

Implementasi Desain Interior “Taste of Bandeng Elrina”

Tan Aprillia Susanti, Astrid Kusumawidagdo, Stephanus Evert Indrawan

Interior Architecture Department, Universitas Ciputra, UC Town, Citraland, Surabaya 60219, Indonesia

corresponding email: aprilliadesign@gmail.com

Abstract: Indonesian people are accustomed to bring back souvenir for their relatives when they are traveling. This phenomena also occurs in Semarang. Nowadays, Semarang is more developed, where there are many domestic and international tourists are visiting Semarang. As the number of travelers are increasing, the demand for souvenirs shop is also escalating. Although Elrina is facilitated with a restaurant that differs them from the other stores, however it needs a uniqueness that distinguishes them with the others. One of the strategies is by having unique interior design and it can represent the business concept or brand image of the company. Modern interior concept was chosen and it is expected to give an additional value and appeals the customer. The purpose of Elrina restaurant & souvenir store design is to create a different experience and atmosphere for the visitors, therefore they are more interested to shop and dine in Elrina. Interior design uniqueness that covers the function and aesthetic element process with odern concept can be one of selling point factors.

Keywords: Restaurant, Souvenir store, Interior, Brand image, Modern

PENDAHULUAN

Latar Belakang Bisnis Aprillia Interior

Perkembangan dan pertumbuhan ekonomi di sektor jasa memberikan banyak peluang bagi pengusaha di bidang jasa industri kreatif. Dari banyaknya pelayanan jasa dalam bidang industri kreatif, salah satunya adalah desain interior.

Desainer interior memiliki peranan penting dalam perancangan ruangan sehingga menambah nilai pada bisnis *retail* ataupun nilai sebuah hunian. Pertumbuhan properti di Indonesia sangat dirasakan di beberapa kota besar di Indonesia, salah satunya adalah kota Semarang yang merupakan tempat pelaksanaan usaha.

Di Semarang bisnis di bidang *food and beverage* semakin merajalela, banyak bermunculan restoran, *cafe*, dan tempat nongkrong lainnya. Sehingga diperlukan inovasi untuk dapat bersaing dengan kompetitor, salah satunya caranya adalah memiliki desain interior yang unik dan dapat mempresentasikan konsep bisnis perusahaan tersebut. Kemajuan jaman berpengaruh pada gaya hidup dan pola pikir manusia, yang dulunya ke restoran hanya untuk makan namun sekarang mereka menjadikan restoran sebagai tempat *hangout*.

Kebutuhan akan jasa desain interior semakin meningkat, terutama untuk proyek-proyek komersial seperti restoran, *cafe*, dan bisnis *retail* lainnya. Desain interior dapat menunjukkan ciri

khas atau *brand image* dari suatu perusahaan sehingga dapat menarik pengunjung. Peluang tersebut menjadi landasan didirikannya perusahaan konsultan Aprillia Interior yang memiliki spesialisasi proyek komersial.

Latar Belakang Desain Restoran dan Toko Oleh-oleh Elrina

Kebudayaan Indonesia saat bepergian adalah membawa buah tangan atau oleh-oleh untuk kerabat ataupun sanak saudaranya. Fenomena tersebut juga terjadi di kota Semarang. Saat ini kota Semarang semakin maju sehingga banyak wisatawan domestik maupun mancanegara yang berkunjung ke kota Semarang.

Seiring meningkatnya jumlah wisatawan di kota Semarang, permintaan produk oleh-oleh semakin tinggi sehingga persaingan bisnis toko oleh-oleh pun semakin ketat. Oleh karenanya, pemilik bisnis haruslah memikirkan hal baru yang membuat bisnisnya berbeda dari bisnis serupa dan dapat menarik konsumen untuk datang. Selain adanya penambahan fasilitas restoran, hal lain yang dapat menarik konsumen adalah dengan adanya pengolahan interior yang unik dan berciri khas sehingga konsumen tertarik untuk berbelanja dan menikmati hidangan dengan suasana yang berbeda dari bisnis serupa.

Rumusan Masalah Desain Restoran dan Toko Oleh-Oleh Elrina

Beberapa masalah dari segi *site* dan desain yang

ingin diselesaikan dalam perancangan tersebut adalah:

1. Bagaimana peletakan *zoning* yang tepat untuk dua fungsi yang berbeda (resto dan toko)?
2. Bagaimana membagi *zoning* yang tepat agar *site* tidak terlihat memanjang?
3. Bagaimana menciptakan desain yang modern dan sesuai dengan *brand image* perusahaan?
4. Bagaimana mendesain *display* yang baik dan efektif untuk aneka ragam produk oleh – oleh agar memudahkan pembeli dalam memilih dan menarik pelanggan restoran?

