

LAPORAN TUGAS AKHIR

***POINT OF PURCHASE (POP) KITCHEN EQUIPMENT
DIMSUM DI AREA PUBLIK CAR FREE DAY (CFD)***



Disusun Oleh:
Mikael Erlangga Nafiri Nugraha
62210199

**PROGRAM STUDI DESAIN PRODUK
FAKULTAS ARSITEKTUR DAN DESAIN
UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA
YOGYAKARTA
2025**

PERNYATAAN PENYERAHAN KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Mikael Erlangga Nafiri Nugraha
NIM/NIP/NIDN : 62210199
Program Studi : Desain Produk
Judul Karya Ilmiah : *Point Of Purchase (POP) Kitchen Equipment Dimsum di Area Publik Car Free Day (CFD)*

dengan ini menyatakan:

- a. bahwa karya yang saya serahkan ini merupakan revisi terakhir yang telah disetujui pembimbing/promotor/reviewer.
- b. bahwa karya saya dengan judul di atas adalah asli dan belum pernah diajukan oleh siapa pun untuk mendapatkan gelar akademik baik di Universitas Kristen Duta Wacana maupun di universitas/institusi lain.
- c. bahwa karya saya dengan judul di atas sepenuhnya adalah hasil karya tulis saya sendiri dan bebas dari plagiasi. Karya atau pendapat pihak lain yang digunakan sebagai rujukan dalam naskah ini telah dikutip sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah yang berlaku.
- d. bahwa saya bersedia bertanggung jawab dan menerima sanksi sesuai dengan aturan yang berlaku berupa pencabutan gelar akademik jika di kemudian hari didapati bahwa saya melakukan tindakan plagiasi dalam karya saya ini.
- e. bahwa Universitas Kristen Duta Wacana tidak dapat diberi sanksi atau tuntutan hukum atas pelanggaran hak kekayaan intelektual atau jika terjadi pelanggaran lain dalam karya saya ini. Segala tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran dalam karya saya ini akan menjadi tanggung jawab saya pribadi, tanpa melibatkan pihak Universitas Kristen Duta Wacana.
- f. menyerahkan hak bebas royalti noneksklusif kepada Universitas Kristen Duta Wacana, untuk menyimpan, melestarikan, mengalihkan dalam media/format lain, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), dan mengunggahnya di Repositori UKDW tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan pemilik hak cipta atas karya saya di atas, untuk kepentingan akademis dan pengembangan ilmu pengetahuan.
- g. bahwa saya bertanggung jawab menyampaikan secara tertulis kepada Universitas Kristen Duta Wacana jika di kemudian hari terdapat perubahan hak cipta atas karya saya ini.

- h. bahwa meskipun telah dilakukan pelestarian sebaik-baiknya, Universitas Kristen Duta Wacana tidak bertanggung jawab atas kehilangan atau kerusakan karya atau metadata selama disimpan di Repositori UKDW.
- i. mengajukan agar karya saya ini: *(pilih salah satu)*

- ☒ Dapat diakses tanpa embargo.
☐ Dapat diakses setelah 2 tahun.*
☐ Embargo permanen.*

Embargo: penutupan sementara akses karya ilmiah.

*Halaman judul, abstrak, dan daftar pustaka tetap wajib dibuka.

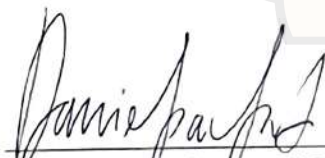
Alasan embargo *(bisa lebih dari satu)*:

- ☐ dalam proses pengajuan paten.
☐ akan dipresentasikan sebagai makalah dalam seminar nasional/internasional.**
☐ akan diterbitkan dalam jurnal nasional/internasional.**
☐ telah dipresentasikan sebagai makalah dalam seminar nasional/internasional ... dan diterbitkan dalam prosiding pada bulan ... tahun ... dengan DOI/URL ... ***
☐ telah diterbitkan dalam jurnal ... dengan DOI/URL artikel ... atau vol./no. ... ***
☐ berisi topik sensitif, data perusahaan/pribadi atau informasi yang membahayakan keamanan nasional.
☐ berisi materi yang mengandung hak cipta atau hak kekayaan intelektual pihak lain.
☐ terikat perjanjian kerahasiaan dengan perusahaan/organisasi lain di luar Universitas Kristen Duta Wacana selama periode tertentu.
☐ Lainnya (mohon dijelaskan)

**Setelah diterbitkan, mohon informasikan keterangan publikasinya ke repository@staff.ukdw.ac.id.

***Tuliskan informasi kegiatan atau publikasinya dengan lengkap.

Mengetahui,


Dan Daniel Pandapotan, S.Ds., M.Ds.

0524098902

Yogyakarta, 30 Juni 2025

Yang menvatakan



Mikael Erlangga Nafiri Nugraha
62210199

LEMBAR PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul:

***POINT OF PURCHASE (POP) KITCHEN EQUIPMENT DIMSUM DI AREA
PUBLIK CAR FREE DAY (CFD)***

Telah diajukan dan dipertahankan oleh:

MIKAEL ERLANGGA NAFIRI NUGRAHA

62210199

Dalam Ujian Tugas Akhir Program Studi Desain Produk

Fakultas Arsitektur dan Desain

Universitas Kristen Duta Wacana

dan dinyatakan DITERIMA untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana Desain pada tanggal 10 Juni 2025

Nama Dosen

1. Dan Daniel Pandapotan, S.Ds., M.Ds.
(Dosen Pembimbing I)
2. Dr. Dra Koniherawati, S.Sn., M.A.
(Dosen Pembimbing II)
3. Drs. Purwanto, S.T., M.T.
(Dosen Penguji I)
4. Centaury Harjani, S.Ds., M.Sn.
(Dosen Penguji II)

Tanda Tangan


.....

.....

.....

.....

Yogyakarta, 30 Juni 2025

Disahkan oleh:

Dekan Fakultas Arsitektur dan Desain,




Dr. Imelda Irmawati Damanik, S.T.,
M.A(UD).

Ketua Program Studi Desain Produk,



Winta T. Satwikasanti, M.Sc., Ph.D.

PERNYATAAN KEASLIAN

Saya menyatakan bahwa sesungguhnya Tugas Akhir dengan judul:

***POINT OF PURCHASE (POP) KITCHEN EQUIPMENT DIMSUM DI AREA
PUBLIK CAR FREE DAY (CFD)***

yang saya kerjakan untuk melengkapi sebagai syarat untuk menjadi Sarjana pada
Program Studi Desain Produk, Fakultas Arsitektur dan Desain,
Universitas Kristen Duta Wacana
adalah bukan hasil tiruan atau duplikasi dari karya pihak lain di Perguruan Tinggi dan
instansi manapun, kecuali bagian yang sumber informasinya sudah dicantumkan
sebagaimana mestinya.

