan analisa melihat stand yang sudah ada dan juga menghitung kebutuhan perabot yang dibutuhkan. Sehingga lebih mudah dalam penataan tinggal di tambah-tambah sesuai ukuran yang didapat.



Gambar 2. Analisa Data Leker Boss



Gambar 3. Analisa Data

Tabel 1. Pola Kebutuhan Aktivitas

Aktivitas		
Aktivitas Bistro	Aktivitas Semi Permanen	Aktivitas Booth
Pekerja		
Datang	Datang	Datang
Membuat Adonan	Membuat Adonan	Bersih-Bersih
Bersih-Bersih	Bersih-Bersih	
Membuka Bistro	Membuka Booth Semi Permanen	Membuka Booth
Menawarkan Jualan	Menawarkan Jualan	Menawarkan Jualan
Transaksi	Transaksi	Transaksi
Memasak	Memasak	Memasak
Memberikan Pesanan	Memberikan Pesanan	Memberikan Pesanan
Bersih-Bersih	Bersih-bersih	Bersih-bersih
Menghitung Pemasukan dan pengeluaran	Menghitung Pemasukan dan Pengeluaran	Menghitung Pemasukan dan Pengeluaran
Hitung Stock Barang	Hitung Stock Barang	Hitung Stock Barang
Tutup Bistro	Tutup Booth Semi Permanen	Tutup Booth
Pembeli		
Melihat Produk	Melihat Produk	Melihat Produk
Membeli Produk	Membeli Produk	Membeli Produk
Menunggu Produk	Menunggu Produk	Menunggu Produk
Menikmati Produk	Mengambil Produk	Mengambil Produk

Tabel 2. Kebutuhan Area Leker Boss

Kebutuhan Area		
Bistro	Semi Permanen	Booth
Pekerja		
Area Staff	Area Staff	Area Staff
Area menyiapkan (adonan)	Area menyiapkan (adonan)	Area Memasak
Area Mencuci	Area Mencuci	Area Menyajikan
Area Memasak	Area Memasak	Area Menyimpan
Area Menyajikan	Area Menyajikan	Area Display
Area Menyimpan	Area Menyimpan	Area Kasir
Area Display	Area Display	
Area Kasir	Area Kasir	
Pembeli		
Area Melihat Menu	Area Melihat Menu	Area Melihat Menu
Area Memesan	Area Memesan	Area Memesan
Area Menunggu	Area Menunggu	Area Menunggu
Area Menikmati (meja dan kursi)	Area Mengambil	Area Mengambil



Gambar 4 Analisa perlengkapan mobile booth

IV. KONSEP

Latar belakang pemilihan konsep berdasarkan kepada logo dari Leker Boss itu sendiri supaya dapat mencerminkan branding. Leker Boss berasal dari kota Surabaya, berlogokan tiga (3) bos serta dari landmark Surabaya, seperti : Jembatan Suramadu, Surabaya Carnival, Suro dan Baya, dll. Konsep juga berdasarkan pada permasalahan dari kegiatan yang dilakukan pada saat melakukan aktifitas di Leker Boss, sehingga kebutuhan aktifitas bisa sangat efektif, dengan mempertimbangkan perlengkapan apa saja yang digunakan sampai pola aktifitas sehingga dapat efektif serta mudah dalam mendesain. Sehingga dari dasar ini konsep perancangan ini berdasarkan dari kebutuhan aktifitas, serta logo Leker Boss sehingga masyarakat dapat mengenal brand image.



Gambar 5. Logo Leker Boss



Gambar 2. Analisa perlengkapan bistro



Gambar 3 Analisa perlengkapan booth semi permanen

Gaya desain industri (*Industrial design*) tampilan yang dihasilkan maskulin dan juga simpel sehingga cocok untuk konsep di leker boss. Pemilihan material yang tampak apa adanya seperti dinding batu bata ekspos, hingga ada finishing dengan menonjolkan bentuk dan tekstur alaminya, bias warna-warna dari gaya industrial menggunakan monokromatik sehingga terkesan maskulin. Tampilan akhir adalah suasana yang misterius dan sedikit keras tapi tetap cozy.

