

# Perancangan Interior dan Stand Pempek Farina

Zhenita Andrelia, Grace Mulyono, Okta Putra  
 Program Studi Desain Interior, Universitas Kristen Petra  
 Jl. Siwalankerto 121-131, Surabaya

E-mail: zheni.lia@gmail.com ; gracem@petra.ac.id ; oktaputra07@gmail.com

**Abstrak**— Makanan tradisional memiliki potensi yang besar untuk usaha kuliner dan harus dilestarikan. Salah satunya adalah pempek yang merupakan makanan khas Palembang. Pempek Farina adalah *brand* penjual pempek yang banyak memiliki cabang namun disayangkan tidak memiliki ciri khas desain interior. Untuk sebuah tempat makan, desain interior sangatlah penting untuk menarik perhatian pengunjung. Perancangan Interior dan Stand Pempek Farina ini merupakan bentuk perubahan yang ingin diberikan untuk desain interior Pempek Farina, supaya Pempek Farina memiliki karakter desain interior yang dapat dikenali pengunjung saat datang. Perancangan ini didasari dengan pendekatan terhadap *brand* Pempek Farina. Mulai dari target pengunjung, kebiasaan pengunjung, warna *brand*, dll. Adanya perancangan desain interior ini membuat Pempek Farina memiliki standart dalam mendesain semua cabangnya agar seragam dan sesuai dengan standart yang dimiliki serta dapat membantu menarik minat pengunjung untuk datang. Juga dapat menunjang pekerjaan pegawai agar lebih efisien. Terlebih Pempek Farina telah melebarkan sayap ke jalur *franchise*.

**Kata Kunci**—Makanan Tradisional, Pempek Palembang, Perancangan Interior, Pempek Farina

Abstract- Traditional foods are less appreciated nowadays by our people, many people are choosing foreign foods rather than traditional foods. Actually, traditional food has a great potential for culinary business and it must be preserved. One of them is pempek which is a typical food of Palembang, which usually called pempek Palembang. Pempek Farina is a brand of pempek sellers who have many branches but unfortunately does not have the hallmark of interior design. For a place to eat, interior design is very important to attract customer's attention. Interior Planning and Pempek Farina Stand is a changes that we want to give to the Pempek Farina interior design. Therefore, Pempek Farina can has a characteristic that can be remembered and felt by visitors. This planning is based on the customers approach to Pempek Farina brand. Starting from the target of the customer, visitor habits, brand colors, etc. The existence of this interior design makes Pempek Farina has a standard in designing all the branches for uniform and in accordance with the standard owned. Moreover Pempek Farina has expanded into the franchise path.

**Keywords** --Traditional Food, Pempek Palembang, Interior Design, Pempek Farina

## I. LATAR BELAKANG

Wisata kuliner bukan lagi produk konsumsi untuk memenuhi kebutuhan biologis manusia semata, saat ini menjadi sebuah gaya

hidup baru di kalangan masyarakat. Bahkan ke sangat strategis dalam menggerakkan perkembangan ekonomi Indonesia. Data dari Kementerian Perindustrian Republik Indonesia (KEMENPERIN) menyatakan bahwa pertumbuhan industri makanan dan minuman di Indonesia naik menjadi 9,82% pada tahun 2016. Deputi Riset, Edukasi, dan Pengembangan Badan Ekonomi Kreatif (BEKRAF) mengungkapkan bahwa kontribusi terbesar berasal dari usaha kuliner yaitu sebanyak 32,4%.

Dengan dampak yang besar ini, sangat disayangkan pengembangan kuliner lebih berorientasi ke makanan asing dibandingkan makanan khas negara sendiri. Padahal dunia kuliner memiliki nilai penting dalam menumbuhkembangkan potensi makanan asli daerah yang sepertinya sudah mulai ditinggalkan.

Salah satu makanan khas Indonesia yang terkenal adalah pempek. Pempek adalah makanan khas daerah Palembang dari adonan tepung dan ikan serta beberapa komposisi lain seperti telur. Usaha makanan pempek dapat dikembangkan menjadi usaha kuliner yang besar khas Indonesia. Di Surabaya pempek juga termasuk makanan favorit yang dicari oleh masyarakat, walaupun bukan makanan khas Surabaya. Salah satu *brand* terkenal untuk pempek Palembang di Surabaya adalah Pempek Farina.

Pempek Farina sudah berdiri lebih dari 20 tahun dan memiliki 23 cabang tersebar di daerah Surabaya, Sidoarjo dan sekitarnya. Memiliki 3 jenis *outlet* yaitu tipe ruko, tipe resto, dan yang paling dominan adalah tipe *foodcourt*. Untuk tempat kuliner yang paling diperhatikan adalah kualitas dan rasa makanannya lalu yang kedua adalah desain ruang dan pendukungnya. Kalau di lihat dari segi desain, Pempek Farina kurang memiliki ke khasan yang dapat di rasakan oleh pengunjung. Pada tiap *outlet* nya memiliki jenis desain yang berbeda-beda sehingga *branding* dari Pempek Farina sendiri kurang terasa. Selain itu etalase untuk *Display* pempek kurang menggugah minat pembeli karena sudah terlihat kuno dan kurang terlihat higienis. Hal tersebut sangat disayangkan karena sudah memiliki *brand* yang cukup terkenal namun untuk desainnya kurang diperhatikan.