Jika kemudian hari didapati bahwa hasil Tugas Akhir ini adalah hasil plagiasi atau
tiruan dari karya pihak lain, maka saya bersedia dikenai sanksi yakni pencabutan
gelar saya.

Yogyakarta, 30 Juni 2025



Mikael Erlangga Nafiri Nugraha

62210199

DU TA WACANA

PRAKARTA

Puji syukur saya panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat dan rahmat-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan penulisan dan perancangan produk dalam Tugas Akhir Program Studi Desain Produk Universitas Kristen Duta Wacana yang berjudul “*Point of Purchase (POP) Kitchen Equipment Dimsum di Area Publik Car Free Day.*” Menyadari bahwa penulisan ini masih jauh dari sempurna, saya sangat terbuka terhadap kritik dan saran yang membangun demi penyempurnaan karya ini di masa mendatang.

Terselesainya tugas akhir ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak yang telah mendampingi dan memberikan dukungan dari awal hingga akhir proses. Untuk itu, saya mengucapkan terima kasih dan penghargaan setinggi-tingginya kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa atas penyertaan dan kelancaran yang diberikan sepanjang proses pengerjaan tugas akhir ini.
2. Ayah dan Ibu, yang telah memberikan dukungan moral, semangat, dan doa yang tiada henti.
3. Bapak Dan Daniel Pandapotan, S.Ds., M.Ds., selaku Dosen Pembimbing 1, atas bimbingan, saran, waktu bimbingan ekstra dan arahannya yang luar biasa selama proses penyusunan tugas akhir.
4. Ibu Dr. Dra. Koniherawati, S.Sn., M.A., selaku Dosen Pembimbing 2, atas kesediaannya memberikan evaluasi, masukan, pedoman dan waktu bimbingan ekstra.
5. Bapak Drs. Purwanto, S.T., M.T., dan Ibu Centaury Harjani, S.Ds., M.Sn., selaku Dosen Penguji, atas koreksi dan saran yang sangat membantu dalam menyempurnakan karya ini.
6. Rekan-rekan pedagang dan pembeli *dimsum* di Maguwoharjo, Sunmor UGM dan Stadion Sultan Agung selaku narasumber yang memberikan banyak pelajaran dan informasi penting terhadap kelancaran perancangan produk ini .
7. Theodora Cherly, Fransisko Aprilian, Tsani Putri Sharla, Samuel Nicholas, Samuel, Nathania Clarisa Arivo, Sophie Justina, Evelin Amelia, Kathleena Chandra dan juga rekan seperjuangan di Program Studi Desain Produk yang telah memberikan dukungan, bantuan teknis, dan semangat hingga proses ini terselesaikan.

Akhir kata, semoga tugas akhir ini dapat memberikan kontribusi positif di bidang desain produk, khususnya dalam mendukung efektivitas dan citra profesional pelaku usaha kuliner jalanan di ruang publik.

ABSTRAK

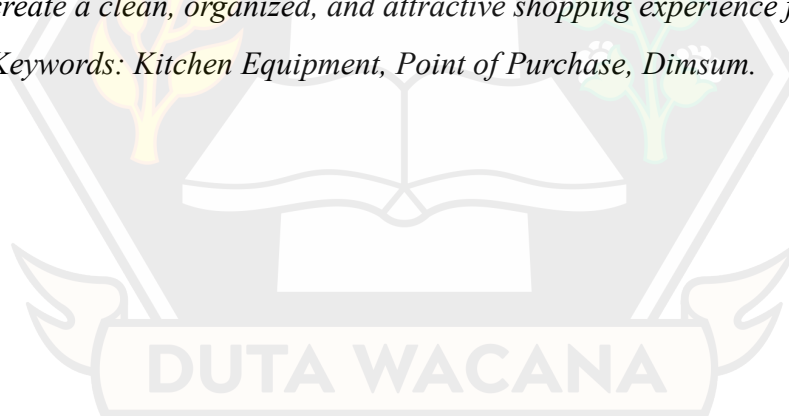
Tren *street food* di kalangan remaja Indonesia terus berkembang seiring dengan gaya hidup dinamis yang mengutamakan kepraktisan dan visualisasi menarik. Salah satu menu yang banyak diminati adalah *dimsum*, yang tidak hanya menawarkan cita rasa khas oriental, tetapi juga daya tarik visual dari bentuk dan penyajiannya. Penelitian ini bertujuan untuk merancang *Point Of Purchase (POP) kitchen equipment* yang mendukung efektivitas perdagangan makanan olahan *dimsum*, khususnya di ruang publik seperti *Car Free Day (CFD)*. Desain difokuskan pada peningkatan kebersihan, kerapian, portabilitas, serta daya tarik visual melalui penggabungan ornamen oriental dan sistem modular. Pedagang *street food* di *CFD* menghadapi tantangan persaingan dagang yang ketat, maka dari itu tampilan visual untuk menarik perhatian konsumen sangat penting diperhatikan. Selain itu masalah keterbatasan ruang dan kebutuhan akan penataan barang dagangan yang efisien menjadi masalah yang harus diperhatikan. Penggunaan alat jualan yang kurang higienis dan tidak tertata juga menjadi kendala dalam membangun kepercayaan pelanggan. Maka dari itu, rancangan produk ini mengusung solusi desain yang tidak hanya multifungsi dan mudah dipindah, tetapi juga memenuhi standar estetika dan ergonomi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif melalui metode *design thinking* dan *morphological chart*. Tahapan *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *test* digunakan untuk merancang produk berdasarkan kebutuhan nyata pengguna. Sementara *morphological chart* digunakan untuk mengeksplorasi kombinasi fitur desain yang optimal. Produk akhir yang dirancang memiliki fitur lipat, kompartemen tertutup, antropometri sesuai jangkauan kerja pengguna, serta elemen visual berupa ornamen tralis Cina modern yang mendukung promosi produk. Hasil rancangan ini diharapkan mampu meningkatkan efisiensi kerja pedagang, memperkuat citra produk, serta menciptakan pengalaman belanja yang bersih, rapi, dan menarik bagi konsumen.

Kata Kunci: *Kitchen Equipment, Point Of Purchase, Dimsum*.

