



**PENGEMBANGAN DESAIN PRODUK *BOOTH STAND*  
AYAM GEPREK 17 KHAS MADURA SEBAGAI SARANA  
PENUNJANG MEDIA PROMOSI**



Oleh:

HENDRIK WIRANATA

15420200002

---

---

**FAKULTAS TEKNOLOGI DAN INFORMATIKA  
INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA STIKOM SURABAYA  
2019**

**PENGEMBANGAN DESAIN PRODUK *BOOTH STAND*  
AYAM GEPREK 17 KHAS MADURA SEBAGAI SARANA  
PENUNJANG MEDIA PROMOSI**

**TUGAS AKHIR**

**Diajukan sebagai syarat untuk menyelesaikan**

**Program Sarjana Desain**



**FAKULTAS TEKNOLOGI DAN INFORMATIKA  
INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA STIKOM SURABAYA  
2019**

**TUGAS AKHIR**  
**PENGEMBANGAN DESAIN PRODUK *BOOTH STAND***  
**AYAM GEPREK 17 KHAS MADURA SEBAGAI**  
**SARANA PENUNJANG MEDIA PROMOSI**

Dipersiapkan dan disusun oleh :

**HENDRIK WIRANATA**

**15420200002**

Telah diperiksa, diuji dan disetujui oleh Dewan Pembahas

Pada: 16 Agustus 2019

**Susunan Dewan Pembahas**

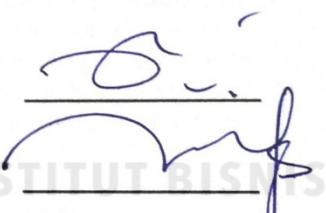
Pembimbing:

I **Darwin Yuwono R., S.T., M.Med.Kom, ACA**  
NIDN. 0716127501

II **Ir. Hardman Budiarjo, M.Med.Kom., MOS.**  
NIDN. 0711086702

Pembahas:

I **Karsam, MA, Ph.D.**  
NIDN. 0705076802



  
**INSTITUT BISNIS  
DAN INFORMATIKA**  
**stikom**  
**SURABAYA**

Tugas Akhir ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
untuk memperoleh gelar Sarjana



**Dekan Fakultas Teknologi dan Informatika**  
**INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA STIKOM SURABAYA**

---

**SURAT PERNYATAAN**  
**PERSETUJUAN PUBLIKASI DAN KEASLIAN KARYA ILMIAH**

Sebagai mahasiswa Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya, saya :

Nama : HENDRIK WIRANATA  
NIM : 15420200002  
Program Studi : S1 Desain Produk  
Fakultas : Fakultas Teknologi dan Informatika  
Jenis Karya : Tugas Akhir  
Judul Karya : **PENGEMBANGAN DESAIN PRODUK BOOTH STAND AYAM GEPREK 17 KHAS MADURA SEBAGAI SARANA PENUNJANG MEDIA PROMOSI**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa :

1. Demi pengembangan Ilmu Pengetahuan, Teknologi dan Seni, saya menyetujui memberikan kepada Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-Exclusive Royalty Free Right*) atas seluruh isi / sebagai karya ilmiah saya tersebut di atas untuk disimpan, dialihmediakan dan dikelola dalam bentuk pangkalan data (*database*) untuk selanjutnya didistribusikan atau publikasikan demi kepentingan akademis dengan tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis atau pencipta dan sebagai Pemilik Hak Cipta.
2. Karya tersebut di atas adalah karya asli saya, bukan plagiat baik sebagian maupun keseluruhan. Kutipan, karya atau pendapat orang lain yang ada didalam karya ilmiah ini adalah semata hanya rujukan yang dicantumkan dalam Daftar Pustaka saya.
3. Apabila dikemudian hari ditemukan dan terbukti terdapat tindakan plagiat pada karya ilmiah ini, maka saya bersedia untuk menerima pencabutan terhadap gelar kesarjanaan yang telah diberikan kepada saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 16 Agustus 2019

Yang menyatakan,



## **LEMBAR PERSEMPAHAN**



*Saya persembahkan untuk :*

*Ayah dan Mama tercinta*

*Adikku tersayang*

*Teman – teman S1 Desain Produk*

*Para pembaca yang budiman*

## LEMBAR MOTTO



*“Langkah pertama ke pengetahuan ialah mengetahui bahwa kita tidak berpengetahuan.” - Cecil*

*“To imagine is everything, to know is nothing at all.” – Anonymous*

## ABSTRAK

Berdasarkan pengembangan *booth* ayam geprek 17 yang sangat di butuhkan untuk memudahkan dalam perkerjaan desain *booth* ayam geprek Madura. Pedagang ayam geprek ini terhitung masih baru dengan menu yang berbahan dasar ayam, yang sudah banyak pelaku bisnis menerapkan konsep seperti itu, tentu akan sulit untuk bersaing. Cara yang paling efektif bagi ayam geprek 17 agar dapat bersaing adalah melalui media perancangan *booth* dan menerapkan ornamen Madura sebagai pengembangan promosi dan menarik para konsumen untuk mengonsumsi ayam geprek. Dan Desain *booth* yang kurang menarik akan menurunkan penjualan ayam geprek 17. Salah satu motivasi agar bisnis ayam geprek tetap maju dan tetap bersaing di masnyarakatan sekitarnya dengan memperkuat promosi di tengah persaingan usaha yang ada di sekitarnya dan membutuhkan desain *booth* yang lebih menarik dari desain sebelumnya serta dibutuhkan sebuah rancangan grafis pemilihan warna yang mencolok dari *booth* ayam geprek agar terkesan lebih menarik dan pelanggan lebih tertarik untuk mencobanya

*Keywords:* Booth, Furniture, Ornament



INSTITUT BISNIS  
DAN INFORMATIKA  
**stikom**  
SURABAYA

## ABSTRAC

Based on the development of the geprek chicken *booth* 17 which is very much needed to facilitate the work of the Madura Geprek chicken *booth* design. This geprek chicken trader is still new with a chicken-based menu, which many business people have applied to such a concept, it will certainly be difficult to compete. The most effective way for geprek 17 chickens to compete is through the media of designing *booth* and applying Madura iyatu ornaments as a promotional development and attracting consumers to consume geprek chickens. And a less attractive *booth* design will reduce the sales of geprek chicken 17. One of the motivations for the geprek chicken business to keep going forward and remain competitive in the surrounding community by strengthening promotion in the midst of business competition around it and requiring a more attractive *booth* design than the previous design and needed a striking color selection graphic design from the geprek chicken *booth* to make it look more attractive and customers are more interested in trying it out

*Keywords:* Booth, Furniture, Ornament

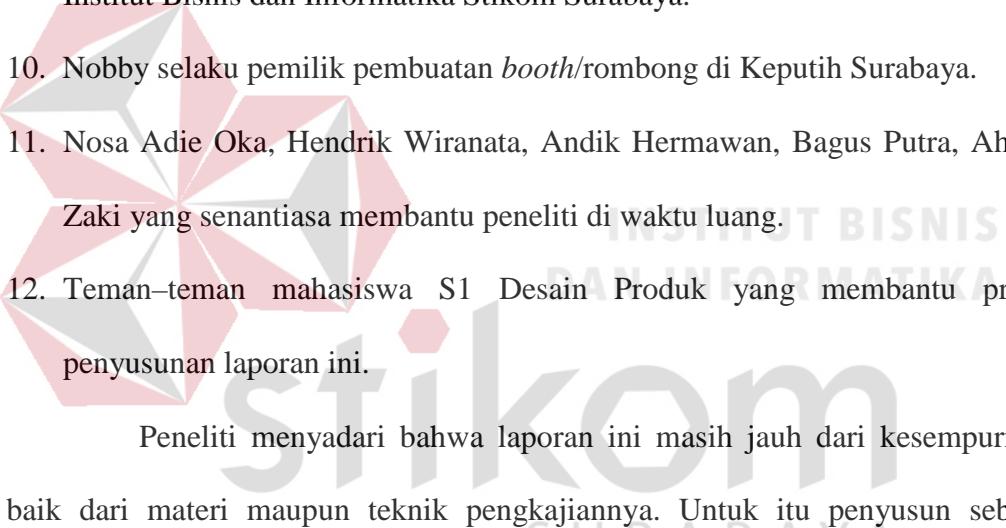


## KATA PENGANTAR

Puji syukur Peneliti panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan nikmat-Nya sehingga dapat menyelesaikan buku laporan Tugas Akhir yang berjudul “Pengembangan Desain Produk *booth stand* ayam geprek 17 khas Madura sebagai sarana penunjang media promosi

Penyelesaian Laporan Tugas Akhir ini tidak lepas dari bantuan banyak pihak yang benar-benar memberikan masukan dan dukungan kepada Peneliti. Untuk itu pada kesempatan ini perkenankan sebagai Peneliti untuk mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Orang tua, berserta keluarga atas doa dan dukungan yang telah diberikan kepada Peneliti.
2. Prof. Dr. Budi Jatmiko, M.Pd., selaku Rektor Institut Bisnis & Informatika Stikom Surabaya dan Pantjawati Sudarmaningtyas, S.KOM., M.Eng., OCA selaku Wakil Rektor I Institut Bisnis & Informatika Stikom Surabaya.
3. Dr. Jusak selaku Dekan Fakultas Teknologi dan Informatika Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya.
4. Darwin Yuwono Riyanto, S.T., M.Med.Kom., ACA., selaku dosen Pembimbing I yang telah memberikan dukungan penuh berupa motivasi, wawasan dan doa yang dapat memacu peneliti untuk segera menyelesaikan Laporan Tugas Akhir ini.
5. Ir. Hardman Budiarjo, M.Med.Kom., MOS selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan dukungan, motivasi, dan wawasan, yang sangat membantu dalam proses pembuatan Laporan TugasAkhir ini.

- 
7. Ixora Gupita Cinantya, M.Pd., ACA selaku dosen wali yang telah memberikan dukungan penuh, bantuan desain dan doa yang sangat membantu dalam proses pembuatan Laporan Tugas Akhir ini.
  8. Karsam, MA, Ph.D. selaku pembahas dan Dekanat Institut Bisnis Informatika Stikom Surabaya yang senantiasa memberi dukungan, informasi, motivasi, serta wawasan selama Laporan Tugas Akhir ini.
  9. Yosef Richo Adrianto, ST., M.SM., ketua program studi S1 Desain Produk Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya.
  10. Nobby selaku pemilik pembuatan *booth*/rompong di Keputih Surabaya.
  11. Nosa Adie Oka, Hendrik Wiranata, Andik Hermawan, Bagus Putra, Ahmad Zaki yang senantiasa membantu peneliti di waktu luang.
  12. Teman–teman mahasiswa S1 Desain Produk yang membantu proses penyusunan laporan ini.

Peneliti menyadari bahwa laporan ini masih jauh dari kesempurnaan baik dari materi maupun teknik pengkajiannya. Untuk itu penyusun sebagai peneliti mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari pembaca demi penyempurnaan dalam menyelesaikan tugas-tugas lainnya.

Surabaya, 16 Agustus 2019

Peneliti

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK .....</b>	VI
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	VIII
<b>DAFTAR ISI .....</b>	X
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	XIII
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	XV
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	3
1.3 Batasan Masalah.....	4
1.4 Tujuan Peneliti.....	4
1.5 Manfaat Peneliti.....	4
1.6 Manfaat Teoritis .....	5
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	6
2.1 Sejarah <i>Booth</i> .....	6
2.2 Perkembangan <i>Booth</i> .....	8
2.3 Booth Stand Moderen.....	9
2.4 Jenis-Jenis <i>Booth</i> .....	16
2.5 Material <i>Booth</i> .....	17
2.6 Promosi.....	22
2.7 Tujuan Promosi .....	23
2.8 Jenis – Jenis Promosi.....	23
2.9 Ergonomi .....	25
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	28
3.1 Perancangan penelitian.....	28
3.1.1 Riset Lapangan .....	28
3.1.2 Analisis .....	29
3.1.3 Gagasan Desain Kemasan.....	30
3.2 Jenis Penelitian .....	30
3.3 Lokasi Penelitian .....	30

3.4	Obyek Penelitian .....	31
3.5	Model Kajian Penelitian .....	32
3.6	Teknik Pengumpulan Data .....	33
3.6.1	Observasi .....	33
3.6.2	Wawancara .....	33
3.6.3	Dokumentasi.....	34
3.6.4	Studi Literatur.....	34
3.6.5	Studi Eksisting.....	35
3.6.6	Studi Kompetitor .....	35
3.7	Teknik Analisis Data .....	35
3.7.1	Reduksi Data.....	36
3.7.2	Penyajian Data.....	36
3.7.3	Verifikasi Kesimpulan.....	36
<b>BAB IV KONSEP DAN PERANCANGAN .....</b>	<b>38</b>	
4.1	Hasil Pengumpulan Data .....	38
4.1.1	Observasi .....	38
4.1.2	Wawancara .....	39
4.1.3	Dokumentasi.....	43
4.1.4	Studi Literatur.....	46
4.1.5	Studi Eksisting.....	61
4.1.6	Segmentation, Targeting, Positioning (STP) Kemasan JM 3PCS .....	64
4.2	Analisa Data.....	66
4.3	Penyajian Data.....	69
4.4	Verifikasi .....	71
4.5	Analisis SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Threat) .....	71
4.6	Unique Selling Preposition (USP).....	73
4.7	Keyword .....	74
4.8	Deskripsi Konsep.....	76
4.9	Booth stand knock down .....	76
4.10	Pemilihan warna .....	76



4.11	Pengertian pernis untuk finishing.....	77
4.12	Alur Perancangan booth stand.....	79
4.13	Konsep Perancangan Kreatif .....	81
4.14	Tujuan Kreatif .....	81
4.15	Strategi Kreatif .....	82
4.16	Studi Aktivitas.....	83
4.17	Analisis Material .....	85
4.18	Analisis Bentuk .....	86
4.19	Perancangan Karya.....	88
4.20	Sketsa ide pemecahan.....	88
4.21	Gambar digital .....	91
4.22	Implementasi karya .....	94
4.23	Sistim kuncian (Knockdown) .....	96
<b>BAB V PENUTUP .....</b>		<b>97</b>
5.1	Kesimpulan.....	97
5.2	Saran .....	98
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>99</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>		<b>101</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Contoh Ornamen Karapan Sapi Madura .....	2
Gambar 2. 1 Sejarah Booth Stand.....	6
Gambar 2. 2 Booth Keliling.....	7
Gambar 2. 3 Desain Booth Stand Moderen 1 .....	9
Gambar 2. 4 Desain Booth Stand Moderen 2 .....	10
Gambar 2. 5 Desain Booth Yang Di Teliti.....	11
Gambar 2. 6 Desain Booth Modern Saat Ini.....	12
Gambar 2. 7 Roda Yang Di Butuhkan Pada Booth.....	13
Gambar 2. 8 Gagang Tangan Pada Booth.....	14
Gambar 2. 9 Engsel Pintu Dan Jendela Pada Booth .....	14
Gambar 2. 10 Lampu LED Pada Booth .....	15
Gambar 2. 11 contoh Bahan Kayu .....	17
Gambar 2. 12 Contoh Bahan (Acrrylic).....	19
Gambar 2. 13 Contoh Bahan (Besi Balok) .....	20
Gambar 2. 14 Contoh Bahan (Besi Plat).....	22
Gambar 2. 15 Ukuran Ergonomic Saat Posisi Kerja Berdiri .....	26
Gambar 3. 1Lokasi Penelitian.....	31
Gambar 3. 2 Objek Penelitian.....	32
Gambar 4. 1 Wawancara Pribadi Dengan Bapak Detio.....	40
Gambar 4. 2 Wawancara Pribadi Dengan Bapak Arif.....	42
Gambar 4. 3 Wawancara Pribadi Dengan Bapak Suher .....	43
Gambar 4. 4 Booth Tand Yang Di Opserfasi Di Lapangan .....	44
Gambar 4. 5 Booth Stand Minimalis Yang Ada Di Lapangan .....	45
Gambar 4. 6 Booth Stand Yang Ada Di Lapangan.....	45
Gambar 4. 7 Booth Stand Indor Minimalis.....	47
Gambar 4. 8 Booth Stand Indor Minimalis.....	48
Gambar 4. 9 Ilustrasi Aktifitas Kaum Urban .....	51
Gambar 4. 10 Contoh Cat Besi .....	51
Gambar 4. 11 Contoh Las Listrik.....	53

Gambar 4. 12 Booth Stand Yang Sudah Ada.....	62
Gambar 4. 13 Contoh Booth Stand (Knockdown).....	63
Gambar 4. 14 Analisis Keyword.....	75
Gambar 4. 15 Jenis Vernis Dengan Warna Cerah.....	78
Gambar 4. 16 Plat Besi.....	79
Gambar 4. 17 Alur Perancangan.....	80
Gambar 4. 18 Macam Plat Besi.....	82
Gambar 4. 19 Desain Alternatif 1 .....	89
Gambar 4. 20 Desain Alternatif 2 .....	89
Gambar 4. 21 Desain Alternatif 3 .....	90
Gambar 4. 22 Booth Stand Digital 1.....	91
Gambar 4. 23 Booth Stand Digital 2.....	91
Gambar 4. 24 Booth Stand Digital 3.....	92
Gambar 4. 25 Gambar Teknik Depan Dan Samping Boot Stand .....	92
Gambar 4. 26 Gambar Tampak Depan .....	93
Gambar 4. 27Gambar Prefetif.....	94
Gambar 4. 28 Lock/Kuncian Booth Stand.....	95
Gambar 4. 29 Cara Penggunaan (Knockdown) .....	95

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 2. 1 Ukuran Ergonomi.....	27
Tabel 4. 1 Tabel analisis <i>strength &amp; weakness</i> .....	64
Tabel 4. 2 Analisis <i>Strength &amp; Weakness</i> .....	69
Tabel 4. 3 Tabel penyajian data .....	69
Tabel 4. 4 Tabel Analisa Penyajian Data .....	70
Tabel 4. 5 Analisis aktivitas .....	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.



## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Semakin meningkatnya perkembangan teknologi menghadirkan peluang sekaligus tantangan bagi ekonomi dunia, termasuk Indonesia. Salah satu strategi yang sering diterapkan oleh beberapa pegusaha baik usaha yang berskala kecil maupun besar ialah strategi dalam sistem pemasaran suatu mindset pemasaran yang akan digunakan untuk mencapai tujuan pemasaran, dimana di dalamnya terdapat strategi rinci mengenai pasar sasaran penetapan posisi, bauran pemasaran, dan budget untuk pemasaran yakni berkaitan dengan desain produknya tentang desain *booth stand* (Utomo, 2018).

Seiring dengan semakin banyaknya kebutuhan masyarakat yang mengkonsumsi daging ayam maka akan meningkat omset penjualan, meningkatnya omset penjualan menunjukkan bahwa kesadaran masyarakat terhadap pentingnya pemenuhan kebutuhan protein hewani semakin tinggi, hal ini menjadi peluang yang sangat baik bagi pengusaha khususnya pengusaha penjual olahan ayam (Rachman, 2013).