Tujuan Desain Restoran dan Toko Oleh-oleh Elrina

Sementara itu tujuan dari perancangan restoran dan toko oleh-oleh Elrina adalah:

1. Dapat menjadi kiblat desain bagi bisnis serupa, terutama di Semarang.
2. Sebagai trik menarik minat konsumen dan menjadi nilai tambah perusahaan untuk bersaing dengan kompetitor.
3. Memiliki sirkulasi, tatanan ruang dan perabot yang efisien sehingga dapat memudahkan pengguna dalam segala aspek.

INTEGRASI BISNIS DAN DESAIN

Pada fase awal Aprillia Interior belum memiliki konsep perusahaan yang pasti, sehingga akan menerima semua jenis proyek interior tanpa adanya klasifikasi tertentu. Namun pada fase

ketiga Aprillia Interior akan mulai fokus untuk menerima proyek komersial (*public space*). Sehingga dipilih proyek komersial sebagai proyek akhir agar dapat dijadikan bekal pembelajaran, pengalaman dan pengetahuan pada bisnis mendatang.

Proyek yang dikerjakan adalah restoran dan toko oleh-oleh Elrina di Semarang. Dipilihnya proyek tersebut didasarkan pada jenis, fungsi, dan segmentasi proyek. Elrina memiliki dua fasilitas yang berbeda yaitu restoran dan toko oleh-oleh, sehingga segmentasinya sangat luas tidak hanya masyarakat sekitar Semarang namun juga pengunjung dari luar kota bahkan luar negeri. Hal tersebut menjadikan Aprillia Interior lebih mudah dikenal banyak orang. Proyek dengan dua fasilitas yang berbeda dapat menambah pengetahuan yang lebih luas dan dapat dijadikan bekal pembelajaran pada bisnis mendatang.

Metodologi Penelitian

Metodologi penulisan yang digunakan dalam perancangan interior restoran dan toko oleh-oleh Elrina adalah :

1. Observasi

Penulis melakukan studi banding pada beberapa restoran dan toko oleh-oleh, terutama di kota Semarang. Observasi dilakukan secara langsung maupun melalui media *online*. Penulis juga melakukan observasi pada proyek yang dirancang guna memperoleh data fisik (*site*, kondisi sekitar *site*, dsb) maupun non

fisik (perilaku pengunjung/pengguna, sistem perusahaan, dsb).

2. Tanya Jawab

Penulis melakukan tanya jawab langsung pada pemilik proyek untuk mengetahui keinginan dan kebutuhannya terhadap desain. Hal serupa juga dilakukan pada pegawai dan pengunjung yang berperan sebagai *user* untuk mengetahui ekspektasi mereka terhadap desain.

3. Studi Pustaka

Penulis menggunakan referensi dari beberapa buku literatur sebagai acuan dalam perancangan proyek restoran dan toko oleh-oleh Elrina.

DESAIN

Konsep

Setelah melakukan analisa mengenai proyek tersebut, ditemukan beberapa *problem* yang mencangkup keinginan dan kebutuhan klien maupun permasalahan dari segi *site*. Dan munculah sebuah *problem statement* yaitu “Bagaimana menciptakan desain yang *memorable* untuk kondisi *site* yang panjang, agar memiliki *zoning* yang tepat untuk kedua fungsi yang berbeda, *easy maintenance*, dan sesuai dengan *brand image* perusahaan”. Konsep solusi dari permasalahan tersebut adalah :

Tabel 1.1 Konsep Solusi Perancangan

Permasalahan	Solusi
Lantai 2 Kondisi site terasa memanjang.	<ul style="list-style-type: none"> • Konsep organisasi ruang menggunakan pola “linear” • Permainan pola lantai sehingga dapat menciptakan <i>ambiance</i> berbeda setiap area • Penataan furnitur mengikuti pola lantai sehingga tidak terkesan monoton
Lantai 1 Menggabungkan dua fungsi yang berbeda. (toko dan resto)	<ul style="list-style-type: none"> • Konsep organisasi ruang menggunakan pola “centralized”, dengan meletakkan <i>lounge area</i> di tengah sehingga dapat menarik pembeli oleh-oleh untuk menikmati sajian restoran, begitu pula sebaliknya.
<i>Easy Maintenance</i> (produk utama cenderung berbau amis dan berminyak)	<ul style="list-style-type: none"> • Menggunakan material – material yang mudah dibersihkan/ mudah perawatannya, misalnya keramik, kaca, kayu.
Sesuai dengan brand image perusahaan yang berkesan bagi pengunjung.	<ul style="list-style-type: none"> • Menganalogikan bentuk ikan bandeng sebagai konsep utama. Analogi ikan bandeng untuk desain layout, elemen interior, dan seluruh aspek interior yaitu dengan mengaplikasikan warna dasar ikan bandeng.