ABSTRACT

The street food trend among Indonesian youth continues to grow in line with a dynamic lifestyle that emphasizes practicality and appealing visuals. One of the most POPular menus is dim sum, which not only offers a distinctive oriental taste but also visual appeal through its shape and presentation. This study aims to design a Point of Purchase (POP) kitchen equipment that enhances the effectiveness of dim sum food vending, particularly in public spaces such as Car Free Day (CFD) events. The design focuses on improving hygiene, tidiness, portability, and visual appeal by integrating oriental ornaments and a modular system. Street food vendors in CFD areas face intense market competition, making visual appearance crucial to attracting customer attention. Additionally, space limitations and the need for efficient product arrangement pose significant challenges. The use of unhygienic and disorganized vending equipment further undermines customer trust. Therefore, this design offers a multifunctional and portable solution that also meets aesthetic and ergonomic standards. This study employs a qualitative approach using the design thinking method and morphological chart. The stages of empathize, define, ideate, prototype, and test are used to develop the product based on users' actual needs, while the morphological chart is utilized to explore optimal design feature combinations. The final product features a foldable structure, closed compartments, anthropometric dimensions adapted to the user's reach, and visual elements inspired by modern Chinese lattice ornaments to support product promotion. The design is expected to improve vendor work efficiency, enhance brand image, and create a clean, organized, and attractive shopping experience for customers.

Keywords: Kitchen Equipment, Point of Purchase, Dimsum.



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN	iii
PRAKATA	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR ISTILAH	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	15
1.1 Latar Belakang.....	15
1.2 Rumusan Masalah.....	17
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	17
1.4 Ruang Lingkup Penelitian.....	18
1.5 Metode Desain.....	19
1.5.1 Metode Penelitian	19
1.5.2 Metode <i>Design Thinking</i>	22
1.5.3 Metode <i>Morphological Chart</i>	24
1.6 Alur Penelitian.....	26
BAB II KAJIAN LITERATUR.....	27
2.1 <i>Dimsum</i>	28
2.1.1 Sejarah <i>Dimsum</i>	28
2.1.2 Jenis <i>Dimsum</i>	28
2.1.3 Alat dan Bahan Pembuatan <i>Dimsum</i>	28
2.2 <i>Point Of Purchase</i> (Titik Keputusan Melakukan Transaksi)	29
2.2.1 Estetika Visual dan Ornamen China dalam Desain Produk	32

2.2.2 Dampak Aspek Visual Terhadap Pembelian.....	34
2.2.3 Kebutuhan Pedagang.....	37
2.3 Memasak.....	44
2.3.1 Tahapan Memasak.....	44
2.3.2 Ruang Lingkup Higiene dan SOP Higiene Memasak	46
2.3.3 Peralatan Memasak (<i>Kitchen Equipment</i>).....	50
2.4 <i>Car Free Day</i>	52
2.4.1 Perilaku Pengunjung <i>Car Free Day</i> Terhadap <i>Street Food</i>	53
BAB III STUDI LAPANGAN	55
3.1 Data Lapangan	55
3.1.1 Analisis Produk Sejenis	55
3.1.2 Observasi Lapangan	61
3.1.3 Hasil Wawancara.....	68
3.2 Triangulasi Data	77
3.3 Arah Rekomendasi Desain	79
BAB IV PERANCANGAN PRODUK	80
4.1 <i>Problem Statement</i>	80
4.2 <i>Design Brief</i>	80
4.3 Atribut Produk	81
4.4 <i>Image Board</i>	83
4.5 Iterasi.....	87
4.5.1 Ide Gagasan Awal	87
4.5.2 <i>Morphological Chart</i>	88
4.5.3 Desain Terpilih	98
4.5.4 Studi Model.....	99
4.6 Spesifikasi Produk	99
4.7 <i>Prototype</i>	107
4.8 Hasil Evaluasi Produk Akhir.....	108
4.8.1 Hasil Evaluasi Produk Pertama	113
4.8.2 Uji Daya Tarik dan Efisiensi Produk	114
4.8.3 Hasil Evaluasi Uji Daya Tarik dan Efisiensi Produk	116

4.8.4 Perbaikan Produk dari Hasil Uji Daya Tarik dan Efisiensi	118
BAB V PENUTUP	121
5.1 Kesimpulan.....	121
5.2 Saran.....	122
DAFTAR PUSTAKA.....	123
LAMPIRAN	127



BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pedagang makanan di jalanan (*street food*), sebagaimana didefinisikan oleh *Food and Agriculture Organization (FAO)*, adalah pedagang yang menyiapkan dan menjual makanan atau minuman di tempat umum yang ramai, seperti area jalanan. Hidangan yang ditawarkan dalam *street food* umumnya siap dikonsumsi tanpa memerlukan proses tambahan seperti fermentasi atau *dry aging*, menjadikannya solusi praktis bagi konsumen yang mencari makanan cepat saji dan mudah diakses. Lokasi seperti pasar, kawasan wisata, hingga acara terbuka seperti *car free day* menjadi tempat strategis untuk menyajikan makanan ini kepada masyarakat. Beragam pilihan *street food* yang beredar di pasar, *dimsum* menjadi salah satu menu yang banyak diminati. Sebagai makanan tradisional Cina, *dimsum* dikenal bukan hanya karena cita rasanya yang lezat, tetapi juga keunikan bentuk, warna, dan variasinya yang menarik. Dalam beberapa tahun terakhir, menikmati *dimsum* telah menjadi bagian dari gaya hidup, khususnya di kalangan masyarakat perkotaan seperti Yogyakarta. Keindahan visual dan rasa autentik yang ditawarkan menjadikan *dimsum* salah satu hidangan khas Cina yang mampu bersaing dengan kuliner populer lainnya di Indonesia.

Pramono (2021) menjelaskan bahwa pedagang *street food*, terutama mereka yang menjajakan makanan *dimsum*, menghadapi berbagai tantangan operasional sehari-hari tidak terlepas dari persaingan yang ketat, kebutuhan untuk menjaga kebersihan, efisiensi dalam proses penyiapan hingga penyajian dan keterbatasan ruang saat berjualan di *stand*. Sebagai pedagang di area publik yang dinamis, mereka dituntut untuk dapat bergerak dengan cepat dan efektif dalam melayani konsumen. Al-Bakry (2022) mengungkapkan bahwa proses memasak yaitu *preparing*, *cooking*, *plating*, dan *serving* sering kali dilakukan di area yang sempit dan dengan peralatan yang minimal, sehingga penting untuk menemukan solusi yang dapat mendukung kelancaran operasional mereka.

Penggunaan produk yang efisien dan estetik menawarkan solusi inovatif bagi pedagang *street food* olahan *dimsum* untuk meningkatkan daya tarik, efisiensi operasional dan pastinya pendapatan mereka. Melalui desain *kitchen equipment* yang memperhatikan aspek higienitas dan kerapihan sangat penting bagi pedagang *street food* yang beroperasi di ruang terbuka. Aspek *higiene* harus diterapkan dalam hal penyimpanan dan *display* makanan agar terlindung dari debu, kotoran, serangga, atau kontaminasi lainnya yang dapat mengganggu kualitas makanan.

