

## **PENERAPAN ASPEK PENGGUNA PADA PERANCANGAN ULANG *FOOD CART* BARBEKU UNTUK WISATA *GLAMPING* DUSUN BAMBU BERDASARKAN GAYA HIDUP MENENGAH ATAS**

### **THE APPLICATION OF USER ASPECTS ON REDESIGNING OF *FOOD CART* BARBECUE FOR *GLAMPING* TOURISM OF DUSUN BAMBU BASED ON A HIGH CLASS LIFE STYLE**

Yovınca Zulfa Nabilla<sup>1</sup> Muchlis S.Sn, M.Ds<sup>2</sup>

Prodi S1 Desain Produk, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom

yovincanabilla@gmail.com<sup>1</sup> muchlis@telkomuniversity.ac.id<sup>2</sup>

---

#### **Abstrak**

Dusun Bambu merupakan tempat rekreasi yang menjadi daya tarik tersendiri bagi para keluarga. Salah satu fasilitas yang menjadi daya tariknya adalah *Glamour Camping (Glamping)* yaitu wisata camping yang menyuguhkan menginap seperti di hotel berbintang namun masih terkesan alami. Di *Glamping* itu sendiri terdapat kegiatan barbeku yang bisa dilakukan oleh keluarga pada malam hari. Namun para pengunjung sering mengeluhkan barbeku ini karena di rasa masih kurang praktis dan alat maupun bahan yang tersedia menjadi luas jangkauannya terhadap tangan pengunjung. Maka dari permasalahan yang telah disebutkan, diperlukannya inovasi alat barbeku, yaitu akan dilakukannya redesign terhadap *food cart* yang mana akan mencakup semua alat dan bahan yang diperlukan. Untuk mengetahui apa yang dibutuhkan dan diinginkan pengunjung, dibutuhkan penerapan aspek pengguna yang menjadi salah satu aspek terpenting untuk merancang *food cart* barbeku

**Kata kunci :** barbeku, *food cart*, *Glamping*, pengguna, *redesign*

---

#### **Abstract**

Dusun Bambu is a place of recreation that is the main attraction for the family. One of the facilities that are the main attraction is *Glamour Camping (Glamping)* is a camping tour that presents a stay like in a hotel but still impressed natural. In *Glamping* there are barbecue activities that can be done by the family at night. But the visitors often complain about this barbecue because the taste is still less practical and the tools and materials available to the extent of its reach to the hands visitors. From the problems that have been mentioned, the need for innovation barbecue tool, which will do a redesign of *food cart* which will include all the necessary tools and materials. To find out what the visitor needs and wants, it is necessary to apply the aspect of users which is one of the most important aspects to design *food cart* barbecue.

**Keywords :** barbecue, *food cart*, *glamping*, redesign, user

---

#### **1. Pendahuluan**

Dusun Bambu *Family Leisure Park* adalah sebuah kawasan wisata favorit keluarga terutama yang berasal dari warga perkotaan luar daerah Bandung. Dusun Bambu sendiri adalah bisa dikatakan salah satu dari daftar tempat wisata di daerah Cisarua, Bandung. Dusun Bambu berada tepat di kaki Pegunungan Burangrang, maka dapat dipastikan keindahan alam yang asri dan masih alami serta berhawa sejuk ini menjadi daya tarik tersendiri atau menjadi nilai jual yang coba ditawarkan Dusun Bambu *Family Leisure Park* kepada wisatawan yang berkunjung kesini. Di Dusun Bambu ini bisa didapatkan sekaligus menikmati beraneka ragam menu kuliner yang lezat di 3 tempat kuliner di Dusun Bambu yang berbeda, seperti Café dan Resto Burangrang, Pasar Khatulistiwa serta Restaurant Purbasari. Tidak hanya sebagai tempat wisata kuliner di Bandung, Dusun Bambu juga merupakan salah satu lokasi terbaik tempat penginapan di Bandung yang mempunyai ke asrian lingkungannya, dan bisa dinikmati dengan menyewa beberapa tipe Villa Dusun Bambu dan *camping* disana.

