

## PERANCANGAN SARANA PENJUALAN PENTOL YANG SESUAI DENGAN KEBUTUHAN PEDAGANG DAN KONSUMEN PENTOL DI SURABAYA

Yudian syah

Desain dan Manajemen Produk / Fakultas Industri Kreatif Universitas Surabaya

[Syahyudian94@gmail.com](mailto:Syahyudian94@gmail.com)

**Abstrak-** Pedagang keliling adalah pedagang yang menjual dagangannya dengan cara berkeliling di perumahan atau perkampungan dengan cara berjalan kaki, menggunakan keranjang yang dipikul, memakai gerobak atau menggunakan kendaraan. Dengan tingginya angka perkembangan sepeda motor di Indonesia, pedagang keliling memanfaatkan kendaraan sepeda motor ini sebagai tempat berjualan. Menurut observasi yang telah dilakukan oleh penulis, *pentol* di Surabaya adalah makanan semua umur dan termasuk salah satu makanan yang populer, bahkan telah masuk *mall*, dan banyak dijumpai dalam acara *food festival*. Dengan perkembangan alat transportasi yang semakin pesat, banyak sekali pedagang *pentol* yang memanfaatkan sepeda motor sebagai tempat untuk berdagang. Tetapi ada juga beberapa kesulitan yang dialami seperti dimensi rombongan terlalu besar yang membuatnya menjadi sulit di mobilisasi dan kesulitan ketika hujan karena tidak ada media yang melindungi dari hujan. Untuk itu perlu adanya perubahan serta perbaikan pada sarana penjualan yang sudah ada, sehingga pedagang *pentol* yang termasuk salah satu makanan yang sangat digemari dapat terus bertahan dan berinovasi menjadi lebih baik. Tujuan penelitian ini adalah merancang rombongan berjualan *pentol* dengan kendaraan sepeda motor yang dapat di mobilisasi untuk memudahkan pedagang dalam melakukan penjualan secara berkeliling maupun di festival makanan. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif berupa *In-Depth Interview* serta Observasi dan juga metode kuantitatif berupa Kuesioner. *Output* dari penelitian ini adalah produk rombongan makanan.

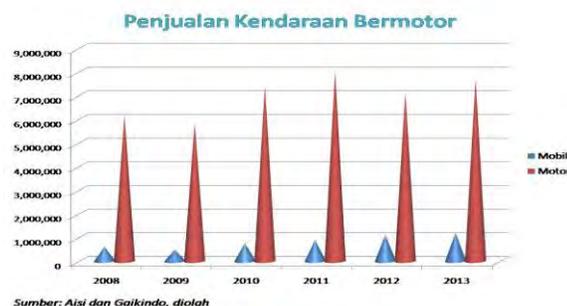
**Kata kunci :** *Food Festival* ,Pedagang Keliling, *Pentol*, Rombongan, , Sepeda Motor.

**Abstract-** *Pedlar is a merchant who sells foods around in a residential or streets by foot, using baskets, wearing a wagon or a vehicle. With the high rate development of motorcycles in Indonesia, pedlars using motorcycle as a vehicle to sell their foods. According to observations by the designer, pentol in Surabaya is the food of all ages and is one of the popular foods. It has even entered the mall, and are often found in the food festival event. With the development of transport equipment, which grew rapidly, a lot of pentol merchant use motorcycles. But there are also some difficulties experienced such as the dimension of the cart are too large that makes it hard to mobilize and difficulties when rainy season because there is no protection from rain. Because of that, changes and improvements are needed to the existing product, so that the pentol merchants as one of the foods seller that are very popular can continue to survive and innovate better. The purpose of this research is to designing pentol food-cart with motorcycle as a vehicle that can be mobilized to facilitate pedlar in selling it around as well as in the food festival. The method used in this research is qualitative methods such as in-depth interviews and observations, also quantitative such as questionnaire. The output of this research is a foodcart.*

**Keywords:** *Food-Cart, Food Festival ,Motorcycles.Pedlar, Pentol.*

## PENDAHULUAN

Pedagang keliling adalah pedagang yang menjual dagangannya dengan cara berkeliling di perumahan atau perkampungan. Pedagang keliling menjajakan barang dagangannya dengan berbagai cara. Ada yang berjalan kaki, menggunakan keranjang yang dipikul, memakai gerobak atau menggunakan kendaraan. Misalnya, sepeda, sepeda motor, atau mobil (Adi, 2004). Dengan tingginya angka perkembangan sepeda motor di Indonesia, beberapa usaha khususnya pedagang keliling memanfaatkan kendaraan sepeda motor ini sebagai tempat berjualan. Besarnya ketersediaan dan permintaan sepeda motor di Indonesia dikarenakan sepeda motor merupakan alat transportasi yang mempunyai beberapa keunggulan di bandingkan mobil, dari harga yang relatif murah, konsumsi bahan bakar yang lebih hemat, hingga biaya perawatan yang lebih terjangkau dengan ekonomi masyarakat Indonesia (Wuryantari, 2011). Di Indonesia, sepeda motor banyak digunakan di beberapa kota. Bank Dunia pada tahun 2005 melaporkan bahwa kepemilikan mobil di Indonesia kurang lebih 16%, sedangkan sepeda motor 80% (Hsu dan Lin, 2007)