Salah satu pendekatan visual yang efektif dalam mendukung strategi pemasaran di lapangan adalah melalui penerapan desain berbasis *Point Of Purchase*. *POP* adalah elemen visual atau fisik di tempat penjualan yang dirancang untuk menarik perhatian konsumen, memperkuat identitas produk, dan mendorong keputusan pembelian secara langsung (Novarianto et al., 2019a). Dalam konteks *street food*, penggunaan *POP* tidak hanya sebatas dekorasi, tetapi menjadi bagian integral dari desain produk atau peralatan jualan yang dapat menampilkan produk dengan cara yang bersih, terorganisir, dan menarik secara visual. Oleh karena itu, perancangan *kitchen equipment* berbasis *POP* diharapkan dapat memperkuat citra *dimsum* sebagai makanan yang higienis, lezat, dan profesional secara tampilan. Penggunaan permukaan material yang mudah dibersihkan penting untuk diterapkan, agar memungkinkan pedagang *street food* menjaga kebersihan secara praktis dan efisien, terutama di ruang terbuka yang rentan terhadap kontaminasi. Fitur higienis dengan kompartemen sekat untuk peletakan *condiment* makanan *dimsum* seperti saus agar terpisah dengan tempat untuk menaruh kemasan dan permukaan yang mudah dibersihkan sangat penting untuk memastikan keamanan makanan dan meningkatkan kepercayaan konsumen.

Desain *kitchen equipment* ini juga akan menekankan aspek kerapihan untuk mendukung operasional yang efisien, agar memungkinkan pedagang menyusun peralatan dan bahan makanan dengan rapi, menciptakan lingkungan kerja yang tertata dan profesional (Novarianto et al., 2019a). Aspek ergonomi juga diperhatikan untuk memberikan kenyamanan kerja, seperti tinggi yang

sesuai dengan jangkauan tangan dengan panduan data antropometri dan kemudahan akses ke alat-alat utama, guna mengurangi risiko kelelahan. Melalui penelitian ini, dirancang sebuah *kitchen equipment* multifungsi berbasis konsep *Point Of Purchase* yang mendukung perdagangan *dimsum* di ruang publik. Desain ini menggabungkan aspek kebersihan, kerapihan, efisiensi kerja, dan visual *branding*, dengan harapan dapat meningkatkan pengalaman konsumen dan memperkuat daya tarik produk di tengah persaingan *street food* yang kompetitif.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana perancangan *kitchen equipment* yang higienis, multifungsi, ergonomis, dan menarik secara visual dengan fokus kepada strategi pemasaran *Point of Purchase* dapat meningkatkan pengalaman konsumen, efisiensi kerja pedagang, serta menjaga kebersihan dan kerapihan untuk mendukung peningkatan efektivitas perdagangan *dimsum* di area publik?

1.3 Tujuan & Manfaat Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk merancang *kitchen equipment* multifungsi yang mendukung higienitas, kerapihan, dan efisiensi operasional bagi pedagang *dimsum* di *Car Free Day*. Dengan pendekatan visual dalam strategi *marketing* yaitu *point of purchase*, maka dari itu produk ini di desain dengan bersih, rapi, dan ergonomis, produk ini diharapkan dapat meningkatkan daya tarik konsumen dan mendorong keputusan pembelian secara langsung (*impulse buying*). Adapun tujuan dan manfaat penelitian ini dirangkum dalam tiga poin utama berikut:

1. Meningkatkan efektivitas perdagangan melalui rancangan kitchen equipment berbasis *Point of Purchase* yang higienis dan rapi. Produk ini mengusung desain *clean look* yang simpel dan terorganisir dengan kompartemen sekat guna menjaga kebersihan area kerja. Elemen visual seperti ornamen oriental dan sistem display yang menonjolkan produk *dimsum* dirancang untuk menarik perhatian konsumen secara langsung di titik penjualan (*POP*), sekaligus memperkuat citra *dimsum* sebagai makanan yang profesional dan

- higienis. Produk juga di desain untuk mempermudah pedagang dengan sistem penyimpanan higienis dan desain *portable*.
2. Produk ini dirancang dengan mekanisme lipat dan kompartemen sekat, memastikan area kerja tetap efisien, rapi, dan mudah diakses. Dengan penataan barang dagangan yang efisien dan kerapihan visual yang tertata, pedagang dapat meningkatkan kenyamanan kerja sekaligus membentuk tampilan *POP* yang terstruktur dan menarik.
 3. Menjaga kebersihan dan ergonomi dalam operasional *street food*. Produk ini menggunakan material *food-grade* yang aman dan mudah dibersihkan, mendukung standar kebersihan di ruang publik. Desain ergonomis diterapkan dengan jarak jangkauan tangan yang sesuai dan bobot ringan, sehingga memudahkan penggunaan dan meningkatkan kenyamanan kerja bagi pedagang. Pendekatan desain *POP* yang mencakup aspek kebersihan, kerapihan, dan keindahan visual ini bertujuan untuk mendorong keputusan pembelian impulsif (*impulse buying*) serta membangun pengalaman belanja yang menyenangkan di area publik seperti *Car Free Day*.

1.4 Ruang Lingkup Penelitian

1. Penelitian ini berfokus pada perancangan *kitchen equipment* multifungsi untuk pedagang *dimsum* di *CFD*, dengan higienitas dan kerapihan sebagai faktor utama dalam meningkatkan daya tarik pelanggan.
2. Lokasi penelitian berada di *CFD* Yogyakarta, meliputi stadion Sultan Agung, Maguwoharjo, dan UGM *Sunday Morning*, yang merupakan pusat aktivitas *street food* arew *CFD* dengan banyak pedagang *dimsum*.
3. Penelitian ini ditujukan untuk pedagang *dimsum* di *CFD*, yang menghadapi tantangan dalam menjaga kebersihan dan kerapihan area jualan guna meningkatkan daya tarik *POP* dan kepercayaan pelanggan.

4. Pengumpulan data dilakukan selama waktu operasional *CFD*, yang berlangsung setiap akhir pekan sebagai momen strategis untuk mengamati pola interaksi pelanggan dan kebutuhan pedagang.
5. Desain *kitchen equipment* yang higienis, estetik, dan mudah dipindahkan diperlukan untuk meningkatkan efisiensi operasional, daya tarik visual, serta memastikan kebersihan area perdagangan, yang berpengaruh pada keputusan pembelian pelanggan *POP*.
6. Produk yang dirancang memiliki fitur multifungsi, ergonomis, serta sistem penyimpanan yang efisien, memungkinkan pedagang mengatur peralatan dengan lebih terorganisir dan menjaga kualitas penyajian *dimsum* tetap higienis dan menarik bagi konsumen.