Ayam Geprek 17 menyediakan berbagai macam aneka Ayam Geprek diantaranya ayam geprek mata, ayam geprek dabu-dabu dan ayam geprek meleleh. Hampir semua lapisan masyarakat menggemari ayam geprek, sehingga semakin hari semakin banyak orang yang menekuni usaha ayam geprek dan hal ini akan semakin memperketat persaingan dalam menarik

konsumen untuk membeli produk tersebut. Oleh karena itu, agar kompetisi dalam menarik minat konsumen dapat dimenangkan maka dibutuhkan adanya media promosi untuk mendapatkan perhatian khusus dari para konsumen (Rachman, 2013).

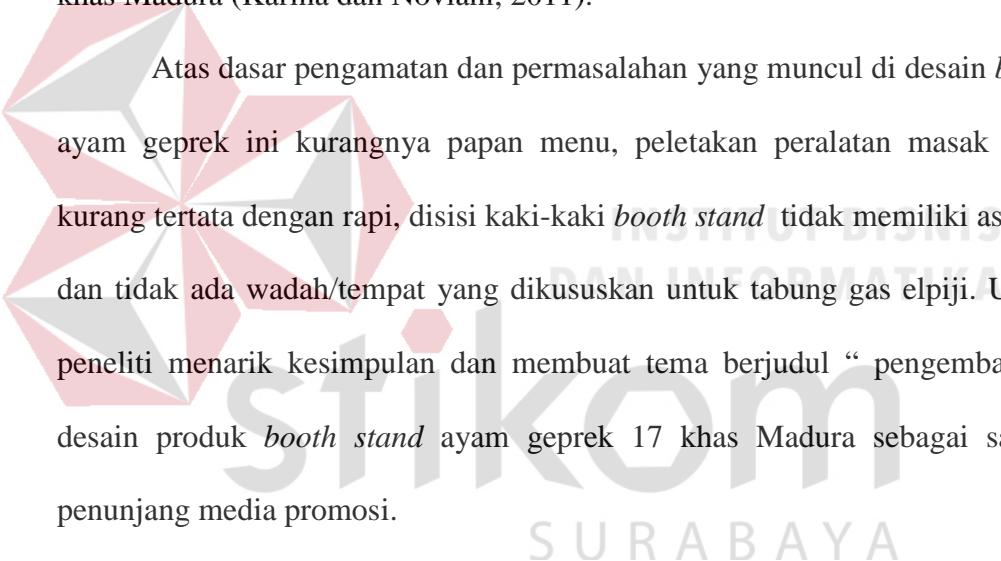
Pedagang ayam geprek ini terhitung masih baru dengan menu yang berbahan dasar ayam, yang sudah banyak pelaku bisnis menerapkan konsep seperti itu, tentu akan sulit untuk bersaing. Cara yang paling efektif bagi Ayam Geprek 17 agar dapat bersaing adalah melalui media perancangan *booth* dan menerapkan ornamen Madura yaitu sebagai pengembangan promosi dan menarik konsumen untuk mengkonsumsi Ayam Geprek.



**Gambar 1. 1 Contoh Ornamen Karapan Sapi Madura**

Sumber : [www.ariefew.com](http://www.ariefew.com)

Ornamen Madura memiliki warna, jenis, maupun corak yang sangat beragam. Selain itu ornamen Madura memiliki karakter yang kuat dan menggambarkan khas ciri setempat. Masyarakat Madura menerapkan ornamen Madura pada beberapa seni maupun bangunan. Penerapan ornamen Madura pada *booth* di Madura saat ini sangat jarang ditemukan, kebanyakan *booth* pada umumnya bergaya *modern*. Oleh sebabnya penerapan ornamen Madura pada *booth* perlu menerapkan ornamen Madura yang dapat memberikan ciri khas Madura (Karina dan Noviani, 2011).



Atas dasar pengamatan dan permasalahan yang muncul di desain *booth* ayam geprek ini kurangnya papan menu, peletakan peralatan masak yang kurang tertata dengan rapi, disisi kaki-kaki *booth stand* tidak memiliki as roda dan tidak ada wadah/tempat yang dikususkan untuk tabung gas elpiji. Untuk peneliti menarik kesimpulan dan membuat tema berjudul “ pengembangan desain produk *booth stand* ayam geprek 17 khas Madura sebagai sarana penunjang media promosi.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang rumusan masalah di atas, dapat disimpulkan masalahnya yaitu : “Bagaimana mengembangkan Desain produk *Booth Stand Ayam Geprek17 Khas Madura Sebagai Sarana Penunjang Media Promosi”.*

### 1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan batasan masalah di atas, pembatasan masalah perlunya Perancangan *Booth stand* Untuk Pengembangan Media Promosi Ayam Geprek 17 Khas Madura.

- a. Penelitian ini dilakukan di UKM Ayam Geprek Jl Trunojoyo 38 Bangkalan Madura
- b. Fokus penelitian hanya di lakukan untuk mengembangkan desain *booth stand* sebagai sarana media promosi
- c. Menggunakan bahan besi balok, plat besi, agar tahan terhadap panas dan hujan.

### 1.4 Tujuan Peneliti

Dengan penelitian ini bertujuan untuk membuat Konsep Perancangan *Booth* Untuk Mengembangkan Promosi Ayam Geprek 17 Khas Madura.

- a. Menghasilkan *booth stand* yang lebih moderen sebagai penunjang media promosi untuk pedagang UKM agar dapat bersaing dengan UKM lainnya di masyarakat.
- b. Memberikan solusi bagi pedagang UKM agar lebih maju
- c. Meningkatkan produktifitas dan kreativitas penulis

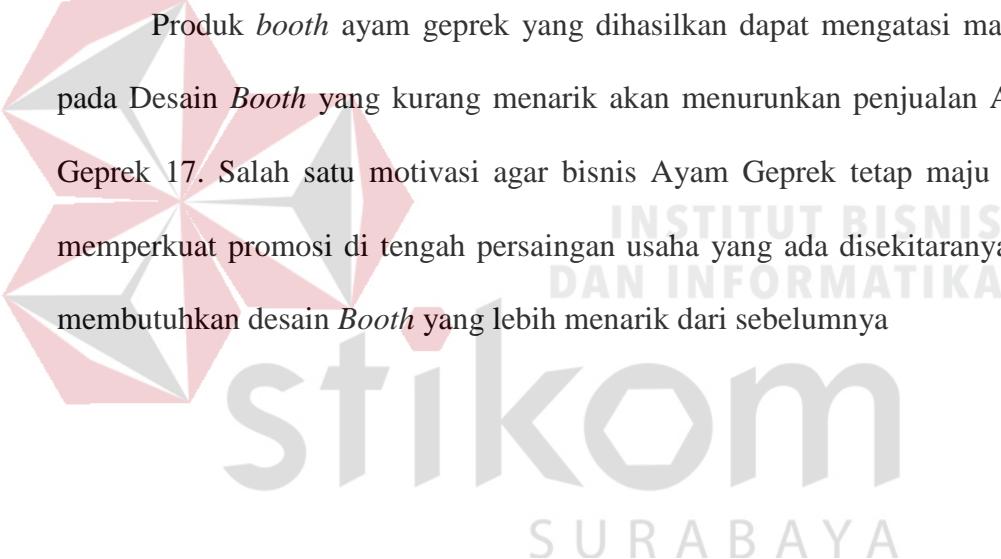
### 1.5 Manfaat Peneliti

Dalam melaksanakan perancangan tentunya ada sesuatu yang diharapkan, salah satu diantaranya agar hasil perancangan yang telah dilaksanakan bermanfaat terhadap perancang dan orang lain.

## 1.6 Manfaat Teoritis

Bagi lembaga (Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya) dan program studi S1 Desain Produk adalah sebagai sumbangan bagi pengembangan ilmu pengetahuan dibidang *booth* dan sebagai *booth* ayam geprek dalam perancangan dibidang seni rupa khususnya interior yang berkaitan dengan perancangan *booth*.

### 1.5.1 Manfaat Praktis



Produk *booth* ayam geprek yang dihasilkan dapat mengatasi masalah pada Desain *Booth* yang kurang menarik akan menurunkan penjualan Ayam Geprek 17. Salah satu motivasi agar bisnis Ayam Geprek tetap maju yaitu memperkuat promosi di tengah persaingan usaha yang ada disekitaranya dan membutuhkan desain *Booth* yang lebih menarik dari sebelumnya

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

Dalam tinjauan pustaka berisi landasan teori yang relevan terhadap pengembangan furnitur terutama *booth stand* ayam geprek 17. Kajian berupa teori, konsep, maupun prosedur yang berkaitan dengan perkembangan furniture *booth stand* ayam geprek 17 akan dipaparkan dalam bab ini.

#### 2.1 Sejarah Booth



**Gambar 2. 1 Sejarah Booth Stand**

Sumber :[www.cendananews.com](http://www.cendananews.com)



**Gambar 2. 2 Booth Keliling**

Sumber :[www.jatim.tribunnews.com](http://www.jatim.tribunnews.com)

Gerobak atau *Booth* telah disebut dalam berbagai literatur sejak abad ke-2SM. kitab suci India Rgveda menulis bahwa pria dan wanita bagaikan dua roda dari gerobak. Gerobak tangan yang di dorong oleh manusia digunakan secara luas diseluruh dunia. Gerobak sebagai kendaraan tradisional yang dulunya cukup banyak dapat ditemukan di seluruh Jawa. Pada masa lalu raja Hayam Wuruk pun sering menggunakan kendaraan berupa gerobak yang ditarik oleh dua ekor kerbau, mungkin dulunya kendaraan yang ditarik oleh binatang dan memiliki sepasang roda disebut juga gerobak. Seperti halnya pada saat ini semua alat angkut beroda dua yang ditarik oleh tenaga manusia juga sering disebut gerobak pengangkut barang bekas dan sebagainya. Pengertian alat angkut yang bernama gerobak itu mulai mengkhususkan

mengacu pada kendaraan beroda dua yang bodinya terbuat dari beberapa batang balok kayu, berdinding anyaman kulit bambu dengan bentuk seperti trapesium, atap umumnya terbuat dari anyaman bambu yang ditumpuk berlapis dengan lapisan paling atas berupa seng.

## 2.2 Perkembangan *Booth*

Gerobak atau *Booth* makanan yang dimanfaatkan para pedagang kaki lima untuk berjualan sewaktu ini terkesan lusuh, dibuat apa adanya dan jauh dari sentuhan tangan kreatif. Bukan Cuma dari sisi penampakan dari segi rancangan maupun struktur *booth* pun kurang memperhatikan kebersihan lingkungan dari debu jalanan.

Padahal gerobak tidak ubahnya sama seperti fasilitas iklan yang bisa dioptimasi juga sebagai penyampai pesan mengenai keunggulan produk yang dijualnya. Gerobak makanan pula dapat dibuat dengan rancangan lebih menarik dan fungsional, terutama untuk melindungi makanan yang dijualnya dari debu. Seiring perkembangan dunia periklanan, gerobak makanan serta yaitu sektor mutlak yang dapat ditingkatkan fungsinya, sehingga gerobak-gerobak yang jual makanan di tepi jalan kini tampil lebih atraktif bersama rancangan yang lebih menarik.

Manfaat yang sanggup diperoleh dengan dengan adanya gerobak atau *booth* diantaranya :

- a. Untuk menaikkan citra dan merk *image* dari *product* yang dijualnya.
- b. Untuk memperindah penempatan & mengundang *customer* untuk membeli

- c. Rancangan grafis dan pemilihan warna yang mencolok berfungsi *eye catching* supaya *business* lebih serentak dikenal & didapati warga yang tidak sedikit.

Sekarang tidak sedikit jasa penggerjaan gerobak makanan yang sediakan pelayanan bersama mengutamakan rancangan rancangan yang menarik dan atraktif (Wikipedia).

### 2.3 *Booth stand modern*



**Gambar 2. 3 Desain *Booth Stand* Moderen 1**

Sumber :[www.sribu.com](http://www.sribu.com)



**Gambar 2. 4 Desain Booth Stand Modern 2**

Sumber:[www.sribu.com](http://www.sribu.com)

Perkembangan teknologi tentu membawa perubahan yang lebih baik lagi, seperti dalam hal bisnis ini. Hal tersebut bisa dilihat banyaknya bisnis penjual makanan maupun minuman yang membuat *Booth* atau *stand* yang menjadikannya tempat penjualan promosi maupun tempat pameran yang di design semenarik mungkin.

*Booth* sebuah mini stage yang dilengkapi dengan berbagai aksesoris sebagai ajang promo untuk produk maupun jasa sampai dengan brading perusahaan.pada umumnya *Booth* ditampilkan pada pameran atau *exhibition* akan tetap pada saat sekarang ini juga digunakan untuk berbisnis seperti *Booth* minuman dan makanan.

### 1. Desain *Booth* yang di Teliti



Gambar 2. 5 Desain *Booth* Yang Di Teliti

Sumber : Dokumen Peneleti

Desain *Booth* yang kurang menarik akan menurunkan penjualan

Ayam Geprek 17. Salah satu motivasi agar bisnis Ayam Geprek tetap maju yaitu memperkuat promosi di tengah persaingan usaha yang ada di sekitaranya dan membutuhkan desain *Booth* yang lebih menarik dari sebelumnya serta dibutuhkan rancangan grafis pemilihan warna yang mencolok dari *Booth* Ayam Geprek agar terkesan lebih menarik dan pelanggan lebih tertarik untuk mencobanya.

## 2. Desain *Booth* Modern



**Gambar 2. 6 Desain *Booth* Modern Saat Ini**

Sumber :[www.derumi.net](http://www.derumi.net)

Kemajuan teknologi tentu membawa perubahan yang lebih baik lagi, seperti dalam hal bisnis Ayam Geprek. Hal tersebut bisa dilihat dari banyaknya bisnis penjual makanan yang menggunakan *Booth* atau stand yang menjadikannya tempat penjualan sebuah makanan. Saat ini tidak sedikit jasa pembuatan *Booth* makanan yang mengutamakan rancangan yang menarik dan atraktif.

3. Roda *Booth*



**Gambar 2. 7 Roda Yang Di Butuhkan Pada Booth**

Sumber :[www.pricearea.com](http://www.pricearea.com)

Roda ini di letakkan di sisi bawah *booth*, kegunaan dan manfaat dari roda ini mempermudah saat memindahkan *booth* yang letaknya kurang tepat atau kurang cocok dan tidak perlu mengangkat *booth* yang bebannya berat dan membahayakan diri sendiri. Pemilik *booth* cukup mendorong *booth* ke tempat yang diinginkan. Hal ini sangat membantu tanpa harus bersusah payah saat memindahkan *booth* tersebut.

4. Gagang Booth



**Gambar 2. 8 Gagang Tangan Pada Booth**

Sumber :[www.pricearea.com](http://www.pricearea.com)

*Booth* membutuhkan barang seperti gambar di atas. Barang ini di letakan di bagian sisi pintu dan rak di dalam *booth* untuk pegangan tangan jika membuka pintu dan rak dari *booth*.

5. Engsel Pintu dan Jendela Pada Booth



**Gambar 2. 9 Engsel Pintu Dan Jendela Pada Booth**

Sumber :[www.pricearea.com](http://www.pricearea.com)

Engsel ini bentuknya seperti engsel kupu-kupu namun lebih tebal dan lebih kokoh, sehingga engsel ini bisa digunakan untuk engsel pada pintu *booth* (pintu yang terbuat dari kayu) Dan engsel ini juga bisa di gunakan sebagai jendela pada *booth* untuk mempermudah membuka tutup jendela dan pintu pada *booth*.

#### 6. Lampu LED Pada *Booth*



Gambar 2. 10 Lampu LED Pada *Booth*

Sumber :[www.iprice.co.id](http://www.iprice.co.id)

Kegunaan lampu LED pada booth stand menerangi *booth* di saat malam hari agar booth stand peletakan lampu LED ini di letakan di kanan kiri bagian ujung *booth* dan dipancarkan ke ornamen logo ayam geprek agar terlihat jelas pada malam hari.

## 2.4 Jenis-Jenis Booth

### 1. Event Desk

Dalam bahasa indonesia, istihah *event desk* disebut juga dengan meja promosi. Umumnya, para pengusahan menggunakan *booth* sejenis ini untuk keperluan promosi di dalam mall atau beberapa pameran, baik itu produk maupun jasa.

*Booth event desk portable* dibuat dari bahan dasar PVC yang ringan namun kuat dan tahan goyah. Selain itu, *booth* ini juga memiliki tampilan yang elegan, sehingga tak jarang jika para pengusaha memilih *booth* ini agar lebih menarik di mata konsumen.

### 2. Booth Pop Up Counter

Varian *booth* berikutnya adalah *booth pop up portable*. *Booth* ini sering di pasang pada saat pameran serta beberapa event tertentu. *Booth pop up counter* memiliki tampilan yang lebih sederhana, sehingga tidak memakan tempat banyak dan mudah dibawa.

### 3. Booth portable

*Booth portable* adalah sebuah meja promo yang bisa dipakai secara serbaguna dalam beragam bentuk aktivitas perniagaan maupun hanya untuk keperluan pameran saja.

Dapat dilipat dan gampang dibawa, sangat cocok untuk yang ingin berjualan atau promosi secara berpindah-pindah tempat. *Booth portable* dibuat dengan aluminium berkualitas yang kokoh dan ringan dibawa.

## 2.5 Material kayu

Material adalah sesuatu yang disusun atau dibuat oleh bahan (Callister & Williem, 2004). Pengertian material adalah bahan baku yang diolah perusahaan industri dapat diperoleh dari pembelian lokal, impor atau pengelolahan yang dilakukan sendiri (Mulyadi, 2000). Dari beberapa pengertian tersebut, dapat disimpulkan bahwa material adalah sebagai beberapa bahan yang dijadikan untuk membuat suatu produk atau barang yang bermanfaat.



**Gambar 2. 11 contoh Bahan Kayu**

Sumber : [www.saktidesain.com](http://www.saktidesain.com)

### 1. Bahan Kayu

kayu adalah bagian batang atau cabang serta ranting tumbuhan yang mengeras karena mengalami lignifikasi (pengayuan). Kayu digunakan untuk berbagai keperluan, mulai dari memasak, membuat perabot (meja, kursi, lemari, rompong), bahian penggunaan (pintu, jendela, rangka atap) bahan

kertas, dan banyak lagi. Kayu juga dapat di manfaatkan sebagai hiasan-hiasan rumah tangga dan sebagainya.

a. Ciri-Ciri Kayu Pinus

warna kayu berwarna merah kecoklatan dan kayu gubal berwarna kuning dan krem. Garis lingkaran tahun pinus radiata lumayan jelas terlihat sehingga garis serta kayu pada pembelahan tangensial bisa terlihat jelas pula.

b. Ciri-Ciri Kayu Mahoni

Kaya Mahoni teksturnya cukup halus, seratnya indah dan berwarna merah muda sampai merah tua. Banyak digunakan sebagai elemen dekorasi ruangan. Termasuk kayu dengan kelas awet III dan kelas kuat II, III. Pohon mahoni banyak ditemui di antara hutan jati di pulau jawa, atau ditaman di tepi jalan sebagai tanaman pelindung.

c. Ciri-Ciri Kayu Jati

Bentuk pohon besar pada umur 100 tahun dengan tinggi 25-50 meter menurut bonitsit. Batang dapat bulat dan lurus apabila tumbuh di tempat yang kurang subur dan tegakan yang kurang rapat serta akibat dari kebakaran dan pengembalaan mempunyai kencendurungan untuk melengkung. Batang-batang yang besar biasanya menunjukkan penampang yang tidak rata.