Gambar 1. grafik penjualan kendaraan bermotor

Tidak hanya untuk sarana transportasi, kini sepeda motor juga digunakan masyarakat sebagai alat untuk berdagang menjajahkan dagangannya. Menurut data dari Dinas Perekonomian Pemerintah Kota Surabaya, bahwa pada tahun 2009 jumlah pedagang kaki lima kurang lebih sebanyak 75.000, dan 35 % diantaranya adalah pedagang kaki lima yang berjualan secara keliling mulai dari pedagang bakso, pentol, pangsit, batagor dan lain sebagainya (Herwanto, 2012)

Pentol atau di daerah lain di sebut cilok merupakan makanan ringan / jajanan yang di modifikasi dari makanan bakso yang memiliki akar dari seni kuliner Tionghoa - Indonesia. Hal ini di

tunjukkan dari istilah “bakso” berasal dari kata Bak dan so dalam bahasa *hokkien* yang secara harfiah berarti “daging giling“ (Kuliner Indonesia, 2010)

Pentol di Surabaya adalah makanan semua umur dan termasuk salah satu makanan yang populer. Tidak heran jika penjual pentol menjamur dimana-mana, bahkan telah masuk *mall*, ikut serta dalam acara food festival dan tak kehilangan peminatnya. Dengan perkembangan alat transportasi yang semakin pesat, banyak sekali pedagang pentol yang memanfaatkan sepeda motor sebagai tempat untuk berdagang. Salah satu keunggulannya adalah, mudahnya mobilisasi bagi pedagang yang ingin keliling lebih jauh dari tempat mereka biasanya. Tetapi ada juga beberapa kesulitan yang dialami seperti dimensi rombongan terlalu besar yang membuatnya menjadi sulit di mobilisasi dan kesulitan ketika hujan karena tidak ada media yang melindungi dari hujan (Paito, 2012). Seperti yang dapat di lihat di Gambar I.2



Gambar.2. Rombongan Pentol

Untuk itu perlu adanya perubahan serta perbaikan pada sarana penjualan yang sudah ada, sehingga pedagang pentol yang termasuk salah satu makanan yang sangat digemari dapat terus bertahan dan berinovasi menjadi lebih baik. Dengan latar belakang permasalahan tersebut, desainer akan merancang sarana berjualan pentol keliling yang sesuai dengan kebutuhan pedagang dan konsumen pentol di surabaya.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

Untuk mengetahui sejauh mana permasalahan di atas telah diteliti oleh peneliti lain, maka dilakukanlah kajian pustaka beberapa makalah dan buku literatur terbaru terkait

### **Pentol**

Pentol adalah jenis makanan ringan yang dapat ditemukan di Surabaya. Pentol adalah sebutan untuk sejenis bakso yang komposisi dagingnya lebih sedikit dari pada bakso. Bahkan kadang hanya tepung kanji saja, divariasikan dengan tahu, siomay, telur puyuh, dan pangsit. Pentol disajikan dengan campuran saus tomat, kecap maupun saus kacang (Paito, 2015)

Di daerah lain, seperti Jawa Barat pentol disebut juga sebagai cilok. Pentol dianggap sebagai jajanan anak-anak, namun di Surabaya pentol adalah makanan semua umur. Tak heran jika penjual pentol menjamur dimana-mana, bahkan telah masuk *mall* dan tak kehilangan peminatnya.



Gambar 8. Pentol

### Penjual Pentol

Penjual pentol banyak dijumpai di setiap daerah, dengan bermacam varian pentol dan *trade mark* atau *branding* masing-masing penjual. Pentol atau cilok / cilot memang jajanan yang digemari oleh anak-anak dan orang dewasa sekalipun. Bentuk pentol ada yang kecil seperti kerikil dan besar seperti layaknya pentol bakso. Cara berjualan pentol menggunakan rombongan yang diletakan diatas sepeda motor agar lebih *mobile* dan *portable* serta fleksibel (Paito, 2015)



Gambar 9. Penjual Pentol

Sasaran utama penjualan pentol adalah para anak kecil dari Sekolah Dasar atau Taman Kanak-Kanak. Bisa dengan berkeliling dari kampung ke kampung atau dari satu sekolah ke sekolah lainnya. Dengan cara berdagang seperti ini penjual lebih mudah mobilisasi ditempat keramaian (Paito, 2015). Ada beberapa peralatan yang harus dibawa oleh pedagang pentol ketika berjualan, diantaranya adalah:

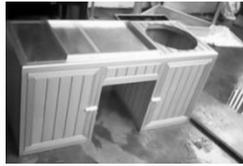
1. Sepeda motor atau sepeda kayuh.



