



TUGAS AKHIR – RD141530

**DESAIN MODULAR STAND SEGO NJAMOER UNTUK
MENUNJANG PENGEMBANGAN BISNIS
PERUSAHAAN**

Nama Mahasiswa

DIAJENG RETNO ASTRINI

NRP 3410100078

Dosen Pembimbing :

Bambang Tristiyono, S.T., MSi

NIP 19700703 199702 1001

**JURUSAN DESAIN PRODUK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK SIPIL DAN PERENCANAAN
INSTITUT TEKNOLOGI SEPULUH NOPEMBER
SURABAYA 2016**



FINAL PROJECT – RD141530

**MODULAR STAND SEGO NJAMOER TO THE
DEVELOPMENT OF A BUSINESS FIRM**

Name:

DIAJENG RETNO ASTRINI

NRP 3410100078

Conselor Lecturer:

Bambang Tristiyono, S.T., MSi

NIP 19700703 199702 1001

**DEPARTMENT OF INDUSTRIAL PRODUCT DESIGN
CIVIL ENGINEERING AND PLANNING FACULTY
INSTITU TEKNOLOGI SEPULUH NOPEMBER
SURABAYA 2016**

LEMBAR PENGESAHAN

DESAIN MODULAR STAND SEGO NJAMOER UNTUK MENUNJANG
PENGEMBANGAN BISNIS PERUSAHAAN

TUGAS AKHIR (RD 141530)

Disusun Untuk Memenuhi Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Teknik (S.T.)

Pada

Bidang Studi Desain Produk
Program Studi S-1 Jurusan Desain Produk Industri
Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan
Institut Teknologi Sepuluh Nopember

Oleh:

DIAJENG RETNO ASTRINI

NRP. 3410 100 078

SURABAYA, 25 JULI 2016

Periode Wisuda 114 (September 2016)

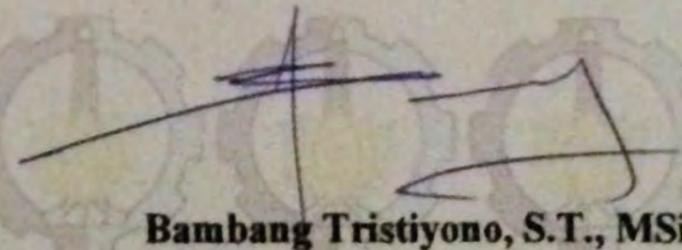
Mengetahui,
Ketua Jurusan Desain Produk Industri



Ellya Zulaikha, S.T., M.Sn, Ph.D

NIP 19751014 200312 2001

Disetujui,
Dosen Pembimbing



Bambang Tristiyono, S.T., MSi

NIP 19700703 199702 1001

DESAIN MODULAR STAND SEGO NJAMOER UNTUK MENUNJANG PENGEMBANGAN BISNIS PERUSAHAAN

Nama Mahasiswa : DIAJENG RETNO ASTRINI
NRP : 3410 100 078
Program Studi : Sarjana 1
Jurusan : Desain Produk Industri FTSP-ITS
Dosen Pembimbing : Bambang Tristiyono, ST, MSi

Abstrak

Waralaba atau *franchise* adalah salah satu usaha yang akan selalu berkembang seiring berkembangnya jaman. Meningkatnya daya beli masyarakat golongan menengah, pasar kuliner menjadi sangat potensial. Salah satu contoh adalah waralaba Segoe Njamoer yang mampu membuka lebih dari 50 outlet di Pulau Jawa dan untuk memaksimalkan keberhasilan di pihak Segoe Njamoer, perusahaan akan memaksimalkan segala kegiatan yang mendukung promosi Segoe Njamoer serta memperkuat image di mata masyarakat. Salah satu kendala yang dialami oleh pihak Segoe Njamoer adalah selama pengiriman keluar kota atau kelain wilayah. Stand yang solid, stuck serta dimensi yang terlalu besar menyebabkan kesulitan saat mengangkat dan beresiko mengalami kerusakan selama diperjalanan.

Metode penelitian yang digunakan adalah memahami brand tersebut, target pasar, kompetitor, aktifitas penjual, perilaku konsumen, targetting, positioning serta mempelajari tentang brand kompetitor. Semua itu dilakukan dengan cara observasi, wawancara, shadowing dan kuisisioner konsumen. Serta pemahaman tentang produk modular harus diperhatikan. Analisa aktifitas, konfigurasi dan ergonomi yang mengacu pada kebutuhan.

Explorasi modularity yang ada mengacu kepada kebutuhan daripada rekan bisnis atau pembuka cabang Segoe Njamoer. Sebagai contoh kebutuhan akan ukuran dari stand berdasarkan lokasi, tata letak layout berjualan, banyaknya menu yang dijual, dll. Output perancangan ini menghasilkan beberapa modul-modul stand berbahan dasar aluminium serta besi hollow dengan menggunakan sambungan mur dan baut mempermudah perakitan dan pengiriman serta easy maintenance. Mudah dalam pemindahan, perakitan serta kemudahan diperbaiki dan dibersihkan.

Kata Kunci: Waralaba, Modularity, Booth

DESAIN MODULAR STAND SEGO NJAMOER UNTUK MENUNJANG PENGEMBANGAN BISNIS PERUSAHAAN

Nama Mahasiswa : DIAJENG RETNO ASTRINI
NRP : 3410 100 078
Program Studi : Sarjana 1
Jurusan : Desain Produk Industri FTSP-ITS
Dosen Pembimbing : Bambang Tristiyono, ST, MSi

Abstract

Franchise is one of a business that will have evolved of era development. The purchasing power of the community in the middle group, culinary market is being very potential. One example is a franchise Sego Njamoer can open more than 50 outlets in Java and to maximize success from the Sego Njamoer, the company have to maximize all the activity that supports the promotion activity of sego njamoer and strengthen image in the citizens. One of the difficulties for the Sego Njamoer is for sending out city or other areas. A solid, stuck and dimensions too large causing trouble in transporting and risk damaged during en route.

Research methodology used is to understand the brand, the market target, competitors, the seller activity, consumer behavior, targeting, positioning and learn about brand competitors. All that done by means of observation, interview, shadowing and consumers questionnaire. As well as the awareness about products modular must be considered. Analysis activity, configuration and ergonomics refers to needs.

Modularity exploration existing reference to the needs of than a business associate or opening a branch Sego Njamoer. As an example the need for a measure of stands based on the location, the layout of layouts selling, many a menu that sold, etc. Output design it produces some modularity stand that uses aluminum based as well as iron hollow by using connection the nuts and bolts of assembling and make it easy for delivery and easy maintenance. Easy in the transfer of, assembly and ease repaired and cleaned.

Keywords: Franchise, Modularity, Booth

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	v
PERNYATAAN KEASLIAN (ANTI PLAGIAT)	vii
LAPORAN TUGAS AKHIR DESAIN PRODUK	vii
KATA PENGANTAR	ix
Abstrak	xi
<i>Abstract</i>	xiii
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR TABEL	xxiii
BAB I	1
PENDAHULUAN	2
I.1. Latar Belakang.....	2
I.2. Rumusan Masalah	5
I.3. Batasan Masalah	5
I.4. Tujuan Perancangan	5
I.5. Manfaat Perancangan	5
BAB II	6
TINJAUAN PUSTAKA DAN EKSISTING	6
II.1. Kuliner.....	6
<i>II.1.1. Definisi Kuliner</i>	6
<i>II.1.2. Perkembangan Kuliner di Indonesia</i>	6
II.2. Waralaba	8
<i>II.2.1. Pengertian Waralaba</i>	8
<i>II.2.2. Sejarah Waralaba</i>	8
<i>II.2.3. Pengwaralaba dan Pewaralaba</i>	9
<i>II.2.4. Perkembangan Bisnis Waralaba di Indonesia</i>	9
II.3. Segmentasi Pasar.....	22
<i>II.4. Dasar Hukum Waralaba Indonesia</i>	26
II.5. Macam-macam Sambungan	27
<i>II.5.1. Sambungan Rangka Aluminium Hollow</i>	27
II.6. Modularitas Produk	32
II.7. Aspek Ergonomi.....	34
<i>II.7.1. Ergonomi</i>	34
<i>II.7.2. Ergonomi Kitchen Set</i>	35
Model dan bentuk pilihan kitchen set sangat beragam, diantaranya:	37
II.8. Penerangan Area Kerja	40
<i>II.9. Tinjauan Eksisting dan Lapangan</i>	41
<i>II.9.2. Tinjauan Eksisting</i>	43

II.9.2.1. Produk Eksisting Brand Lain	45
BAB III	48
METODOLOGI DAN KERANGKA ANALISA	48
III.1. Judul Perancangan	48
III.2. Subjek dan Objek Perancangan	49
III.3. Skema Penelitian	50
III.4. Metode Pengumpulan Data	51
BAB IV.....	54
KONSEP DAN ANALISA	54
IV.1. Analisa Kebutuhan	54
IV.1.1. Stakeholder.....	54
IV.1.2. Analisa User	55
IV.2. Positioning Map	56
IV.3. Brainstorming Konsep Desain	57
IV.4. Brainstorming Masalah dan Kebutuhan	58
IV.5. Image Board Inspire	59
IV.5.1. Mood Board.....	59
IV.5.2. Image Board.....	60
IV.5.3. Square Board.....	61
IV.6. Objective Tree	62
IV.7. Analisa Konfigurasi Layout	63
IV.7.1. Layout U	63
IV.7.2. Layout L.....	63
IV.7.3. Single Line Layout.....	64
IV.8. Studi Ergonomi	65
IV.8.1. Analisa Dimensi <i>Workspace Kitchen Set</i>	65
IV.9. Affinity Diagram	68
IV.10. Analisa Material	69
IV.11. Analisa Bentuk	70
IV.12. Analisa Biaya Produksi	71
IV.13. Analisa Ekonomi	71
IV.14. Konsep Desain.....	73
IV.12.1. Konsep Produk	74
BAB V	76
FINAL DESAIN.....	76
V.1. Alternatif Desain.....	76
V.1.1. Alternatif 1	76
V.1.1.1. Modul-Modul Alternatif 1	77
V.1.2. Alternatif 2	80
V.1.2.1. Modul-modul alternatif 2.....	81
V.1.2.2 Sambilan	83
V.2. Analisa Pemilihan Final Desain Bentuk	87
V.3. Pengembangan Desain	88

<i>V.3.1. Fungsi Fitur Produk</i>	88
<i>V.3.2. Struktur Modul</i>	90
V.4. Final Desain	92
<i>V.4.1. 3D Digital Modeling</i>	92
<i>V.4.2. Komponen Modul</i>	94
<i>V.4.3. Rangka Payung</i>	95
<i>V.4.4. Explorasi Modul</i>	96
<i>V.4.5. Explorasi Payung</i>	99
V.5. Proses Desain	101
<i>V.5.1. Analisa Studi Model</i>	101
<i>V.5.2. Analisa Bentuk</i>	103
<i>V.5.3. Analisa Produksi</i>	107
BAB VI	108
KESIMPULAN DAN SARAN	108
6.1. Kriteria/Program Desain	108
6.2. Spesifikasi Teknis Final Desain	109
6.3. Rencana dan Aplikasi Bisnis Kedepannya	112
6.4. Saran Pengembangan Selanjutnya	112
DAFTAR PUSTAKA	114
LAMPIRAN	116

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Presentase dari kontribusi kuliner di Indonesia.....	3
Gambar 1. 2 Sego Njamoer mengikuti event-event	4
Gambar 2. 1 Maskot Sego Njamoer	10
Gambar 2. 2 Jamur Tiram.....	11
Gambar 2. 3 Sego Njamoer	12
Gambar 2. 4 Franchise Mini Guide (halaman 1).....	15
Gambar 2. 5 Franchise Mini Guide (halaman 2).....	16
Gambar 2. 6 Franchise Mini Guide (halaman 2).....	17
Gambar 2. 7 Franchise Mini Guide (halaman 4).....	18
Gambar 2. 8 Double Side Pan	20
Gambar 2. 9 Termos Nasi.....	20
Gambar 2. 10 Penghangam Makanan Siap Saji	20
Gambar 2. 11 Kompor Gas.....	21
Gambar 2. 12 Kompor Gas.....	21
Gambar 2. 13 Kompor Gas.....	21
Gambar 2. 14 Beberapa Lokasi Stand Sego Njamoer	23
Gambar 2. 15 Mahasiswa sedang beraktifitas	24
Gambar 2. 16 Sambungan Rivet.....	27
Gambar 2. 17 Sambungan Rivet.....	27
Gambar 2. 18 Resistance Spot Welding	28
Gambar 2. 19 MIG atau TIG Welding	28
Gambar 2. 20 Laser Welding.....	29
Gambar 2. 21 Screw	30
Gambar 2. 22 Screw	31
Gambar 2. 23 Bolt	31
Gambar 2. 24 Pemasangan Bolt	31
Gambar 2. 25 Component Swapping Modularity.....	32
Gambar 2. 26 Component Sharing Modularity	32
Gambar 2. 27 Cut-to-Fit Modularity	33

Gambar 2. 28 Mix Modularity.....	33
Gambar 2. 29 . Bus Modularity	33
Gambar 2. 30 Sectional Modularity	34
Gambar 2. 31 Anthopometri tampak atas penggunaan kompor	36
Gambar 2. 32 Anthopometri Mini Bar tampak samping.....	37
Gambar 2. 33 Anthopometri tinggi storage tampak samping.....	37
Gambar 2. 34 Kitchen set single line layout.....	38
Gambar 2. 35 Kitchen set Layout L	38
Gambar 2. 36 Kitchen set Layout U	39
Gambar 2. 37 Rombong Corn Dogs	45
Gambar 2. 38 Rombong Giga Fries.....	45
Gambar 2. 39 Rombong My Tebu.....	46
Gambar 2. 40 Rombong Jeju Ice Cream.....	46
Gambar 2. 41 Rombong Pizza Cone	46
Gambar 2. 42 Rombong Noodle Box	47
Gambar 2. 43 Rombong Pocoyo.....	47
Gambar 3. 1 Skema Penelitian	50
Gambar 4. 1 Positioning Map.....	56
Gambar 4. 2 Brainstorming Konsep Desain.....	57
Gambar 4. 3 Brainstorming Masalah dan Kebutuhan	58
Gambar 4. 4 Image Board.....	60
Gambar 4. 5 Layout U	63
Gambar 4. 6 Layout L.....	63
Gambar 4. 7 Single Line Layout	64
Gambar 4. 8 Anthopometri tinggi storage tampak samping.....	65
Gambar 4. 9 Analisa Ergonomi pada desain Storage	65
Gambar 4. 10 Analisa Ergonomi pada desain Storage	66
Gambar 4. 11 Analisa Ergonomi pada Storage Tampak Depan.....	67
Gambar 4. 12 Affinity Diagram	68

Gambar 4. 13 Jamur Tiram.....	70
Gambar 4. 14 Business Model Canvas.....	72
Gambar 4. 15 Konsep Desain.....	73
Gambar 5. 1 Alternatif 1.....	76
Gambar 5. 2 Urai Alternatif 1.....	76
Gambar 5. 3 Modul Alternatif 1.....	77
Gambar 5. 4 Modul Interior Alternatif 1.....	78
Gambar 5. 5 Modul Interior Alternatif 1.....	78
Gambar 5. 6 Gambar Teknik Alternatif 1.....	79
Gambar 5. 7 Alternatif 2.....	80
Gambar 5. 8 Modul Alternatif 2.....	81
Gambar 5. 9 Modul Alternatif 2 dan Sambungan.....	81
Gambar 5. 10 Modul Interior Alternatif 2.....	82
Gambar 5. 11 Modul Interior Alternatif 2.....	82
Gambar 5. 12 Alternatif Sambungan.....	83
Gambar 5. 13 Alternatif 3.....	84
Gambar 5. 14 Modul Storage Alternatif 3.....	85
Gambar 5. 15 Gambar Teknik Alternatif 3.....	86
Gambar 5. 16 Struktur Modul Utama.....	90
Gambar 5. 17 Sub struktur modul untuk storage besar.....	90
Gambar 5. 18 Sub struktur untuk storage kecil.....	90
Gambar 5. 19 Sub struktur untuk storage kecil.....	91
Gambar 5. 20 Sub struktur untuk storage kecil.....	92
Gambar 5. 21 Sub struktur untuk storage kecil.....	93
Gambar 5. 22 Komponen modul storage besar.....	94
Gambar 5. 23 Komponen modul storage kecil.....	94
Gambar 5. 24 Rangka Payung.....	95
Gambar 5. 25 Komponen modul storage kecil.....	96
Gambar 5. 26 Komponen modul storage kecil.....	97
Gambar 5. 27 Komponen modul storage kecil.....	98
Gambar 5. 28 Komponen modul storage kecil.....	99

Gambar 5. 29 Komponen modul storage kecil	99
Gambar 5. 30 Komponen modul storage kecil	100
Gambar 5. 31 Komponen modul storage kecil	100
Gambar 5. 32 Beberapa acuan gambar jamur.....	103
Gambar 5. 33 Beberapa acuan gambar jamur.....	103
Gambar 5. 34 Beberapa acuan gambar jamur.....	104
Gambar 5. 35 Beberapa acuan gambar jamur.....	105
Gambar 5. 36 Gambar Tampak keseluruhan stand.....	106
Gambar 5. 37 Gambar Tampak keseluruhan stand.....	106

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Perkembangan Bisnis Waralaba di Indonesia.....	2
Tabel 2. 1 Perkembangan Usaha Restoran/Rumah Makan berskala Menengah dan Besar	7
Tabel 2. 2 Prosedur Pembuatan Sego Njamoer	13
Tabel 2. 3 Proses Memasak Sego Njamoer	14
Tabel 2. 4 Budgeting Plan	19
Tabel 2. 5 Segmentasi gaya hidup dalam AIO	25
Tabel 2. 6 Tipe dapur berdasarkan ukuran ruang	39
Tabel 2. 7 Tingkat pencahayaan lingkungan Kerja	40
Tabel 2. 8 Tinjauan Lapangan	41
Tabel 2. 9 Tinjauan Lapangan	42
Tabel 2. 10 Tinjauan Eksisting	43
Tabel 3. 1 Interview	52
Tabel 4. 1 Analsa User	55
Tabel 4. 2 Mood Board.....	59
Tabel 4. 3 Square Board	61
Tabel 4. 4 Anthopometri yang digunakan	66
Tabel 4. 5 Analisa Ergonomi pada Storage Tampak Atas.....	67
Tabel 4. 6 Analisa Material	69
Tabel 4. 7 Analisa Pemilihan Material	70
Tabel 4. 8 Biaya Material dan Asesori Storage	71
Tabel 5. 1 Perbandingan Alternatif Desain	87
Tabel 5. 2 Fitur Umum Produk.....	88
Tabel 5. 3 Komponen modul storage kecil.....	101
Tabel 5. 4 Tabel Analisa Produksi	107
Tabel 6. 1 Spesifikasi teknis Final Desain.....	109

BAB I

PENDAHULUAN

I.1. Latar Belakang

Bisnis yang diperkirakan masih populer adalah bisnis waralaba, khususnya sektor yang bergerak dibidang kuliner. Menurut Anang Sukandar, ketua umum Asosiasi Franchise Indonesia (AFI), dengan adanya peningkatan daya beli masyarakat di golongan menengah, pasar kuliner menjadi sangat potensial. Menjadikan jumlah waralaba di tahun 2010 mencapai 1300 merk dengan 3000 unit gerai. Dari jumlah ini perputaran uang yang ada sekitar Rp 114 triliun. Pada tahun berikutnya, yaitu 2011, jumlah itu mengalami peningkatan yang cukup signifikan di tahun 2011 dengan 1700 merk, 36.000 gerai dan perputaran uang sebesar Rp. 214 trilliun. (Entrepreneurship, 2013)

Perkembangan bisnis waralaba tersebut tentunya dilatarbelakangi oleh banyaknya pangsa pasar yang sangat potensional. Tidak heran jika banyak pemilik usaha dibidang kuliner memilih untuk menjadikan usahanya menjadi bisnis waralaba agar memudahkan penyebarannya. Seiring perkembangan usaha waralaba di Indonesia, ada baiknya kualitas penjualan dan sarana penjualan juga harus ditingkatkan. Tidak hanya kualitas makanan saja, namun kualitas daripada pelayanan juga patut untuk dipikirkan,

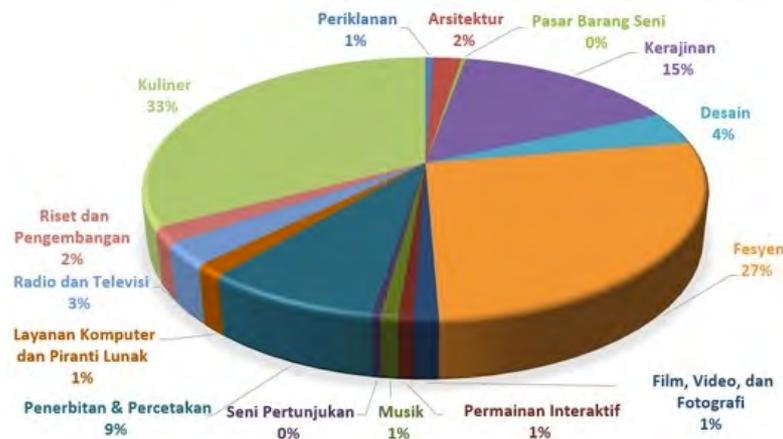
Tabel 1. 1 Data Perkembangan Bisnis Waralaba di Indonesia

Tahun	Jenis Waralaba	
	Lokal	Asing
1990-an	6	29
2002	47	212
2003	49	190
2004	85	200
2005	129	237
2006	230	220
2008	450	250

Berdasarkan tabel diatas tentang perkembangan bisnis waralaba lokal Indonesia jika dibandingkan dengan waralaba internasional, awalnya memang jumlah waralaba lokal kalah jumlah dengan waralaba asing. Namun seiring dengan bertambahnya tahun, bertambah pula jumlah waralaba lokal Indonesia, hingga mengalahkan jumlah waralaba asing, dapat dilihat pada kolom tahun 2006 hingga 2008.

Selain jumlah dari waralaba itu sendiri, omzet penjualan waralaba juga mengalami peningkatan. *Trend* peningkatan ini terlihat pada tahun 2008-2010 dengan rata-rata

pertumbuhan mencapai 19% per tahun. Bank Indonesia mencatat, sebesar 42,9% dari total penjualan waralaba disumbang dari sektor makanan dan minuman. Hasil riset dari *Majalah Franchise Indonesia* juga menunjukkan bahwa waralaba sektor makanan dan minuman pada tahun 2010 memberikan kontribusi hampir 50%.



Gambar 1. 1 Presentase dari kontribusi kuliner di Indonesia
(sumber: <http://www.bglconline.com/2014/03/ekonomi-kreatif-bagian-i/>)

Dari gambar diatas dapat dilihat bahwa industri kuliner memberikan kontribusi paling besar dalam pemasukan negara yaitu sebesar 33%. Sektor ini sangat strategis karena mampu menyerap tenaga kerja dari berbagai lapisan pendidikan sehingga membantu upaya pemerintah menurunkan angka pengangguran. (Tanjung, 2014)

Berdasarkan ulasan diatas tentang perkembangan bisnis waralaba yang cukup pesat di Indonesia, maka ada beberapa hal yang harus diperhatikan oleh pemilik. Pengembangan usaha adalah salah satu faktor yang harus diperhatikan. Mengingat tujuannya adalah untuk mengembangkan bisnis, maka dibutuhkan sebuah standardisasi yang mampu menarik kepercayaan investor untuk ikut serta dalam pengembangan waralaba tersebut sehingga tujuan awal untuk membantu upaya pemerintah untuk menurunkan angka pengangguran.

Sego Njamoer adalah sebuah merk makanan cepat saji yang berasal dari kota Surabaya dalam program kewirausahaan 2010 dan PKM Kewirausahaan 2010. Sego Njamoer adalah role model bisnis yang dirintis oleh mahasiswa yang membantu untuk kampanye hidup sehat semi vegetarian dengan misi untuk menyerap hasil panen para petani jamur lokal sehingga mampu memuliakan kehidupan petani lokal menjadi sebuah produk makanan dengan cita rasa dan konsep packaging take away yang unik. Semua ide itu berawal dari apa yang selama ini terjadi pada lingkungan mahasiswa. Dengan segala

aktivitasnya, mahasiswa dituntut memiliki kondisi kesehatan yang prima untuk menunjang performa dan prestasi mereka sehingga dibutuhkan pemenuhan gizi yang baik.

Nasi kepal adalah konsep awal dari produk Sego Njamoer. Dengan memadukan nasi pandan yang punel dan jamur tiram yang digoreng kering kemudian dikepal dengan menggunakan tangan. *Supply* jamur tiram didapatkan dari petani jamur langsung sehingga pihak Sego Njamoer ikut serta dalam memakmurkan petani jamur dalam memanfaatkan hasil panennya untuk mengembangkan bisnis Sego Njamoer. Mengikuti berbagai kompetisi bisnis untuk mendapatkan ilmu sekaligus pengakuan terhadap bisnis Sego Njamoer juga turut dilakukan untuk menunjang pengembangan bisnis. Selain itu, memanfaatkan status sebagai mahasiswa, untuk mengikuti berbagai macam event-event dalam kampus maupun luar kampus. Event merupakan salah satu jurus ampuh bagi Sego Njamoer untuk memperkenalkan produk Sego Njamoer pada konsumen. (Njamoer, Company Profile)



Gambar 1. 2 Sego Njamoer mengikuti event-event
(Sumber: <http://segonjamoer.com/company-profile/product-history/>)

Maraknya event-event yang membutuhkan partisipasi dari pihak-pihak waralaba makanan untuk memeriahkan suatu acara juga membutuhkan sarana yang mampu menjangkau segala tempat dan mampu menunjang keikutsertaan waralaba tersebut, mengingat mengikuti suatu event adalah termasuk dari salah satu media promosi yang menguntungkan pemilik waralaba. Sego Njamoer cukup aktif mengikuti kegiatan promosi tersebut. Berdasarkan latar belakang teretusnya ide, segmentasi pasar yang dibidik pada awal usaha ini adalah kalangan mahasiswa. Namun dalam perkembangannya, produk ini ternyata juga memiliki kecocokan dengan segmentasi siswa SMA sampai SD, bahkan masyarakat umum. Respon mereka begitu bagus dibuktikan dengan besarnya animo saat sego njamoer ikut serta dalam berbagai pameran. Untuk itu peranan dari event-event itu sendiri bagi pihak Sego Njamoer sangatlah penting bagi pengembangan bisnis. Namun, pihak Sego Njamoer memiliki kendala dengan stand yang cukup besar dan berat sehingga mereka mengalami kesulitan saat melakukan pengiriman keluar kota menggunakan ekspedisi. Maka dari itu dibutuhkan sebuah inovasi baru terhadap stand yang digunakan.

Misalnya dengan membuat sebuah produk yang mudah pengemasannya untuk dikirim keluar kota sebagai pembukaan cabang untuk kota lain atau hanya sekedar mengisi sebuah acara di tempat yang jauh. Untuk menangani masalah itu dibutuhkan sarana yang mampu memudahkan para pengguna atau pemilik waralaba.

I.2. Rumusan Masalah

1. Pemilik waralaba Sejo Njamoer memiliki kesulitan pada saat pengiriman *stand* keluar kota dengan ekspedisi dikarenakan ukuran *stand* yang terlalu besar.
2. Storage *stand* yang sudah ada kurang memadai kebutuhan-kebutuhan penjualan.
3. *Stand* yang sudah ada kurang mewakili ciri khas dari Sejo Njamoer.

I.3. Batasan Masalah

1. Desain *stand* yang dihasilkan menggunakan sistem *modularity* sehingga memudahkan pada saat perakitan.
2. Desain berpegang pada identitas *brand* yang ada, sehingga tidak melenceng dari ciri khas *brand*.
3. Realisasi desain mengacu pada kemampuan teknologi produksi yang dimiliki oleh industri lokal Indonesia.
4. Desain *stand* sesuai dengan kaidah ergonomik dan estetika

I.4. Tujuan Perancangan

1. Menghasilkan desain *stand* dengan sistem *modularity* sehingga memudahkan saat pengiriman dan perakitan
2. Menghasilkan desain *stand* yang mampu mengakomodasi kebutuhan ergonomi dan estetika.

I.5. Manfaat Perancangan

1. Memfasilitasi dan memaksimalkan pengguna untuk bekerja dengan baik, dan nyaman.
2. Memudahkan pemilik waralaba dalam mobilitas *stand* untuk keperluan tertentu.
3. Mengakomodasi kebutuhan pengguna, antropometri yang sesuai dengan aktivitas sehingga tidak menimbulkan cedera bagi pengguna.
4. Memudahkan para pelaku bisnis waralaba makanan untuk mencari sarana penjualan.
5. Memajukan bisnis waralaba dalam bidang makanan di Negara Indonesia

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN EKSISTING

II.1. Kuliner

II.1.1. Definisi Kuliner

Pada masa ini istilah kuliner sudah sangat populer ditelinga masyarakat. Dapat dibaca dan menyebar lewat media cetak, media elektronik ataupun media sosial. Dapat dibuktikan dari banyaknya acara di televisi yang menyangkan review kuliner, sebagai contoh acara yang dipandu oleh Bapak Bondang Winarno. Dapat dilihat pula pada media sosial yang memuat sebuah promo tak berbayar yang sering dilakukan oleh anak muda dengan mengabadikan gambar lalu diunggah di media sosial sehingga sangat membantu proses penyebaran informasi tentang tempat-tempat kuliner yang menarik. (Arudam, 2015)

Kuliner dangat berkaitan dengan kegiatan memasak dan konsumsi pangan sehari-hari. Kuliner juga dapat didefinisikan sebagai hasil olahan yang berupa masakan ataupun minuman. Kata Kuliner sendiri berasal dari bahasan inggris *Culinary* yang artinya semua yang berhubungan dengan memasak. Adapun orang yang bekerja di bidang kuliner disebut chef atau koki.

Kuliner pada masa ini sudah menjadi sebuah gaya hidup yang tidak bisa dipisahkan dari kehidupan sehari-hari. Dimulai dari mengkonsumsi makanan yang mewah dan mahal hingga yang biasa-biasa saja. Semua itu membutuhkan pengolahan yang serba enak. (Fadhel, 2013)

II.1.2. Perkembangan Kuliner di Indonesia

A. Peran Strategis Industri Kuliner Bagi Pertumbuhan Ekonomi

Pangan merupakan kebutuhan yang sangat penting bagi kelangsungan hidup manusia oleh karena itu pemenuhan kebutuhan manusia akanhal itu sangatlah penting. Setelah itu teratasi maka kebutuhan manusia yang lain seperti kebutuhan tiga tertasa seperti bersosialisasi (social needs), Percaya diri (self esteem) dan aktialisasi diri (self actualization) baru bisa terpenuhi. Pernyataan diatas adalah sebuah teori kebutuhan Maslow.

Selain itu apabila dilihat kembali, pernyataan tersebut diatas sudah tidak sesuai dengan kenyataan. Pada kenyataannya dimasa sekarang ini pangan bukan lagi sebagai produk konsumsi untuk memenuhi kebutuahn biologis manusia semata. Pada saat ini produk makanan sudah menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat. Produk makanan sudah berubah menjadi industri kuliner yang tidak hanya masalah cita rasa namun bagaimana dia bisa mndukung kebutuhan lain manusia seperti bersosialisasi. Sebagai contoh, pada saat ini industri kuliner yang sudah berkembang juga menyediakan sarana bagi masyarakat untuk dapat berkumpul dengan rekan-rekannya. (Lokal, 2012)

Tidak heran apabila industri kuliner ini berkembang dengan pesat dikarenakan ada beberapa hal yang mengindikasi hal tersebut salah satunya dari pola komsumtif manusia terhadap makanan cepat saji. Selain itu, usaha makanan atau restoran meningkat daru tahun ke tahun seperti pada table dibawah ini:

Tabel 2. 1 Perkembangan Usaha Restoran/Rumah Makan berskala Menengah dan Besar tahun 2007-2014

Tahun	Usaha/Perusahaan		Rata-Rata Tenaga Kerja
	Jumlah	Pertumbuhan (%)	
2007	1,615		27
2008	2,235	38,39	27
2009	2,704	20,98	27
2010	2,916	7,84	27

Kontribusi pada sektor kuliner pada Negara Indonesia cukup besar. Dengan adanya industri kuliner kedalam pengembangan industri kreatif di Indonesia merupakan salah satu upaya pemerintah memanfaatkan potensi yang ada pada industri kuliner. Selain itu jumlah penduduk Indonesia sebagai pasar domestic yang besar dengan kekayaan keanekaragaman budaya salah satunya keanekaragaman kuliner disetiap daerah. Pertumbuhan industri restoran atau usaha makanan di beberapa daerah di Indonesia semakin memperjelas hal ini

II.2. Waralaba

II.2.1. Pengertian Waralaba

Waralaba (bahasa Inggris: *franchising*; bahasa Perancis: *franchise* yang aslinya berarti hak atau kebebasan) adalah hak-hak untuk menjual suatu produk atau jasa maupun layanan. Menurut versi pemerintah Indonesia, waralaba adalah perikatan yang salah satu pihaknya diberikan hak memanfaatkan dan atau menggunakan hak dari kekayaan intelektual (HAKI) atau pertemuan dari ciri khas usaha yang dimiliki pihak lain dengan suatu imbalan berdasarkan persyaratan yang ditetapkan oleh pihak lain tersebut dalam rangka penyediaan dan atau penjualan barang dan jasa.

Sedangkan menurut *Asosiasi Franchise Indonesia*, yang dimaksud dengan waralaba ialah: **Pengertian bisnis waralaba atau franchise** adalah kerjasama bisnis antara pemilik usaha dengan pelaku usaha dengan membagi hasil usaha berdasar perjanjian yang mereka sepakati. Istilah lain dari waralaba adalah franchise. *Franchise* adalah nama internasional untuk bisnis waralaba. Secara istilah wara artinya lebih, sedangkan laba artinya untung. Jadi pengertiannya mengacu pada keuntungan yang lebih. (Bisnis, 2014)

Bisnis franchise atau waralaba merupakan pilihan yang tepat bagi masyarakat yang menginginkan usaha yang cukup instan dan berpotensi baik. Dalam waralaba Anda akan bekerjasama dengan pemilik bisnis waralaba tersebut, jadi intinya Anda menjalankan bisnis si pemilik waralaba tersebut dengan kesepakatan tertentu. Dalam dunia bisnis di Indonesia kata waralaba biasanya sering digunakan untuk bisnis lokal. Sedangkan franchise biasa digunakan untuk skala yang lebih besar atau bisa dibilang waralaba internasional.

