

Penerapan Konsep *Bar* dan *Playful* pada Perancangan Desain Booth “*Tipsy Cream*” di Serpong

Fivanda¹, Vanessa²

^{1,2} Prodi Desain Interior, Fakultas Seni Rupa dan Desain, Universitas Tarumanagara, Jakarta
fivanda@fsrd.untar.ac.id

Abstrak — *Bisnis kuliner saat ini sedang menjadi trend yang banyak diburu oleh anak muda. Memulai usaha di bidang makanan bisa menjadi ide yang tidak kenal mati, karena setiap orang membutuhkan makan dan minum setiap harinya. Tipsy Cream merupakan salah satu bisnis makanan yang menjual es krim dan menjadi spesialis es krim beralkohol pertama di Jakarta. Dalam usaha menciptakan restoran yang dengan reputasi yang baik, salah satu hal yang pemilik restoran perlu perhatikan adalah desain interior karena menjadi ciri khas dari restoran tersebut. Dalam hal ini, di karenakan Tipsy Cream menjual es krim yang mengandung alkohol, dan alkohol sendiri memiliki kolerasi yang kuat dengan bar, maka perancangan desain booth juga disesuaikan dengan brand image dari Tipsy Cream itu sendiri, yang mengusung konsep bar namun tetap ada kesan playful karena produk yang dijual adalah es krim. Dengan demikian, penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis bagaimana konsep bar dan playful dapat diterapkan pada desain interior sebuah booth. Hal ini dilakukan dengan tujuan merancang booth Tipsy Cream yang terletak di sebuah mall daerah Serpong dengan penerapan konsep bar dan playful yang diimplementasikan pada perancangan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pengumpulan data lapangan dan kajian literatur terkait perancangan booth. Perancangan booth Tipsy Cream menggunakan metode Rosemary Kilmer dengan dua tahap yaitu, tahap analisis dan tahap sintesis. Dalam perancangan booth Tipsy Cream, konsep Bar dan Playful diimplementasikan melalui bentuk-bentuk yang diterapkan dan warna yang digunakan sebagai furniture display dan finishing material sehingga mencerminkan konsep Bar dan Playful. Dengan demikian, Tipsy Cream mempunyai nilai jual dan komersil karena menggunakan pendekatan pada desain interiornya.*

Kata kunci: Bar, booth, desain, interior, restoran

I. PENDAHULUAN

Industri makanan dan minuman saat ini menjadi trend yang banyak diikuti oleh anak muda. Perkembangan bisnis makanan dan minuman di tahun 2022 mendapatkan feedback positif dan semangat baru pasca gejolak pada masa pandemi. Industri makanan dan minuman terus berkembang meski di tengah pandemi COVID-19. Pertumbuhan pada kuartal kedua 2022 mencapai 3,68%, naik sebesar 2,95% dari periode yang sama pada tahun 2021.

Pangsa industri *food and beverage* dalam produk domestik bruto sebesar 38,38% pada triwulan II 2022, merupakan yang terbesar dibandingkan produk industri lainnya. Di lain

sisi, surplus perdagangan sektor *food and beverage* pada Januari - September 2022 sebesar US\$23,23 miliar. Investasi ini mencapai Rp 41,37 triliun pada triwulan II 2022, dengan PMDN senilai Rp 23,36 triliun, melampaui PMA sebesar USD 1,23 miliar (Intacs, 2023).

Memulai bisnis *food and beverage* bisa menjadi peluang bisnis yang tidak kenal mati dikarenakan setiap orang membutuhkan makan dan minum setiap hari. Menerapkan strategi yang baik dapat membuat satu perusahaan lebih baik dari yang lain. Tren siklus di sektor makanan dan minuman tercermin dari semakin menjamurnya kafe atau kedai kopi, restoran, kios makanan dan

minuman modern dan masih banyak lagi yang mudah ditemukan dari kota besar hingga pelosok. (Intacs, 2023).

Es krim adalah makanan dingin yang mempunyai banyak varian rasa yang bisa ditemukan. Banyak yang pernah memakan es krim baik dari berbagai varian rasa dan bentuk yang diperjual belikan atau mungkin buatan sendiri. Banyak alasan mengapa orang suka memakan es krim, dan sehingga banyak orang juga yang menjadikan es krim sebagai ladang usahanya (Fazri 2017).

