

PERANCANGAN SARANA BANTU JUAL BERUPA ROMBONG 2 IN 1 BAGI PENJUAL SAYUR DAN MINUMAN

JEREMIA ARTIONO ARIFIN

Desain dan Manajemen Produk / Universitas Surabaya

ABSTRAK - Rombongan adalah sebuah sarana berjualan yang sudah sering dipakai oleh masyarakat Indonesia. Berbagai jenis komoditi telah dijual dengan bantuan rombongan itu sendiri, sehingga rombongan bisa kita kelompokkan menjadi beberapa jenis menurut barang yang dijual didalamnya. Jenis-jenis itu sendiri adalah rombongan sayur, rombongan minuman, rombongan sate, rombongan makanan olahan dan sebagainya. Rombongan sayur memiliki bentuk yang paling sederhana daripada rombongan-rombongan yang lainnya dan juga biasanya orang yang berjualan sayur memiliki modal yang paling kecil dibandingkan dengan orang berjualan komoditi lainnya. Oleh sebab itu demi meningkatkan ekonomi para penjual sayur desainer merancang sebuah rombongan yang bisa menjual 2 buah komoditi yang berbeda yaitu sayur dan minuman. Selain memiliki 2 fungsi, rombongan juga akan memiliki visualisasi yang mendukung, sehingga dapat menarik perhatian konsumen disekitarnya. Penelitian desain diawali dengan melakukan survey tentang kegiatan para pedagang sayur dan minuman, sehingga dapat diketahui fungsi apa saja yang perlu ada di dalam inovasi rombongan yang baru. Setelah mendapatkan data-data yang diperlukan dan dianalisa maka terciptalah inovasi rombongan yang dinamakan SURUNGAN.

Kata kunci : **rombong sayur, desain produk, visualisasi, multifungsi**

ABSTRACT - Rombongan is a selling tool that is often used by the people of Indonesia. Various types of commodities have been sold with the help of rombongan itself, so that we can classified rombongan grouped into several types according to the goods sold therein. Types of itself is a vegetable rombongan, beverage rombongan, satay rombongan, processed foods rombongan and so on. Vegetables rombongan have the simplest form than another rombongan and typically have the smallest capital in comparison with people selling other commodities. Therefore, in order to enhance the economics of greengrocer, designers can devise a mob that sells 2 pieces of different commodities which are vegetables and beverages. In addition of having two functions, rombongan will also have the supported visualization to attract the attention of consumers around. Design research begin by conducting a survey on the activities of traders vegetable and drinks traders, in order to know what features we need to put on the Rombongan. After obtaining the necessary data and being analyzed, it creates rombongan innovation called SURUNGAN.

Keywords : **vegetable rombongan, product design, visualization, multyfunction**

PENDAHULUAN

Setiap negara di dunia ini memiliki berbagai faktor dalam memajukan negaranya, begitu pula Indonesia. Faktor-faktor itu antara lain adalah politik, keamanan, kebudayaan, dan perekonomian. Jika digolongkan perekonomian Indonesia berada di tahap pada perekonomian yang berkembang, karena sebagian besar masyarakatnya berada di perekonomian menengah ke bawah.

Perekonomian menengah ke bawah ini biasanya terdiri dari *home industry*, perdagangan (pasar, penjual-penjual skala kecil). *Home industry* serta perdagangan merupakan penopang dari perekonomian menengah ke bawah yang ada di Indonesia. Perdagangan sendiri sejatinya memiliki banyak jenis seperti perdagangan dalam jumlah besar (grosir) dan perdagangan dalam jumlah kecil atau individu antar individu.