II.2.2. Sejarah Waralaba

Sejauh ini bisnis waralaba masih didominasi oleh waralaba makanan siap saji. Dimulai pada tahun 1919 ketika itu A&W Root Beer membuka restoran pertamanya. Pada tahun 1935, Howard Deering Johnson bekerjasama dengan Reginald Sprague untuk memonopoli usaha restoran modern. Gagasan mereka adalah membiarkan rekanan mereka untuk mandiri menggunakan nama yang sama,

makanan, persediaan, logo dan bahkan membangun desain sebagai pertukaran dengan suatu pembayaran.

Berbagai penyempurnaan dialami oleh bisnis waralaba ini terutama pada tahun 190-an yang kemudian dikenal dengan sebagai format bisnis (business format) atau yang lebih dikenal dengan nama waralaba generasi kedua. Perkembangan waralaba sedemikian pesat terutama di Negara asalnya yaitu Amerika Serikat. Hal itu menyebabkan bisnis waralaba ini begitu digemari semua bisnis diberbagai bidang usaha. Sedangkan di Inggris, perkembangan bisnis waralaba dirintis oleh J. Lyons melalui usahanya Wimpy and Golden Egg. (Suharnoko, 2004)

II.2.3. Pengwaralaba dan Pewaralaba

Selain pengertian waralaba, perlu dijelaskan pula apa yang dimaksud dengan **pengwaralaba** dan **pewaralaba**

- 1. Pengwaralaba** atau **pemberi waralaba** (*franchisor*), adalah badan usaha atau perorangan yang memberikan hak kepada pihak lain untuk memanfaatkan dan/atau menggunakan hak atas kekayaan intelektual atau penemuan, atau ciri khas usaha yang dimilikinya.
- 2. Pewaralaba** atau **penerima waralaba** (*franchisee*), adalah badan usaha atau perorangan yang diberikan hak untuk memanfaatkan dan/atau menggunakan hak atas kekayaan intelektual atau penemuan, atau ciri khas yang dimiliki pemberi waralaba.

II.2.4. Perkembangan Bisnis Waralaba di Indonesia

Bisnis yang diperkirakan akan mengalami kenaikan kepopuleran pada tahun 2015 adalah bisnis waralaba, terutama dalam sektor kuliner. Hal itu didorong oleh kenaikan pertumbuhan ekonomi di Indonesia sehingga memunculkan masyarakat dengan kelas ekonomi menengah dengan penghasil yang cukup banyak. Dikarenakan hal itu munculnya gaya hidup baru bagi beberapa kalangan dan salah satu sector yang mampu menyakutkan semua kalangan adalah sector kuliner yang menjadikan pasar kuliner menjadi sangat potensial.

Dahulu bisnis waralaba tanah air hanya dikuasi oleh perusahaan waralaba asing saja, namun sekarang ini kemajuan itu juga dimiliki oleh perusahaan

waralaba tanah air. Dibuktikan dengan, jika dahulu kita hanya mengenali beberapa *fast food* asing maka sekarang sudah banyak dan tersebar di berbagai tempat bermacam-macam waralaba perusahaan dalam negeri terutama dalam bidang kuliner. Kemajuan ini juga berdampak baik bagi pertumbuhan ekonomi Negara, salah satu contohnya adalah terbukanya lapangan kerja baru bagi sehingga mampu mengurangi tingkat pengangguran di Indonesia. Selain itu sektor waralaba makanan memberikan kontribusi hampir 50% dibandingkan sektor lain seperti pendidikan. (Entrepreneurship, 2013)

II.2.5. Waralaba Sego Njamoer

Bisnis waralaba Sego Njamoer ini dikelola oleh sekelompok Mahasiswa ITS (Institut Teknologi Sepuluh Nopember) yang diberi kepercayaan oleh Kementerian Pendidikan Nasional untuk start up bisnis melalui Program Mahasiswa Wirausaha 2010 dan PKM Kewirausahaan 2010 dengan harapan agar para mahasiswa tidak hanya menjadi pencari pekerjaan tetapi juga menjadi pencipta lapangan kerja.



Gambar 2. 1 Maskot Sego Njamoer
(sumber: segonjamoer.com)

Ide awal terjadi pada lingkungan mahasiswa. Dengan segala aktivitasnya, mahasiswa dituntut untuk memiliki kondisi kesehatan yang baik untuk menunjang kegiatan maka dibutuhkan pemenuhan gizi yang baik. Masalahnya, kondisi mahasiswa saat ini rata-rata memiliki pola makan yang tidak teratur dikarenakan

segala kesibukan mereka. Hal ini didukung pulan dengan kondisi financial mahasiswa yang jauh dari orang tua dan harus bisa mengatur keuangan dengan baik.

Maka tercetuslah ide “Sego Njamoer” yang berkonsep praktis ala nasi onigiri dan mobile packaging ala fast food dan berbahan dasar jamur tiram yang telah terbukti memiliki nilai gizi yang lengkap dan tinggi. Berdasarkan latar belakang tercetusnya ide, segmentasi pasar yang dibidik pada awal usaha ini adalah kalangan mahasiswa. Namun dalam perkembangannya, produk ini ternyata juga memiliki kecocokan dengan segmentasi siswa SMA sampai SD, bahkan masyarakat umum. Respon mereka begitu bagus dibuktikan dengan besarnya animo saat sego njamoer ikut serta dalam berbagai pameran. (Njamoer, Sego Njamoer, 2013)

II.2.5.1. Resep Sego Njamoer

1. Bahan

Bahan-bahan yang digunakan untuk memasak sego njamoer, meliputi:

- a. 250 gram – nasi putih matang
- b. 200 gram – jamur tiram, cuci bersih, suwir-suwir
- c. 3 sdm – maizena
- d. 1 sdt – garam
- e. 1/2 sdt – ketumbar bubuk
- f. 1/2 sdt merica
- g. 1/2 sdt gula
- h. 2 sdm – minyak untuk menumis



Gambar 2. 2 Jamur Tiram
(sumber: segonjamoer.com)

2. Cara membuat

- a. Jamur tiram yang sudah dicuci dan disuwir-suwir di *marinade* dengan garam, gula, merica, ketumbar bubuk, aduk rata. Lalu tambahkan maizena. Aduk rata kembali.
- b. Panaskan minyak di permukaan teflon/happy call, setelah panas, masukan jamur yang sudah dilumuri bumbu & maizena. Tumis hingga jamur lembut dan lapisan maizena mulai agak lengket dan mengering. Matikan api, sisihkan. (Resep ini untuk Sego Njamoer varian original, kalau mau pedas bisa ditambah bubuk cabe atau cabe iris)
- c. Siapkan cetakan *Onigiri**, lapisasi dasar cetakan dengan nasi, tambahkan 1 sdm penuh tumisan jamur di atas nasi, lalu tutup kembali dengan lapisan nasi. Tekan dengan penutup cetakan-nya, lalu keluarkan. Lakukan proses yang sama hingga nasi dan tumisan jamur habis.
- d. Sajikan!



Gambar 2. 3 Sego Njamoer
(sumber: segonjamoer.com)

II.2.5.2. Prosedur Standar Operasi Produksi Sego Njamoer

Berikut adalah *tabel step by step* dari pembelian, pembuatan hingga penjualan jamur tiram yang telah diolah menjadi sego jamur serta siapa yang melakukannya . Berikut penjelasannya:

Tabel 2. 2 Prosedur Pembuatan Sego Njamoer

NO.	PROSEDUR	DISTRIBUTOR	PEGAWAI	JURU MASAK	PELAYAN	PELANGGAN
1.	Menyuplai jamur dari petani jamur kepada pihak Sego Njamoer.	1				
2.	Menerima dan mengantar ke outlet - outlet sego njamoer dalam satu kota.		2			
3.	Mengantar bumbu - bumbu berupa tepung dan bahan yang lain ke outlet - outlet dalam satu kota.		3			
4.	Mengolah tepung dan jamur yang telah di iris - iris menjadi potongan berukuran kecil.			4		
5.	Memasak jamur dengan double pan Happy Call			5		
6.	Menyiapkan jamur dan nasi dalam porsi - porsi pesanan.				6	
7.	Memasukkan kedalam packaging.				7	
8.	Pelanggan menerima					8
9.	Pelayan menghitung harga				9	
10.	Pelanggan membayar					10

Tabel dibawah ini menguraikan proses pembuatan sego jamur dari persiapan hingga penyelesaian dan apa saja yang harus disiapkan.

Tabel 2. 3 Proses Memasak Segoe Njamoer

PROSES	MEMBUAT SEGO NJAMOER		
KEGIATAN	PERSIAPAN	MEMASAK MAKANAN	PENYELESAIAN
Uraian Kegiatan	<ul style="list-style-type: none"> - Bahan Baku - Peralatan Memasak - Packaging 	Membuat 1 porsi Segoe Njamoer	<ul style="list-style-type: none"> - Memasukan makanan kedalam packaging - Menghidangkan makanan kepada pembeli
Operasional Kegiatan	<p>Bahan Baku:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 250 gram – nasi putih matang - 200 gram – jamur tiram, cuci bersih, suwir-suwir - 3 sdm – maizena - 1 sdt – garam - 1/2 sdt – ketumbar bubuk - 1/2 sdt merica - 1/2 sdt gula - 2 sdm – minyak untuk menumis <ul style="list-style-type: none"> - Menyiapkan bahan baku, jamur, tepung jamur, bumbu dapur dll. - Menyiapkan peralatan memasak. kompor, double pan. - Menyiapkan packaging, sendok dan saos sebagai pelengkap yang nantinya dipilih sendiri oleh pelanggan 	<ul style="list-style-type: none"> - Jamur tiram yang sudah dicuci dan disuwir-suwir di marinade dengan garam, gula, merica, ketumbar bubuk, aduk rata. Lalu tambahkan maizena. Aduk rata kembali. - Panaskan minyak di permukaan teflon/happy call, setelah panas, masukan jamur yang sudah dilumuri bumbu & maizena. Tumis hingga jamur lembut dan lapisan maizena mulai agak lengket dan mengering. Matikan api, sisihkan. - Siapkan cetakan Onigiri*, lapis dasar cetakan dengan nasi, tambahkan 1 sdm penuh tumisan jamur di atas nasi, lalu tutup kembali dengan lapisan nasi. Tekan dengan penutup cetakan-nya, lalu keluarkan. - Sajikan 	<ul style="list-style-type: none"> - Memasukan makanan kedalam packaging - Menghidangkan makanan kepada pembeli

II.2.5.3. Cara pembukaan franchise Sego Njamoer



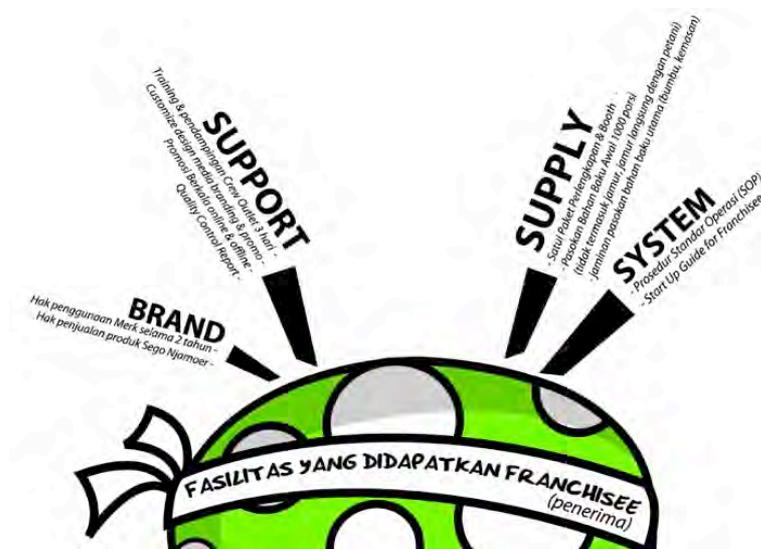
Gambar 2. 4 Franchise Mini Guide (halaman 1)

Gambar diatas adalah halaman pertama *Franchise Mini Guide* milik Sego Njamoer yang berisi tentang alasan mengapa kita harus ikut serta dalam investasi kepada Sego Njamoer.

Berikut hal-hal yang disebutkan diatas:

- Brand yang memiliki keunikan nama yang berpotensi berkembang.
- Bersama dalam misi menyerap Hasil Panen para Petani Jamur.
- Produk dengan cita rasa dan konsep ackaging take away yang unik.
- Konsep Produk yang lahit dari kebutuhan untuk membantu memperbaiki frekuensi pola makan konsumen.
- Konsep Bisnis yang telah diakui melalui berbagai media apresiasi.
- Memenuhi kebutuhan makanan lezat semi vegetarian.
- Role model ideal bisnis yang dirilis oleh mahasiswa.
- Membantu kampanye sehat makan jamur.
- Sistem telah teruji dan mudah diaplikasikan.

Halaman Selanjutnya adalah fasilitas apa saja yang akan kita dapat apabila ikut serta dalam investasi waralaba.



Gambar 2. 5 Franchise Mini Guide (halaman 2)

Gambar diatas adalah Fasilitas apa saja yang akan didapatkan oleh pembeli waralaba apabila bekerja sama dengan Sego Njamoer.

Hal-hal yang disebutkan diatas adalah:

A. Brand

- Hak penggunaan Merk selama 2 tahun
- Hak penjualan produk Sego Njamoer

B. Support

- Training & pendampingan Crew Outlet 3 hari
- Customize design media branding & promo
- Promosi berkala online & offline
- Quality Control Report

C. Supply

- Satu paket perlengkapan & booth
- Pasokan Bahan Baku Awal 1000 porsi (tidak termasuk jamur, jamur langsung dengan petani)
- Jaminan pasokan bahan baku utama (bumbu dan kemasan)

D. System

- Prosedur Standar Operasi (SOP)
- Start Up Guide for Franchisee



Gambar 2. 6 Franchise Mini Guide (halaman 2)

Gambar diatas adalah Peranan yang dilakukan Franchisee untuk pembeli waralaba.

Hal-hal yang disebutkan diatas adalah:

- Lokasi : Mencari lokasi yang sesuai dengan standart Sego Njamoer
- SDM : Menyiapkan SDM crew outlet untuk kemudian detraining oleh sego Njamoer
- Promosi : Aktif melakukan promosi pada radius 2 km
- Kontrol : Melakukan Kontrol operasional Outlet

Key Financial Number

Bulan Ke	Pcs Satuan	Nominal	Total Harian	Bulanan (24hari)
A. Pemasukan tunai				
Penjualan produk	80 porsi	Rp 5.000	Rp 400.000	Rp 9.600.000
B. Pengeluaran tunai				
1 Gaji pegawai			Rp 39.000	Rp 936.000
Gaji Harian	1 org	Rp 35.000	Rp 35.000	Rp 840.000
Bonus Omset			Rp 4.000	Rp 96.000
2 Sewa Tempat	1 tmpt	Rp 500.000	Rp 20.833	Rp 500.000
3 Bahan				
Minyak		Rp 3.000	Rp 923	Rp 22.154
Gas		Rp 2.500	Rp 1.000	Rp 24.000
Kantong Plastik		Rp 6.000	Rp 1.846	Rp 44.308
Bumbu	8 pak	Rp 6.000	Rp 48.000	Rp 1.152.000
Jamur	4 kg	Rp 14.000	Rp 56.000	Rp 1.344.000
Nasi	3,1 kg	Rp 11.000	Rp 33.846	Rp 812.308
Sendok	80 pcs	Rp 75	Rp 6.000	Rp 144.000
Kemasan	80 pcs	Rp 425	Rp 34.000	Rp 816.000
Saus	3 set	Rp 10.000	Rp 33.333	Rp 800.000
Total Bahan Baku			Rp 214.949	Rp 5.158.769
Jumlah pengeluaran			Rp 274.782	Rp 6.594.769
C PROFIT			Rp 125.218	Rp 3.005.231

dengan asumsi omset **Rp 400.000,-**
 estimasi profit **Rp 3.005.231,- / bulan (24hari kerja)**
 *belum termasuk asumsi biaya kirim bahan baku jika diperlukan



Gambar 2. 7 Franchise Mini Guide (halaman 4)

Berikut dibawah ini adalah *Budgeting Plan* yang kira – kira akan ditanggung oleh pembuka cabang apabila membeli waralaba sego njamoer. Daftar pengeluaran tersebut antara lain meliputi pemasukan tunai dan pengeluaran tunai.

Pemasukan tunai meliputi pemasukan uang melalui penjualan produk. Apabila pengeluaran tunai meliputi apa saja yang harus dibayar, antara lain gaji pegawai, sewa tempat, bahan – bahan dasar sego njamoer.

Tabel 2. 4 Budgeting Plan

BUDGETING PLAN BASED ON SALES PERFORMANCE						
SEGO NJAMOER : LEZAT GAK BIKIN KANKER						
Bulan Ke	Pcs	Satuan	Nominal	Total Harian	Mingguan (5 hari)	Bulanan (24hari)
A. Pemasukan tunai						
Penjualan produk	80	porsi	5,000	400,000	2,000,000	9,600,000
B. Pengeluaran tunai						
1 Gaji pegawai				39,000		936,000
	1	org	35,000	35,000	175,000	840,000
				4,000		96,000
2 Sewa Tempat	1	tmpt	500,000	20,833.333	125,000	500,000
3 Bahan						
Minyak			3,000	923.077	4,615.385	22,153.846
Gas			2,500	1,000	5,000	24,000
Kantong Plastik			6,000	1,846.154	9,230.769	44,307.692
Bumbu	8	pak	6,000	48,000	240,000	1,152,000
Jamur	4	kg	14,000	56,000	280,000	1,344,000
Nasi	3.1	kg	11,000	33,846.154	169,230.769	812,307.692
Sendok	80	pcs	75	6,000	30,000	144,000
Kemasan	80	pcs	425	34,000	170,000	816,000
Saus	3	pak	10,000	33,333.333	166,666.667	800,000
Total Bahan Baku				214,948.718	1,074,743.59	5,158,769.231
Jumlah pengeluaran				274,782.051	1,374,743.59	6,594,769.231
C PROFIT				125,217.949	625,256.41	3,005,230.769

II.2.5.4. Kebutuhan Fasilitas dan Peralatan

Memasak sego jamur yang enak tentu saja membutuhkan beberapa fasilitas atau alat-alat yang digunakan selama proses memasak berlangsung. Berikut adalah gambaran alat-alat yang digunakan untuk membuat sego jamur sekaligus produk-produk yang harus dilakukan standarisasi:

1. Double Side Pan



Gambar 2. 8 Double Side Pan
(sumber: <http://www.groupon.my>)

2. Termos nasi (10L)



Gambar 2. 9 Termos Nasi
(sumber: www.tokoperabotan.com)

3. Penghangat makanan



Gambar 2. 10 Penghangat Makanan Siap Saji
(sumber: barangmurah.suaradaerah.com)

4. Kompor



Gambar 2. 11 Kompor Gas
(sumber: www.leonshopping.com)

5. Packaging



Gambar 2. 12 Kompor Gas
(sumber: www.segonjamoer.com)

6. Alat-alat memasak lainnya:



Gambar 2. 13 Kompor Gas
(sumber: tokoperabotan.com)

II.3. Segmentasi Pasar

A. Geografi

Geografi disini memiliki makna tentang ilmu yang mempelajari tentang lokasi maka segmentasi geografi dalam masalah ini terbagi menjadi unit-unit geografi seperti lokasi-lokasi yang memungkinkan untuk ditinggali oleh kalangan penduduk yang mampu untuk menerima dan membeli produk yang akan dipasarkan. Pada kasus ini awal mula berdirinya Sego Njamoer adalah untuk kalangan mahasiswa, tetapi seiring berjalannya waktu target pasar sego njamoer menjadi sangat luas, sebagai contoh penikmat Sego Njamoer berkisar antara anak kecil hingga orang dewasa yang sudah bekerja.

Oleh karena itu, segmentasi geografi dari waralaba Sego Njamoer bisa sangat luas. Sangat luas dalam arti, mampu mencakup semua kalangan. Maka dari itu, outlet-outlet Sego Njamoer beberapa berada di sebuah supermarket atau foodcourt yang mampu dijangkau oleh orang-orang penikmat Sego Njamoer. Tidak melupakan ide awal mereka, pihak Sego Njamoer tetap mengutamakan pembukaan outlet di kampus-kampus tempat target pasar utama mereka berada. Semua itu dapat dilihat dari daftar cabang waralaba Sego Njamoer dibawah ini:

Outlet	Kota	Alamat
Maranatha Bandung	BANDUNG	di Pujasera Pondok Bambu, Jalan Suraya Sumantri no.72a, Bandung (Dekat Universitas Maranatha)
ITB	BANDUNG	Institut Teknologi Bandung
bangil	BANGIL	dikantin madrasah aliyah negeri (MAN) Bangil, di alfamidi utara depan alun-alun bangil
Kemang Pratama bekasi	BEKASI	HERO Kemang Pratama, Bekasi
Blitar	BLITAR	Jl. kalimatan ruko pkpri no 5 selatan gor kota blitar
cilacap	CILACAP	Jl. Cerme Cilacap
Gresik	GRESIK	jalan Amuntai Depan SD Muhammadiyah manyar gresik
Untar 2	JAKARTA BARAT	Jl. Tanjung Duren Raya No. 1 Tanjung Duren Jakarta Barat
UNTAR	JAKARTA BARAT	UNTAR gedung baru, hallway D'Cantina
Bunda Mulia	JAKARTA UTARA	Jl. Lodan Raya no.2 Jakarta Utara

Outlet	Kota	Alamat
Psikologi UGM	YOGYAKARTA	Kantin Psikologi UGM
Ria	SURABAYA	Ria Swalayan Keputih - Area Kampus ITS
Sakinah	SURABAYA	Sakinah Swalayan Keputih - Area Kampus ITS
Sigura-gura	MALANG	Jalan Sigura-gura No.8
Sinlui	SURABAYA	di Kantin Perpus SMAK St Louis, Jalan Polisi Istimewa No. 7 Surabaya
Siwalankerto	SURABAYA	Jl. Raya Siwalankerto No. 115 Surabaya (Sebelah Barat Kampus Petra)
SMA 15	SURABAYA	Jl. Menanggal Utara no.4 , depan SMA 15 Surabaya
SMAN 1 Sooko	MOJOKERTO	Depan KOPSIS SMAN 1 Sooko
SMP 4 (SMP 48)	SURABAYA	Jl. Tanjung Anom No. 12 Surabaya (di dalam kantin)
Stikes Mojokerto	MOJOKERTO	STIKES Bina Sehat PPNI Mojokerto/Jl. Raya Jabon Mojoanyar

Gambar 2. 14 Beberapa Lokasi Stand Sego Njamoer (sumber: segoarjoer.com)

C. Demografi

Segmentasi demografi ada pembagian pasar berdasarkan perhitungan seperti usia, jenis kelamin, pendapatan, pekerjaan, pendidikan, agama, kebangsaan dll. Kata demografi sendiri disini berasal dari kata *demos*, yang artinya rakyat atau penduduk dan *graphien* yang artinya gambaran tentang penduduk pada suatu Negara atau wilayah.

Segmentasi demografi dalam masalah ini adalah untuk mencari desain seperti apa yang menarik perhatian para konsumen. Karena tujuan awal dari pihak Sejo Njamoer adalah untuk mensejahterakan para mahasiswa maka yang harus diperhatikan adalah demografi dari mahasiswa itu sendiri. Yang harus diperhatikan adalah, mahasiswa termasuk dari orang-orang dengan usia muda yang sangat peka dengan perkembangan mode yan ada, maka yang harus diperhatikan adalah perkembangan dari mode yang ada, apa yang mereka sukai, apa yang sedang terjadi dengan mereka dll.



Gambar 2. 15 Mahasiswa sedang beraktifitas
(sumber: <http://uai.ac.id/wp-content/uploads/2013/07/mahasiswa.jpg>)

D. Psikografi

Pada analisa psikografis, kita menganalisa tentang gaya hidup dari konsumen. Segmentasi psikografi merupakan gabungan dari analisa kegiatan (activities), minat (interest) dan pendapat (opinions) konsumen yang dapat diukur. **Joseph Plumr (1974)** mengatakan bahwa segmentasi gaya hidup mengukur aktivitas-aktivitas manusia dalam hal:

- a. Bagaimana mereka menghabiskan waktu?
- b. Apakah yang menurut mereka menarik yang ada disekitar mereka?

- c. Bagaimana pandangan mereka terhadap diri sendiri dan orang lain?
- d. Karakter-karakter dasar seperti tahap yang telah mereka lalui dalam kehidupan (life cycle), penghasilan, pendidikan dan tempat tinggal
- Komponen-komponen segmentasi gaya hidup dalam AIO dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 2. 5 Segmentasi gaya hidup dalam AIO

(Sumber: laporan Tugas Akhir Desain Eksterior dan Interior Trainset MRT untuk Kawasan Jabodetabek – Freddy Setiawan, 2008)

Aktivitas	Minat	Opini	Demografis
Bekerja	Keluarga	Diri sendiri	Usia
Hobi	Rumat	Isu sosial	Pendidikan
Kegiatan	Pekerjaan	Politik	Pendapatan
Sosial	Masyarakat	Bisnis	Pekerjaan
Liburan	Rekreasi	Ekonomi	Besar
Hiburan	Fashion	Pendidikan	Keluarga
Anggota Klub	Makanan	Produk	Jenis Rumah
Masyarakat	Media	Masa depan	Geografi
Belanja	Keberhasilan	Budaya	Skala kota
Olahraga			Siklus hidup

II.4. Dasar Hukum Waralaba Indonesia

Walaupun bisnis waralaba telah berkembang di Indonesia, namun belum ada peraturan yang mengatur secara khusus mengenai bisnis waralaba. Adapun bisnis waralaba diatur secara tersirat atau yang mempunyai hubungan dengan *franchise* atau peraturan yang harus diperhatikan dalam pelaksanaan bisnis waralaba dalam: (Ariwibowo, 2013)

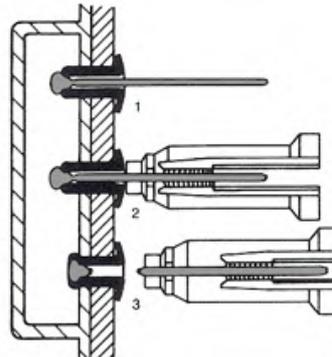
1. Pasal 1320 dan pasal 1338 KUHPerdara
2. Undang-undang Nomor 13 Tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan
3. Undang-undang Nomor 19 Tahun 2002 tentang Hak Cipta
4. Undang-undang Nomor 14 Tahun 2001 tentang Paten
5. Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek
6. Undang-undang Nomor 30 Tahun 2000 tentang Rahasia Dagang
7. Undang-undang nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen
8. Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat
9. Peraturan Pemerintah Nomor 16 Tahun 1997 tetang Waralaba yang telah diperbaharui dengan Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba
10. Peraturan Pemerintah Nomor 44 Tahun 1997 tentang Kemitraan
11. Keputusan Presiden Nomor 56 Tahun 2002 tentang Resktrukturisasi Kredit Usaha Kecil dan Menengah
12. Keputusan Presiden Nomor 127 Tahun 2001 tentang Bidang/Jenis Usaha Yang Dicadangkan Untuk Usaha Kecil dan Bidang/Jenis Usaha Yang Terbuka Untuk Menengah atau Besar Dengan Syarat Kemitraan
13. Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 12/M-DAG/PER/3/2006 tentang Ketentuan dan Tata Cara Penerbitan Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba
14. Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor 259/MPP/Kep/7/1997 tentang Ketentuan dan Tata Cara Pelaksanaan Pendafran Usaha Waralaba
15. Keputusan Menteri Perdagangan Nomor 376/Kep/XI/ 1988 tentang Kegiatan Perdagangan
16. Ketentuan tentang perpajakan
17. Ketentuan tentang perizinan
18. Ketentuan tentang penanaman modal asing maupun dalam neger

II.5. Macam-macam Sambungan

II.5.1. Sambungan Rangka Alumunium Hollow

a. Riveting

System riveting adala pemasangan paku rivet kedalam lubang alumunium yang kemudian digabungkan lali dipasang menggunakan tang rivet dengan metode menggoyangkan hingga tangkai paku rivet terpotong.

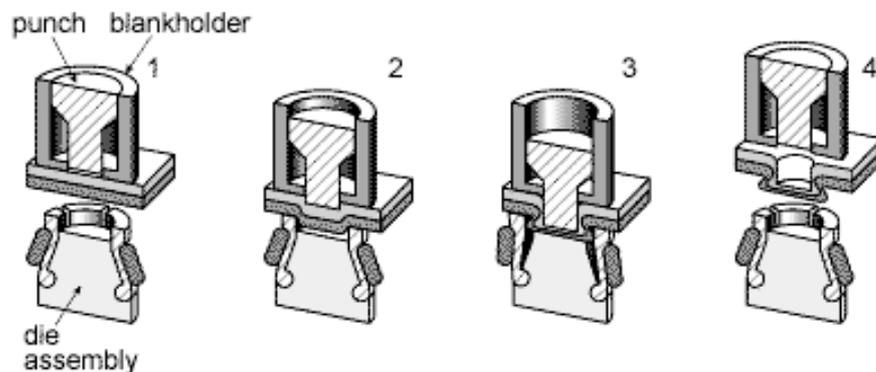


Gambar 2. 16 Sambungan Rivet

(sumber: <http://www.hansonrivet.com/blind-rivets-design-guidelines.htm>)

b. Clinching

Metode ini adalah dengan cara menyatukan dua permukaan dengan memberi tekanan tinggi pada salah satu permukaan bidang.



Gambar 2. 17 Sambungan Rivet

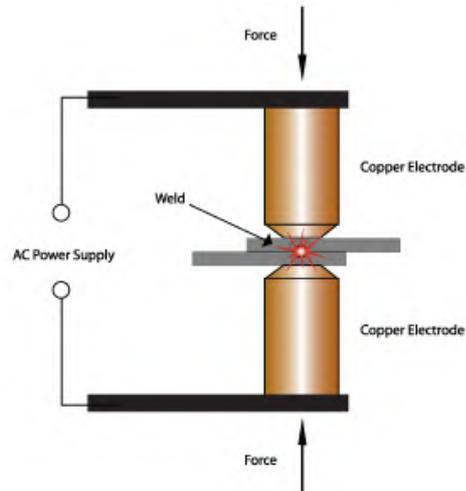
(sumber: <http://www.twi-global.com/technical-knowledge/faqs/process-faqs/faq-what-is-clinching-and-how-does-it-work/>)

c. Welding

Welding adalah suatu pross penyambungan antara dua logam menggunakan tenaga listrik sebagai sumber panas biasa kita kenal dengan sebutan las listrik. Jenis sambungan welding ini bersifat tetap atau paten. Dibawah ini akan dijelaskan beberapa jenis sambungan welding atau las listrik pada alumunium. Antara lain:

i. Aluminium Resistance Spot Welding

Spot welding adalah metode pengelasan dengan cara menjepit lembaran yang akan disambung dengan dua elektroda berbahan tembaga. Dimana tembaga tersebut berguna sebagai tempat mengalirnya arus listrik.



Gambar 2. 18 Resistance Spot Welding
(sumber: <http://www.vista-industrial.com/blog/spot-welding/>)

ii. MIG dan TIG welding

Metode pengelasan seperti ini adalah metode pengelasan yang membutuhkan tenaga kerja yang memiliki kemampuan untuk menggunakan dua tangan untuk mengelas. Teknik pengelasan ini menggunakan sebuah alat yang menyalurkan panas. Proses pengelasan menggunakan bahan logam pengisi lalu dipanaskan agar melebur sehingga menyatukan dua bagian logam lain yang ingin disatukan.



Gambar 2. 19 MIG atau TIG Welding
(sumber: <http://www.gowelding.org/welding/tig-gtaw/>)

iii. Laser welding

Proses pengelasan dengan metode ini adalah dengan cara memanaskan polimer tanpa kontak fisik. Metode ini dilakukan dengan cara mengarahkan sinar inframerah tepat di sendi yang ingin dilakukan pengelasan.



Gambar 2. 20 Laser Welding

(sumber: <http://www.extremetech.com/extreme/143552-3d-printing-with-metal-the-final-frontier-of-additive-manufacturing>)

d. Screw

Sambungan screw termasuk salah sambungan yang memiliki umur panjang karena tidak permanen. Sambungan ini dengan mudah dapat dilepas pasang kembali apabila dibutuhkan.

Berikut adalah jenis baut berdasarkan fungsinya:

1. Baut Tembus

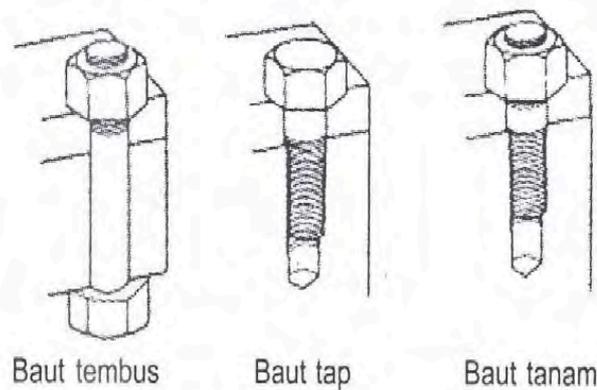
Baut dengan jenis ini digunakan untuk mengikat dua bagian melalui lubang yang tembus lalu dieratkan dengan memutar pasangan baut.

2. Baut Tap

Baut jenis ini digunakan untuk mengikat dua bagian dengan cara memutar kepala baut sesuai ulir yang ada pada bagian yang lain

3. Baut Tanam

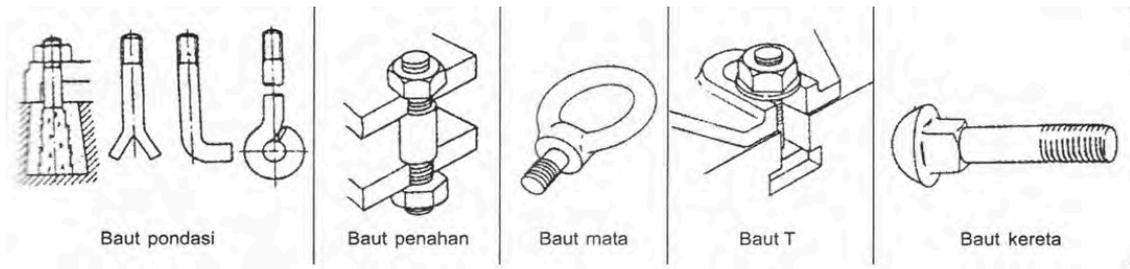
Baut jenis ini tidak memiliki kepala namun ada ulir dikedua sisinya yang difungsikan sebagai pengikat kemudian dikencangkan menggunakan mur.