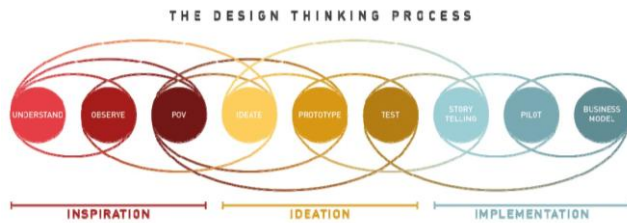
Terlebih waktu dekat ini pemilik Pempek Farina akan melebarkan sayap bisnisnya ke arah *franchise* yang rencananya akan disebar ke seluruh Indonesia. Dimana sangat dibutuhkan desain dan ciri khas yang tepat untuk diaplikasikan pada setiap *outlet* yang ada dan semua yang berada di dalamnya, termasuk penunjang untuk berjualan seperti etalase ataupun *booth*.

Berdasarkan pernyataan diatas maka diperlukan sebuah *standarisasi* desain bagi *brand* pempek Farina yang akan diaplikasikan pada aspek-aspek interiornya untuk memperkuat ciri khas Pempek Farina. Selain itu, pembeli juga bisa menikmati hasilnya, baik dari segi pelayanan, dampak psikologi maupun kenyamanan. Diharapkan perancangan ini memberi kesan baru,

perasaan puas sebagai pembeli serta sebagai tempat wisata kuliner yang diminati masyarakat.

### I. METODE PENELITIAN

Pada perancangan ini menggunakan metode design thinking yang memiliki 3 tahapan besar. Dijabarkan lebih lagi sehingga menjadi 9 tahapan hingga perancangan selesai. Tahapan-tahapan tersebut adalah:



Gambar 1. Tahapan Perancangan  
Sumber: interaction-design.org

#### 1. Inspiration

Menentukan dan memahami Pempek Farina sebagai objek yang akan di rancang dan produk apa yang akan dihasilkan. Pempek Farina memiliki target pasar yaitu wanita usia 25-45 tahun dengan keadaan ekonomi menengah ke atas. Mencari data kebutuhan apa saja yang diperlukan dalam Pempek Farina.

Menganalisa Pempek Farina dengan literatur dan objek sejenis, serta mengetahui tujuan dan manfaat perancangan. Lebih mengenal objek perancangan dengan melakukan wawancara kepada pemilik Pempek Farina dan melakukan survey ke seluruh *outlet* Pempek Farina dan melakukan analisis. Lalu memberikan solusi dan inovasi desain bagi Pempek Farina untuk memperbaiki desainnya.

#### 2. Ideation

Eksplorasi ide dengan pembuatan konsep skematik desain sebagai solusi dari permasalahan desain interior yang ada pada Pempek Farina saat ini. Memberi ide desain yang dapat diaplikasikan kepada seluruh *outlet* yang ada. Setelah hasil desain selesai maka dibuatlah maket untuk desain interior dan *stand* dengan ukuran 1:1.

Pengujian hasil prototype yang bisa digunakan saat pameran. Salah satu pegawai Pempek Farina akan mencoba untuk menggunakan *stand* yang ada.

#### 3. Implementation

Presentasi desain yang ada serta melakukan publikasi ke arah luar yaitu dosen serta pemilik Pempek Farina. Setelah publikasi maka akan mendapat evaluasi dan juga *feedback* yang bisa dijadikan masukan untuk lebih menyempurnakan desain. *Feedback* dapat digunakan sebagai acuan untuk melakukan perubahan atau penyempurnaan desain. Setelah itu dapat digunakan atau diaplikasikan di setiap *outlet* Pempek Farina.

#### A. Metode Pendekatan

Metode yang digunakan pada perancangan desain interior dan *stand* penjualan Pempek Farina ini adalah metode analitis (*analytical method*) karena kebutuhan desain dalam produk yang beragam. Dalam metode analitis ini hasil rancangan akan sangat dipengaruhi oleh proses yang dilakukan.

#### B. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan untuk penyusunan perancangan desain interior dan *stand* penjualan Pempek Farina adalah :

- Survey*, mengamati serta menganalisis objek yang menjadi tujuan perancangan yaitu Pempek Farina.
- Studi pustaka, dengan melakukan pengumpulan data untuk menghasilkan sebuah landasan teori melalui literatur, buku, majalah serta *browsing* berupa artikel dan foto – foto yang menunjang perancangan.

#### C. Metode Analisis Data

Analisis dilakukan hanya sampai pada taraf deskripsi, yaitu menganalisis dan menjabarkan fakta secara sistematis sehingga dapat secara lebih mudah untuk difahami dan disimpulkan. Dalam hal ini penelitian mendeskripsikan desain interior dan *stand* Pempek Farina dari seluruh *outlet* dengan bantuan dokumen foto dan data dari observasi langsung.

### III. KAJIAN PUSTAKA

#### A. Restoran

Restoran menurut Soekresno adalah usaha komersial yang melayani jasa makanan maupun minuman untuk umum yang dikelola secara profesional (Soekresno 17). Sedangkan menurut Marsum Restoran adalah suatu tempat atau bangunan yang diorganisasi secara komersial, yang menyelenggarakan layanan dengan baik kepada semua tamunya baik berupa makanan maupun minuman (Marsum 7). Dari kedua pendapat diatas, dapat ditarik kesimpulan restoran adalah tempat umum yang dikomersialkan dan menawarkan jasa makanan dan minuman serta dikelola secara profesional. Jadi membahas tentang desain interior restoran tidak lepas dengan ruang komersial dan pelayanan profesional dalam melayani kegiatan makan dan minum sebagai jasa yang dijual dan hal ini dicerminkan pada perwujudan elemen interiornya yang sesuai dengan prinsip-prinsip nirmana.

