Journal of Innovative and Creativity
Journal Homepage: https://joecy.org/index.php/joecy
e-mail: journaljoecy@gmail.com

Faculty of Education
University of Pahlawan Tuanku Tambusai
ISSN 2775-771X (Online)
ISSN 2962-570X **(Printed)**
(2) 2025, Page: 4314-4329

Hubungan Antara Desain Dan Interaksi Pengguna Pada Gerobak Makanan Telor Gulung

Sekar Karani Putri[1], Ali Ramadhan[2]
[1,2]Program Studi Desain Produk, Universitas Mercu Buana Jakarta
Corresponding Author: Ali Ramadhan, email : ali.ramadhan@mercubuana.ac.id

Published: Juni, 2025

ABSTRAK

Interaksi terjadi karena adanya dua hal yang saling mempengaruhi dan terikat satu sama lain. Dalam hal ini, penggunaan gerobak memiliki interaksi dengan gerobak. Interaksi yang terjadi dapat dikatakan menunjukkan seberapa nyaman penjual (pengguna gerobak) dalam menggunakan gerobak. Hal tersebut dapat dilihat dari aktivitas yang dilakukan di atas gerobak. Gerobak dapat diartikan sebagai alat berupa kotak besar dengan dua, tiga, atau empat roda untuk mengangkut barang (sayur, barang, dan lain sebagainya) yang ditarik atau didorong oleh manusia. Gerobak juga dapat disebut dapur keliling di mana beberapa penjual menggunakan gerobaknya untuk memasak, menyajikan, dan melayani konsumen secara bersamaan. Setiap gerobak makanan memiliki ciri khas yang menjelaskan jenis makanan yang dijual. Hal tersebut dapat dikenali berdasarkan bentuk, warna, dan bunyi yang dibuat penjual gerobak makanan saat berkeliling jalan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif di mana pemaparan data diteliti berdasarkan melihat produk dengan cara mendeskripsikannya dalam bentuk tulisan. Sementara itu, metode analisis yang digunakan adalah metode analisis data model Spradley dengan analisis tema budaya. Dimana pada penelitian ini, hubungan antara keranjang (desain) dan interaksi pengguna merupakan simpulan yang akan ditarik dari keranjang dalam penggunaannya, termasuk aktivitas yang dilakukan oleh penjual. Tentunya dari aktivitas yang disebutkan di atas, terjadi interaksi yang disebut interaksi pengguna produk.

Kata Kunci: Interaksi, Pengguna, Gerobak, Telur Gulung

© The Author(s). 2021 Open Access This article is licensed under a Creative Commons Atibution 4.0 International License, which permits use, sharing, adaptation, distribution and reproduction in any medium or format, as long as you give appropriate credit to the original author(s) and the source, provide a link to the Creative Commons licence, and indicate if changes were made. The images or other third party material in this article are included in the article's Creative Commons licence, unless indicated otherwise in a credit line to the material. To view a copy of this licence, visit http://creativecommons.org/licenses/by/4.0

PENDAHULUAN

Interaksi terjadi karena terdapat dua hal yang saling mempengaruhi yang saling terikat satu sama lain. Seperti halnya, penggunaan gerobak memiliki interaksi kepada gerobaknya (Magara, 2025). Interaksi sendiri tidak hanya terjadi pada penjual dan pembeli, tetapi juga terdapat interaksi antara penjual dengan alat yang digunakannya. Sama seperti halnya *chemistry*, interaksi yang terjadi antara penjual (pengguna) biasanya sudah hadir sejak pertama kali penjual menggunakan alatnya (Muryati, 2023). Karena alat yang digunakan tersebut digunakan sebagai media untuk menjajakan jualannya.

Interaksi yang terjadi bisa dikatakan bahwa seberapa nyaman penjual sebagai pengguna gerobak dalam menggunakan gerobaknya. Bisa dilihat dari aktivitas yang dilakukan pada gerobaknya (Nugraha et al., 2021). Selain itu, interaksi yang tercipta juga dapat dilihat dari bagaimana penjual sebagai pengguna gerobak dapat merawat gerobaknya. Dimulai dari kebersihannya dan keamanannya. Ini berhubungan juga dengan desain gerobaknya karena hal tersebut akan meningkatkan interaksi antara penjual dengan gerobaknya (Ramadhan, 2018).

Setiap produk tentunya dibuat dengan tujuan tertentu yang didasari untuk memudahkan pekerjaan manusia. Dari definisi kata, Penggunaan diketahui sebagai suatu aktivitas memakai sesuatu atau membeli sesuatu berupa barang dan jasa. Pembeli dan pemakai yang dapat disebut pula sebagai konsumen barang dan jasa (Baxter, 2018). Dari arti kata tersebut, maka setiap penggunaan akan terdapat aktivitas yang dilakukan oleh manusia

Dalam penggunaannya, gerobak memiliki kegunaannya masing-masing. Dimana gerobak sebenarnya tidak hanya digunakan sebagai media untuk menjajakan jualannya melainkan bisa digunakan untuk media promosinya juga (Alfian & Muslimah, 2016). Gerobak jika dilihat dari cara menggunakannya, terdapat beberapa jenis yaitu: dengan cara ditarik, didorong, atau dengan alat bantu seperti sepeda. Dilihat dari gerobak yang sudah ada, gerobak sangat berguna pada aktifitas manusia setiap saat. Dimulai dari gerobak pengangkut sampah, gerobak sayur, gerobak pecah belah, gerobak makanan, gerobak belanja dan gerobak lainnya. Gerobak tersebut memiliki kegunaannya sesuai porsi yang dimiliki dan disetiap gerobak tentunya memiliki aktivitas yang berbeda-beda.