Gambar 2. 21 Screw
 (sumber: <http://dharma-ajie.blogspot.co.id/2012/01/mengenal-komponen-sambungan.html>)

Berikut jenis baut yang digunakan untuk hal khusus:

1. Baut Fondasi
 Baut dengan jenis ini biasa digunakan untuk memasang mesin atau bangunan pada fondasinya yaitu dengan cara penanaman baut pada fondasi beton, kemudian pengencangan menggunakan mur.
2. Baut Penahan
 Baut dengan jenis ini digunakan untuk menyatukan dua objek dengan jarak yang tetap atau sudah ditentukan
3. Baut Kait atau Baut Mata
 Baut dengan jenis ini digunakan pada bagian mesin sehingga memudahkan pada saat pemindahan mesin
4. Baut T
 Baut jenis ini digunakan untuk mengikat benda kerja dengan meja tempat dia diletakkan. Baut ini dapat digerakan secara horixontal menyesuaikan dengan kondisi yang dijepit.
5. Baut Kereta
 Baut jenis ini banyak digunakan untuk penyambung body pada kendaraan. Dikepala baut terdapat bentuk persegi yang dimasukan pada elemen yang berlubang dengan bentuk persegi ini bertujuan apabila dikencangkan baut tidak ikut berputar.



Gambar 2. 22 Screw

(sumber: <http://dharma-ajie.blogspot.co.id/2012/01/mengenal-komponen-sambungan.html>)

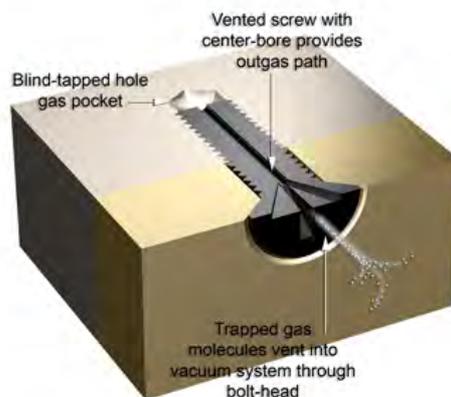
6. Bolt

Sambungan semi permanen berjenis screw flat head ini digunakan untuk menyambung antara body dengan rangka. Keuntungan menggunakan bolt jenis ini adalah tidak terlihat atau tidak menonjol, mampu disamarkan kedalam body rangka sehingga tidak mengganggu pemandangan serta kegiatan.



Gambar 2. 23 Bolt

(sumber: <http://img.directindustry.com/>)



Gambar 2. 24 Pemasangan Bolt

(sumber: <https://accuglassproducts.com/home.php?cat=506>)

II.6. Modularitas Produk

Menurut buku yang berjudul *Mass Customization* karya Joseph Pine, modularitas produk dibagi menjadi:

1. **Component Swapping Modularity.** Teknik modularity ini adalah ketika dua atau lebih komponen dapat dipasang dengan komponen lain yang memiliki basis yang sama, sehingga menghasilkan varian produk yang masih dalam jenis produk yang sama. Sebagai contoh adalah pada industri komputer. Para pengguna komputer ataupun laptop diperbolehkan untuk menggabungkan berbagai jenis hardisk pada unit komputer yang sama.



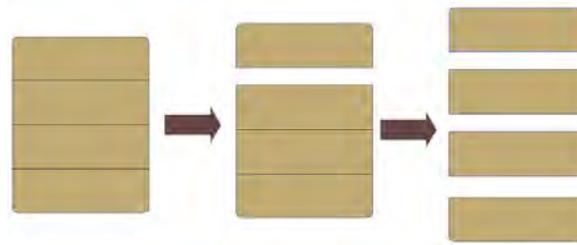
Gambar 2. 25 Component Swapping Modularity
(sumber: dokumen pribadi)

2. **Component Sharing Modularity.** Teknik modularity ini hampir sama dengan component swapping modularity. Namun sharing modularity adalah kebalikan dari swapping modularity. Apabila swapping adalah komponen yang berbeda dengan rumah yang sama jika sharing adalah rumah yang berbeda namun dapat dipasang komponen yang sama. Sebagai contoh adalah dalam dunia fashion resleting dengan jenis yang sama mampu di aplikasikan dengan jenis pakaian yang berbeda-beda.



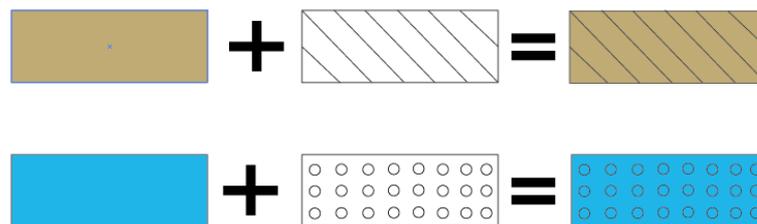
Gambar 2. 26 Component Sharing Modularity
(sumber: dokumen pribadi)

3. **Cut-to-Fit Modularity.** Teknik modularitas ini dapat dicapai dengan satu atau lebih variabel komponen yang ditambahkan dan berkaitan dengan dimensi yang dapat dinodifikasi. Sebagai contoh meja yang dipotong pada ukuran standar yang dipotong pada ukuran tertentu sebagai penunjang proses pemasangan.



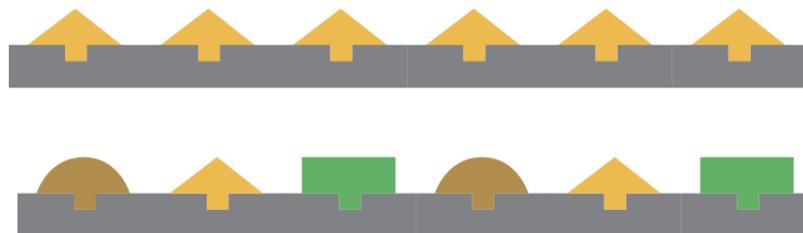
Gambar 2. 27 Cut-to-Fit Modularity
(sumber: dokumen pribadi)

4. **Mix Modularity.** Teknik mix modularity ini memiliki ciri-ciri apabila dua komponen atau lebih digabungkan maka komponen tersebut akan kehilangan ciri khasnya. Sebagai contoh adalah



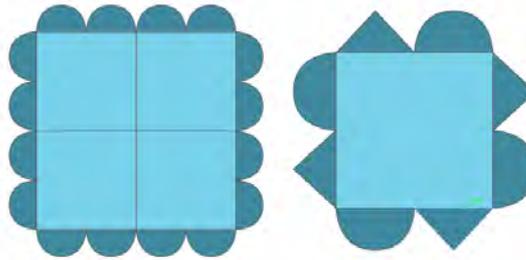
Gambar 2. 28 Mix Modularity
(sumber: dokumen pribadi)

5. **Bus Modularity.** Teknik bus modularity menunjang penggabungan dengan cara menyediakan bentuk yang dapat memwadahi beberapa set komponen yang berbeda yang akan membentuk produk yang sempurna. Tipe modularitas ini biasanya digunakan pada industri elektronik.



Gambar 2. 29 . Bus Modularity
(sumber: dokumen pribadi)

6. **Sectional Modularity.** Teknik modularity ini memungkinkan sejumlah komponen dengan bentuk yang berbeda digabungkan sesuai dengan keinginan selama komponen-komponen tersebut masih terhubung pada interface. Setiap komponen memiliki satu atau lebih interface yang memungkinkan penggabungan dan penambahan komponen. Sebagai contoh adalah minan Lego.



Gambar 2. 30 Sectional Modularity
(sumber: dokumen pribadi)

II.7. Aspek Ergonomi

II.7.1. Ergonomi

Ergonomi berasal dari bahasa Yunani yang terdiri dari kata *ergos* yang berarti kerja dan *nomos* yang artinya ilmu, sehingga secara harfiah ergonomi dapat diartikan sebagai ilmu yang mempelajari mengenai hubungan antara manusia dengan pekerjaannya.

Definisi ergonomi dapat dilakukan dengan menjabarkannya dalam fokus, tujuan, dan pendekatan mengenai ergonomi (Mc Coinick, 1993) dimana dalam penjelasannya disebutkan sebagai berikut:

Secara fokus: Ergonomi memfokuskan diri pada manusia dan interaksinya dengan produk, peralatan, fasilitas, prosedur, dan lingkungan dimana sehari-hari manusia hidup dan bekerja.

Secara tujuan: Tujuan ergonomi ada 2, yaitu peningkatan efektivitas dan efisiensi kerja, serta peningkatan nilai-nilai kemanusiaan seperti peningkatan keselamatan kerja, pengurangan rasa lelah, dsb.

Secara pendekatan: Pendekatan ergonomi adalah aplikasi informasi mengenai keterbatasan-keterbatasan manusia, kemampuan, karakteristik tingkah laku, dan motivasi untuk merancang prosedur dan lingkungan tempat aktivitas manusia tersebut sehari-hari.

Berdasarkan ketiga hal tersebut maka definisi ergonomi dapat terangkum dalam definisi yang dikemukakan oleh Chapanis (1985), yaitu bahwa ergonomi adalah ilmu untuk menggali dan mengaplikasikan informasi-informasi mengenai perilaku manusia, kemampuan, keterbatasan, dan karakteristik manusia lainnya untuk merancang peralatan, mesin, sistem, pekerjaan, dan lingkungan untuk meningkatkan produktivitas, keselamatan, kenyamanan, dan efektivitas pekerjaan manusia.

Definisi mengenai ergonomi juga datang dari Iftikar Z. Satalaksana (1979) yang mendefinisikan ergonomi sebagai suatu cabang ilmu yang sistematis untuk memanfaatkan informasi-informasi mengenai sifat, kemampuan, dan keterbatasan manusia untuk merancang suatu sistem kerja sehingga orang dapat hidup dan bekerja pada sistem itu dengan baik, yaitu mencapai tujuan yang diinginkan melalui pekerjaan itu dengan efektif, aman, dan nyaman. (Satalaksana dkk, 1979)

II.7.2. Ergonomi Kitchen Set

Kitchen set merupakan salah satu perangkat dapur yang berbentuk lemari kabinet yang berfungsi untuk menyimpan alat-alat rumah tangga, khususnya perlengkapan memasak didapur. Secara umum *kitchen set* merupakan produksi *furniture* yang dibuat untuk mewadahi keperluan memasak dalam rumah yang dilengkapi dengan peralatan yang menunjang untuk masak-memasak.

Kebanyakan orang-orang tidak terlalu memperdulikan ukuran *kitchen set* tersebut, apakah tinggi cabinet gantung terlalu tinggi atau terlalu rendah, akibatnya saat beraktifitas di dapur akan merasa tidak nyaman. Ukuran ideal sebuah *kitchen set* sepiantas terkesan sepele. Tapi sebagai pengguna bisa merasakan sendiri akibatnya. Ukuran yang sembarangan dapat membuat kerja didapur jadi tidak nyaman. Jika ingin lebih nyaman lagi, seharusnya ukuran lemari, *working table* dan *Kitchen set* harus disesuaikan dengan ukuran tinggi badan, bahkan ukuran siku dari orang yang sering beraktivitas didapur. (Pramudhita, 2014) (Ching, 2004)

a. Daya Jangkau

Permukaan meja kerja juga harus diperhatikan berapa lebarnya. Daya jangkau tangan manusia, khususnya wanita, ke depan adalah 85 cm, sementara ke samping antara 42cm - 62cm.

b. Sirkulasi

Jarak sirkulasi koridor antara area kerja satu dan yang lain, juga perlu diperhatikan. Terlalu sempit akan membuat dapur terasa sempit dan tidak nyaman. Masih dari *Kitchens That Work* disebutkan, bahwa jarak optimal yang sebaiknya diaplikasikan adalah 94cm.

c. Area Kerja

Area kerja, yaitu adanya ruang bebas antara meja dapur yang letaknya berhadapan, setidaknya harus berjarak 90 cm. Jarak ini berguna untuk memberi

keleluasaan orang berdiri dan bekerja di dapur, juga saat membungkuk dan berjongkok ketika mengambil barang dari kabinet bawah. Jika merangkap jalur sirkulasi kegiatan di dapur, jarak tersebut minimum 150 cm.

d. **Jarak Meja Dapur Dengan Dasar Kabinet**

Jarak ideal antara meja dapur dengan dasar kabinet atas sekitar 50cm - 60cm. Dengan demikian, barang di dalam kabinet atas dapat dijangkau dengan mudah.

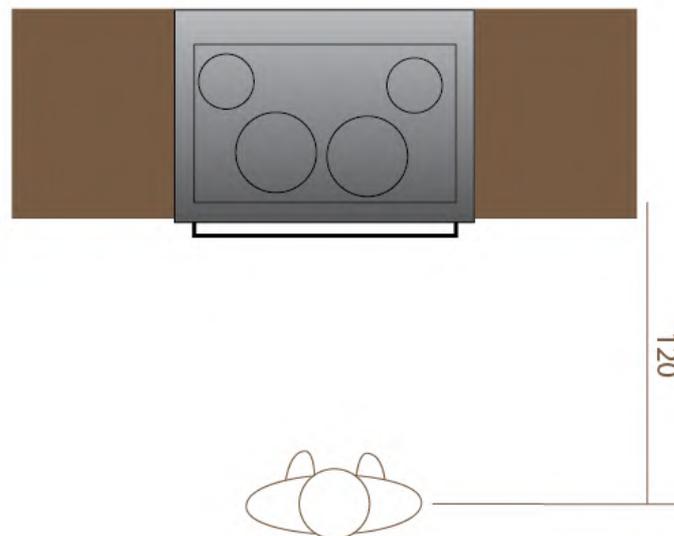
e. **Lebar Meja**

Lebar meja dapur sekitar 60 cm sehingga dengan ukuran ini, tangan dapat dengan nyaman bergerak dan kompor dan bak cuci standar terpasang sesuai dengan lebar yang tersedia.

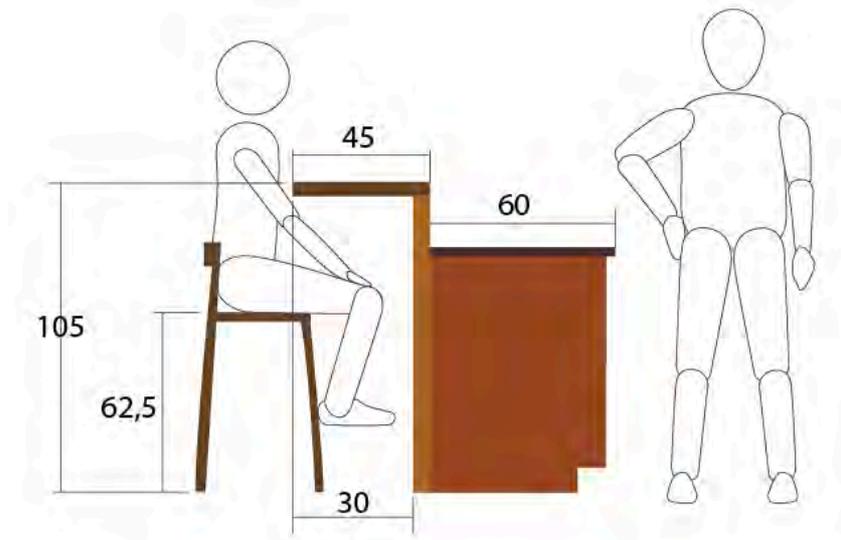
f. **Lekukan Kabinet Bawah**

Lekukan di bawah kabinet sekitar 10 cm supaya orang dapat berdiri tegak menghadap meja dapur dan ujung kaki tak terganggu dengan kabinet. Lekukan tersebut juga berguna pada saat mengepel lantai.

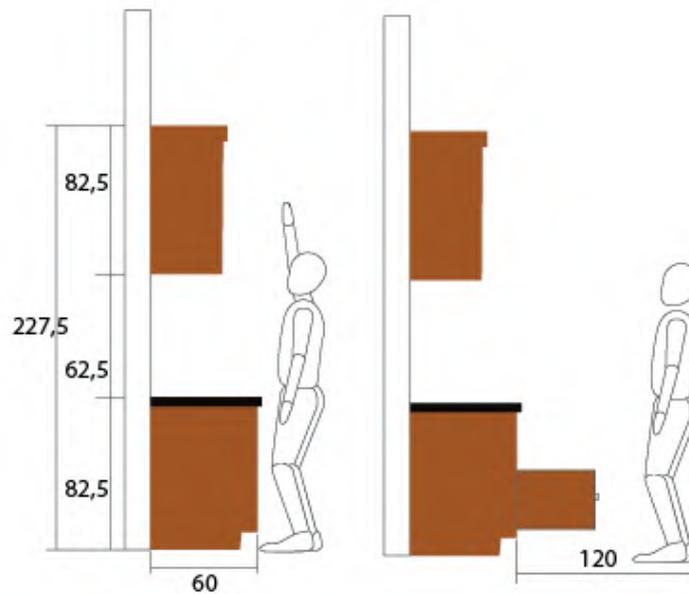
Berikut diilustrasikan dimensi-dimensi utama tubuh manusia yang berkaitan dengan interaksi dalam kitchen set.



Gambar 2. 31 Anthropometri tampak atas penggunaan kompor
(sumber: dokumen pribadi, acuan dari <http://pramestyap.blogspot.com/2014/06/standar-ergonomi-untuk-sebuahkitchen.html>)



Gambar 2. 32 Anthopometri Mini Bar tampak samping

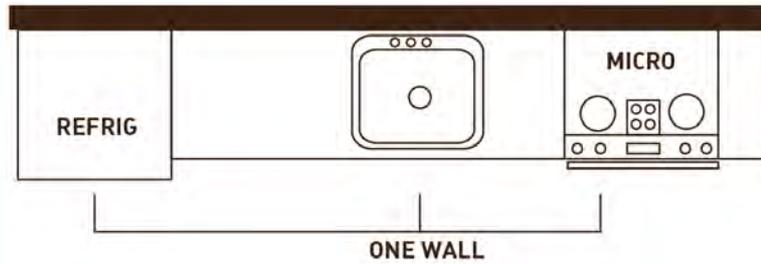


Gambar 2. 33 Anthopometri tinggi storage tampak samping

Model dan bentuk pilihan kitchen set sangat beragam, diantaranya:

a. *Single Line Layout*

Layout ini bisa dibilang bentuk paling simpel dibandingkan bentuk lainnya. Area memasak, kulkas, dan bak cuci, diletakkan dalam barisan yang sama. Contoh ukuran untuk *kitchen set* ini misalnya kawasan koridor atau berada dalam satu garis dinding berukuran panjang 300 cm, maka setidaknya untuk lebar kitchen set bisa 200 cm, sedangkan tinggi kabinet (bawah) seukuran tinggi pinggul orang dewasa kira-kira 85 cm.



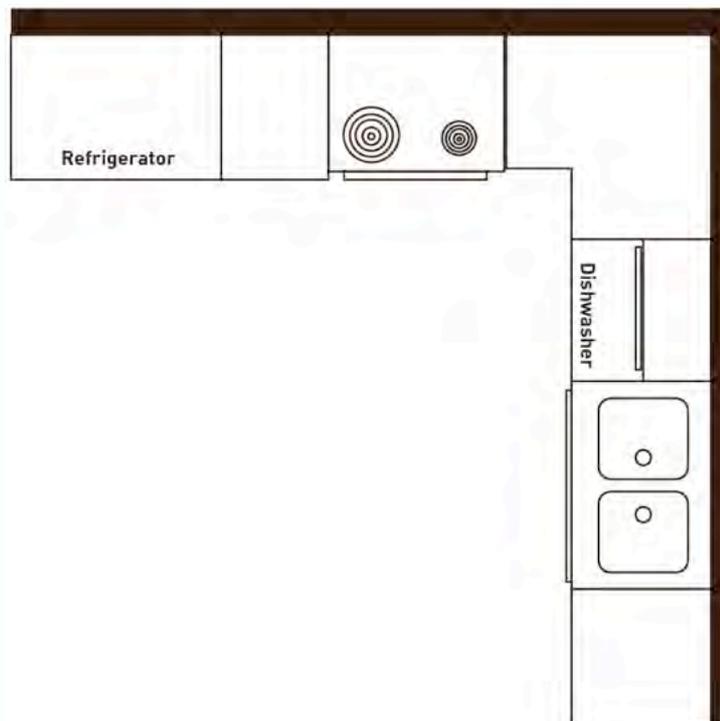
Gambar 2. 34 Kitchen set single line layout
(sumber: dokumen pribadi dengan acuan dari

<http://pramestyap.blogspot.com/2014/06/standar-ergonomi-untuk-sebuahkitchen.html>)

b. *Layout L*

Jika kita ingin membuat dapur yang bersatu dengan ruang tamu atau ruang makan maka bentuk *layout L* ini sangat cocok karena membuat ruangan tampak besar dari sebenarnya. Satu sisi bisa digunakan untuk peletakan lemari es, wastafel, dan area memasak. Sisi lainnya untuk bak cuci yang menyatu dengan lemari kabinet.

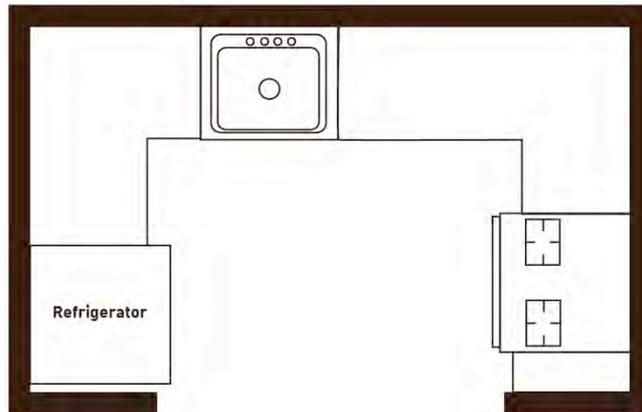
Contoh ukurannya misalnya lebar 60 cm, tinggi 70 cm, dan panjang 300 cm. Bagian bawah kabinet ukurannya adalah 200 x 70 x 60, dan kabinet atas berukuran 300 cm, lebar 30 cm tinggi kira-kira 100 cm. Multiplek adalah bahan yang biasa dipakai untuk membuat lemari. Bahan tersebut umumnya ditambah dengan lapisan takon.



Gambar 2. 35 Kitchen set Layout L

c. *Layout U*

Jika Anda mempunyai area persegi yang cukup besar, bentuk layout ini bisa jadi pilihan yang baik. Layout ini memosisikan area wastafel berseberangan dengan kulkas ataupun area masak. Bisa juga posisi bak cuci dan kulkas mengapit area memasak, menghasilkan posisi yang memudahkan aktivitas dapur.



Gambar 2. 36 Kitchen set Layout U

Namun demikian, tipe-tipe dapur hanya dapat berfungsi optimal disesuaikan dengan ukuran ruang. Imelda Akmal (Imelda Akmal : 2005, hal. 44) memberikan rekomendasi mengenai tipe dapur berdasar ukuran ruang :

Tabel 2. 6 Tipe dapur berdasarkan ukuran ruang

Ukuran Ruang	Tipe Dapur		
	Single Line	Layout L	Layout U
2m x 3m	✓	x	x
2m x 4m	✓	x	x
2m x 5m	✓	x	x
3m x 3m	✓	✓	o
3m x 4m	✓	✓	✓
3m x 5m	✓	✓	✓
3m x 6m	✓	✓	✓
4m x 4m	o	✓	o
4m x 5m	o	✓	o
4m x 6m	o	✓	o

Keterangan :

✓ Bisa

x tidak bisa

o : Bisa, tetapi tidak dianjurkan

II.8. Penerangan Area Kerja

Menurut data dari Kementerian Kesehatan Republik Indonesia terkait dengan pencahayaan minimal dari area kerja adalah sebagai berikut:

Tabel 2. 7 Tingkat pencahayaan lingkungan Kerja menurut KEPMENKES RI. No. 1405/MENKES/SK/XI/02

JENIS KEGIATAN	TINGKAT PENCAHAYAAN MINIMAL (LUX)	KETERANGAN
Pekerjaan kasar dan tidak terus – menerus	100	Ruang penyimpanan & ruang peralatan/instalasi yang memerlukan pekerjaan yang kontinyu
Pekerjaan kasar dan terus – menerus	200	Pekerjaan dengan mesin dan perakitan kasar
Pekerjaan rutin	300	Ruang administrasi, ruang kontrol, pekerjaan mesin & perakitan/penyusun
Pekerjaan agak halus	500	Pembuatan gambar atau bekerja dengan mesin kantor, pekerjaan pemeriksaan atau pekerjaan dengan mesin
Pekerjaan halus	1000	Pemilihan warna, pemrosesan teksti, pekerjaan mesin halus & perakitan halus
Pekerjaan amat halus	1500 Tidak menimbulkan bayangan	Mengukir dengan tangan, pemeriksaan pekerjaan mesin dan perakitan yang sangat halus
Pekerjaan terinci	3000 Tidak menimbulkan bayangan	Pemeriksaan pekerjaan, perakitan sangat halus

II.9. Tinjauan Eksisting dan Lapangan

II.9.1. Tinjauan Lapangan

Tinjauan desain lapangan diperlukan untuk memberikan perbandingan dari desain yang sudah ada dengan desain yang akan dibuat. Serta mencari kekurangan dan kelebihan dari desain awal untuk diperbaiki dengan desain yang baru.

Studi Kasus : Sego Njamoer
Lokasi : Gebang Wetan 2B Surabaya
Jam Operasional : 08.00 – 17.00 WIB
Jenis makanan : Sego Njamoer, Pentol Njamoer, Somay dll
Pengguna/personil : 2 Orang

Tabel 2. 8 Tinjauan Lapangan

Review	Deskripsi	Masalah	Solusi
	Zona menata makanan untuk masuk kedalam packaging	Peletakan packaging kurang rapi.	Memberikan wadah untuk peletakan packaging.
	Penyimpanan stock kebutuhan lainnya seperti saos, dll	Pelatakan yang kurang rapi	Memberikan sekat-sekat agar penyimpanan menjadi rapi tidak bercampur menjadi satu.
	Wadah nasi putih	Berada diluar rombongan	Memberikan sebuah wadah untuk menempatkan tempat nasi.

Studi Kasus : Sego Njamoer
 Lokasi : Sakinah Supermarket
 Pengguna/personil : 1 Orang

Tabel 2. 9 Tinjauan Lapangan

Review	Deskripsi	Masalah	Solusi
	Lokasi stand yang berada di gerai Sakinah Supermarket	Stand tidak modular dan kurang estetik	Membuat desain dengan modul-modul.
	Wadah nasi putih	Berada diluar rombongan	Memberikan sebuah wadah untuk menempatkan tempat nasi.
	Workspace bekerja pengguna	Tatanan kurang rapi dan terlihat sempit	Memberikan ruang untuk menyimpan kebutuhan seperti paa gambar disamping adalah packaging-packaging sego njamoer
	Tempat mengolah jamur	Tempat memotong dan meracik kurang rapid an terletak dibawah yang hanya beralaskan tanah sehingga berkesan kurang higienis.	Memberikan zona untuk meracik jamur agar lebih higienis.

Tabel 1. Tinjauan Lapangan

II.9.2. Tinjauan Eksisting

Tinjauan desain eksisting diperlukan untuk memberikan acuan yang jelas kepada konsep desain yang akan dikembagka dari segi desain maupun latar belakang masalah. Tinjauan eksisting tidak perlu harus mengacu kepada produk eksisting yang sama dengan konsep dan tema. Agar dapat mengambil inspirasi dari beberapa desain lain yang mungkin memiliki fitur dan pemecahan solusi yang lebih baik.

Studi Kasus	: ONIO Chicken Karage
Lokasi	: Indomaret Nginden Semolo 2 No. 18 Surabaya
Jam Operasional	: 17.00 – 23.00 WIB
Jenis makanan	: Chicken Fillet dan Chicken Karage
Pengguna/personil	: 2 Orang

Tabel 2. 10 Tinjauan Eksisting

Review	Deskripsi	Masalah	Solusi
	Workspace yang kurang rapi penataannya.	Antara tempat meracik dan tempat memasak menjadi satu, sehingga menjadikan workspace berkesan tidak rapi.	Memberikan tempat untuk dua orang pegawai agar bekerja lebih nyaman lagi. Karena dalam satu booth ada dua orang pegawai.



Tempat sampah yang nampak

Tempat sampah yang begitu mencolok hingga dilihat oleh pembeli.

Membuat tempat sampah yang tertutup sehingga tidak menimbulkan bau serta tidak terlihat oleh pengunjung.



Icebox sebagai wadah bahan ayam yang masih mentah.

Ice box berada diluar stand berjualan

Memberikan wadah untuk penempatan ice box sehingga menjadi satu dengan workspace memasak.



Gas LPG diletakkan dibawah meja

Peletakannya yang kurang rapi

Membuat tempat yang mampu menyimpan gas LPG dng baik.



Tampak depan rombongan

Tidak modular

Membuat stand dengan teknis modular

II.9.2.1. Produk Eksisting Brand Lain

Pengamatan tentang produk stand yang lain gunanya adalah untuk pembandingan dengan stand yang sudah ada, mencari kekurangan dan kelebihan sebagai acuan membuat stand yang baru.



Gambar 2. 37 Rombong Corn Dogs
(sumber: Publikasi Pribadi)



Gambar 2. 38 Rombong Giga Fries
(sumber: Publikasi Pribadi)



Gambar 2. 39 Rombong My Tebu
(sumber: Publikasi Pribadi)



Gambar 2. 40 Rombong Jeju Ice Cream
(sumber: Publikasi Pribadi)



Gambar 2. 41 Rombong Pizza Cone
(sumber: Publikasi Pribadi)



Gambar 2. 42 Rombong Noodle Box
(Sumber: Publikasi Pribadi)



Gambar 2. 43 Rombong Pocoyo
(sumber: Publikasi Pribadi)

BAB III

METODOLOGI DAN KERANGKA ANALISA

III.1. Judul Perancangan

Judul : Desain Modular Stand Sego Njamoer untuk Menunjang Pengembangan Bisnis Perusahaan.

Definisi Judul :

Desain : “Desain adalah segala hal yang berhubungan dengan pembuatan konsep, analisis data, project planning, drawing/rendering, cost calculation, prototyping, frame testing dan testing riding” *Dudy Wiyancoko*

Modular Stand : Sebuah alat yang digunakan untuk menunjang sarana promosi atau berjualan suatu produk secara langsung kepada pembeli, yang pada kasus ini terdiri dari modul-modul ringkas yang memudahkan proses lepas dan pasang sesuai dengan kebutuhan.

Pengembangan Bisnis : Kebutuhan akan pemilik waralaba untuk mengembangkan usaha yang dia miliki agar lebih maju serta menjangkau tempat-tempat diluar kota asal waralaba tersebut.

KESIMPULAN JUDUL: Merancang sebuah sarana yang mampu mengakomodasi pemilik waralaba untuk mengirim sebuah stand keluar kota ataupun kelain wilayah dengan mudah, sehingga pembuka cabang juga akan termudahkan. Selain itu sarana juga mampu mengakomodir kebutuh dari user atau pegawai dari waralaba yang beraktifitas dengan stand tersebut.

III.2. Subjek dan Objek Perancangan

1. Subjek Perancangan

Subjek perancangan sarana berjualan Sego Njamoer ini meliputi eksterior caravan, desain standarisasi stand, workspace user, modul-modul dari stand serta sambungan.

2. Objek Perancangan

Yang menjadi objek perancangan ini adalah:

- Eksterior stand
- Standarisasi stand berjualan
- Workspace user
- Modul – modul stand beserta sambungan

Keterangan:

“*Desain Modular Stand Sego Njamoer untuk Menunjang Pengembangan Bisnis Perusahaan*” dari judul tersebut pencarian data pertama kepada pihak waralaba yang bersangkutan, yaitu Sego Njamoer. Hal-hal tersebut adalah tentang Stand yang digunakan sebagai produk eksisting atau produk yang sudah ada, apa saja yang dibutuhkan oleh pemilik waralaba guna menunjang pengembangan branding dan apa saja yang dibutuhkan oleh pengguna saat mengoperasikan stand tersebut. Pencarian data-data tersebut menggunakan metode Laddering, Interview, Shadowing dan Task Analysis.

Selanjutnya adalah pencarian data tentang stand meliputi analisa kebutuhan, analisa anthropometri, analisa aktifitas, analisa sarana dll. Selanjutnya adalah pemahaman tentang produk modular meliputi sambungan, jenis-jenis modul dan material.

Setelah itu akan ditentukan konsep setelah melakukan pengumpulan data. Dari skema diatas dihasilkan tiga konsep desain antara lain, konsep modular, konfigurasi workspace dan mekanisme storage.

III.4. Metode Pengumpulan Data

Pada mata kuliah Desain Produk Konseptual dengan judul riset *Desain Modular Stand Sego Njamoer untuk Menunjang Pengembangan Bisnis Perusahaan* diperlukan kumpulan data-data yang mendukung untuk dioleh sedemikian rupa dan dicari kebutuhan, kekurangan, kelebihan dan kesimpulan dari masalah-masalah tersebut. Dalam kasus ini, data dibedakan menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diambil oleh pencari data dengan cara terjun langsung ke lapangan. Sedangkan data sekunder adalah data yang didapatkan dari literature-literature yang sudah ada.

Berikut beberapa cara yang dilakukan untuk mendapatkan data primer:

III.4.1. Shadowing

Shadowing adalah sebuah metode pengumpulan data dengan cara mengikuti seluruh kegiatan yang bersangkutan. Pada masalah ini data diambil dari mengikuti kegiatan dari pengguna stand Sego Njamoer yang sudah ada. Kegiatan dari datang, loading barang, berjualan hingga stand ditutup. Hal ini dilakukan untuk mendapatkan data tentang apa saja kebutuhan pengguna sekaligus kekurangan dan kelebihan dari stand yang sudah ada.

Shadowing dilakukan pada dua subjek:

- a. Stand A. Stand A adalah stand yang stuck pada suatu tempat. Tidak berpindah-pindah. Stand ini menampung lebih banyak kebutuhan, kebutuhan utama maupun tambahan.
- b. Stand B. Stand B adalah stand yang berbentuk rombongan dapat didorong dan ukurannya lebih kecil, kemampuan menampung kebutuhan pun hanya kebutuhan utama saja.

III.4.2. Observasi

Observasi dilakukan di stand Sego Njamoer yang terletak di Gebang dan Sakinah Supermarket dengan tujuan untuk mengetahui seperti apa bentuk yang sudah dimiliki oleh pihak Sego Njamoer. Hal ini dilakukan untuk mendapatkan data tentang apa saja yang mampu menunjang kebutuhan penjual, dimensi stand yang sudah ada, fiturnya, material dan lain-lain.

III.4.3. Interview

Interview adalah proses pengambilan data yang dilakukan dengan cara melakukan tanya jawab seperti wawancara pada umumnya. Penulis sudah mempersiapkan beberapa pertanyaan yang berhubungan dengan latar belakang berdirinya Sego Njamoer dan tentang penggunaan stand.

