



---

## DESAIN GEROBAG JAJANAN RAKYAT SIAP SAJI DENGAN MEMPERHATIKAN KEGIATAN PENGGUNA SEHINGGA DAPAT MELANCARKAN KEGIATAN PRODUKSI DAN PENJUALANYA, SERTA MENDUKUNG PROMOSI

Lu'lu' Purwaningrum<sup>1</sup>, Anung Studiyanto<sup>2</sup>, Andi Setiawan<sup>3</sup>, Rahmanu Widayat<sup>4</sup>, Ahmad Faizin<sup>5</sup>, Silfia Mona Aryani<sup>6</sup>

Universitas Sebelas Maret

E-mail: [1lulu.purwaningrum@staff.uns.ac.id](mailto:lulu.purwaningrum@staff.uns.ac.id)

---

### Article History:

Received: 09-10-2023

Revised: 16-10-2023

Accepted: 21-11-2023

### Keywords:

lapak, gerobag, kaki lima, desain

**Abstract:** Pengabdian dilatarbelakangi perlunya alternatif desain lapak pedagang kaki lima yang mudah dipindahkan(gerobag), efisien sebagai tempat produksi dan memajang, serta sebagai pendukung promosi. Penerima manfaat dari pengabdian ini adalah pedagang jajanan "risol mayo" sebagai salah satu jajanan rakyat yang semakin bertumbuh di masyarakat. Proses pengabdian meliputi: brainstorming dan inventaris kebutuhan, rekomendasi desain, penentuan dimensi, sketsa dan alternatif desain, pembuatan prototipe 1:1, pelaporan dan pendaftaran HKI. Produk gerobag ini diharapkan bisa menjadi model gerobag yang memenuhi aspek fungsi, teknik dan estetika, yaitu efisien digunakan, menarik, mudah dipindahkan, efisien bahan dengan material ramah lingkungan.

---

## PENDAHULUAN

Sektor informal pedagang makanan rakyat saat ini berkembang pesat. Sistem penjualannya ada yang dilakukan dengan online atau tidak mempunyai lapak fisik, atau dengan offline atau dengan lapak fisik sehingga memungkinkan pembeli dan penjual bertemu secara nyata. Berakhirnya pandemi covid sebagai salah satu penyebab semakin maraknya aktivitas jual beli jajanan rakyat secara langsung. Oleh karena itu penjual-penjual yang awalnya tidak mempunyai lapak fisik pada saat pandemi, maka pada era normal ini terdorong untuk mengembangkan sistem penjualannya yang tidak hanya online tapi juga secara offline. Ketika membeli makanan secara offline, pembeli bisa melihat secara langsung bagaimana makanan itu disajikan. Disamping itu makanan bisa dilihat dulu secara nyata sebelum akhirnya dibeli. Dalam pertemuan nyata pun, akan ada komunikasi antara penjual dan pembeli pada semua proses jual beli. Dapat disimpulkan bahwa lapak penjualan makanan mempunyai fungsi: sebagai tempat untuk produksi sebelum disajikan; sebagai tempat pemajangan makanan yang sudah siap; sebagai tempat interaksi bisnis antara penjual dan pembeli; sebagai tempat promosi penjualan baik secara langsung dengan dagangan yang disajikan maupun dengan berbagai visualisasi sehingga pengunjung faham dan tertarik untuk membeli.

Lapak dagangan kaki lima atau kadang di sebut gerobag kaki lima adalah tren yang



paling banyak digunakan oleh sektor pedagang jajanan rakyat biasanya adalah pedagang kecil dengan modal kecil. Lapak yang dimaksudkan adalah yang biasa di pinggir jalan, kadang berupa gerobak yang fleksibel untuk dipindahkan karena tidak adanya kepemilikan atas lahan resmi untuk berjualan. Beberapa kriteria desain gerobak sebaiknya terbuat dari bahan yang ringan, desainnya simple, properti pendukung yang mudah untuk dijadikan satu, dan mudah dipindahkan. Harga dan ketahanan menjadi pertimbangan penting untuk mendesainnya. Oleh karena itu, material yang ramah lingkungan menjadi alternatif dari gerobak karena jika kemudian tidak dipergunakan tidak mengotori lingkungan dan mungkin dengan mudah bisa dialih fungsikan untuk tujuan yang lain.