Tempat fasilitas menginap yang banyak diminati di Dusun Bambu adalah penginapan yang menawarkan menginap di tenda dengan fasilitas mewah dan nyaman yang biasa disebut *Glamping*. *Glamping* di Dusun Bambu itu sendiri banyak diminati oleh pengguna menengah atas yang mayoritas datang dari luar daerah Bandung. Dalam *Glamping* banyak kegiatan yang bisa dilakukan terutama wisata alam yang ada di sekitar *Glamping*, lalu tersedia kegiatan barbeku pada malam hari yang sering dilakukan bersama keluarga, kerabat atau bersama yang lainnya. Untuk melakukan kegiatan barbeku banyak sekali alat dan bahan yang harus dipersiapkan dengan keadaan bisa dibbilang kurang praktis dan bisa menyebabkan alat dan bahan-bahan berserakan. Untuk merancang produk yang

praktis, mampu menyimpan peralatan barbeku, sekaligus untuk kegiatan memanggangnya maka diperlukan beberapa aspek yang dapat mendukung untuk kepentingan dalam merancang produk. Produk yang akan di *redesign* adalah *food cart* karena dapat menyimpan alat, bahan yang diperlukan dan mudah di bawa kemana-mana, untuk melakukan *redesign* ini diperlukan beberapa aspek yang dapat mendukung terciptanya *food cart* yaitu aspek fungsi, lingkungan, material, rupa, dan aspek pengguna. Dilakukannya *redesign* pada produk *food cart* barbeku yang dapat memudahkan pengguna, sehingga pengguna bisa merasakan kemudahan dan kenyamanan dengan adanya *food cart* saat barbeku. *Food cart* barbeku diharapkan dapat menarik para wisatawan untuk datang ke *Glamping*, sehingga produk *food cart* barbeku bisa terus disukai pengguna.

Untuk memahami pengguna peneliti harus memahami apa yang pengguna pikirkan dan rasakan, apa yang mereka lakukan, dan apa serta di mana yang memengaruhi serta dipengaruhi oleh apa yang dipikirkan, dirasa, dan dilakukan pengguna. Maka dengan mengangkat aspek pengguna ini diharapkan dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pengguna menengah atas secara tepat pada perancangan *food cart* barbeku ini. Berdasarkan latar belakang diatas, maka akan dilakukan perancangan untuk penyimpanan alat barbeku. *Food cart* ini dirancang menggunakan konsep *all in one* dimana dalam satu *food cart* tersedia semua barang yang dibutuhkan untuk kegiatan barbeku sekaligus tempat untuk memanggang makanannya.

## 2. Tinjauan Umum

### A. *Glamping*

Saat ini istilah *Glamping* sering digunakan pada perkemahan. *Glamping* merupakan akronim dari *glamorous camping*. Ditinjau dari namanya, *Glamping* merupakan sejenis *camping*, hanya saja sedikit berbeda. *Glamping* adalah wisata *camping* yang menyuguhkan penginapan *glamour* setara dengan hotel berbintang tetapi tetap memberikan kesan yang alami. Berbeda dengan *camping*, *Glamping* tidak mengharuskan membawa perlengkapan lagi. Hal ini karena semuanya telah disediakan oleh tempat penyedia layanan *Glamping*. (Afrillia, 2015)



**Gambar 2.1** *Glamping* Legok Kondang Lodge Ciwidey  
(Sumber : <https://tempatwisatadibandung.info/Glamping-bandung-terpopuler>, 2016)

### B. *Food Cart*

*Food Cart* bisa disebut dapur berjalan yang digunakan di jalanan sebagai sebuah alat dagang untuk makanan di pinggir jalan. *Food cart* biasanya dapat dijumpai di kota-kota besar di dunia dan berfungsi menjual makanan ataupun barang dagangan lainnya. *Food Cart* pertama berasal dari awal zaman Yunani dimana penduduk Roman mengubah gerobak hewan menjadi alat untuk bertukar. *Cart* sudah menjadi keuntungan untuk memudahkan berjualan keliling sekaligus memindahkan berbagai barang dari lokasi satu ke lainnya. Penggunaan *carts* mulai berkembang sejak ditemukannya kereta api.