Berikut daftar pertanyaan yang ditanyakan penulis oleh marketing selaku perwakilan dan penjual selaku pengguna booth dari sego Njamoer:

- a. Daftar pertanyaan kepada pegawai

Tabel 3. 1 Interview

	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sudah berapa lama bekerja di stand ini? 2. Jam Operasional Sego Njamoer? 3. Berapa jenis menu yang dijual? Berapa porsi dari tiap menu yang disediakan? 4. Sarana yang digunakan pertama kali oleh sego Njamoer? 5. Kelebihan stand yang sudah ada 6. Kekurangan stand yang sudah ada
---	---

b. Daftar pertanyaan kepada marketing sego Njamoer Surabaya:

1. Sejak kapan usaha ini dibentuk?
2. Latar belakang pendirian dari usaha ini?
3. Sarana penjualan yang digunakan pertama kali?
4. Apakah sarana tersebut masih digunakan sampai sekarang atau ada perubahan?
5. Berapa jenis stand yang dimiliki oleh Sego Njamoer?
6. Kelebihan yang dimiliki stand yang banyak digunakan sekarang?
7. Kekurangan yang dimiliki stand yang banyak digunakan sekarang?
8. Bagaimana metode pengiriman stand yang digunakan sekarang untuk pengiriman keluar kota atau kelain daerah?
9. Adakah kendala saat proses pengiriman? Apakah kendala tersebut?
10. Apakah membutuhkan modular stand? (modular: terdiri dari modul-modul yang dapat dibongkar pasang?)

III.4.4. Laddering

Laddering adalah proses pengambilan data yang dilakukan dengan cara bertanya terus menerus dengan rasa ingin tahu yang tinggi. Bertujuan untuk pendekatan sekaligus membina hubungan yang baik agar menunjang kemudahan dalam pencarian data.

III.4.5. Affinity Diagram

Affinity Diagram adalah salah satu metode pengumpulan data dengan cara mengelompokkan masalah-masalah yang ditemukan disaat melakukan shadowing, interview, observasi dll beberapa isu. Langkah selanjutnya adalah isu-isu tersebut dikelompokkan lagi sesuai dengan keyword yang sesuai. Hal ini membantu menemukan konsep desain yang sesuai.

Sarana yang digunakan penulis untuk melakukan affinity diagram adalah dengan menggunakan kertas ukuran A1 dan beberapa sticky notes untuk mencatat keyword-keyword apa sajakah yang sesuai.

BAB IV

KONSEP DAN ANALISA

IV.1. Analisa Kebutuhan

Tujuan dari analisa ini adalah untuk mengidentifikasi karakter stakeholder dan kebutuhan usernya untuk selanjutnya dijadikan acuan untuk menetapkan spesifikasi desain.

IV.1.1. Stakeholder

Adapun stakeholder dari produk yang akan dirancang memiliki profil sebagai berikut:

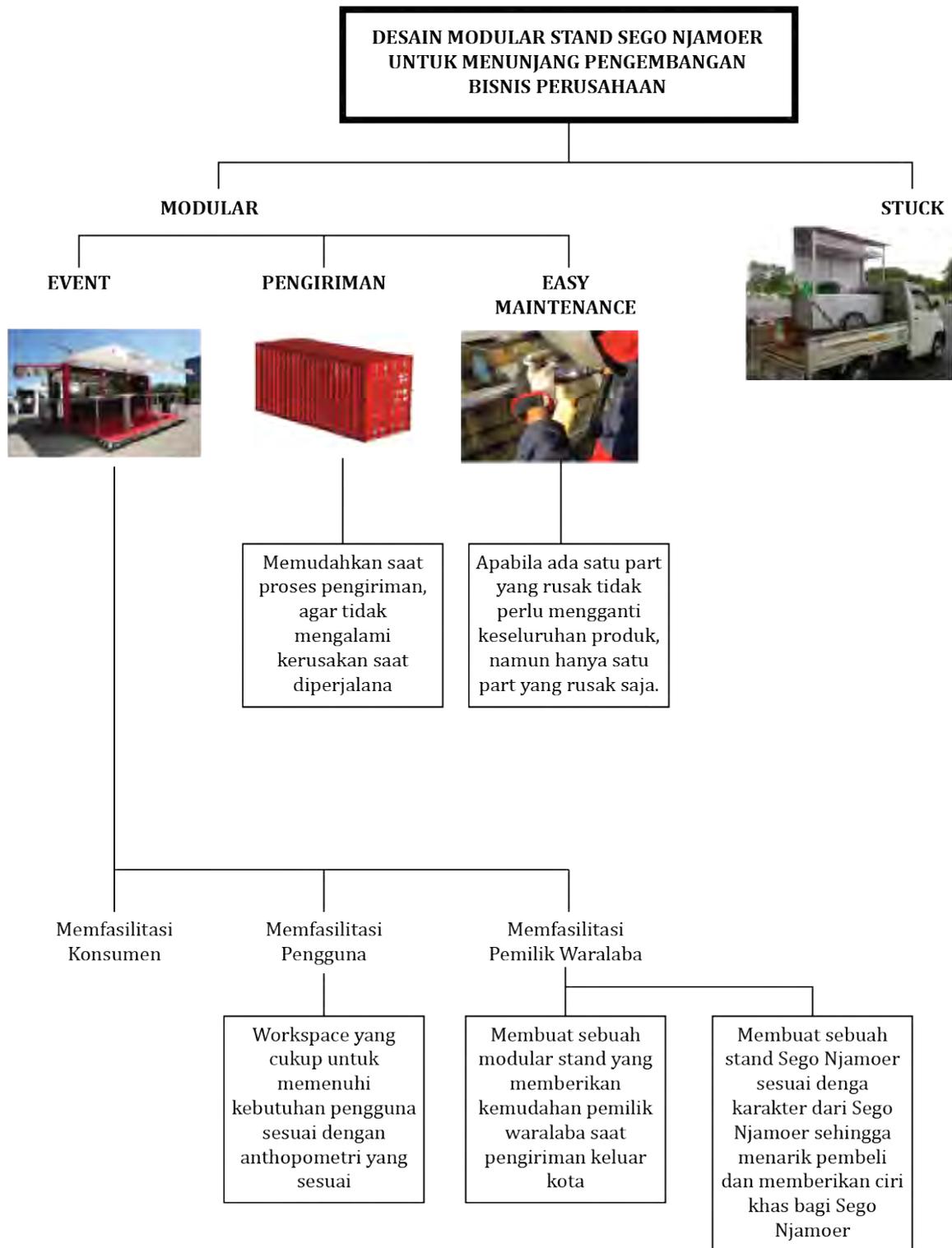
Nama	: CV. Sego Njamoer
Alamat	: Jl. Klampis Semolo Timur A17
Telepon	: 081 24 24 24 566 Weekdays 08.00-16.00
E-mail	: sego.njamoer@gmail.com
Harapan	: Produk yang dihasilkan mampu mengakomodasi kebutuhan pihak Sego Njamoer dalam hal mobilitas dan kebutuhan user akan workspace dan storage, serta desain yang mampu mewakili brand Sego Njamoer.

IV.1.2. Analisa User

Tabel 4. 1 Analsa User

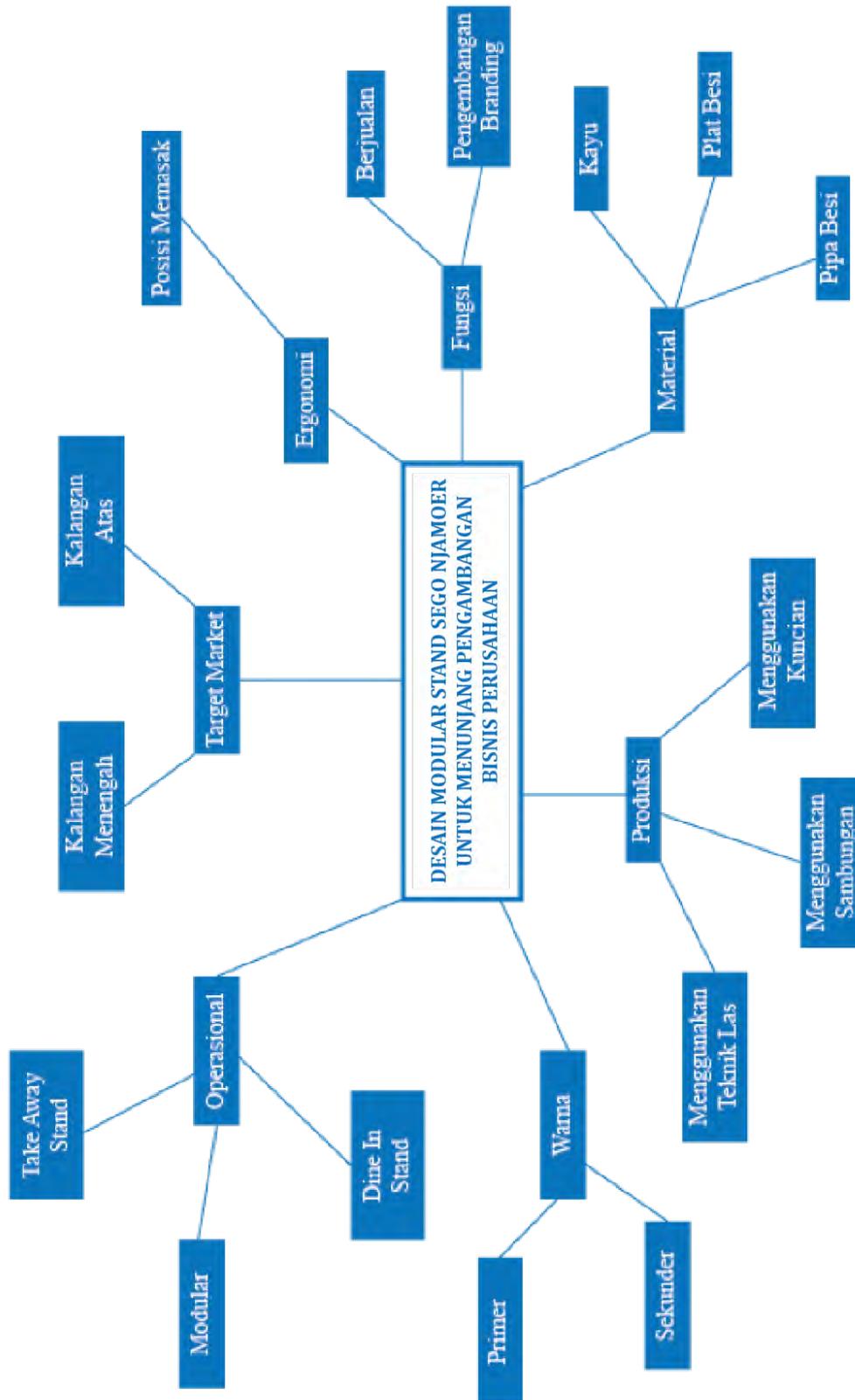
Pengguna dan Deskripsi	Demografi	Aktifitas
 <p>Pegawai waralaba atau user dari stand itu sendiri. Pada kasus ini user adalah orang yang sehari-hari akan menggunakan produk tersebut.</p>	<p>d. Pria atau Wanita e. Umur 20 – 40 tahun</p>	<p>f. Memotong g. Membungkus h. Memasak i. Menyajikan makanan j. Transaksi penjualan k. Berkomunikasi dengan pembeli l. Menggunakan stand sehari-hari</p>
 <p>Pemilik waralaba, dalam kasus ini pemilik waralaba tentunya berpesan penting, karena dia sendiri harus memasarkan produk yang dia miliki.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Pria atau Wanita 	<ul style="list-style-type: none"> • Memasarkan bisnis
 <p>Pembeli makanan adalah orang-orang yang datang untuk membeli makanan tersebut.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Pria atau Wanita 	<ul style="list-style-type: none"> • Memesan • Transaksi penjualan • Berkomunikasi dengan penjualan

IV.2. Positioning Map



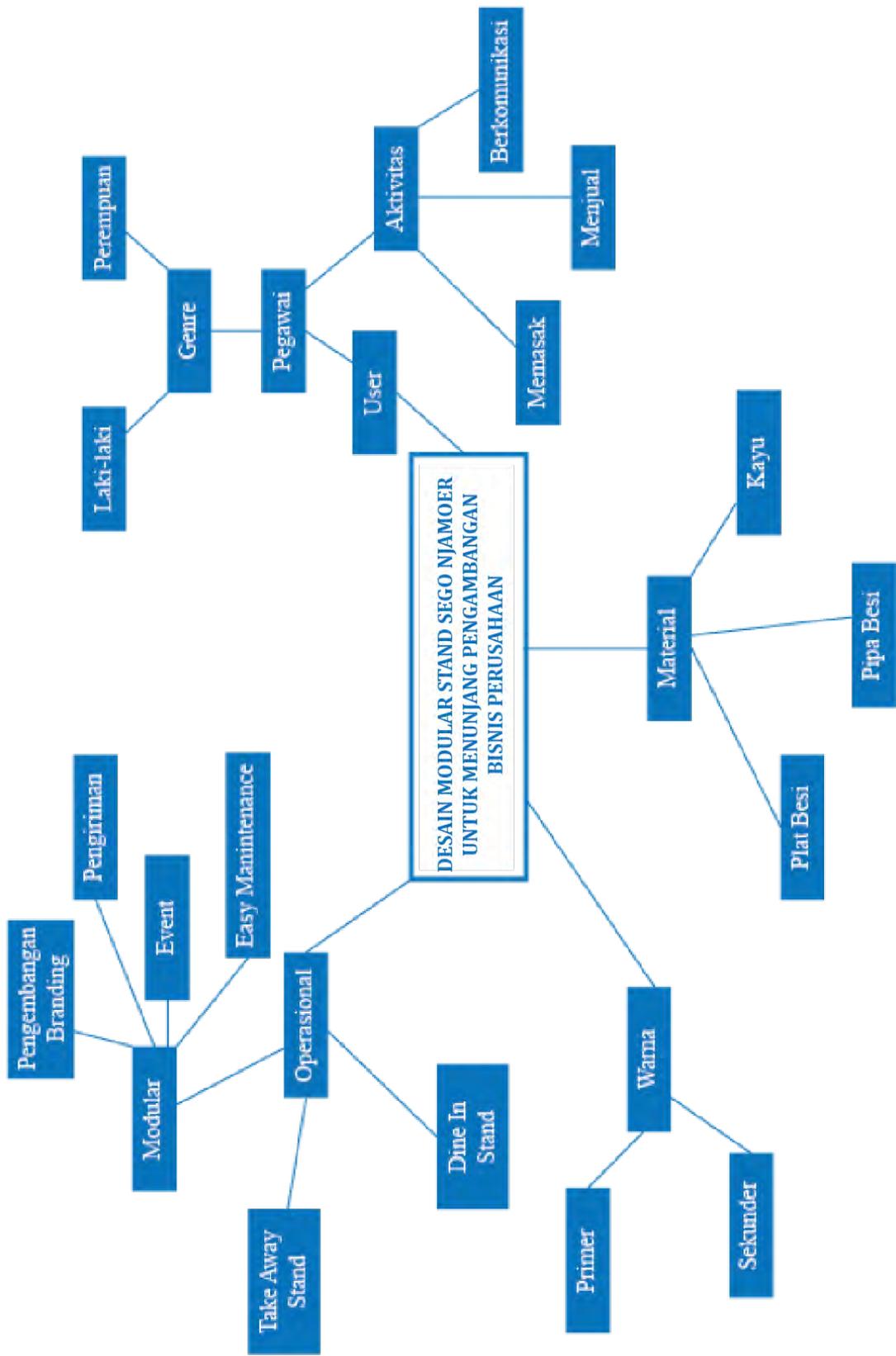
Gambar 4. 1 Positioning Map
(sumber: dokumen pribadi)

IV.3. Brainstorming Konsep Desain



Gambar 4. 2 Brainstorming Konsep Desain
(sumber: dokumen pribadi)

IV.4. Brainstorming Masalah dan Kebutuhan



Gambar 4. 3 Brainstorming Masalah dan Kebutuhan (sumber: dokumentasi pribadi)

IV.5. Image Board Inspire

IV.5.1. Mood Board

Tabel 4. 2 Mood Board

GAMBAR	KEY CONCEPT	DESKRIPSI
	Modular	Terdiri dari modul – modul yang dapat dilepas pasang sehingga memudahkan pengiriman.
	Mobility	Mobil dapat berpindah tempat sesuai kebutuhan. Karena tujuan awalnya adalah memberikan sarana bagi pemilik waralaba untuk mengirimkan stand kepada pembeli waralaba di luar kota asal.
	Modern	Dengan mengambil konsep modern yang simple dan minimalis.
	Strength	Desain yang kokoh tidak mudah rusak, sehingga secara operasional mudah dalam membangun stand serta nyaman bagi pengunjung.
	Waralaba Makanan	Sarana ini dibuat untuk memfasilitasi waralaba dengan orientasi berjualan makanan.

IV.5.2. Image Board



Gambar 4. 4 Image Board

Kesimpulan:

Dari beberapa image diatas yang terpilih sebagai konsep desain adalah MINIMALIS – MODULAR. Image ini dipilih Karena kebutuhan pemilik waralaba akan booth modular yang ringkas dan mudah pengirimannya. Serta mampu mengakomodir kebutuhan dari para user. Dan kesan minimalis modern mengingat perkembangan jaman kebanyakan produk dibuat dengan konsep modern minimalis karena begitu banyak pasar yang mulai menyukai sesuatu yang simple. Dengan dipilihnya konsep Modern minimalis yang di anggap dapat mewakili kesan simple dan bersih agar pembeli mendapat kesan yang nyaman.

IV.5.3. Square Board

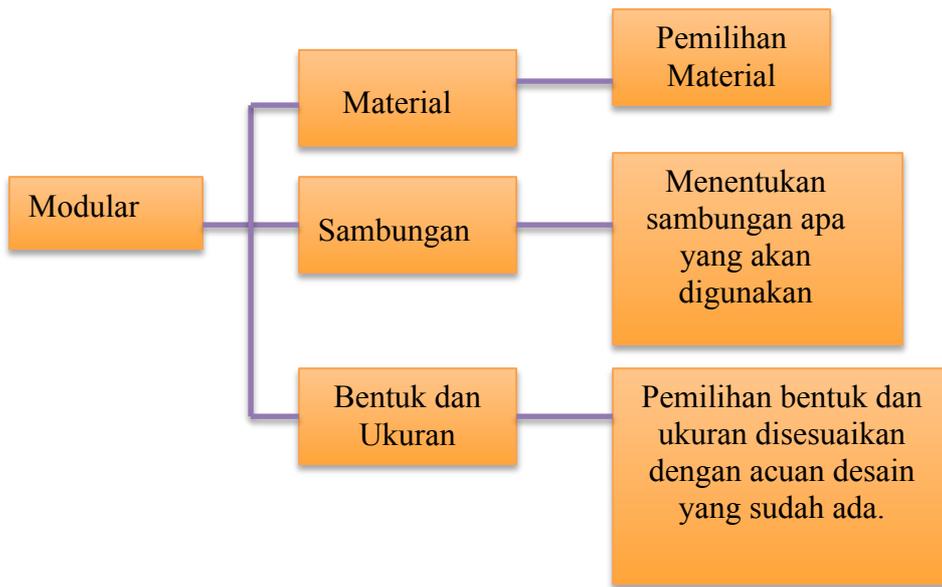
Tabel 4. 3 Square Board

<p style="text-align: center;">MODULAR</p> 	<p style="text-align: center;">COMPACT</p> 	<p style="text-align: center;">MODERN</p> 
<p style="text-align: center;">MINIMALIST</p> 	<p style="text-align: center;">Desain Modular Stand Sego Njamoer untuk Menunjang Pengembangan Bisnis Perusahaan.</p>	<p style="text-align: center;">COMFORT</p> 
<p style="text-align: center;">MOBILITY</p> 	<p style="text-align: center;">EASY TO BUILD</p> 	<p style="text-align: center;">EASY MAINTENANCE</p> 

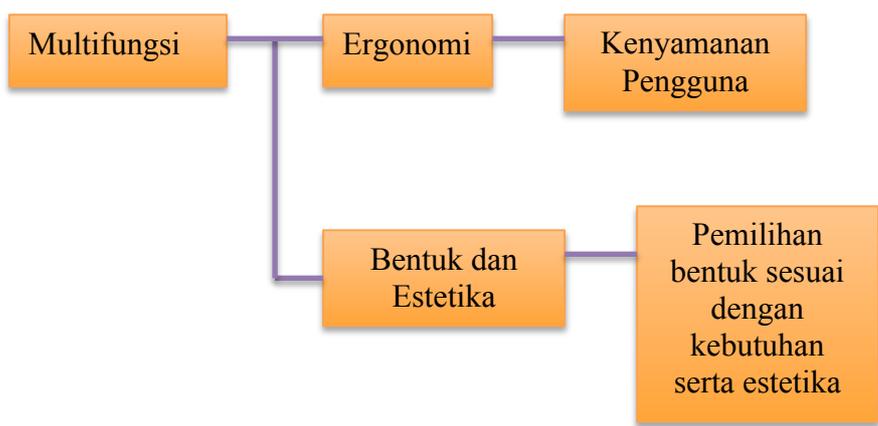
Keterangan:

1. **Modular** : Desain sarana yang terdiri dari modul-modul yang mudah untuk dibangun dan dapat disimpan dengan baik saat keperluan tertentu.
2. **Compact** : Desain booth secara system mampu dibagi-bagi menjadi beberapa fungsi dengan cara menyimpan yang praktis apabila tidak digunakan lagi.
3. **Modern** : Desain kekinian yang cenderung simple dan nyaman.
4. **Minimalist** : Desain yang simple, ramah serta nyaman.
5. **Comfort** : Konsep Modern Minimalis diharapkan mampu membuat para pengguna pembeli merasa nyaman berada ditempat tersebut.
6. **Mobility** : Desain mampu dibawa mobile untuk keperluan tertentu.
7. **Easy to Build** : Kemudahan saat membangun modul-modul tersebut menjadi sebuah stand
8. **Easy Maintenance** : Kemudahan mengganti part apabila ada salah satu part modul yang rusak tidak perlu mengganti stand secara keseluruhan hanya yang rusak saja.

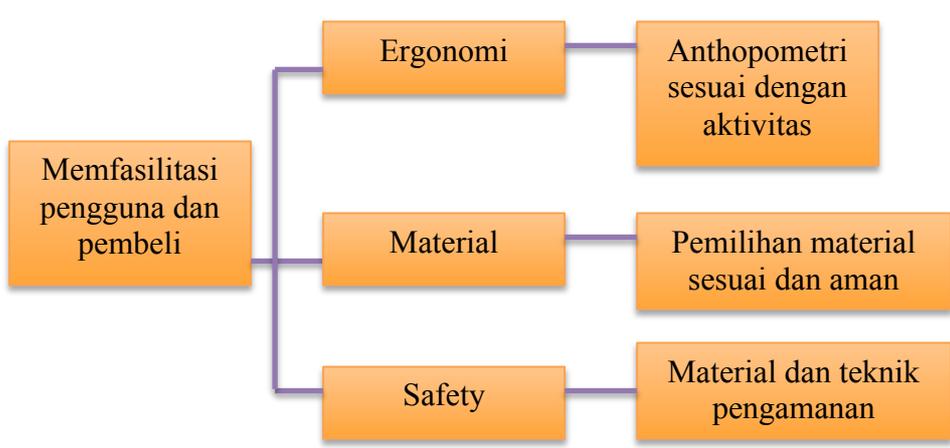
IV.6. Objective Tree



Pemilihan material yang kuat dan aman serta pemilihan warna yang tepat.
 Sambungan yang cocok dan mudah dalam pemasangan sehingga tidak merepotka user, terutama pegawai.
 Bentuk dan ukuran menyesuaikan dengan ukuran anthropometri pengguna yang bersangkutan.



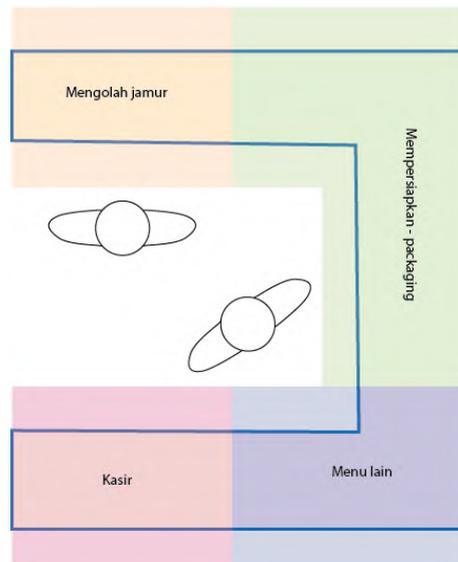
Anthopometri tubuh manusia berdasarkan studi aktivitas.
 Bentuk yang digunakan mampu mengakomodasi fungsi
 Bentuk estetik sehingga mampu menarik pembeli.



Persentil ukuran tubuh manusia berdasarkan studi aktivitas.
 Pemilihan material yang sesuai dengan fungsi dapur dan kedai makanan yang aman bagi user
 Bentuknya yang organis sehingga aman bagi user.

IV.7. Analisa Konfigurasi Layout

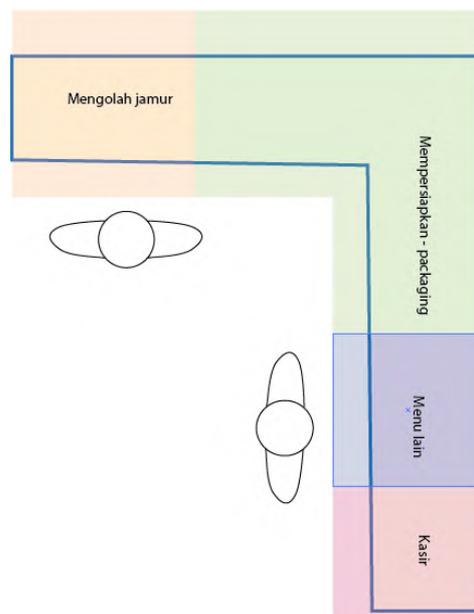
IV.7.1. Layout U



Gambar 4. 5 Layout U

Diperkirakan apabila menggunakan layout U konfigurasi akan seperti pada gambar diatas. Layout U sangat cocok apabila stand diletakan diruangan yang luas. Alur perkerjaan mereka berputar. Layout ini sangat cocok apabila memiliki 2 personil karena lebih mudah saat pembagian tugas dan mampu menampun lebih banyak persediaan bahan, namun kekurangan dari layout ini adalah harus memiliki ruangan yang luas.

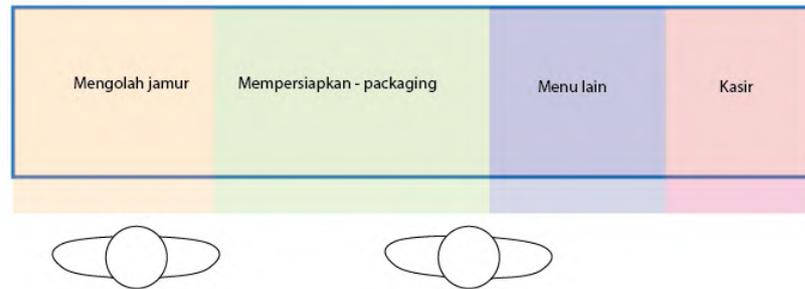
IV.7.2. Layout L



Gambar 4. 6 Layout L

Layout L membuat suatu ruangan akan terlihat lebih luas daripada sebenarnya. Apabila menggunakan layout L konfigurasi seperti pada gambar diatas. Menggunakan satu alur, dari mengolah, packaging lalu ke kasir melakukan transaksi dengan pembeli. Dan menu lain yang tidak menggunakan proses memasak diletakan disebelah kasir karena lebih mudah mempersiapkannya.

IV.7.3. Single Line Layout



Gambar 4. 7 Single Line Layout

Jenis layout diatas biasanya lebih mudah apabila personilnya hanya satu orang karena alur penggunaan cukup mudah. Konfigurasi tidak jauh berbeda dengan layout-layout sebelumnya. Dimulai dari mengolah jamur hingga menyerahkan pada pembeli di area kasir.

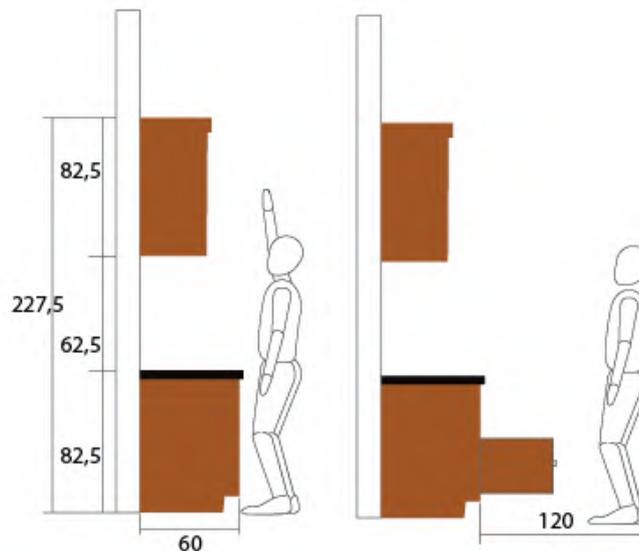
Kesimpulan:

Apapun bentuk konfigurasi dari workspace yang ada, tetap harus disesuaikan dengan luasan ruang yang akan digunakan. Apabila luasan ruang tidak memadai, bentuk dapur yang sesuai pun dirasa akan kurang optimal. Tetapi, dari ketiga jenis konfigurasi seperti diatas, yang dirasa paling cocok untuk menjadi acuan dan apabila disesuaikan dengan bentuk dasar dari jamur adalah Layout U.

IV.8. Studi Ergonomi

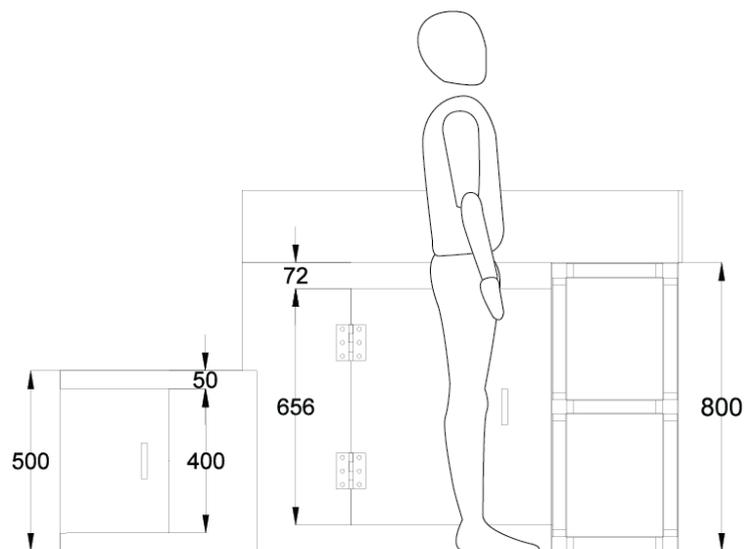
IV.8.1. Analisa Dimensi *Workspace Kitchen Set*

Studi dimensi ini bertujuan untuk mengetahui kebutuhan yang didapat dari analisa aktivitas, sehingga didapatkan acuan untuk workspace saat bekerja dan storage yang akan digunakan.