Bentuk gerobak makanan mestinya menyesuaikan dengan jenis makanan yang diujakan. Ada beberapa gerobak yang ada, sesuai dengan hal tersebut (Hendrassukma et al., 2020), namun ada juga yang tidak memiliki cirikhas sesuai jajanan atau berbentuk umum saja. Gerobak makanan yang saat ini dijual di pasaran umumnya dibuat secara generalisasi sehingga tidak selalu sesuai untuk dagangan yang berbeda (Mangundarsono, 2016). Padahal gerobak selain sebagai penunjang wirausaha (Nurmansyah, 2019) bisa menjadi media yang estetik sehingga menarik perhatian (Widodo et al., 2016) dan efektif dalam mengenalkan produk jika didesain dengan berbeda dengan gerobak yang sudah ada (Anam & R., 2017). Inovasi yang sudah dilakukan antara lain dengan mengembangkan gerobak makanan tradisional (Hendrassukma et al., 2020), rombongan (Exstrilia et al., 2018), ataupun menerapkan biomimikri (Mangundarsono, 2016).

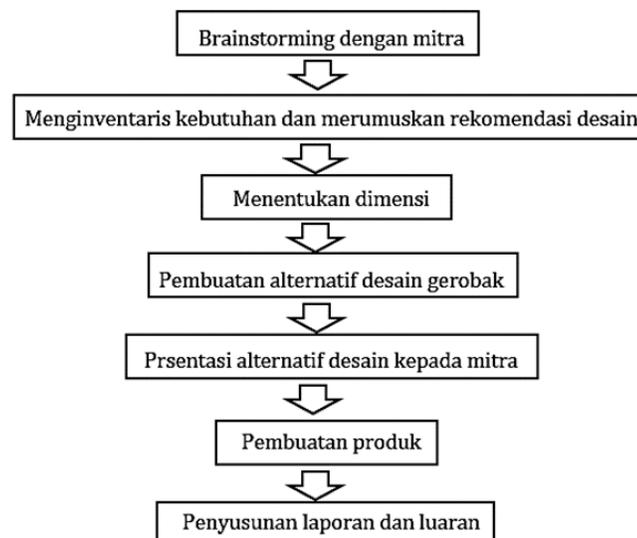
Dari tren yang ada di pasar, maka dirasa perlu untuk memberikan ide desain gerobak yang tidak hanya fungsional tapi juga estetis dan ramah lingkungan. Hal ini sesuai dengan prinsip pengembangan desain produk yang utama yaitu fungsi, estetika dan teknik (Furferi dan Francesco, 2023). Dalam pengabdian ini, mitra yang mendapat manfaat adalah penjual jajanan rakyat – risol mayo yang selama pandemi hanya berjualan di rumah saja. Selama pandemi mitra mengalami penjualan yang sangat bagus. Oleh karena itu dalam era *new normal* ini, rencana untuk mengembangkan usahanya perlu didukung dengan fasilitas penjualan yang memadai. Konsep gerobak yang mudah dipindahkan dirasa sangat cocok karena mitra memang belum mempunyai lahan resmi yang layak di tempat strategis. Namun demikian gerobak harus menjadi tempat untuk menyiapkan risol mayo dari setengah jadi menjadi siap saji dan dipajang. Selain itu karena baru pertama berdagang secara offline, maka gerobak harus didesain seoptimal mungkin sebagai sarana promosi.