1.5 Metode Desain

Perancangan ini menggunakan penelitian kualitatif (Sugiyono, 2017) untuk menganalisis fenomena yang terjadi di pasar *street food* pada acara *CFD*. Untuk bagian pengumpulan data dan perancangan metode *design thinking* (Lazuardi, 2019) diterapkan untuk memahami secara mendalam kebutuhan konsumen, sementara *morphological chart* (Advat, 2015) digunakan dalam proses ideasi guna mengarahkan pengembangan produk agar lebih terstruktur dan sesuai dengan data yang diperoleh dari hasil *design thinking*. Kombinasi metode ini memastikan perancangan produk yang tepat guna dan inovatif.

1.5.1 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif untuk memahami secara mendalam fenomena yang terkait dengan penggunaan *kitchen equipment* multifungsi oleh pedagang *dimsum* di area publik. Pendekatan kualitatif dipilih karena memungkinkan peneliti untuk mengamati langsung aktivitas di lapangan dan menggali informasi tersembunyi di balik perilaku, kebutuhan, serta tantangan yang dihadapi oleh pedagang *dimsum*. Peneliti melakukan pengumpulan data dengan cara sebagai berikut:

- **Observasi**

Menurut Basrowi dan Suwandi (2008) dalam buku “Memahami Penelitian Kualitatif”, dijelaskan bahwa observasi didefinisikan

sebagai metode pencatatan yang dilakukan secara sistematis terhadap perilaku individu atau kelompok yang menjadi objek penelitian dengan cara mengamati mereka secara langsung. Teknik pengumpulan data melalui observasi melibatkan pengamatan langsung terhadap objek yang diteliti untuk mendapatkan informasi yang relevan. Pengamatan dilakukan langsung di tiga tempat penelitian dengan cara mendatangi pedagang *dimsum* sebagai pembeli guna mengetahui proses perdagangan saat menghidangkan *dimsum* kepada konsumen. Peneliti juga datang sebelum jam operasional kerja, guna memperhatikan proses persiapan mulai dari penurunan barang-barang dari kendaraan hingga proses menata *stand*, hal ini dilakukan agar peneliti mengetahui kegiatan yang kurang efektif.

- **Wawancara**

Menurut Sugiyono (2017) wawancara adalah teknik pengumpulan data lewat percakapan antara dua orang untuk bertukar informasi dan ide lewat tanya jawab. Dalam proses penelitian ini, peneliti dan responden yaitu pedagang dan pembeli berinteraksi secara langsung di Lokasi tempat jualan. Interaksi lisan dilakukan agar informasi yang didapat lebih konkret dan terbuka jelas, peneliti melakukan wawancara di waktu luang pada sela-sela aktivitas berjualan. Jenis wawancara yang dilakukan berjenis wawancara tidak terstruktur, peneliti berfokus pada rumusan masalah dan akan dikembangkan secara situasional. Hal ini dilakukan agar proses komunikasi berjalan secara fleksibel dan peneliti mendapat jawaban yang lebih komprehensif.

- **Dokumentasi**

Menurut Sugiyono (2017), dokumentasi merupakan metode pengumpulan data yang melibatkan penggunaan berbagai sumber, seperti buku, arsip, dokumen, angka, gambar, serta laporan lain yang relevan untuk mendukung penelitian. Dalam penelitian ini, metode dokumentasi digunakan untuk menganalisis data yang sudah ada,

seperti catatan perdagangan, ulasan konsumen, dan laporan terkait penggunaan *kitchen equipment* oleh pedagang *dimsum* di area publik. Melalui dokumentasi, peneliti dapat memperoleh informasi mengenai pengaruh desain *kitchen equipment* multifungsi terhadap efektivitas perdagangan dan efisiensi kerja. Pendekatan ini juga memungkinkan peneliti memahami lebih jauh tentang elemen-elemen desain yang mendukung kemudahan kerja pedagang dan daya tarik visual bagi konsumen. Dengan demikian, hasil yang diperoleh dari dokumentasi dapat memberikan pandangan yang lebih komprehensif dalam merancang solusi yang tepat untuk meningkatkan kinerja dan pengalaman pedagang *dimsum*.

- **Studi Literatur**

Menurut Danial dan Warsiah (2009), studi literatur adalah metode penelitian yang dilakukan dengan mengumpulkan informasi dari berbagai sumber, seperti buku, artikel, majalah, atau literatur lain yang relevan dengan masalah dan tujuan penelitian. Tujuan studi literatur adalah untuk menemukan teori-teori yang sesuai dengan permasalahan yang diteliti, sehingga dapat menjadi dasar dalam pembahasan dan analisis hasil penelitian. Dalam penelitian ini, studi literatur dilakukan untuk menelusuri teori-teori yang berhubungan dengan desain *kitchen equipment*, ergonomi, kebersihan, efektivitas kerja lewat aspek kerapihan yang terorganisir, serta perilaku konsumen saat melakukan keputusan pembelian *POP*. Melalui pemahaman terhadap teori-teori tersebut, peneliti dapat membangun kerangka konseptual yang solid untuk menganalisis bagaimana *kitchen equipment* dapat mendukung efisiensi kerja pedagang lewat kompartmen terorganisir dan menarik perhatian konsumen lewat kebersihan. Studi literatur ini juga membantu mengidentifikasi elemen-elemen penting yang memengaruhi efektivitas perdagangan dan efisiensi kerja dalam konteks perdagangan *dimsum* di area publik.

1.5.2 Metode *Design Thinking*

Metode yang digunakan adalah *design thinking*, sebuah pendekatan berpikir yang berfokus pada manusia (Lazuardi, 2019). Tujuan dari metode ini adalah untuk memecahkan masalah secara kreatif dan praktis, dengan penekanan pada pengguna dan tantangan yang mereka hadapi, khususnya dalam menciptakan produk *kitchen equipment* untuk *street food*. Proses ini memungkinkan kita untuk mempertanyakan asumsi, menganalisis masalah, dan memahami keterkaitannya melalui observasi dan pengembangan empati terhadap pengguna. Berikut adalah lima tahap utama dalam *design thinking*:

a) *Empathize*

Tahap ini bertujuan untuk memahami secara mendalam permasalahan yang dialami oleh pengguna, yaitu para pedagang *street food*. Melalui observasi, keterlibatan langsung, dan pengembangan empati, kita dapat memperoleh wawasan mengenai tantangan yang mereka hadapi, seperti kebutuhan akan produk yang menarik, praktis, mudah dipindahkan, dan tahan terhadap cuaca.

b) *Define*

Di tahap ini, data yang diperoleh dari tahap *empathize* dikumpulkan dan dianalisis untuk mengidentifikasi inti permasalahan. Dengan memahami konteks dan kebutuhan spesifik pedagang *street food*, kita dapat merumuskan masalah secara akurat dan mengumpulkan ide-ide untuk solusi yang tepat.

c) *Ideate*

Setelah memahami kebutuhan pengguna, kita mulai *brainstorming* untuk menemukan solusi baru dalam desain *kitchen equipment* yang sesuai. Kreativitas menjadi kunci dalam mengembangkan berbagai ide yang dapat memenuhi fungsi praktis sekaligus menarik bagi pelanggan.