Gambar 4. 8 Anthropometri tinggi storage tampak samping
(sumber: dokumen pribadi, acuan dari <http://pramestyap.blogspot.com/2014/06/standar-ergonomi-untuk-sebuahkitchen.html>)

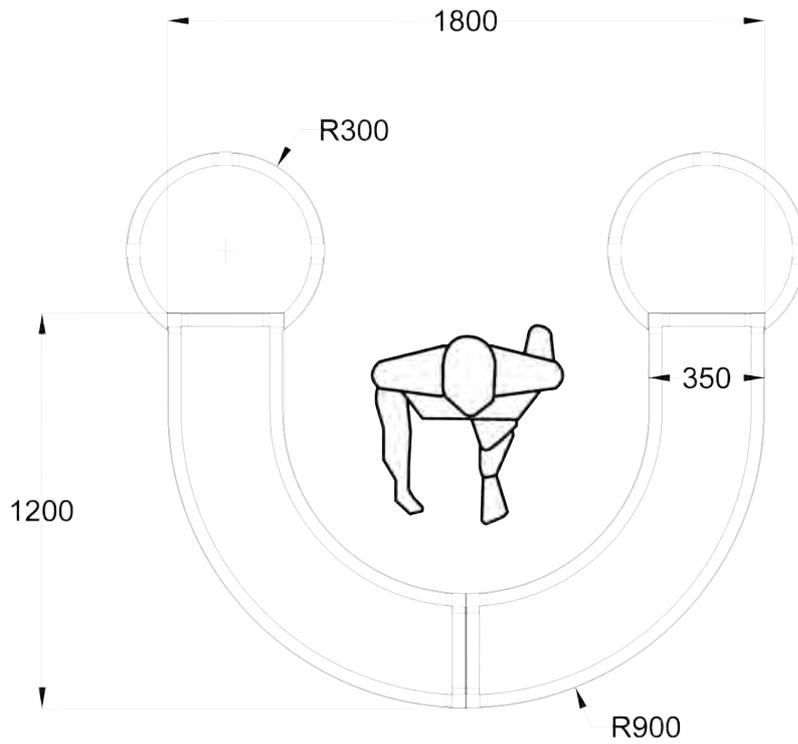
Pengaplikasian pada desain storage:



Gambar 4. 9 Analisa Ergonomi pada desain Storage
(sumber: Dokumentasi Pribadi)

Tabel 4. 4 Anthopometri yang digunakan

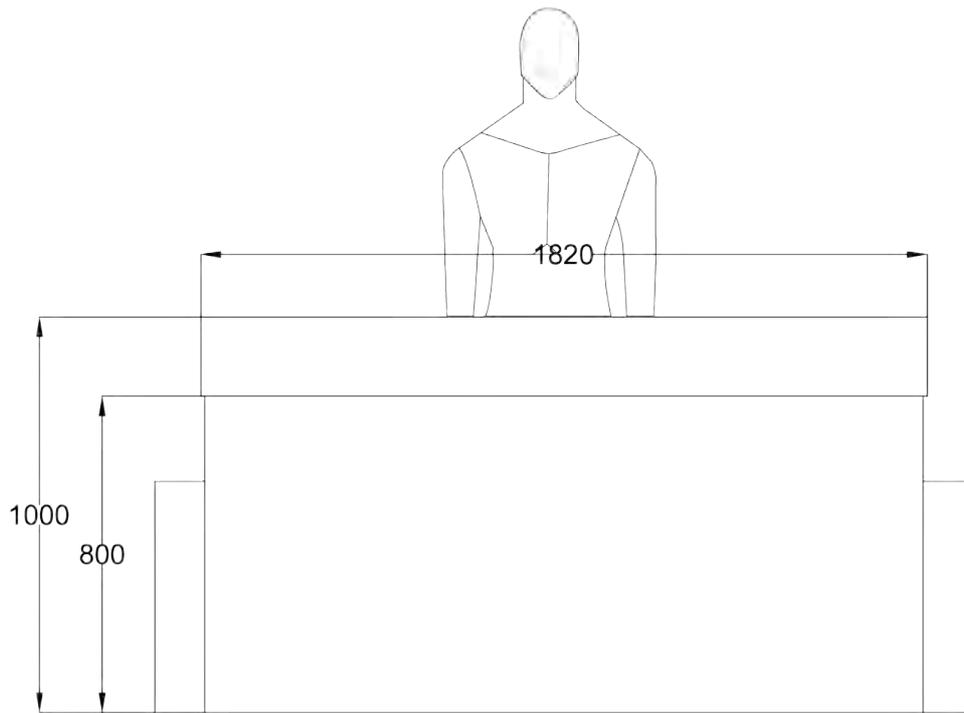
Area Kerja	Rekomendasi (mm)
Tinggi Meja Workspace	800 mm
Tinggi Pintu Storage Besar	656 mm
Tinggi Storage Kecil	500 mm
Tinggi Pintu Storage Kecil	400 mm



Gambar 4. 10 Analisa Ergonomi pada desain Storage

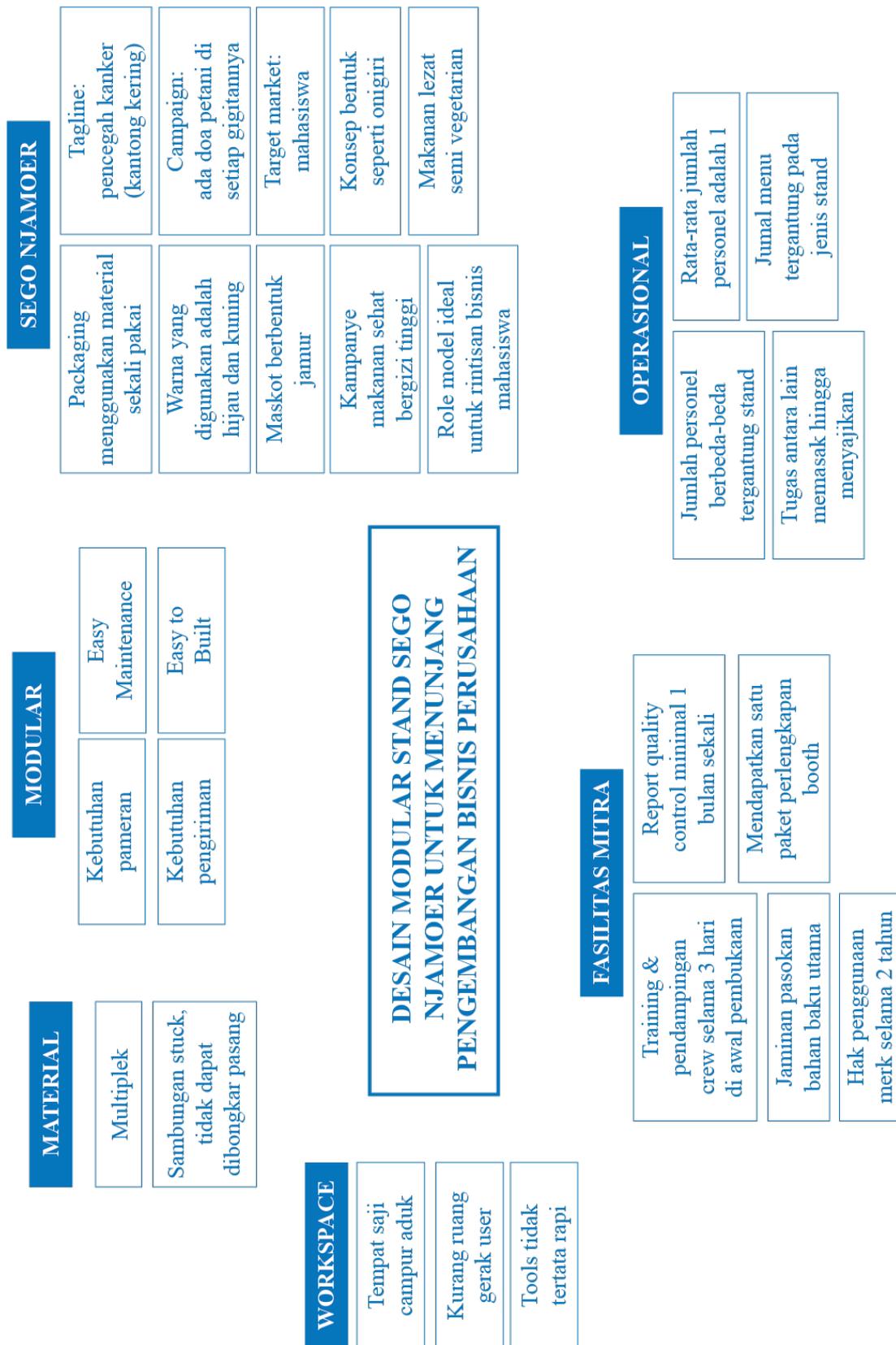
Tabel 4. 5 Analisa Ergonomi pada Storage Tampak Atas

Area Kerja	Rekomendasi
Lebar Workspace tampak atas	1200 mm
Panjang Workspace tampak atas	1800 mm
R Storage kecil	300 mm



Gambar 4. 11 Analisa Ergonomi pada Storage Tampak Depan

IV.9. Affinity Diagram



Gambar 4. 12 Affinity Diagram

Keterangan:

Isu-isu yang ada dilapangan berdasarkan pada pengumpulan data yang sudah dilakukan ada pada affinity diagram diatas dan dikelompokan berdasarkan keyword-keyword antara lain, branding, workspace, kebutuhan akan modular, material, operasional, fasilitas mitra.

Dari affinity diagram diatas dapat diambil beberapa kesimpulan tentang apa kebutuhan dari waralaba yang bersangkutan, seperti contoh yang bersangkutan membutuhkan stand modular agar memudahkan pengiriman keluar kota.

IV.10. Analisa Material

Analisa material terdiri atas pemilihan material. Material yang dibutuhkan adalah material yang ringan, kuat, kemudahan didapat dipasaran serta kemudahan perawatan.

Tabel 4. 6 Analisa Material

No.	Material	Deskripsi
1.		<p>Plywood adalah kayu olahan kayu yang memiliki ukuran yang besar dibanding kayu solid. Kayu jenis ini memiliki daya tahan yang baik dari penyusutan kayu. Tetapi kayu ini tetap memiliki kekurangan, yaitu hanya diciptakan untuk bahan dasar furniture indoor.</p>
2.		<p>Plastik polimer ini memiliki sifat meleleh saat dipanaskan dan dapat dibentuk kembali sesuai keinginan lalu mengeras seperti bentuk semulanya. Bahan ini tergolong cukup mahal dari segi pembuatan dan lebih rumit dibandingkan dengan bahan yang lain.</p>
3.		<p>Sifat alumunium sangat lentur dan kuat membuatnya sangat cocok apabila digunakan sebagai bahan dasar sebuah stand. Selain itu alumunium memiliki ketahanan lebih lama dibandingkan yang lain walaupun harganya sedikit lebih mahal.</p>

IV.10.1. Analisa Pemilihan Material

Tabel 4. 7 Analisa Pemilihan Material

Indikator	Koef	Plywood	Polimer	Aluminium
Kuat, tahan lama	0,2	3(0,6)	4(0,8)	5(1)
Ringan	0,2	3(0,6)	5(1)	4(0,8)
Harga Murah	0,1	4(0,4)	2(0,2)	3(0,3)
Kemudahan didapat	0,2	5(1)	3(0,6)	4(0,8)
Perawatan	0,2	3(0,6)	4(0,8)	4(0,8)
Minim bahan kimia	0,1	5(0,5)	2(0,2)	5(0,5)
Jumlah		3,7	3,6	4,2

Skala 1-5, semakin besar skala semakin mendekati indicator yang dibutuhkan.

Kesimpulannya adalah berdasarkan table diatas yang paling mendekati untuk dijadikan bahan dasar pembuatan stand adalah bahan Alumunium. Dilihat dari segi ketahanan dan kekuatannya serta minim penggunaan bahan kimia mendapati nilai tertinggi, yaitu 5. Sedangkan keunggulan lainnya adalah ringan, kemudahan didapat dipasaran dan kemudahan perawatan mendapat nilai 4. Namun nilai terendah dari alumunium pada indikator harga, karena mengingat harga material alumunium cukup mahal.

IV.11. Analisa Bentuk

Analisa bentuk dibutuhkan untuk mencari bentukan yang sesuai dengan ciri khas brand yaitu Sego Njamoer. Brand Sego Njamoer identik dengan tanaman jamur. Jamur yang digunakan sendiri adalah jenis jamur tiram. Sehingga konsep yang akan saya pakai adalah biomimikri dari jamur tiram.



Gambar 4. 13 Jamur Tiram
(sumber: <http://oemahjamur.blogspot.co.id>)

IV.12. Analisa Biaya Produksi

Perhitungan material dan asesori pada tabel dibawah ini adalah perhitungan bahan sementara apabila memproduksi 1 set workspace berjualan Sego Njamoer.

Tabel 4. 8 Biaya Material dan Asesori Storage

No.	Material	Ukuran	Jumlah	Harga	Harga Total
1.	Plat Aluminium (1,5mm)	1200mm x 2400mm	6 lbr	606.000	3.636.000
2.	Plat Aluminium (3mm)	1200mm x 2400mm	2 lbr	1.240.000	2.480.000
3.	Besi Hollow	40mm x 40mm x 0.8mm	20 buah	74.000	1.480.000
4.	Engsel Dirak	75mm x 50mm	12 buah	15.000/biji	180.000
5.	Handle Pintu	100mm x 16mm	4 buah	19.000/biji	76.000
6.	Mur Baut	-	2 box	8000/box	16.000
TOTAL					Rp 7.868.000

IV.13. Analisa Ekonomi

Analisa ekonomi menggunakan model canvas (BMC) untuk menganalisa pihak-pihak yang terlibat dari proses pembuatan hingga kepada pembeli.

1. *Market*

Pasar yang dituju adalah pemilik waralaba Sego Njamoer sebagai studi kasus yang memiliki kesulitan saat pengiriman stand keluar kota guna mengembangkan bisnis.

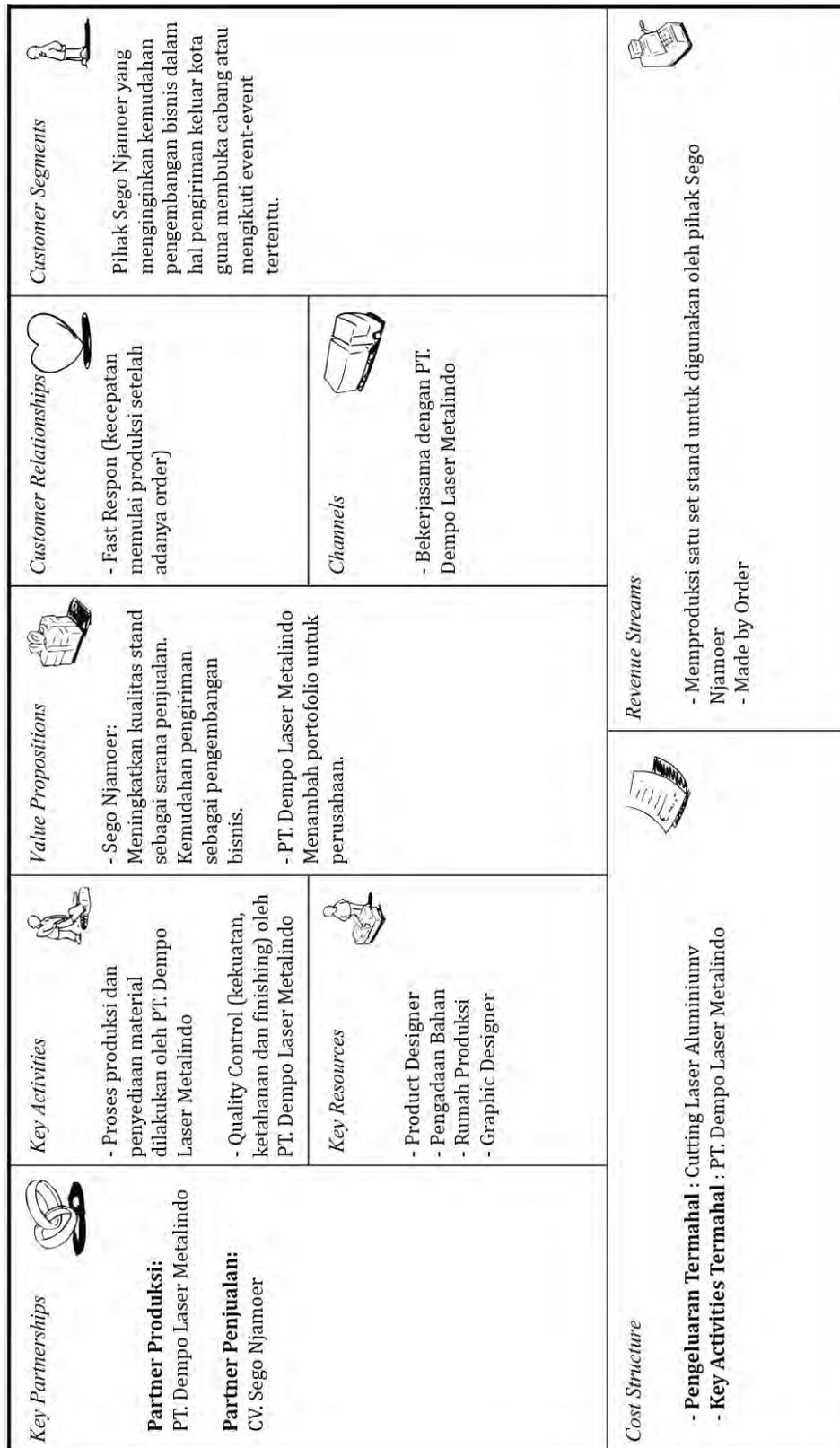
2. *Strategy*

Strategi yang dilakukan adalah dengan cara membuat beberapa unit untuk digunakan pada cabang dengan kepemilikan dari Sego Njamoer sendiri dan mengikuti event-event agar para calon pembeli waralaba tertarik.

3. *Planning*

Rencana terdekat adalah mengikuti event-event sebanyak-banyaknya untuk pengembangan bisnis.

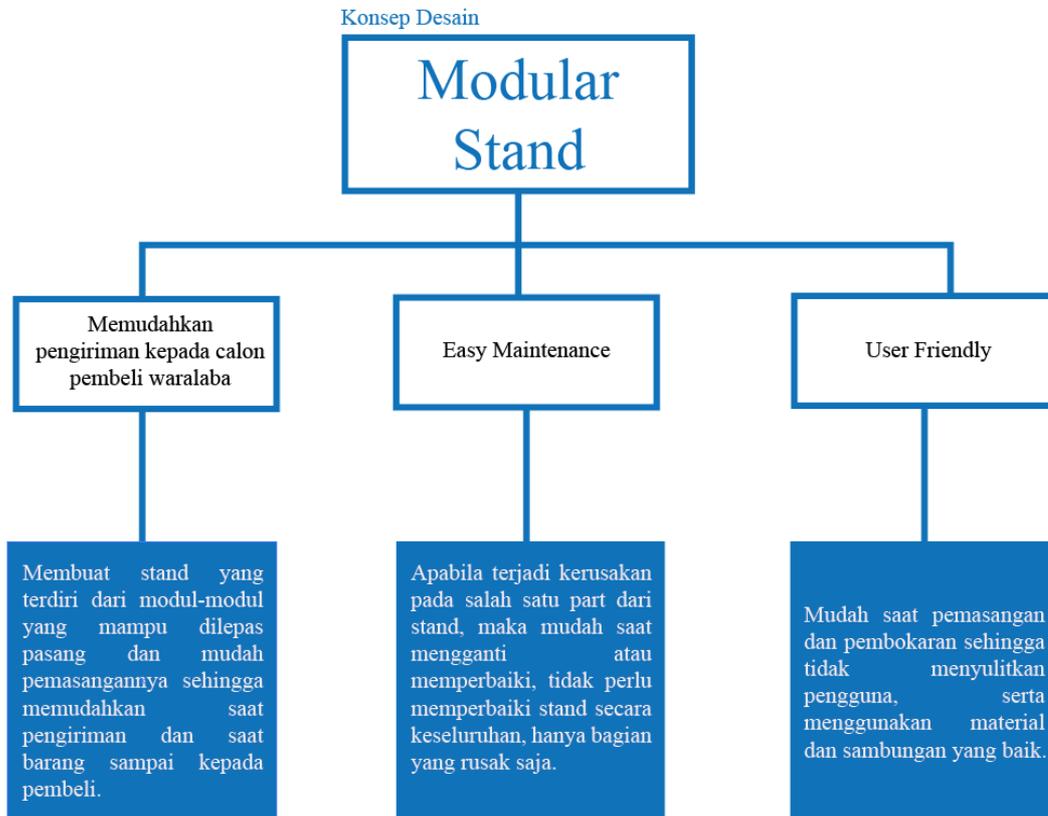
4. Business Model Canvas



Gambar 4. 14 Business Model Canvas (sumber: data pribadi)

IV.14. Konsep Desain

Konsep desain didapatkan berdasarkan hasil studi dan analisa pada bahasan-bahasan sebelumnya. Maka konsep desain dari Desain Modular Stand untuk Standarisasi dan Pengembangan Branding Waralaba Makanan “*Sego Njamoer*” adalah:



Gambar 4. 15 Konsep Desain

Keterangan:

Konsep desain dalam perancangan stand “*Sego Njamoer*” ini adalah Modular. Modular yang dimaksud adalah penulis membuat desain yang terdiri dari modul-modul yang mampu dilepas dan dipasang untuk mempermudah pengiriman barang keluar kota ataupun kelain wilayah agar menjaga kualitas dari barang itu sendiri. Jika menggunakan konsep ini, kemungkinan terjadi kerusakan pada saat pengiriman mampu diminimalisir karena pemasangan dilakukan langsung ditempat pembeli. Selain itu konsep modular juga menguntungkan pengguna stand, apabila kotor mudah untuk dibersihkan dan apabila terjadi kerusakan tidak perlu mengganti secara keseluruhan, hanya part yang mengalami kerusakan saja yang perlu diganti.

IV.12.1. Konsep Produk

1. Modular Stand

Yang dimaksud dengan modular stand yaitu stand atau booth yang terdiri dari modul-modul yang dapat dilepas dan dipasang sesuai dengan kebutuhan. Adalah modular konsep guna memberi kemudahan kepada pemilik dan penerima stand waralaba pada saat pengiriman dan pemasangan di tempat tujuan. Hal ini juga berlaku disaat mengunjungi event kuliner tertentu yang akhir-akhir ini sedang marak dikalangan masyarakat.

2. Easy Maintenance

Yang dimaksud dengan easy maintenance adalah kemudahan mengganti sebuah part yang rusak. Karena terdiri dari beberapa modul sehingga akan mudah untuk penggantian part apabila terjadi kerusakan, tidak perlu mengganti booth secara keseluruhan, hanya part yang dibutuhkan untuk diganti saja.

3. User Friendly

Yang dimaksud dengan user friendly adalah kemudahan saat bongkar pasang, sehingga memudahkan pengguna. Menggunakan material dan sambungan yang bagus.

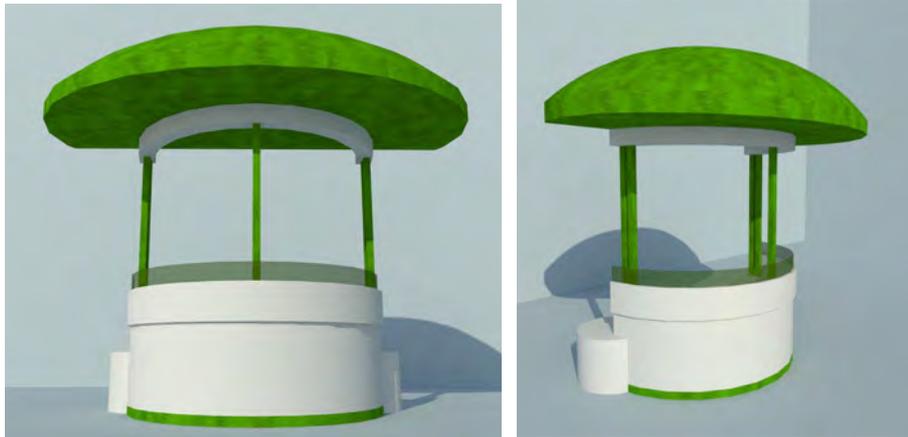
(halaman ini sengaja di kosongkan)