Kegiatan PKM ini akan menghasilkan luaran berupa desain gerobak makanan dan kelengkapannya seperti kursi dan meja pembeli. Gerobak ini diharapkan dapat digunakan untuk memasak, menyiapkan dan memajang produk baik di lokasi tetap (toko) maupun temporer (saat mengikuti food bazaar). Kursi dan meja pembeli yang melengkapi gerobak diharapkan dapat memberikan kenyamanan bagi konsumen (Exstrilia et al., 2018) sehingga bisa meningkatkan penjualan yang berujung pada peningkatan produktivitas dan kesejahteraan (Rofieq et al., 2020) mitra. Luarannya sangat mungkin dijadikan referensi untuk pelaku UMKM lainnya dalam membuat gerobak dagangannya dan untuk itu perlu mendapatkan HAKI. Tim pengusul memiliki kapasitas, keahlian, dan pengalaman untuk melakukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dalam hal penelitian partisipatori (Setiawan, 2021) untuk merancang produk yang ergonomis yang mengindahkan dimensi pengguna (Purwaningrum et al., 2017) ataupun yang ramah lingkungan (Studyanto et al., 2021)



## METODE

Dari permasalahan-permasalahan di atas, sesuai kapasitas dan keahlian dari anggota RG Manusia, Seni Rupa dan Desain tim pengusul dapat memberikan kontribusi dalam meningkatkan pemasaran melalui perancangan dan pembuatan gerobak makanan. Pengabdian ini ditargetkan akan menghasilkan satu desain terpilih dan alternatif desain yang dibuat, dan kemudian akan dibuat produk jadi yang diharapkan sesuai dengan kebutuhan mitra dan bermanfaat untuk meningkatkan usaha mitra. Kegiatan utama pengabdian berupa pembuatan gerobak sebagai bagian perangkat produksi dan media promosi produk kuliner akan dilakukan dengan tahapan (Gambar 1) sebagai berikut: 1. *Brainstorming* dengan mitra Mitra akan memaparkan kriteria gerobak yang diharapkan dan bersama tim merumuskan batasan-batasan desain sehingga memungkinkan untuk direalisasikan sesuai dengan waktu dan dana. 2. Menginventaris karakter produk dan proses produksinya Mitra akan memaparkan karakter produk dan bagaimana proses produksinya sebagai dasar dalam penyusunan aktivitas yang harus diwadahi dalam gerobak. 3. Menentukan dimensi gerobak sebagai sarana produksi dan media pajang Tim pengusul berdiskusi dalam merumuskan dimensi gerobak. Dimensi gerobak perlu mempertimbangkan aspek ergonomi (Nidar et al., 2020) dan efisiensi lahan (Mangundarsono, 2016) 4. Pembuatan alternatif desain gerobak Tim pengusul bekerja sama untuk merancang beberapa alternatif desain gerobak. Desain perlu mempertimbangkan sistem perakitan dan pembongkaran (Widodo et al., 2016) seperti knockdown (Exstrilia et al., 2018) agar mitra mudah mengangkutnya tanpa harus menyewa alat transportasi tambahan (Mangundarsono, 2016). 5. Tim pengusul mempresentasikan setiap alternatif desain kepada mitra. Mitra memilih desain yang sesuai dan memberi masukan untuk perbaikan jika diperlukan 6. Pembuatan desain terpilih Desain terpilih kemudian dibuat dalam skala 1:1 dan dapat diserahkan kepada mitra pada akhir masa pelaksanaan PKM untuk digunakan sebagaimana mestinya 7. Penyusunan luaran Tim pengusul menyusun laporan, mengurus pengajuan HAKI dan menulis publikasi sebagai luaran dari kegiatan. Bersamaan dengan kegiatan utama PKM di atas, terdapat kegiatan pendukung solusi untuk permasalahan promosi berupa pembuatan branding produk seperti nama dan label pangan yang akan dipasang pada gerobak makanan