Perdagangan dalam jumlah kecil atau individu antar individu sering kita temui dalam kehidupan sehari-hari kita, contoh paling umum adalah penjual sayur atau penjual-penjual lainnya dan juga PKL (Pedagang Kaki Lima). Setiap perdagangan pasti memiliki sarana-sarana dalam membantu proses perdagangan mereka sehari-hari, salah satunya adalah rombongan. Rombongan adalah alat bantu yang sudah sangat umum di kalangan masyarakat, yang di wilayah Jawa Tengah rombongan ini disebut gerobak. Rombongan atau gerobak sendiri memiliki banyak sekali jenisnya tergantung dari apa yang dijual oleh pedagang tersebut. Umumnya jenis-jenis rombongan yang sudah ada hanya dapat dipakai untuk 1 jenis penjualan, misal: gerobak sayur hanya dapat digunakan sebagai gerobak sayur selamanya tidak dapat dipakai menjadi gerobak yang menjual selain sayur semisal wedang atau es, padahal secara ukuran dan bentuk terdapat kemiripan.

Dalam penelitian ini akan dibahas secara menyeluruh baik dari segi rombongan sayur atau gerobak sayur, dan dari segi ekonomi masyarakatnya, karena rombongan sayur atau gerobak sayur ini adalah penunjang dalam melakukan pekerjaan mereka sehari-hari. Dengan keterbatasan fungsi sebuah rombongan maka perekonomian dari *user* juga akan statis atau tidak akan ada peningkatan, hal itu disebabkan karena sebuah rombongan sayur hanya akan dipakai untuk menjual sayur

saja, sedangkan untuk memulai usaha lainnya pedagang tidak memiliki modal yang berlebih, untuk membuat atau membeli gerobak yang baru.

Tujuan dari Penelitian ini adalah :

- Mendesain rombongan yang *adjustable*, dan memaksimalkan penggunaannya
- Mendesain rombongan yang nyaman dipakai oleh mayoritas orang Indonesia (sesuai dengan antropometri orang Indonesia)
- Mendesain rombongan yang memiliki 2 kegunaan primer, yaitu rombongan sayur dan rombongan minuman.
- Mengembangkan produk untuk membantu meningkatkan penghasilan bagi masyarakat dengan tingkat ekonomi rendah.
- Mendesain rombongan yang dapat menarik perusahaan untuk memberi sponsorship dalam biaya pembuatannya, sehingga penjual tidak mengeluarkan biaya yang terlalu besar untuk membelinya.
- Menciptakan inovasi desain rombongan yang dapat menarik perhatian masyarakat melalui perubahan bentuk, warna, dan fungsinya.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang akan dilakukan meliputi:

- Studi pustaka seputar keadaan ekonomi menengah ke bawah, dan artikel-artikel yang berkaitan dengan rombongan, serta artikel-artikel yang membahas tentang bahan yang bisa dipakai dalam pembuatan rombongan.
- Mengunjungi situs-situs yang berkaitan dengan kajian permasalahan.
- Melakukan *interview* terhadap pihak-pihak terkait seperti pedagang yang menggunakan rombongan.

Tabel 1 Skenario Penelitian

Tujuan Penelitian	<ul style="list-style-type: none">• Mengumpulkan data kualitatif untuk pengembangan produk baru• Membandingkan dengan produk yang sudah ada• Mengidentifikasi kebutuhan konsumen akan produk yang akan dikembangkan
Desain Penelitian	<ul style="list-style-type: none">• FGD selama ± 30 menit• Wawancara• Observasi

Area penelitian	Semarang, Bojonegoro, Baureno						
Target Penelitian	Penelitian dengan melibatkan orang dengan kriteria: <table border="1" style="margin-left: 40px;"> <tr> <td colspan="2" style="text-align: center;">Pedagang Sayur</td> </tr> <tr> <td style="width: 50%;">usia < 50 tahun</td> <td style="width: 50%;">usia > 50 tahun</td> </tr> <tr> <td colspan="2" style="text-align: center;">Berdagang menggunakan gerobak</td> </tr> </table>	Pedagang Sayur		usia < 50 tahun	usia > 50 tahun	Berdagang menggunakan gerobak	
Pedagang Sayur							
usia < 50 tahun	usia > 50 tahun						
Berdagang menggunakan gerobak							
Ukuran Sampel	IDI : 30 responden (Pedagang) FGD : 12 responden (Pedagang)						
Periode Penelitian	<ul style="list-style-type: none"> • Persiapan dan pembuatan skenario: 10 Juni 2011 • FGD: 27 Maret 2012 pk. 17.00 • Evaluasi dan analisis FGD: 27 Maret 2012 • Wawancara: 11 November 2011 • Wawancara 2 : 27 November 2011 pk 05.00 						