BAB V

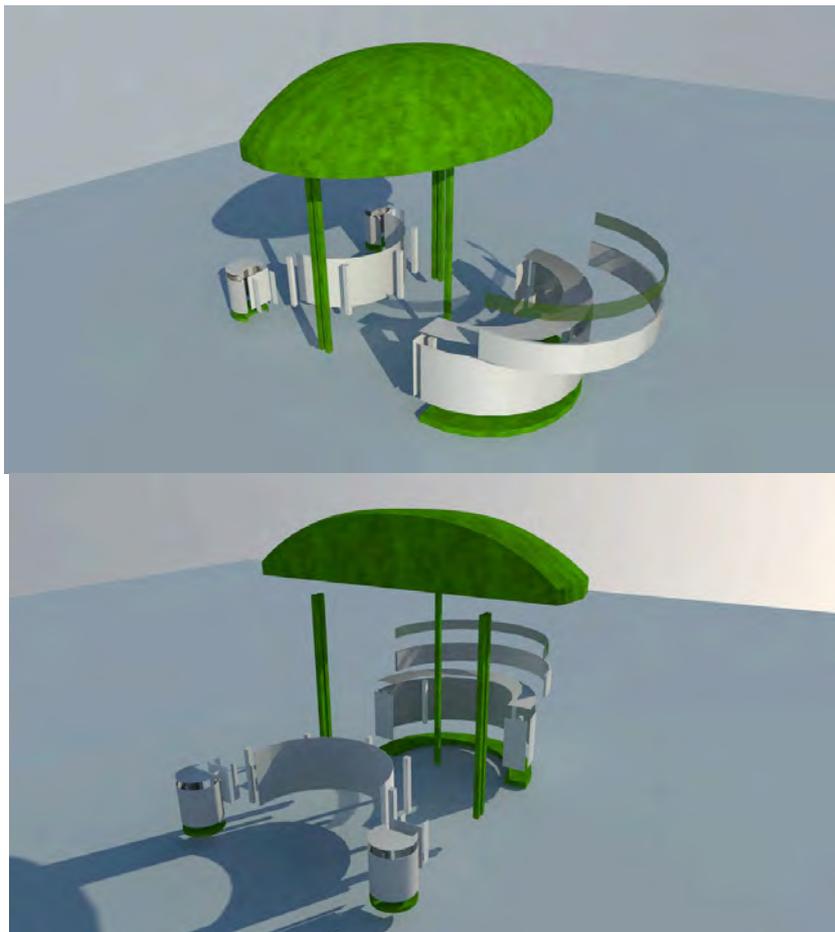
FINAL DESAIN

V.1. Alternatif Desain

V.1.1. Alternatif 1

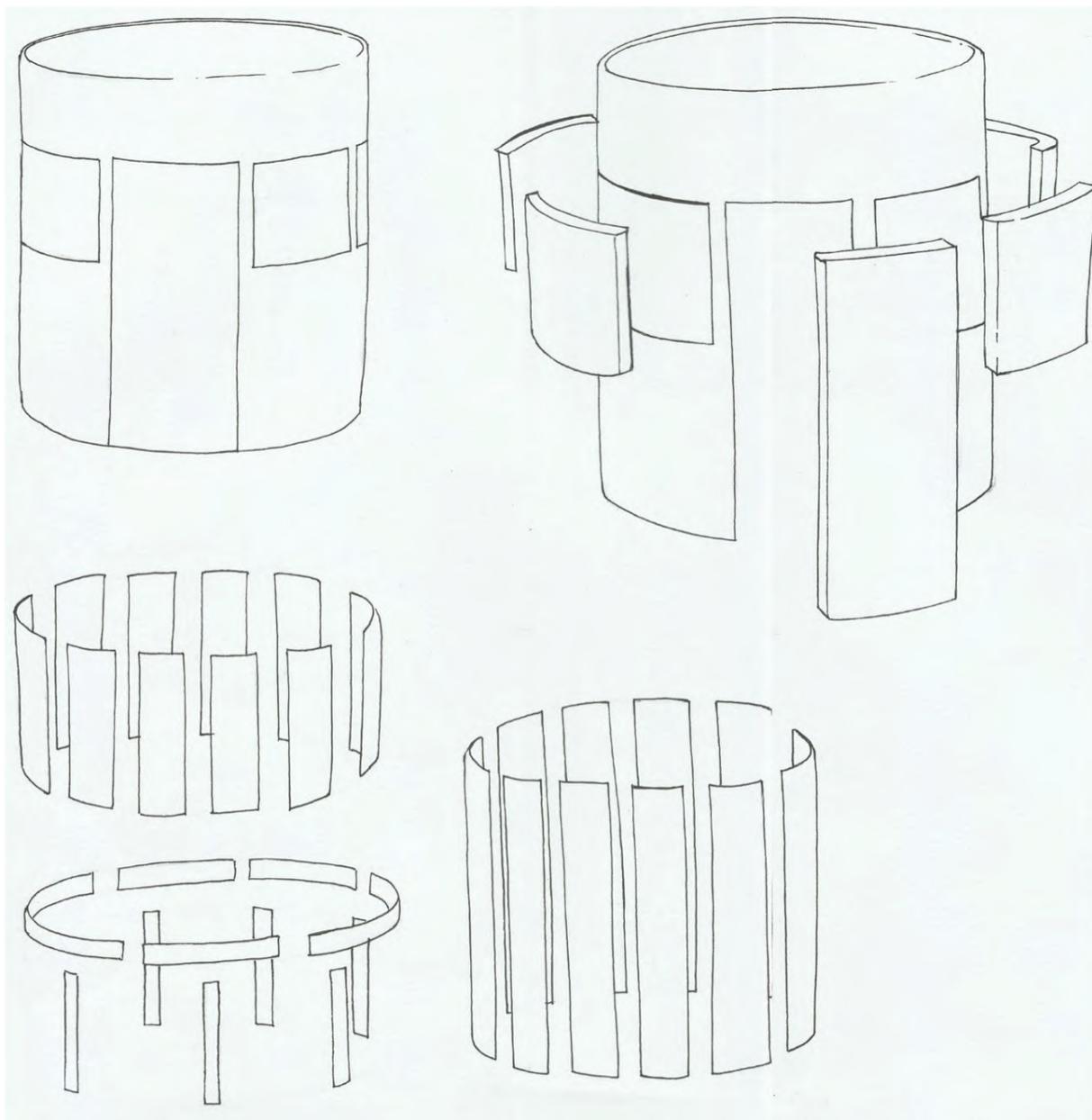


Gambar 5. 1 Alternatif 1

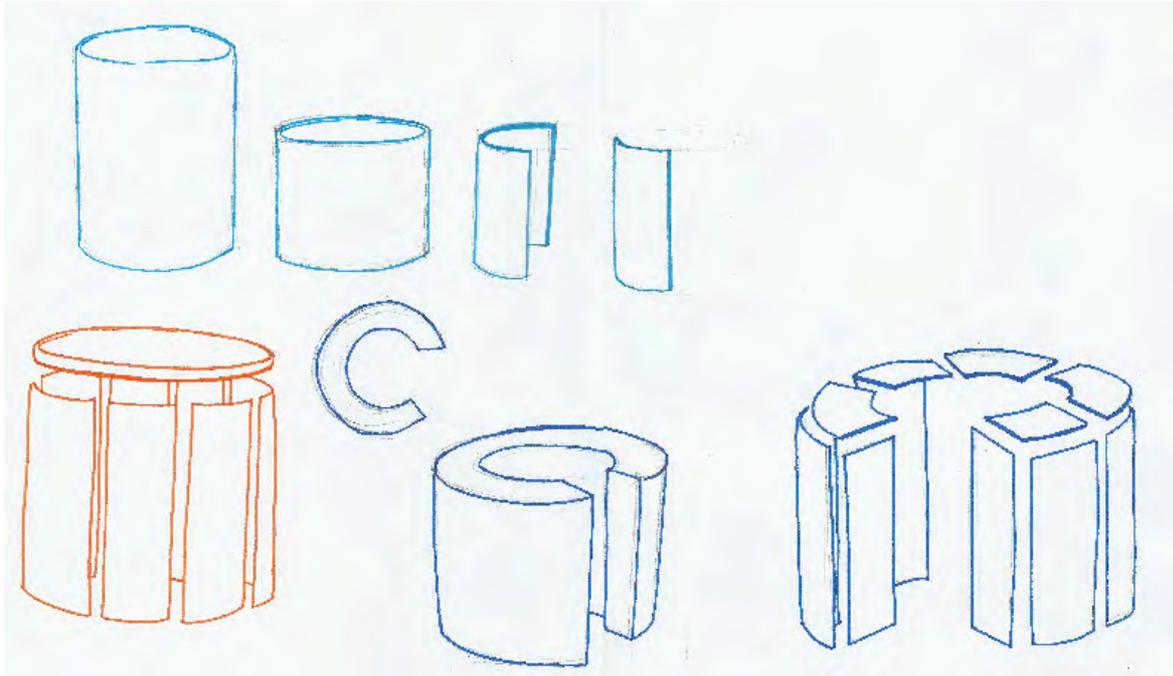


Gambar 5. 2 Urai Alternatif 1

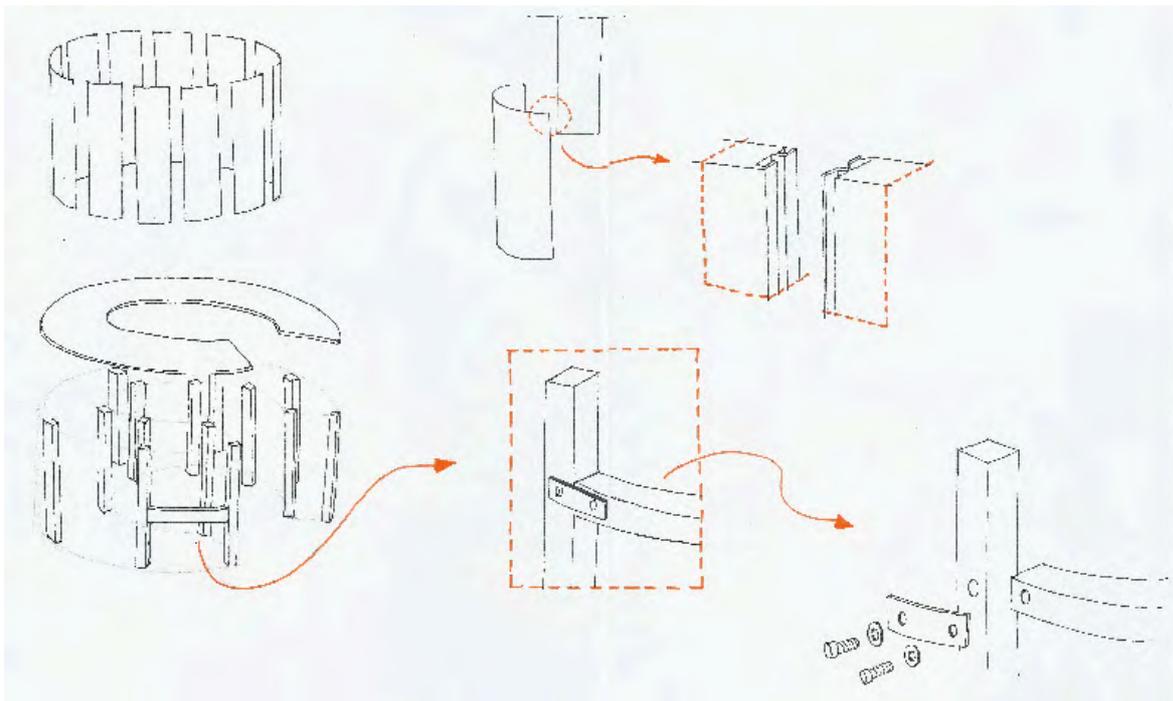
V.1.1.1. Modul-Modul Alternatif 1



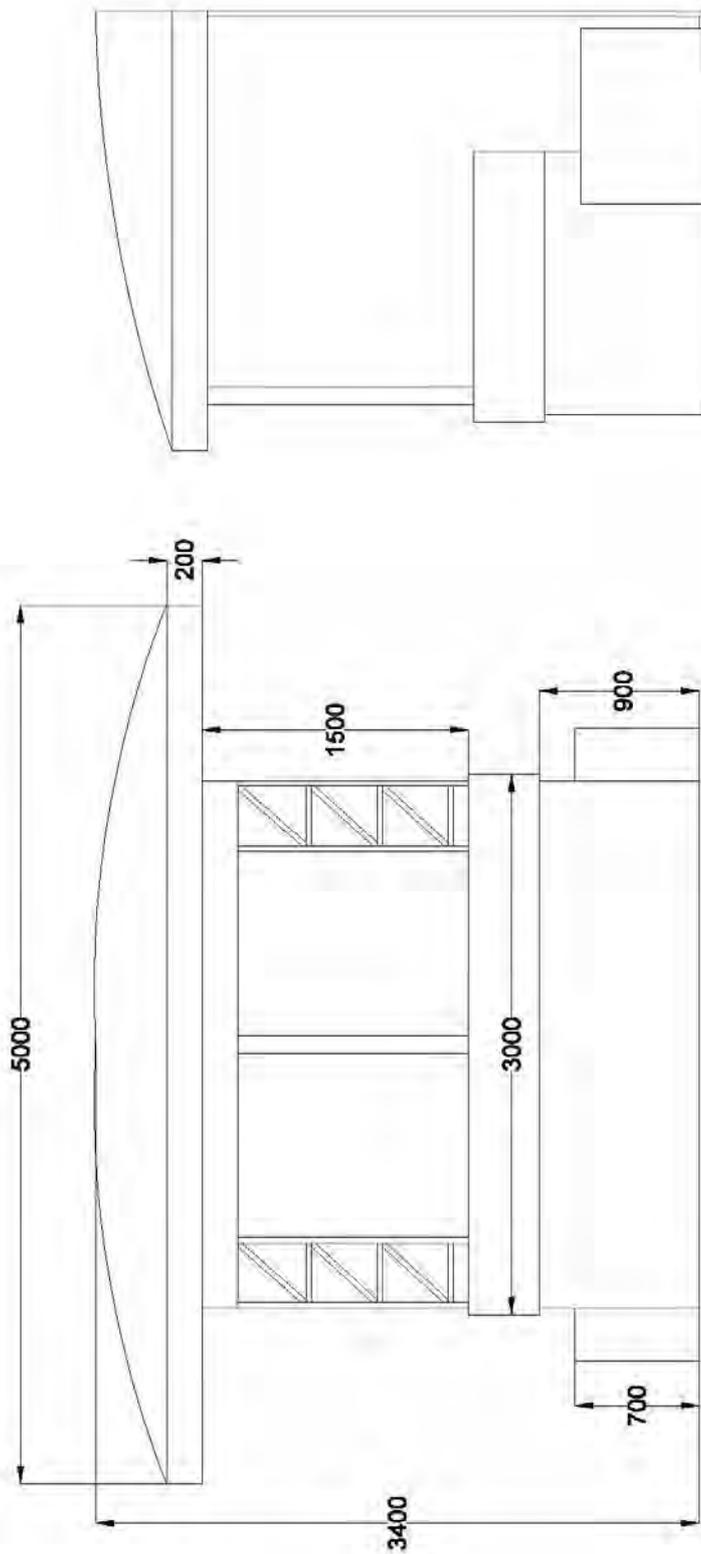
Gambar 5. 3 Modul Alternatif 1



Gambar 5. 4 Modul Interior Alternatif 1

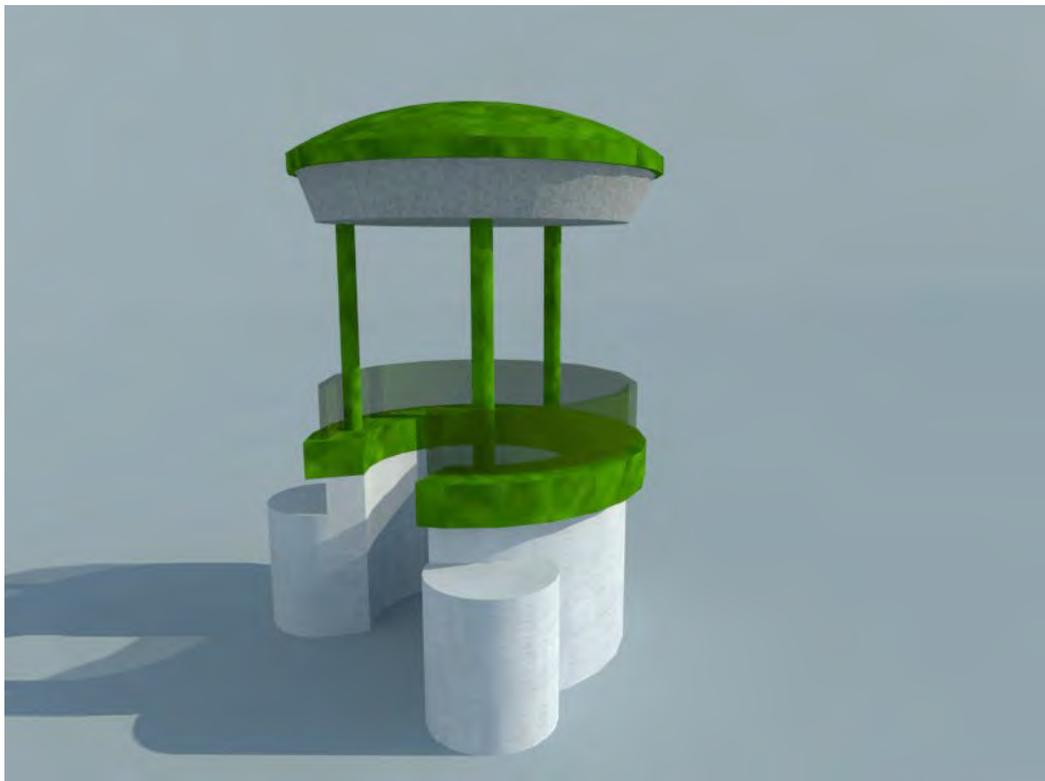
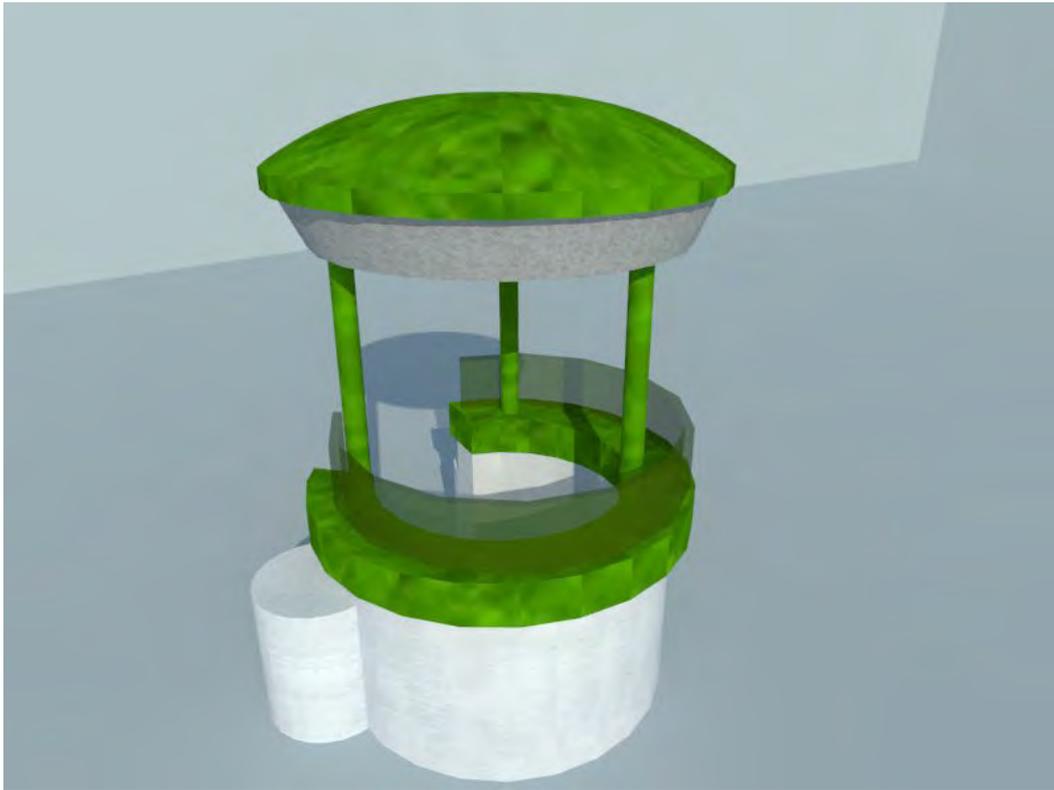


Gambar 5. 5 Modul Interior Alternatif 1



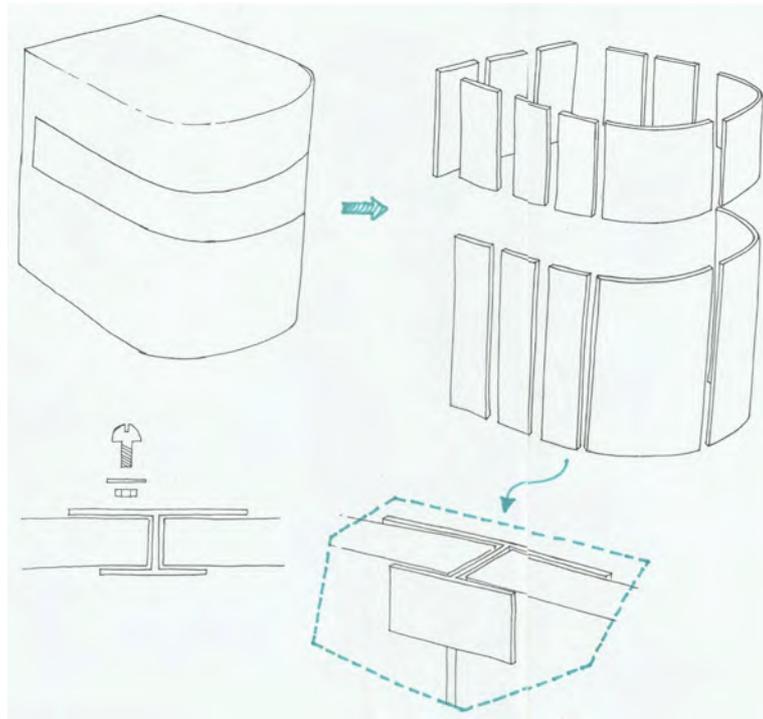
Gambar 5. 6 Gambar Teknik Alternatif 1

V.1.2. Alternatif 2

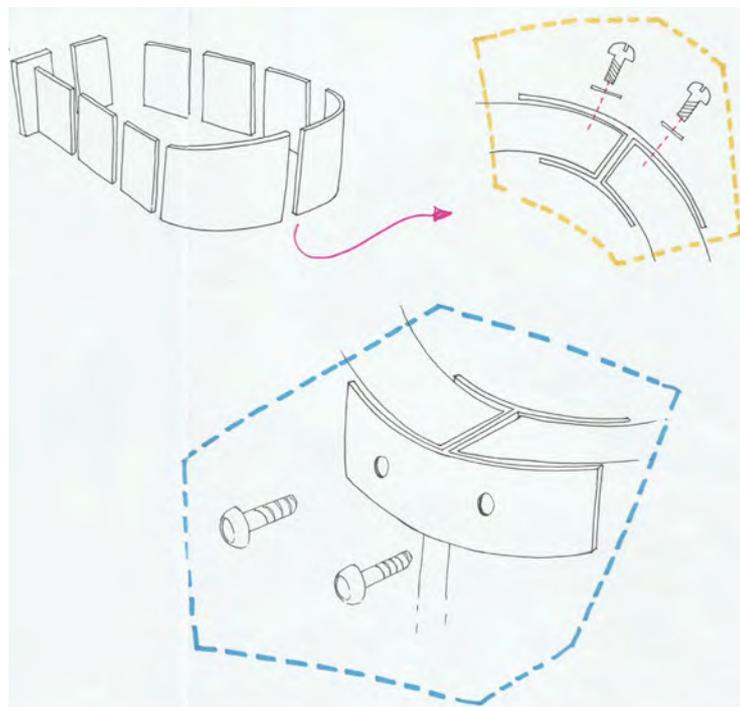


Gambar 5. 7 Alternatif 2

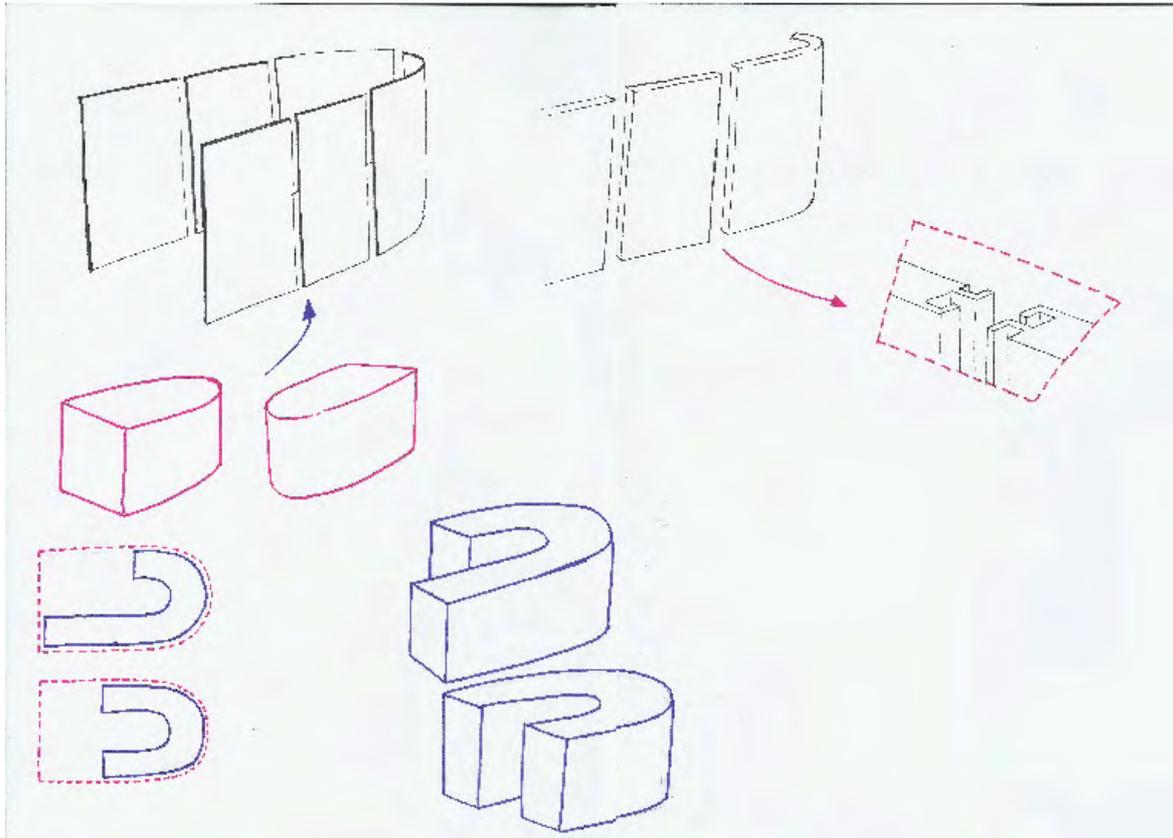
V.1.2.1. Modul-modul alternatif 2



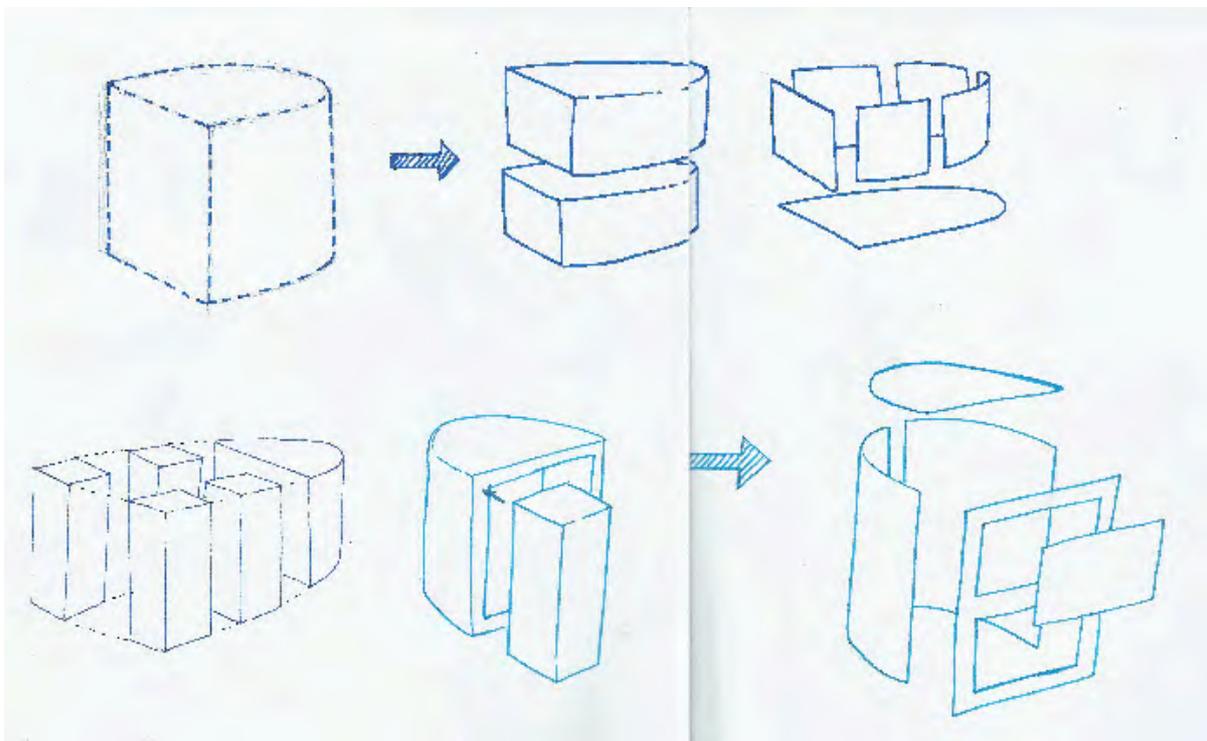
Gambar 5. 8 Modul Alternatif 2



Gambar 5. 9 Modul Alternatif 2 dan Sambungan

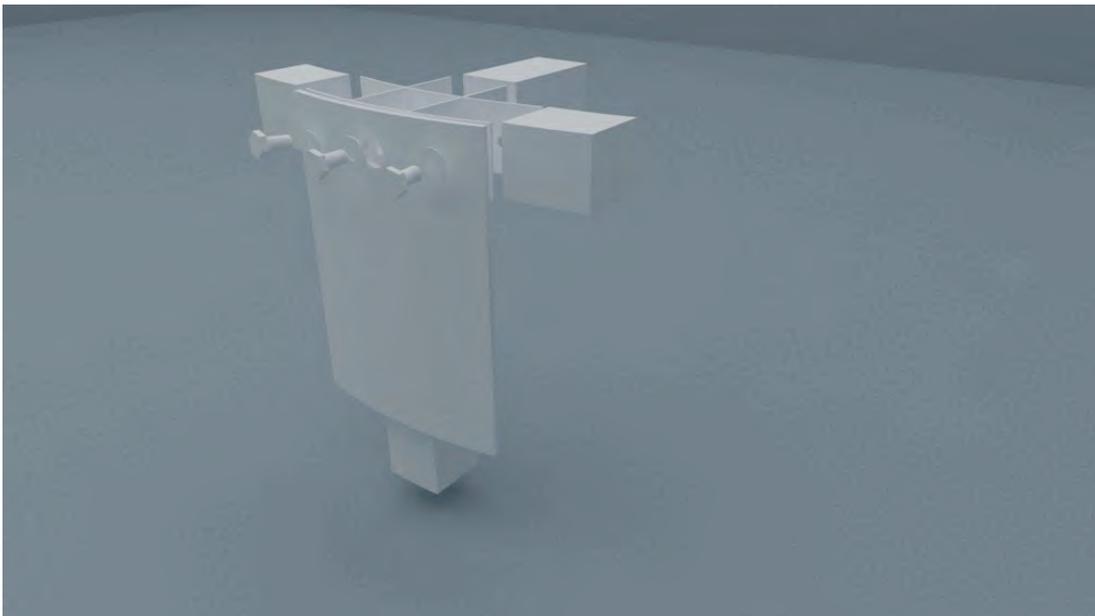
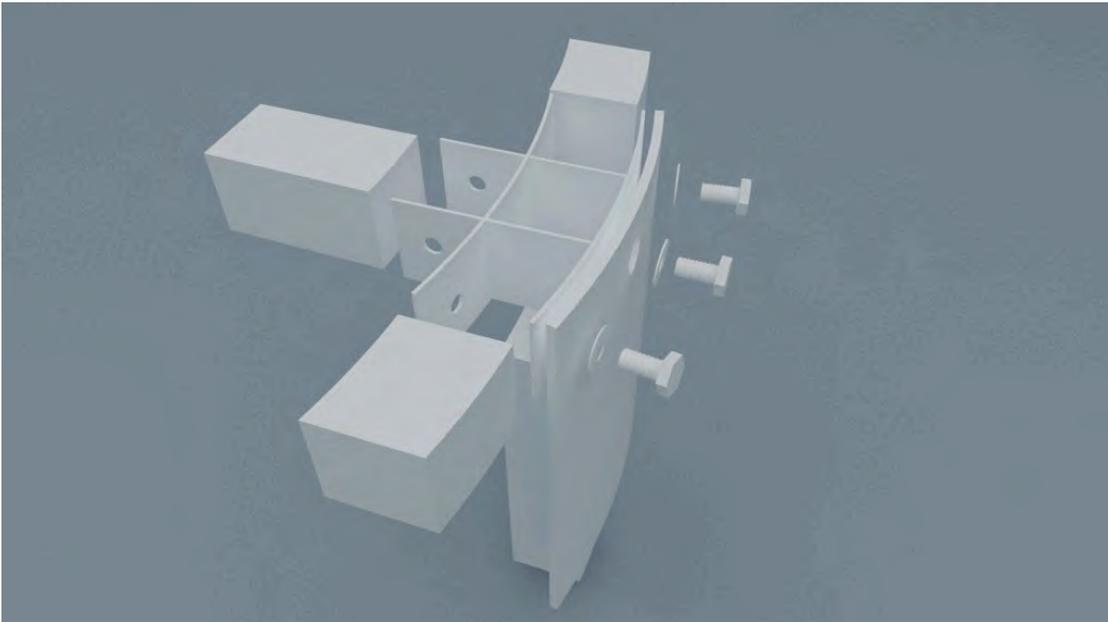


Gambar 5. 10 Modul Interior Alternatif 2



Gambar 5. 11 Modul Interior Alternatif 2

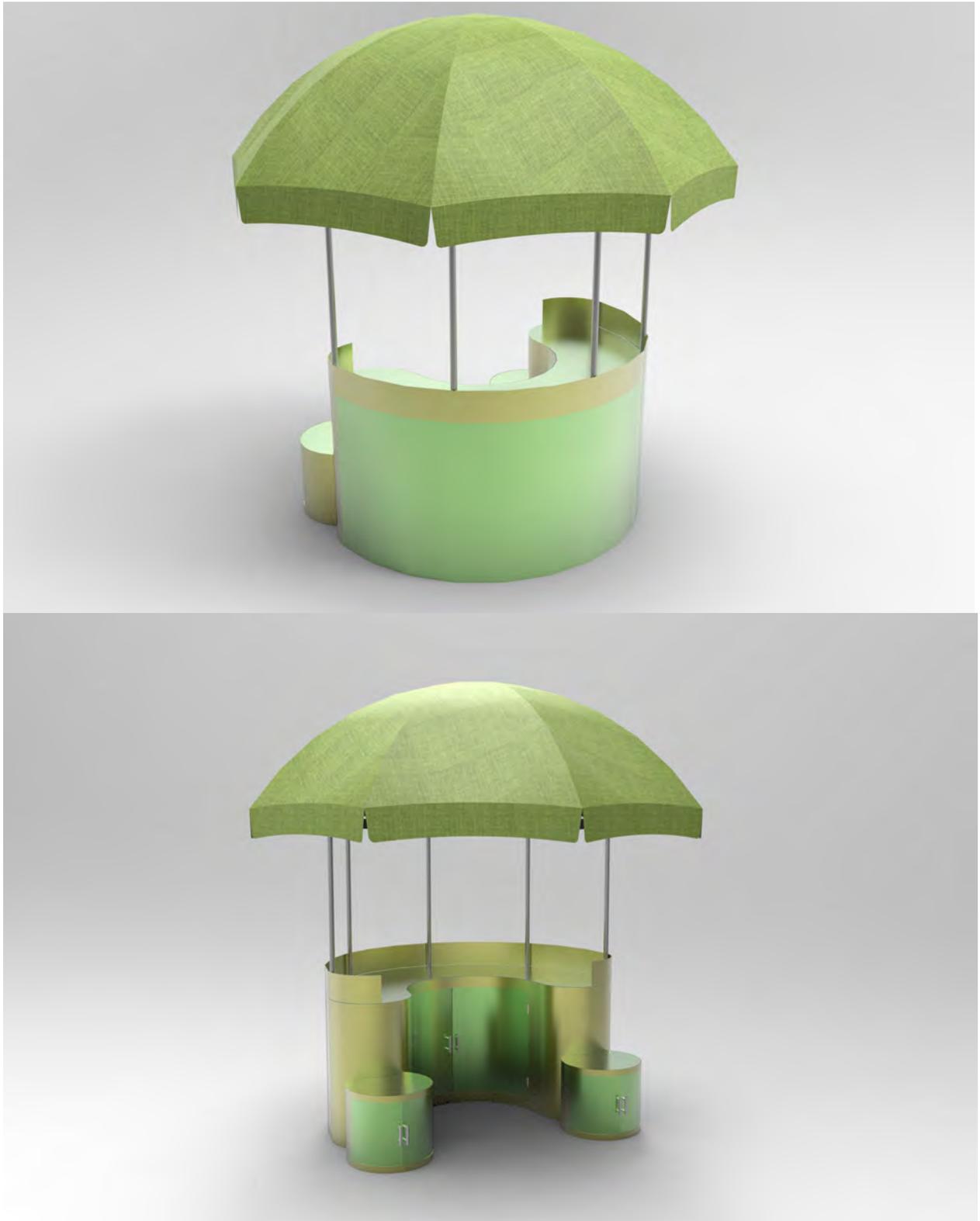
V.1.2.2 Sambungan



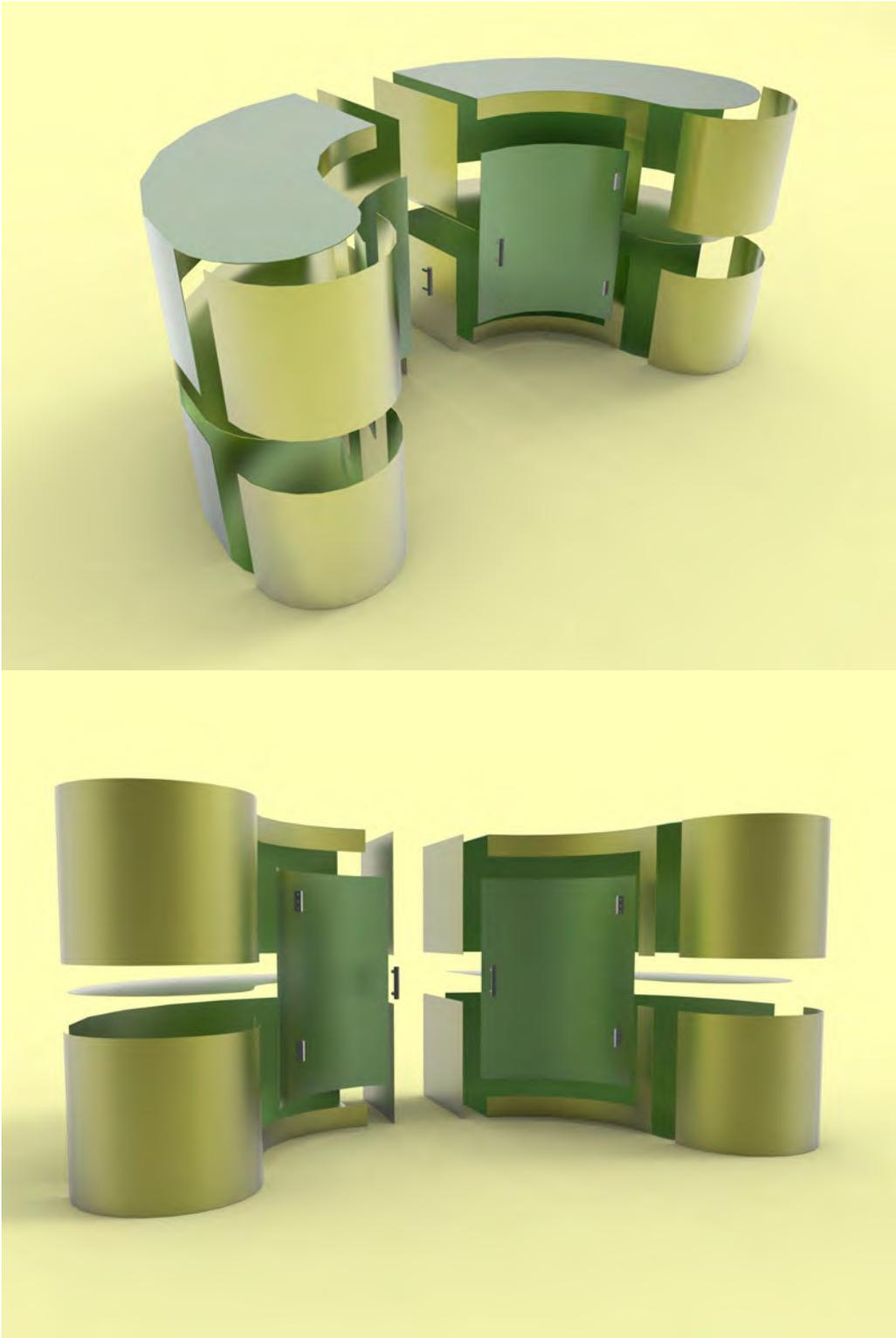
Gambar 5. 12 Alternatif Sambungan

Sambungan menggunakan lempengan yang berbentuk ruang – ruang kotak seperti pada gambar yang berukuran sama dengan rangka besi yang akan digunakan. Asosiasi penyambungannya menggunakan mur baut seperti pada gambar.

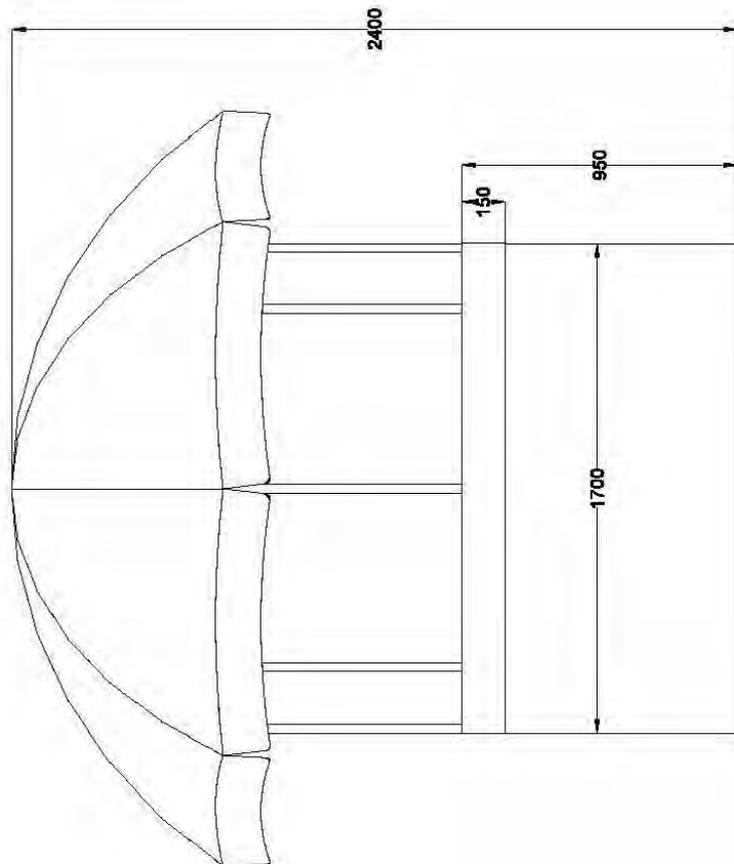
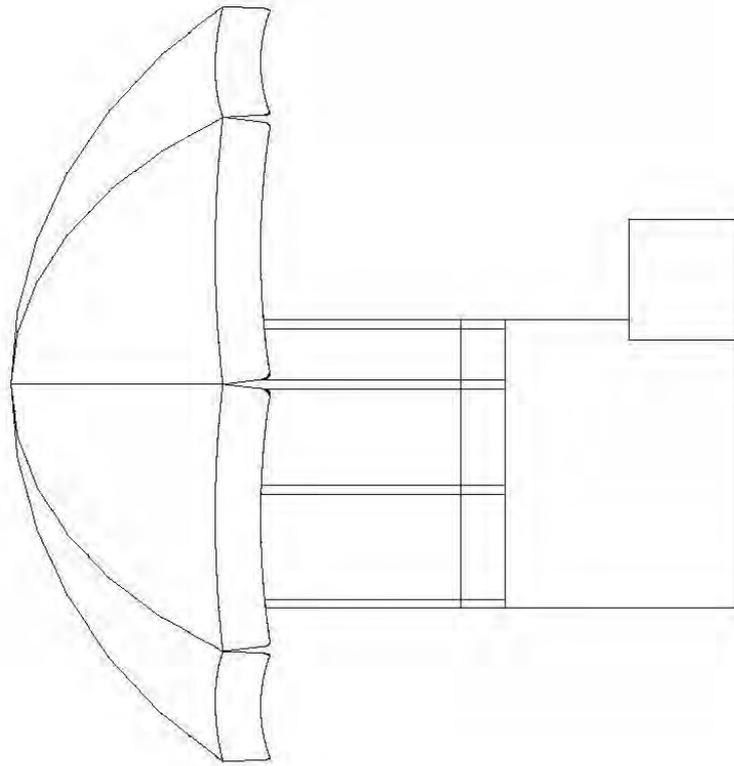
V.1.3. Alternatif Desain 3



Gambar 5. 13 Alternatif 3



Gambar 5. 14 Modul Storage Alternatif 3



Gambar 5. 15 Gambar Teknik Alternatif 3

V.2. Analisa Pemilihan Final Desain Bentuk

Untuk menentukan final desain, maka harus dilakukan *scoring* terhadap beberapa alternative diatas dengan menggunakan beberapa parameter kebutuhan, antara lain:

1. Kemudahan Pengiriman

Berpengaruh kepada kapabilitas modul untuk dibawa ke daerah-daerah yang dituju menggunakan ekspedisi lainnya.

2. Estetika Bentuk

Inovasi bentuk dari yang pernah ada sebelumnya.

3. Kemudahan Instalasi

Berpengaruh terhadap durasi pemasangan hingga menjadi bentukan yang sesuai dengan stand yang akan digunkana tanpa membutuhkan banyak peralatan.

4. Keamanan

Struktur tidak berbahaya bagi penggunaanya.