Gambar 10. Penjual Pentol

Untuk dapat berjualan berkeliling pedagang membutuhkan kendaraan untuk alat transportasi agar memudahkan dalam berpindah tempat. Pedagang pentol yang paling sering menggunakan sepeda motor dan sepeda kayuh (Paito, 2015)

## 2. Rombong atau kotak tempat dagangan pentol



Gambar 11. Rombong Pentol

Rombong biasanya diposisikan dibagian belakang kendaraan sepeda motor, rombong berguna untuk menyimpan seluruh barang dagangan dan barang-barang lain yang diperlukan untuk dibawa saat pedagang berkeliling (Paito, 2015)

## 3. Panci tempat pentol



Gambar 12. Panci Pentol

Panci tempat pentol disimpan terbuat dari bahan *stainless steel* anti karat. Panci tersebut memiliki ukuran yang berbeda-beda, dibedakan oleh diameternya. Harganya pun bervariasi sesuai ukuran yang ada. Diameter yang sering digunakan adalah 32 cm, 35 cm, dan 40 cm. Disesuaikan dengan besar tempat yang disediakan pada rombong (Paito, 2015)

## 4. Pentol dan makanan pelengkap lain

Dalam sekali berkeliling, pedagang pentol tidak hanya membawa pentol saja untuk dijual tetapi beberapa pelengkap lainnya juga disediakan. Pedagang pentol pada umumnya membawa lebih dari satu jenis dagangan yaitu:



Gambar 13. Panci Pentol

- Pentol



Gambar 14. Variasi Pentol

Pentol yang dijual memiliki beberapa variasi jenis, diantaranya adalah: pentol kasar, pentol halus, pentol kecil, pentol besar, dan pentol isi telur puyuh. Tetapi dengan berkembangnya kreatifitas penjual pentol pun memiliki isi yang makin bervariasi seperti pentol isi keju, pentol isi sambal, dan pentol isi sayuran / jamur (Paito, 2015)

- Siomay



Gambar 15. Siomay

- Tahu



Gambar 16. Tahu

- Telur puyuh



Gambar 17. Telur Puyuh

- Kompor gas beserta tabung gas.



Gambar 18. Kompor dan Tabung gas

Kompor gas beserta tabungnya digunakan untuk memanaskan pentol agar pentol selalu hangat ketika disajikan kepada pembeli. Kompor terletak dibawah panci, sedangkan tabung gas dapat diletakan diluar.

Berikut adalah beberapa jenis kompor yang digunakan:

- Kompor Gas Satu Tungku

Kompor gas menjadi bagian paling penting dari setiap dapur yang ada dirumah. Kompor gas satu tungku memiliki kelebihan yaitu lebih hemat dan bisa dibawa kemana saja karena tidak terlalu besar yang membuat pedagang pentol memilih menggunakan kompor jenis ini.



Gambar 19. Kompor gas

- Kompor Minyak Satu Tungku

Dijaman modern sekarang ini kompor minyak tanah telah banyak ditinggalkan dan berganti dengan kompor gas. Kompor gas jauh mempunyai banyak keunggulan dibandingkan dengan kompor minyak, tetapi tidak jarang kompor minyak masih dipergunakan oleh pedagang untuk

berjualan karena caranya yang lebih tradisional, dan lebih aman dibandingkan kompor gas yang menggunakan tabung gas yang terkadang dapat membahayakan jika tidak dipergunakan dengan hati-hati.



Gambar 20. Kompor minyak

5. Bahan pendukung seperti tempat saus, plastik dll.



Gambar 21. Tempat saus

Tempat saus yang digunakan dapat beragam, Banyak sekali pedagang pentol yang memanfaatkan botol air mineral bekas sebagai wadah saus yang tentunya sangat kurang *higienis*. Tetapi ada juga pedagang yang sudah memakai tempat saus khusus yang biasanya memiliki warna merah atau kuning (Paito, 2015)

### ***Trend Food Festival***

Dunia festival dan *event / fair* yang menghadirkan banyak pengunjung telah berkembang seiring dengan perubahan teknologi dan *lifestyle* yang mempengaruhi perkembangan industri, salah satunya adalah industri makanan. Jika sebelumnya sebuah festival adalah seputar perayaan hari besar atau selalu mendatangkan hiburan musik terkenal, saat ini orang datang ke festival untuk kepentingan yang termasuk dalam bagian *lifestyle* terutama untuk masyarakat perkotaan. Festival makanan tidak lagi terjadi setahun sekali, melainkan sudah menjadi *weekend event* yang menawarkan hiburan bagi masyarakat perkotaan. *Food festival event* telah menjadi *trend-setter* di dunia kuliner dengan mengambil kelompok makanan yang ikonik dan mengubahnya menjadi sebuah perayaan yang luar biasa. (Passy, 2012)



Gambar 22. Food Festival di Pakuwon East Cost

***Trend Food Cart***

Berikut ini adalah beberapa jenis *food cart* yang sering digunakan di dalam sebuah *food festival*.