Gerobak dapat didefinisikan sebagai sebuah alat yang berupa kotak besar beroda dua, tiga, atau empat untuk mengangkut sesuatu (sayur, barang, dan sebagainya) yang ditarik atau didorong oleh manusia (Ramadhan, 2018). Sedangkan dalam arti lain, gerobak adalah sebuah kendaraan atau alat yang memiliki dua atau empat buah roda yang digunakan sebagai sarana transportasi. Gerobak dapat ditarik oleh hewan seperti kuda, sapi, kambing, zebu atau dapat pula ditarik oleh manusia. Kereta adalah sejenis gerobak dengan empat buah roda untuk transportasi yang lebih berat ditarik oleh sedikitnya dua kuda.

Gerobak makanan adalah media yang banyak digunakan terutama di Indonesia untuk menjual berbagai macam makanan di mulai dari makanan Snack hingga makanan berat seperti nasi goreng, bakso (Pimthong et al., 2024). Gerobak bisa disebut juga sebagai dapur keliling dimana untuk beberapa penjual menggunakan gerobaknya untuk memasak, menyajikan, serta melayani konsumen secara bersamaan (Yung & Nguyen, 2020). Gerobak bisa dijadikan pilihan terbaik untuk media penjualan makanan dikarenakan harganya yang relatif murah. Gerobak makanan sering kali mewakili ide bisnis yang bagus dan menguntungkan. Biaya operasional cukup rendah, dan hanya memerlukan pembelian gerobak makanan, bahan untuk menyiapkan hidangan tertentu. Setiap gerobak makanan memiliki ciri khas yang menjelaskan jenis makanan yang dijajakan. Hal ini bisa dikenali berdasarkan bentuk, warna juga bunyi dari penjual makanan gerobak saat berkeliling di jalan (Anjani et al., 2025).

Kuliner kaki lima kerap menjadi pilihan jajan yang murah dan beragam serta mudah ditemui di sudut kota, hampir setiap hari kuliner kaki lima dapat dicari mulai berjualan dari pagi, siang, hingga malam (Thi Tuyet et al., 2025). Para pedagang tersebut ada yang berjualan menggunakan gerobak baik yang di dorong maupun yang di pikul, dengan menggunakan sepeda, bahkan ada pula yang menambah tenda untuk tempat makan konsumennya. Desain gerobak street food beserta aktivitas perdagangan yang terjadi

didalamnya seharusnya mempertimbangkan aspek ergonomi serta antropometri penggunganya (Pritesh & Jasmin, 2023). Penerapan ilmu ergonomi pada desain gerobak *street food* secara tidak langsung mempengaruhi produktivitas kerja manusia dengan pengelolaan zona kerja pada dapur terbatas di gerobak *street food*.

Setiap gerobak memiliki ciri khasnya, bisa dikenali dengan berbagai bentuk, warna, maupun suara yang berasal dari penjual saat berkeliling (Alfian & Muslimah, 2016). Tentunya setiap gerobak kaki lima memiliki kebutuhannya masing masing-masing serta bentuk yang sesuai dengan makanan yang dijajakan. Begitupun penggunaan material juga disesuaikan dengan kebutuhan pada saat melakukan aktivitas pada gerobak tersebut (Pimthong et al., 2024).

Gerobak menjadi suatu media yang sering digunakan untuk menjual barang atau jasa khususnya makanan. Gerobak makanan juga biasanya memiliki ciri khasnya masing-masing seperti gerobak bakso dengan bunyi khasnya yang berasal dari sendok dan mangkok, kue putu ayu juga memiliki bunyi yang khas (Thi Tuyet et al., 2025).

Dilihat dari beberapa gerobak yang ada di daerah Rawa Buaya, terdapat satu gerobak yang menarik untuk dibahas dimana gerobak tersebut perlu untuk dikaji lebih dalam. Gerobak tersebut adalah gerobak makanan telur gulung dan *cilung*. Gerobak tersebut terlihat kurang dirawat oleh penjual yaitu pengguna gerobak. Dimana gerobak tersebut memiliki desain yang seadanya (Nugraha et al., 2021). Jika dilihat dari sisi konsumen gerobak tersebut seperti tidak terawat dengan baik, terutama kebersihan dan keamanan baik dari penjual maupun pembeli. Sehingga bagi sebagian konsumen menjadi enggan untuk membeli produk yang dijualnya. Pengguna gerobak tidak memperhatikan interaksi antara dirinya dengan gerobak dimana itu menjadi suatu hal yang penting karena dapat mempengaruhi konsumen. Sehingga hal ini perlu untuk dikaji lebih dalam (Nurani et al., 2025).

Batasan Masalah

Penelitian ini bertujuan untuk mencari informasi terkait hubungan antara desain dengan interaksi pengguna pada gerobak makanan telor gulung di daerah Rawa Buaya. Batasan masalah dibatasi hanya hubungan antara desain gerobak dengan pengguna gerobak tentunya dengan pengaruhnya kepada aktifitas penjual (Magara, 2025).

Berikut adalah beberapa pertanyaan yang akan dibahas pada penelitian ini terdiri dari.

Apa faktor yang mempengaruhi interaksi pengguna?

Bagaimana hubungan antara desain dengan interaksi pengguna pada gerobak makanan telor gulung di daerah Rawa Buaya?

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini akan menggunakan metode kualitatif deskriptif yang dimana pada penjelasan data, diteliti berdasarkan melihat produk dengan mendeskripsikan dalam bentuk tulisan (Ramdhan, 2021). Data yang akan dibahas yaitu adalah hubungan antara desain dengan interaksi pengguna pada gerobak telur gulung di daerah Rawa Buaya. Objek yang dijadikan penelitian adalah salah satu gerobak telur gulung di daerah Rawa Buaya.