V. DESAIN AKHIR

Desain akhir perancangan ini adalah modul terkecil yang efektif dengan kebutuhan aktifitas di Leker Boss untuk dapat disesuaikan dengan lokasi yang didapatkan sehingga memberikan beberapa alternatif model yaitu: model interior bistro di tempat permanen, model booth semi permanen, dan

model mobile booth yang efisien untuk aktifitas komersial berpindah.

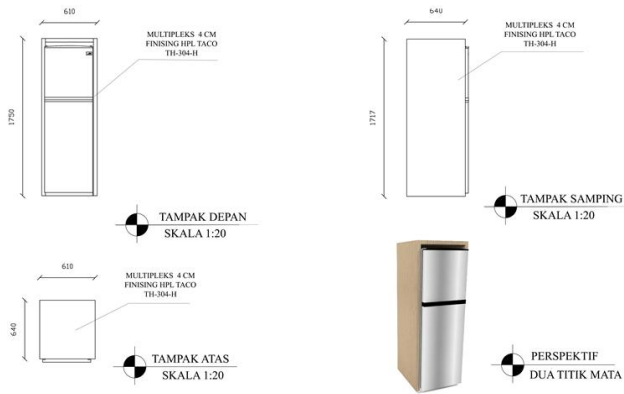
1. Modul perabot 1

- Mebel 1 menerima orderan hingga membuat pesanan hingga memberikan pesanan.



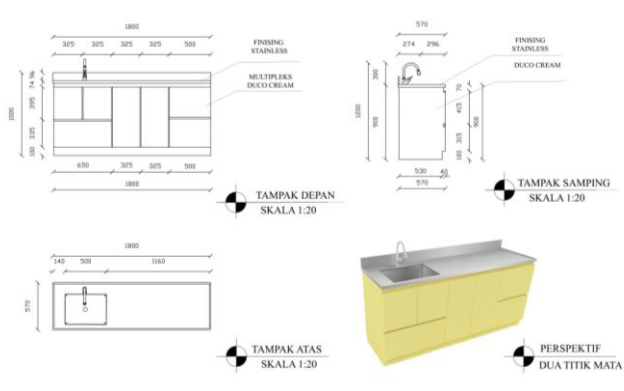
Gambar 7. Prespektif mebel 1

- Mebel 2 kulkas menggunakan yang 2 pintu dengan merek gea atau bisa juga menggunakan merek lain tapi kuran lebih harus memiliki dimensi kulkas yang sama.



Gambar 8. Gambar kerja mebel 2

- Mebel 3 Tempat mencuci hingga tempat menyiapkan adonan.



Gambar 9 Gambar kerja mebel 3

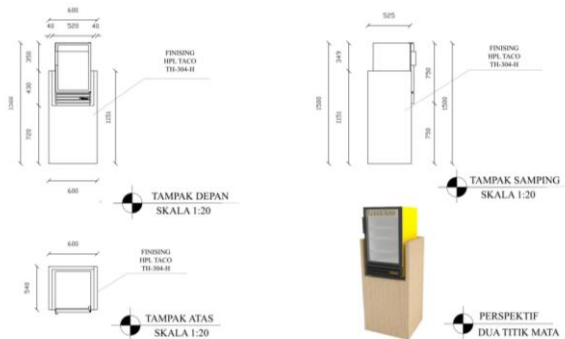
- Mebel dapat disusun memanjang sehingga site yang didapat mebel mengikuti letaknya.



Gambar 10. Modul 1

2. Modul perabot 2

- Mebel 1 kulkas display



Gambar 11. Gambar Kerja Mebel 1

- Mebel 2 meja kasir dan packing kotak manis dan kotak asin.