Target pasar es krim sangat luas dimulai dari anak-anak sampai orang dewasa. Yang menjadikan bisnis es krim berbeda dengan yang lainnya, di butuhkan inovasi terhadap produk es krim yang dijual (Sry Lestari, 2022).

Tipsy Cream merupakan salah satu bisnis makanan yang menjual es krim untuk orang dewasa dan menjadi spesialis es krim beralkohol pertama di Jakarta. Tipsy Cream menjadi pilihan untuk orang-orang modern di Jakarta yang mencari sesuatu yang baru dan berbeda untuk dinikmati.

Untuk menciptakan reputasi sebuah restoran yang baik, pemilik restoran perlu mempertimbangkan beberapa hal, yaitu pendapat konsumen tentang makanan, pelayanan yang restoran berikan, dan desain interior yang merupakan salah satu ciri khas dari restoran. (Pradini & Wempi, 2019).

Seorang desainer interior harus menciptakan sebuah desain yang mencerminkan citra pada brand dan strategi pasar sasaran, segmen pasar, dan lokasi usaha. Baker et.all. (1992) menemukan pada studi mereka bahwa pengunjung memiliki persepsi tentang desain interior toko yang memiliki korelasi positif dengan persepsi harga, kualitas layanan interpersonal dan kualitas produk. Levy and Weitz (2004:588)

Dalam hal ini, di karenakan Tipsy Cream menjual es krim yang mengandung alkohol, dan alkohol sendiri memiliki kolerasi yang kuat dengan bar, maka perancangan desain booth juga disesuaikan dengan *brand image* dari Tipsy Cream itu sendiri, yang mengusung konsep bar namun tetap ada kesan *playful* karena produk yang dijual adalah es krim.

Seiring berjalannya waktu, makin banyak pesaing yang menjual produk serupa dengan perancangan desain *booth* yang menarik. Saat persaingan semakin ketat, tidak ada lagi konsistensi dalam desain booth. Berdasarkan faktanya, lahirlah ide untuk menciptakan kebutuhan Tipsy Cream untuk merancang interior yang praktis dan fungsional yang berada dalam mall. Hal ini tidak hanya dilakukan untuk menjaga loyalitas konsumen, tetapi juga diharapkan dapat meningkatkan citra produk sehingga dapat bersaing.

Oleh sebab itu, ini dapat menjadi hal yang

menarik, yaitu bagaimana menyatukan konsep bar pada perancangan *booth* Topsy Cream namun tetap memberikan kesan *playful* dan konsep tersebut lebih difokuskan pada permainan bentuk *booth* dan material yang akan digunakan sehingga sesuai dengan citra dari Topsy Cream.

II. METODE

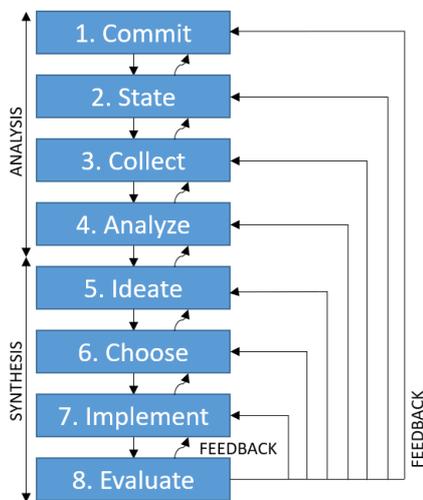
Metode kualitatif adalah metode yang di gunakan, metode ini bersifat analisis sehingga tidak disebutkan dalam bentuk dan statistik. Data dikumpulkan melalui studi lapangan dan kajian literatur terkait dengan perancangan booth Topsy Cream. Analisis kualitatif menggunakan teori desain, termasuk ergonomi, untuk menentukan kebutuhan ruang gerak.

Perancangan *booth* Topsy Cream menggunakan metode Rosemary Kilmer yang menggunakan 8 tahap dimulai dari:

1. *Commit*, menyadari dan menerima permasalahan desain yang ada di lapangan. dengan membuat jadwal, menghubungi klien, dan mengurus surat ijin.
2. *State*, menentukan masalah yang ada di lapangan dengan membuat rumusan masalah, batasan masalah, dan tujuan perancangan.

