
Descriptive Analysis on Product Design of PT. Yakult Malaysia (Case Study: STIE Student Sutaatmadja Subang)

Wanti Nurila¹, Kuncorosidi²

¹Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sutaatmadja Subang, Indonesia

²Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sutaatmadja Subang, Indonesia

Email: kuncorosidi.1@gmail.com

INFO ARTIKEL

Histori Artikel :

Tgl. Masuk : 12 Maret 2021

Tgl. Diterima : 29 Maret 2021

Tersedia Online : 24 Januari 2022

Keywords:

Analisis deskriptif, desain produk, aspek desain produk, non probability sampling, purposive sampling

ABSTRACT

Product design is a corporate identity which is a characteristic made by the company or differentiating from other products sold in the market so that it can add value to the product itself. Product design can change significantly depending on the company itself, namely by innovating continuously on product designs made with the aim that the products produced can survive and expand in the market. PT. Yakult is a manufacturing company engaged in the production of fermented milk whose products are known by the wider community, namely Yakult. Yakult has spread in several countries, one of which is PT. Yakult in Malaysia is located in Seremban, Negeri Sembilan and produces yakult for all of Malaysia, as well as for export to neighboring countries. The yakult factory in Malaysia produces two yakult products, namely yakult ace and yakult ace light.

This study was conducted to analyze descriptively about consumer tastes from the community towards the Yakult packaging design produced by the Yakult Company in Malaysia. The method used is descriptive method. The sample selection was carried out using a non-probability sampling technique (purposive sampling) with a total sample of 104 respondents who were calculated using the Slovin formula. The data used is interval data. Statistical methods for testing data and processing data using SPSS 22 for windows and Microsoft excel. In this study, there are aspects that become assessments, namely: 1). Operational aspects, 2). Aspects of reliability, durability, and dependability, 3). Aesthetic aspects, 4). Production aspect, 5). Economic aspects. The results showed that the respondents agreed or gave a positive response to the five aspects of the assessment of the product design of Yakult Ace and Ace Light.

PENDAHULUAN

Desain produk merupakan keputusan kritis awal dalam manajemen operasi. Berbagai produk yang ada di sekitar kita, sebagian besar diantaranya memiliki desain awal sebelum diproduksi dan dipasarkan kepada konsumen (Harsanto Budi 2013:11). Selain itu, Desain produk merupakan hal penting bagi kesuksesan banyak perusahaan. Perusahaan secara berkelanjutan mengeluarkan produk baru ke pasar karena perubahan kebutuhan dan keinginan konsumen (Chase F. R., 2015). Desain produk juga merupakan identitas perusahaan yang merupakan ciri khas yang dibuat perusahaan atau *pembeda* dari produk lain yang dijual dipasaran sehingga dapat menambah nilai produk itu sendiri. Desain produk dapat berubah secara signifikan tergantung dari perusahaan itu sendiri, yaitu dengan melakukan inovasi terus-menerus terhadap desain produk yang dibuat dengan tujuan agar produk yang dihasilkan dapat bertahan dan meluas di pasaran.

PT.Yakult merupakan perusahaan manufaktur yang bergerak dalam bidang produksi susu fermentasi yang produknya dikenal oleh masyarakat luas yaitu yakult. Dalam produksinya sendiri, yakult telah tersebar di beberapa negara, salah satunya yaitu PT. Yakult di Malaysia yang terletak di Seremban, Negeri Sembilan dan menghasilkan yakult untuk seluruh Malaysia, serta untuk ekspor ke negara-negara tetangga. Pabrik yakult di Malaysia menghasilkan dua produk yakult, yaitu yakult ace dan yakult ace light. Yakult Ace sendiri baru diluncurkan pada tahun 2004.

Dalam pengemasannya, yakult dikemas dalam bentuk wadah berupa botol berukuran kecil dengan tujuan untuk memudahkan konsumen dalam mengkonsumsi yakult. Botol yakult ini terbuat dari plastik, yang ringan, aman, mudah didaur ulang. Jenis plastik yang digunakan untuk membuat botol produk

yaitu PS (Polistirena resin). Setiap lima botol (produk yakult) dikemas dalam 1 pack dengan menggunakan plastik jenis polietilen. Selanjutnya dari lima botol tersebut akan di pak lagi menjadi 20 botol. Botol yakult ditutup menggunakan tutup aluminium foil, yang tidak resealable untuk memastikan bahwa produk tersebut dikonsumsi saat membuka. Ini meminimalkan risiko kontaminasi. Produk yakult Malaysia dilengkapi dengan sedotan, hal ini disesuaikan dengan konsumen Malaysia yang lebih menyukai minuman kemasan. Namun perlu diketahui, bahwa botol kemasan yang diproduksi oleh perusahaan yakult di berbagai negara tentu memiliki bentuk yang berbeda.