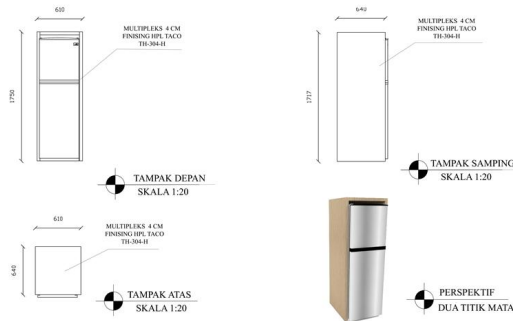
Gambar 13 Prespektif Mebel 2

- Mebel 3 meja memasak dan memberikan orderan



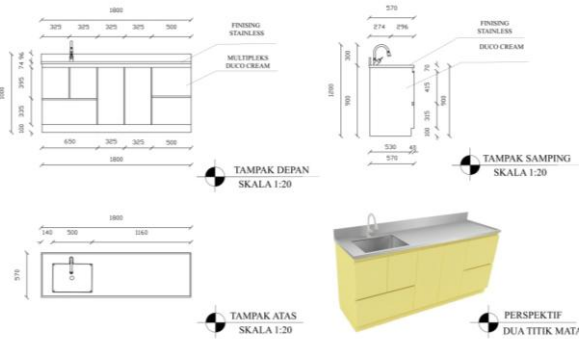
Gambar 15. Prespektif Mebel 3

- Mebel 4 kulkas menggunakan yang 2 pintu dengan merek gea atau bisa juga menggunakan merek lain tapi kuran lebih harus memiliki dimensi kulkas yang sama.



Gambar 8. Gambar kerja mebel 4

- Mebel 5 Tempat mencuci hingga tempat menyiapkan adonan.



Gambar 16. Gambar kerja mebel 5

- Mebel dapat disusun memanjang sehingga site yang didapat mebel mengikuti letaknya.



Gambar 17. Modul 2

3. Interior Bistro

a. Satu sisi

Satu sisi menggunakan modul mebel 1 yang paling cocok dan paling efektif jika mendapatkan site yang seperti ini, minimal standart dari interior bistro satu sisi adalah menggunakan bata finishing dengan menonjolkan bentuk dan tekstur alaminya, biasa warna-warna dari gaya industrial menggunakan monokromatik sehingga terkesan maskulin, tampilan akhirnya adalah suasana yang misterius dan sedikit keras tapi tetap cozy, tidak lupa brand tetap di muncul kan dengan gambar-gambar dari ikon leker boss (3 boss) juga gambar - gambar pendukung agar pengunjung dapat tertarik untuk membeli produk dari leker boss.



Gambar 18. Prespektif Tampak Depan Interior *Bistro* Satu Sisi



Gambar 19. Pespektif Tampak Belakang Interior *Bistro* Satu Sisi



Gambar 20. Kotak Adonan



Gambar 21. Rencana *Main Entrance*

b. Dua sisi

Dua sisi menggunakan modul mebel 2 yang paling cocok dan paling efektif jika mendapat kan site yang seperti ini, minimal standart dari interior bistro dua sisi adalah menggunakan bata *finishing* dengan menonjolkan bentuk dan tekstur alaminya, biasa warna-warna dari gaya industrial menggunakan monokromatik sehingga terkesan maskulin, tampilan akhirnya adalah suasana yang misterius dan sedikit keras tapi tetap *cozy*, tidak lupa brand tetap di muncul kan dengan gambar-gambar dari ikon leker boss (3 boss) juga gambar - gambar pendukung agar pengunjung dapat tertarik untuk membeli produk dari Leker Boss.



Gambar 22. Prespektif Tampak Depan Interior *Bistro* Dua Sisi



Gambar 23. Prespektif Tampak Depan Interior *Bistro* Satu Sisi

4. Semi Permanen

a. Satu sisi

Booth semi permanen satu sisi menggunakan modul prabot 1



Gambar 24. Prespektif Booth Semi Permanen Satu Sisi

b. Dua sisi

Booth semi permanen dua sisi menggunakan modul prabot 2



Gambar 25. Prespektif Booth Semi Permanen Dua Sisi

c. Tiga sisi

Booth semi permanen tiga sisi menggunakan modul prabot 2



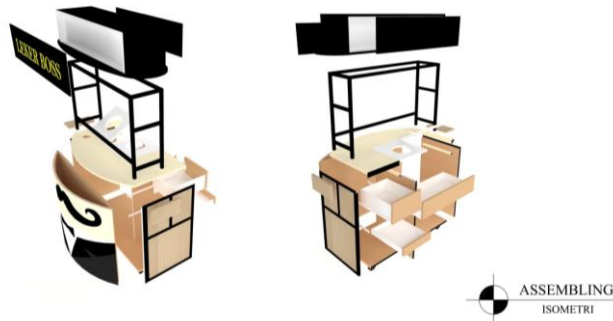
Gambar 26. Prespektif Booth Semi Permanen Tiga Sisi