Penelitian deskriptif kualitatif, deskriptif yaitu suatu rumusan masalah yang memandu penelitian untuk mengeksplorasi atau memotret situasi sosial yang akan diteliti secara menyeluruh, luas dan mendalam (Rukajat, 2018).

Metode Pengumpulan Data

Observasi

Dilakukan pengamatan terhadap produk tersebut secara langsung dengan cara melihat, menyentuh secara langsung (Pakpahan et al., 2022). Observasi juga dilakukan secara menyeluruh dengan cara melihat secara langsung bagaimana interaksi pengguna dengan gerobaknya.

Browsing Internet (data sekunder)

Pengumpulan dengan metode browsing secara virtual mencari data-data pendukung berupa informasi gambar maupun informasi tulisan yang berkaitan dengan produk sejenis tersebut. Situs tersebut berupa website yang berhubungan dengan penelitian ini (Arikunto, 2006).

Studi Pustaka.

Studi pustaka adalah teknik pengumpulan data dengan mengadakan studi penelaah terhadap buku-buku, literatur- literatur, catatan-catatan, dan laporan-laporan yang memiliki hubungan dengan permasalahan yang akan diselesaikan (Subagyo & Ip, 2020).

Wawancara.

Pengumpulan data dengan metode mewawancarai narasumber sebagai sumber informasi dengan cara bertanya terkait pengalaman (Sumartono, 2017) sebagai pengguna gerobak atau bisa juga bertanya kepada konsumen karena disini konsumen juga bisa memberikan pengaruh kepada desain gerobak.

Dokumentasi.

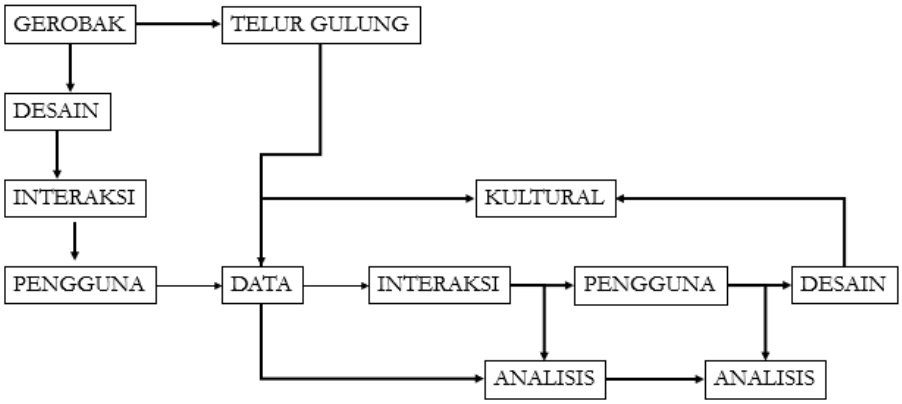
Dokumentasi adalah suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, tulisan angka dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung

penelitian (Mudjiyanto, 2018). Dalam hal ini peneliti akan mengumpulkan dokumen yang terkait dengan permasalahan pada penelitian ini.

Metode Analisis

Metode analisis yang digunakan adalah metode analisis data model Spradley. Menurut Spradley, metode analisis dibagi menjadi empat yaitu: Analisis Domain, Analisis Taksonomi, Analisis Komponensial, Analisis Tema Kultual. Metode yang tepat untuk riset kali ini adalah dengan menggunakan Metode Analisis Tema Kultural (Ramdhan, 2021).

Analisis tema kultural adalah proses untuk menemukan hubungan antar domain untuk ditarik kesimpulannya. Kesimpulan yang diperoleh dibuat dalam bentuk kalimat atau judul yang berkaitan dengan penelitian (Fiantika et al., 2022).



Gambar 1. Skema Metode Analisis

1. Desain dalam metode analisis tema kultural merupakan salah satu domain atau topik utama yang dibahas dalam penelitian ini yang kemudian desain akan dihubungkan dengan domain lain sehingga membentuk sebuah kesimpulan yang utuh (Subagyo & Ip, 2020).
2. Pengguna. Pengguna juga menjadi salah satu domain yang akan diteliti dan kemudian dihubungkan dengan domain lain (desain) sehingga membentuk kesimpulan yang utuh. Pengguna disini yang ditekankan adalah user experience produk dimana berisi mengenai pengalaman pengguna dalam menggunakan produk (Hamzah & Susanti, 2021).
3. Interaksi. Interaksi bisa dikatakan sebuah kesimpulan yang menjembatani hubungan antara sebuah desain dengan penggunanya. Interaksi selalu tercipta dalam sebuah hubungan dua domain. Setiap pengguna memiliki interaksi yang berbeda dengan desain yang lainnya (Hendriyana, 2021).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Gerobak Telur Gulung

Gerobak makanan adalah media yang banyak digunakan terutama di Indonesia untuk menjual berbagai macam makanan di mulai dari makanan ringan hingga makanan berat seperti nasi goreng atau bakso (Ramadhan, 2018). Gerobak bisa disebut juga sebagai dapur keliling dan untuk beberapa penjual menggunakan gerobaknya untuk memasak, menyajikan, serta melayani konsumen secara bersamaan (Pritesh & Jasmin, 2023).