Nama	Gambar	Keterangan
<p>Tradisional <i>food cart</i></p>		<p><i>Food cart</i> disamping adalah jenis <i>food cart</i> tradisional yang banyak digunakan oleh pedagang asongan untuk menjajakan dagangan makanannya. Desain <i>food cart</i> seperti ini sangat populer di Indonesia.</p>
<p><i>Food cart</i> tanpa kendaraan</p>		<p><i>Food cart</i> disamping biasa digunakan di dalam festival / bazaar. <i>Food cart</i> tersebut tidak memiliki kendaraan sehingga sedikit sulit untuk dipindahkan karena harus di dorong manual atau ditarik kendaraan lain.</p>
<p>Kontemporer <i>food cart</i></p>		<p><i>Food cart</i> disamping adalah desain <i>food cart</i> kontemporer yang menonjolkan kesan <i>simple</i> dan <i>modern</i>. Lebih banyak menonjolkan branding dan grafis produk yang dijual.</p>
<p><i>Pop-up food cart</i></p>		<p><i>Food cart</i> disamping adalah desain <i>food cart</i> yang dapat di bongkar pasang sehingga <i>compact</i> dan tidak memakan banyak tempat. Banyak digunakan di dalam festival tematik karena desain nya yang unik.</p>

<p><i>Canopy food cart</i></p>		<p><i>Food cart disamping</i> adalah desain <i>food cart</i> yang memiliki fasilitas penutup seperti kanopi atau payung untuk melindungi dari cuaca panas. Sebagian besar <i>food cart</i> yang menjual makanan memiliki fasilitas kanopi ini.</p>
<p><i>Tricycle food cart</i></p>		<p><i>Food cart disamping</i> adalah desain <i>food cart</i> yang memiliki 3 buah roda untuk dapat digerakan. <i>Tricycle food cart</i> memiliki kelebihan lebih gampang untuk dipindah dan mudah berkeliling sehingga tidak berdiam disatu tempat.</p>
<p><i>Tricycle motor food cart</i></p>		<p><i>Food cart disamping</i> adalah desain <i>food cart</i> yang menggunakan media <i>tricycle motor</i> untuk menarik pengunjung karena keunikannya. <i>Food cart</i> seperti ini sangat populer dan dapat ditemukan disetiap festival.</p>
<p><i>Food cart dengan kendaraan disamping</i></p>		<p><i>Food cart disamping</i> adalah desain <i>food cart</i> yang berbagai jenis kendaraan yang letak nya disamping <i>cart</i> sehingga dapat berpindah tempat dengan mudah.</p>

Tabel 1 jenis foodcart

### METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif yang terdiri dari *in depth interview*, dan kuesioner.

<p><b>SKENARIO PENELITIAN</b></p>	
<p><i>Reseach objective</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mengumpulkan data kualitatif untuk pengembangan produk rombongan</li> <li>• Membandingkan dengan produk rombongan yang sudah ada</li> <li>• Mengidentifikasi kebutuhan konsumen akan produk yang akan dikembangkan</li> </ul>

<b>Reseach design</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kualitatif : Observasi, <i>in depth Interview (IDI)</i>, studi perilaku</li> <li>• Kuantitatif: kuesioner</li> </ul>									
<b>Reseach Area</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pedagang pentol keliling disekitar danau Universitas Negeri Surabaya (UNESA) dan pedagang pentol keliling disekitar kampus Universitas Surabaya (UBAYA).</li> <li>• Desainer rombongan makanan (rombongku) Jl. Medokan Sawah, Surabaya.</li> <li>• Pengusaha pembuatan rombongan, Jl. Semarang</li> </ul>									
<b>Reseach Target</b>	<p>Penelitian dengan melibatkan partisipan yaitu:</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Konsumen pentol</th> <th>Pembuat gerobak</th> <th>Penjual pentol</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Rata- rata Usia: 18 - 35 tahun</td> <td>Rata- rata Usia: 25-55 tahun</td> <td>Rata-rata Usia : 22 - 45 tahun</td> </tr> <tr> <td>Gender: Unisex</td> <td>Gender: Unisex</td> <td>Gender : Unisex</td> </tr> </tbody> </table>	Konsumen pentol	Pembuat gerobak	Penjual pentol	Rata- rata Usia: 18 - 35 tahun	Rata- rata Usia: 25-55 tahun	Rata-rata Usia : 22 - 45 tahun	Gender: Unisex	Gender: Unisex	Gender : Unisex
Konsumen pentol	Pembuat gerobak	Penjual pentol								
Rata- rata Usia: 18 - 35 tahun	Rata- rata Usia: 25-55 tahun	Rata-rata Usia : 22 - 45 tahun								
Gender: Unisex	Gender: Unisex	Gender : Unisex								
<b>Sample Size</b>	<p>IDI : - Bambang (39th)                      - Eko (32th)                      - Andik (22th)                      - Wahyu Kurniawan (29th)                      - Arifin (43th)</p> <p>Observasi: - produk eksisting, studi warna, studi mekanisme, studi kegiatan, studi tata letak, studi antropometri</p>									
<b>Reseach Period</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mei – Oktober 2015</li> </ul>									

Tabel 2 Skenario Penulisan

Dari hasil pengolahan data yang didapat, maka didapatkan sintesakeseluruhan, sebagai berikut:

### **Sintesa Keseluruhan**

Dari keseluruhan IDI, observasi, dan kuesioner yang dilakukan dapat ditarik beberapa kesimpulan:

- Dari wawancara (IDI) yang dilakukan terhadap 4 orang pedagang pentol keliling, diketahui bahwa kendala operasional yang dihadapi pedagang adalah rombongan yang berdimensi besar sehingga sulit untuk dipindahkan.
- Payung juga sangat dibutuhkan untuk melindungi ketika musim panas dan musim hujan, tetapi payung yang digunakan tidak efisien, memerlukan sebuah kanopi yang *compact* dengan sepeda motor dan rombongan.
- Dari hasil wawancara (IDI) yang telah dilakukan terhadap pembuat rombongan, diketahui bahwa material yang biasa digunakan dalam pembuatan rombongan adalah kombinasi aluminium dan *fiberglass* karena lebih ringan, dan unggul dalam segi bentuk, warna, dan estetika.
- Dari hasil wawancara (IDI) ke-3 dengan pembuat rombongan, dapat disimpulkan bahwa berat rombongan sangat berpengaruh terhadap mobilitas pedagang keliling. Rombongan yang diletakkan diatas sepeda motor akan mempengaruhi mobilitas dan operasional pedagang pentol.
- Cara penjual dalam menjual pentol dilakukan dengan tidak *higienis*, dapat dilihat dari tempat dan cara pedagang menyimpan pentol di tempat seadanya. Cara pembeli mengambil saus juga tidak *higienis* sehingga diperlukan desain tempat saus yang dapat meminimalisir perilaku yang tidak *higienis* tersebut.
- Dari observasi yang telah dilakukan dapat diketahui pedagang yang berjualan di *mall* dan festival menawarkan produk dan branding yang lebih unik serta harga yang lebih mahal diatas rata-rata pedagang pentol keliling.
- Dari kuesioner yang dilakukan terhadap 50 orang responden dari usia 12th - 59th dapat dilihat bahwa 94% responden menjawab lebih ingin membeli pentol bila pedagang pentol lebih higienis dan modern, tetapi tetap dengan cara tradisional berkeliling.

### **PROSES DESAIN**

Setelah melakukan analisa dari data-data yang telah dikumpulkan, maka dilakukan analisa aspek-aspek desain yang berkaitan dengan produk yang dibuat. Studi dan analisa dilakukan sebelum menyusun konsep desain, Aspek Teknis yang digunakan dalam pembuatan produk ini adalah material, komposisi material, pengguna, antropometri, fungsi, proses produksi, keamanan,. Sedangkan untuk aspek rupa adalah aspek bentuk, warna, estetika, , geometris, kesatuan, harmoni,

dan teknik desain form follow function. Aspek-aspek desain inilah yang menjadi pedoman dalam membuat alternatif desain.

Proses kreatif dimulai dengan 7 alternatif desain awal, kemudian dibobotkan menjadi 3 alternatif desain akhir dan 3 studi model dengan perbandingan 1:1, dan dibobotkan kembali sehingga mendapatkan desain akhir. Desain akhir yang ditemukan kemudian dibuat *prototype* dengan perbandingan 1:1. *Prototype* dibuat dengan menggunakan material besi hollow dan plat galvallum dengan besi hollow sebanyak 70% dan plat galvallum sebanyak 30%.



Gambar 23. *Prototype*

### **Analisis SWOT**

Analisis SWOT ini lebih mengacu pada hal-hal yang berhubungan dengan keunggulan, kelemahan, peluang, serta ancaman produk dari berbagai hal yang mungkin bisa merugikan ataupun menjatuhkan kedudukan produk.

#### ***Strength***

- Produk yang memfasilitasi pedagang pentol keliling untuk membawa dan me-*display* dagangannya.
- Ergonomis (nyaman, aman, sesuai dengan ukuran tubuh pengguna, serta mudah dalam pengoperasian). Dengan ukuran produk: 80x40x170 cm.
- Mudah dibawa oleh pengendara sepeda motor dengan menggunakan sistem pengait yang bisa menarik rombongan.
- Ringkas karena ketika disimpan tidak memerlukan banyak tempat.
- Memudahkan pengguna dalam menggunakan produk karena tata letak tempat penyimpanan maupun kompor dan dandang sudah di desain agar saling ter-intergasi sesuai runtuttan kegiatan pengguna.

- Menggunakan material yang mudah ditemukan di pasaran sehingga perawatan produk (penggantian *part*) lebih mudah untuk dilakukan.

### ***Weakness***

- Produk hanya dapat digunakan untuk membawa makanan ringan, khususnya pentol.
- Kualitas produk masih kalah bersaing dengan produk sejenis dengan skala industri besar, terutama dari segi kerapian produk.
- Proses produksi produk rombongan memakan waktu yang lama karena dikerjakan secara manual.
- Tidak cocok digunakan untuk motor *sport* karena jok terlalu miring.
- Perawatan dan pembersihan produk perlu dilakukan secara berkala oleh pengguna (setelah digunakan berkeliling seharian sebaiknya dibasuh).

### ***Opportunity***

- Potensi material produk yang dapat diperoleh secara gampang sehingga memudahkan proses produksi.
- Peningkatan jumlah pedagang keliling seiring dengan peningkatan jumlah pengguna kendaraan bermotor roda dua.
- Peningkatan jumlah festival makanan di kota Surabaya.

### ***Threat***

- Banyaknya persaingan dengan produk-produk sejenis yang dari skala popularitas lebih terkenal.
- Munculnya kompetitor yang dapat meniru desain dan penggunaan material serupa dari produk ini.
- 

### **Analisis STPD**

Analisis STPD dilakukan dengan maksud untuk mengidentifikasi kebutuhan dan potensi pasar melalui perilaku konsumen, sehingga produk yang dibuat nantinya dapat diterima dan sesuai dengan target yang diinginkan. Analisis ini meliputi tahap segmentasi, penentuan target, penempatan, dan diferensiasi produk yang merupakan pedoman penting dalam strategi pemasaran.

