

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di tengah-tengah ketatnya persaingan tiap bidang dan jenis produksi, para produsen atau perusahaan diharuskan untuk terus berinovasi untuk menjaga kelangsungan hidup perusahaan. Inovasi-inovasi yang dapat dilakukan adalah pengembangan kualitas, perubahan merk, membangun *brand (brand building)*, mengubah kemasan, dan sebagainya. Inovasi tersebut harus disesuaikan dengan kebutuhan perusahaan.

Salah satu cara bersaing yang relatif berbiaya rendah dibandingkan dengan inovasi-inovasi seperti *brand building*, pengembangan kualitas, perubahan merk, adalah dengan berinovasi pada kemasan. Kemasan yang baik, menarik dan berkualitas sangat menentukan kepuasan konsumen. Hal tersebut disebabkan konsumen bersentuhan langsung dengan produk bukan dengan institusi yang menyertainya.

Beberapa penelitian terdahulu yang dilakukan terhadap desain kemasan/desain produk terhadap perilaku pembelian konsumen memiliki hubungan yang erat. Konsumen cenderung membeli produk dengan desain kemasan yang menarik. Desain produk dapat menjadi identitas, pengenalan citra, dan mewakili isi produk dan perusahaan yang memproduksinya. Untuk itu, desain produk harus didesain dan dipilih dengan sangat teliti.

Selain pentingnya desain produk di atas, desain produk yang sudah ada sebaiknya memiliki kemudahan dalam proses produksi. Kemudahan yang dimaksud adalah kemudahan untuk produksi dalam jumlah banyak, termasuk di dalamnya kemudahan mendapatkan material kemasan dan kemudahan perakitan serta penghematan biaya (penekanan biaya).

Penelitian ini berfokus pada produk “Black Soya Powder”. Meneruskan penelitian sebelumnya oleh Aurelia Endorarina (2012) yang meneliti alternatif desain kemasan menggunakan pendekatan konsumen, penelitian ini akan berfokus pada biaya yang dikeluarkan pada tiap alternatif desain dan sudut pandang manajemen produksi.

1.2 Rumusan Masalah

Permasalahan yang akan diteliti adalah:

- Apakah desain kemasan yang disukai konsumen juga memiliki biaya rendah dibanding dengan alternatif desain kemasan yang lain?
- Apakah desain kemasan yang disukai konsumen memiliki waktu rakit lebih cepat daripada alternatif kemasan lainnya?
- Apakah produsen akan memutuskan buat-atau-beli (*make-or-buy*) kemasan “Black Soya Powder”?

1.3 Tujuan dan Kontribusi Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Tujuan yang diharapkan dari penelitian mengenai desain produk “Black Soya Powder”:

- Untuk menganalisis alternatif desain kemasan yang memiliki biaya rendah
- Untuk menganalisis total biaya kemasan dan yang perlu dikeluarkan dalam memproduksi kemasan “Black Soya Powder”
- Mengusulkan dan melaporkan hasil penelitian untuk dikaji dan dipertimbangkan oleh produsen “Black Soya Powder”

1.3.2 Kontribusi Penelitian

- Bagi produsen

Penelitian diharapkan menjadi bahan pertimbangan untuk produksi kemasan. Dan juga sebagai pelaporan hasil penelitian dari sudut pandang manajemen produksi.

- Bagi *civitas akademika*

Penelitian diharapkan mampu menjadi bahan referensi dan pembelajaran dan mungkin selanjutnya dapat membantu penelitian-penelitian lain.

1.4 Lingkup Penelitian

Penelitian yang dilakukan bekerja sama dengan produsen “Black Soya Powder”. Lokasi produksi berada di Kebumen, namun penelitian dilakukan di Yogyakarta berdasarkan data perusahaan.