Sumber: Olahan Pribadi (2015)

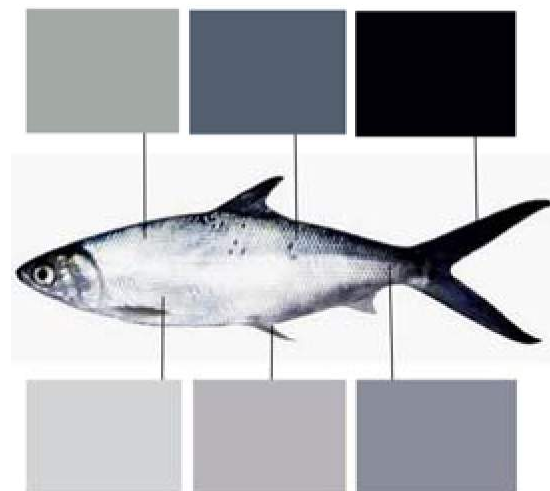
Konsep “*Taste of Bandeng Elrina*” adalah ekspos keunggulan produk utama yaitu bandeng presto ke dalam interior ruang dengan gaya *modern*. Gaya modern dipilih karena terdapat kesinambungan dengan analogi karakter ikan bandeng. Salah satunya terlihat dari warna ikan bandeng yaitu *monochrome* sehingga mudah dipadu dengan material-material modern seperti keramik, kaca, granit, metal, dengan *finishing polished*. *Ambiance* yang diciptakan juga disesuaikan dengan target pengunjung restoran yaitu keluarga, turis, dan kelompok-kelompok tertentu, dimana mereka datang tidak hanya untuk makan tetapi juga berbincang-bincang, bertukar pikiran, ataupun beristirahat (bagi pengunjung dari luar kota).

Implementasi Desain

Konsep *zoning* adalah dengan menempatkan ruangan atau area berdasarkan hubungan kedekatan antar ruang dan kondisi *site*. Pada lantai satu, ditempatkan area toko, *lounge area*, kantor, dapur, dan area servis. Area toko dan *lounge area* berada di depan karena dekat dengan *entrance* sehingga akan memudahkan akses pengunjung. Ruang kantor diposisikan di tengah agar lebih mudah dalam pengawasan area dapur maupun toko. Kemudian dapur ditempatkan di belakang karena dekat dengan pintu *loading* dan membutuhkan tingkat privasi yang cukup tinggi. Area servis berada di paling belakang karena dekat dengan tangga yang terhubung langsung ke area servis lantai dua. Sedangkan pada lantai

dua, ditempatkan ruang *VIP*, area tunggu, area makan, dan area servis. Ruang *VIP* berada di paling depan karena dekat dengan tangga/akses utama ke lantai dua. Area makan merupakan area utama dari lantai dua sehingga membutuhkan *space* yang besar. Konsep tatanan *layout* pada *dining area* adalah *public to private*, atau semakin ke belakang semakin *private*.

Restoran Elrina menyajikan menu utama berbahan dasar bandeng, demikian juga pada toko oleh-oleh, produk unggulannya adalah bandeng presto dan aneka olahan bandeng lainnya. Sehingga karakter ikan bandeng akan dianalogikan ke dalam desain interior dengan gaya *modern*. Ciri khas warna ikan bandeng yang unik akan diterapkan di setiap *ambiance* atau suasana ruang. Berikut adalah skema warna yang diambil dari kulit ikan bandeng :



Gambar 1. Skema Warna
Sumber: Data Olahan Pribadi (2015)

Ciri khas lain dari ikan bandeng adalah termasuk jenis ikan eurihalin, sehingga ikan bandeng dapat dijumpai di daerah air tawar, air payau, dan air laut. Analogi transisi habitat tersebut diaplikasikan dalam pola lantai yaitu adanya perbedaan ketinggian lantai ataupun perbedaan material lantai yang sekaligus menunjukkan adanya perbedaan fungsi ruang/area.

Analogi bentuk ikan bandeng diterapkan dalam desain *layout* yaitu menganalogikan bagian kepala dan ekor ikan bandeng. Dipilih bagian kepala dan ekor, karena bagian tersebut melambungkan bentuk ikan sehingga mudah dipahami. Analogi bentuk kepala ikan bandeng diterapkan di lantai satu yaitu untuk pola lantai dan plafon.