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis secara deskriptif tentang selera konsumen dari masyarakat terhadap desain kemasan yakult yang di produksi oleh Perusahaan Yakult di Negara Malaysia.

KERANGKA TEORITIS DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Manajemen Operasional

Menurut Barry render (2014:40) manajemen operasi adalah serangkaian kegiatan yang menciptakan nilai dalam bentuk barang dan jasa dengan mengubah input menjadi output.

Menurut Richard (2006:9) menjelaskan bahwa manajemen operasi didefinisikan sebagai desain, operasi, dan perbaikan sistem yang menciptakan dan memberikan produk dan layanan utama perusahaan.

Desain Produk

Menurut Harsanto Budi (2013:11) desain produk adalah rancangan barang atau jasa yang hendak dibuat agar dapat diterima dan memuaskan konsumen sasaran, serta tak mudah ditiru oleh competitor.

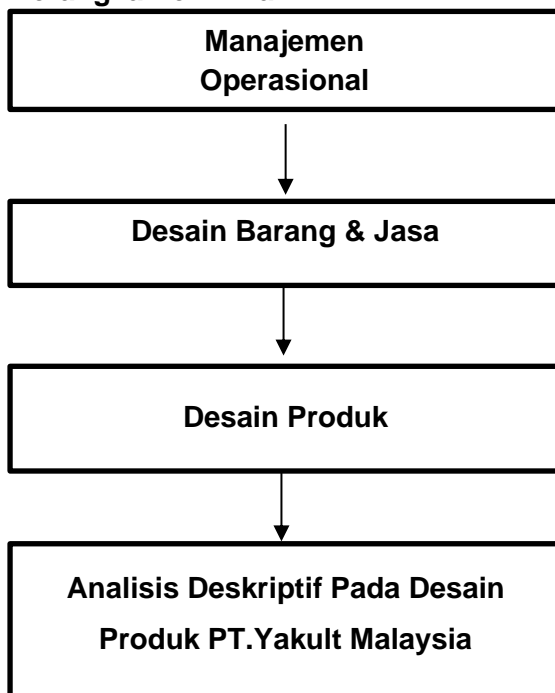
Menurut Siswanto Sutojo (2009:146) Desain produk adalah guna membedakan produk yang dihasilkan perusahaan dengan produk-produk saingan.

Aspek Desain Produk

Menurut Arora Chanda (2004:52) dalam bukunya yang berjudul "*Produksi dan Manajemen Operasi*" menyatakan bahwa terdapat beberapa aspek penting pada desain sebuah produk, mencakup:

1. Aspek operasional
2. Keandalan, daya tahan, dan ketergantungan
3. Aspek estetika (gaya)
4. Aspek produksi
5. Aspek ekonomi

Kerangka Pemikiran



METODOLOGI PENELITIAN

Metode Penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. (Sugiyono, 2014:3). Penelitian yang digunakan bersifat deskriptif. Sugiyono (2014:89) penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variable mandiri, baik satu

atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan variable lain.

Jenis, Sumber, dan Teknik Pengumpulan Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif dan kuantitatif. Data kualitatif adalah data yang dibentuk oleh kalimat, kata, gerak tubuh, ekspresi wajah, baga, gambar, dan foto. Sedangkan data kuantitatif adalah data yang diangkakan/scoring. Data kualitatif didukung oleh data volume penjualan, top brand award, dan juga hasil survey pendahuluan. Sedangkan untuk data kualitatif didukung oleh data dari pertanyaan-pertanyaan kuesioner.

Sumber Data

Sumber pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan

- a) Data primer
- b) Data sekunder.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah:

1. Observasi
Dengan cara mengadakan pengamatan dan pencatatan secara langsung pada objek penelitian untuk mendapatkan data serta informasi yang dibutuhkan dalam penelitian.
2. Penyebaran Angket (Kuesioner)
Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan penyebaran angket atau kuesioner kepada responden yang diharapkan akan mendapatkan jawaban seperti yang diinginkan.
3. Studi Kepustakaan
Teknik pengumpulan data dari buku-buku literatur yang berhubungan dengan topik penelitian.