Tabel 5. 1 Perbandingan Alternatif Desain
(sumber: data pribadi)

Alternatif	Kemudahan Pengiriman	Estetika Bentuk	Kemudahan Instalasi	Keamanan	Total Skor
Koefisien	0.3	0.2	0.3	0.2	1
Alternatif 1	3	3	3	3	3
	0.9	0.6	0.9	0.6	
Alternatif 2	3	2	3	3	2.8
	0.9	0.4	0.9	0.6	
Alternatif 3	3	4	3	3	3.2
	0.9	0.8	0.9	0.6	

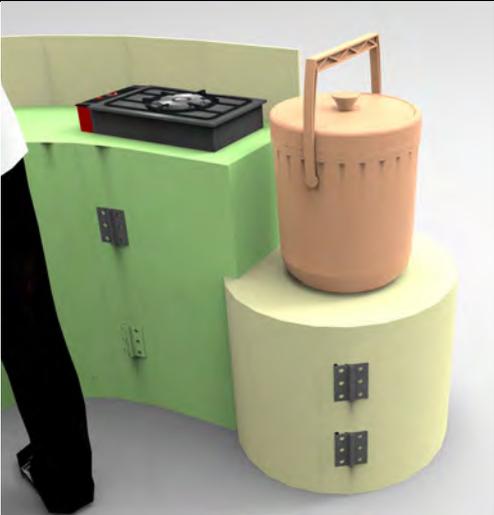
Dari perbandingan diatas, maka terpilihlah bentuk yang paling sesuai dengan alternative ke 3. Dengan tujuan untuk memudahkan pengiriman keluar kota atau ke tempat-tempat tertentu maka kemudahan pengiriman sangat penting, alternative 3 mendapat skor 4. Kemudahan Instalasi dalam arti kemudahan untuk membangun menjadi sebuah stand yang utuh, alternative 3 mendapat skor 4. Dan dari segi bentuk dan estetika yang sesuai dengan biomimikri dari bentuk dasar jamur, alternative 3 mendapat skor 5.

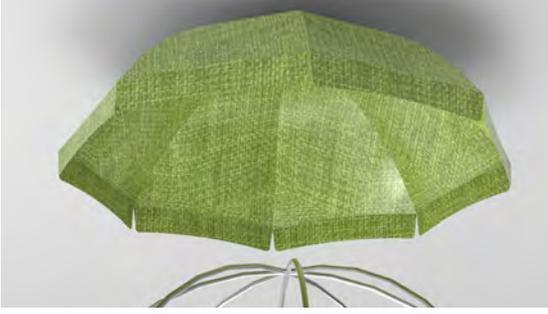
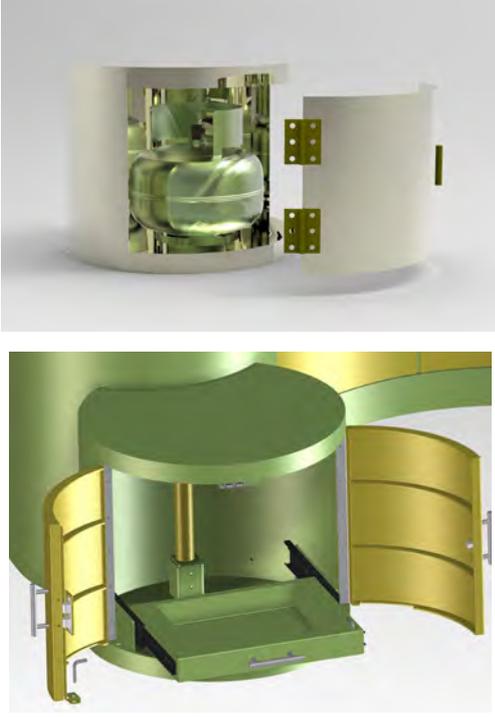
V.3. Pengembangan Desain

V.3.1. Fungsi Fitur Produk

Tabel dibawah ini memuat beberapa gambar fitur umum produk yang dimiliki oleh modular stand ini, beserta penjelasan dari kegunaan masing-masing fitur tersebut.

Tabel 5. 2 Fitur Umum Produk
(sumber: Data Penulis)

No.	Gambar	Fungsi Fitur
1.		<p>Workspace Pekerja</p> <p>Fungsi :</p> <p>Sebagai sarana bekerja bagi pegawai dari menerima pesanan, memasak hingga menyajikan kepada pelanggan. Berguna juga sebagai sarana take away bagi para pembeli.</p>
2.		<p>Storage Besar</p> <p>Fungsi :</p> <p>Sebagai penyimpanan bahan makanan atau bahan-bahan yang dibutuhkan untuk menunjang penjualan tersebut. Seperti <i>supply</i> saos dan sebagainya.</p>
3.		<p>Storage Kecil bagian Luar</p> <p>Fungsi :</p> <p>Bagian atas dari storage kecil dapat digunakan untuk meletakkan <i>rice bucket</i> yang berisi nasi putih yang sudah matang sebagai bahan dasar pembuatan Sego Njamoer tersebut.</p>

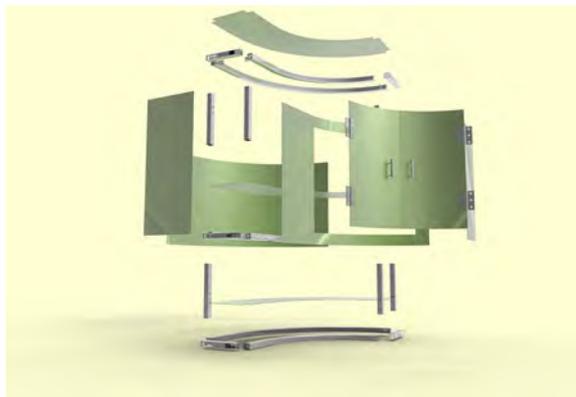
4.		<p>Bagian atap/ Payung</p> <p>Fungsi :</p> <p>Berfungsi sebagai atap pelindung dari panas dan hujan yang dibuat dengan konsep payung, sehingga mudah dalam penyimpanannya.</p>
5.		<p>Storage Kecil</p> <p>Fungsi:</p> <p>Berfungsi untuk menaruh tabung LPG sehingga tidak terlihat dari luar.</p>

V.3.2. Struktur Modul

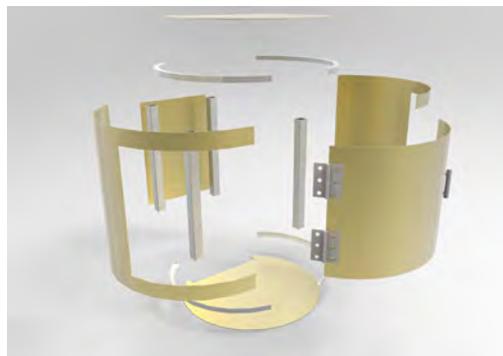
Berikut adalah struktur modul utama dan sub struktur yang ada pada stand tersebut.



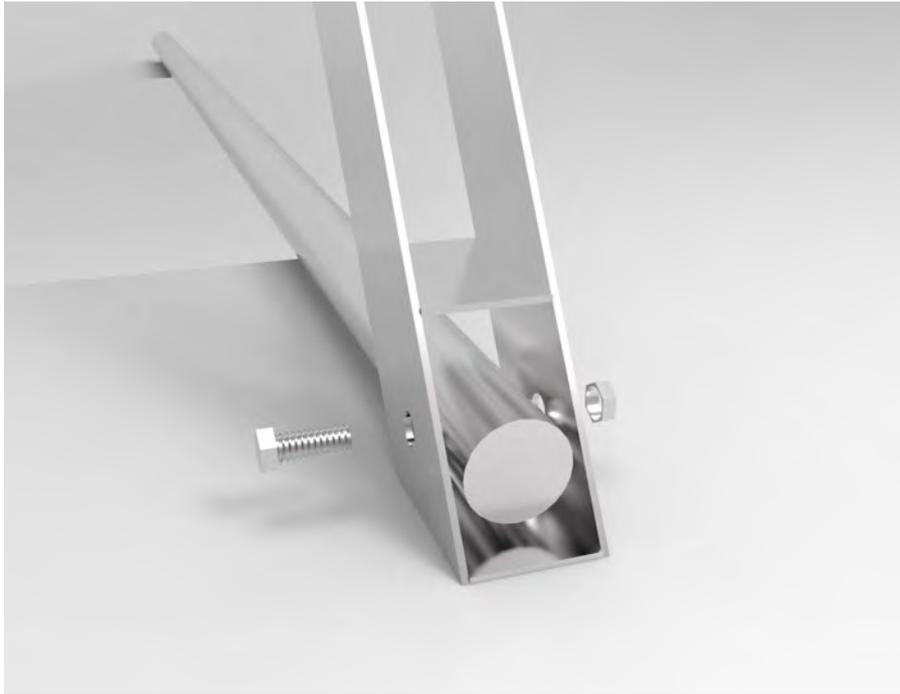
Gambar 5. 16 Struktur Modul Utama
(sumber: data penulis)



Gambar 5. 17 Sub struktur modul untuk storage besar
(sumber: data penulis)



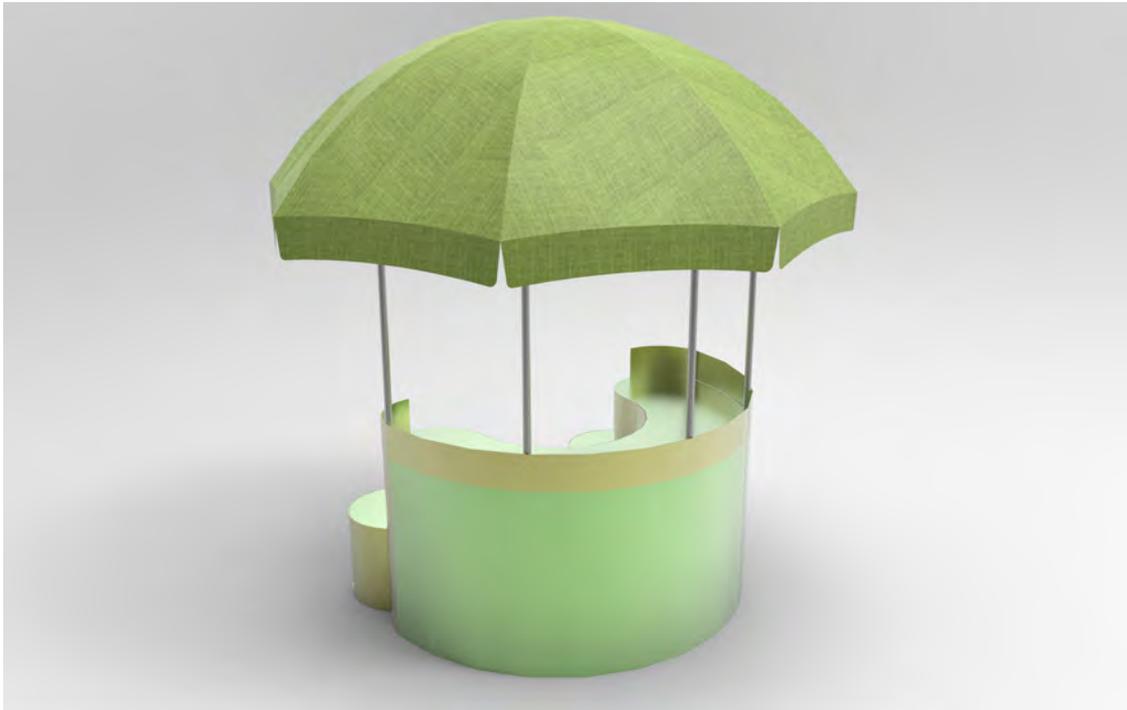
Gambar 5. 18 Sub struktur untuk storage kecil
(sumber: data penulis)



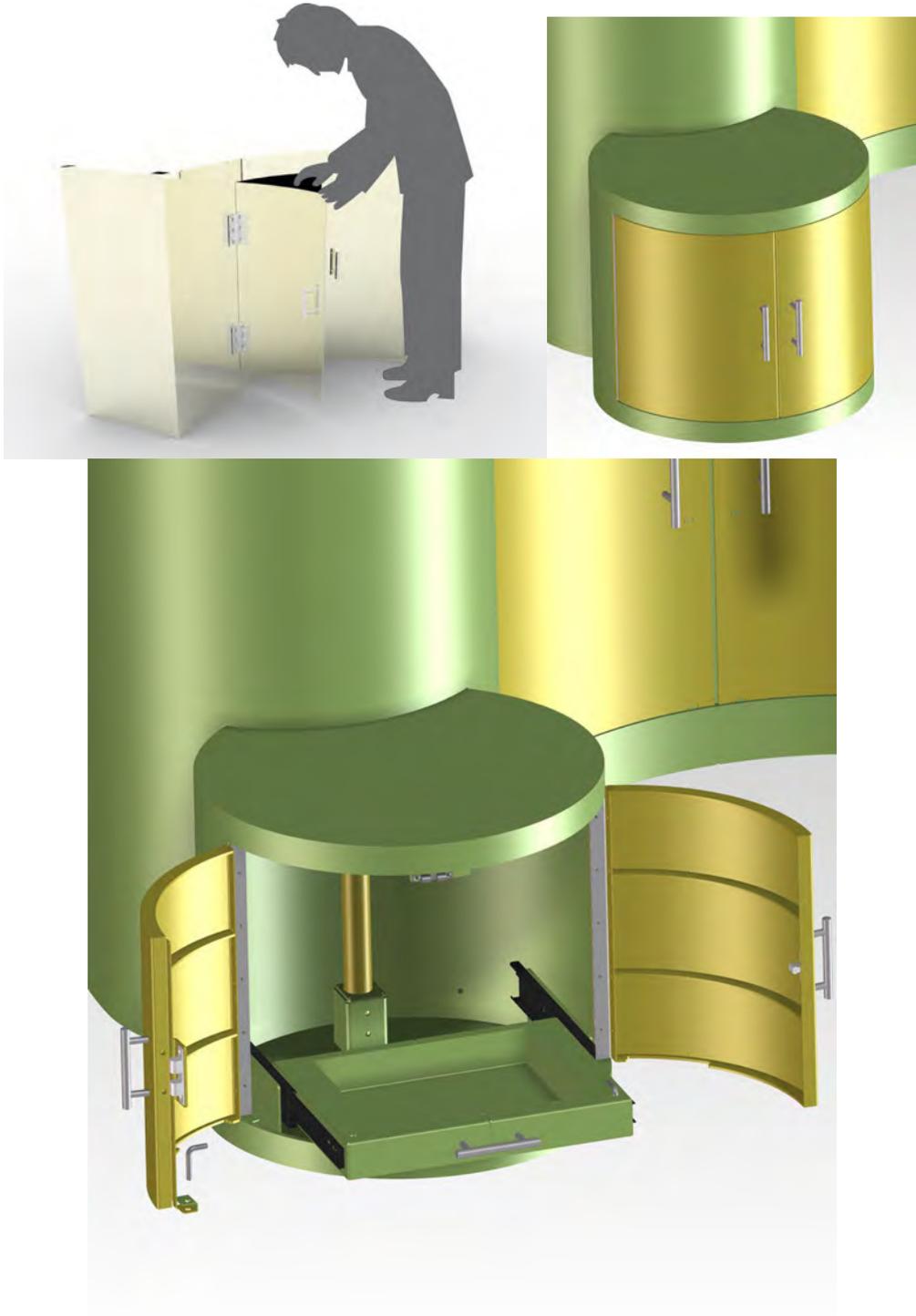
Gambar 5. 19 Sub struktur untuk storage kecil
(sumber: data penulis)

V.4. Final Desain

V.4.1. 3D Digital Modeling



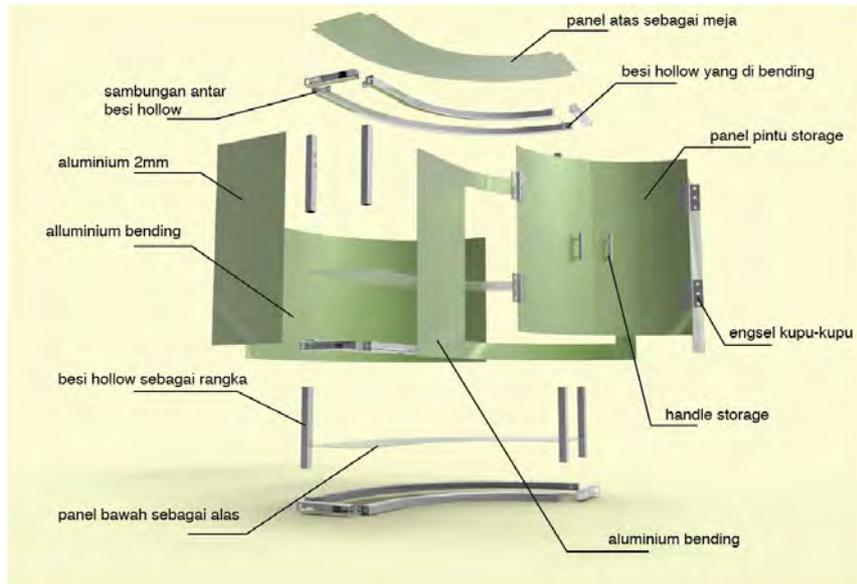
Gambar 5. 20 Sub struktur untuk storage kecil
(sumber: data penulis)



Gambar 5. 21 Sub struktur untuk storage kecil
(sumber: data penulis)

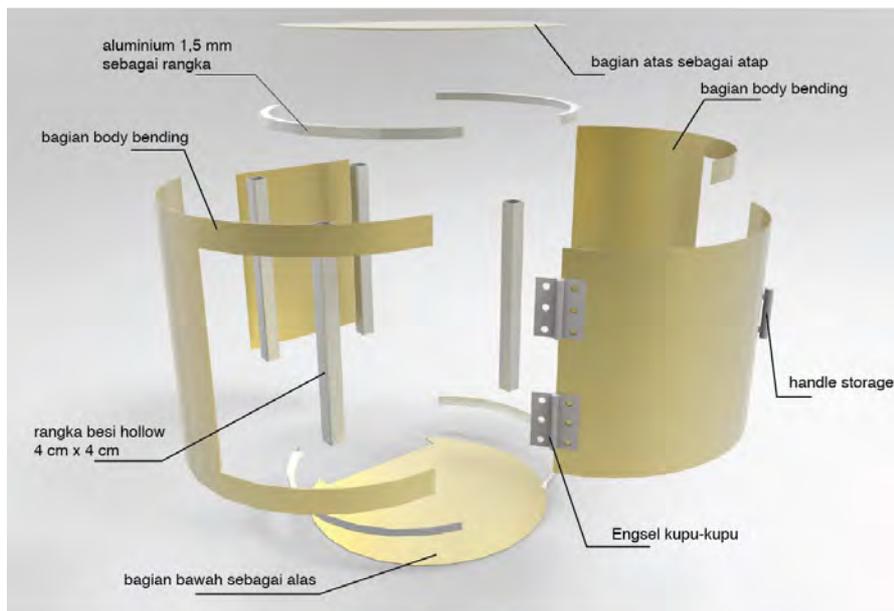
V.4.2. Komponen Modul

Komponen utama yang ada pada stand tersebut adalah storage besar dan storage kecil. Sedangkan untuk setiap modulnya mempunyai komponen yang berbeda. Berikut ini adalah komponen untuk modul storage besar:



Gambar 5. 22 Komponen modul storage besar
(sumber: data penulis)

sedangkan untuk modul storage yang kecil dengan komponen yang lebih sedikit, seperti pada gambar dibawah ini:



Gambar 5. 23 Komponen modul storage kecil
(sumber: data penulis)

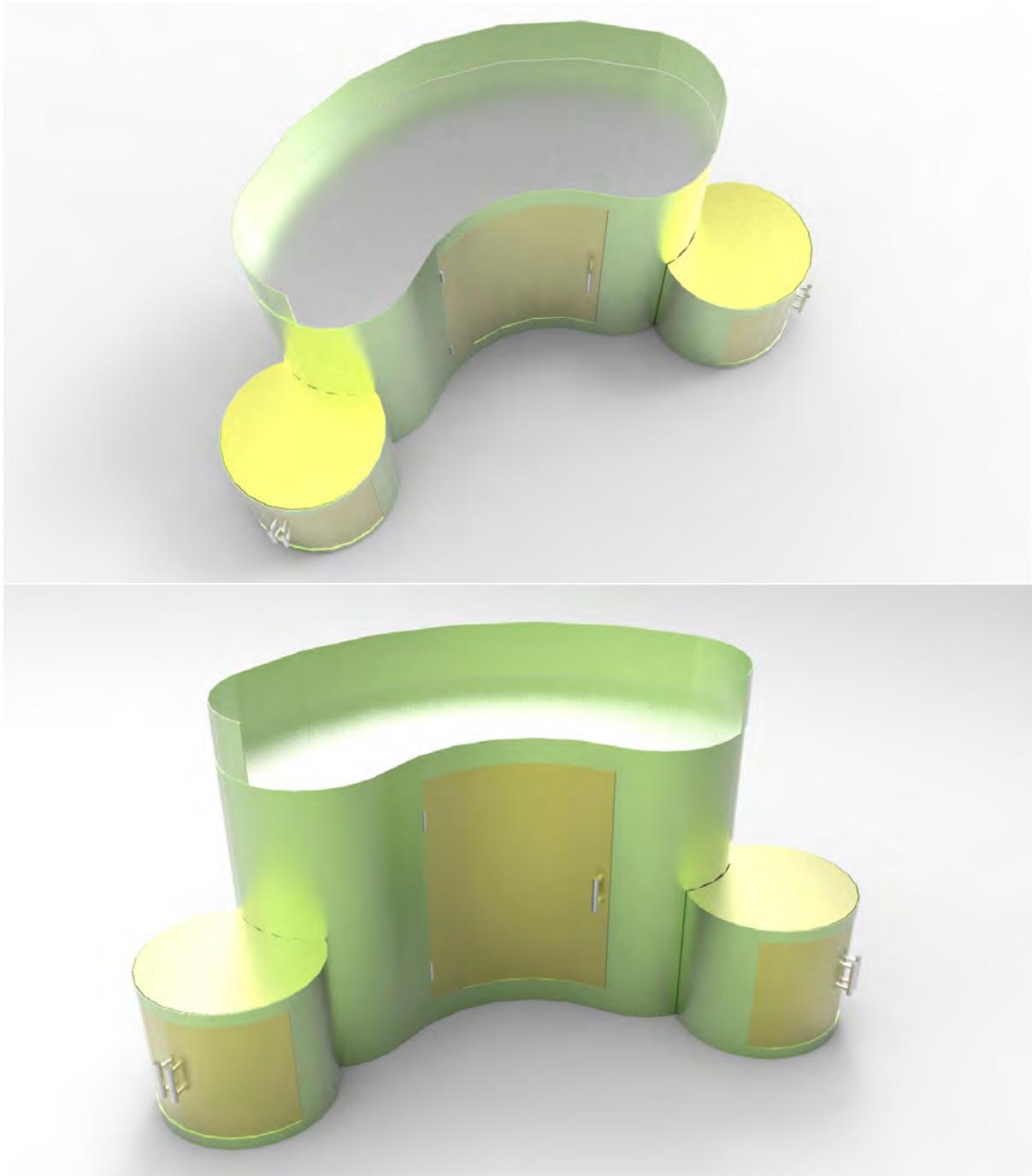
V.4.3. Rangka Payung



Gambar 5. 24 Rangka Payung
(sumber: data penulis)

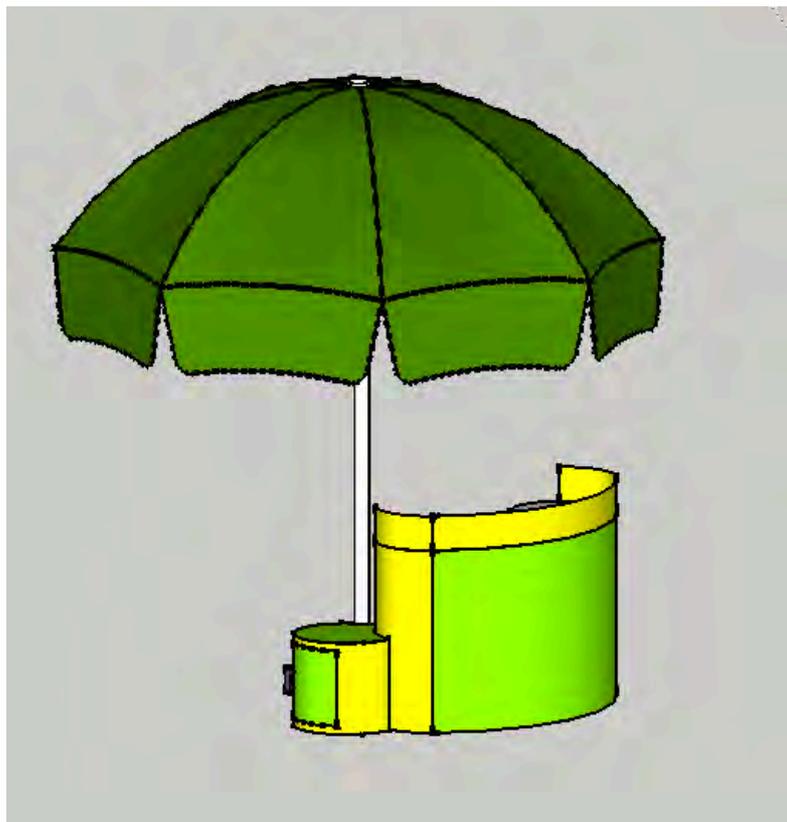
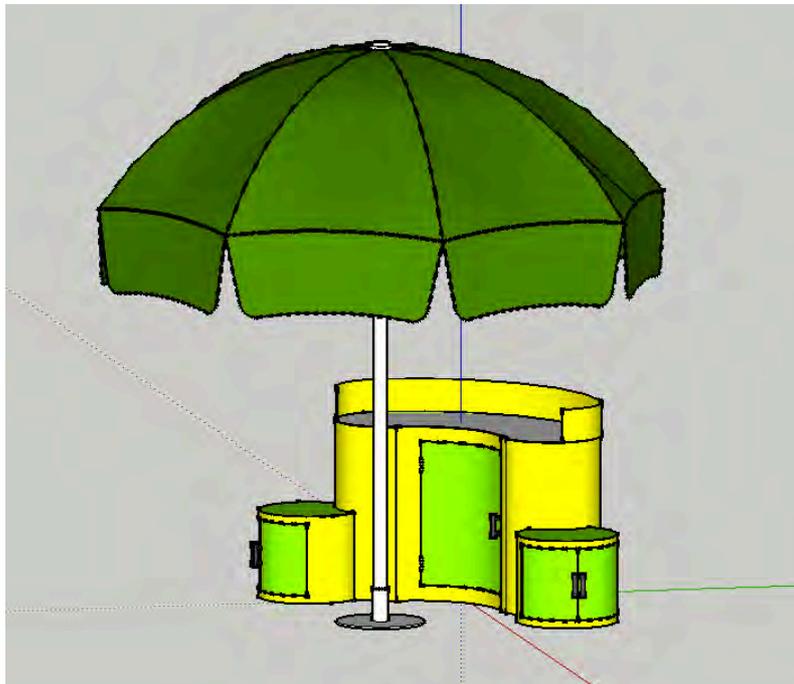
V.4.4. Explorasi Modul

Adanya explorasi modul digunakan sesuai dengan kebutuhan dari pembuka cabang waralaba Sejo Njamoer. Sebagai contoh adalah apabila pembeli menginginkan stand yang lebih kecil, maka disediakan bentuk seperti dibawah ini:



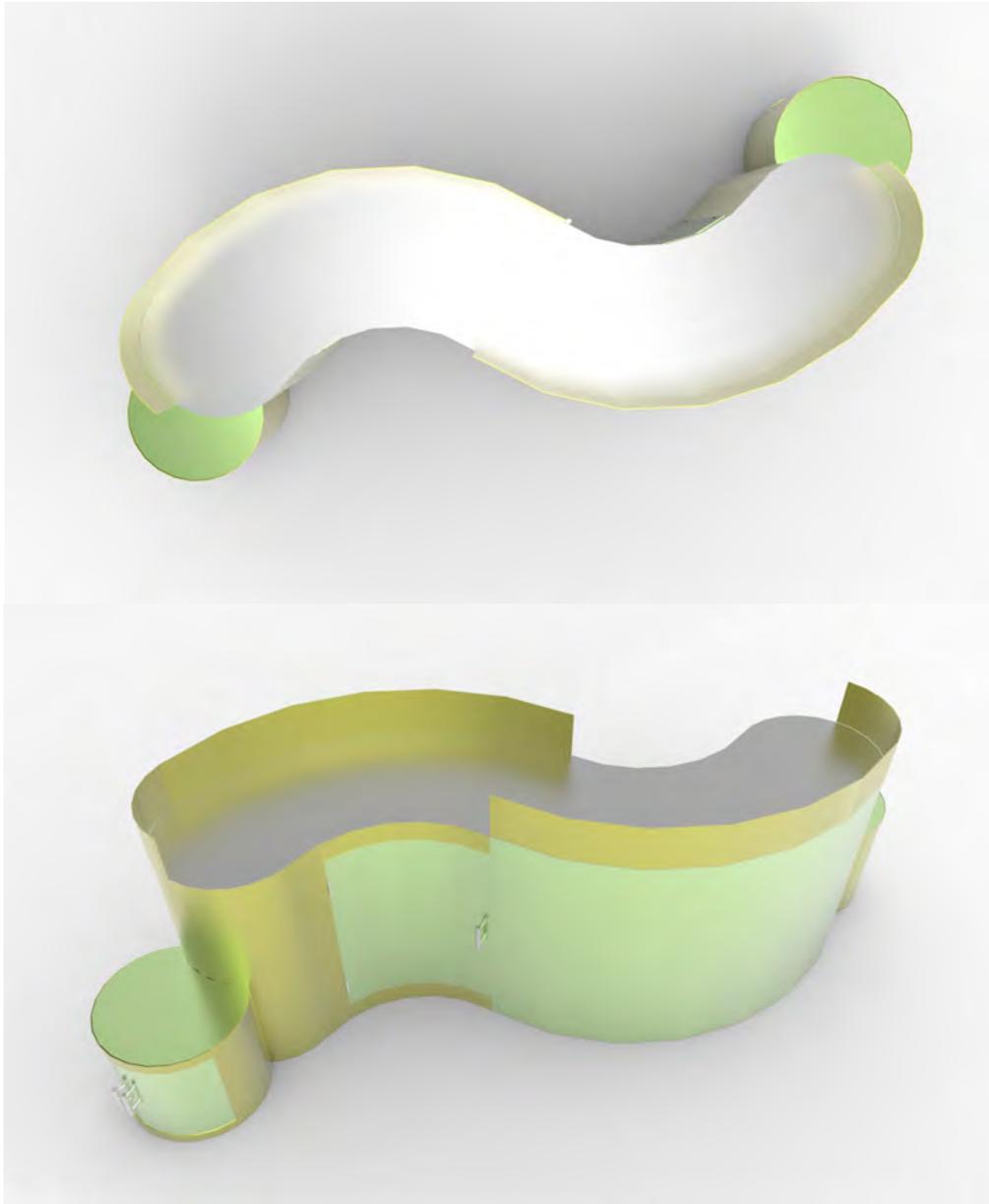
Gambar 5. 25 Komponen modul storage kecil
(sumber: dokumen pribadi)

Explorasi dengan bentuk yang lebih sederhana ini menggunakan model payung dengan satu tiang, seperti pada gambar dibawah ini:



Gambar 5. 26 Komponen modul storage kecil
(sumber: Publikasi Pribadi)

Explorasi sesuai dengan kebutuhan selanjutnya adalah stand indoor tanpa payung yang dapat disesuaikan dengan layout dari lokasi penjualan. Explorasi dengan bentuk ini dapat diletakan ditengah tidak perlu menempel dengan dinding, pembeli juga dapat memesan makanan dari dua arah sehingga tidak memperpanjang antrian. Namun dengan desain ini membutuhkan minimal dua orang operator yang berjualan.



Gambar 5. 27 Komponen modul storage kecil
(sumber: Data Penulis)

V.4.5. Explorasi Payung

Adanya explorasi payung supaya pihak Sego Njamoer memberikan kontribusi terhadap momen-momen yang dirayakan oleh Negara Indonesia. Kreasi payung bisa juga digunakan untuk mengikuti event-event tertentu agar lebih terlihat membaik namun tidak mengubah bentuk dasar dari payung yang sudah ada. Kreasi payung yang dimaksud adalah kreasi cover payung yang dapat diganti kapan saja dengan mudah menyesuaikan momen atau event tertentu yang sedang diikuti. Berikut dibawah ini beberapa contoh pattern payung:



Gambar 5. 28 Komponen modul storage kecil
(sumber: data penulis)



Gambar 5. 29 Komponen modul storage kecil
(sumber: data penulis)



Gambar 5. 30 Komponen modul storage kecil
(sumber: data penulis)



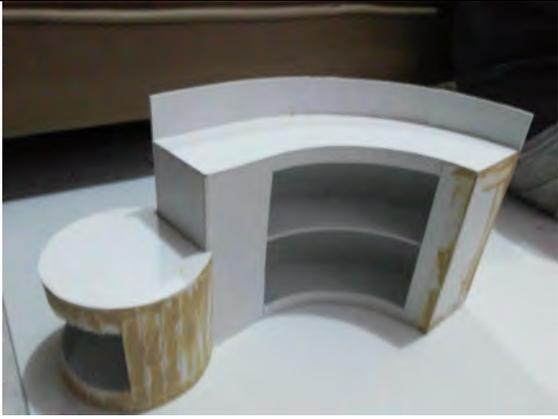
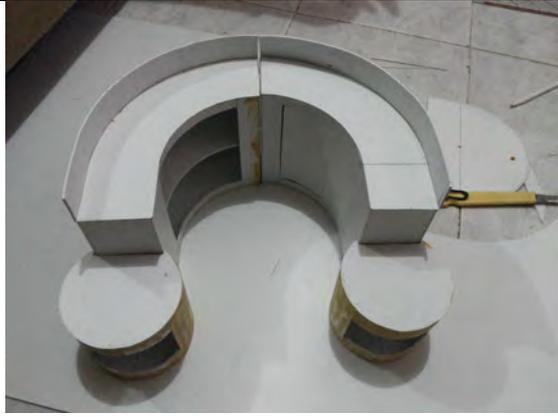
Gambar 5. 31 Komponen modul storage kecil
(sumber: data penulis)

V.5. Proses Desain

V.5.1. Analisa Studi Model

Analisa studi model adalah proses pembuatan model berskala yang sudah dilakukan oleh penulis untuk mengetahui bentuk awal dari desain terpilih sebelum melakukan pembuatan *prototype*.