Gambar 2. Desain Lantai Satu
Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2015

Sedangkan analogi bentuk ekor ikan bandeng diterapkan di lantai dua juga untuk pola lantai dan plafon.



Gambar 3. Desain Ruang Makan Lantai Dua
Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2015

Selain bagian kepala dan ekor ikan bandeng, bagian lain seperti mata, sisik, dan duri juga diterapkan sebagai elemen interior maupun dekorasi. Dinding pada *VIP room* menganalogikan bentuk mata ikan bandeng sebagai elemen dekorasi, sesuai dengan fungsinya yaitu sebagai ruangan utama



Gambar 4. Desain *VIP Room*
Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2015

Partisi atau dinding pemisah antara *play ground* dan *dining area* menganalogikan bentuk sisik ikan bandeng.



Gambar 5. Desain Ruang Makan
Lantai Dua
Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2015

Dining area di bagian belakang menganalogikan bentuk duri ikan sebagai elemen dekorasi dinding.

Keunggulan Desain

Adapun keunggulan desain restoran dan toko oleh-oleh Elrina adalah :

1. Terdapat kesinambungan antara desain interior dengan ciri khas perusahaan.
2. Pembagian area *display* berdasarkan jenis produk, yaitu area produk *snack* basah, *snack* kering, dan area aneka bandeng.
3. Pada lantai satu menggunakan area sirkulasi spiral, sehingga dapat menuntun pengunjung untuk melihat semua produk yang dijual. Diawali dari pengambilan keranjang – area *snack* basah – area aneka bandeng – area *snack* kering, kemudian diakhiri di kasir dan area pengepakan dalam dos (untuk jumlah pembelian yang banyak).

4. *Easy maintenance*, menggunakan material yang mudah dibersihkan.
5. Belum ada toko oleh-oleh dan restoran di Semarang yang menggunakan konsep desain tersebut. Bahkan belum ada toko oleh-oleh di Semarang yang menggunakan jasa desain interior. Sehingga dapat menjadi trik untuk menarik konsumen, sekaligus menjadi kiblat desain bagi bisnis serupa.



Gambar 6. Desain Ruang Makan
Lantai Dua
Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2015

KESIMPULAN

Inovasi desain diterapkan oleh Aprillia Interior untuk proyek Restoran dan Toko Oleh-oleh Elrina. Dalam pengerjaan proyek tersebut, Aprillia Interior memberikan inovasi berupa spesifikasi desain. Desain didasarkan pada ciri khas perusahaan yang digabung dengan kebutuhan dan keinginan klien. *Ambiance* yang diciptakan disesuaikan dengan target pengunjung restoran yaitu keluarga, turis, dan kelompok-kelompok tertentu,

dimana mereka datang tidak hanya untuk makan tetapi juga berbincang-bincang, bertukar pikiran, ataupun beristirahat (bagi pengunjung dari luar kota).Setelah menjalani proses desain tersebut, penulis menemukan beberapa hal yang harus diperhatikan dalam desain restoran antara lain:

1. Observasi data di lapangan / *visit site* dan sangat penting untuk melihat kondisi sekitar lapangan
2. Observasi data pengguna fasilitas yang meliputi tata cara berperilaku dan kebiasaan.
3. Melakukan inovasi dalam desain sehingga tidak hanya menghasilkan estetika desain yang indah, tetapi juga nyaman dan mempengaruhi pola pikir pengguna yang lebih kreatif.
4. Membangun komunikasi yang baik dengan semua pihak yang terlibat dalam pengerjaan proyek, agar dapat menghasilkan desain yang maksimal.

and Construction.Universe.com, Inc.

- Katsigris, Costas & Thomas, Chris. (2009). *Design and Equipment for Restaurants and Foodservice*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Marsum W. A. (2010). *Restoran dan Segala Permasalahannya*. Jakarta: Andi Publisher
- Piotrowski, Christine. (2002). *Professional Practice for Interior Designers*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Piotrowski, Christine. (2004). *Becoming an Interior Designer*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Russ, Jeff. (2009). *The Budget Guide to Retail Store Planning & Design*. ST Media Group International Inc.
- Whitehead, Randal. (1995). *Commercial Lighting: Creating Dynamic Public Spaces*. Massachusetts:Rockport Publisher.

REFERENSI

- Baraban, Regina & Durocher, Joseph. (2001). *Successful Restaurant Design*.New Jersey: John Willey & Sons, Inc.
- Birchfield, John. (2008). *Design and Layout of Foodservice Facilities*.New Jersey: John Willey & Sons, Inc.
- Ching, D. K. (1996). *Arsitektur Bentuk, Ruang dan Tatanan*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Green, William. (2001). *The Retail Store Design*