**Gambar 2.4** *Food Cart* Kereta Api Indonesia  
(Sumber: <https://travelingyuk.com/layanan-pt-kai/52382/>, 2017)

### C. Pengguna

Pengguna, pemakai, atau konsumen merupakan hal yang sama. Dikutip dari buku Psikologi Konsumen karangan Dr. Usman Effendi, S.Sos., M.M (2016: 2) pengertian dari pengguna atau konsumen itu sendiri adalah setiap orang yang memakai produk dan atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan. Jadi pengguna merupakan suatu tingkah laku yang menyangkut pilihan terhadap suatu produk untuk digunakan sendiri dalam rangka memenuhi kebutuhan hidupnya. Untuk mengetahui keinginan dan kebutuhan pengguna, bisa dilihat dari kelas sosial, gaya hidup, dan budaya penggunaannya sendiri.

1. Kelas Sosial menurut Philip Kotler (1997: 144) adalah divisi masyarakat yang relatif permanen dan teratur dengan para anggotanya menganut nilai-nilai, minat, dan tingkah laku yang serupa. Semakin tinggi kedudukan kelas sosial seseorang maka kebutuhannya akan semakin meningkat dan mementingkan kualitas dari suatu produk yang hendak dipakai atau dikonsumsi. Sebaliknya, semakin rendah kelas sosial seseorang untuk memenuhi kebutuhannya tidak terlalu mementingkan kualitas produk yang hendak dipakai/dikonsumsi tetapi lebih kepada memikirkan kuantitas dan harga yang akan mereka bayar.
2. Gaya Hidup pada penelitian ini, pengguna *Glamping* yang ada di Dusun Bambu merupakan pengguna kelas menengah atas bisa dilihat dari berbagai macam faktor salah satunya dari harga yang ditawarkan oleh pihak Dusun Bambu untuk *Glamping*. Di Dusun Bambu harga tiket masuk perorang Rp. 25.000,- sedangkan untuk menginap di area *glamping* sekitar Rp. 1.000.000,- sampai Rp. 2.700.000,- per malam tergantung dari paket yang dipilih. Maka untuk perancangan ini dibutuhkan alat-alat penyimpanan barbeku yang memungkinkan untuk menyimpan semua bahan yang diperlukan termasuk panggangan. Karena melihat dari gaya hidup pengguna kelas menengah atas yang modern dan praktis dalam kesehariannya.
3. Budaya, makan merupakan budaya yang sudah dibawa sejak masyarakat lahir. Tidak sedikit pengunjung yang dari luar negeri, pengunjung *glamping* dari luar negeri antara lain yaitu dari negara Taiwan, Korea, Arab, Singapore, dan Amerika. Menurut wawancara kepada staff Dusun Bambu, untuk menyajikan bahan makanan ke pengunjung dari luar negeri, mereka tidak meminta bahan dan alat yang khusus namun kendala ada dalam Bahasa yang mereka gunakan karena sebagian besar orang luar negeri dari Asia ataupun Arab kurang mengerti Bahasa Inggris.