- ***Segmentation***

<p>- Demografis</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Primer : Pedagang makanan ringan keliling</li> </ul> <p>Jenis kelamin : <i>Unisex</i></p> <p>Usia : 18 – 50 tahun</p> <p>Penghasilan : Rp 3.000.000 - Rp 8.000.000 per bulan</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sekunder : <i>Francise</i> makanan ringan</li> </ul> <p>Skala bisnis : Kecil hingga besar, berdasarkan UU no. 20 tahun 2008, mengenai usaha mikro kecil dan menengah.</p> <p>Usia bisnis : 5 tahun</p> <p>Omset : &gt; Rp 10.000.000,- per bulan</p>
<p>- Psikografis</p> <p>Kelas sosial : kelas menengah atas sampai kelas atas (B+ sampai A)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Orang yang memiliki usaha pentol yang menjual dagangannya menggunakan rombongan, dan dengan cara berkeliling.</li> <li>2. Orang yang memiliki usaha pentol yang berjualan makanannya dengan menggunakan rombongan, dan menjual makanannya di festival makanan.</li> </ol>
<p>- Geografis</p> <p>Lokasi : Kota Surabaya</p>

Tabel 5 Segmentasi

Kelas	Kategori	Penghasilan per bulan
A+	Kelas atas-atas	>Rp 8.000.000
A	Kelas atas	>Rp 6.000.000 - Rp 8.000.000
B+	Kelas menengah keatas	>Rp 4.000.000 - Rp 6.000.000
B	Kelas menengah	>Rp 700.000 - Rp 4.000.000
C+	Kelas bawah bagian atas	>Rp 300.000 - Rp 700.000
C	Kelas bawah	<Rp 300.000

Tabel 6. Kelas Sosial Ekonomi

• **Targeting**

<p>- Demografis</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Primer : Pedagang pentol keliling dan festival</li> </ul> <p>Jenis kelamin : <i>Unisex</i></p> <p>Usia : 25 – 40 tahun</p> <p>Penghasilan : Rp 4.000.000 - Rp 6.000.000 per bulan</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sekunder : <i>Francise</i> makanan pentol</li> </ul>
--

Skala bisnis	: Kecil hingga besar, berdasarkan UU no. 20 tahun 2008, mengenai usaha mikro kecil dan menengah.
Usia bisnis	: 5 - 10 tahun
Omset	: Rp 10.000.000 – Rp 15.000.000 per bulan
- Psikografis	
Kelas sosial : kelas menengah atas (B+)	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pedagang pentol keliling yang bisa menggunakan dan mengendarai sepeda motor, sudah memiliki SIM sebagai syarat untuk mengemudikan kendaraan roda dua.</li> <li>2. Pedagang pentol yang biasa mengikuti festival makanan minimal setiap 6 bulan sekali.</li> </ol>	
- Geografis	
Lokasi	: Kota Surabaya, (Surabaya Utara, Barat )

Tabel 7. *Targeting*

- ***Positioning***

*Positioning* produk yang ingin ditanamkan dalam benak konsumen adalah sebagai *s* yang menyediakan sarana berjualan makanan ringan khususnya pentol, dengan keunggulan dapat menggunakan motor semua jenis dan menggunakan sistem *hitch* untuk menarik rombongan dengan lebih mudah.

- ***Differentiation***

Perbedaan produk ini dibandingkan dengan produk rombongan lainnya terletak pada penggunaan sistem *hitch* (pengait) untuk memudahkan operasional pemasangan rombongan pentol.

***Marketing Mix (Product, Price, Place, and Promotion)***

***a. Product***

- *Core benefit* : Manfaat yang ditawarkan kepada konsumen yaitu sebagai produk khusus dibidang rombongan yang memberikan alternatif desain baru dengan gaya modern.
- *Basic product* : Produk yang dibuat adalah produk rombongan yang dapat digunakan untuk berkeliling dan lebih menekankan pada penggunaan di luar ruangan.
- *Expected product* : Produk rombongan ini dirancang dengan menggunakan sistem pengait sehingga dapat lepas dan pasang dengan mudah. Dengan memiliki fungsi tambahan berupa *storage* dan *display*.

- *Augmented product* : Produk rompong ini akan dilengkapi dengan layanan *after sales* berupa pemberian kartu garansi (desain di lampiran) sebagai jaminan jika produk memiliki kerusakan atau tidak berfungsi dengan baik bukan karena disengaja. Jaminan perbaikan atau penggantian komponen meliputi penggantian komponen produk dengan jangka waktu 3 bulan setelah pembelian.
- *Potential product* : Produk nantinya akan dikembangkan dalam berbagai bentuk yang bervariasi sesuai dengan permintaan dan tren pasar, dengan maksud agar dapat menarik minat konsumen. Produk rompong akan dikembangkan kearah rompong untuk makanan lain, seperti: rompong kebab, rompong kopi, rompong mini terang bulan, dll.