Populasi dan Sampel

Populasi

Populasi adalah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2014:119). Jumlah populasi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa/i STIE Sutaatmadja Subang.

Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2014:120). Populasi yang dijadikan sampel pada penelitian ini adalah mahasiswa/i peserta KKL STIE Sutaatmadja Subang 2019. Dalam pengambilan jumlah sampel penulis menggunakan Slovin:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan:

- n = ukuran sampel
N = ukuran populasi
e = batas toleransi kesalahan

$$n = \frac{139}{1 + 139 (0,05)^2}$$

$$n = \frac{139}{1 + 139 (0,0025)^2}$$

$$n = \frac{139}{1 + 0,3475}$$

$$n = \frac{139}{1,3475}$$

$$n = 103,153 \text{ (104) responden}$$

Teknik Pemilihan Sampel

Teknik sampling adalah merupakan teknik pengambilan sampel. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian terdapat berbagai teknik

sampling yang di gunakan. Dalam penelitian ini penentuan teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *non-probability Sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2014:125).

Pengambilan sampel dilakukan menggunakan *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2014:126). *Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Kriteria sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- Peserta KKL STIE Sutaatmadja 2019 program studi Akuntansi dan Manajemen.
- Melakukan kunjungan di PT Yakult Malaysia
- Penyebaran kuesioner akan dilakukan setelah kunjungan dari PT. Yakult Malaysia.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Hasil Uji Validitas & Reliabilitas

Tabel

Hasil Uji Validitas Kuesioner Mengenai Aspek Operasional

No	r Hitung	r Tabel	Keterangan
1	0,447	0,192	Valid
2	0,447	0,192	Valid

Sumber: Data SPSS diolah 2019

Tabel

Hasil Uji Validitas Kuesioner Mengenai Aspek Keandalan, Daya Tahan, dan Ketergantungan

No	r Hitung	r Tabel	Keterangan
1	0,395	0,192	Valid
2	0,292	0,192	Valid
3	0,533	0,192	Valid

Sumber: Data SPSS diolah 2019

Tabel
Hasil Uji Validitas Kuesioner Mengenai
Aspek Estetika

No	r Hitung	r Tabel	Keterangan
1	0,552	0,192	Valid
2	0,552	0,192	Valid

Sumber: Data SPSS diolah 2019

Tabel
Hasil Uji Validitas Kuesioner Mengenai
Aspek Produksi

No	r Hitung	r Tabel	Keterangan
1	0,533	0,192	Valid
2	0,580	0,192	Valid
3	0,615	0,192	Valid

Sumber: Data SPSS diolah 2019

Tabel
Hasil Uji Validitas Kuesioner Mengenai
Aspek Ekonomi

No	r Hitung	r Tabel	Keterangan
1	0,483	0,192	Valid
2	0,483	0,192	Valid

Sumber: Data SPSS diolah 2019

Dari hasil tabel-tabel diatas menunjukkan hasil perhitungan uji validitas bahwa semua r hitung > r tabel pada nilai signifikan 5%. Oleh Karena itu, dapat disimpulkan bahwa semua item pada kuesioner penelitian ini dinyatakan valid sehingga dapat digunakan sebagai instrument penelitian.

Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner

Aspek Penelitian	Cronbach's Alpha	Ketentuan	Keterangan
Aspek Operasional	0,618	0,60	Reliabel
Aspek Keandalan, Daya Tahan, dan Ketergantungan	0,603	0,60	Reliabel
Aspek Estetika	0,712	0,60	Reliabel
Aspek Produksi	0,749	0,60	Reliabel
Aspek Ekonomi	0,651	0,60	Reliabel

Sumber: Data SPSS diolah 2019

Hasil yang diperoleh setelah melakukan uji reliabilitas terhadap masing-masing variabel:

1. Hasil uji reliabilitas yang diperoleh dari nilai koefisien kuisioner untuk aspek operasional adalah $0,618 > 0,60$ yang menurut Ghozali (2011:48) dapat dikatakan reliabel.
2. Hasil uji reliabilitas yang diperoleh dari nilai koefisien kuisioner untuk aspek operasional adalah $0,603 > 0,60$ yang menurut Ghozali (2011:48) dapat dikatakan reliabel.
3. Hasil uji reliabilitas yang diperoleh dari nilai koefisien kuisioner untuk aspek operasional adalah $0,712 > 0,60$ yang menurut Ghozali (2011:48) dapat dikatakan reliabel.
4. Hasil uji reliabilitas yang diperoleh dari nilai koefisien kuisioner untuk aspek operasional adalah $0,749 > 0,60$ yang menurut Ghozali (2011:48) dapat dikatakan reliabel.
5. Hasil uji reliabilitas yang diperoleh dari nilai koefisien kuisioner untuk aspek operasional adalah $0,851 > 0,60$ yang menurut Ghozali (2011:48) dapat dikatakan reliabel.

Interpretasi Skor Perhitungan

- Skor Tertinggi
(Skala tertinggi likert x jumlah responden).
- Skor Terendah
(Skala terendah likert x jumlah responden).

Jumlah skala tertinggi untuk item "**Sangat Setuju**" adalah $5 \times 104 = 520$, sedangkan skala terendah untuk item "**Sangat Tidak Setuju**" adalah $1 \times 104 = 104$.

Rumus Interval

$$I = 100 / \text{Jumlah Skor (Likert)}$$

$$\text{Maka } I = 100 / 5$$

$$= 20$$

20 (hasil interval jarak dari terendah 0% hingga tertinggi 100%).

Kriteria Interpretasi Skor Interval

No	Indeks Penilaian	Keterangan
1	0% - 19,99%	Sangat Tidak Baik
2	20% - 39,99%	Tidak Baik
3	40% - 59,99%	Cukup Baik
4	60% - 79,99%	Baik
5	80% - 100%	Sangat Baik

Rumus Indeks %:

$$= \frac{\text{Total Skor}}{Y \times 100}$$

$$= \frac{\text{Total Skor}}{5 \times 100}$$

Aspek	Pernyataan	Total Skor	Keterangan
Operasional	1	88,2%	Sangat Baik
	2	89,6%	Sangat Baik
Keandalan, Daya Tahan, dan Ketergantungan	1	88,6%	Sangat Baik
	2	80,5%	Sangat Baik
	3	87,5%	Sangat Baik
Estetika	1	82,1%	Sangat Baik
	2	86,5%	Sangat Baik
Produksi	1	88,6%	Sangat Baik
	2	82,3%	Sangat Baik
	3	84,6%	Sangat Baik
Ekonomi	1	85%	Sangat Baik
	2	77,3%	Baik

Pembahasan

Survey kuesioner pada penelitian ini dilakukan untuk mengetahui perspektif konsumen Indonesia pada desain prodkt PT. Yakult dengan menggunakan 5 aspek yaitu:

1. Aspek operasional

Pada dimensi aspek operasional responden merasa setuju dengan desain kemasan produk yakult *ace* dan *ace light* dilengkapi sedotan memudahkan konsumen untuk mengkonsumsinya dinilai baik oleh responden. Responden juga setuju dengan desain produk yakult *ace* dan *ace light* berukuran kecil sehingga mudah untuk digenggam dinilai baik oleh responden.

2. Aspek keandalan, daya tahan, dan ketergantungan

Pada dimensi aspek keandalan, daya tahan, dan ketergantungan responden

merasa setuju dengan desain kemasan produk yakult *ace* dan *ace light* yang berukuran kecil sehingga mudah dibawa kemanapun dinilai baik oleh responden. Responden juga setuju dengan desain produk yakult *ace* dan *ace light* tidak mudah pecah dan rusak dinilai baik oleh responden. Responden juga setuju dengan desain produk yakult *ace* dan *ace light* memiliki ciri khas bentuk yang mudah di ingat oleh konsumen dinilai baik oleh responden.

3. Aspek estetika

Pada dimensi aspek estetika responden merasa setuju dengan desain kemasan produk yakult *ace* dan *ace light* memiliki tampilan warna yang menarik dinilai baik oleh responden. Responden juga setuju dengan desain produk yakult *ace* dan *ace light* memiliki bentuk yang unik dinilai baik oleh responden.