Bentuk dahan bengkok-bengkok dan berlekuk-lekuk, bercabang banyak dengan ranting-ranting yang besar, berpenapang empat persegi dan berbulu banyak. Daun berhadapan, berpucuk lancip dan bertangkai

pendek. Bagian atas hijau kasar bagian bawah daun hijau kekuning-kuningan, berbulu halus. Dengan diantaranya rambut-rambut kelenjar merah mengembang, kalau dirusak daunnya menjadi merah.

Kualitas kanyu coklat kuning keabuan, pecah –pecah menurut alur memanjang, lepas bersisik penapang berlapis, coklat keabuan, hijau daun dan lintisal-lintisan tidak kelihatan

## 2. Bahan Akrilik (Acrylic)



**Gambar 2. 12 Contoh Bahan (Acrylic)**

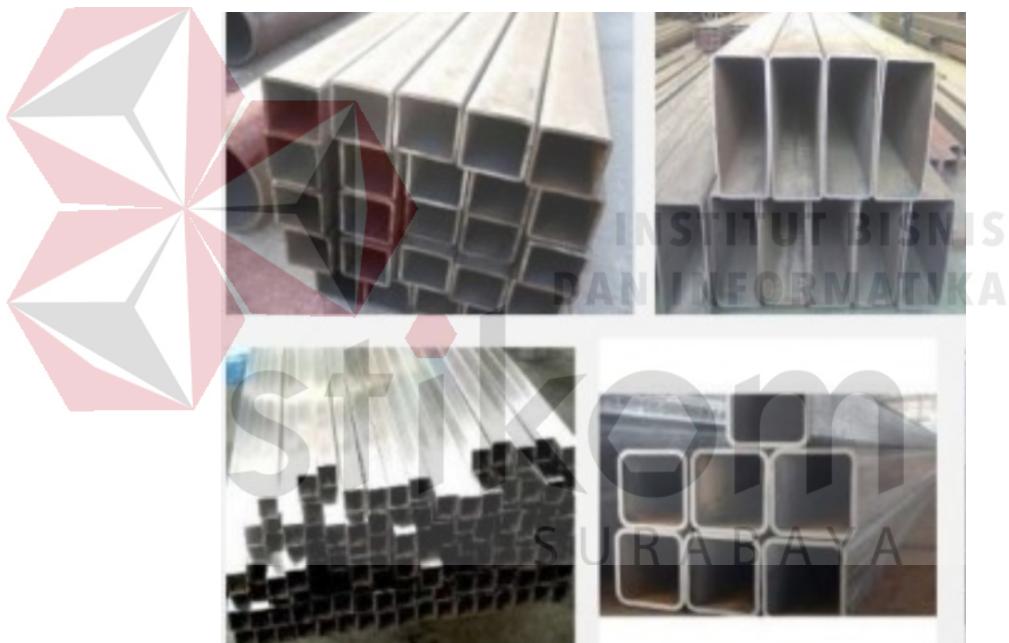
Sumber : [www.indtrading.com](http://www.indtrading.com)

Akrilik (Acrylic) merupakan plastik yang menyerupai kaca, namun memiliki sifat-sifat yang membuatnya lebih unggul dari pada kaca dalam banyak cara salahsatnya dari peredaan sifatnya yaitu dari kelenturan dari akrilik itu sendri. Akrilik tidak mundah pecah, bahan ringan dan juga mudah untuk di potong dikikir, dibor, dihaluskan dikilapkan dan dicat. Sebagaimana

yang bisa dijadikan/ digunakan dalam berbagai hal misalnya dijadikan bingkai foto, perabotan, patung, produk display, hiasan dan lain sebagainya.

Di butuhkan suhu dari 250 derajat farenheit hingga 300 derajat farenheit (dari 121 derajat celcius sampai 149 derajat celcius) adalah semua yang diperlukan untuk membengkokkan dan membentuk plastik akrilik (Acrylic)

### 3. Bahan Besi balok



**Gambar 2. 13 Contoh Bahan (Besi Balok)**

Sumber :[www.asiatoko.com](http://www.asiatoko.com)

Bahan Besi memiliki kekuatan yang hebat dan banyak kemanfaatannya bagi manusia.

Berikut ini manfaat dan kegunaan besi:

- a. Pekerjaan-pekerjaan konstruksi tidak dapat terlepas dari pemanfaatan besi, demikian pula industri auto motif dan permesinan.
- b. Dalam pengolahan bijih besi, Indonesia memiliki krakatau steel yang telah banyak berperan dalam menunjang pembangunan dan kebutuhan besi baja, baik untuk keperluan dalam negeri maupun untuk diekspor.
- c. Penemuan dan pemanfaatan logam besi dan logam-logam lainnya memiliki arti penting untuk mendukung kemajuan peradaban umat manusia.
- d. Dalam kehidupan sehari-hari besi banyak sekali manfaatnya seperti untuk peralatan masak di dapur.

4. Bahan besi plat/seng



**Gambar 2. 14 Contoh Bahan (Besi Plat)**

Sumber : [www.indotrading.com](http://www.indotrading.com)

Atap seng diproduksi dengan lembaran tipis sehingga dengan mudah dalam penggunaan dan pemasangannya, seng bisa juga dikatakan bahan atap yang cukup tahan lama terhadap korosi apalagi kalau seng yang digunakan dicat terlebih dahulu.

Kerugian paling utama adalah seng cukup berisik , suara berisik bisa dikurangi dengan plafon asbes untuk meredam suara.

## 2.6 Promosi

a. Pengertian Promosi Menurut Para Ahli

Menurut ahli pemasaran Harper Boyd, promosi diartikan sebagai upaya membujuk orang untuk menerima produk, konsep dan gagasan.

b. Menurut pakar pemasaran lainnya yaitu Boone dan Kurtz, promosi adalah proses menginformasikan, membujuk dan mempengaruhi suatu keputusan.

Pengertian promosi dari beberapa ahli dapat disimpulkan bahwa promosi adalah untuk memberitahukan, menginformasikan, menawarkan, membujuk atau menyebarluaskan suatu produk atau jasa kepada calon konsumen dengan tujuan agar calon konsumen tersebut pada akhirnya dapat melakukan pembelian.

## 2.7 Tujuan Promosi

Orang melakukan promosi untuk mencapai suatu tujuan tertentu

- a. Untuk menyebarluaskan informasi suatu produk kepada calon konsumen yang potensial.
- b. Untuk mendapatkan konsumen baru dan untuk menjaga loyalitas konsumen tersebut.
- c. Untuk menaikkan penjualan serta laba/keuntungan.
- d. Untuk membedakan dan mengunggulkan produknya dibandingkan dengan produk kompetitor.
- e. Untuk branding atau membentuk citra produk di mata konsumen sesuai dengan yang diinginkan,
- f. Untuk merubah tingkah laku dan pendapat konsumen tentang suatu produk.

## 2.8 Jenis – Jenis Promosi

- a. Promosi secara fisikPromosi dapat diadakan di lingkungan fisik yang biasanya dilakukan pada acara – acara tertentu atau event-event khusus yang di adakan di suatu tempat seperti pameran, bazar, festival,

konser dan lain-lain. Biasanya para penjual membuka semacam *stand* atau *booth* untuk menampilkan dan menawarkan produk atau jasanya.

Kelebihan jenis promosi secara fisik adalah dapat menjangkau para calon konsumen, mereka dapat melihat secara langsung produk atau jasa yang ditawarkan dan dapat langsung bertanya segala sesuatu hal mengenai produk atau jasa tersebut. Dari pihak penjual hal ini dimanfaatkan untuk membujuk dan merayu calon konsumen agar membeli produk atau jasa yang ditawarkan.

Kekurangan cara promosi secara fisik adalah sangat terbatasnya jumlah calon konsumen karena hanya diadakan di lingkungan atau area tertentu seperti perkantoran, kampus, sekolah dan lain-lain.

b. Promosi melalui media tradisional

Jenis promosi melalui media tradisional adalah media cetak seperti koran, majalah, tabloid dan media elektronik seperti radio, televisi serta media di luar ruangan seperti banner atau papan reklame atau papan billboard.

Kelebihan jenis iklan promosi melalui media tradisional adalah dapat menjangkau lebih banyak calon konsumen daripada dengan promosi secara fisik karena jangkauan media yang cukup luas.

Kekurangan cara promosi melalui media tradisional adalah membutuhkan biaya yang sangat besar karena melibatkan media-media besar seperti televisi, penyedia papan billboard dan lain-lain.

c. Promosi melalui media digital

Jenis promosi melalui media digital mencakup media internet dan sosial media atau jejaring sosial. Cara modern untuk berpromosi karena memungkinkan orang melihat produk atau jasa yang dipromosikan melalui teknologi terkini seperti ponsel atau laptop, banyak para pengusaha yang sudah beralih menggunakan media digital sebagai strategi promosi karena media digital merupakan cara paling efektif untuk menjangkau konsumen.

Kelebihan promosi menggunakan media digital adalah dapat menjangkau orang secara luas dengan waktu dan biaya yang efisien. Kekurangan promosi menggunakan media digital adalah banyak sekali kompetitor atau pesaing yang ikut bermain didalamnya. Tugas yang cukup berat bagi para pemasar agar lebih kreatif lagi dalam berpromosi di media digital ini agar lebih menarik calon konsumen dibandingkan kompetitor.

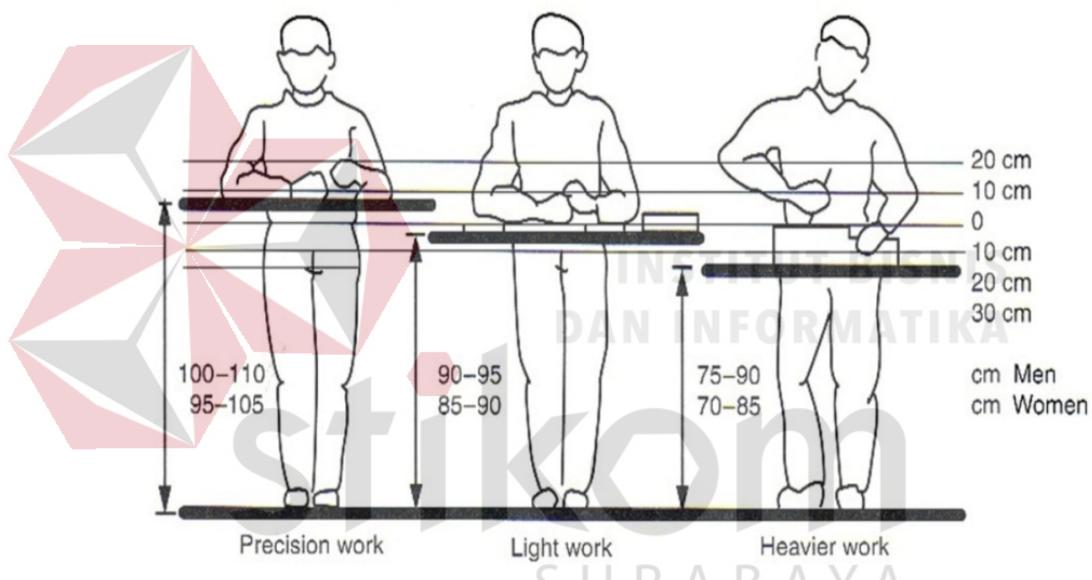
## 2.9 Ergonomi

Istilah ergonomi berasal dari bahasa Latin yaitu *ergon* (kerja) dan *nomos* (hukum alam) dan dapat didefinisikan sebagai studi tentang aspek-aspek manusia dalam lingkungan kerjanya yang ditinjau secara anatomi, fisiologi, psikologi, *engineering*, manajemen dan desain perancangan. Ergonomi berkenaan pula dengan optimasi, efisiensi, kesehatan, keselamatan dan kenyamanan manusia di tempat kerja, di rumah dan tempat rekreasi. Di dalam ergonomi dibutuhkan studi tentang sistem dimana manusia, fasilitas

kerja dan lingkungannya saling berinteraksi dengan tujuan utama yaitu menyesuaikan suasana kerja dengan manusianya (Nurmianto, 2004).

Untuk ukuran ergonomic *booth stand* ayam geprek sendiri telah mengikuti ukuran standar stand menyesuaikan tinggi orang indonesia . Berikut adalah ukuran ergonomic *booth stand*.

### **untuk Posisi Kerja Berdiri**



**Gambar 2. 15 Ukuran Ergonomic Saat Posisi Kerja Berdiri**

Sumber : [www.vedcmalang.com](http://www.vedcmalang.com)

**Tabel 2. 1 Ukuran Ergonomi**

DIMENSI TUBUH	PRIA				WANITA			
	5%	X	95%	S.D	5%	X	95%	S.D
1. Tinggi Tubuh Posisi berdiri Tegak	1.532	1.632	1.732	61	1.464	1.563	1.662	60
2. Tinggi Mata	1.425	1.520	1.615	58	1.350	1.446	1.542	58
3. Tinggi Bahu	1.247	1.338	1.429	55	1.184	1.272	1.361	54
4. Tinggi Siku	932	1.003	1.074	43	886	957	1.028	43
5. Tinggi Genggaman Tangan ( <i>Knuckle</i> ) pada Posisi Relaks ke bawah	655	718	782	39	646	708	771	38
6. Tinggi Badan pada Posisi Duduk	809	864	919	33	775	834	893	36
7. Tinggi Mata pada Posisi Duduk	694	749	804	33	666	721	776	33
8. Tinggi Bahu pada Posisi Duduk	523	572	621	30	501	550	599	30
9. Tinggi Siku pada Posisi Duduk	181	231	282	31	175	229	283	33
10. Tebal Paha	117	140	163	14	115	140	165	15
11. Jarak dari Pantat ke Lutut	500	545	590	27	488	537	586	30
12. Jarak dari Lipat Lutut ( <i>popliteal</i> ) ke Pantat	405	450	495	27	488	537	586	30
13. Tinggi Lutut	448	496	544	29	428	472	516	27
14. Tinggi Lipat Lutut ( <i>popliteal</i> )	361	403	445	26	337	382	428	28
15. Lebar Bahu (bideltoid)	382	424	466	26	342	385	428	26
16. Lebar Panggul	291	330	371	24	298	345	392	29
17. Tebal Dada	174	212	250	23	178	228	278	30
18. Tebal Perut (abdominal)	174	228	282	33	175	231	287	34
19. Jarak dari Siku ke Ujung Jari	405	439	473	21	374	409	487	34
20. Lebar Kepala	140	150	160	6	135	146	157	7
21. Panjang Tangan	161	176	191	9	153	168	183	9
22. Lebar Tangan	71	79	87	5	64	71	78	4
23. Jarak Bentang dari Ujung Jari Tangan Kanan ke Kiri	1.520	1.663	1.806	87	1.400	1.523	1.646	75
24. Tinggi Pegangan Tangan (grip) pada Posisi Tangan Vertikal ke Atas & Berdiri Tegak	1.795	1.923	2.051	78	1.713	1.841	1.969	79
25. Tinggi Pegangan Tangan (grip) pada Posisi Tangan Vertikal ke Atas & Duduk	1.065	1.169	1.273	63	945	1.030	1.115	52
26. Jarak Genggaman Tangan (grip) ke Punggung pada Posisi Tangan ke Depan (horizontal)	649	708	767	37	610	661	712	31

Sumber: [www.univmed.org](http://www.univmed.org)

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1. Perancangan Penelitian**

Dalam penelitian ini akan menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif yang merupakan metode penelitian yang berusaha menggambarkan suatu objek atau subjek yang akan diteliti sesuai dengan apa adanya dengan tujuan menggambarkan secara sistematis fakta dan karakteristik suatu objek yang akan diteliti secara tepat. Kirk & Miller (Arifin, 2010:25) berpendapat bahwa penelitian kualitatif adalah tradisi tertentu dalam ilmu pengetahuan sosial yang secara fundamental bergantung dari pengamatan manusia baik dalam kawasannya maupun dalam peristilahannya. Adapun pendekatan yang dimaksud adalah observasi, wawancara, dokumentasi, studi literatur, dan studi competitor.

##### **3.1.1 Riset Lapangan**

Pada tahap ini merupakan taha-tahap dimana peneliti mencari informasi mengenai produk yang akan dikembangkan yang sudah ada di masyarakat sekitar, dan menganalisis kekuatan dan kelemahan dari produk tersebut, sehingga produk hasil pengembangan dari produk sebelumnya dapat lebih memiliki nilai fungsi dan memiliki kelebihan atau kekuatan dari produk sebelumnya yang udah ada.

### 3.1.2 Analisis

Menurut Amirin (1991:12), unit analisis adalah merupakan sesuatu yang berkaitan dengan fokus yang diteliti. Unit analisis merupakan suatu penelitian yang dapat berupa benda, individu, kelompok, wilayah dan waktu tertentu sesuai dengan fokus penelitiannya. Pada penelitian kualitatif pada dasarnya analisis data mempergunakan pemikiran logis, analisis dengan logika, dengan induksi, deduksi, analogi, komparasi, dan sejenisnya.

Pada tahap ini peneliti melakukan analisis data dan mengidentifikasi masalah berdasarkan data yang telah diperoleh dilapangan, yaitu tentang kebutuhan masyarakat terhadap semakin terbatasnya lahan yang ada. Yang dimana bertujuan untuk menemukan solusi dalam menyelesaikan masalah. Sehingga dalam hal ini peneliti yang di dapatkan dan menemukan suatu penawaran solusi agar desain dari *booth stand* yang sudah ada menjadi suatu desain ulang yang lebih menarik dan penataan ulan menjadi lebih maksimal pada suatu penelitian desain dan bentuk *booth* yang di peroleh tidaak terlalu menarik, karena dari desain dan kegunaan *booth stand* yang dipilih dalam penelitian dan lebih difokuskan. Dengan cara menyusun pengembangan desain *booth stand* dengan cara memaksimalkan sisa dari bentuk *booth* yang lebih menarik lagi yang terdapat di pedagang kaki lima/UKM di sekitar wilayah penduduk masyarakat di Bangkalan

### 3.1.3 Gagasan Desain Kemasan

peneliti menemukan suatu gagasan baru atau ide mengenai pengembangan desain *booth stand* ayam geprek yang baik secara fungsional maupun visual yang berdasarkan kebutuhan target dari penelitian dilapangan. Adapun strategi yang ditawarkan yaitu meliputi bahan, *finishing*, dan keunikan bentuk, serta adanya tambahan nilai fungsi sebagai studio foto produk yang sudah ada di masyarakat, hal tersebut yang menjadikan perbedaan dalam segi kekuatan dan bentuk dari pada produk sebelumnya.