### *Brand Naming*



Gambar 24. Logo Ro-li

Ide yang ingin disampaikan dari logo terpilih adalah untuk membuat ikon yang sederhana dari sebuah rompong, untuk menghindari bentuk yang terlalu rumit logo dibuat sederhana diwakili dengan pemilihan bentuk-bentuk dasar seperti kotak dan lingkaran. Bentuk tersebut dirangkai hingga membentuk sebuah rompong utuh yang memiliki arti rompong yang selalu bergerak untuk menjual makanan, dipilih warna yang terlihat menyerupai tanda rambu yang ada di jalan yaitu warna kuning, pemilihan kuning dikarenakan warna kuning memiliki efek untuk menstimulasi penglihatan dan menarik perhatian, sehingga di harapkan logo mudah di ingat oleh konsumen. Lalu dari segi pemilihan font menggunakan font dari jenis san serif yang simple dan modern mengikuti dengan konsep *brand* yang membuat rompong dengan gaya desain modern.

### *Branding Strategy*



mengikuti pameran tingkat lokal maupun nasional seperti Jatim Expo, Surabaya Great Expo, Indonesia Food & Beverage Industry Expo, dsb.

**d. Promotion**

Promosi merupakan salah satu strategi pemasaran yang ditujukan untuk memperkenalkan produk kepada konsumen sekaligus untuk meningkatkan penjualan produk. Strategi promosi yang akan diterapkan pada produk yaitu dengan menggunakan berbagai media promosi baik ATL (*Above The Line*) dan BTL (*Below The Line*) sebagai berikut:

- Media ATL

Pada media ini, promosi dilakukan dengan memanfaatkan media cetak seperti iklan koran, yang bertujuan untuk memperkenalkan dan memudahkan konsumen untuk mengetahui informasi mengenai produk. Seperti: Koran Jawa Pos, Kompas, dan Sindo (desain di lampiran). Tiga koran tersebut dipilih dengan alasan *targeting* yang dimiliki koran sesuai dengan target promosi yang dituju oleh *brand*. Berikut adalah target koran terpilih sebagai media promosi ATL:

Jawa Pos	Target pembaca: masyarakat kelas menengah ke atas, ber-pendidikan hingga sarjana, segmentasi usia 16 – 40 tahun. Memiliki pembaca +/- 1.4 juta / hari. Memiliki <i>section</i> utama yaitu: politik, ekonomi/bisnis, nasional, internasional, metropolis, <i>zetizen, for her</i> .	Dipilih Karena koran Jawa Pos memiliki pembaca terbanyak dan terluas dibanding pesaing, memiliki seksi ekonomi/bisnis yang banyak dibaca oleh pengusaha sehingga cocok untuk mempromosikan <i>brand</i> .
Kompas	Target pembaca: masyarakat kelas menengah ke atas, sarjana, segmentasi usia 20 – 40 tahun. Memiliki pembaca +/- 1.2 juta / hari. Memiliki <i>section</i> utama yaitu: politik & hukum, pendidikan & kebudayaan, lingkungan & kesehatan, internasional, bisnis & keuangan, teropong (teropong nusantara, dll).	Dipilih Karena koran Kompas memiliki pembaca yang banyak, serta memiliki seksi bisnis & keuangan. Memiliki target yang sesuai yaitu dari menengah hingga atas.
Sindo	Target pembaca: masyarakat kelas menengah ke atas, sarjana, segmentasi usia 18 – 40 tahun. Memiliki pembaca +/- 336 ribu/ hari. Memiliki diferensiasi pembaca laki-laki sebanyak 60 % dan wanita sebanyak 40 %	Sesuai dengan target yang diinginkan yaitu pembaca dengan kelas menengah hingga keatas.

Tabel 8 Target koran sebagai media ATL

- Media BTL

Pada media ini, promosi dilakukan dengan menggunakan brosur, website, kartu nama, kartu garansi dan x-banner.



Gambar 26. Brosur Ro-li



Gambar 27. Xbanner Ro-li



Gambar 28. Website Ro-li



Gambar 29. kartu nama Ro-li



Gambar 30. Kartu Garansi Ro-Li



Gambar 31. merchandise kaos Ro-Li

### Analisis Biaya

Analisis biaya untuk pembuatan produk akan disajikan melalui perhitungan material (*Bill of Material*) serta perhitungan rincian biaya produk baik berupa *prototype* maupun ketika diproduksi dalam jumlah banyak.

No	Keterangan	Biaya
	Biaya produksi	23.902.000
	Biaya tidak langsung	14.312.500
	<b>Total HPP</b>	<b>38.214.000</b>
	<b>HPP per produk</b>	<b>4.776.750</b>
	<b>Harga jual per produk (profit 20% + pajak 1.5%)</b>	<b>5.803.750</b>

Tabel 9. Perhitungan HPP

No	Keterangan	Biaya
	Harga jual	46.430.000
	Total HPP	(38.214.000)
	Pajak 1.5%	(696.450)
	<b>Keuntungan bersih per 8 produk</b>	<b>7.519.550</b>
	<b>Keuntungan bersih per produk</b>	<b>939.943</b>

Tabel 10. Perhitungan Keuntungan Produk

Berdasarkan hasil analisa biaya yang telah dilakukan diketahui harga jual per produk adalah Rp. 5.803.750 ,- dengan keuntungan bersih per produk mencapai Rp.939.943,-

## KESIMPULAN DAN SARAN

### V.1 Kesimpulan

Dari seluruh penelitian yang telah dilakukan untuk menyelesaikan tugas akhir ini, diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

- Diketahui bahwa kendala operasional yang dihadapi pedagang adalah rombongan yang berdimensi besar sehingga sulit untuk dipindahkan sehingga dapat diperbaiki dengan bantuan material handling (beroda).