Batasan-batasan masalah dalam penelitian ini:

- Penelitian dibatasi pada alternatif desain kemasan yang sudah ada, tanpa membuat desain kemasan baru
- Informasi harga bahan baku kemasan menggunakan data tahun 2012 di Daerah Istimewa Yogyakarta

1.5 Kajian Literatur

Packaging and packaging design have become an important factor in marketing diverse “consumer goods” and have a key role in communicating product benefits to the customer (Rundh, 2009). Menurut pernyataan Rundh, kemasan memiliki peran penting dalam mengkomunikasikan keunggulan produk kepada konsumen, maka desain kemasan memiliki peranan penting. Namun dalam manajemen manufaktur, desain kemasan dan identifikasi kebutuhan pelanggan merupakan salah satu bagian dari keseluruhan kesatuan manufaktur. Ulrich dan Eppinger (2001) dalam bukunya menuliskan “kesuksesan ekonomi suatu perusahaan manufaktur tergantung kepada kemampuan untuk mengidentifikasi kebutuhan pelanggan, kemudian secara cepat menciptakan produk yang dapat memenuhi kebutuhan tersebut dengan biaya yang rendah”. Bisa disimpulkan bahwa desain yang memenuhi kebutuhan konsumen dan biaya

rendah ditekankan dalam manajemen manufaktur. Maka perhitungan biaya yang tepat dan sesuai sangat penting dalam perhitungan produksi output.

1.6 Metode Penelitian

1.6.1 Teknik dan Prosedur Pengumpulan Data

Pengumpulan data yang diperlukan bagi penelitian ini dilakukan melalui:

- Data sekunder
Data sekunder didapat dari produsen “Black Soya Powder” tentang keperluan penelitian
- Wawancara (*interview*) dengan pihak produsen
Wawancara dengan pihak produsen akan dilakukan dengan *e-mail* dan wawancara langsung
- Studi literatur

1.6.2 Definisi Operasional Variabel

1. Desain industri

Ulrich dan Eppinger (2001) mengutip dari Perhimpunan Desainer Industri Amerika (IDSA) mendefinisikan desain industri/Industrial Design (ID) sebagai “jasa profesional dalam menciptakan dan mengembangkan konsep dan spesifikasi guna mengoptimalkan fungsi-fungsi, nilai, dan penampilan produk serta sistem untuk mencapai keuntungan yang mutual antara pemakai dengan produsen”

2. Desain produk

Ulrich (2011) dalam salah satu essay menulis:“product design is conceiving and giving form to goods and services that address needs”.

“To me, product design is the whole design line—going from beginning to end when designing and developing products. Doing it a lot and doing it for a whole lot different products, processes, materials, and so on.” – Andre Grasso, Index Industrial Design.

3. Desain untuk Proses Manufaktur (*Design for Manufacturing* (DFM))

Menurut Ulrich dan Eppinger (2001), DFX (*Design For X*) merupakan suatu metode untuk membantu mengaitkan kebutuhan dan spesifikasi dengan isu-isu tertentu yang mereka hadapi. Yang paling umum dari metodologi tersebut adalah DFM (*Design For Manufacturing*) yang menunjukkan kepentingan dengan sifat umum karena langsung menginformasikan biaya-biaya manufaktur.

1.6.3 Metode Analisis Data

Metode DFM digunakan dalam pengolahan data yang didapat. Metode ini terdiri dari 5 langkah (Ulrich dan Eppinger, 2001):

1. Memperkirakan biaya manufaktur
2. Mengurangi biaya komponen
3. Mengurangi biaya perakitan
4. Mengurangi biaya pendukung produksi
5. Mempertimbangkan pengaruh keputusan DFM pada faktor-faktor lainnya.

1.7 Rencana Penulisan

Bab I. Pendahuluan

Pada bab ini akan dibahas mengenai latar belakang penulisan dan pemilihan topik, batasan masalah, metode pengumpulan data, dan sistematika pembahasan

BAB II. Landasan Teori

Bab ini berisi uraian teori-teori manajerial dan teori-teori desain industri, desain kemasan, pengertian tentang studi literatur kemasan, material kemasan, dsb.

BAB III. Metodologi Penelitian

Bagian ini membahas tentang metode penelitian yang akan digunakan oleh penulis dalam mengolah data

BAB IV. Pengolahan Data dan Pembahasan

Bab ini akan menjelaskan tentang profil perusahaan, analisa data dengan metode yang digunakan, dan pembahasan penelitian yang dilakukan.

BAB V. Penutup

Bab ini terdiri dari dua bagian yaitu kesimpulan dan implikasi manajerial. Kesimpulan meringkas seluruh bagian penelitian dan implikasi manajerial berisi tentang usulan-usulan manajerial yang dapat diambil dari hasil penelitian ini.