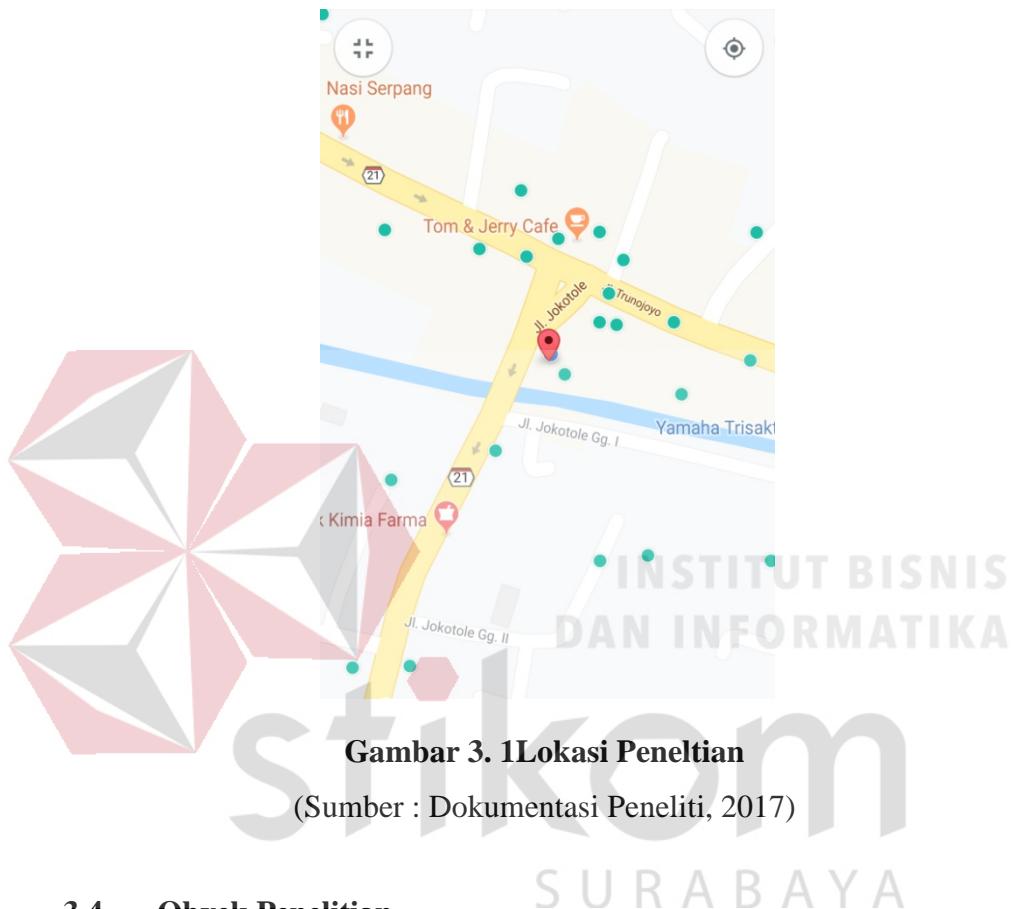
### 3.2. Jenis Penelitian

Pada penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif secara deskriptif. Moleong (2007:4) berpendapat bahwa penelitian kualitatif merupakan penelitian yang bermaksud untuk memahami tentang apa yang dialami oleh subyek penelitian, misalnya persepsi, perilaku, pandangan, motivasi, tindakan sehari-hari, secara holistik dan dengan metode deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa (naratif) pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.

### 3.3. Lokasi Penelitian

Lokasi yang akan diambil untuk penelitian yang berhubungan dengan pengembangan *booth* ayam geprek 17 di Jl Trunojoyo 38 Bangkalan Madura dan. Dikarenakan peminat dari masyarakat sekitar kurang, dan dari desain bootnya kurang menarik pelanggan penataan lokasi yang kurang strategis dari

penelitian mefokuskan dari segi desain *booth* dan brending dari segi logo ayam geprek



### 3.4. Obyek Penelitian

Dengan permasalahan yang telah dijabarkan sebelumnya, maka objek penelitian yang akan diambil oleh peneliti yaitu *booth stand* ayam geprek<sup>17</sup>, dimana dari bentuk/desain *booth* tersebut dapat dikembangkan melalui desain yang dapat memaksimalkan segi desain dan bentuk dari UKM ayam geprek<sup>17</sup> sehingga dapat menjawab permasalahan sosial yang ada dilapangan.



**Gambar 3. 2 Objek Penelitian**

Sumber : Dokumen Peneliti

### 3.5. Model Kajian Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan unit analisis dengan menggunakan model kajian sosial budaya dengan variable pengembangan desain *booth stand* ayam geprek yang lebih baru. Dalam model kajian sosial budaya terdapat suatu kesatuan pada produk yang akan dikembangkan, dimana fokus analisis penelitian kali ini merupsakan mengembangkan desain *booth stand* yang akan mengangkat budaya Madura dan budaya masyarakat urban yang mempengaruhi dinamika modernisasi. Dalam hal ini, fungsional dan biaya yang menjadi fokus dari penelitian. Adapun elemen-elemen yang akan dikembangkan adalah bahan, mobilitas, dan finishing.

### 3.6. Teknik Pengumpulan Data

#### 3.6.1 Observasi

Observasi memiliki makna lebih dari sekedar teknik pengumpulan data teknik pengamatan ini juga melibatkan aktivitas seperti bentuk desain *booth* semenarik mungkin untuk menarik para pelanggan .

Mendefinisikan observasi sebagai pengamatan atas perilaku manusia, atau lingkungan alam, budaya, keyakinan, yang memiliki dampak kepada kehidupan manusia. (Rully Indrawan dan Poppy Yaniawati, 2014: 134).

Observasi penelitian yang dilakukan secara langsung pada saat penelitian di lokasi penjual UKM ayam Geprek 17 yang berlokasi di daerah Bangkalan, Madura.

#### 3.6.2 Wawancara

Teknik pengumpulan data dengan cara wawancara menggunakan teknik wawancara *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling* dan *snowball sampling* yang dimana narasumbernya meliputi akademisi yang berkompeten di bidang desain produk ITTS (Sekolah Tinggi Teknik Surabaya) dan akademisi yang berkompeten dibidang khusus furniture ITTS (Sekolah Tinggi Teknik Surabaya) bapak Detio, praktisi yang bekerja dibidang mebel furniture pembuatan booth stand/rompong surabaya bapak Nobby, dan pemerintahan Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindak) Sidoarjo oleh bapak Suher

Dari wawancara ini juga diperoleh informasi tentang sosial budaya masyarakat pedagang kaki lima, proses penggerjaan, ukuran produk, bentuk

produk, bahan yang akan digunakan, desain visual, finishing, *hardware* yang digunakan

### 3.6.3 Dokumentasi

Metode dokumentasi ini dilakukan dengan cara mendokumentasikan semua kegiatan yang berkaitan dengan proses penelitian berlangsung di lapangan, mulai awal memulai penelitian hingga proses penggerjaan produk hingga selesai, agar mendapatkan seluruh sumber data yang diperoleh untuk melengkapi penelitian yang di perlukan oleh produk yang akan dikembangkan, baik secara sumber tertulis, video, foto kegiatan yang semua tersebut untuk mendapatkan data yang maksimal mungkin dan memberikan informasi bagi proses penelitian.

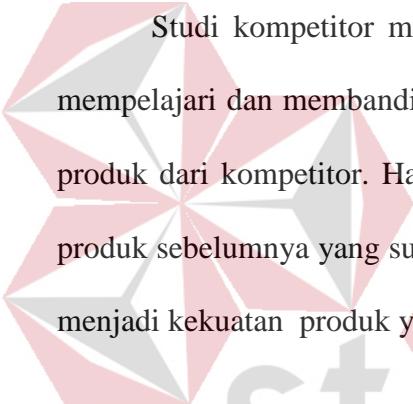
### 3.6.4 Studi Literatur

Studi literatur dilakukan dengan cara mencari referensi untuk mendapatkan literatur atau bahan-bahan teori yang diperlukan dari berbagai wacana yang berkaitan dengan penyusunan laporan dan mempelajari peraturan-peraturan yang berhubungan dengan penelitian selama ini yang telah didapatkan dan menunjang keabsahan data-data yang telah diperoleh di lapangan secara fakta dan terbukti kebenrannya permasalahan. Pada metode ini digunakan untuk berbagai macam literatur yang berhubungan dengan proses pengembangan desain *booth stand* untuk memperluas daya tarik masyarakat sekitar, seperti buku, jurnal, majalah, dan artikel yang diperoleh dari sebuah *website*.

### **3.6.5 Studi Eksisting**

Studi eksisting merupakan metode pengumpulan data dengan cara mempelajari dan menganalisis produk yang sudah ada. Hal ini dimaksudkan untuk mencari kelemahan dari produk sebelumnya untuk dikembangkan kembali menjadi produk yang lebih berkualitas tinggi di masyarakat. 'pengembangan yang akan dikembangkan'

### **3.6.6 Studi Kompetitor**



Studi kompetitor merupakan metode pengumpulan data dengan cara mempelajari dan membandingkan pengembangan produk yang diteliti dengan produk dari kompetitor. Hal ini dimaksudkan untuk mencari kelemahan dari produk sebelumnya yang sudah ada dari competitor atau pesaing untuk diubah menjadi kekuatan produk yang akan dikembangkan kembali.

## **3.7. Teknik Analisis Data**

Untuk memudahkan dalam penyajian data agar mudah dipahami, maka teknik analisis data yang akan digunakan dalam teknik penelitian untuk memperoleh data yaitu *analysis interactive*, dari model dari Miles dan Huberman. Yang membagi langkah analisis data dalam beberapa bagian data yang dipilih, yaitu pengumpulan data (*data collection*), reduksi data (*data reduction*), penyajian data (*data display*), dan penarikan kesimpulan atau verifikasi.

### 3.7.1 Reduksi Data

Pada proses reduksi data, data yang telah diperoleh akan di kelompokan berdasarkan permasalahan yang ada dilapangan, dan data-data yang akan dibutuhkan, sehingga penelitian tidak melebar dikarenakan data yang tidak akurat dan efisien.

Reduksi data merupakan hasil dari bagian analisis data yang mengacu pada bentuk dari analisis pemilihan data, pemfokusan, penyederhanaan, dan pentransformasi data mentah. Dalam reduksi data terdapat berbagai tahap, seperti membuat rangkuman, memilih tema, membuat pemisah-pemisah, pemberian kode, menulis memo-memo dan pengembangan.

### 3.7.2 Penyajian Data

Proses penyajian data dilakukan untuk melihat data-data yang telah tereduksi selama penelitian yang dilakukan mempunyai pola-pola yang bermaksan, dan memberikan arti, sehingga dapat yang dilakukan dengan teknik proses penarikan kesimpulan, dan dapat dilakukan tahap-tahap proses selanjutnya.

### 3.7.3 Verifikasi Kesimpulan

Tahap terakhir yang akan di gunakan adalah penarikan kesimpulan berdasarkan temuan dan melakukan verifikasi data. Pada dasarnya kesimpulan awal yang sudah diperoleh masih yang bersifat sementara dan kesimpulan tersebut akan berubah jika ditemukannya bukti-bukti yang sangat mendukung dengan tahap-tahap pengumpulan data tahap berikutnya. Proses untuk

mendapatkan bukti-bukti inilah yang dimaksud dengan verifikasi data. Proses verifikasi ini mefokuskan untuk menguji kembali sehingga dapat menarik sebuah kesimpulan. Setelah melalui proses diatas akan mendapatkan sebuah (*keyword*) yang sangat dibutuhkan oleh peneliti, dan tahap selanjutnya akan dikembangkan lagi untuk menjadi sebuah konsep pada perancangan penelitian.



## **BAB IV**

### **KONSEP DAN PERANCANGAN**

Dalam konsep dan perancangan ini akan membahas tentang penggunaan metode yang akan di aplikasikan dalam perancangan karya dan hasil dari perancangan tersebut. Hasil observasi dan wawancara, serta teknik yang digunakan dalam pengembangan kemasan sebagai upaya meningkatkan citra.

#### **4.1 Hasil Pengumpulan Data**

##### **4.1.1 Observasi**

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan pada tanggal 25 Juni 2019 pada beberapa tempat salah satunya di rombongku terletak di Surabaya rombongku sudah terkenal di daerah surabaya dengan serta Unit Pelayanan Yang ada dirombongku terkenal dengan usaha pembuatan *booth stand*/rompong yang berkualitas baik di masyarakat dengan fitur beraneka desain *booth* di antaranya fitur modern hingga clasic/minimalis dan penggerjaan *booth* yang kebanyakan desain atau bentuk *booth* manyoritas minimalis dan modern tahap perwarnaan yang kebanyakannya di gunakan pada *booth* warna-warna yang cerah misalnya warna kuning, merah, hijau tergantung permintaan konsumen.

Tapi konsumen kebanyakan memintaan warna pada *booth* warna yang cerah tetapi tidak menghilangkan kesan modern dan minimalsinya pada desain *booth* pada tahap pembuatan rompong atau *booth stand* memakan waktu

sampai tiga minggu hingga satu bulan karena pembuatan *booth* membutuhkan proses. peroses pengukuran, pembuatan kerangka *booth* yang di inginkan hingga pewarnaan sampai pemasangan brending pada *booth* memakan waktu cukup lama.

#### **4.1.2 Wawancara**

##### **1. Akademisi**

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan pihak akademisi (ITTS) Sekolah Tinggi Teknik Surabaya yaitu bapak Detio selaku orang yang berkompeten berkecimpung dibidang desain produk khususnya furniture dan selaku orang yang berkompeten dibidang desain produk yang dianggap memahami lebih dalam tentang bagaimana desain produk di saat ini menjawab masalah sosial yang ada pada masyarakat di sekitar kita terutama pengembangan desain UKM *booth stand* saat ini sangat banyak di kalangan masarakat di pedagang kaki lima maupun di mol dan di supermarket Desain produk saat ini menjadi penawaran pemecahan masalah sosial, tidak mudah untuk mengatasi masalah social yang ada dapat diatasi oleh desain produk, terutama pada pengembangan desain produk *booth stand*, seperti tempat *booth stand* berornamen budaya.

Produk merupakan suatu hal yang dapat mengatasi masalah dan Menurut bapak Detio pada saat ini beberapa wilayah di perkotaan mengalami kurangnya ketersediaan lahan untuk UKM dan pedagang kaki lima opini tersebut didukung pada fakta bahwa saat ini terdapat bangunan dan tidak ada untuk lahan pedagang kaki lima dan terjadinya para pedagang kaki lima yang

nekata berjualan di pingiran jalan raya, saat ini *booth stand* sering sekali dijumpai oleh mayarakat sekitar yang bentuk dan perwarnaan dari *boothnya* menarik pelanggan untuk mencoba. Tidak hanya terdapat pada kota metropolitan seperti Surabaya dan Jakarta saja, kota-kota seperti perdesaan/perkampungan juga manyoritas UKM menggunakan *booth stand* yang minimalis dan moderen perkembangan desain *booth stand* tersebut. Menurut pak Detio, dalam suatu hunian desain para pendesainer fornitur dan pembuatan *booth stand* harus memiliki inofasi baru yang lebih merik dari sebelumnya dan memiliki berbagai macam fungsi di setiap sisi *booth* sdn tidak terlalu banyak motif, tetapi mempunyai berbagai macam fungsi di dalam satu *booth stand*.



**Gambar 4. 1 Wawancara Pribadi Dengan Bapak Detio**

Sumber : Dokumen Peneliti

## 2. Praktisi

Berdasarkan hasil wawancara terhadap bapak Nobby selaku pemilik (*rombongku*) praktisi yang bekerja di Unit Pelaksanaan pembuatan rombong/

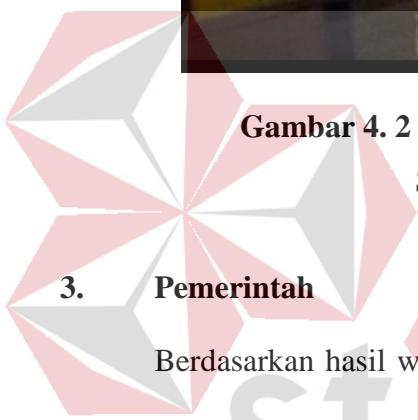
*booth stand.* Mengetahui secara detail tentang pembuatan *booth stand* ini yang ada di lapangan. Menurut pak nobi *booth* yang ada di lapangan saat ini yaitu *booth* dengan desain yang motifnya unik minimalis dan moderen. Booth saat ini banyak menggunakan sistem kenokdon agar lebih simpel jika ingin dipindahkan dan biaya pengiriman lebih murah karena tidak memakan tempat saat pengiriman berlangsung tetapi tetap memiliki berbagai macam fungsi didalamnya tidak mengurangi fitur kebutuhan pada *booth stand*, sehingga efisien dalam penggunaan *booth stand*, dan untuk bahan baku sendiri untuk *booth stand* outdoor saat ini banyak menggunakan bahan dari plat besi agar tahan pada panas hujan dan untuk *booth stand* yang indoor tetap menggunakan bahan kayu.

Karena tidak terkena panas hujan, kayu yang digunakan kebanyakan kayu lapis karena bahannya mudah di temukan dan harga kayu lapis tidak mahal dibandingkan kayu kayu lainnya tidak hanya pembuatan *booth stand* saja yang menggunakan kayu lapis tetapi furnitur atau interior lainnya juga banyak yang menggunakan kayu lapis, kayu olahan sebagai bahan baku, dikarenakan bahan kayu lapis kayu olahan yang dapat dibentuk dengan mudah dan tidak melalui proses yang panjang. Untuk *finishing* saat ini banyak yang menggunakan *High Pressure Laminate* sebagai lapisan terluar, cat duko, melamin sebagai *finishing* kayu lapis, dan *finishing* untuk plat besi menggunakan *finishing* cat khusus untuk bahan besi sama seperti pada umumnya.



**Gambar 4. 2 Wawancara Pribadi Dengan Bapak Arif**

Sumber : Dokumen Peneliti



INSTITUT BISNIS  
DAN INFORMATIKA

Berdasarkan hasil wawancara oleh Berdasarkan hasil wawancara oleh Dinas Perindustrian dan Perdagangan (*Disperindak*) mengatakan bahwa pemerintah surabaya mengatakan, oleh Bapak Suher mengatakan bahwa padagang kaki lima disaat ini sangat banyak di jumpai oleh masyarakat di sekitarnya dan tibulnya persaingan para pedagang kaki lima di daerah sekitar kita dan bagaimana cara pemerintah mengatasi persaingan antar pedagang kaki lima dan Timbulnya ide masyarakat untuk membrending logo *booth stand* semenarik mungkin tidak hanya logo saja tetapi mendesain ulang *booth stand* UKM dengan bentuk *booth stand* yang unik, lebih moderen dan cocok dengan UKM yang di jual setelah itu pemilihan warna pada *booth stand* dengan warna-warna yang cerah agar menarik para pelanggan dan

meningkatkan perkonomian masyarakat dengan omset penjualannya setiap bulannya terus meningkat. Hal tersebut dianggap dikarenakan alat produksi para pendesainer *booth stand* terus meningkat dan Dimana Indonesia juga ikut berpartisipasi dalam acara *Salone Internationali del mobile* yang merupakan ajang tahunan yang menjadi barometer perkembangan *trend an desain furniture* didunia.



**Gambar 4. 3 Wawancara Pribadi Dengan Bapak Suher**

Sumber : Dokumen Peneliti

#### **4.1.3 Dokumentasi**

Dari gambar 4.5 dan gambar 4.6 terdapat foto yang diambil di lapangan pada tanggal 19 Juni 2019 lokasi pembuatan *booth stand* di (rombongku) yang berbeda menampilkan fakta bahwa pada saat ini desain yang diminati oleh masyarakat sekitar yaitu desain yang minimalis dan dari

segi bentuk *booth* yang unik, sehingga menghasilkan *booth stand* yang simpel tetapi fungsional

Sedangkan untuk *finishing* saat ini rata-rata menggunakan *vernis* pada lapisan besi dan kayu, dan untuk bahan banyak yang menggunakan bahan plat besi untuk di area outdoor berbeda dengan bahan kayu jika menggunakan bahan kayu untuk di area indoor karena tidak terkena sinar matahari dan hujan. Untuk warna sendiri banyak furnitur menggunakan warna cerah dan cenderung warna merah, kuning dan orange, baik tekstur maupun *solid* (lihat gambar 4.5).