5. Mobile Booth

Mobile booth yang terpilih untuk menjadi desain akhir adalah alternatif *mobile booth* nomor 7. Konsepnya sangat *manly*, tegas, kuat, dan mencerminkan Leker Boss. Ukurannya 220 x 120 cm dapat di lepas menjadi dua bagian agar mudah dalam memindahkan *booth* pada saat datang dan pulang selepas mengikuti bazar yang ada di *mall*. Warna yang digunakan dominan warna hitam supaya memunculkan ikon dari salah satu boss. Untuk menciptakan *branding*, dilakukan dengan cara mencantumkan tulisan Leker Boss pada topi karakter dan diberikan lampu serta menggunakan *neon box* tambahan.



Gambat 32 Gambar Prespektif Mobile Booth



Gambar 7.30. Gambar Assembling Mobile Booth

Setelah booth Leker Boss jadi 1:1, Mobile booth langsung mengikuti bazar Pada tanggal 9-11 juni dengan even Headquarters market di Tunjungan Plaza, Surabaya, sehingga dapat di evaluasi lebih lanjut.



Gambar 33. Bazar Headquarters market

IV. KESIMPULAN

Dengan adanya perancangan interior dan booth Leker Boss menghasilkan rancangan modul terkecil yang efektif dengan kebutuhan aktifitas di Leker Boss untuk dapat disesuaikan dengan lokasi yang didapatkan sehingga memberikan beberapa alternatif model yaitu merancang model interior bistro di tempat permanen, merancang model *booth* semi permanen, serta merancang model mobile booth yang efisien untuk aktifitas komersial berpindah. Hal tersebut dilakukan selain bertujuan untuk mempertahankan loyalitas konsumennya, dapat mampu meningkatkan *brand image* yang dapat memberikan pencitraan yang tepat dalam benak masyarakat serta memiliki nilai lebih untuk bersaing. Diimplementasikan dengan cara pemilihan konsep berdasarkan kepada logo dari Leker Boss itu sendiri supaya dapat mencerminkan *branding*. Gaya desain industri (*Industrial design*) menggunakan kombinasi warna kuning dan hitam. Prinsip desainnya dengan kesan yang kuat, suasana yang terorganisasi rapi, nyaman, penataan dan penyusunan komposisi tertata dengan jelas dan *balance*.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] IFT “Kue Leker” 2012. 22 November 2016 <www.iftfishing.com/blog/travel/wilayah/yogyakarta-wilayah/kue-leker/>
- [2] Paris-Est d.school. “The Design Thinking Process”. 2009. 25 November 2016 <<http://www.dschooll.fr/design-thinking/>>
- [3] Agustin, Lisa. “Perancangan *Modular indoor Booth* untuk Produk Pakaian, Spatu dan Makanan”. Jurnal Intra Vol. 2, No. 2, (2014), 748-753.
- [4] Gunawan, Silvia. “Perancangan *Flexible Exhibition Stand* dengan Material *Cardboard*”. Jurnal Intra Vol. 3, No. 2, (2015) 111-117.
- [5] Widodo, Stephanie. “Perancangan Modular Booth untuk Produk Makanan dan Minuman”. Jurnal Intra Vol. 4, No. 2, (2016), 515-523.
- [6] Alina Wheeler. (2006). *Designing Brand Identity: A Complete Guide to Creating, Building, and Maintaining Strong Brands, 2nd edition*. ISBN: 978-0-471-74684-3. Wiley. Philadelphia, USA. 2006.
- [7] Kamus Besar Bahasa Indonesia. Edisi 2, Pusat bahasa, departemen pendidikan nasional, Jakarta. 2008