### D. Data Pengunjung *Glamping* Dusun Bambu

Waktu	Jumlah Pengunjung	Jumlah Tenda
<i>Weekday</i> (Senin-Jumat)	35-56 orang	7 tenda
<i>Weekend</i> (Sabtu-Minggu)	45-80 orang	9-10 tenda
<i>Long Weekend</i> (Libur Panjang)	55-88 orang	11 tenda (full)

**Tabel 2.4** Data Pengunjung *Glamping*  
(Sumber : Data Wawancara, 2018)

**Data Usia**

Kategori	Usia	Jumlah Anggota
Keluarga	25-50 tahun	5-16 orang
Anak muda	18-24 tahun	5-10 orang

**Tabel 2.5** Data Usia *Glamping*  
(Sumber : Data Wawancara, 2018)

**3. Gagasan Awal Perancangan**

Wisata *Glamping (Glamour Camping)* memberikan beberapa fasilitas yang ditawarkan oleh tempat wisata tersebut. *Glamping* di tempat wisata Dusun Bambu *Family Leisure Park* menawarkan fasilitas barbeku. Kegiatan barbeku biasanya dilakukan dengan menggunakan alat-alat bakar seperti panggangan, kipas, kompor serta bahan makanan yang akan dibakar. Peralatan barbeku tersebut sudah disiapkan oleh pihak Dusun Bambu tak terkecuali bahan makanannya, namun menurut pengamatan yang telah dilakukan oleh peneliti beberapa pengunjung merasa tempat barbeku yang tersedia dirasa masih kurang praktis. Maka dari itu berdasarkan latar belakang dan masalah yang ditemukan, peneliti merancang sebuah *food cart* yang praktis untuk meletakkan peralatan barbeku sekaligus dapat dijadikan tempat melakukan kegiatan memanggang makanannya. *Food cart* ini memiliki konsep *all in one* yang dapat membawa semua alat barbeku dalam satu tempat serta dapat digunakan untuk barbeku.

**4. Proses Perancangan****A. Image Chart**

*Image Chart* ini berisi gambar-gambar yang akan menentukan tema dan konsep dalam pembuatan *food cart*, berdasarkan gambar dibawah ini *food cart* akan di buat sederhana dan *compact*.



**Gambar 4.1** *Image Chart*  
(Sumber : Data Pribadi, 2018)

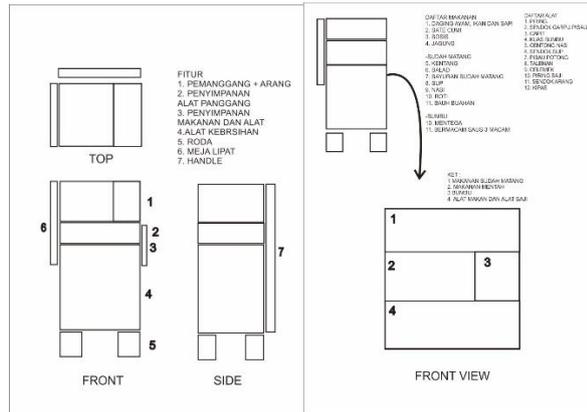
**B. Mood Board**

*Mood Board* berisi skema warna yang akan diaplikasikan pada *food cart*



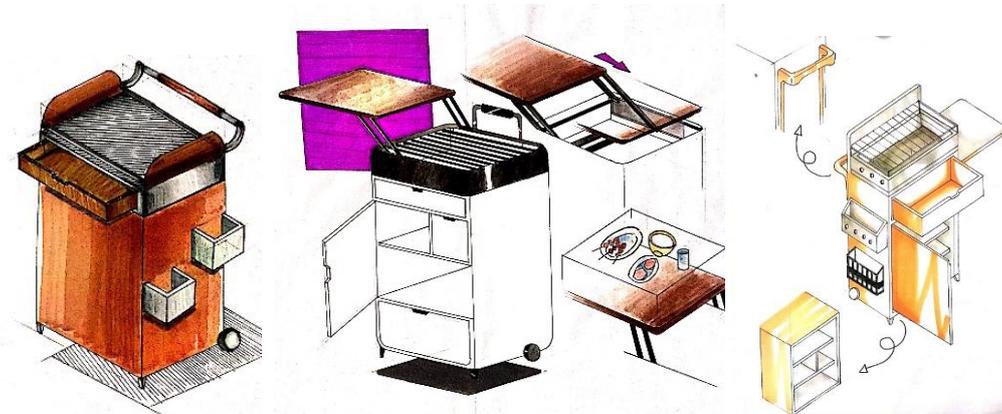
**Gambar 4.2** *Mood Board*  
(Sumber : Data Pribadi, 2018)