**Gambar 4. 4 Booth Tand Yang Di Opserfasi Di Lapangan**

Sumber : Dokumen Peneliti



Gambar 4. 5 Booth Stand Minimalis Yang Ada Di Lapangan

Sumber : Dokumen Peneliti



Gambar 4. 6 Booth Stand Yang Ada Di Lapangan

Sumber : Dokumen Peneliti

#### 4.1.4 Studi Literatur

##### 1. Furniture minimalis

Pada tahun 1920, desainer eropa bernama Marcel Breuer dan Ludwig Mies van der Rohe (Jerman, 1886,1969), baru saja mengembangkan konsep desain furniture yang minimalis dengan menggunakan bahan baja tubular dan pelapis tipis. Mies van der Rohe yang merupakan salah satu arsitek berpernagaruh pada abad 20 memiliki pengaruh yang sangat cukup besar pada desain furnitur yang menarik, meskipun dia tidak pernah memiliki keinginan besar sebagai arsitek (Peter Dormer 1993:117).

Sebuah prinsip dasar desain furniture adalah sebuah bentuk yang memiliki prinsip yang dasar cukup jelas dan memiliki fungsi setiap bagian, konsep desain yang disesuaikan dengan kebutuhan serta aktifitas penggunaanya sehari hari, kesesuaian pemilihan bahan dan *finishing* yang tepat, serta sistem konstruksi yang benar. Memperhatikan detail kenyamanan pengguna sehingga produk tersebut memiliki standar *ergonomic* dan *anthropometris*. Pemilihan jenis bahan untuk aksesoris juga berpengaruh besar dan perlu diperhatikan sehingga sesuaikan dengan *style furniture* tersebut sehingga menjadi produk yang fungsional, ergonomic, dan estetis menurut (M. Sholahudin 2014:03).

Menurut Gani (1995 : 1), dalam tahap-tahap mendesain mebel ada beberapa hal yang perlu dipertimbangkan dengan kebersamaan secara menyeluruh supaya desain menjadi berfungsi dengan apa yang diharapkan :

- a. Tujuan pemakaian
- b. Keinginan pemakai
- c. Fungsi perabot
- d. Bentuk/kesan/penampilan luar
- e. Bahan yang dipakai
- f. Konstruksi
- g. Cara pembuatan



**Gambar 4. 7 Booth Stand Indor Minimalis**

Sumber : Dokumen Peneliti



**Gambar 4. 8 Booth Stand Indor Minimalis**

Sumber : Dokumen Peneliti

## 2. Pengertian fungsi vernis dalam kehidupan sehari-hari

Pernis adalah bahasa finishing yang wajib di gunakan untuk semua jenis bahan baku besi dan kayu. Banyak yang menggunakan produk pernis untuk semua furniture baik itu sekala industri besar dan menengah bahkan para pengguna DIY atau end user seperti para penghobby kayu. Kemampuan pernis untuk melindungi media kayu dan besi sudah tidak diragukan lagi karena pernis sendiri akan menimbulkan lapisan film yang kuat dan juga tebal.

Selain itu juga pernis akan memberikan hasil akhir warna natural kayu.

Berbeda dengan cat duco yang akan menutup warna kayu menjadi warna yang lain pernis kayu memberikan tampilan warna natural dimana akan memperlihatkan serat kayu dan besi. Jika memiliki jenis kayu yang mahal seperti kayu jati tua maka warna kayu transparan bisa menjadi pilihan utama. Lingkaran tahun yang ada pada kayu akan terlihat dengan baik dan menambahkan dengan nilai estetika di dalam rungan

### 3. Ruang gerak dalam dalam *booth stand*

Di saat ingin membangun sebuah *booth stand* di pinggi jalan atau di area di pertokoan perlu adanya strategi dalam pemilihan lokasi dan penepatan *booth stand*, sehingga ruang-ruang yang terletak pada *booth* tersebut menjadi salah satu kenyamanan penjual dan pembelinya, terutama penataan dan peletakan booth .seperti halnya yang menjadi perencanaan salah satu untuk nyamanan kenyamanan konsumen dalam berjualan harus di terutamakan konsumen, dan kenyamanan penjaga *booth* atau yang berjualan harus memiliki kenyamanan dalam kegiatan berjualannya di dalam ruang gerak *booth stand*

Diperhatikan, berikut hal-hal yang harus diperhatikan dalam penataan ruang ruang gerak dalam booth stand menjadi maksimal :

- a. Jenis aktifitas, aktifitas apa saja yang dilakukan sehari-hari pada penjualnya tersebut, sehingga dapat mengetahui perabot apa saja yang diperlukan di dalam *booth* tersebut.
- b. Ukuran *booth stand* juga perlu diperhatikan agar ruang gerak menjadi tidak terbatas, pemilihan ukuran sesuai dengan kebutuhan, dan hindari penggunaan *booth stand* yang terlalu memakan tempat

### 4. Gaya hidup masyarakat urban

Masyarakat sendiri memiliki arti sekelompok orang yang membentuk sebuah sistem semi tertutup maupun semi terbuka, dimana sebagian besar interaksi dilakukan oleh antar individu pada kelompok tersebut, dan kata urban sendiri memiliki dua arti yang hampir sama yaitu sebagai kata benda

yang berarti orang yang berpindah dari desa ke kota, dan sebagai kata sidat yaitu suatu hal yang berkenaan dengan kota atau bersifat kekotaan, secara tidak langsung mereka disebut kaum urban dikarenakan secara geografis mereka tinggal di kota.

Sudah bukan hal yang awam bagi penduduk kota besar khususnya pekerja untuk mengikuti gaya hidup konsumatif di lingkungannya. Bahkan hal tersebut sepertinya sudah menjadi standart hidup orang di daerah metropolitn mereka rela membeli kopi seharga 40.000 hingga 50.000, berolahraga di gymnaia yang satu kali datang bisa merogok kocek puluhan hingga ratusan ribu, menonton bioskop saat akhir minggu plus membeli camilannya membeli air minum kemasan dengan harga 5.000 hingga 10.000 per botol, atau kebiasaan konsumtif lainnya yang jika dihitung dalam perbulannya pengeluaran tersebut bisa dialokasikan ke hal lainnya yang lebih bermanfaat misalnya menabung untuk cicilan rumah, biaya menikah dan lain-lain. Mungkin semua kebiasaan konsumtif seperti contoh di bawah akan tidak akan menjadi masalah jika pendapat jauh lebih besar dari pengeluaran. Tapi kebanyakan pendapatan mereka tidak sepadan dengan pengeluarannya sehingga yang terjadi mereka dibuat kaget dengan saldo mereka di akhir bulan. (lihat table 4.1).



**Gambar 4. 9 Ilustrasi Aktifitas Kaum Urban**

Sumber : [www.masyarakaturban.com](http://www.masyarakaturban.com)



**Gambar 4. 10 Contoh Cat Besi**

Sumber: [www.floorxpert.com](http://www.floorxpert.com)

## **5. Pengertian Bahan Cat.**

Cat adalah produk digunakan untuk melindungi dan memperindah suatu objek atau permukaan dengan melapisinya menggunakan suatu lapisan pigmen maupun tidak berwarna cat dapat digunakan pada hampir semua jenis

objek, antara lain untuk menghasilkan karya seni saluatan industri, bantuan pengemudi, atau pelindung permukaan objek agar lebih menarik dan lebih indah di pandang masyarakat.

a. Cat alkyd syntetic.

Alkyd syntetic merupakan jenis cat yang memiliki tekstur kilap (gloss) tinggi yang di gunakan sebagai cat finishing untuk interior dan eksterior. Memiliki kelebihan yaitu kuat dan tahan terhadap beragam cuaca. Pada umumnya,jenis cat ini gunakan sebagai pelapis permukaan besi dan kayu.

b. Cat emulsi styrene acrylic

Pada cat ini terdapat campuran akrilik, jenis cat yang memiliki tingkat glossy tinggi ini biasanya masuk dalam kategori cat eksterior dan interiordimna cat ini memiliki daya yang kuat terhadap cuaca dan camur. Cat *styrene acrylic* sangat tepat apabila digunakan untuk permukaan plesteran, betot, batako, asbes dan tripleks

c. Zinc chromate primer.

Zinc chrome merupakan jenis cat dasar yang digunakan untuk pelapis logam. Cat ini memiliki fungsi untuk menghindari karat-karat pada bagian logam. Biasanya digunakan sebagai pelapis pada logam, seng, besi dan lain sebagainya.

d. Cat duco

Cat duco atau yang sering disebut dengan cat dempul. Cat ini digunakan sebagai cat dasar untuk menutup permukaan kayu atau logam sehingga permukaan kayu dan logam menjadi lebih rapat.

e. Cat melamic

Terbuat dari bahan resin amino dan alkyd, biasanya di gunakan untuk permukaan kayu sehingga permukaan kayu menjadi lebih rata dan menghasilkan tingkat glossy yang bagus.

f. Cat stoving.

Jenis cat stoving ini biasa diaplikasikan untuk proses finishing cat pada logam. Untuk mendapatkan hasil yang lebih maksimal dari cat ini, biasa dilakukan proses tambahan berupa oven. Biasanya dipergunakan untuk pengecatan barang elektronik, logam, dan lain sebagainya.



**Gambar 4. 11 Contoh Las Listrik**

Sumber :[www.teknikmart.com](http://www.teknikmart.com)

## 6. Pengertian las listrik

Las busur listrik umumnya disebut las listrik adalah salah satu cara penyambungan logam dan besi dengan jalan menggunakan nyala busur listrik yang diarahkan ke permukaan logam dan besi yang akan disambung. Pada bagian yang terkena busur listrik tersebut akan mencair demikian juga elektroda yang menghasilkan busur listrik akan mencair pada ujungnya dan merambatterus sampai habis. Logam cair dari elektroda dan dari sebagaimana bedanya yang akan disambung tercampur dan mengisi celah dari kedua logam yang akan disambung. Kemudian membeku dan tersambung kedua logam tersebut.

Mesin las busur listrik dapat mengalirkan arus listrik cukup besar tetapi dengan tegangan yang aman (kurang dari 45 volt). Busur listrik yang terjadi akan menimbulkan energi panas yang cukup tinggi sehingga akan mudah mencairkan logam yang terkena. Besarnya arus listrik dapat diatur sesuai dengan keperluan dengan memperhatikan ukuran dan type elektrodanya.

Pada las busur, sambungan terjadi oleh panas yang ditimbulkan oleh busur listrik yang terjadi di antara benda kerja dan elektroda. Elektroda atau logam pengisi dipanaskan sampai mencair dan diendapkan pada sambungan sehingga terjadi sambungan las. Mula-mula menjadi kontak antara elektroda dan benda kerja sehingga menjadi aliran arus, kemudian memisahkan pengantar timbullah busur dalam busur dan suhu dapat mencapai 5500°C.

Ada tiga jenis elektroda logam, yaitu elektroda polos elektroda fluks dan elektroda berlapis tebal. Elektroda polos terbatas penggunaannya, antara

lain untuk besi tanpa dan baja lunak. Biasanya digunakan polaritas langsung. Mutupengelas dapat ditingkatkan dengan memberikan lapisan fluks yang tipis pada kawat las. Fluks membantu melarkan dan mencegah terbentuknya oksida-oksida yang tidak di inginkan. Tetapi kawat las berlapis merupakan jenis yang paling banyak digunakan dalam berbagai pengelasan komersil

## 7. Unsur pemahaman breading

Yang di maksud dengan berending pada suatu produk makanan atau minuman dan pruduk-produk lainnya yang sudah terkenal di masyarakat sekitar. apa saja unsur-unsur yang dapat di breading adalah nama dari dangangan atau yang lebih tepatnya dengan sebutan merek makanan itu sendiri. Namun Brend harus memerlukan dukungan juga oleh suatu lambang atau simbol indentitas visual sebagai pendukung komunikasi pemasaran sebuah merek agar lebih mudah dikenal dan diingat oleh konsumen.

1. Unsur-unsur breading diantaranya adalah:

- a. Nama merek
- b. Logo (logo type,monogram,bendera)
- c. Tampilan visual (desain produk, desain kemasan, desain seragram, toko perusahaan, orng terkenal)
- d. Suara (lagu tematik, icon bunyi/nada)
- e. Kata-kata (slogan, tagline, jingle akronim)

2. Unsur-unsur brending diantaranya adalah:

- a. *Podukct brending*: bertujuan untuk mendorong konsumen agar lebih memilih produk yang telah di brending dari pada daripada produk pesaing.
- b. *Personal brending*: personal brending adalah alat suatu pemasaran yang digunakan untuk mengangkat nama seorang publik figur, misalnya politisi, musisi, selebriti, dan lain-lain. Dengan begitu publik citra yang baik di mata masyarakat
- c. *Corporate brending*: tujuan corporate berrending adalah untuk meningkatkan reputasi sebuah prusahaan di pasar, meliputi sebuah aspek perusahaan tersebut mulai dari produk/jasa yang ditawarkan hingga kontribusi karyawan mereka terhadap masyarakat.
- d. *Goagrephic brending*: bertujuan untuk memunculkan gambaran dari sebuah produkatau jasa ketikan nama lokasi tersebut disebutkan oleh seseorang.
- e. *Culttural brending*: bertujuan untuk mengembangkan reputasi mengenai lingkungan dari orang-orang dari lokasi tertentu atau berbangsaan.

3. Fungsi dan tujuan brending pada perkembangan bisnis setidaknya ada fungsi dari brending di antaranya:

- a. Sebagai pembeda: produk yang sudah dimiliki brand kuat akan mudah dibedakan dengan brand merk lainnya.

- b. Promosi dan daya tarik: produk yang pnya brend kuat menjadi daya tarik konsumen dan lebih budah dipromosikan oleh masyarakat sekitar
- c. Membangun citra, kenyakinan, jaminan, kulitas, dan prestise: fungsi brending adalah untuk membentuk citra sehingga membuat sebuah produk mudah diingat-ingat oleh orang lain.
- d. Pengendali pasar: bernd yang kuat akan lebih mudah mengendalikan pasar karena masyarakat telah mengenal, percaya dan mengingat brend tersebut.

## 8. Pengertian Ornamen

Ornamen merupakan dekorasi yang di gunakan untuk memperindah bagian dari sebuah bangunan atau sebuah desain dari suatu objek. Ornamen arsitektural dapat di ukir dari sebuah kayu atau dari logam mulia, dibentuk dengan plester atau tanah liat, terkesan ke permukaan sebagai ornamen terapan dalam seni terapan lainnya, bahan bagun objek atau yang berbeda yang dapat digunakan. Berbagai macam ganya *dekortif* dan *motif* yang telah dikembangkan arsitektur dan seni rerapan, termasuk tembikal, mobel, logam. Dalam tekstil, kertas, diding dan benda-benda di mana hiasan mungkin menjadi pembenaran utama keberadaan, pola istilah atau desain lebih mungkin untuk digunakan.

Dalam sebuah esai tahun 1941, sejarawan arsitektur *Sir John Summerson* menyebutnya “modulasi permukaan”. Dekorasi dan ornamen telah menjadi seksi dalam peradaban sejak awal sejarah mulai dari “arsitektur mesir

kono” hingga berkurannya ornamen secara nyata dari *arsitektur modern* abad-20

#### **9. Pengertian sejarah (karapan sapi)**

Karapan sapi merupakan istilah untuk menyambut perlombaan pacuan sapi yang berasal dari pulau *Madura, Jawa Timur*. Pada perkombaan ini, sepasang sapi yang menarik semacam kereta dari kayu (tempat joki berdiri dan mengendalikan sepasangan sapi tersebut) dipacu dalam lomba adu cepat melawan pasangan-pasangan sapi lainnya. Trek pacuan tersebut biasanya sekitar 100 meter dan lomba pacuan dapat berlangsung sekitar sepuluh detik hingga 1 menit. Berberapa kota di Madura menyelenggarakan karapan sapi pada bulan Agustus dan September setiap tahunnya, dengan pertandingan final pada akhir September atau Oktober di EKS kota keresidenan, tempatnya di daerah Pamekasan untuk memperebutkan piala bergilir presiden.

Pada bulan November tahun 2013, penyelenggarakan piala presiden berganti nama menjadi gubernur.

#### **10. Warna dan ukir perabot mebel (*Madura*)**

Penduduk pulau Madura terkenal dengan sifatnya yang lebih terbuka dan egaliter. Memiliki karakter yang sangat bersahaja ini punya pengaruh yang cukup besar terhadap model-model pakaian mereka yang dikenakan, terutama pada warna hijau tradisional mereka. Berbeda dengan penduduk Jawa yang tinggal di daerah perdataran, dan penduduk Madura

suka sekali menggunakan kain batik yang disominasi oleh coklat dan warna-warna gelap lainnya.

Sedangkan penduduk asli Madura, mereka lebih suka membuat baju batik dengan paduan warna-warna yang lebih terang dan lebih cerah. Hal yang sama juga berlaku pada desain perabot atau furniture yang digunakan di dalam ruangan. selain punya model yang lebih veriatif, penggunaan warna juga menggunakan warna yang selalu memunculkan kesan yang lebih meriah karena jenis yang diamplikasikan tidak hanya terdiri satu warna saja.

Contoh nyata dari keindahan warna dan desain perabot mebel Madura tersebut bisa dilihat dalam gambar. meski memasukan unsur moderen, terutama pada penggunaan papan yang dipakai untuk tembapat dudukan, menurut konsep desain utamanya tetap memakai gaya tradisional Madura yang sangat khas.Terutama sekali pada bangunannya menggunakan kaya ukiran dan warna yang diamplikasikan pada sandaran panggung dan element lainnya yang berada di kaki serta bagian bawah depan

Desain mobel gaya Madura, meski masih kalah populer dibandingkan dengan ukiran Jepara, namun hasil karyanya dari pulau garam ini sebenarnya juga punya banyak penggemarnya. Tidak hanya di Indonesia, namun hingga ke manca negara. Serta pembuatan mebel dan ukiran Madura ada di desa atau di daerah perkampungan, berlokasi di bagian kabupaten Sumenep.

Ciri-ciri utama dari desain ukiran gaya tradisional Madura adalah tidak pernah memakai motif mengambarkan kehidupan binatang apalagi manusia. Motif yang paling sering sering diaplikasikan adalah bunga, daun, buah dan

sulur. Hal yang sesuai dengan kepercayaan penduduk setempat yang melarang menghadirkan secara visual aneka makluk hidup yang bernafas dan punya kemampuan untuk bergerak sendiri.

Untuk ukiran daunnya, biasanya menggunakan bentuk seperti gerigi-gerigi yang lancip di bagian pinggiran sedangkan ujungnya selalu berikal. Namun adakalahnya, lalu bagian pinggirnya dibuat seperti daun yang perbelah atau sobek mulai dari pangkal dan hingga bagian ujung yang lancip.