Gambar 2. Gerobak telur gulung

Gerobak makanan telur gulung terlihat kurang dirawat oleh penjual. Dimana gerobak tersebut memiliki desain yang seadanya. Jika dilihat dari sisi konsumen (pembeli) gerobak tersebut seperti tidak terawat dengan baik, terutama kebersihan dan keamanan baik dari penjual maupun pembeli. Sehingga bagi sebagian konsumen menjadi enggan untuk membeli produk yang dijualnya. Pengguna gerobak tidak memperhatikan interaksi antara dirinya dengan gerobak dimana itu menjadi suatu hal yang penting karena dapat mempengaruhi konsumen.

Interaksi Gerobak Telur Gulung

Pemahaman Pengguna

Pemahaman pengguna merupakan seberapaa paham pengguna dalam menggunakan produk yang ada. Sedangkan pemahaman pengguna menjadi sebuah poin penting bahwa pengguna paham bagaimana cara menggunakannya (Yang et al., 2019).

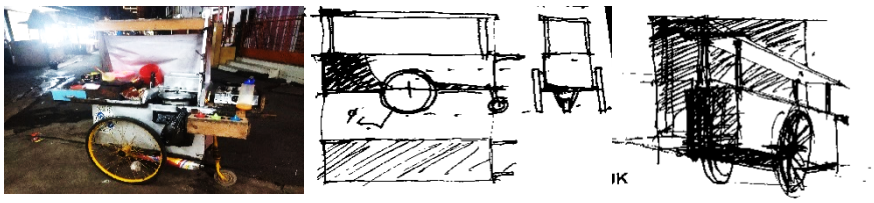


Gambar 3 Pemahaman Pengguna

Diketahui bahwa pengguna sangat memahami desain yang pengguna buat sendiri pada gerobaknya, tetapi desain tersebut terlihat tidak terencana dan asal karena pengguna berdasarkan kebutuhannya.

Proses Desain yang Efektif

Proses mendesain sebuah produk diawali dari penentuan perrmasalahan utama yang ingin dibahas pada produk, bagaimana penyelesaian masalah, teori apa yang dipakai dalam menyelesaikan masalah sehingga permasalahan yang teratasi dapat berjalan dengan efektif (Baxter, 2018).



Gambar 4. Proses Desain

Dalam kasus ini, gerobak tersebut merupakan hasil dari perubahan dan pengembangan gerobak sebelumnya yaitu gerobak makanan pempek, diketahui bahwa kedua gerobak tersebut tentunya memiliki banyak perbedaan dan kebutuhan sehingga ada beberapa hal yang pengguna rombak sehingga terbentuklah gerobak yang saat ini digunakan.

Desain yang dibuat pengguna hanya berdasarkan kebutuhan saja, tanpa memperhatikan estetika dan antropometri. Tetapi dengan begitu, pengguna nyaman menggunakan gerobak buatannya. Karena gerobak merupakan hasil dari merombak sebelumnya, dan dengan bahan seadanya, sehingga terlihat hasilnya bahwa pengguna hanya menggunakan referensi yang pengguna lihat pada gerobak lain (Alfian & Muslimah, 2016).

Kebutuhan

Kebutuhan merupakan hal yang penting dalam membuat sebuah produk. Produk harus memenuhi kebutuhan pengguna dari mulai dari menyiapkan bahan sampai melayani pelanggan. Kebutuhan pada setiap gerobak makanan berbeda. Seperti gerobak nasi goreng dengan gerobak mie ayam, memiliki kebutuhan desain dan tata letaknya masing-masing (Normina, 2014).



Gambar 5. Layout Gerobak

Gerobak telur gulung diketahui telah memenuhi kebutuhan pengguna, karena pengguna membuat gerobak tersebut berdasarkan kebutuhan yang pengguna butuhkan. Tetapi karena kurangnya pengetahuan dalam merancang gerobak, sehingga gerobak yang dibuatnya saat ini kurang dari segi estetika. Hal ini juga menyangkut prinsip pengguna "yang penting bisa dipakai", sehingga hasil gerobaknya pun seadanya. Pengguna terkadang memanfaatkan tata letak yang seadanya juga tanpa memikirkan keefektifan dari tata letak tersebut.

Produk yang dapat dipelajari dan digunakan

Produk yang sudah dibuat tidak hanya memikirkan pemahaman pengguna tetapi juga harus bisa dipelajari dan digunakan. Tentu produk yang dibentuk pasti bisa digunakan meskipun hanya untuk dipandang saja (Hong et al., 2019). Bisa dipelajari berarti semua komponen yang ada dalam produk harus mudah untuk dipelajari oleh pengguna.



Gambar 6. Gerobak dapat digunakan

Diketahui bahwa gerobak telur gulung yang digunakan merupakan hasil dari perubahan gerobak sebelumnya sehingga dalam penggunaannya komponen gerobak mudah untuk dipelajari. Tetapi menurut pengguna desain yang dibuatnya perlu untuk ditinjau kembali dikarenakan saat pengguna membuat gerobaknya hanya memikirkan secara fungsi saja belum secara kekokohan, dan estetika. Pengguna menyadari bahwa masih perlu banyak perubahan pada gerobaknya.

Kesesuaian produk

Produk yang dibuat haruslah efisien dan praktis sehingga memudahkan pengguna dalam menggunakannya. Kemudian bagaimana aspek sosial, ekonomi, budaya yang mempengaruhi pembuatan produk tersebut. Gerobak yang pengguna gunakan memang berdasarkan kebutuhan yang pengguna butuhkan tetapi penyelesaian tersebut belum sepenuhnya menyelesaikan permasalahan yang sudah ada (Miaskiewicz et al., 2019).