Seperti yang telah diungkapkan oleh Lawson (70) bahwa dalam perancangan restoran terpenting adalah:

- Jenis makanan yang disajikan
- Sistem pelayanan yang ditawarkan
- Suasana ruang yang disajikan berdasarkan pada jenis makanan yang ditawarkan.

Apabila dikaitkan dengan pendapat Ching (45-157) pada proses perancangan interior sebuah rumah makan, selalu mengacu pada tahapan-tahapan sebagai berikut

- Jenis kegiatan dan aktivitas manusia
- Pola penataan ruang berdasarkan pada kegiatan dan aktivitas manusia
- Karakter ruang yang ingin dicapai.

#### B. Organisasi Ruang Restoran

Tata ruang restoran dirancang dan dibangun dengan pertimbangan siklus kegiatan operasional dimulai dari ruangan sebagai tempat untuk melakukan kegiatan awal yakni penerimaan bahan mentah kemudian diproses sampai dengan penyajiannya. Oleh karena itu, persyaratan ruangan restoran dibedakan menjadi dua yaitu :

- Ruangan depan (*Front Area*)

yaitu ruangan yang mempunyai fungsi dan kegunaan diperuntukkan bagi pelanggan Restoran.

#### b. Ruangan Belakang (*Back Area*)

Ruangan yang mempunyai fungsi dan kegunaan sebagai area penyimpanan, persiapan, pengolahan produk makanan dan minuman yang mana sebagai tempat aktivitas kerja bagi karyawan restoran dan sebagai daerah terlarang bagi pelanggan untuk masuk ke dalamnya seperti dapur, gudang, tempat penumpukan sampah, *steaward area* dan lain sebagainya.

#### C. Syarat Material Restoran

Pada area yang berhubungan langsung dengan publik, material dan *finishing* yang digunakan harus mempunyai kualitas serta mendukung konsep dari Restoran serta murah dan mudah dari segi perawatan. Material yang digunakan untuk interior menggunakan material yang tahan api, sedangkan untuk keawetan tergantung dari konsep dan jangka waktu produk yang diinginkan. Pada area yang berhubungan dengan makanan harus selalu bersih, mudah dibersihkan, dan tahan lama. Lantai harus tahan air dan anti selip, pada dinding harus tahan air dan tidak mudah lembab, sedangkan pada plafon harus yang mudah dibersihkan (Medina dan Rostika 3).

#### D. Furniture dan Furnishing Restoran

Ukuran dan bentuk dari meja menentukan variasi dalam menata tempat duduk. Kursi dapat merefleksikan kenyamanan dari pengguna. Contoh pada Restoran *fast food* digunakan permukaan tempat duduk yang keras, sedangkan pada *full-service* Restoran menggunakan kursi dengan bahan *upholstery*.

#### E. Sistem Pencahayaan Restoran

Hal yang harus diperhatikan dalam pencahayaan pada kafe adalah arah datangnya cahaya, warna, penyebaran, intensitas dan kekuatan.

Restoran merupakan tempat dimana pencahayaan ditonjolkan memiliki peranan yang kuat. Dari luminair yang menarik, ornamental sampai warna dan efek cahaya khusus, restoran merupakan tempat sempurna untuk mengaplikasikan pencahayaan sebagai media desain. Pencahayaan pada restoran (Lawson 59):

- Pada Restoran / *cafe* bertema, kecenderungannya adalah menggunakan banyak pencahayaan dekorasi bertema seperti lentera, lampu gantung, *chandelier*.
- Restoran / *cafe* cepat saji menggunakan tingkat pencahayaan yang relative lebih tinggi dan merata.

#### F. Sistem Penghawaan Restoran

Untuk menyeimbangkan udara dan menghindari asap serta uap yang berlebihan maka penyaring udara harus dipasang di langit-langit. Pertukaran udara sangat diperlukan dalam sistem ventilasi. *Exhaust* pada area dapur digunakan untuk menghindari asap yang berlebih dan uap yang ada pada tempat penyajian (Lawson 59)

#### G. Definisi Kuliner

- Kuliner merupakan hal yang berhubungan langsung dengan dapur atau masakan (poerwadarminta 159)
- Seni kuliner adalah seni yang mempelajari tentang makanan dan minuman yang memiliki ciri khas yang spesifik dari hidangan tradisional seluruh pelosok Nusantara (Pratiwi 5)

#### H. Branding

*Branding* adalah sebuah proses yang digunakan untuk membangun kesadaran konsumen terhadap sebuah *brand* dan dapat mempertahankan kesetiaan konsumen terhadap *brand* tersebut. *Branding* merupakan sebuah proses mengenalkan dan sekaligus menjelaskan kepada konsumen mengapa merek bersangkutan lebih baik daripada merek lainnya.

Menurut Philip Kotler dan Keller, *brand equity* merupakan jumlah aset dan liabilitas yang berhubungan dengan merek, nama, dan simbol yang menambah atau mengurangi nilai dari produk atau pelayanan bagi perusahaan atau pelanggan perusahaan. *Brand equity* yang kuat akan memberikan value baik kepada pelanggan maupun kepada perusahaan.