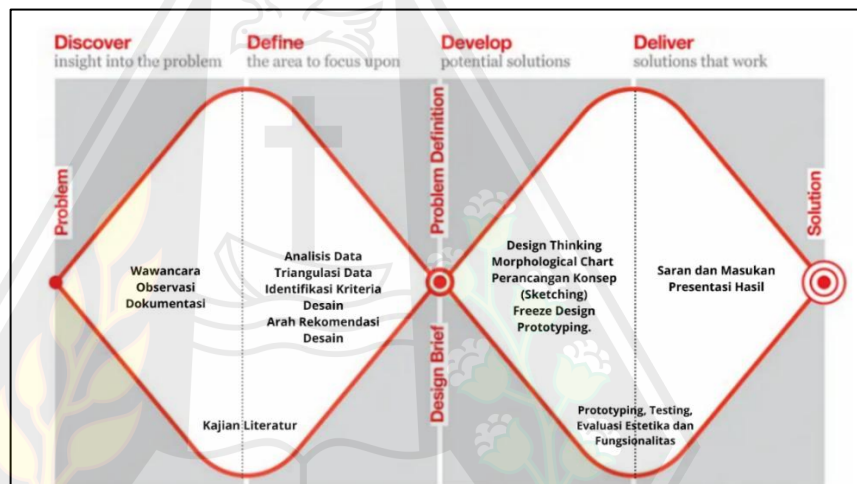
d) *Prototype*

Di tahap ini, ide-ide yang dihasilkan diwujudkan dalam bentuk prototipe produk. Tujuannya adalah untuk menguji dan

mengeksplorasi ide secara konkret, sehingga kita dapat melihat bagaimana produk tersebut berfungsi dalam konteks *street food*, sebelum melakukan evaluasi dan perbaikan.

e) **Testing**

Pada tahap pengujian, kita mengevaluasi interaksi pengguna dengan prototipe produk yang telah dibuat. Proses ini bertujuan untuk mengidentifikasi kekurangan dan masalah, serta memberikan umpan balik dari pengguna. Proses ini bersifat iteratif, memungkinkan kita untuk kembali ke tahap sebelumnya dan melakukan perbaikan berdasarkan temuan baru.



Gambar 1.1. Double Diamond

(Sumber: <https://darmawanaji.com/empat-tahap-design-thinking/>, diakses tanggal 25 Juni 2025)

Dengan menerapkan *design thinking* dalam pengembangan produk *kitchen equipment* untuk *street food dimsum*, dapat menciptakan solusi yang tidak hanya memenuhi kebutuhan fungsional pedagang, tetapi juga meningkatkan pengalaman pedagang dalam berjualan, sekaligus menarik perhatian pelanggan. Selain *design thinking*, dalam penelitian akan diteliti menggunakan metode penelitian kualitatif untuk mendapat pemahaman lebih mendalam mengenai kebutuhan pedagang *dimsum* yang ada di pasar *street food*, dengan

teknik pengumpulan data lewat wawancara, observasi, dokumentasi dan studi literatur.

1.5.3 Metode *Morphological Chart*

Metode *morphological chart* (Advat, 2015) digunakan dalam penelitian ini untuk mengeksplorasi dan menganalisis berbagai alternatif solusi dalam perancangan *kitchen equipment* multifungsi bagi pedagang *dimsum* di *car free day (CFD)*. Metode ini memungkinkan identifikasi dan kombinasi parameter desain utama, seperti struktur, mobilitas, mekanisme penyimpanan, dan material, guna menciptakan produk yang optimal dan sesuai dengan kebutuhan pengguna.

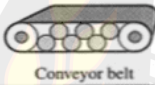
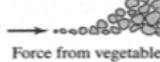
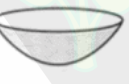
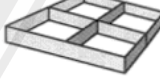
	Option 1	Option 2	Option 3	Option 4
Vegetable picking device		 Triangular plow	 Tubular grabber	 Mechanical picker
Vegetable placing device	 Conveyor belt	 Rake	 Rotating mover	 Force from vegetable accumulation
Dirt sifting device	 Square mesh	 Water from well	 Slits in plow or carrier	
Packaging device		 Track system	 Sled	
Method of transportation				
Power source	Hand pushed	Horse drawn	Wind blown	Pedal driven

Figure 1

Gambar 1.2. *Morphological Chart*

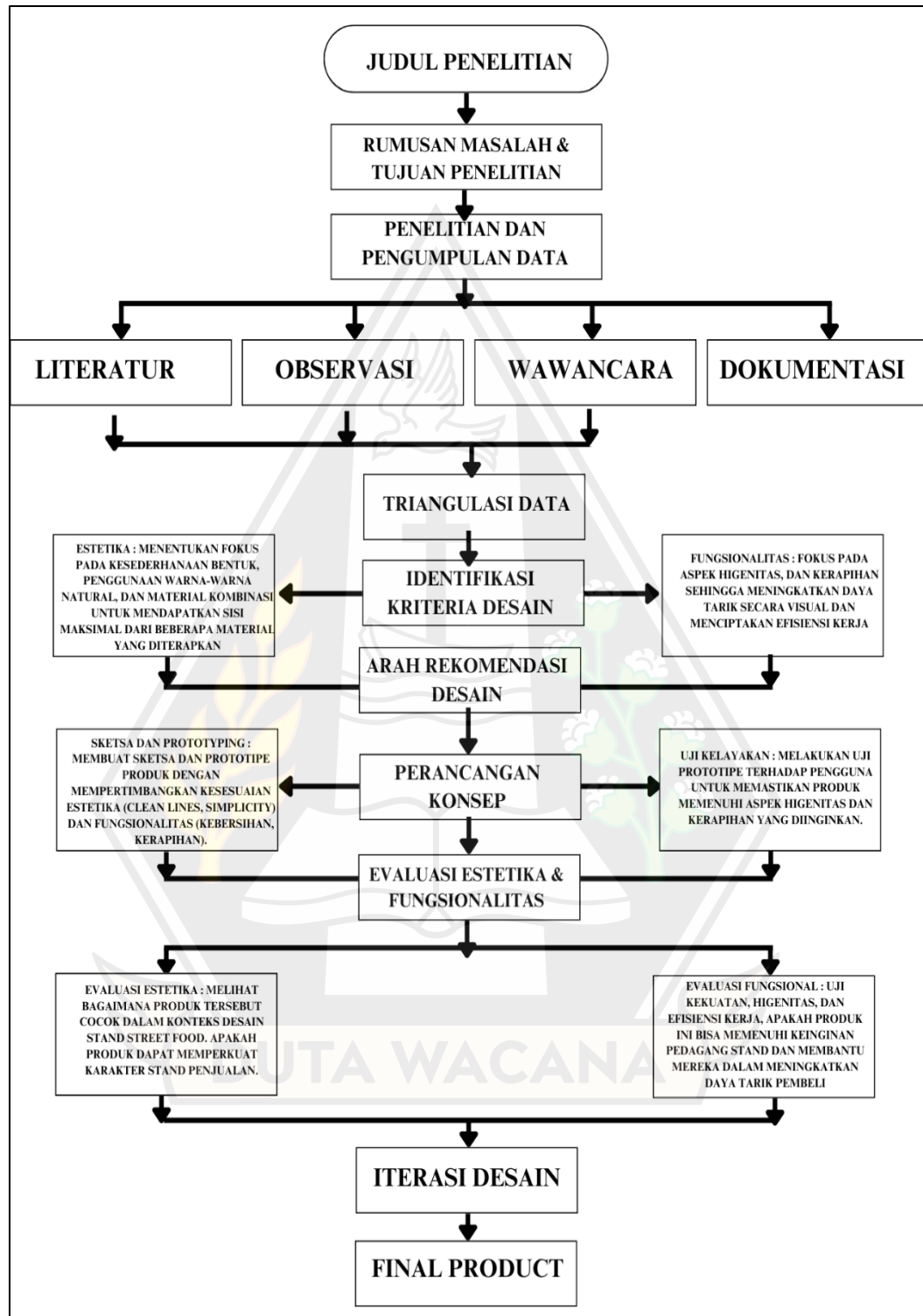
(Sumber: <https://www.search3w.com/morphological-analysis/>, diakses tanggal 25 Juni 2025)