Kemudian untuk penggunaan warna yang sendiri dari aneka jenis, juga menjadi ciri utama yang lain. Warna yang sering kali digunakan serta dibuat kombinasi antara lain adalah biru, merah, hijau dan kuning. Menurut cerita yang sangat sering beredar, penggunaan warna ini punya hubungan dengan sifat orang Madura yang selalu berani dan tegas namun tetap mengutamakan kejujuran.

Walau memunculkan kesan yang sangat meriah tapi kerena dibuat dengan konsep yang sangat sempurna maka paduan warna ini juga bisa memunculkan kesan yang elegan dan mewah. Dan meski selalu menggunakan selalu menggunakan warna yang cerah/terang, penggunaan coklat dan coklat tua tetap diaplikasi, terutama untuk memberi warna pada bagian-bagian kayu yang tidak diberi hiasan ukir.

Kemudian untuk bagiannya, kebanyakan menggunakan jenis kayu jati yang didatangkan langsung di daerah Jawa Timur. Karena dari kualitasnya kayu dari daerah ini dianggap lebih bagus dan kuat dibandingakan daerah lain.

Dan selain jati, jenis kayu lain yang juga sering di gunakan masyarakat Madura adalah kayu dari pohon kecik dan akasia.

Seiring dengan perkembangan jaman yang terus maju dan moderen, penggunaan desain, ukiran dan warna khas Madura ini tidak hanya dipakai pada perabot mebel dan furniture saja, tapi juga dipakai untuk membuat aneka barang lain seperti kandang burung hias-hiasan dinding dan beberapa jenis barang kerajinan yang terdiri dari bagian ukuran dan dijadikan bagian hiasan, pajangan dan untuk mempercantik tampilan ruangan atau

#### **4.1.5 Studi Eksisting**

Studi eksisting mengacu pada hasil observasi, dimana observasi di lapangan tersebut melalui beberapa pembuatan/pemesanan *booth stand* dan ditempat penjualan rompong yang terdapat di beberapa tempat di Surabaya dan di media pendukung seperti internet, majalah, dan *booth stand* dengan desain serupa berbeda di Ornamen, perwarnaan. Studi ini bermaksud unuk mengetahui kekuatan dalam memberendeng dan mendesain ulang dari produk sebelumnya.

##### **1. Fungsional**

Banyak produk yang telah beredar di lapangan dengan fungsi yang sama, yaitu memanfaatkan contoh desain yang serupa tertapi menambahkan kekurangan dari desain sebelumnya agar lebih sempurna dan dengan cara menganti sedikit bentuk dari *booth* memberi tambahan bentuk yang lebih unik dan menambahkan nilai fungsional dari *booth* yang sudah ada, Dengan penambahan fungsi lain pada *booth* tidak banyak juga menambahkan fungsi

alat tempat pengorengan, *booth* bersistem (*knockdown*) agar lebih simpel jika ingin di letakan ke tempat lain menambahkan rak penyimpanan prabotan masak di sisi-sisi kosang pada *booth*.



**Gambar 4. 12 Booth Stand Yang Sudah Ada**

Sumber :[www.sribu.com](http://www.sribu.com)

## 2. Bentuk

Pada bentuk, sangat sulit dibedakan dalam sekilas mata, dikarenakan hamper 80% bentuk hamper menyerupai, yaitu bentuk dengan desain minimalis dan terdapat penggorengan ayam geprek yang dapat dilibat dari sisi samping *booth* dan terdapat tambahan laci tempat penyimpanan alat masak dan laci uang pendapatan pada bagian belakang sisi bawah *booth*. dan untuk bahan tidak sama bahan yang digunakan menggunakan bahan yang sangat mudah dicari menggunakan bahan plat besi dan untuk kerangka *booth*

menggunakan besi balok yang sebagian dari kerangka *booth stand* yang menggunakan media las listrik dan ada juga di sisi lain menggunakan lock atau yang dinamakan kuncian untuk yang bersifat (*knockdown*). Plat besi/seng kuat terkena panas dan hujan semua, dikarenakan plat besi mudah dan cepat dalam proses penggerjaanya. Pada bagian finishing menggunakan warna dari daerah Madura hal tersebut yang dapat dibedakan dalam satu produk dengan produk lainnya.



**Gambar 4. 13 Contoh *Booth Stand (Knockdown)***

Sumber :[www.wordpress.com](http://www.wordpress.com)

### 3. Analisis *Strength & Weakness*

Berikut adalah analisis kekuatan (*Strength*) dan kelemahan (*Weakness*) pada desain *booth stand* terdahulu:

**Tabel 4. 1 Tabel analisis *strength & weakness***

<b>Analisis</b>	<b>Desain <i>booth stand</i> ayam geprek pertama</b>
<b>Strength</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. Hasil pengrajan yang lebih bagus</li> <li>2. Menggunakan bahan pilihan yang bagus, sehingga mobilitas semakin mudah</li> <li>3. Terdapat banyak aksesoris dan memiliki papan menu yang membuat produk menjadi lebih tinggi harga jualnya.</li> </ul>
<b>Weakness</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. Bahan menggunakan bahan kayu yang tidak terkena hujan dan panas</li> <li>2. Tidak terdapat penetapan elbiji pada sisi <i>booth</i></li> </ul>

Sumber : Hasil Olahan Peneliti

#### 4.1.6 Segmentation, Targeting, Positioning (STP) Kemasan JM 3PCS

##### SET

###### a. *Segmentation*

###### a. Demografis

Usia : dewasa – lanjut usia

Jenis Kelamin : Laki-laki dan perempuan

Besarnya Anggota penjaga : 1-2

Siklus Hidup Keluarga : Belum menikah-sudah menikah

Jenis Pekerjaan : Karyawan swasta, Wiraswasta,

Mahasiswa

Tingkat Penghasilan : Rp 4.600.000,00 (SES B)  
 (Kompas.com)

Agama : Semua agama

Kelas Sosial : Menengah dengan SES B

b. **Geografis**

Wilayah : Indonesia

Ukuran Kota : Kota metropolitan

**Iklim :** bebas

c. **Psikografis**

**Activity :** aktifitas yang dilakukan sangat tinggi

**Interest :** Menyukai produk yang inovatif dan fungsional

**Opinion :** *cost* yang digunakan tidak berbanding lurus dengan harga yang ditawarkan.

b. **Targeting**

Yang menjadikan target peneliti yaitu individu dengan tingkat aktifitas penjualan yang tinggi setiap harinya bersaing dengan kompetitor secara sehat sehingga membutuhkan suatu hal untuk memajukan UKM/pedagang kaki lima di kota metropolitana dengan maksimal.

c. **Positioning**

Yang menjadikan *positioning* peneliti yaitu dapat membuat pengguna merasa nyaman dan mudah membantu meningkatkan perekonomian serta dengan mengeluarkan biaya yang minim tetapi tidak mengurangi kualitas dari produk *booth stand*.

## 4.2 Analisa Data

### 4.2.1 Reduksi Data

#### 1. Observasi

Banyak pembuatan *booth stand* menggunakan bahan baku dengan plat besi yang kuat terhadap iklim apapun karena bahan pilihan yang banyak digunakan oleh pembuat *booth stand* dan rata-rata menggunakan bahan yang sama, proses produksi menjadi mudah dan cepat, dan dengan menggunakan *lapisan pernis* pilihan yang tahan terhadap semua iklim cuaca pemilihan *finishing* nya, serta penggunaan metode yang digunakan *knockdown* sehingga lebih simpel dan lebih mudah.

#### 2. Wawancara

Bentuk dari kebanyakan *booth stand* pada saat ini yaitu dengan desain minimalis dan lebih unik, tidak terlalu banyak ornament, tetapi memiliki nilai fungsi yang lebih, sehingga *booth* memiliki kesan modern. Dengan penambahan fungsi tempat pengorengan ayam pada bagian belakang serta tempat penyimpanan alat pengorengan, karena banyak para pengguna yang memerlukan banyaknya Rak penyimpanan di sisi kosong pada *booth*. Dan *booth* memiliki konsep unik konsep pada *booth stand (knockdown)* agar mempermudah para penguna *booth stand* jika ingin berjualan di lain tempat Untuk hal yang menjadikan pembeda dengan produk lain yaitu terdapat Rak tempat penyimpanan kebutuhan dan peralatan sehari harinya berjualan di sekeliling *booth* tersebut, dikarenakan tempat penyimpanan sangat penting dalam suatu *booth stand* dan keunikan pada desain *booth* ini *booth* bisa di

bongkar pasang (*knockdown*) dan *booth* berarnomen budaya Madura yang mengangkat karapan sapi dari finising perwarnaan juga megangkat warna-warna yang cerah megambil dari warna khas Madura dan menemukan keunikan sendri pada desain *booth* ayam Geprek17 agar lebih mempermudah para pengguna *booth stand* dan lebih unik dibandingkan bentuk dan kelebihan *booth* di luaran.

### 3. Dokumentasi

Pada zaman moderen saat ini, warna yang menjadi pilihan utama konsumen yaitu warna cerah yang dimana warna tersebut mendekati warna merah jika *finishing* menggunakan bahan pernis yang sebagai mempergilap broduk maka pilihan utama konsumen yaitu warna-warna cerah seperti merah, orange, kuning, jika menggunakan warna-warna gelap daya tarik masyarakat kurang dan menjadi suatu permasalahan oleh UKM di sekitar masyarakat metrapolitan.

### 4. Studi Literatur

Ada berbagai hal yang harus diperhatikan jika ingin membuat *booth satand* berkualitas tinggi dan supaya produk *booth* tersebut dapat sesuai dengan target dan hasil menjadi maksimal mungkin yaitu :

- a. Tujuan untuk UKM yang di produksi
- b. Pemilihan desain semenarik mungkin dari segi bentuk dan keunikan
- c. Fungsi apa saja yang diperlukan
- d. Bentuk/kesan/penampilan luar dan aksesoris tambahan

- e. Bahan yang dipakai dan menurut penepatan penjualan
- f. Pemilihan warna yang cocok pada UKM yang di jualnya
- g. Cara proses pembuatan

## 5. Studi Eksisting

Pada bagian desain yang kurang menarik sehingga tidak dapat dibedakan dengan produk lainnya, maka terdapat tambahan tempat penyimpana peralatan masak sehingga rapi. pada *booth stand* ini menggunakan sistem *knockdown* dan *booth* ini megangkat urnamen budaya Madura mengambil tradisi orang Madura dari perlengkapan atau aksesoris Karapan sapi di saat sapi akan dilombakan adu kecepatan. Sehingga hal tersebut yang akan menjadikan produk yang dihasilkan menjadi pembeda dengan produk yang sudah ada.

### a. Analisis Strength & Weakness

Berikut adalah analisis kekuatan (*Strength*) dan kelemahan (*Weakness*) *booth stand* ayam geprek untuk mempertahankan persaingan di luar sana :

**Tabel 4. 2 Analisis *Strength & Weakness***

<b>Analisis</b>	<b>Desain booth stand ayam geprek dahulu</b>
<b>Strength</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Peresen pengerjaan yang sangat rapi dan bahan kokoh pada hasil akhir</li> <li>2. Menggunakan sistim knockdown ,sehingga lebih simpel dan mudah jika lokasi penjualan kurang tepat</li> <li>3. Terdapat aksesoris penataan daftar menu dan di sisi yang kosong di buatkan rak penyimpanan peralatan masak sehingga lebih simpel terlihat lebih rapi</li> <li>4. Ada penempatan khusus untuk penyimpanan tabung gas elpiji agar lebih aman dari konsumen</li> </ol>
<b>Weakness</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Para konsumen tidak bisa makan di tempat langsung jika tidak ingin di bungkus</li> </ol>

Sumber : Hasil Olahan Peneliti

### 4.3 Penyajian Data

Dari hasil reduksi data, penulis mendapat beberapa poin penting yang telah ditemukan di lapangan dan disajikan dalam sebuah tabel penyajian data sebagai berikut:

**Tabel 4. 3 Tabel penyajian data**

	<b>Penyajian Data</b>
<b>Produk</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Desain <i>booth stand</i> menjadi memiliki tiga fungsi (tempat peletakan peralatan masak, peletakan tabung gas elpiji, dan peletakan papan menu).</li> <li>2. Desain yang digunakan yaitu minimalis + mengakat urnamen Madura asli</li> <li>3. Bahan yang digunakan adalah plat besi agar lebih kuat terhadap panas dan hujan karena peletakan <i>booth</i> di aotdor dengan jenis plat besi yang efesien .</li> </ol>

	4. Ukuran <i>booth stand</i> 195cm x 100cm.
<b>Fungsional</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. Terdapat fungsi rak dan laci sebagai tempat penyimpanan maupun tempat alat peralat Masak</li> </ul>
<b>Sistem</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. Terdapat roda pada sisi <i>booth</i> di saat <i>booth</i> ingin di dorong depan belakang</li> <li>2. <i>Booth stand</i> menggunakan sistem knockdown <i>booth</i> bisa mengecil di sisi kanan kiri dan depan belakang kerangka <i>booth stand</i> memiliki kuncian agar di bagian atas <i>booth stand</i> bisa diturunkan kebawah agar <i>booth</i> menjadi kecil dan <i>booth</i> tidak perlu dibongkar lagi tetap berbentuk <i>booth stand</i></li> <li>3. Warna yang digunakan yaitu warna cerah dan cenderung ke merah dan kuning dan bagian finising menggunakan cairan penis agar lebih keluar dari perwarnaannya</li> </ul>

Sumber : Hasil Olahan Peneliti

Dari tabel penyajian data diatas, penulis menganalisa kembali dan memperoleh beberapa poin penting yang akan dimunculkan dalam pengembangan desain furniture tempat tidur untuk mempertahankan luas ruang gerak pada ruangan.

**Tabel 4. 4 Tabel Analisa Penyajian Data**

	<b>Keterangan</b>
<b>Bentuk</b>	1. Desain <i>booth stand</i> menggunakan gaya desain minimalis dan menggunakan ornamen Madura yang megangkat dari aksesoris karapan sapi, dengan sistem ( <i>knockdown</i> )
<b>Bahan</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. Besi balok sebagai bahan utama dari proses pembuatan.</li> <li>2. Plat besi sebagai body <i>booth stand</i></li> </ul>
<b>Fungsi</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. Untuk membantu pedagang kaki lima atau UKM lainnya yang membuka stand di depan pertokoan seperti di depan indomaret dan alfamaret karena <i>booth stand</i> sangat membantu dan mempermudah teknik lebih simpel untuk masnyarak yang berjualan. Menambah nilai tarik masyarakat</li> </ul>

<b>Finishing</b>	<p>1. <i>Finishing</i> yang digunakan yaitu menggunakan lapisan vernis <i>Laminate</i> dan warna yang sudah di vernis menjadi lebih cerah dan tekstur dari permukaan menjadi lebih halus.</p>

Sumber : Hasil Olahan Peneliti

#### 4.4 Verifikasi

Dari data-data yang sudah didapatkan diatas dapat ditarik kesimpulan :

- a. Bentuk desain *booth stand* menggunakan gaya desain minimalis dan memberikan ornamen dari khas Madura, dengan tempat rak penyimpanan yang sangat mencukupi untuk peralatan masak dan alat-alat lainnya dengan sistem (*knockdown*)
- b. Bahan baku yang digunakan yaitu besi balok, dan plat besi sebagai bahan baku penunjang.
- c. Fungsi yang ditambahkan pada desain *booth stand* tersebut yaitu rak,tempat penyimpanan alat masak agar tertata rapi.
- d. *Finishing* menggunakan lapisan *verniz* dengan warna cerah, cenderung merah.

#### 4.5 Analisis SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Threat)

Metode ini bertujuan untuk mencari kelemahan dari produk kompetitor untuk diubah menjadi kekuatan bagi kemasan produk yang akan di desain ulang. Metode ini dilakukan dengan cara menggabungkan beberapa kekuatan

yang akan membantu dalam proses perancangan penelitian. Adapun hasil analisis SWOT adalah sebagai berikut :

Adapun hasil analisis SWOT adalah sebagai berikut

<b>Internal</b>	<b>Strength</b>	<b>Weakness</b>
<b>Eksternal</b>	<p>1 Bentuk <i>booth</i> ayam geprek berbentuk kotak yang melengkung di sisi bawah <i>booth</i></p> <p>2. Bahan baku yang digunakan yaitu kayu besi seng, dan kayu triplek sebagai bahan baku penunjang.</p> <p>3. Fungsi yang ditambahkan pada <i>booth</i> tersebut yaitu <i>booth</i> bersistim (<i>knockdown</i>), dan mengangkat budaya Madura</p> <p>4. Warna yang digunakan adalah warna yang cerah yang megangkat budaya Madura contohnya warna kuning mas, merah, hijau.</p>	<p>1 <i>Finishing</i> menggunakan lapisan vernise dengan warna cerah, cenderung merah.</p> <p>2. Desain pada <i>booth stand</i> ayam geprek 17 sudah terkesan moderen dan minimalis cocok untuk pedagang kaki lima</p> <p>3. Kekuatan <i>booth</i> ayam Geprek belum maksimal dan belum mencapai ergonomis pada <i>booth stand</i></p>
<b>Opportunity</b> (Peluang)	<p>1. Desain dengan gaya minimalis yang monoton, sehingga memberikan kesan tidak adanya variasi</p>	<p><b>Strategi S-O</b> Mengembangkan desain yang sudah ada secara bentuk dan desain terlihat lebih modern tidak mengurangi nilai fungsi dan gaya desain minimalis secara bentuk dan visual. Serta menambahkan fungsi</p> <p><b>Strategi W-O</b> Mengembangkan desain boot ayam geprek dengan desain serupa desain yang moderen dan minimalis pada <i>finishing</i>, dengan cara mengkombinasikan pada berbagai macam <i>finishing</i>.</p>

2 Tidak adanya fungsi tempat penyimpanan kursi pada bagian booth	tempat penyimpanan pada bagian dalam <i>booth stand</i> .	
<b>Threat</b> 1. Terdapat banyak produk serupa dengan 2. menggunakan bahan dan <i>finishing</i> yang sama Penggunaan bahan yang mudah dicari dan mudah buat	<b>Strategi S-T</b> Merancang pengembangan desain dengan bentuk yang berbeda tetapi tidak merubah gaya desain dan fungsi pada <i>booth ayam Geprek</i>	<b>Strategi W-T</b> Terdapat variasi warna pada <i>finishing lapisan pernis</i> pada <i>booth stand ayam Geprek</i>
<b>Strategi Utama</b>		Mengembangkan desain <i>booth ayam geprek</i> dengan gaya desain minimalis dengan variasi tertentu pada <i>booth</i> tidak merubah fungsi, serta penambahan tempat pengorengan dan memiliki sistem knock down yang menjadikan kekuatan produk tersebut dengan produk lainnya.