Gambar 1. Tahapan Pembuatan Gerobag



## HASIL dan DISKUSI

Dalam tahap *brainstorming* dengan mitra penjual diperoleh informasi hal-hal yang dibutuhkan dalam desain yang kemudian dibuat inventarisasi dan rekomendasi desain. Hal tersebut meliputi aspek fungsi, teknis dan estetis. Kegiatan meracik makanan bisa dilakukan di dapur rumah saja. Jadi masakan yang setengah jadi kemudian ditata pada wadah-wadah. Salah satu area gerobag sebagai lapak jualan, digunakan untuk menggoreng risol mayo, kemudian memajang sehingga area pajang risol mayo juga sekaligus area promosi untuk menarik pelanggan membeli. Oleh karena itu diperlukan area menggoreng yang cukup leluasa, kemudian meniriskan gorengan yang sudah masak, sebelum kemudian dipajang. Dibutuhkan tempat pajang yang menarik atau transparan, dan bisa menjaga makanan tetap terlindung dari debu maupun hewan. Dalam hal ini diperoleh kriteria material kaca atau *acrylic* untuk penutup rak pajang. Sedang meja penggoreng sebaiknya jauh dari rak pajang untuk menghindari uap mengenai rak pajang sehingga kaca atau *acrylic* yang transparan jadi buram atau merusak sambungannya.

Dalam membuat beberapa alternatif desain, dimensi komponen dari gerobag telah disesuaikan dengan kriteria dimensi tubuh bagain tertentu yang sesuai. Untuk area pajang direkomendasikan terletak di area bawah pandangan mata untuk memudahkan penataan serta mudah dilihat bagi konsumen. Area meja kerja ditentukan pada area dibawah siku berdiri dengan dikurangi 10-15 cm untuk fleksibilitas kerja pengguna. Untuk material meja penggorengan dipilih dengan finishing HPL bermotif kayu untuk mengakomodir permukaan yang mudah dibersihkan namun tetap berkesan alami. Karena jajanan ini adalah jajanan yang sehat alami, maka kesan alami harus terlihat dari pemilihan material dan warna. Digunakan material kayu dengan finishing alami warna hijau pada komponen utama gerobag serta papan nama. List kuning pada gerobag utama dengan gambar risol mayo untuk mempertegas kesan alami dan menonjolkan gambar tersebut. Salah satu karakteristik mudah dipindahkan dari gerobag ini menjadi kriteria dalam desain gerobag yaitu dengan merekomendasikan adanya roda pada kakinya, sehingga gerobag utama mudah untuk dipindahkan. Untuk mengakomodir fleksibilitas mudah dipindah ini, maka seluruh komponen diberikan rekomendasi mudah dilipat dan disimpan bersama gerobag utama. 2 alternatif desain dibuat dan dianalisa dari segi efisiensi dan efektivitas. Dalam proses pembuatannya melalui beberapa kali diskusi dengan pengguna secara langsung, sehingga dibuatlah produk jadi yang siap diujicobakan (Gambar 2).

Desain, warna dan material yang diterapkan pada gerobag memiliki pengaruh yang positif bagi konsumen. Area pajang yang diletakkan dibawah pandangan mata orang dewasa, atau masih pada jangkauan pandangan mata anak ke atas dan bawah ( $30^{\circ}$ ) memiliki efek yang mudah menarik anak-anak yang juga menjadi konsumen dari jajanan. Dapat dilihat dalam praktek penjualan konsumen ramai tidak hanya orang dewasa, namun dapat dicatat bahwa konsumen anak berkali-kali melakukan pembelian jajanan ini (Gambar 2). Proses penggorengan yang terpisah dengan meja dari rak pajang juga menjadikan meja tetap bersih, dan rak pajang tidak terkotori oleh cipratan minyak maupun uap panas yang mungkin merusak karet sambungan pada rak pajang. Rak pajang yang senantiasa bersih memberikan daya tarik bagi jajanan yang dipajang. Warna hijau pada papan nama dan sebagian besar gerobag memberikan kesan natural yang dekat dengan lingkungan, sehingga konsumen tidak merasa asing untuk mengunjungi lapak ini (Gambar 2).