Sebagaimana ditunjukkan dalam Gambar 1.2, *morphological chart* membantu mengorganisir berbagai opsi desain dengan cara yang lebih sistematis. Pendekatan ini mempermudah dalam membandingkan dan mengevaluasi kemungkinan solusi sebelum memasuki tahap perancangan

lebih lanjut. Dengan demikian, perancangan *kitchen equipment* dapat dilakukan secara lebih efisien, inovatif, dan terarah, sesuai dengan standar higienitas, ergonomi, dan mobilitas yang diperlukan dalam lingkungan *street food* di ruang publik seperti *CFD*



1.6 Alur Penelitian



Gambar 1.3. Alur Penelitian

(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2025)

BAB V

PENUTUP

5.1 KESIMPULAN

Berdasarkan permasalahan yang ditemukan di awal penelitian dan proses yang telah dilalui melalui observasi, wawancara, studi literatur, perancangan produk hingga evaluasi, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Dari segi tampilan, *DIFOLD* mengadopsi prinsip desain tradisional dengan sentuhan oriental, seperti warna merah-kuning dan ornamen khas China, untuk menciptakan identitas visual yang kuat, menarik perhatian konsumen terutama dari kalangan muda seperti Gen Z dan sekaligus menjadi elemen strategis dalam pendekatan *point of purchase (POP)*.
2. Produk “*DIFOLD*” dirancang untuk menjawab kebutuhan pedagang *dimsum* di area *Car Free Day (CFD)*, yang menghadapi tantangan seperti keterbatasan ruang, beban barang yang berat, serta proses bongkar-pasang yang cepat. Dengan sistem lipat dan modular, *DIFOLD* mampu memberikan solusi portabel dan efisien bagi pedagang yang sering berpindah tempat.
3. *DIFOLD* memperhatikan aspek ergonomi, kebersihan, dan kerapian tata letak dengan menyediakan kompartemen yang terorganisir dan permukaan kerja yang sesuai dengan data *antropometri*, sehingga menunjang kenyamanan dan produktivitas pedagang saat bekerja.
4. Produk ini juga telah melalui proses pengujian fungsional, termasuk uji jangkauan tangan, kekuatan pondasi terhadap beban berat (40–60 kg), serta kemudahan dibawa menggunakan motor atau mobil. Hasilnya menunjukkan bahwa *DIFOLD* mampu meningkatkan efektivitas dan efisiensi perdagangan *dimsum* di ruang publik.

5.2 SARAN

Produk *DIFOLD* yang telah dirancang masih memiliki potensi untuk terus dikembangkan agar dapat menjawab kebutuhan pedagang *dimsum* dengan lebih optimal. Adapun beberapa saran pengembangan yang dapat dilakukan pada tahap selanjutnya adalah sebagai berikut:

1. Penguatan Sistem Modular dan Fleksibilitas Varian Ukuran *DIFOLD* dapat dikembangkan dalam bentuk modular dengan beberapa ukuran atau varian kapasitas, sesuai kebutuhan pedagang. Hal ini memberikan fleksibilitas lebih bagi pengguna yang memiliki area jualan lebih luas atau jumlah barang dagangan lebih banyak.
2. Peningkatan Stabilitas dan Ringan pada Pondasi Bagian alas bawah produk dapat dimodifikasi menggunakan material atau bentuk berongga (*grid-based*) yang tetap kuat menopang beban, namun lebih ringan untuk transportasi. Ini akan meningkatkan portabilitas tanpa mengurangi ketahanan struktur.
3. Penyempurnaan Fitur Penguncian dan Penutup Kompartemen Pada bagian penutup sisi atau pintu kompartemen, dapat ditambahkan sistem penguncian magnetik atau karet elastis untuk mencegah terbuka sendiri saat digunakan di area CFD yang berangin atau saat mobilitas tinggi.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Bakry, M. H. N. (2022). Penerapan Metode Food Plating untuk Meningkatkan Motivasi Siswa dalam Menyajikan Masakan Indonesia. *Pringgitan*, 3(1), 46. <https://doi.org/10.47256/prg.v3i1.148>
- Andayani, A. (2021). Prinsip Sanitasi Makanan dalam Upaya Pencegahan Penyakit. *Jurnal Kesehatan Masyarakat*, 12(1), 15–22. <https://journal.unnes.ac.id/sju/IJPHN/article/download/59845/25967/>
- Advat. (2015, Oktober 23). *MAE Design Model and Morphological Approach*. Advat Blogspot. <https://advat.blogspot.com/2015/10/mae-design-model-and-morphological.html>
- Basrowi, & Suwandi. (2008). Memahami Penelitian Kualitatif. Jakarta: Rineka Cipta.
- Choi, J., Lee, H., & Ok, C. (2013). The Effects of Consumers' Perceived Risk and Benefit on Attitude and Behavioral Intention: A study of street food. *International Journal of Hospitality Management*, 33, 124–135. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2012.07.007>researchgate.net+1academia.edu+1
- Cholis, L. N., Priatini, W., & Insani, H. M. (2022). Persepsi Konsumen Akan Hygiene dan Sanitasi terhadap Keputusan Pembelian Makanan pada Pedagang Kaki Lima: Studi Kasus di Kawasan Wisata Alun-alun Sumedang. *Jurnal Gastronomi Indonesia*, 10(2), 51–57. <https://doi.org/10.52352/jgi.v10i2.917>
- Consumer Gateway. (2023, October 27). *A Linkage Of Symmetry In Design To Brand Personality*. Retrieved from <https://consumergateway.org/2023/10/27/a-linkage-of-symmetry-in-design-to-brand-personality/>
- Danial, E., & Warsiah, E. (2009). Metode Penelitian Studi Literatur dalam Kajian Ilmu Sosial. Bandung: Pustaka Setia.
- Gupta, S. (2018). The Psychological Effects Of Perceived Scarcity In A Retail Setting And Its Impact On Consumer Buyer Behavior. *Psychology & Marketing*, 35(10), 795–807. <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/mar.21134>
- Halibanon, D. S., & Sukriadi, E. H. (2019). Kelengkapan Equipment Pada Kitchen Dalam Menunjang Kelancaran Pelaksanaan Operasional. *Jurnal Riset Manajemen Indonesia (JRMI)*, 1(1), 1–6. <https://jurnal.pascabangkinang.ac.id/index.php/jrmi>