##### a. Pelanggan

- Meningkatkan interpretasi atau proses penerimaan informasi pelanggan.
- Meningkatkan keyakinan pelanggan dalam keputusan pembelian.
- Meningkatkan kepuasan mereka dalam menggunakan produk atau jasa.

##### b. Perusahaan

- Meningkatkan efisiensi dan efektivitas program pemasaran perusahaan
- Meningkatkan kesetiaan pada merek
- Meningkatkan harga atau margin keuntungan
- Meningkatkan brand extension

Tiga fungsi utama *brand*:

##### 1. Navigasi

Merk membantu konsumen untuk memilih diantara banyaknya pilihan yang ada

##### 2. Penghiburan

Merk digunakan untuk mendeskripsikan kualitas intrinsik dari sebuah produk

##### 3. Engagement

Merk menggunakan gambar, tulisan, bahasa untuk mengidentifikasi ciri khas merek yang bersangkutan kepada masyarakat

#### I. Pempek Palembang

##### a. Definisi Pempek

Pempek atau Empek-empek adalah makanan khas Palembang yang terbuat dari ikan yang dihaluskan dan sagu, serta beberapa komposisi lain seperti telur, bawang putih halus, penyedap rasa dan garam. Penyajian pempek ditemani oleh saus berwarna hitam kecocokat-coklatan yang disebut *cuka* atau *cuko* (bahasa Palembang). Satu pelengkap dalam menyantap makanan berasa khas ini adalah irisan dadu timun segar dan mie kuning ("Pempek" par. 1).

##### b. Jenis-Jenis Pempek

- Pempek kapal selam



Gambar 2. Pempek kapal selam  
Sumber: pempekFarina.com

- Pempek lenjer



Gambar 3. Pempek lenjer  
Sumber: pempekFarina.com

- Pempek tahu
- Pempek lenggang
- Pempek kulit
- Pempek keriting
- Pempek adaan
- Otak-otak goreng
- Tekwan
- Model

#### IV. OBJEK PERANCANGAN

##### A. Lokasi Objek Perancangan

###### a. Pempek Farina Tipe Ruko



Gambar 4 . Tampak Depan Tipe Ruko  
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Alamat : Jl. Raya Nginden, Ngenden Jangkungan, Surabaya, Jawa Timur

Telephone : 031-70615159

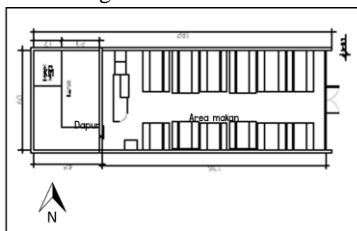
Jam buka : 9.30-22.00

Lokasi perancangan ini memiliki kelebihan dan kekurangan, yaitu:

(+) Lokasi Perancangan terletak di daerah yang cukup ramai dan sering diakses oleh masyarakat. Terlebih saat jam berangkat dan pulang kerja.

(+) Bangunan memiliki pencahayaan yang cukup dari depan bangunan. Karena cahaya matahari bisa masuk dari main entrance yang terbuat dari kaca terlbih pada siang hari.

(-) Karena lokasi Pempek Farina Nginden berada di jalan yang cukup sibuk dilewati kendaraan, maka bangunan terkena suara bising yang masuk sampai dalam ruangan.



Gambar 5 . Denah Lokasi Perancangan  
Sumber: Dokumentasi Pribadi

##### b. Pempek Farina Tipe Foodcourt

###### 1. Tipe Foodcourt City of Tomorrow Surabaya

Alamat : Jalan Ahmad Yani No. 288,  
Kota SBY, Jawa Timur, Indonesia

Telephone : +62 31 8275888

Jam buka : 10.00-22.00

Lokasi : Foodcourt LT.3



Gambar 6 . Pempek Farina City of Tommorrow  
Sumber: Dokumentasi pribadi

###### 2. Tipe Foodcourt Grand City Mall Surabaya

Alamat : Jl. Walikota Mustajab No. 1, Surabaya, Jawa Timur

Telephone : +62 31 5459000

Jam buka : 10.00-22.00

Lokasi : Foodcourt LT.4



Gambar 7. Letak Lokasi Perancangan di Foodcourt  
Sumber: googlemaps



Gambar 8. Pempek Farina Grand City Mall  
Sumber: Dokumentasi pribadi

##### c. Pempek Farina Tipe Pop-Up Booth

Perancangan dilakukan di dalam SSCC, Supermall Pakuwon Indah.

Alamat : Jalan Bukit Darmo Bvu No.2, Babatan, Surabaya

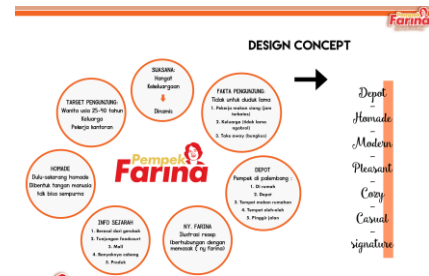
Lokasi : SSCC Supermall Lt..4

Jenis Acara : Market / Bazaar

Nama Acara : IDN Creative Fest, Hyperlink Project.