Tabel 5. 3 Komponen modul storage kecil
(sumber: data penulis)

Gambar	Kegiatan	Keterangan
	Pembuatan modul besar dan kecil dibagi menjadi dua bagian.	Material menggunakan plastic pvc.
	Pembuatan modul besar dan kecil dengan menggunakan pintu	Material menggunakan plastic pvc. Finishing awal dengan menggunakan lapisan berbahan dasar San Polac
	Penggambungan dua modul. Modul besar dan modul kecil.	Material menggunakan plastic pvc. Finishing awal dengan menggunakan lapisan berbahan dasar San Polac

	<p>Pewarnaan dasar pada storage berskala.</p>	<p>Menggunakan surface berwarna abu-abu sebagai warna dasar sebelum warna inti.</p>
	<p>Proses pembuatan payung berskala.</p>	<p>Menggunakan bahan dasar kawat 2 mm sebagai rangka payung dan kain berwarna hijau sebagai bahan dari payungnya itu sendiri.</p>
	<p>Proses pewarnaan untuk bagian storage besar.</p>	<p>Menggunakan pilox berwarna hijau.</p>
	<p>Prose pengeringan cat.</p>	<p>Dikeringkan</p>

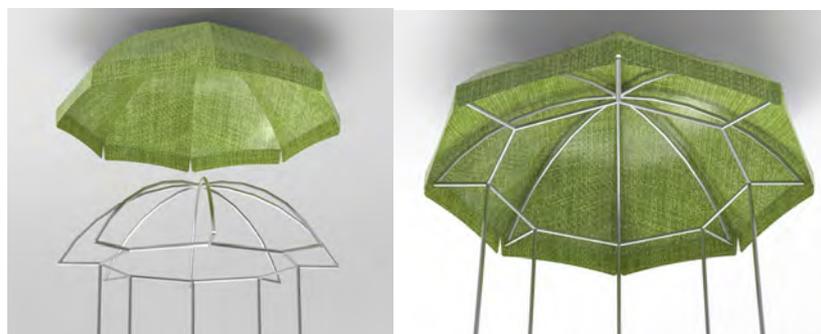
V.5.2. Analisa Bentuk

Analisa bentuk dibutuhkan untuk mencari bentukan yang sesuai dengan ciri khas brand yaitu Sego Njamoer. Brand Sego Njamoer identik dengan tanaman jamur. Sehingga konsep yang akan saya pakai adalah biomimikri jamur.

Biomimikri sendiri adalah ilmu yang menempatkan obyek alam (khususnya makhluk hidup) sebagai model perancangan dan proses, menirunya dan diaplikasikan pada sebuah desain. Pada desain terpilih diatas, biomimikri jamur terletak pada atap stand yang berbentuk setengah lingkaran seperti bentuk jamur kebanyakan.

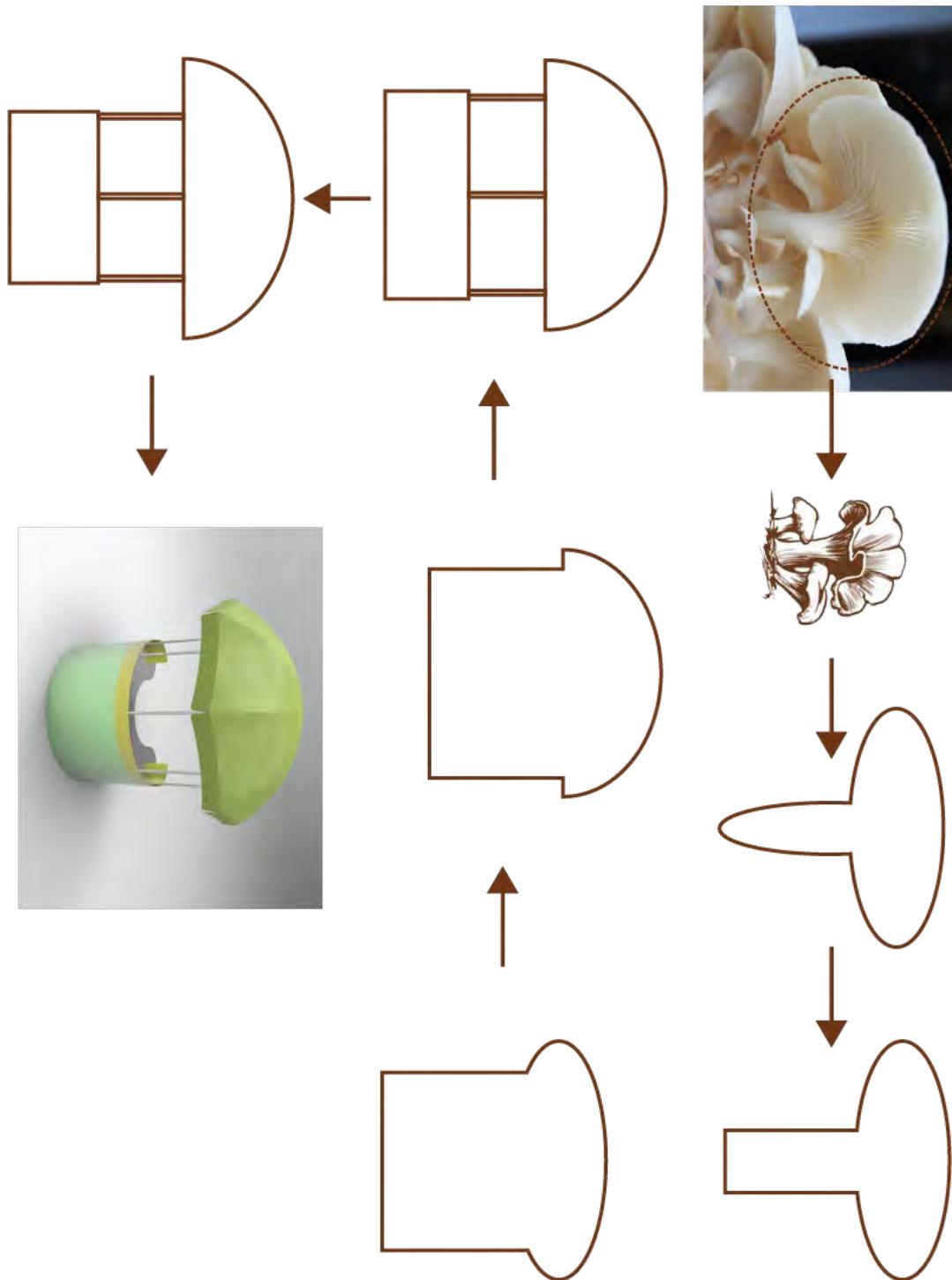


Gambar 5. 32 Beberapa acuan gambar jamur
(sumber: data pribadi)

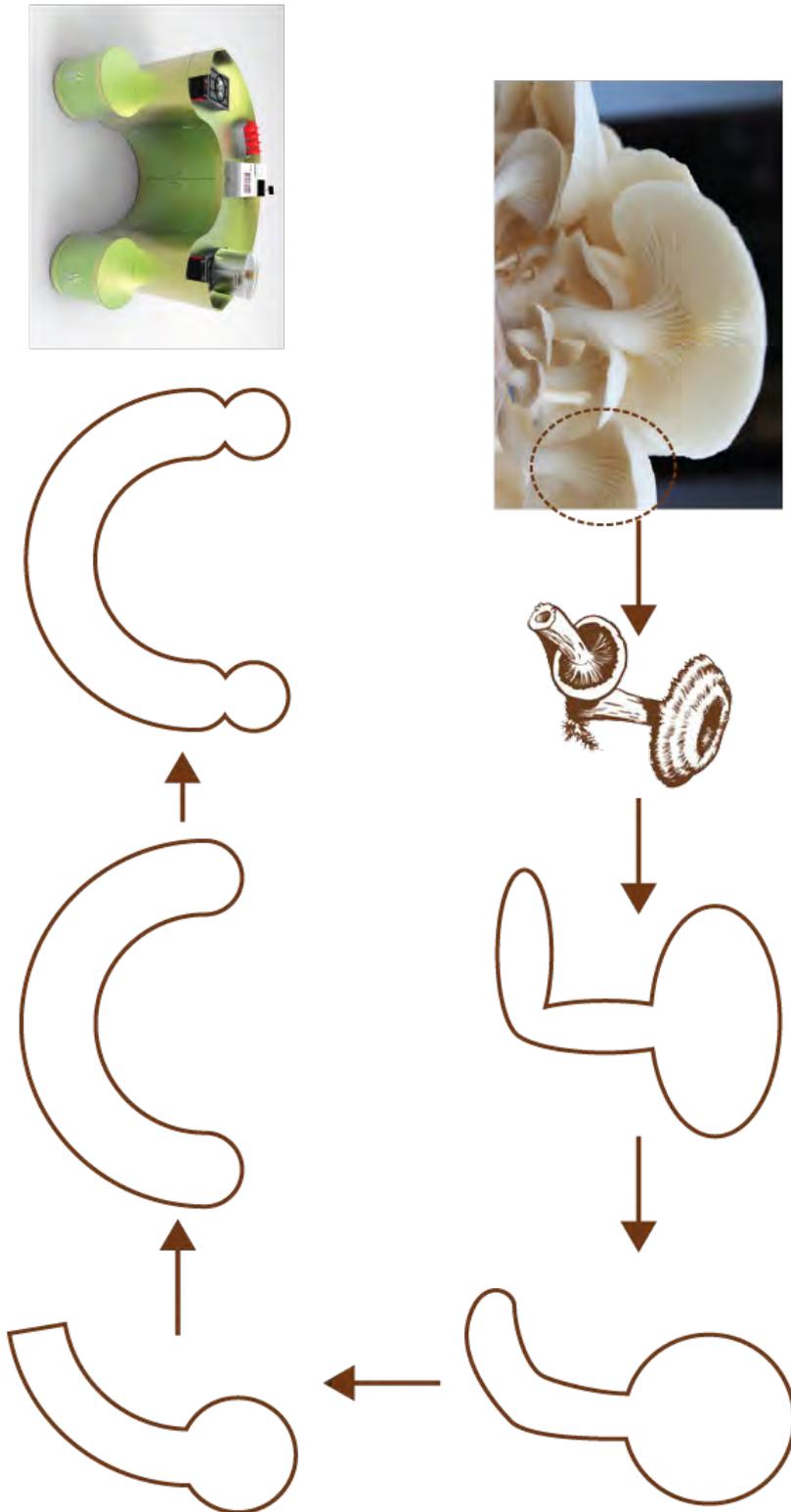


Gambar 5. 33 Beberapa acuan gambar jamur

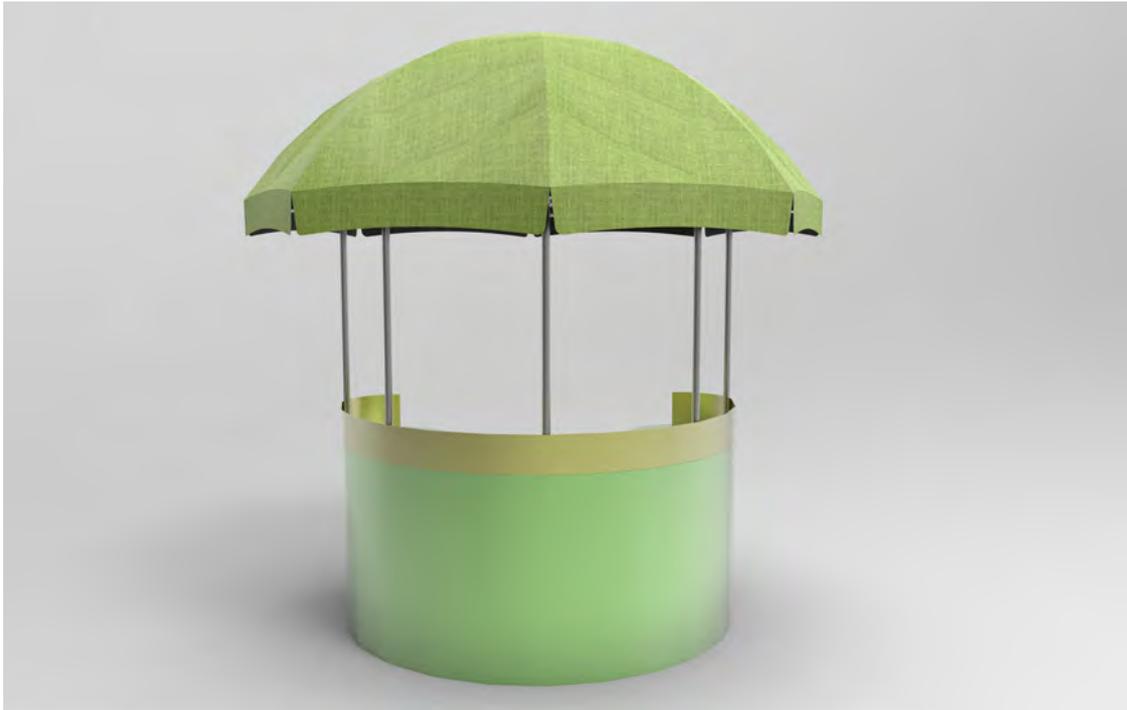
(sumber: data penulis)



Gambar 5. 34 Beberapa acuan gambar jamur
(sumber: data penulis)

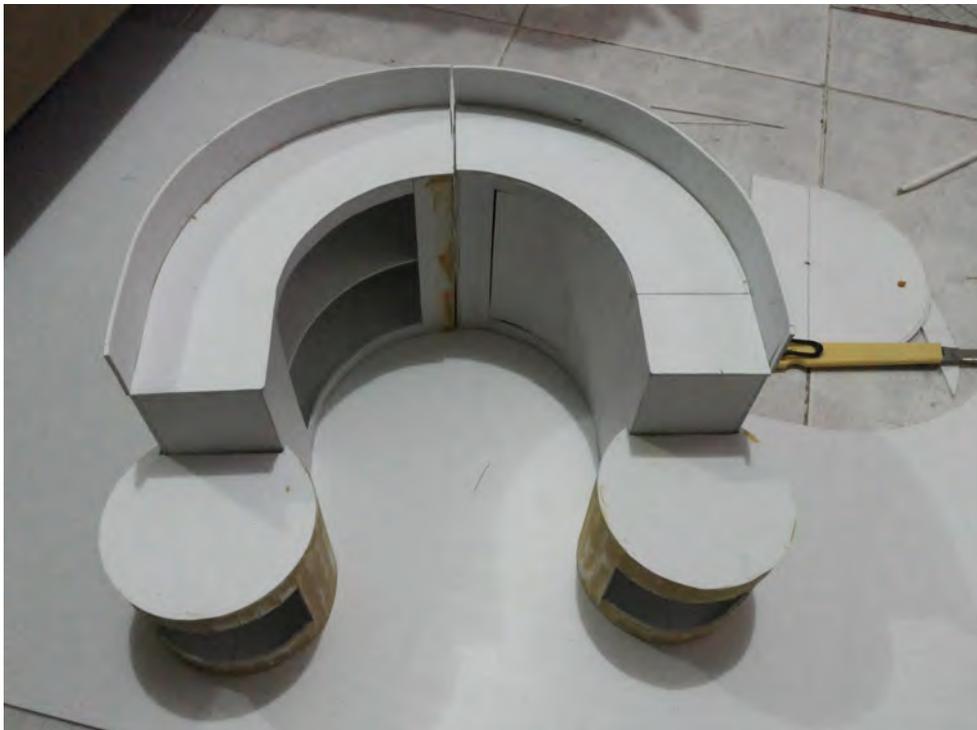


Gambar 5. 35 Beberapa acuan gambar jamur
(sumber: data penulis)



Gambar 5. 36 Gambar Tampak keseluruhan stand
(sumber: data penulis)

Selain bentukan atap stand, bentukan bimomokri jamur juga digunakan pada bentukan stand jika dilihat dari tampak atas. Seperti pada gambar dibawah ini:

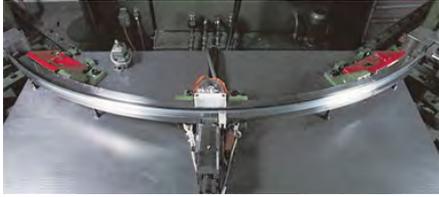
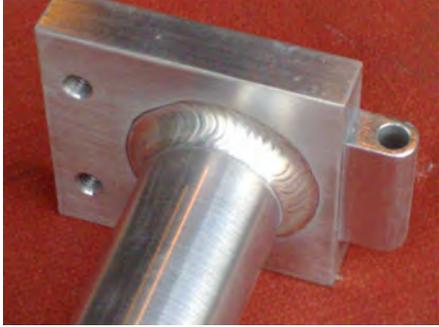
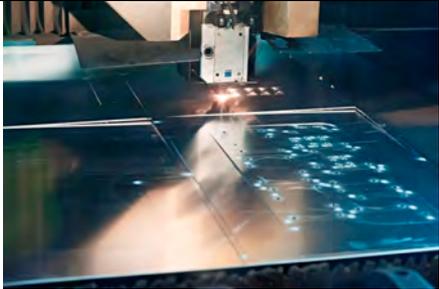


Gambar 5. 37 Gambar Tampak keseluruhan stand
(sumber: data penulis)

V.5.3. Analisa Produksi

Tujuan dari analisis ini adalah untuk dapat mengidentifikasi teknologi produksi yang sesuai terhadap material yang digunakan.

Tabel 5. 4 Tabel Analisa Produksi

Nama	Gambar	Keterangan
Bending		Digunakan pada saat pembuatan cover serta rangka dari stand yang berbentuk lengkung.
Welding		Digunakan pada saat pembentukan rangka.
Cutting		Digunakan saat cutting bahan diawal sesuai ukuran kebutuhan.

LAMPIRAN

A. Kuisioner

Kuisioner dibawah ini adalah kuisioner yang ditujukan untuk para pembeli Sego Njamoer.

Petunjuk pengisian kuisioner:

1. Isilah identitas (data diri responden) dengan benar dan lengkap pada tempat yang telah disediakan.
2. Jawaban dilakukan dengan memberi tanda checklist () pada alternatif jawaban sesuai dengan pendapat Bapak/Ibu/Sdr/i

A. IDENTITAS RESPONDEN:

1. Jenis Kelamin:
 - a. Laki-laki
 - b. Perempuan
2. Usia:.....tahun
3. Pendidikan terakhir:
 - a. Tamat SD
 - b. Tamat SMP
 - c. Tamat SMA
 - d. D1/D2/D3
 - e. S1
 - f. S2/S3
4. Pekerjaan:
 - a. Pelajar/Mahasiswa
 - b. Petani/Pedagang/Wiraswasta
 - c. Pegawai Negeri Sipil (PNS)
 - d. Pegawai Swasta
 - e. TNI/Polri
 - f. Lainnya.....
5. Penghasilan:
 - a. Belum Berpenghasilan
 - b. < 1.000.000
 - c. 1.000.000 – 3.000.000
 - d. 3.000.000 – 5.000.000
 - e. > 5.000.000

6. Apakah Anda mengetahui tentang brand Segoe Njamoer?
 - a. Ya
 - b. Tidak
7. Apakah Anda Pernah membelinya?
 - a. Ya
 - b. Tidak
8. Seberapa sering Anda membelinya?
 - a. Jarang
 - b. Sering
 - c. Sangat Sering
9. Dimana Anda biasa membeli Segoe Njamoer?
 - a. Kantin Kampus
 - b. Swalayan
 - c. Event-event tertentu

B. PENGISIAN KUISIONER:

Pada kuesioner ini Bapak/Ibu/Sdr/I diminta untuk setiap aspek yang dirasakan dalam mendapatkan pelayanan di outlet Sego Njamoer. Pilihlah salah satu jawaban dari alternatif jawaban yang tersedia dengan memberikan tanda checklist (√)

Keterangan :

SS = Sangat Setuju

S = Setuju

KS = Kurang Setuju

TS = Tidak Setuju

STS = Sangat Tidak Setuju

BRAND IMAGE

a. Corporate identity (Identitas Perusahaan)

No.	Pertanyaan	Kode Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	Nama brand Sego Njamoer mudah diucapkan oleh saya.					
2.	Menurut saya nama Sego Njamoer mudah untuk diingat .					
3.	Menurut saya nama dan Logo dari Sego Njamoer berkesinambungan.					
4.	Papan nama Sego Njamoer mudah dikenali dari jarak tertentu.					
5.	Harga yang ditawarkan sesuai dengan porsi yang diberikan.					

b. Physical Environment (Lingkungan Fisik)

No.	Pertanyaan	Kode Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	Stand yang digunakan oleh Sego Njamoer sudah cukup layak.					
2.	Space menunggu aman dan nyaman.					
3.	Peralatan memasak yang digunakan sudah cukup layak.					
4.	Packaging yang digunakan sudah sesuai dan layak.					

c. Behavioral

No.	Pertanyaan	Kode Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	Para pegawai sudah memiliki skill komunikasi yang baik.					
2.	Para pegawai sudah memakai seragam yang sama.					
3.	Para pegawai memakai seragam yang rapi dan layak.					
4.	Para pegawai selalu menunjukkan penampilan yang menyenangkan.					

d. Product

No.	Pertanyaan	Kode Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	Rasa yang dihasilkan dari tiap cabang stand sudah sama.					
2.	Menu yang disajikan tiap cabang stand sudah sama.					
3.	Porsi tiap cabang stand sudah sama.					
4.	Beberapa jenis saos yang disajikan tiap stand sudah sama.					

Nama:
Alamat:
No. Hp:
Brand Usaha:

Sejak kapan mendirikan usaha ini?

Latar Belakang?

Jam operasional:
Berapa pegawai dalam 1 booth:
Tugas masing-masing:

Berapa menu yang dijual:

Menyediakan berapa porsi dalam setiap menunya:

Sarana apakah yang dipakai saat ini:

Apakah kelebihan dari produk tersebut?

Apakah kekurangan dari produk tersebut?

Adakah keinginan membuka cabang?

Adakah keinginan membuka cabang diluar kota?

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kriteria/Program Desain

Setelah adanya penelitian tentang produk-produk eksisting dari brand lain yang sudah ada dipasaran termasuk desain lama yang sudah digunakan sebelumnya oleh pihak Sego Njamoer.

a. Brand

Studi kasus yang berkaitan dengan penelitian ini adalah waralaba makanan Sego Njamoer. Karena pihak yang bersangkutan sudah memiliki cukup banyak cabang waralaba di Pulau Jawa dan ingin mengembangkan bisnisnya tersebut hingga seluruh Indonesia

b. User

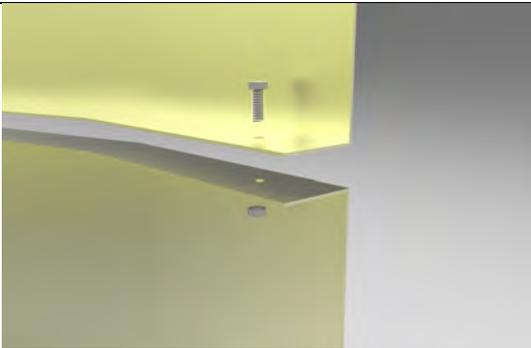
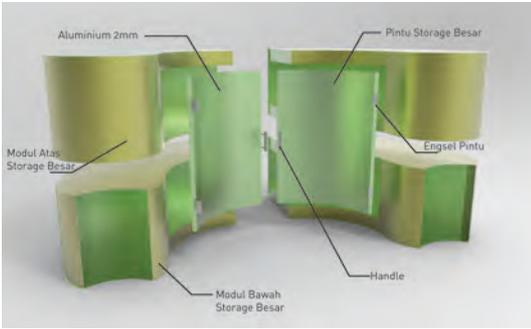
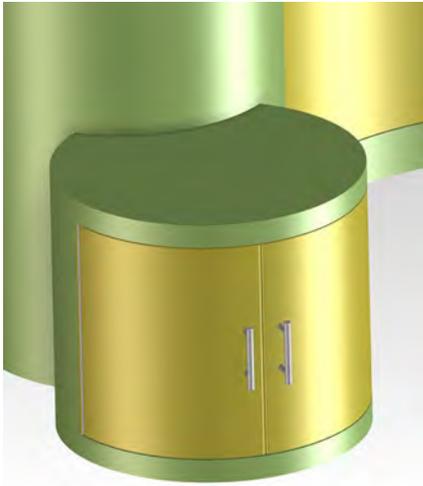
Pada kasus ini pengguna dari stand tersebut selama beroperasi adalah koki Sego Njamoer atau pegawai yang bersangkutan. Kebutuhan akan user juga harus diperhatikan dari segi kenyamanan saat berjualan dan kapasitas dari storage penyimpanan kebutuhan berjualan.

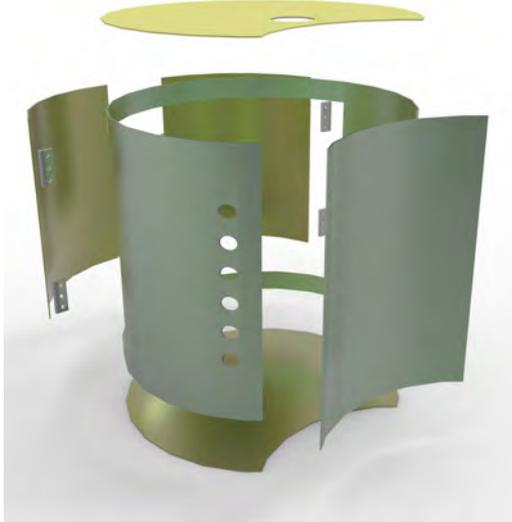
c. Teknologi

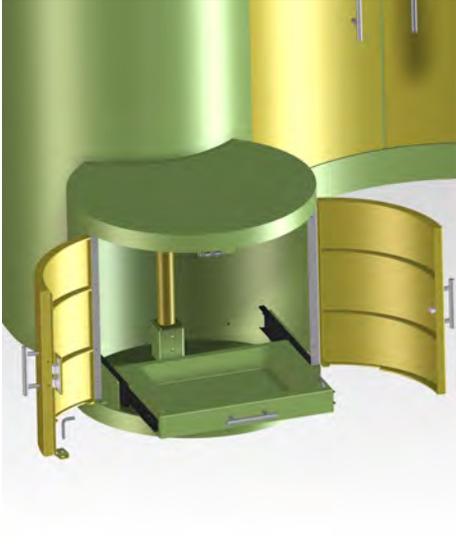
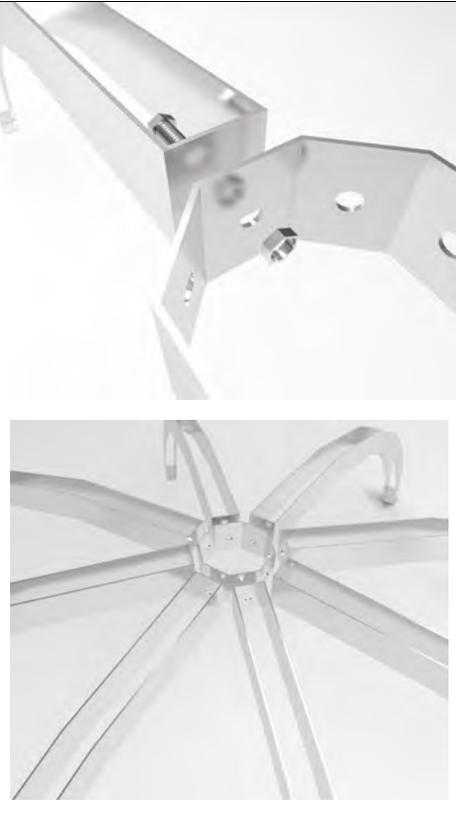
- Sambungan yang digunakan untuk menyambung antara part satu dengan yang lainnya adalah mur baut. Mur baut sangat mudah didapatkan menunjang kebutuhan penggantian sambungan apabila diperlukan.
- Pembuatan body stand menggunakan bahan aluminium dengan proses cutting menggunakan mesin modern sehingga mudah dalam pengoperasiannya dan output yang dihasilkan juga bagus.

6.2. Spesifikasi Teknis Final Desain

Tabel 6. 1 Spesifikasi teknis Final Desain

Objek	Gambar	Deskripsi
Joint Part		<p>Joint part menggunakan mur baut dengan ukuran 6mm x 25mm yang mudah dibeli dimana saja agar lebih mudah pengantiannya.</p>
Modul Part Besar		<p>Bahan dasar menggunakan aluminium dengan ketebalan 1,5 mm. Modul part besar ini digunakan untuk storage penyimpanan bahan baku penjualan Sego Njamoer setiap harinya.</p>
Modul Part Kecil		<p>Bahan dasar modul part kecil menggunakan aluminium dengan ketebalan 1,5 mm. Digunakan untuk penyimpanan tabung gas 3 kg.</p> <p>Menggunakan bahan dasar aluminium karena mudah ditemukan dimana saja dan minim bahan kimia.</p>

		
Rangka Payung		<p>Untuk bagian tiang menggunakan besi hollow dengan diameter 3cm.</p> <p>Untuk bagian payungnya menggunakan besi dengan ketebalan 3 mm yang di cutting dengan sedemikian rupa sesuai desain.</p>
Joint Rangka Payung		<p>Sambungan payung menggunakan mur dan baut dengan ukuran 6mm x 25mm yang mudah dibeli dimana saja agar lebih mudah pengantiannya.</p>

<p>Storage Part Kecil</p>		<p>Storage part modul kecil yang berfungsi sebagai wadah tabung gas LPG 3kg dilengkapi dengan sebuah laci yang memudahkan dalam memasukan dan mengeluarkan tabung gas.</p>
<p>Joint Rangka Atas</p>		<p>Rangka bagian atas berbentuk segi delapan karena payung yang digunakan memiliki delapan bagian.</p>

6.3. Rencana dan Aplikasi Bisnis Kedepannya

Rencana bisnis dari desain modular ini mampu mendukung pihak Sego Njamoer untuk mengembangkan bisnis perusahaan diluar kota asalnya yaitu Surabaya karena kemudahannya untuk dilepas, dipasang serta dikirim. Selain bekerja sama dengan pihak Sego Njamoer juga bekerja sama dengan vendor yang ahli dibidang pembuatan stand sebagai rekan bisnis.

6.4. Saran Pengembangan Selanjutnya

Perancangan desain stand ini masih memerlukan beberapa perbaikan untuk pengembangan kedepannya dan agar stand ini mampu dikembangkan menjadi lebih baik. Perancangan desain stand ini memiliki beberapa kekurangan seperti:

- a. Produksi modular stand ini masih membutuhkan dana yang cukup besar dikarenakan menggunakan mesin cutting laser.
- b. Masih menggunakan bahan dasar aluminium secara keseluruhan, masih dapat dieksplorasi dengan bahan-bahan lain atau di mix dengan bahan lain sehingga mampu menekan harga produksi.
- c. Desain modular stand masih dapat di eksplorasi dari segi bentuk dan sambungannya.
- d. Modul-modul yang digunakan masih dapat dieksplorasi menjadi bentuk yang lebih bervariasi dan menarik.

Dengan segala kekurangan diatas, penulis mengharapkan pengembangan lebih lanjut tentang judul perancangan ini dari segi desain hingga manufaktur serta pengembangan bisnis agar menghasilkan output desain yang lebih baik. Semoga tugas akhir ini dapat memberikan manfaat bagi para akademisi serta pihak-pihak yang bersangkutan serta mengembangkan industri waralaba makanan di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Waralabaku. (2013, 06 20). *Waralabaku.com*. Retrieved 12 31, 2015, from Waralabaku.com: http://www.waralabaku.com/event_detil.php?eid=229
- Arudam, R. (2015, 07 5). *Kanal Informasi*. Retrieved 09 18, 2015, from kanalku.blogspot.co.id: <http://kanalku.blogspot.co.id/2015/07/pengertian-kuliner.html>
- Ariwibowo, A. (2013, 02 5). *Sekilas Tentang Franchise (Waralaba)*. Retrieved 09 21, 2015, from <https://adityoariwibowo.wordpress.com>:
<https://adityoariwibowo.wordpress.com/2013/02/05/551/>
- Bisnis, P. (2014, 10 30). *Pro Bisnis*. Retrieved 09 21, 2015, from probisnis.net: <http://probisnis.net/pengertian-bisnis-waralaba-atau-franchise/>
- Ching, F. (2004). *Ilustrasi Desain Interior*. *Ilustrasi Desain Interior* .
- Entrepreneurship, C. (2013). *Ciputra Entrepreneurship*. Retrieved 09 18, 2015, from www.ciputraentrepreneurship.com: <http://www.ciputraentrepreneurship.com/studi-kasus/inilah-prospek-dan-perkembangan-bisnis-waralaba-di-indonesia>;
- Fadhel, C. (2013, 06 28). *Rumah Review*. Retrieved 09 18, 2015, from www.rumahreview.com: <http://www.rumahreview.com/glossary/definisi-tentang-kuliner.html>
- Lokal, G. P. (2012). *Go Pangan Lokal*. Retrieved 09 18, 2015, from <http://gopanganlokal.miti.or.id/>: <http://gopanganlokal.miti.or.id/index.php/peran-strategis-industri-kuliner-bagi-pertumbuhan-ekonomi>
- Njamoer, S. (n.d.). *Company Profile*. Retrieved 11 29, 2015, from Sego Njamoer: <http://segonjamoer.com/company-profile/product-history/>
- Njamoer, S. (2013). *Sego Njamoer*. Retrieved 09 18, 2015, from segonjamoer.com: <http://segonjamoer.com/company-profile/>
- Perkasa, C. J. (2014, 12 05). *Membuat SOP (Standard Operating Procedure)*. (A. Dian, Editor, & CV. Jogja Prima Perkasa) Retrieved 12 30, 2015, from www.slideshare.net: <http://www.slideshare.net/andhidian/cara-gampang-bikin-standard-operating-procedure>
- Pramudhita, P. (2014, 06 3). *Standart Ergonomi Untuk Sebuah Kitchen Set*. Retrieved 09 21, 2015, from <http://pramestyap.blogspot.co.id>:
<http://pramestyap.blogspot.co.id/2014/06/standar-ergonomi-untuk-sebuah-kitchen.html>
- Suharnoko. (2004). *Hukum Perjanjian (Teori dan Analisa Kasis)*. Jakarta, DKI Jakarta, Indonesia: Kencana Predana Media Gruo.

Tanjung, F. A. (2014, 03 03). *Bglc Online*. Retrieved 12 5, 2015, from
www.bglconline.com: <http://www.bglconline.com/2014/03/ekonomi-kreatif-bagian-i/>

BIODATA PENULIS



Penulis lahir di kota Bogor, pada tanggal 31 Mei 1992, dari pasangan Bapak Dr. Ir. H Sri Mulato, MS dan Ibu Hj. Tri Yulia Mulyani, merupakan putri ketiga dari empat bersaudara. Penulis telah menempuh pendidikan formal dimulai dari SDN Jember Lor 1 Jember, SMP Negeri 1 Jember dan SMA Muhammadiyah 1 Yogyakarta. Pada tahun 2010 penulis diterima menjadi mahasiswa program Sarjana (S1) Jurusan Desain Produk Industri ITS program studi desain produk Industri ITS prodi Desain Produk melalui jalur UM Desain dengan NRP 3410100078. Penulis aktif dalam kegiatan kegiatan kemahasiswaan sejak tahun 2010. Dimulai dengan menjadi koordinator pelaksanaan acara Malam Guyub hingga menjadi panitia penerimaan mahasiswa baru tahun 2011 hingga 2012. Kini Penulis telah menyelesaikan Tugas Akhir dengan judul “Desain Modular Stand Sego Njamoer untuk Menunjang Pengembangan Bisnis Perusahaan.

HP : 085228822774

E-mail : diajengastrini@gmail.com