- Juhaina, E. (2021). Keamanan Makanan Ditinjau Dari Aspek Higiene Dan Sanitasi Pada Penjamah Makanan Di Sekolah, Warung Makan Dan Rumah Sakit. *Electronic Journal Scientific of Environmental Health And Disease*, 1(1). <https://doi.org/10.22437/esehad.v1i1.10763>
- Lazuardi, L., & Sukoco, A. P. (2019). *Design thinking David Kelley & Tim Brown: Otak Dibalik Penciptaan Aplikasi Gojek*. ResearchGate. <https://www.researchgate.net/publication/337809524>
- Liljenwall, R. (Ed.). (2004). *The Power Of Point-Of-Purchase Advertising: Marketing At Retail*. Point-Of-Purchase Advertising International.grafiati.com+openlibrary.org+goodreads.com+7
- Liu, C., Wang, H., & Zhang, L. (2018). Modern Application Of Traditional Chinese Patterns In Industrial Design. *International Journal of Cultural Studies*, 12(3), 180–192. <https://www.atlantis-press.com/proceedings/icsste-15/18775>
- Morano, R. S., Barrichello, A., Jacomossi, R. R., & D'Acosta-Rivera, J. R. (2018). Street food: Factors *Influencing Perception Of Product Quality*. *RAUSP Management Journal*, 53(4), 535–554. <https://doi.org/10.1108/RAUSP-06-2018-0032>revistas.usp.br+ideas.repec.org+academia.edu+2
- Novariantio, A. F., Kurniawan, F., Ruliana, P., & Irwansyah, I. (2019). Pengaruh *Point Of Purchase* Terhadap Keputusan Pembelian Tidak Terencana Di *Carrefour Tamini Square*. *Communicare: Journal of Communication Studies*, 6(1), 73. <https://doi.org/10.37535/101006120195>
- Olayiwola, I. A. O., & Akinlabi, A. A. O. (2023). *Product Design Intervention: A Study Of Selected Street Food Cart*. *Migration Letters*, 20(1), 85–97. <https://migrationletters.com/index.php/ml/article/view/8904>
- Panero, J., & Zelnik, M. (1979). *Human dimension and interior space: A source book of design reference standards*. Whitney Library of Design. Tersedia versi e-book: https://books.google.com/books?id=VaN_AQAAQBAJ
- Pasaribu, T. P. K. (2013). *Peran Point Of Purchase Dalam Pembelian Tidak Terencana(Studi Deskriptif Kualitatif Mengenai Peran Point Of Purchase Dalam Pembelian Tidak Terencana Pada Pengunjung Carrefour Maguwo Yogyakarta)*. <http://e-journal.uajy.ac.id/4482/>
- Pramono, B. (2021). Ergonomi Pembagian Zona Kerja Terbatas pada Gerobak *Streetfood* di Kota Yogyakarta. *Lintas Ruang: Jurnal Pengetahuan Dan Perancangan Desain Interior*, 9(1), 37–44. <https://doi.org/10.24821/lintas.v9i1.5813>

- Purbasari, A., Maria A., Benedikta A. H. S. (2019). Analisis Postur Kerja Secara Ergonomi Pada Operator Pencetakan Pilar Yang Menimbulkan Resiko Musculoskeletal, *Sigma Teknika*, 2(2), 143 – 150.
- Riska Widya Abiba, Muhtadi Ridwan, & Khusnudin. (2024). *Factors Driving Gen Z Purchasing Decisions Towards Street Food With The Mediating Role Of Purchase Intention*. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam (Journal of Islamic Economics and Business)*, 10(1), 190–219. <https://doi.org/10.20473/jebis.v10i1.52301>
- Sanlier, N., Sezgin, A. C., Sahin, G., & Yassibas, E. (2018). *A Study About The Young Consumers' Consumption Behaviors Of Street Foods*. *Ciência & Saúde Coletiva*, 23(5), 1647–1656. <https://doi.org/10.1590/1413-81232018235.18562016scholar.google.com+2scirp.org+2europemc.org+2>
- Seo, K. H., & Lee, J. H. (2021). *Understanding Risk Perception Toward Food Safety In Street Food: The Moderating Effect Of Risk Perception On Service Quality And Perceived Value*. *Foods*, 10(1), 1–16. <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/34202074/>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suvarna, H. (2023). *Exploring History Of Dumplings And Its Varieties Available Worldwide Now A Days*. *International Journal Of Advanced Research In Science, Communication And Technology (IJARSCT)*, 3(5), 475–480. <https://www.ijarsct.co.in>
- Sibuea, C. (2010, Maret 1). *BINUS Mandarin Club Taste of Uniqueness in Chinese Art and Culture*. <https://pressrelease.binus.edu/2010/03/01/binusantara-mandarin-club-taste-of-uniqueness-in-chinese-art-and-culture/>
- Uikey, K., Ghormade, K. V., & Linge, A. A. (2023). *Consumer Behavior Towards Street Food: A Bibliometric Study*. *International Journal Of Advances In Engineering And Management (IJAEM)*, 5, 1720. Retrieved from www.ijaem.net
- Wang, H. (2021). *Inheritance And Update Of Chinese Traditional Windows In Landscape Architecture*. *E3S Web of Conferences*, 308, 02024. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202130802024>
- Wei, Y. (2024). *Research on the Integration of Chinese Traditional Architectural Elements in Modern Architectural Design under Digital Technology Support*. *Applied Mathematics and Nonlinear Sciences*, 9(1). <https://doi.org/10.2478/amns-2024-1780>

Wicaksono, H. C., & Tisnawati, I. (2018). *Perancangan ruang multifungsi di area hunian*. Universitas Kristen Petra.