Gambar 9. Letak Lokasi SSCC di Supermall  
 Sumber: www.supermalpakuwon.com



Gambar 11. Konsep Desain  
 Sumber: Dokumentasi Pribadi



Gambar 10. Ukuran Booth untuk Food dan Beverage  
 Sumber: Dokumentasi Hyperlink Project

Pada tipe ini digunakan untuk acara-acara tertentu yang bersifat *temporary*. Seperti saat acara pameran, market, ataupun bazaar. Jadi bisa ditempatkan di manapun acara dilangsungkan .

V. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Konsep Desain

Konsep desain berdasarkan pada pendekatan analisis yang terjadi di dalam Pempek Farina. Pempek Farina di analisis mulai dari target pengunjung, kebiasaan yang dilakukan pengunjung, sampai sejarah Pempek Farina. Latar belakang masalah juga menjadi dasar konsep desain Pempek Farina, dimana desain yang lama tidak terlihat *modern* dan tidak memiliki ke khas-an ala Pempek Farina. Berdasarkan permasalahan-permasalahan tersebut maka konsep desain pada perancangan interior dan stand Pempek Farina ini adalah ingin memberikan kesan Depot, Homade, Modern, Pleasant, Cozy, Casual, dan Signature.

Ingin menghadirkan kesan “rumahan” karena dari tempat aslinya banyak yang berjualan pempek di depot dan sampai sekarang Pempek Farina masih produk *homade*. Juga ingin menghadirkan kesan yang modern, cozy dan casual untuk mengikuti perkembangan jaman dalam desain tempat kuliner. Bisa terlihat modern namun tetap sesuai dengan target pemasaran. Selain itu *casual* karena pempek merupakan makanan ringan yang hanya digunakan sebagai makanan sampingan dan bukan makanan utama. Terakhir adalah *pleasant* dan *Signature* sebagai khas dari Pempek Farina. Pengunjung bisa merasa senang dan nyaman berada di dalam dan mengenali langsung desain khas dari Pempek Farina.

B. Implementasi Konsep Desain

Suasana ruang

Suasana yang di rancang adalah suasana yang santai dan memiliki khas Farina yang cocok untuk tempat makan makanan ringan. Juga terasa tidak terlalu kafe melainkan merasa di rumah makan namun tetap dengan kesan modernnya.

Bentuk

Desain banyak menggunakan bentuk geometris agar terlihat lebih simple dan minimalis. Juga terhindar dari kesan sempit karena area perancangan juga kecil. Diberi sentuhan bentuk organis untuk memberikan kesan enak atau lezat pada ruangan karena menjual makanan.

Warna

Warna yang digunakan adalah dominan warna putih dan orange karena menjual makanan. Warna orange merupakan warna yang bisa menaikkan nafsu makan serta merupakan warna yang hangat. Warna putih memberi kesan bersih dan santai dalam ruangan. Terakhir adalah dominannya motif kayu berwarna muda yang memberi kesan natural dan hangat. Kesan hangat diperlukan karena banyak pengunjung Pempek Farina adalah keluarga.

Material

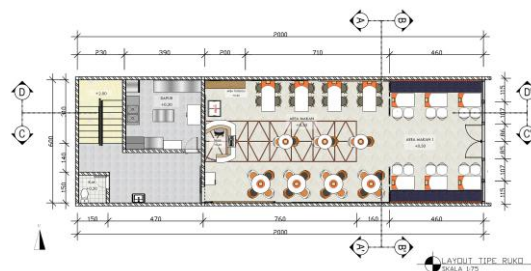
Material yang digunakan merupakan material yang tahan lama seperti keramik pada tembok dan multipleks. Keramik pada tembok lebih mudah dibersihkan. Serta pada hiasan dinding banyak menggunakan sticker yang tidak berbahaya daripada desain sebelumnya yaitu cat yang bisa terkelupas/

C. Desain Akhir

1. Tipe Ruko

Layout Perancangan

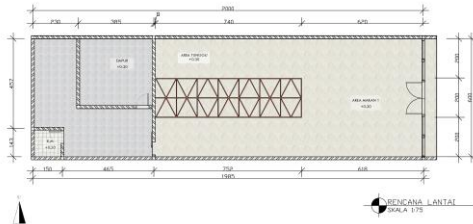
Tipe ruko memiliki 3 area yaitu area makan, area kasir dan dapur. Terlihat bahwa area makan terbagi menjadi 2 karena tatanan tempat duduknya.



Gambar 12. Layout Tipe Ruko  
 Sumber: Dokumentasi Pribadi

**Rencana Lantai**

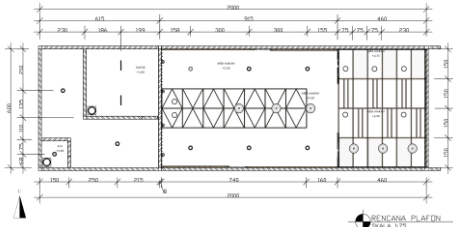
Rencana lantai menggunakan keramik granit untuk terkesan bersih dan luas. Serta permainan warna dan bentuk menggunakan sticker vinyl berwarna orange untuk lantai. Bentuknya sama dengan plafon di atasnya.



Gambar 13. Rencana Lantai Tipe Ruko  
Sumber: Dokumentasi Pribadi

**Rencana Plafon**

Bentukan plafon menyerupai kuda-kuda atap di bagian depan untuk memberi kesan “rumah”. Serta di belakang adalah plafon yang bentuknya sama dengan motif lantainya. Semuanya menggunakan finishing hpl motif kayu.