**Gambar 2. Gambaran konsumen anak yang familiar dengan desain display yang memudahkan (kiri); Produk jadi Gerobag secara keseluruhan (kanan)**

## KESIMPULAN

Gerobag jajanan rakyat perlu untuk didesain dengan memperhatikan fungsi, teknis dan estetis sehingga efektifitas dan efisiensi gerobag bisa tercapai baik dari sisi pengguna penjual maupun konsumen. Dalam pengembangan desain perlu diinventaris melalui proses pendekatan penggalian masalah dan kebutuhan secara mendalam dari kebutuhan konsumen untuk menghasilkan rekomendasi desain yang bermanfaat untuk pengembangan desain.

## PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Pengabdian ini didanai oleh Pengabdian Hibah Riset grup UNS dengan no kontrak 229/UN27.22/PM.01.01/2023.

## DAFTAR REFERENSI

- [1] Anam, C., & R., E. W. (2017). Introduksi Booth Sebagai Upaya Meningkatkan Brand Awareness Kue Leker Menuju Ukm Naik Kelas. *E-Dimas*, 8(1), 68. <https://doi.org/10.26877/e-dimas.v8i1.1375>
- [2] Exstrilia, V. C., Mulyono, G., & Tanaya, F. (2018). Perancangan Rombong Multifungsi untuk Pedagang Kaki Lima. *Jurnal Intra*, 6(2), 813–823.
- [3] Furferi, Rocco, and Francesco Buonamici. (2023). "The Role of Product Engineering Modelling in Aesthetic Design Education" *Designs* 7, no. 6: 127. <https://doi.org/10.3390/designs7060127>
- [4] Hendrassukma, D., Nediari, A., & Fanthi, R. (2020). Transformasi Gerobak Makanan Tradisional Pada Desain Konter Makanan Tradisional Betawi Di Pusat Jajan Tematik. *Aksen*, 4(2), 5–18. <https://doi.org/10.37715/aksen.v4i2.1311>
- [5] Mangundarsono, Kornelius. (2016). *Tugas akhir desain folding booth untuk berjualan minuman pada indoor food bazar* ©. Universitas Kristen Duta Wacana.
- [6] Nidar, Muhammad Iqbal, Diena Yudiarti, and Sheila Andita Putri. (2020). "Perancangan Booth Untuk Pedagang Kaki Lima Di Area Komersial Gor Saparua Kota Bandung." *eProceedings of Art & Design* 7, no. 2
- [7] Nurmansyah, Wawan. (2019). "Rancang Bangun Prototype Intelligent Booth Kaki Lima (Otomatisasi Buka/Tutup)." *Jurnal Ilmiah MATRIK* 21, no. 1: 45-53.
- [8] Purwaningrum, Lu'lu, Kyotaro Funatsu, Cucuk Nur Rosyidi, and Satoshi Muraki. (2017).



- "Considering children's methods of grasping and carrying elementary school chairs for easy carrying, lifting, and turning." *SAGE Open* 7, no. 1, 2158244016678037.
- [9] Rofieq, Mochammad, Roos Widjajani, and Nanny Roedjinandari. (2020) "Desain Booth untuk Usaha Kecil dan Mikro (UKM) Sebagai Sarana Branding Kampung Wisata Kuliner." : 19-26.
- [10] Setiawan, Amdi. (2021). "Co-design as a strategy to improve ecological awareness of communities." In *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, vol. 905, no. 1, 012015. IOP Publishing,
- [11] Studyanto, Anung Bambang., Purwasito, A., Wardo, & Widayat, Rahmanu. (2021). Eco-friendly materials in interior design of Pecel Solo restaurant. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 905(1), <https://doi.org/10.1088/1755-1315/905/1/012048>
- [12] Widodo, Stephanie, I. Gusti Ngurah Ardana, and Sherly de Yong. (2016). "Perancangan Modular Booth Untuk Produk Makanan dan Minuman." *Intra* 4, no. 2: 515-523.