Gambar 7. Kesesuaian

Jika ditinjau dari kepraktisannya, tata letak menyiapkan makanan tidak efektif sehingga bisa membuat gerobak menjadi kotor, bahan-bahan masakan yang letaknya terlalu jauh dapat tercecer sehingga gerobak terlihat tidak higenis. Hal ini juga merupakan dampak dari tingkat ekonomi yang terjadi pada pengguna. Pembuatan gerobak ini pun pengguna menggunakan barang-barang yang pengguna temukan saat bekerja (kuli bangunan) di tempat sebelumya. Secara aspek sosial yang pengguna lakukan dengan para pengguna gerobak lainnya, pengguna mendapat referensi bagaimana cara membuat gerobak.

Pengalaman Estetika

Membahas mengenai estetika yang menyangkut visual produk secara keseluruhan. Estettika produk harus dapat menyenangkan dan memuaskan dan bisa diunggulkan secara visual. Produk yang dibuat apakah sudah menggunakan teknologi terbarukan hingga mencapapi suatu perangkat lunak dan perangkat keras (Maharani & Handojo, 2012).



Gambar 8. Estetika Gerobak

Pada kasus ini, pengguna menyadari gerobak yang dibuatnya jauh dari kata bagus secara visual dan pengguna ingin merombak gerobaknya 4322embali jika ekonominya sudah membaik. Estetika yang dilakukan sementara salah satunya penambahan spanduk untuk mempromosikan dagangannya karena sebelumnya hanya mengandalkan stiker yang dipasang pada gerobak.

Kemungkinan Perubahan

Pada bagian ini membahas produk yang disesuaikan dengan kebutuhan atau kekhususan pada orgnisasi tertentu seperti contoh disabilitas yang memiliki batas kebutuhan tertenu. Diketahui bahwa setiap produk memiliki kemungkinan untk dirubah dan berevolusi dalam fungsi yang baru yang bisa saja tejadi secara spontan (Ismawati & Gutur, 2014).



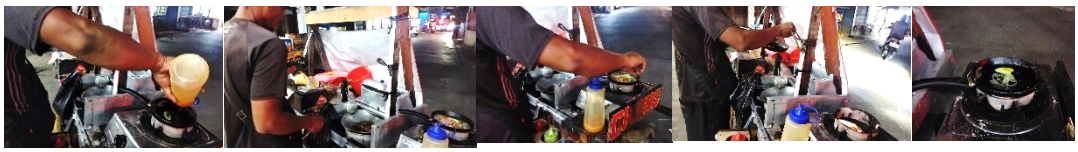
Gambar 9. Kemungkinan Perubahan

Pengguna gerobak dapat dianggap berhasil merombak gerobak lamanya saat menjual makanan menjadi gerobak baru untuk menjual telur gulung. Namun menurut pengguna, gerobaknya akan

membutuhkan rombakan secara keseluruhan dikarenakan gerobak saat ini terlihat tidak tertata sehingga menjadi tidak higenis seperti kelihatannya.

Pengelolaan

Pengelolaan diketahui sebagai suatu proses untuk memberikan pengawasan pada semua hal yang terlibat dalam pelaksanaan kebijaksanaan dan pencapaian tujuan (Miaskiewicz et al., 2019). Dalam artian lain diketahui bahwa pengelolaan merupakan kegiatan merubah sesuatu hingga menjadi baik berat memiliki nilai-nilai yang tinggi dari semula. Pengelolaan dapat juga diartikan sebagai untuk melakukan sesuatu agar lebih sesuai serta cocok dengan kebutuhan sehingga lebih bermanfaat (Yang et al., 2019).



Gambar 10. Proses Memasak

Dalam penggunaannya, untuk unsur pengelolaan gerobak tidak memerlukan sebuah pelatihan khusus untuk menggunakan gerobaknya, tetapi dalam pembuatan makanannya pengguna perlu membutuhkan teknkik kkhusus dalam menggulung telur gulung saat memasak.

Pengguna Gerobak Telur Gulung

Pengalaman

Pengalaman pengguna menjadi bagian penting sebelum membuat sebuah produk. Dimana pengalaman pengguna dalam menggunakan produk bisa menjadi sebuah dorongan atau motivasi untuk menggunakan produk sejenis maupun produk lainnya (Naufal & Persada, 2020). Pengalaman tersebut memberikan sebuah interaksi tersendiri untuk memulai menggunakan produk baru. Atas dasar pengalaman yang dimiliki, tentu membuat seseorang percaya diri untuk menggunakan produk sejenisnya.



Gambar 11. Pengguna Telur Gulung

Pengalaman pengguna dalam mengoperasikan gerobak terjalin sudah sejak 2015. Dimana pada awalnya pengguna merupakan seorang kuli bangunan yang memiliki keinginan untuk berjualan. Berangkat dari keinginannya, pengguna berinisiatif untuk membuat gerobak hanya bermodalkan kayu-kayu bekas

dari bangunan yang sedang dikerjakannya. Melihat adanya peluang dari barang sisa bangunan tersebut, terbentuklah sebuah gerobak makanan yaitu gerobak pempek. Pada awalnya pengguna menjual pempek dengan berkeliling lingkungan sekitar. Namun, seiring berjalannya waktu dan kemudian covid-19 melanda penjualan pempek saat itu sangat turun drastis sehingga memutuskan untuk berganti jualan menjadi jualan telur gulung, dimana menurut beliau telur gulung sedang trend sehingga bisa menaikkan pendapatan pengguna. Dengan barang yang seadanya juga, pengguna mengubah gerobak pempek menjadi gerobak telur gulung yang sekarang.