Gambar . Rencana Plafon Tipe Ruko  
Sumber: Dokumentasi Pribadi

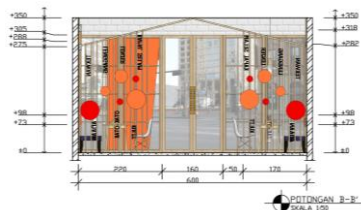
**Potongan**

Pempek Farina sengaja diletakkan di pinggir sebagai variasi agar tidak sejajar dengan meja kasir dan plafon gantung, kalau sejajar akan terlihat monoton.



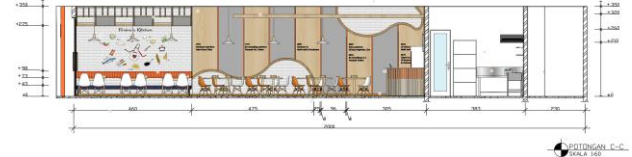
Gambar 14. Potongan A-A'  
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Potongan B-B' memperlihatkan area makan bagian depan yang langsung menghadap ke arah jalan. Disini terlihat penyekat ruangan yang menjadi satu dengan plafon berbentuk kuda-kuda rumah.

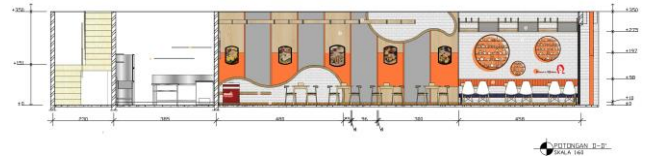


Gambar 15. Potongan B-B'  
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Area depan didominasi dengan batu-bata putih dan yang belakang adalah panel kayu dan cermin. Dibuat berbeda agar terasa memiliki area sendiri-sendiri di dalam luasan ruka yang terbatas.



Gambar 16. Potongan C-C'  
Sumber: Dokumentasi Pribadi



Gambar 17. Potongan D-D'  
Sumber: Dokumentasi Pribadi

**Main Entrance**

Main Entrance memiliki sentuhan material dan bantukan yang sama seperti desain di dalam. Berberi kesan “rumah” dengan menggunakan bentukan seperti atap rumah.



Gambar 18. Main Entrance  
Sumber: Dokumentasi Pribadi

**Perspektif Interior**

Area makan bagian depan yang memiliki tembok dengan motif batu-bata berwarna putih dan gambar ilustrasi tentang Pempek Farina. Di tempat ini menampung sekitar 24 oranf. Area ini terbatas oleh penyekat ruangan dan memiliki plafon berbentuk kuda-kuda atap. Sehingga terasa seperti berbeda di ruang yang berbeda dengan sebelahnya.



Gambar 19. Pesrpektif I  
Sumber: Dokumentasi Pribadi



Gambar 20. *Pesrpektif 2*  
 Sumber: Dokumentasi Pribadi



Gambar 24. *Pesrpektif 6*  
 Sumber: Dokumentasi Pribadi

Area kasir bersebelahan dengan cooler minuman dan freezer untuk pempek to go. Area kasir berada di tengah-tengah dan memiliki desain yang sama dengan ruangan.

**2. Tipe Foodcourt City Of Tommorrow  
 Layout Perancangan**

Penataan pada tipe foodcourt lebih sederhana, yaitu mengikuti alur/sirkulasi untuk memasak/ menyiapkan makanan



Gambar 21. *Pesrpektif 3*  
 Sumber: Dokumentasi Pribadi



Gambar 25. *Layout Tipe Foodcourt*  
 Sumber: Dokumentasi Pribadi



Gambar 22. *Pesrpektif 4*  
 Sumber: Dokumentasi Pribadi

**Tampak Depan**

Terlihat brand Pempek farina dan etalase untuk Display pempek. Terlihat menggunakan garis-garis bermotif kayu yang menjadi khas Pempek Farina.



Gambar 26. *Tampak Depan Tipe Foodcourt*  
 Sumber: Dokumentasi Pribadi

Area makan yang ke 2 memiliki area yang lebih luas. Diberi cermin agar ruangan terlihat lebih luas. Karena lebar ruko terbatas maka dibantu dengan cermin. Disini juga terlihat bentukan organis untuk mempermanis ruangan.

Brand Pempek farina dan etalase untuk Display pempek, terlihat menggunakan garis-garis bermotif kayu yang menjadi khas Pempek Farina.

**Potongan**

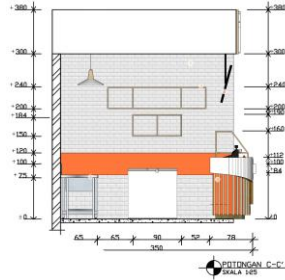
Dinding di dominasi keramik bermotif bata warna putih. Terkesan bersih dan lebih luas karena tempatnya yang sangat sempit. Juga tetap diberi cermin yang berbentuk menyerupai desain di Tipe Ruko.



Gambar 23. *Pesrpektif 5*  
 Sumber: Dokumentasi Pribadi



Gambar 27. Potongan A-A' & B-B' Tipe Foodcourt  
Sumber: Dokumentasi Pribadi



Gambar 28. Potongan C-C' Tipe Foodcourt  
Sumber: Dokumentasi Pribadi

**Perspektif**

Display pempek menggunakan etalase dengan penutup kaca. Agar tidak kotor namun tetap dalam jangkauan pandang pengunjung. Neon box diletakkan di atas agar lebih mudah di lihat dan dapat menarik perhatian dari jauh. Pada tipe ini banyak dominasi warna putih.