#### 4.6 Unique Selling Preposition (USP)

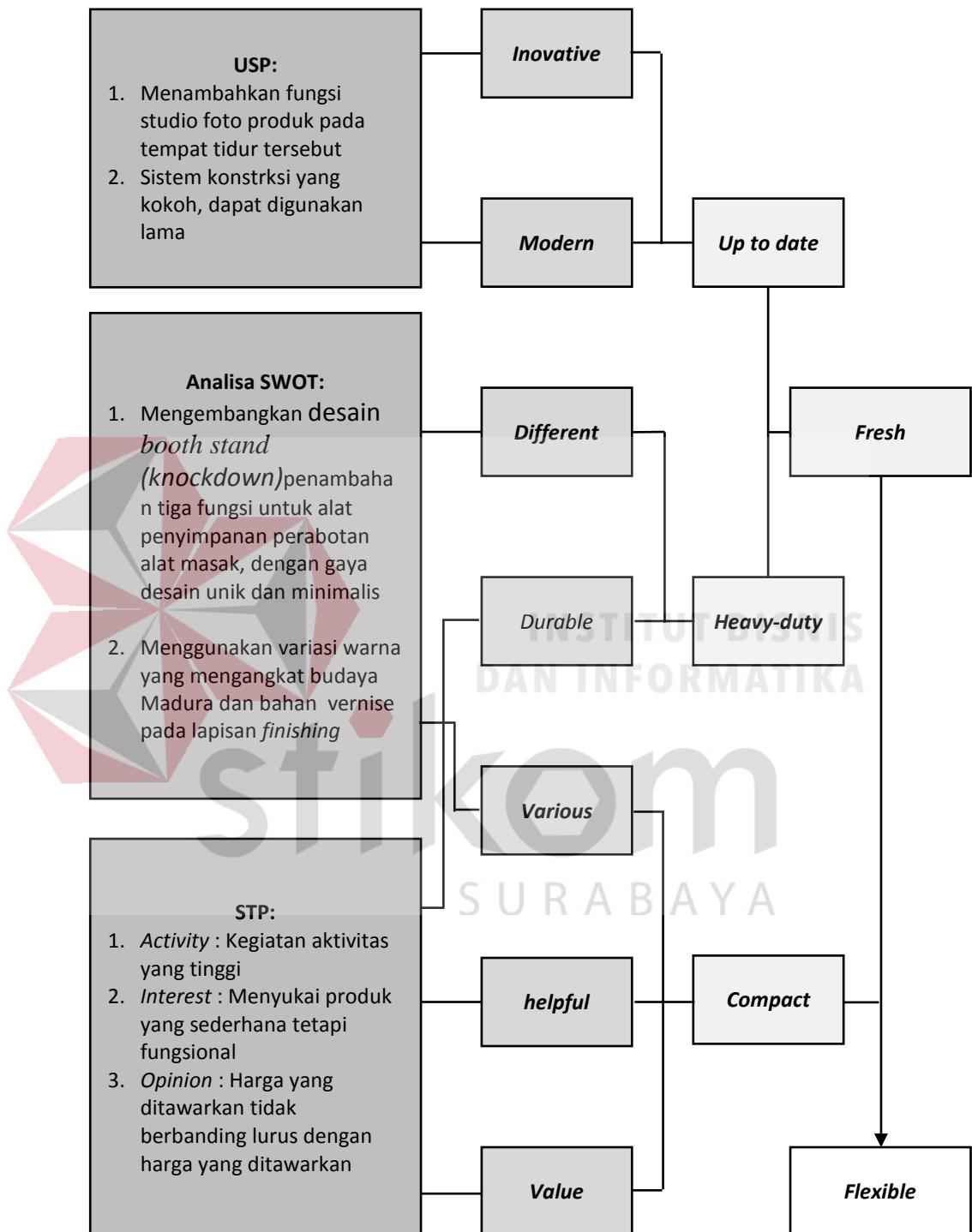
Dengan menambahkan fungsi studio foto produk pada desain *booth stand* tersebut untuk dapat membantu pengguna dalam melakukan pekerjaan dengan mudah dalam satu produk saja, serta menambahkan bentuk kerangka pada bagian dalam produk yang dalam memperpanjang umur produk tersebut jika digunakan secara berkala pada waktu tertentu.

Selain itu, *finishing* yang digunakan yaitu *vernis* dengan warna cerah cenderung merah. Kerena bahan yang digunakan berbahan plat besi. Jadi bahan *finishingnya* menggunakan cairan *vernis* yang cocok untuk bahan plat besi/ besi balok selain itu lapisan *vernis* bisa menghaluskan bagian dasaran cat menjadi lebih rata dan lebih halus pemasangan pada ruangan tertentu, terutama pada ruangan dengan pintu masuk yang sempit.

#### 4.7 Keyword

Berikut adalah pemilihan *keyword* yang diambil berdasarkan data hasil dari analisa USP, STP, dan analisis SWOT yang dilakukan oleh peneliti:

Pada gambar 4.11 menunjukkan proses pemilihan kata kunci atau *keyword* dalam upaya pengembangan desain *boot stand* untuk sarana penunjang media promosi. Berdasarkan hasil proses pencarian *keyword* ditemukan kata kunci “*Flexible*”. Kata “*Flexible*” selanjutnya akan dideskripsikan lebih lanjut untuk menjadi dasar konsep pengembangan desain *booth stand* untuk sebagai sarana penunjang media promosi ayam geprek 17.



Gambar 4. 14 Analisis Keyword

Sumber : Hasil olahan peneliti

#### 4.8 Deskripsi Konsep

Pada hasil analisa *keyword* diatas, didapatkan bahwa *keyword* yang akan digunakan dalam perancangan ini adalah “*Flexible*”. *Keyword* inilah yang menjadi dasar konsep pengembangan desain *booth stand* untuk penunjang media promosi .

Bila diterjemahkan ke bahasa Indonesia, *Flexible* memiliki arti mudah menyesuaikan atau mudah diatur (pengertianmenurutahli.com), oleh karena itu *booth* tersebut akan didesain *booth stand* yang (*knockdown*) untuk mempermudah para pedagang kakilima/UKM dan mampu bersaing dan lebih fungsional.

#### 4.9 *Booth stand knock down*

(*Booth knock down* )merupakan salah stau jenis *booth* karena sistem dari *booth* bisa di lipat dan dibongkar pasang, bentuknya sangat kokoh tetapi sangat ringan. Sering juga disebut *booth* pameran karena dapat juga digunakan untuk meja pameran.pelipatan pada *booth* membutuhkan waktu sekitar 4 menit dan tidak membutuhkan peralatan bantuan seperti tang, palu dan lainya dalam proses *booth stand* (*Booth knock down* ) merupakan *booth* portabel yang cocok untuk segala usaha makanan dan minuman ringan di lokasi indor atau outdoor.

#### 4.10 Pemilihan warna

Pengertian warna kuning dan merah menurut mudaya khas Madura karena setiap warna melambangkan arti dari sendiri

- a. Warna ini berbeda makna dengan warna kuning di sebuah ukiran lainnya. Bagi masyarakat Madura, kuning berarti wilayah mereka cukup subur untuk bisa digunakan sebagai lahan pertanian
- b. Warna merah pemberian warna merah pada ukiran Madura tidak hanya melambangkan keberanian. Namun juga menunjukkan masyarakat Madura yang tegas, karena dan kuat saat menghadapi berbagai masalah kehidupan.

#### 4.11 Pengertian pernis untuk finishing

Pernis adalah bahan *finising* transparan yang sering digunakan pada finishing bahan kayu atau besi, berfungsi untuk meningkatkan estetika dan melindungi media kayu dan besi yang dilapisinya, vernis atau sering pula disebut dengan vernis atau varnish sudah di kenal sejak jaman dulu di berbagai wilayah di dunia, seperti Mesir, India, Cina, Jepang, dan Korea, para ahli sejarah menyampaikan, bahwa awalnya varnish telah populer di india dan cina sebelum dikembangkan di Jepang dan Korea

Kata “varnish” berasal dari kata latin “vernix” yang artinya resin yang berbau. Awalnya resin dikembangkan dari mencapur resin-getah pinus dengan pelarut, kemudian diaplikasikan dengan cara kuas untuk mendapatkan erek keemasan dan lapisan film yang keras untuk melindungi media yang dilapisi.

Manfaat penis dalam proses *finishing* pernis bisa melindungi media seperti kayu, besi, logam dari efek panas, hujan, angin kotoran maupun serangan serangga. Pernis juga mampu melindungi permukaan kayu dari pengaruh bahan kimia rumah tangga seperti cuka dan alkohol. Secara umum

pernis menghasilkan tampilan warna transparan namun mampu menguatkan serat kayu semakin terekspose.



**Gambar 4. 15 Jenis Vernis Dengan Warna Cerah**

Sumber : Dokumen Peneliti

Secara umum pernis/verniss/varnish dibedakan menjadi dua, yaitu pernis solvent based dan pernis water based. Pernis solvent based biasanya merupakan kombinasi dari *drying oil*, resin, thinner atau solvent. Sedangkan pernis water based menggunakan air sebagai pelarutnya. Pernis water based mampu memberikan hasil yang similar dengan pernis solvent based. Bahas jenis penis ini memberikan tawaran beberapa keunggulan. Lantas, apa keunggulan penis water based di bandingkan pernis solvent bese, beberapa keunggulannya antara lain cepet kering, bahan didapatkan hanya dalam kurun waktu 20-30 menit.

Selain itu hasil finishingnya juga tidak mudah retak dan tidak menimbulkan gelembung yang bisa menjebak udara di dalamnya bahkan hasilnya juga tahan air dan tahan terhadap alkohol, yang paling menarik adalah karena tidak ada kecenderungan untuk menguning pada hasil finishingnya.

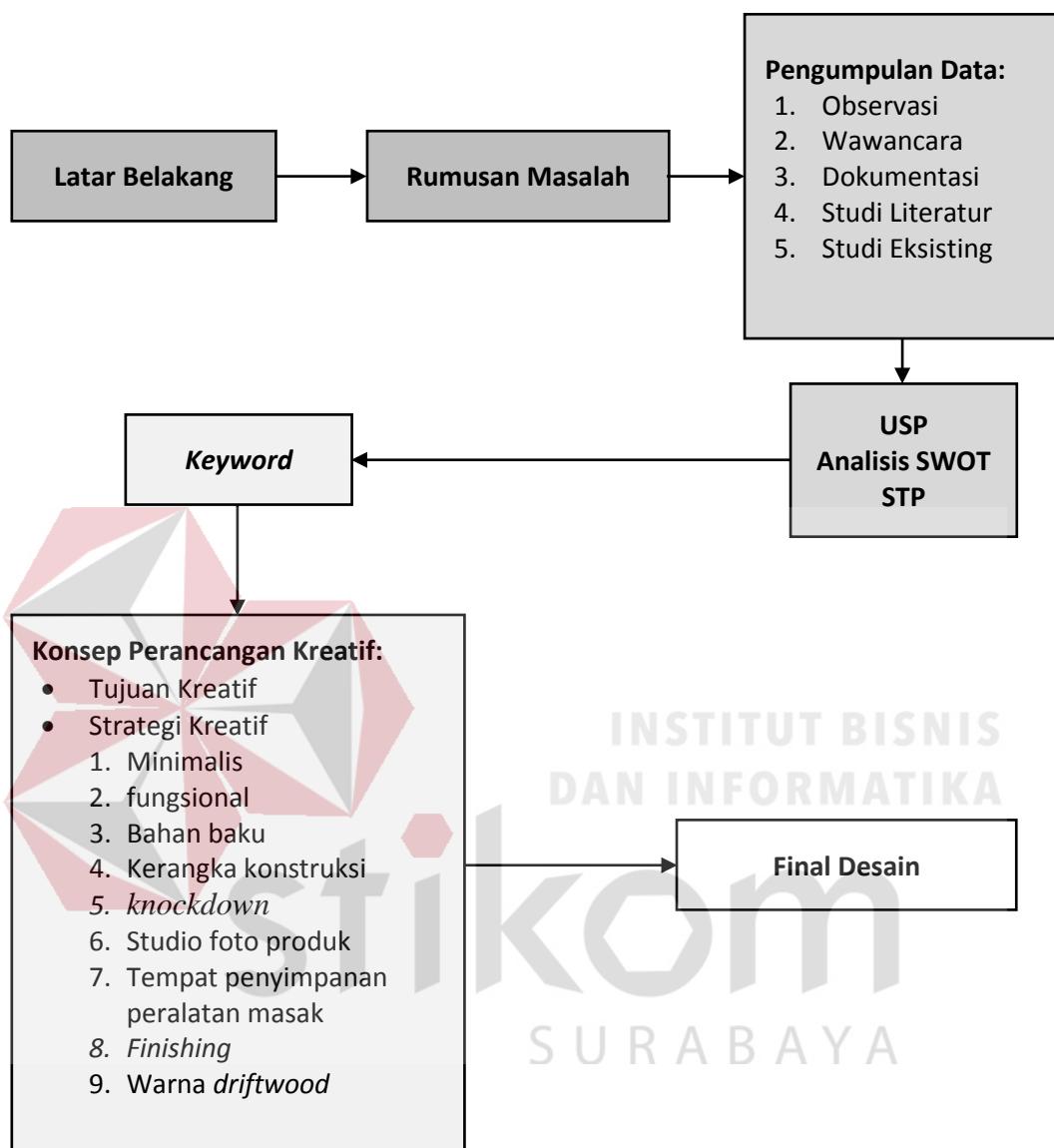


**Gambar 4. 16 Plat Besi**

Sumber :[www.tokopedia.com](http://www.tokopedia.com)

#### **4.12 Alur Perancangan Booth Stand**

Berikut adalah alur perancangan plat besi untuk proses pembuatan pengembangan desain *booth stand* untuk media promosi



Gambar 4. 17 Alur Perancangan

Sumber : Hasil Olahan Peneliti

#### 4.13 Konsep Perancangan Kreatif

Konsep perancangan kreatif merupakan hasil dari proses analisa USP, STP, dan SWOT. Konsep perancangan ini selanjutnya akan digunakan dan diterapkan pada implementasi final desain produk furniture *booth stand* ayam geprek untuk mempertahankan nilai promosi.

#### 4.14 Tujuan Kreatif

Tujuan kreatif ini adalah untuk mendapatkan desain bentuk yang akan lebih menarik dan juga memberikan kesan moderen dan megangkat suatu khas dari kebudayaan Madura baik dari segi bentuk dan kekuatan. Dengan menggunakan desain yang tepat, maka dapat meningkatkan nilai dari produk tersebut.

Desain *booth stand* pada konsep ini akan dibuat sesuai dengan *keyword* yang telah dipilih yaitu pengembangan desain *booth stand* dengan konsep minimalis dan megangkat suatu khas dari kebudayaan Madura yaitu membuat desain *booth stand* bersistem (*knockdown*) *booth stand* yang dapat dilipat di lipat ke bawah agar mempermudah pengguna. Dalam konsep fleksibel ini akan memunculkan kesan lebih fungsional jika dibandingkan dengan produk lainnya. Dengan membuat produk lebih fungsional dan tahan lama, maka diharapkan dapat meningkatkan kekuatan dari produk tersebut dan produk tersebut dapat sesuai dengan target yang diharapkan.

#### 4.15 Strategi Kreatif

Sebagai upaya mengembangkan desain booth stand untuk pengembangan media promosi strategi kreatif dalam perancangan desain kemasan ini menggunakan beberapa penambahan nilai fungsi( *knockdown*) salah satunya dan dalam satu perabot. Dan desain menambahkan ornamen khas Maduranya tetapi tidak merubah unsur minimalis dalam produk tersebut, diantaranya menambahkan fungsi penambahan rak untuk penempatan alat-alat masak.

Strategi kreatif selanjutnya akan disesuaikan dengan konsep yang telah ditentukan sebelumnya yaitu modern. Unsur-unsur yang digunakan dalam strategi kreatif ini adalah:



**Gambar 4. 18 Macam Plat Besi**

Sumber :[www.indotrading.com](http://www.indotrading.com)

**a. Bahan**

Jenis bahan yang digunakan yaitu bahan utama besi balok untuk bagian kerangka *booth* dan bahan sebagai body *booth* menggunakan plat besi, karena saat ini pembuatan booth stand outdoor rata-rata menggunakan plat besi yang menjadi pilihan utama para pengguna *booth stand* outdoor. Karena plat besi mudah dalam proses penggeraan bahan ini sangat kuat terhadap sinar matahari dan hujan di cuaca apapun.

**b. Warna**

Warna *finishing* vernis yang dipilih untuk melapisi multiplek yaitu menggunakan warna *bening*, yang mengesankan warna alam dan warna cerah agar hasil perwaraan agar lebih timbul.

**4.16 Studi Aktivitas**

Dalam merancang suatu produk maka diperlukan mengetahui aktivitas calon pengguna melalui studi kativitas, dimana agar produk tersebut dapat sesuai target dan produk dapat digunakan sesuai kebutuhan pengguna.

**Tabel 4. 5 Analisis aktivitas**

<b>Aktivitas</b>	<b>Kebutuhan</b>
<b>1. Penyimpanan barang</b>	<p><i>Booth stand</i> membutuhkan kenyamanan, maka yang paling utama dibutuhkan dalam <i>booth stand</i> adalah kenyamanan, para pegguna <i>booth</i> tand dan di lengkapi untuk rak penyimpanan alat masak yang mencukupi agar semua barang tertata dengan rapi. dan sisi ruang yang kosong pada <i>booth stand</i> bisa di manfaat untuk alat penyimpanan barang yang tidak di gunnaan.</p>
<b>2. Gerak</b>	<p><i>Booth stand</i> membutuhkan ruang gerak untuk aktifitas di saat berjualan berlangsung membutuhkan runang gerak yang mencukupi 2 saampai 1 orang di area <i>booth stand</i> di saat aktifitas berjualan berlangsung dan pelayanan terus berjalan dengan baik kepada konsumen</p>

<b>3. penataan barang</b>	<p>Dibutuhkan penataan barang di saat berjualan berlangsung barang-barang harus tertata dengan rapi dan bersih. Agar kenyamanan dan kebersihan konsumen harut tetap di utamakan</p>
---------------------------	---

Sumber : Hasil olahan peneliti

Dari berbagai aktivitas diatas maka dapat disimpulkan mengenai apa saja komponen yang dapat ditambahkan dalam produk tempat tidur terebut.

Maka komponen-komponen yang akan ditambahkan dalam *booth stand* adalah

- a. Tempat penyimpanan yang dapat berguna untuk menyimpan sesuatu barang.peralatan alat masak
- b. saat aktivitas ruang gerak di saat berjualan berlangsung membutuhkan runang gerak yang mencukupi 2 saampai 1 orang di area *boot stand*
- c. di butuhkan penataan peralatan berjualan di saat berjualan berlangsung

#### 4.17 Analisis Material

Analisis material ini dilakukan supaya dapat menemukan material yang tepat untuk diaplikasikan pada produk yang akan di rancang. Berdasarkan kebutuhan dan pendekatan material yang telah dilakukan

Adapun pendekatan-pendekatan material sebagai berikut:

- a. Material Utama.

Material utama yang digunakan yaitu besi balok, dikarenakan besi balok memiliki kualitas bagus dan kuat terhadap apapun. jika

dibandingkan dengan menggunakan kayu, dan besi balok, cepat dan mudah dalam produksinya.

b. Material Pendukung.

Material pendukung yang digunakan plat besi/seng yang digunakan pada bagian bodi *booth stand*, hal tersebut dilakukan agar menutupi semua bodi *booth* dengan rata. Plat besi yang di butuhkan plat besi yang lebar agar semua bodi *booth* tertutup.

c. *Finishing*

*Finishing* yang dipakai yaitu menggunakan cairan vernis agar biaya produksi dan waktu yang dibutuhkan semakin efisien, serta dengan menggunakan cat, menjadikan permukaan dasaran cat menjadi halus dan warna semakin.