3. *Collect*, mengumpulkan informasi. desainer harus melakukan penelitian proyek serupa yang pernah dikerjakan dengan cara mengumpulkan data literatur dan data lapangan.
4. *Analyze*, melihat semua informasi yang dikumpulkan dan kemudian menganalisisnya.
5. *Ideate*, Berpikir kreatif untuk menghasilkan ide untuk memecahkan masalah dan mencapai tujuan desain.
6. *Choose*, Pilih ide yang sesuai dengan kebutuhan klien, konsep, anggaran, tujuan dan keinginan.
7. *Evaluate*, adalah pemeriksaan untuk melihat apa yang dilakukan desainer sudah menyelesaikan masalah.
8. *Implement*, tahap pengerjaan setelah terpilihnya ide. Dengan membuat gambar desain kerja , gambar presentasi , dan gambar akhir.

Feedback, untuk evaluasi sistematis pada setiap langkah proses desain, menggunakan langkah sebelumnya, atau sebelumnya.



Gambar 1. Metode Rosemary Kilmer

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

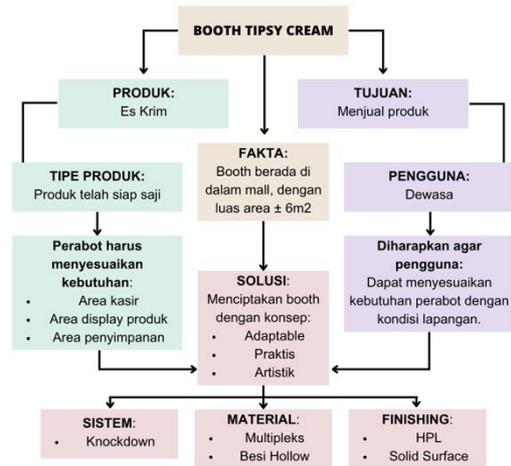
Booth adalah ruangan di dalam ruangan. Umumnya *Booth* digunakan untuk tujuan komersil atau pameran dari segi ruang dan waktu (Widodo, 2016).

Pada dasarnya *Booth* memiliki sifat *complying*, *communicating*, dan *comforting*. Ada beberapa jenis *Booth* pameran, yaitu (1) *display booth*, merupakan booth yang dibuat dari rangka aluminium dan memiliki latar yang dapat diubah dan (2) *modular booth*, adalah booth yang terbuat dari komponen-komponen terpisah maka dapat dibongkar-pasang secara mudah. (Agustin, 2014).

Merancang *booth* perlu memenuhi beberapa kategori desain, yaitu (1) *booth* yang fungsional, (2) *booth* yang mementingkan *safety*, (3) produk mementingkan konsep *sustainability*, (4) *booth* yang mementingkan

ergonomic, (5) *booth* yang mandiri dari konstruksi dan bentuknya, (6) *booth* yang *eco-friendly*, (7) *booth* yang menggunakan material ramah lingkungan, (8) penggunaan *booth* yang mudah untuk dimengerti, (9) desain dengan kualitas yang tinggi, dan (10) Booth dapat membangkitkan perasaan (Wagiri, 2014).

Konsep perancangan desain dirancang sebagai panduan untuk desain booth modular. Konsep desain didasarkan pada fakta nyata serta kebutuhan yang digabungkan dalam solusi desain. Berikut ini adalah peta konsep desain :



Gambar 2. Mind Map Konsep dan Tema Desain

Dengan demikian, diperlukan *booth* yang perancangannya membutuhkan beberapa modul furniture agar dapat memenuhi kebutuhan dan aktivitas. Berdasarkan hasil analisa jenis produk adalah produk yang telah siap disajikan. Maka, perancangan desain

dibuat berdasarkan kebutuhan sehingga dapat menghasilkan penyelesaian yang tepat bagi perancangan *booth* modular.

Keputusan Desain

Karena perancangan *booth* ini dibuat untuk Topsy Cream, maka tema yang digunakan sesuai dengan *brand identity* dari Topsy Cream, yaitu mengungkap tema Bar dan *Playful*. Penggunaan tema Bar dikarenakan es krim yang di jual mengandung alkohol, dan alkohol sendiri memiliki kaitan yang erat dengan Bar. Sedangkan penggunaan tema *playful* dikarenakan produk yang di jual adalah es krim.