Gambar 29. Perspektif Tipe Foodcourt  
Sumber: Dokumentasi Pribadi

**3. Tipe Foodcourt Grand City Mall**

**Layout Perancangan**

Penyusunan layout dengan menempatkan tempat untuk memasak didepan agar menarik perhatian pengunjung. Tempat memasak diletakkan di sebelah etalase, agar setelah mengambil pempek dapat disiapkan di meja persiapan sebelahnya lalu di goreng.



Gambar 30. Layout Tipe Foodcourt  
Sumber: Dokumentasi Pribadi

**Tampak Depan**

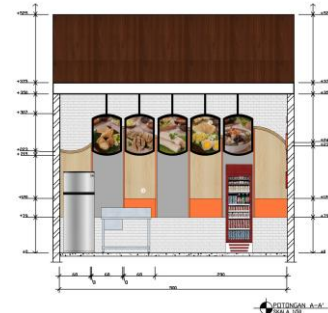
Dari tampak depan terlihat bentuk seperti atap rumah yang menempel pada plafon. Terlihat juga dalam area Pempek Farina menggunakan cermin yang sama dengan tipe-tipe sebelumnya.



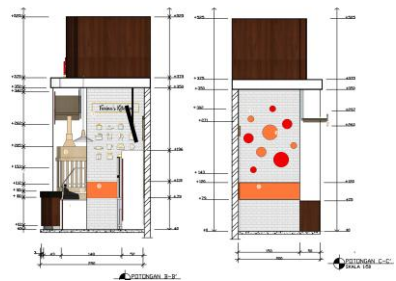
Gambar 31. Tampak Depan Foodcourt  
Sumber: Dokumentasi Pribadi

**Potongan**

Tembok didominasi oleh batu bata putih yang diberi hiasan berupa sticker vinyl dan bulatan-bulatan merah dan orange yang menjadi khas Pempek Farina.



Gambar 32. Potongan A-A' Foodcourt  
Sumber: Dokumentasi Pribadi



Gambar 33. Potongan B-C Tipe Foodcourt  
Sumber: Dokumentasi Pribadi

**Perspektif**

Suasana yang tercipta terlihat hangat jika dilihat dari luar foodcourt. Terkesan terbuka dan dapat dilihat oleh pengunjung (dalam display dan juga tempat penggorengan) jadi terlihat lebih



menarik.



Gambar 34. Render 1 Tipe Foodcourt  
Sumber: Dokumentasi Pribadi

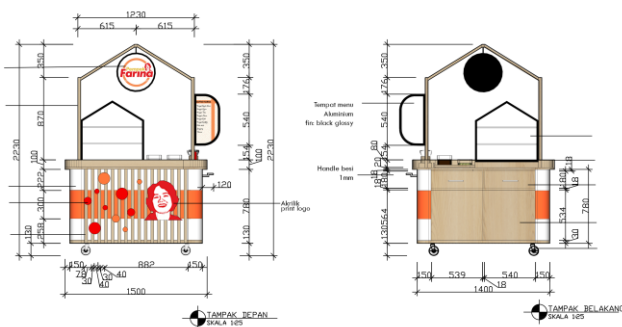
Urutan sirkulasi dapat terlihat dari gambar ini. Terlihat dari kasir pengunjung memesan dan membayar lalu pegawai akan mengambil pempek dari etalase untuk disiapkan untuk digoreng. Lalu ke area sebelahnya yaitu area service untuk memotong pempek lalu digoreng di sebelahnya.



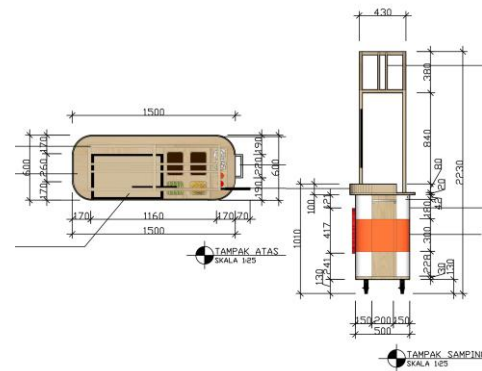
Gambar 35. Render 2 Tipe Foodcourt  
Sumber: Dokumentasi Pribadi

#### 4. Tipe Pop-up Booth Tampak

Stand ini mengambil bentuk atap rumah sebagai rangka pada bagian atas. Dibuat dengan ukuran lebar 1,5m agar sesuai dengan luasan market yang ada. Warna putih, orange, dan kayu digunakan lagi dalam desain ini. Neon box diletakkan di atas agar pengunjung mudah mengenali Pempek Farina dalam market.



Gambar 36. Tampak Depan dan belakang Tipe Pop-Up Booth  
Sumber: Dokumentasi Pribadi



Gambar 37. Tampak Depan dan samping Tipe Pop-Up Booth  
Sumber: Dokumentasi Pribadi

#### Perspektif

Stand Pempek Farina ini mengambil bentuk atap rumah sebagai rangka pada bagian atas. Dibuat dengan ukuran lebar 1,5m agar sesuai dengan luasan market yang ada. Warna putih, orange, dan kayu digunakan lagi dalam desain ini. Neon box diletakkan di atas agar pengunjung mudah mengenali Pempek Farina dalam market.