#### 4.18 Analisis Bentuk

Analisis bentuk dilakukan untuk menerapkan bentuk apa yang akan diaplikasikan kepada *booth stand* yang tepat. Pendekatan yang dilakukan adalah berdasarkan gaya dan bentuk desain.

Untuk menganalisa gaya dan bentuk desain yang akan diaplikasikan adalah dengan memakai beberapa indikator yang dijadikan patokan sebagai pertimbangan seorang desainer. Indikator-indikator tersebut adalah budaya, aplikasi sistem, kemudahan material, kemudahan produksi pembuatan, dan ketersediaan material. Berikut penjelasan terperinci indikator-indikator tersebut.

a. Budaya

Jika secara sederhana, pengertian budaya adalah ciri khas dari budaya yang akan di angkat sehingga kelompok budaya lokal juga memiliki khas masing-masing dari budaya mereka sendri. Sehingga unsur kelompok tersebut mampu dirasakan oleh budaya kelompok lain.

b. Penerapan sistem

Penerapan suatu sistem merupakan kesatuan yang terdiri dari komponen satu dengan komponen yang lain. Dan kemudian digabungkan menjadi satu untuk mempermudah cara menggunakan suatu produk.

c. Kemudahan mengolah material

Cara mudah untuk mengolah suatu material juga menjadi pokok penting dalam proses perancangan suatu produk. Terkadang material suatu produk tidak bias secara langsung diaplikasikan/diterapkan pada produk, harus dilakukannya dengan pengolahan secara bertahap dahulu agar mendapatkan hasil yang maksimal mungkin.

d. Kemudahan produksi

Kemudahan perduisi produksi sangat berpengaruh besar pada waktu proses perancangan. Biasanya proses produksi dilakukan dengan cara manual (tradisional) dan teknologi mesin otomatis, dan tahap proses waktu pengerjaan yang berbeda beda.

e. Ketersediaan material

Ketersediaan bahan pokok material merupakan hal yang berpengaruh besar terhadap konsistensi pemakaian bahan material yang digunakan ke satu produk. Ketersediaan material biasanya di kalukan suatu pemesanan material agar persediaan material selalu ada di saat proses penggerjaan produk

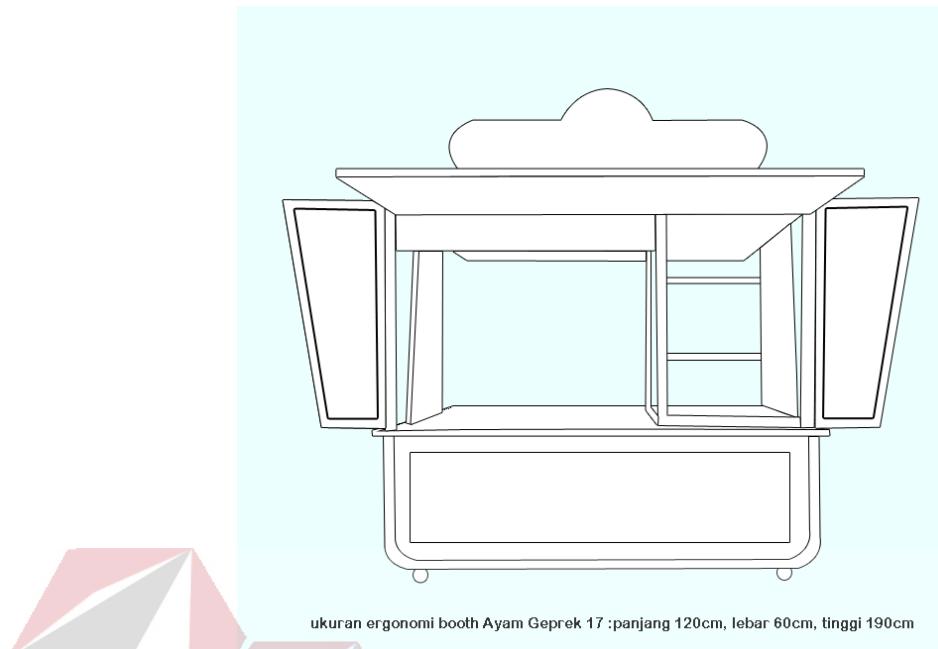
#### **4.19 Perancangan Karya**

Tujuan tahap perancangan karya ini adalah untuk mendapatkan suatu desain *booth stand* yang dapat digunakan didepan pertokoan atau di pedagang kaki lima yang kurang menarik para konsumen atau bisa dibilang dari bentuk desainnya yang kurang cocok, guna untuk bisa bersaing dengan UKM dengan menggunakan (*booth stand knockdow* ) dengan desain megangkat budaya Madura Dengan menggunakan desain yang minimalis, maka dapat meningkatkan nilai dari produk tersebut. Berikut merupakan pemaparan hasil karya yang telah dibuat yaitu pengembangan desain *booth stand* untuk menunjang media promosi.

#### **4.20 Sketsa ide pemecahan**

Ada beberapa contoh desain alternatif yang ditawarkan untuk desain *booth stand*, yang nantinya akan terpilih dari salah satunya dari beberapa contoh desain yang paling diminati. Dari desain yang paling cocok digunakan untuk solusi pemecahan masalah selama ini dari media promosi ayam Geperek

17. Berikut beberapa desain alternatif yang ditawarkan :



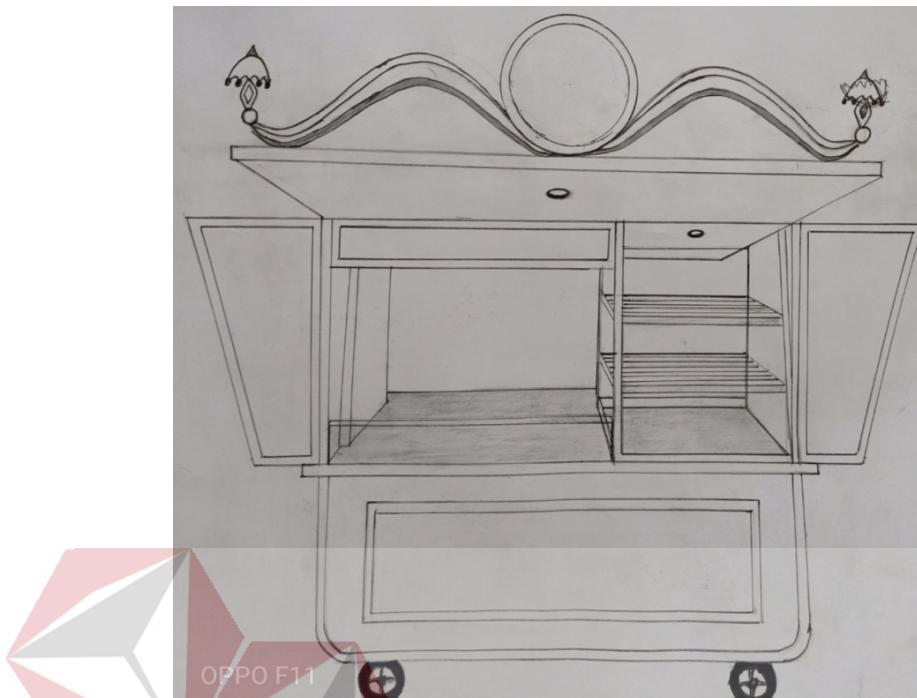
Gambar 4. 19 Desain Alternatif 1

Sumber: Hasil Olahan Peneliti,2019



Gambar 4. 20 Desain Alternatif 2

sumber: hasil olahan peneliti, 2019



**Gambar 4. 21 Desain Alternatif 3**

sumber: hasil olahan peneliti, 2019

Dari ketiga desain sketsa alternatif yang ditawarkan, yang dipilih desain ketiga untuk dijadikan produk 1:1, dikarenakan dari desain sketsa nomor 3 yang menarik dan paling tepat dengan kondisi yang ada serta tepat untuk diproduksi. Dan Ukuran yang paling ergonomi dan paling tepat untuk ukuran *booth stand* menggunakan ukuran yaitu 195 cm x 120 cm dengan system (*knockdown*) pada *booth stand*. Ayam geprek 17

#### 4.21 Gambar digital



Gambar 4. 22 *Booth Stand Digital 1*

Sumber : Hasil olahan peneliti



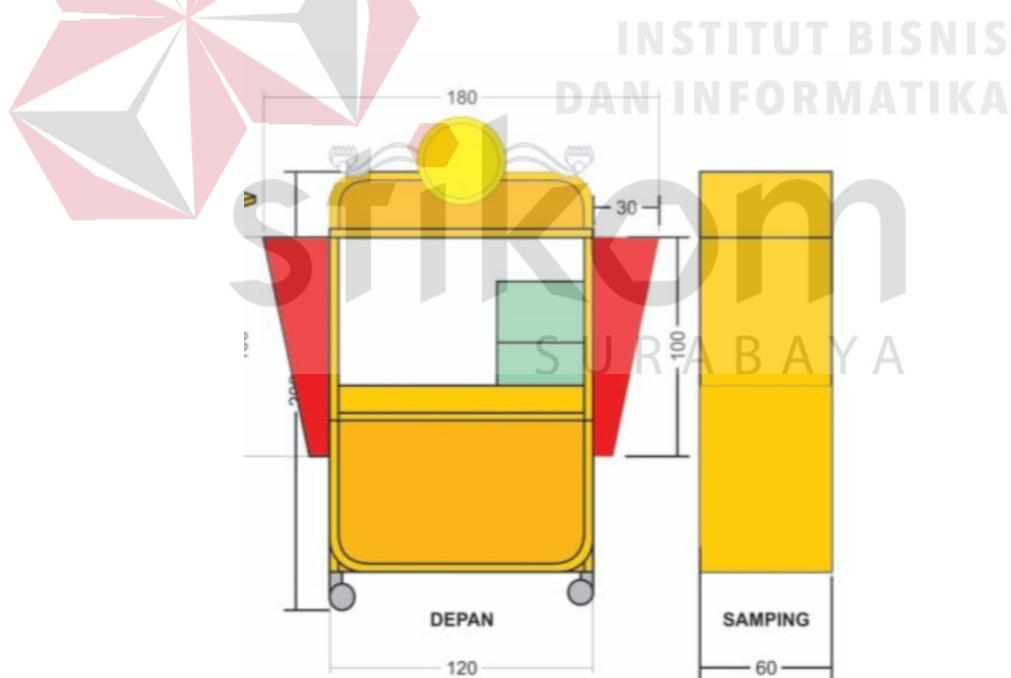
Gambar 4. 23 *Booth Stand Digital 2*

Sumber : Hasil olahan peneliti



Gambar 4. 24 Booth Stand Digital 3

Sumber : Hasil olahan peneliti

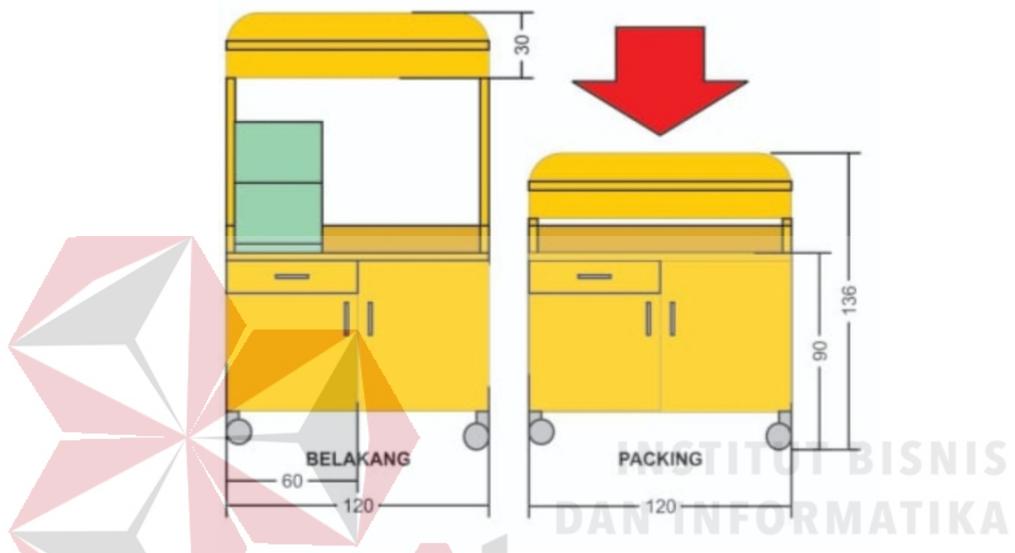


Gambar 4. 25 Gambar Teknik Depan Dan Samping Boot Stand

Sumber : Hasil olahan peneliti

Dari desain tampak samping yang memiliki bentuk yang unik dan minimalis yang memiliki unsur budaya Madura yang mengangkat dari

acesoris karapan sapi dan memiliki tempat penyimpanan yang cukup banyak untuk menyimpan peralatan masak atau peralatan yang tidak di gunakan agar terlihat lebih rapi dan memiliki penepatan tabung gas elpiji agar dihindarkan dari konsumen dan tidak membahayakan para konsumen atau pembeli.



**Gambar 4. 26 Gambar Tampak Depan**

Sumber : Hasil olahan peneliti



Gambar 4. 27 Gambar Perspektif

Sumber : Hasil olahan peneliti

#### 4.22 Implementasi karya

Pada tahap implementasi karya ini, peneliti akan menjabarkan penerapan rancangan *booth stand* yang telah dibuat melalui proses-proses perancangan karya pengembangan desain *booth stand* sebagai sarana penunjang media promosi untuk mempertahankan pesaing UKM lainnya dengan penerapan karya skala 1:1.



Gambar 4. 28 Lock/Kuncian Booth Stand

Sumber : Hasil olahan peneliti



Gambar 4. 29 Cara Penggunaan (*Knockdown*)

Sumber : Hasil olahan peneliti

#### 4.23 Sistim kuncian (*Knockdown*)

*Booth* menggunakan Sistem (*knockdown*) yang di gunakan di desain *booth stand* ini menggunakan sistem yang sangat simpel dan tidak perlu membongkar seluruh body dari *booth stand* yang sudah di rancang hanya perlu melonggarin dari bagian kancingan lalu *booth* akan turun menjadi lebih kecil/mengecil. Contoh sistim lock/kuncian gambar 4. 26-4. 27.



## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan dari pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan dari pengembangan desain *booth stand* untuk sebagai sarana penunjang media promosi adalah sebagai berikut :

1. *Booth stand* sangat berguna untuk pedagang kaki lima/UKM agar mempermudah untuk cara berjualan dengan lebih mudah dan lebih simpel sebagai untuk media promosi dan mampu bersaing dengan ukm lain.
2. Penggunaan desain dengan gaya minimalis dan mengangkat suatu dari budaya Madura sangat cocok digunakan pada zaman modern seperti saat ini, tetapi tidak mengurangi nilai fungsional terhadap produk tersebut.
3. Penambahan fungsi rak tempat penyimpanan peralatan masak dan untuk peralatan yang tidak digunakan agar tertata dengan rapi menjadikan pembeda dari produk sebelumnya yang telah ada.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengembangan desain tempat tidur untuk memperluas ruang gerak, terdapat beberapa saran yang diberikan demi pengembangan desain tempat tidur lain agar lebih baik :

1. Pemilihan bahan yang lebih berkualitas baik dan tahan terhadap cuaca panas dan hujan dan diharapkan mobilitas penggunaan produk dan bentuk desain *booth stand* yang berbeda dan lebih unik, menggunakan bahan yang ringa
2. Penambahan sistem (*knockdown*) yang mengharapkan dapat penggunaan produk tersebut
3. Penggunaan booth stnd dapat digunakan pada bangunan untuk pedagang UKM ayam geprek 17 dan untuk mampu bersaing dengan UKM lainnya.

## DAFTAR PUSTAKA

### Sumber Buku:

- Dormen, P. (1993). *Design since 1945*. New York: Thames & Hudson Inc.
- Fahmawati, A. d. (2013). *Minimarisu: Desain Tempat Tidur Multi fungsi Guna Mewujudkan Kamar yang Minimalis*. 52-60.
- Fiona, & Baker, K. (2000). *Modern Furniture Classics from 1900 to now*. London: Carlton Books Limited.
- Hidayat, T. (2015). *Perancangan furnitur multifungsi sebagai solusi permasalahan ruang perumahan griya kembang putih tipe 36 Kasihan Bantul*. Yogyakarta: Lembaga penerbit fakultas bahasa dan seni universitas negri Yogyakarta.
- Lastiyoso, H. (2016). *Sahabat daihatsu*. Jakarta Utara: Penerbit astra daihatsu.
- Mogg, C. C. (2007). *Storage*. London: Page One Publishing Private Limited.
- Raharjo, Pujo Nanang. (2010). *Dinamika pemenuhan kebutuhan perumahan masyarakat berpenghasilan rendah*. Semarang: lembaga penerbit universitas diponegoro.
- Sholahuddin, M. (2014). *Proses perancangan desain mebel*. Yogyakarta: Badan penerbit Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
- Tiabaho, T. I. (2016). Analisa sirkulasi ruang gerak pengguna pada area baca di perpustakaan universitas swasta. Yogyakarta: *jurnal desain interior & desain produk*, 1-3.
- Wibowo, M. d. (2015). Perancangan mebel compact multifungsi untuk tempat tinggal berukuran kecil. *jurnal intra*, Bandung, 1-2.

**Sumber Internet:**

- Admin Website Pengertian Ahli. 2014. Pengertian Produk dan Jenis Porduk. <http://pengertianahali.id/2014/05/pengertian-produk-dan-jenis-produk.html>. (Diakses pada tanggal 27 November 2018).
- Admin Website Harga Atap. 2016. Kelebihan dan Kekurangan Atap Seng. <http://hargaatap123.blogspot.com/2015/05/kelebihan-dan-kekurangan-atap-seng.html?m=1>. (diakses pada tanggal 28 November 2018).
- Admin Website Indonesia Kaya. 2019. Batik Madura. <https://www.indonesiakaya.com/jelajah-indonesia/detail/batik-Madura>. (diakses pada tanggal 29 November 2018).
- Admin Website Medan Acrylic. 2017. Pengertian Tentang Acrylic. <https://www.medanacrylic.com/pengertian-tentang-acrylic/>. (diakses pada tanggal 30 November 2018).
- Admin Website Damn I Love Indoensia. 2016. Mengenal Karapan Sapi Madura, Yuk!. <https://damniloveindonesia.com/explore/2-culture-heritage/detail/560/mengenal-karapan-sapi-madura,-yuk>. (diakses pada tanggal 1 Desember 2018).
- Asian Paints. 2019. Colour Basics. <https://www.asianpaints.co.id/resources/learn/sempua-tentang-warna/colour-basics/what-is-colour.html>. (diakses pada tanggal 2 Desember 2018).
- Dinni Lydia. 2017. Berbagai Jenis Bahan Pembuatan Besi. <https://aluminiumindonesia.com/berbagai-jenis-bahan-plat-besi/>. (diakses pada tanggal 2 Desember 2018).
- Josephine. 2015. Jenis-Jenis Material Kayu Untuk Bangunan. <http://arsitektur.me/2015/09/pilihan-material-kayu-untuk-bangunan/>. (diakses pada tanggal 2 Desember 2018).