Setelah beberapa tahun, telur gulung mulai banyak pesaing yang kemudian pengguna berinisiatif untuk berjualan yang lain tetapi tetap menjual telur gulung yaitu menjual bihun telur, dan juga cilung atau aci gulung. Karena kedua makanan tersebut menggunakan bahan yang hampir sama sehingga memudahkannya dalam menyiapkan bahan makanan. Dengan penambahan menu baru tersebut, membuat pengguna berfikir untuk menambah peralat seperti kompor karena kebutuhan tersebut. Oleh karena itu pengguna menambahkan sebuah meja kompor yang seadanya supaya dalam pelayanannya menjadi lebih cepat. Pengalaman yang pengguna punya sebagai pengguna dan membuat gerobak, membuatnya bisa berjualan dan berwirausaha seperti saat ini, bagaimana pengalaman tersebut dapat dikembangkan untuk membuat gerobak yang bisa dipakai untuk berjualan.

Kegunaan dan kepuasan

Kegunaan juga menjadi salah satu yang penting dalam membuat produk, tetapi kegunaan saja tidak cukup untuk menjamin kesuksesan sebuah produk. Kegunaan juga harus bisa menimbulkan kesenangan pada penggunanya. Kegunaan sebuah produk bisa menjadi sebuah solusi untuk memberikan pengalaman yang lebih baik dan jauh menyenangkan (Normina, 2014). Kegunaan produk yang pengguna rasakan tentu sangat berpengaruh pada kesenangan saat menggunakan gerobaknya, dimana kegunaan gerobak tersebut menimbulkan sebuah kepraktisan yang dapat meningkatkan kinerja pengguna dalam menyajikan makanan. Untuk bagian bagian tertentu yang ada pada gerobak memiliki tata letak dan desain yang kurang tepat sehingga itu membuat pengguna kesulitan saat memasak maupun menyajikan makanan.

Hal tersebut mengakibatkan gerobaknya menjadi berantakan karena bahan bahan yang tercecer terlebih lagi pengguna tidak membersihkan hal tersebut diwaktu senggang saat tidak ada pelanggan, akibatnya bahan yang tercecer tersebut pun menempel pada bagian bagian gerobak dan membuat gerobak menjadi tidak higenis (Nugraha et al., 2021). Dan karena hal itu pula, bisa membuat pengguna menjadi tidak senang saat menggunakan gerobaknya. Hal ini tentu akan berdampak kepada hal lainnya. Salah satunya adalah pelanggan yang memikirkan higenis saat membeli makanan.

Kepuasan dapat meningkatkan motivasi pengguna dalam menggunakan gerobak, begitupun kepada pelanggan. Kepuasan pelanggan juga menjadi sebuah hal penting. Jika pelanggan merasa puas

dengan kualitas makanan, penyajian makanan, memasak makanan maka pelanggan memiliki keinginan untuk membeli kembali. Dan itu akan berdampak pada penjualan dan pendapatan.

Pengalaman Pengguna Desain Gerobak Telur Gulung

Secara teori terdapat 3 untuk menafsirkan pengalaman pengguna desain produk yaitu dengan pendekatan pengukuran, pendekatan pragmatis dan pendekatan empatik. Dalam ketiga pendekatan tersebut menyangkut emosional. Dalam kasus ini, pendekatan yang digunakan adalah dengan pendekatan pengukuran (Naufal & Persada, 2020). Pendekatan pengukuran sering digunakan dalam pengembangan dan pengujian yang dibangun diatas gagasan bahwa pengalaman pengguna dapat diukur melalui reaksi emosional. Pendekatannya dilakukan dengan cara diukur, dipahami, dan ditingkatkan. Secara alami tubuh manusia bereaksi terhadap situasi, dan mengalami reaksi ini dalam bentuk emosi (Gusti, A & Margaretha P, 2010).

Emosi dapat terlihat dari ekspresi wajah pengguna dalam menggunakan gerobak. Pengguna menyadari bahwa gerobak yang dipakainya sangat sederhana dan jauh dari kata layak. Pengguna ingin membuat gerobak tersebut seperti gerobak konvensional pada umumnya bahkan material yang digunakan pun berbeda dengan gerobak yang saat ini digunakan. Emosi ini bisa saja menimbulkan motivasi untuk berjualan lebih giat lagi supaya bisa merubah desain gerobaknya yang baru. Tetapi emosi ini jugalah yang mungkin saja membuat pengguna menjadi *insecure* dengan gerobak lainnya.

Pembahasan

Hubungan Antara Gerobak Dengan Pengguna

Dilatar belakangi oleh desain dan pengguna tentunya memiliki hubungan antar keduanya. Pengguna memiliki peran penting terhadap terbentuknya sebuah desain. Pengguna menjadi salah satu tujuan yang harus dicapai dalam mendesain sesuatu salah satunya desain produk (Lee & Kim, 2020). Pengguna bekerja sebagai user yang akan menggunakan produk. Banyak hal yang berkaitan antara pengguna dengan desain. Hubungan tersebut terjalin juga karena adanya sebab akibat dimana Desain yang baik akan memudahkan penggunanya dalam melakukan sesuatu. Sedangkan jika desain buruk tentu produk tersebut menjadi tidak ternilai. Oleh karenanya pengguna menjadi target utama dalam mendesain (Yang et al., 2019).