**C. Blocking**



**Gambar 4.6** Bloking 2  
(Sumber : Data Pribadi, 2018)

**5. Sketsa Alternatif**



**Gambar 4.12** Sketsa 4  
(Sumber : Data Penulis, 2018)

**6. Final Sketsa**



**Gambar 4.15** Tampak Depan  
(Sumber : Data Pribadi, 2018)

7. Gambar Operasional



Gambar 4.14 Posisi Mendorong  
(Sumber : Data Pribadi, 2018)

8. Proses Pembuatan

No.	Tahap Pembuatan	Keterangan
1.		a. Membuat gambar Teknik dengan ukuran produk yang akan dibuat. b. Pemilihan material yang akan digunakan pada produk.
2.	 	a. Pengerjaan dimulai dari bagian yang menggunakan material sama yaitu badan foodcart, handle laci dan pintu yang berada pada badan foodcart dengan material kayu multiplek. b. Untuk rangka bawah dan rangka handle foodcart di buat dengan material yang sama yaitu besi agar membuat produk foodcart kuat.



3.		a. Pemasangan lapisan dalam badan food cart dengan plat aluminium agar isi food cart terlihat bersih. b. Pemasangan taco sheet sebagai lapisan multiplek.
4.		a. Membuat pembakaran dengan bahan plat besi dan ass aluminium agar pembakaran kuat.



5.		a. Material besi semuanya diberi cat warna hitam agar menyesuaikan konsep.
6.		a. Pemasangan semua bagian dari badan food cart, pembakaran, roda, rangka bawah dan handle.



7.		a. Babakaran Food Cart sudah selesai di produksi.
----	---	---

## 9. Visualisasi Karya

### 1. Deskripsi Produk

- a. Nama Produk  
Nama produk Barbeku Food Cart
- b. Fungsi Produk  
Fungsi produk untuk mempermudah para pengguna barbeku di area glamping dalam kegiatan barbeku
- c. Tujuan Produk  
Tujuan produk adalah untuk memudahkan penataan bahan dan perakatan barbeku
- d. Sasaran Produk  
Pengelola dan pengguna glamping, terutama glamping Dusun Bambu.
- e. Keunggulan Produk  
Keunggulan produk ini adalah mudah dalam pengaplikasiannya karena semua peralatan dan kebutuhan barbeku tersedia dalam satu produk

### 2. Final Produk



**Gambar 4.22** Keseluruhan *Food Cart*  
(Sumber : Data Pribadi, 2018)



**Gambar 4.27** Membuka Pintu *Food Cart*  
(Sumber : Data Pribadi, 2018)

## 10. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dibahas pada bab sebelumnya tentang sarana angkut dan penyimpanan makanan berupa *food cart* yang ada di *Glamping Dusun Bambu*, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Jangkauan tangan pengguna tidak meluas terlalu jauh, karena semua alat dan bahan makanan sudah tersedia di dalam *food cart*
2. Memiliki tinggi sepinggang orang dewasa agar menghindari pegal, tidak nyaman dan tidak mudah di gunakan oleh anak-anak
3. Memiliki panggangan dan kabinet penyimpanan alat, bahan makanan yang jadi satu (*compact*)
4. Menggunakan sistem *mobile* yang dapat berpindah-pindah karena dilengkapi dengan roda

## Daftar Pustaka

- [1] Effendi, Usman. 2016. Psikologi Konsumen. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada
- [2] Kotler, Philip. 1997. Dasar-Dasar Pemasaran *Principles of Marketing 7e*. Indonesia: PT. Ikrar Mandiriabadi
- [3] Muchlis. 2006. Semantik Produk Pelengkap Busana pada Komunitas Transeksual. Magister Desain – Thesis. Institut Teknologi Bandung