(Sumber: Analisa Penulis)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah dilakukan pengumpulan data di 2 kota, dan 1 desa maka ditemukan data bahwa 78,5% dari total responden berjualan sayur sampai dengan jam 12 siang dan 21,5% berjualan sayur sampai diatas jam 12 siang. Responden yang dipilih adalah semua orang yang berdagang sayur dengan menggunakan gerobak atau rombongan. Metode yang dipakai pada pengumpulan data ini adalah *Interview*.

Peneliti juga melakukan *Focus Group Discussion* kepada 12 orang pedagang sayur yang berada di Semarang, melalui forum ini peneliti mendapatkan kesimpulan kalau sebagian besar dari mereka menginginkan untuk meningkatkan tingkat perekonomian mereka dengan cara memanfaatkan waktu kosong mereka setelah berjualan sayur pada pagi hari. Dari pendapat tersebut penulis mencoba member pandangan untuk berjualan lagi pada malam hari nya seperti berjualan minuman. Hanya saja beliau beliau berkata tidak ada sarana yang cocok untuk berjualan minuman secara berkeliling. Dari hal itu penulis mengemukakan pemikiran tentang membuat suatu gerobak yang *dual-function* dan pemikiran tersebut disambut positif oleh para responden.

Pengumpulan data yang dilakukan peneliti selain dengan IDI dan FGD, peneliti juga melakukan observasi pada data eksistinya yaitu rombongan sayur yang umumnya dipakai. Beberapa hal utama yang didapat peneliti adalah ukuran yang ada sekitar 120cm x 65cm x 60cm, rombongan terbuat dari material utama kayu,

rombong memiliki 2 buah roda di sisi kiri dan kanan, dan juga terdapat sebuah tiang yang memanjang di tengah rombong yang berfungsi untuk menggantung.

Deskripsi produk yang penulis rancang:

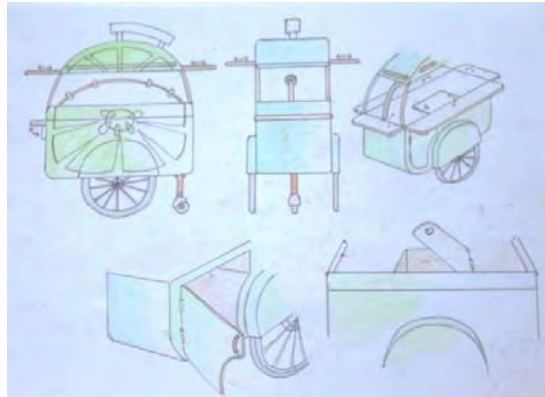
1. Nama produk : Sarana bantu jual berupa rombong 2 in 1 bagi penjual sayur dan penjual minuman.
2. Sebutan produk : SURUNGAN
3. Fungsi:
 - Sarana bantu jual berupa rombong yang memiliki 2 fungsi utama yaitu untuk berjualan sayur atau berjualan minuman.
 - Mengoptimalkan fungsi rombong sayur pada umumnya
 - Menjadikan rombong sayur yang dapat mengakomodir menjadi rombong yang menjual minuman.
 - Memberikan fasilitas berupa permukaan datar sebagai pengganti meja untuk mengakomodir rombong minuman.
 - Memberikan tempat untuk media periklanan bagi perusahaan yang bersedia
4. Tujuan : Dicapainya sebuah desain perancangan rombong 2 in 1 bagi penjual sayur dan penjual minuman.
5. Keunggulan :
 - Memiliki 2 fungsi yang dapat diubah-ubah kapan saja
 - Pengoperasian yang mudah
 - Nyaman digunakan
 - Dapat menjadi obyek promosi perusahaan (iklan produk)
6. Pengguna :
 - Usia : 15 tahun – 65 tahun
 - Suku : tidak dibatasi
 - Agama : tidak dibatasi
 - Pekerjaan : Penjual sayur atau penjual minuman
 - Golongan : Orang Indonesia