Gerobak menjadi objek desain yang akan diteliti dan untuk penggunanya adalah seorang penjual makanan telur gulung. Pada data yang sudah dianalisis, terjalin hubungan antara gerobak dengan penjualnya. Gerobak ini digunakan setiap harinya untuk berjualan telur gulung. Gerobak dijadikan pilihan dalam menjajakan jualannya. Gerobak ini juga digunakan penjual untuk memasak makanan yang dijual. Dari aktivitas tersebut, tentunya sudah terlihat hubungan antara keduanya. Tetapi dalam hal ini, gerobak didesain dengan seadanya dan tidak berkonsep sehingga dalam aktifitas yang dilakukan penjual

berdampak pada gerobaknya (Alfian & Muslimah, 2016). Seperti pada kesesuaian layout, tempat adonan yang terlalu jauh bisa menyebabkan adonan tersebut tercecer dan gerobak menjadi berantakan. Dan hal ini juga akan berdampak pada konsumen. Jadi, Hubungan antara gerobak dengan pengguna menjadi tidak baik sehingga hasilnya pun tidak baik

Hubungan Interaksi Dengan Aktivitas Dan Interaksi Pengguna

Interaksi pengguna produk terjadi karena adanya aktivitas yang dilakukan pada sebuah produk. Sehingga tercipta juga hubungan antara interaksi dengan aktivitas yang dilakukan. Aktivitas yang dilakukan akan menghasilkan interaksi yang berbeda juga (Naufal & Persada, 2020).



Gambar 12. Aktivias penjual

Interaksi terjalin antara penjual dengan aktivitas yang dilakukannya yaitu menyiapkan bahan makanan, memasak hingga melayani konsumen secara langsung. Dari aktivitas tersebut dapat dilihat interaksi penjual kepada gerobaknya. Interaksi dari aktivitas yang dilakukan terjadi setiap hari dan terjalin chemistry seperti penempatan-penempatan bahan makanan yang tidak berubah akan memudahkan penjual pada saat memasak makanan karena penjual sudah mengingat dimana letak bahan makanan yang dibutuhkan dan membuatnya percaya diri saat melakukan aktivitas tersebut (Thi Tuyet et al., 2025).

Dalam penggunaan produk, tentunya bersamaan dengan adanya aktivitas yang dilakukan pada sebuah produk. Penggunaan menjadi sebuah poin dimana produk bisa dikatakan sebuah produk. Penggunaan secara konsep tentunya memiliki penggunaannya masing-masing di semua bidang produk bahkan dalam satu bidang seperti gerobak saja memiliki penggunaan yang berbeda (Kaparias et al., 2021).

Gerobak dalam penggunaannya terdapat berbagai aktivitas yang dilakukan penjual. Gerobak ini digunakan mulai dari menyimpan bahan makanan, menyiapkan makanan, memasak makanan, menyajikan makanan, bahkan melayani konsumen secara langsung dilakukan di gerobak ini. Dari aktivitas yang sudah disebutkan tentunya terjalin sebuah interaksi yang disebut interaksi pengguna produk. Interaksi tersebut berbentuk sebuah pemeliharaan secara berkala antara penjual dengan gerobaknya. Dimana pemeliharaan tersebut akan berdampak pada gerobaknya. Dampak yang terjadi jika penjual memelihara gerobaknya dengan baik, maka gerobak tersebut bisa lebih menarik konsumen, dan itu akan berdampak juga pada

kualitas makanan yang dijualnya. Dampak aktivitas ini juga akan menimbulkan interaksi yang baik antara penjual dengan gerobak maupun penjual dengan konsumen. Hal ini mempengaruhi motivasi pada penjual supaya tetap menjaga dan memelihara gerobaknya.

KESIMPULAN

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi interaksi pengguna terhadap gerobak adalah sebagai berikut, yaitu Pengalaman tersebut akan menimbulkan motivasi untuk belajar, memahami dan mengembangkan produk tersebut. Kesesuaian pada kegunaan gerobak berdampak pada kesenangan saat menggunakan produk. Kepuasan saat menggunakan gerobak membuat pengguna lebih baik secara emosional. Karena hal itu juga, dapat meningkatkan penjualan.

Desain gerobak dengan tidak hanya memikirkan kulitas saja tetapi seluruh aspek desain seperti fungsi, estetika, dan kekokohan akan menimbulkan interaksi terhadap pengguna berupa kesenangan yang biasanya diungkapkan dengan emosional. Sedangkan emosional pengguna sangat berpengaruh pada saat pengguna menggunakan gerobaknya(desain). Kedua hal tersebut saling terikat menjadi sebuah perputaran interaksi pada produk. Desain>interaksi>kepuasan>emosional>desain

Dengan dilakukannya perawatan gerobak diharapkan dapat meningkatkan penjual maupun motivasi dalam berdagang. Demikianlah penelitian ini, semoga dapat bermanfaat bagi pembaca. mohon maaf apabila ada kesalahan ejaan dalam penulisan kata dan kalimat yang kurang jelas.

DAFTAR PUSTAKA

Alfian, M. I., & Muslimah, E. (2016). *Redesain Gerobak Martabak Menggunakan Antropometri dan Quality Function Deployment*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Anjani, G., Syauqy, A., Ayustaningwarno, F., Ratna Noer, E., Atmilati Khusna, N., Budi Pratiwi, N., & Masruroh, Z. (2025). Hazards of Food Additives in Primary Schools' Street Foods in Semarang City. *Journal of Nutrition and Food Security*, *10*(2), 236–243.

Arikunto, S. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik,*. Rineka Cipta.
Baxter, M. (2018). *Product design*. CRC press.

Fiantika, F. R., Wasil, M., Jumiyati, S. R. I., Honesti, L., Wahyuni, S. R. I., Mouw, E., & Ambarwati, K. (2022). *Metodologi penelitian kualitatif*. Pustaka Pelajar.

Gusti, A, Y., & Margaretha P, M. (2010). Perilaku Prososial Ditinjau dari Empati dan Kematangan Emosi. *Jurnal Psikologi*, *9*(3), 56-78.