- Dari observasi yang telah dilakukan dapat diketahui pedagang yang berjualan di *mall* dan festival menawarkan produk dan branding yang lebih unik serta harga yang lebih mahal diatas rata-rata pedagang pentol keliling.
- Dari kuesioner yang dilakukan terhadap 50 orang responden dari usia 12th - 59th dapat dilihat bahwa 94% responden menjawab lebih ingin membeli pentol bila pedagang pentol lebih higienis dan modern, tetapi tetap dengan cara tradisional berkeliling.

## **V.2 Saran**

Untuk pengembangan penelitian lebih lanjut tentang penelitian tugas akhir yang lebih baik perlu diperhatikan beberapa saran ini:

- Untuk mengoptimalkan hasil dari produk perlu diteliti dan dikembangkan lagi pada proses *motion study* sehingga dapat mengetahui urutan dan metode terbaik untuk persiapan dan proses penjualan.
- Perlu lebih dikembangkan lagi desain dari produk yang dihasilkan sehingga kedepannya penelitian bisa menghasilkan produk yang dapat memenuhi kebutuhan berjualan yang berbeda-beda.
- Untuk pengembangan produk dapat dikembangkan pada sistem sambungan antara rombongan dan sepeda motor, sehingga dapat ditemukan sistem yang lebih efisien dari segi kemudahan pengoprasian

## DAFTAR PUSTAKA

- Adi, R. (2004). *Ekonomi politik: kebijakan dan strategi pembangunan*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Andika, M. L. (2011, 11 29). Indonesian Motorcycles Industry Association. p. 1. Retrieved from <http://www.aisi.or.id/news/detail/read/two-wheels-predicted-to-reach-84-million-units/>
- Chuan, T. K., Hartono, M., & Kumar, N. (2009). International Journal of Industrial Ergonomics. *Antropometry of the Singaporean and Indonesian population*, 766.
- Ethinos. (2014, Oktober 17). DESIGN:-The Good, Bad and Ugly. *The Impact Of Color - The Use Of Color Online*, p. 1. Retrieved from <http://visual.ly/impact-color-use-color-online>
- Herwanto. (2012, Desember 14). Resistensi Pedagang Kaki lima Dalam Menghadapi Penataan Yang Dilakukan Oleh Pemerintah Kota Surabaya., p. 1. Retrieved from [http://herwanto-a-d.fisip.web.unair.ac.id/artikel\\_detail-68474-Umum-ResistensiSurabaya.html](http://herwanto-a-d.fisip.web.unair.ac.id/artikel_detail-68474-Umum-ResistensiSurabaya.html)
- Irawan, B., & Tamara, P. (2013). *Dasar-Dasar Desain*. Jakarta, Indonesia: Griya Kreasi.
- Liu, S. (2007). *3d Shape Analysis: Construction, Classification And Matching*, 1. Retrieved from <http://www.secs.oakland.edu/~li4/research/student/Liu07.pdf>
- Michl, J. (2009). *Adoption Of The Formula Form Follows Function*, 1. Retrieved from <http://janmichl.com/eng.gombrich-fff.pdf>
- Paito. (2012, Desember 23). Makanan Rakyat Bernama Pentol. *Makanan Rakyat Bernama Pentol*, p. 1. Retrieved from [http://www.kompasiana.com/jagatawangawang/makanan-rakyat-bernama-pentol\\_551b160681331137489de472](http://www.kompasiana.com/jagatawangawang/makanan-rakyat-bernama-pentol_551b160681331137489de472)
- Palgunadi, B. (2008). *Desain Produk 3*. Bandung, Indonesia: ITB.
- Saputra, D. (2015, Februari 20). 6 Jenis Sepeda Motor di Seluruh Dunia. p. 1. Retrieved from <http://hargamotor.co.id/review-motor/6-jenis-sepeda-motor-di-seluruh-dunia>
- Team, S. (2014). Trailer Couplings, Hitches, and Safety Chains--Automotive Type. *Trailer Couplings, Hitches, and Safety Chains--Automotive Type*, 1. Retrieved from [http://standards.sae.org/j684\\_201405/](http://standards.sae.org/j684_201405/)
- Thompson, R. (2007). *Manufacturing Process for Design Professional*. London, UK: Thames & Hudson.
- Wuryantari, O. (2011). Korelasi Pengendara Sepeda Motor Berstatus SMP Terhadap Lalu Lintas. *Korelasi Pengendara Sepeda Motor Berstatus SMP Terhadap Lalu Lintas*, 1. Retrieved from (<http://publikasi.umy.ac.id/index.php/sipil/article/view/2222/2564>