Kata kunci desain yang dipilih penulis antara lain ;

1. *Fresh*, yang dimaksud adalah produk rombong ini akan memiliki bentuk serta rupa yang berbeda dari pada rombong-rombong yang ada. Dilihar dari warna produk rombong ini memiliki warna-warna yang cerah seperti hijau, kuning, dan merah.
2. *Dual-function*, yang dimaksud adalah produk rombong ini memiliki 2 fungsi utama, yaitu sebagai sarana untuk berjualan sayur serta berjualan

minuman. Setiap sarana didukung dengan aplikasi aplikasi yang memadai, seperti ruang penyimpanan, tempat menggantung.

3. *Attractive*, yang dimaksud adalah produk rombongan ini diharapkan dapat menarik minat perusahaan-perusahaan agar dapat beriklan menggunakan sarana rombongan ini. Tentu saja dengan perusahaan yang memiliki bidang usaha yang terkait.



Gambar 1 Desain Terpilih
Sumber: Analisa Penulis

Gambar diatas adalah desain terpilih dari beberapa alternatif desain yang telah dibuat. Desain rombongan ini mengambil *image* buah dari jeruk nipis. Warna dominan adalah hijau dan kuning serta memiliki corak seperti serat dari jeruk nipis ketika dipotong. Bentuk dominan adalah garis-garis lengkung.

Berikut adalah foto rombongan yang sudah jadi 100%:



Gambar 2 Produk Jadi
Sumber: [Analisa](#) Penulis

Berikut merupakan panel produk yang berisi tentang konsep, latar belakang, keunggulan dan operasional pemakaian.



Gambar 3 Panel produk
Sumber: [Analisa](#) Penulis

Penulis juga membuat logo dalam proses desain rombong ini. Logo yang dibuat harus memiliki suatu filosofi yang kuat untuk mewakili obyek rombong itu sendiri, berikut adalah beberapa alternatif logo yang dimaksud.

- Nama produk yang diangkat adalah SURUNGAN. Apabila dideskripsikan dalam sebuah kalimat maka SURUNGAN ini memiliki maksud “Sebuah kata yang sudah umum dipakai oleh masyarakat yang di Jawa untuk memberi nama suatu alat bantu membawa sesuatu yang pengoperasian nya dengan didorong secara manual oleh manusia.”



Gambar 4 Alternatif Logo
Sumber: [Analisa](#) Penulis

- *Tagline* , penulis juga memikirkan 3 buah pilihan kalimat *tagline* yang nantinya akan dipilih salah satu dan akan menjadi *tagline* dari *branding* yang nantinya akan di gunakan. 3 buah *tagline* itu adalah “Rekan Kerja Anda” , “Rombong anda sendiri” , “Sukseskan Perdagangan”. Maksud dari *tagline* “Rekan Kerja Anda” adalah agar produk ini bisa menjadi partner kerja 2 buah pihak, pihak pertama yang dimaksud adalah perusahaan yang nantinya akan memakai rombongan ini menjadi media promosi dan pihak kedua adalah pedagang yang nantinya akan sehari hari menggunakan rombongan ini untuk berjualan sayur atau minuman, untuk maksud dari *tagline* yang kedua ”Rombong anda sendiri” adalah rombongan yang hanya dimiliki anda pribadi, orang lain belum pernah menggunakan rombongan yang berbeda seperti rombongan “SURUNGAN”. Dan yang terakhir adalah “Sukseskan Perdagangan” , maksudnya adalah Rombongan “Surungan” dibuat untuk memajukan perdagangan 2 belah pihak, yaitu pihak perusahaan yang berinvestasi dan juga para pedagang yang berjualan.
- Logo terpilih