Hamzah, A., & Susanti, M. D. L. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif Kajian Teoretik & Praktik Dilengkapi Desain, Proses, Dan Hasil Penelitian*. CV Literasi Nusantara Abadi.

Hendriyana, H. (2021). *Metodologi Penelitian Penciptaan Karya: Practice-Led Research And Practice-Based Research Seni Rupa, Kriya Dan Desain*. Penerbit ANDI.

Hong, Z., Wang, H., & Gong, Y. (2019). Green product design considering functional-product reference. *International Journal of Production Economics*, *210*, 155–168.

Ismawati, D., & Gutur, H. L. (2014). Analisa Dinamis Pengaruh Perubahan Posisi Sudut Pengendara terhadap Kenyamanan Bersepeda. *Jurnal Teknik IT*, *3*(2), E53-E56.

Kaparias, I., Miah, S., Clegg, S., Gao, Y., Waterson, B., & Milonidis, E. (2021). Measuring the effect of highway design features on cyclist behavior using an instrumented bicycle. *7th International Conference on Models and Technologies for Intelligent Transportation Systems*, 1–6.

Lee, H., & Kim, S. (2020). User-Centered Design in Product Development: A Systematic Review. *International Journal of Design*, *14*(2), 45–60. https://doi.org/https://doi.org/10.1162/ijde_a_00123

Magara, I. (2025). Interaksi Sosial Dan Pembentukan Nilai-Nilai Budaya. In *Mosaik Peradaban: Interaksi Manusia dan Kebudayaan* (pp. 61-). Gita Lentera.

Maharani, N. Y., & Handojo, O. (2012). Eksplorasi struktur dan kombinasi material produk furnitur rotan. *Product Design*, *1*(1), 1–6.

Miaskiewicz, T., Kozar, K., Dopp, A. R., Parisi, K. E., Munson, S. A., & Lyon, A. R. (2019). A glossary of user-centered design strategies for implementation experts. *Translational Behavioral Medicine*, *9*(6), 1057–1064.

Mudjiyanto, B. (2018). Tipe Penelitian Eksploratif Komunikasi. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, *22*(1), 65. https://doi.org/10.31445/jskm.2018.220105

Muryati, T. (2023). Memahami Dinamika: Analisis Literatur tentang Interaksi Antara Variabel Kepuasan Pelanggan Terhadap Retensi Pelanggan. *Prosiding Management Business Innovation Conference (MBIC)*, 104–115.

Naufal, H., & Persada, A. G. (2020). Desain Interaksi Berbasis User Experience Pada Mobile Application: Suatu Tinjauan Literatur. *Prosiding Automata (Ajang Unjuk Tugas Akhir Oleh Mahasiswa Informatika*, 1–5.

Normina, H. (2014). Masyarakat dan Sosialisasi. *Ittihad Jurnal Kopertais Wilayah XI Kalimantan*, *12*(22), 107–115. http://sharenexchange.blogspot.com/2010/02/sosialisasi-masyarakat_8061.

Nugraha, H., Nurhidayah, F., & Angelina, D. (2021). Desain Gerobak Pedagang Keliling pada Masa New Normal Covid-19. *IDEA: Jurnal Desain Produk Industri*, *20*(2), 72–79.

Nurani, G., Zulpadilah, M. S., Syahid, S. M., & Derajat, S. P. (2025). Strategi Pemasaran Konten Untuk Meningkatkan Interaksi Konsumen Di Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Produk GLAD2GLOW. *KRAKATAU: Indonesian of Multidisciplinary Journals*, *3*(1), 104–118.

Pakpahan, M., Amruddin, A., Sihombing, R. M., Siagian, V., Kuswandi, S., Arifin, R., & Aswan, N. (2022). *Metodologi Penelitian.* Yayasan Kita Menulis.

Pimthong, B., Kritsanapha, P., Bejrananda, J., & Van Lo, L. (2024). Design and Development of an Ice Cream Cart by Upcycling Automobile Scraps to Promote Street Food Vendors (StartUp) in Bangkok, Thailand. *Archives of Design Researc*, *37*(1), 103–120.

Pritesh, B., & Jasmin, P. (2023). Study On Ergonomics Factors of Street Food Cart in Ahmedabad City. In *Transformations In Management And Technology* (pp. 156–183). Xplore Research Solutions.

Ramadhan, A. (2018). Representasi Gerobak Sepeda Sebagai Alat Pengangkut Barang Bekas. *Narada : Jurnal Desain Dan Seni*, *5*(2), 37–61.

Ramdhan, M. (2021). *Metode Penelitian*. Cipta Media Nusantara.

Rukajat, A. (2018). *Pendekatan penelitian kuantitatif: quantitative research approach*. Deepublish.

Subagyo, A., & Ip, S. (2020). *Aplikasi metode riset: praktik penelitian kualitatif, kuantitatif & Mix methods*. Inteligensia Media.

Sumartono. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif Seni Rupa & Desain,*. Universitas Trisakti.
Thi Tuyet, T., Do, M. P., & Nguyen, N. (2025). The effect of sensation seeking on intention to consume street food: utilizing the theory of planned behavior. *Cogent Social Sciences*, *11*(1), 2460716.

Yang, B., Liu, Y., Liang, Y., & Tang, M. (2019). Exploiting user experience from online customer reviews for product design. *International Journal of Information Management*, *46*(1), 173–186.

Yung, K., & Nguyen, T. (2020). Managerial ability, product market competition, and firm behavior. *International Review of Economics & Finance*, *70*(1), 102–116.