Bentuk furniture yang akan dibuat menggunakan konsep *playful* yang modern. Terinspirasi dari bentuk geometris dengan segala sesuatu yang tertata rapi, fungsional, dan simpel. Desain yang digunakan minim dekorasi namun mementingkan fungsionalitas dan kebutuhan.

Warna yang digunakan untuk material finishing perancangan *booth* Topsy Cream menggunakan warna cerah yaitu dominan putih dan biru.

Berikut adalah hasil desain perancangan *booth* Topsy Cream



Gambar 3. Perspektif Depan *Booth*



Gambar 4. Perspektif Belakang *Booth*



Gambar 5. Perspektif Samping *Booth*

Booth desain Topsy Cream tersebut berbentuk melengkung agar terkesan tidak kaku dan lebih bermain, baik untuk furniture meja dan top dari *booth*. Penggunaan *neon light* di bagian depan dan belakang *booth* serta penggunaan warna yang dominan putih dan biru memberi kesan *playful* pada perancangan *booth*, sedangkan rak *display* pada bagian kiri *booth* dibentuk menyerupai rak *display* yang

biasanya terdapat pada bar begitu juga panel yang digunakan untuk TV.

Berikut perancangan masing-masing desain modul untuk *booth* Topsy Cream:

1. Furniture Meja Cashier dan Display



Gambar 6. Perspektif Depan Furniture Meja Kasir dan *Display* Produk



Gambar 7. Perspektif Belakang Furniture Meja Cashier dan *Display*

Furniture di rancang menyesuaikan kebutuhan penjualan produk, dimana nantinya akan ada aktivitas pembelian, maka dibutuhkan ruang untuk area kasir, dan ruang *display* es krim untuk mesin *freezer*.

Penggunaan material untuk furniture menggunakan multipleks dengan *finishing* HPL motif terrazzo, HPL biru tua, HPL motif kayu, *solid*

surface warna abu gelap, dan dekorasi *neon light*. Pada bagian dalam furniture ini, terdapat laci dan kabinet untuk memenuhi kebutuhan dengan *finishing* HPL putih.

2. Furniture Meja dengan Rak *Display*



Gambar 8. Perspektif Furniture dengan Rak *Display*



Gambar 9. Perspektif Belakang Furniture Meja



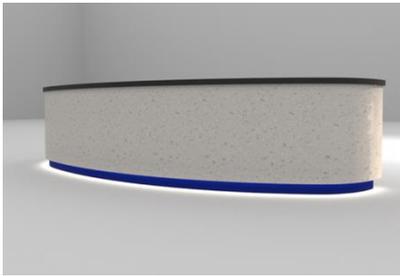
Gambar 10. Perspektif Rak *Display*

Furniture didesain untuk bagian kiri *booth*, dengan tambahan rak *display* berbentuk menyerupai rak

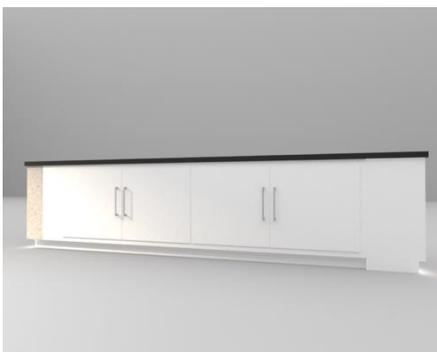
display yang biasanya terdapat pada bar, agar memberikan kesan bar, dengan tambahan dekorasi pajangan botol minuman keras.

Penggunaan material untuk furniture menggunakan multipleks dengan *finishing* HPL biru tua, HPL motif kayu untuk rak *display* berbentuk bar, dan *solid surface* warna abu gelap. Pada bagian dalam furniture ini, terdapat rak untuk menyimpan barang dengan *finishing* HPL putih.