Gambar 5 Logo terpilih
Sumber: [Analisa](#) Penulis

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Rombongan adalah alat yang dipakai secara umum dalam membantu seseorang untuk berdagang. Rombongan sendiri memiliki berbagai macam varians tergantung

dari barang apa yang diperdagangkan. Pada umumnya orang yang menggunakan rombongan memiliki tingkat ekonomi yang rendah. Penelitian diawali dengan melakukan survey terhadap pola kehidupan para pedagang yang menggunakan rombongan. Pedagang yang disurvei dikhususkan pada pedagang sayur dan minuman. Setelah mendapatkan data-data yang diperlukan, peneliti melakukan proses desain. Proses desain diawali dengan penentuan fungsi-fungsi apa saja yang hendak dipakai dalam desain rombongan yang baru, kemudian apabila fungsi-fungsinya telah diputuskan peneliti memilih image apa yang akan dipakai dalam visualisasi rombongan nantinya, dan akhirnya yang terpilih adalah image buah. Rombongan dengan desain yang baru ini dinamakan SURUNGAN. Rombongan ini memiliki beberapa keunggulan daripada rombongan yang lain, selain multifungsi, rombongan ini juga bisa dipakai untuk meng-*advertise* suatu *brand* produk dari perusahaan.

Saran

1. Diperlukan beberapa varians produk lagi yang sejenis untuk menambah pilihan dalam menentukan memakai rombongan yang mana.
2. Bekerja sama dengan perusahaan yang dapat menyediakan bahan baku dalam harga partai, sehingga ongkos produksi akan bisa sangat ditekan.
3. Brosur dibuat dengan warna yang lebih eksklusif karena target dari konsumen adalah masyarakat kelas sosial B+, A, dan A+
4. Diperlukannya desain tambahan untuk tempat sampah yang nantinya akan diletakkan di dalam Rombongan bagian sebelah kanan.
5. Sebaiknya bahan yang dipakai untuk *geber* memakai bahan yang berwarna transparan. *Geber* juga diletakkan disetiap sisi dari rombongan.

DAFTAR PUSTAKA

1. Chuan, Tan Kay, Hartono, Kumar, Markus, Naresh. 2009. *Anthropometry of The Singaporean and Indonesian Populations* . International Journal of Industrial Ergonomics. Singapore.
2. Palgunadi, Bram. 2008. *Desain Produk 2 Membuat Rencana* . ITB: Bandung.

3. Palgunadi, Bram. 2008. *Desain Produk 3 Aspek- Aspek Desain*. ITB: Bandung.
4. Palgunadi, Bram. 2008. *Desain Produk 4 Analisis & Konsep Desain*. ITB: Bandung.
5. Panero, Julius. Zelnik, Martin. 2003. *Dimensi Manusia Dan Ruang Interior*. Erlangga: Jakarta.
6. Primasetra, Anjar, Dorong Laba Lewat Gerobak, Bandung : Penerbit Buku Kita, 2010.
7. Putra, Ardiansyah, *Power of Gerobak* , Bandung : Penerbit Cakrawala, 2011.
8. Sachari, Agus, Sosiologi Desain, Bandung : Penerbit ITB, 2002
9. Wijanarko, Lizard. *Dasar Pemakaian Warna Dalam Desain Grafis*
<http://www.ahliadesain.com/printthread.php> Diunduh: 26-09-12
10. <http://anneahira.com/perekonomian-indonesia.htm> Diakses: Pada 12 Desember 2012
11. http://antropometri.ti.itb.ac.id/lihat_data.php Diakses: Pada 12 Desember 2012
12. <http://bisnismeli.com/2011/07/belajar-dari-tukang-sayur/> Diakses: Pada 12 Desember 2012
13. <http://gerak-nafas.blogspot.com/2012/08/kisah-penjual-sayur.html>
Diakses: Pada 12 Desember 2012
14. <http://omdidien.com/lite-info-accidental-invention-10/> Diakses: Pada 12 Desember 2012
15. <http://peeepl.com/people/gerobak-sayur.htm> Diakses: Pada 19 Oktober 2012
16. <http://www.ideaonline.co.id> Diakses: Pada 12 Desember 2012