Gambar 38. Perspektif 1 Tipe Pop-Up Booth  
Sumber: Dokumentasi Pribadi



Gambar 39. Perspektif 2 Tipe Pop-Up Booth  
Sumber: Dokumentasi Pribadi

#### IV. KESIMPULAN

Wisata kuliner juga mencakup banyak jenis makanan termasuk makanan tradisional. Salah satunya adalah pempek Palembang. Salah satu brand pempek Palembang di Surabaya adalah Pempek Farina. Namun sangat disayangkan untuk desain interiornya kurang diperhatikan. Pada tiap outlet nya memiliki jenis desain yang berbeda-beda sehingga branding dari Pempek Farina sendiri kurang terasa. Selain itu dalam waktu dekat ini pemilik Pempek Farina akan melebarkan sayap bisnisnya ke arah franchise yang rencananya akan disebar ke seluruh Indonesia.

Dengan adanya perancangan interior dan *Stand Pempek Farina* ini diharapkan dapat memberikan karakter desain pada desain interior dan *Stand Pempek Farina* yang akan menciptakan *Standart* desain yang bisa digunakan oleh Pempek Farina dalam mengembangkan usahanya. Desain ini dapat memberikan ciri khas bagi Pempek Farina untuk diaplikasikan pada setiap *outlet* yang ada dan semua yang berada di dalamnya. Sehingga pengunjung sudah dapat mengenali dan menarik minat pengunjung saat melihat desain dari Pempek Farina. Memiliki beberapa hal yang khas yaitu warna *orange*, putih, dan tekstur kayu. Selain itu cermin dan batu-bata putih juga menjadi khas yang selalu ada di setiap *outlet* Pempek Farina. Selain masalah desain secara estetika, desain ini diharapkan dapat membantu pegawai Pempek Farina untuk lebih efisien dalam bekerja. Baik dari sirkulasi ataupun penataan desain yang bisa memudahkan pegawai dalam bekerja.

Konsep perancangan ini dibuat untuk memberikan beberapa kesan bagi pengunjung sesuai dengan target pengunjung dari Pempek Farina itu sendiri. Yaitu ingin memberikan kesan *homey, casual, depot, homade dan pleasant*. Jadi pengunjung saat makan di dalam Pempek Farina bisa merasa nyaman dan juga santai karena pempek merupakan makanan ringan yang biasa disantap saat santai sambil bercakap-cakap dengan teman atau keluarga. Kesan “rumah” juga ditimbulkan dalam desainnya karena target pengunjunnya adalah keluarga maka digunakan bahan kayu untuk memberikan kesan hangat. Secara keseluruhan diharapkan desainnya bisa lebih menarik dan lebih mempresentasikan *brand* Pempek Farina dimata pengunjung

## VI. UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis Z.A mengucapkan terima kasih kepada Tuhan Yesus Kristus karena berkatNya jurnal dari pembuatan desain dan stand Pempek Farina ini dapat terselesaikan dengan baik. Tidak lupa juga penulis mengucapkan terima kasih kepada Ibu Grace Mulyono S.Sn., M.T selaku pembimbing I dan Bapak Okta Putra S.A., S.T., M.T selaku pembimbing II yang telah membimbing, memberikan semangat, dan memberikan banyak ilmu baru kepada penulis. Ucapan terimakasih juga penulis tujukan kepada teman-teman yang telah banyak membantu dan memberikan masukan serta semangat dalam mengerjakan perancangan ini. Dan terakhir penulis mengucapkan terimakasih kepada kedua orang tua penulis atas dukungan dan doa yang telah diberikan sehingga perancangan ini dapat selesai dengan baik. Akhir kata penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang sudah memberikan bantuan dalam bentuk apapun kepada penulis.

## VII. DAFTAR PUSTAKA

- [1] Anita, Sumarni Bayu . Pempek Palembang Mendeskripsikan Identitas Wong Kito Melalui Kuliner Lokal Kebanggaan Merek. Jakarta: Leutika Prio, 2014.
- [2] Baraban, Regina.S. and Durocher, Joseph. *Successful Restaurant Design*, Second Edition. Canada: John Wiley and Sons Inc, 2001.
- [3] Karlen, Mark. Dasar-dasar perencanaan Ruang : Edisi kedua. Jakarta : Erlangga, 2007.
- [4] Marsum W.A. *Restoran dan Segala Permasalahannya*, Edisi 4. Yogyakarta: Penerbit Andi, 2005.
- [5] Medina, Mutia Anisa dan Rostika, Eunung. Pemilihan Material Pada interior Brussels Spring Resto & Cafe jalan Sethiabudhi Bandung. Bandung, 2013.
- [6] Meilinda, Timfanny. Perancangan Interior Sentra Kuliner dan Jajanan Pasar Khas Jawa Timur Di Surabaya. Surabaya : Universitas Kristen Petra, 2015
- [7] Salim, Jessica Edina. Perancangan Promosi Spiku “Classie” di Surabaya. Surabaya : Universitas Kristen Petra, 2015.
- [8] Wilhide, Elizabeth. *Lighting : Creative Planning for Successful Lighting Solutions*. New York : Ryland Peters & Small london, 2004.