3. Furniture Meja Bagian Belakang *Booth*



Gambar 11. Perspektif 1 Furniture Meja Bagian Belakang *Booth*



Gambar 12. Perspektif 2 Furniture Meja Bagian Belakang *Booth*

Furniture untuk bagian belakang *booth* didesain melengkung dikarenakan *layout fit* dari mall yang

berbentuk melengkung, sehingga perancangan desain mengikuti kondisi lapangan.

Penggunaan material untuk furniture menggunakan multipleks dengan *finishing* HPL motif terrazzo, HPL biru tua, dan *solid surface* warna abu gelap. Pada bagian dalam furniture ini, terdapat kabinet untuk menyimpan barang dengan *finishing* HPL putih.

4. Panel TV



Gambar 13. Perspektif Panel TV

Panel TV didesain menyerupai bentuk *display* yang biasanya terdapat pada bar, Panel TV digunakan untuk penempatan LED TV. Penggunaan material untuk panel ini menggunakan multipleks dengan *finishing* HPL abu tua dan HPL motif kayu. Pada bagian belakang panel ini, terdapat *neon light* sebagai dekorasi.

5. Top Booth dan Signage



Gambar 14 . Top Booth dan Signage

Top Booth dirancang mengikuti badan *booth*, dimana tidak ada area yang menyudut, agar terkesan tidak kaku. Material yang digunakan adalah multipleks dengan *finishing* HPL biru tua, HPL gold, dan *perforated metal*. *Signage* di pasang pada bagian depan dan belakang *booth*.

IV. SIMPULAN

Dalam perancangan *booth* Topsy Cream konsep Bar dan *Playful* diimplementasikan menggunakan bentuk-bentuk yang diterapkan dan warna yang digunakan sebagai furniture *display* dan *finishing* material sehingga mencerminkan konsep Bar dan *Playful*. Dengan demikian, Topsy Cream mempunyai nilai jual dan komersil karena menggunakan pendekatan pada desain interiornya.

V. UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan rasa terima kasih kepada Bapak Willy Sulwyn, selaku Director Evonil Architecture Consultant atas

kesempatan yang diberikan kepada praktikan untuk mengerjakan proyek ini. Rekan-rekan kerja kantor Evonil Architecture Consultant yang telah memberikan dukungan dan bantuan kepada praktikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, Lisa. "Perancangan Modular Indoor Booth untuk Produk Pakaian, Sepatu, dan Makanan". Surabaya: Universitas Kristen Petra (2014).
- Baker, Julie, Levy, Michael, Grewal, Dhruv. 1992. An Experimental Approach to Making Retail Store Environmental Decisions. *Journal of Retailing* 68 Winter: 445-460.
- Chrystella, C., Fivanda, F. (2023). Metaphorical Approach Towards The Interior Design of Kampung Langit, Bali. *International Journal of Application on Social Sciences and Humanities*, 1(1), 38-47.
- I. (2023, February 11). *Perkembangan Bisnis F&B di Tahun 2023*. Intactsindo.com. Retrieved May 25, 2023, from <https://intacsindo.com/perkembangan-bisnis-fb/>
- Kilmer, R., & Kilmer, W. O. (2014). *Designing interiors*. John Wiley & Sons.
- Levy, Michael and Barton Weitz. 1998. *Retail Management*. McGraw-Hill. USA

Paramitha, D. T. A., Cholissodin, I., & Dewi, C.

(2019). Prediksi Rating Otomatis Berdasarkan Review Restoran pada Aplikasi Zomato dengan menggunakan Extreme Learning Machine (ELM). *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 3(5), 4687–4693. Retrieved from <http://jptiik.ub.ac.id/index.php/jptiik/article/view/5314>

Samosir, S. L. (2022, October 9). *Peluang Pasar Produk Es Krim*. [Ukmindonesia.id](https://ukmindonesia.id). Retrieved May 25, 2023, from <https://ukmindonesia.id/baca-deskripsi-posts/peluang-pasar-produk-es-krim/>

Wagiri, Felicia. “Kajian dan Perancangan Mebel Fleksibel pada Retail Sepatu dan Tas Bergaya Modern”. Surabaya: Universitas Kristen Petra (2014).

Widodo, S., Ardana, I. G. N., & de Yong, S. (2016). Perancangan Modular Booth Untuk Produk Makanan dan Minuman. *Intra*, 4(2), 515-523.