4. Aspek produksi

Pada dimensi aspek produksi responden merasa setuju dengan desain kemasan produk yakult *ace* dan *ace light* diproduksi dengan ukuran kecil yang bertujuan untuk di minum dalam satu waktu/tegukan sehingga meminimalisir kontaminasi bakteri dari luar dinilai baik oleh responden. Responden juga setuju dengan desain produk yakult *ace* dan *ace light* menggunakan bahan dasar yang ramah lingkungan /mudah didaur ulang dinilai baik oleh responden. Responden juga setuju dengan desain produk yakult *ace* dan *ace light* dibuat dengan standarisasi yang tinggi dinilai baik oleh responden.

5. Aspek ekonomi

Pada dimensi aspek ekonomi responden merasa setuju dengan desain kemasan produk yakult *ace* dan *ace light* memiliki daya Tarik yang dapat mempengaruhi minat beli

konsumen dinilai baik oleh responden. Responden juga setuju dengan desain produk yakult *ace* dan *ace light* tidak menyebabkan pencemaran lingkungan dinilai baik oleh responden.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil survey kuesioner dan observasi, peneliti menyimpulkan bahwa desain produk PT. Yakult Malaysia dilihat dari 5 aspek mendapat respon yang baik atau dinilai baik oleh konsumen. Untuk aspek operasional mengenai desain kemasan produk yakult dilengkapi sedotan memudahkan konsumen untuk mengkonsumsinya dan desain produk yakult berukuran kecil sehingga mudah untuk digenggam dinilai baik oleh responden.

Untuk aspek keandalan, daya tahan dan ketergantungan mengenai desain kemasan produk yakult yang berukuran kecil sehingga mudah dibawa kemanapun, desain produk yakult tidak mudah pecah dan rusak dan desain produk yakult memiliki ciri khas bentuk yang mudah diingat oleh konsumen dinilai baik oleh responden.

Untuk aspek estetika mengenai desain kemasan produk yakult memiliki tampilan warna yang menarik, desain produk yakult memiliki bentuk yang unik dinilai positif atau baik oleh responden.

Untuk aspek produksi mengenai dengan desain kemasan produk yakult diproduksi dengan ukuran kecil yang bertujuan untuk di minum dalam satu waktu/tegukan sehingga meminimalisir kontaminasi bakteri dari luar disetujui oleh responden. Responden juga setuju dengan desain produk yakult menggunakan bahan dasar yang ramah lingkungan /mudah didaur ulang, selain itu desain produk yakult dibuat dengan standarisasi yang tinggi dinilai baik oleh responden.

Yang terakhir untuk aspek ekonomi mengenai dengan desain kemasan produk

yakult memiliki daya tarik yang dapat mempengaruhi minat beli konsumen disetujui oleh responden, selain itu dengan desain produk yakult tidak menyebabkan pencemaran lingkungan dinilai baik oleh responden.

IMPLIKASI DAN KETERBATASAN

Implikasi

Hasil penelitian ini dapat menambah referensi di perpustakaan STIE Sutaatmadja, juga dapat dijadikan referensi bagi penelitian-penelitian berikutnya yang mengkaji permasalahan yang sama.

Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini telah diusahakan dan dilaksanakan sesuai dengan prosedur ilmiah, namun demikian masih memiliki keterbatasan yaitu:

1. Adanya keterbatasan dalam pengisian angket (kuesioner) yaitu terkadang jawaban yang diberikan responden (sampel) tidak konsisten dikarenakan kurangnya pemahaman terhadap pernyataan dalam kuesioner.
2. Adanya keterbatasan waktu observasi pada objek penelitian, sehingga peneliti kesulitan dalam mendapatkan data dari perusahaan atau objek penelitian.

REFERENCES

Buku:

- Arora, Chanda. 2004. *Produksi dan Manajemen Operasi*. Laxmi Publications.
- Daft, Richard L. 2006. *Management Salemba Empat*, Jakarta.
- Ghozali, Imam. *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 20,00*. Universita Diponegoro, Semarang, 2011.

- Harsanto, Budi. (2013). *Dasar Ilmu Manajemen Operasi*. Bandung: Unpad Press.
- Heizer, Jay & Reinder, Barry. (2014). *Manajemen Operasi Edisi 11*. Jakarta Selatan: Salemba Empat.
- Siswanto Sutojo. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT.Damar Mulia Pustaka.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Jurnal:

- Halim Iswanto. 2015. *Analisis dan Desain Informasi Manufaktur di PT.XYZ*.

- Hariastuti Putu, Lukmandono. *Analisis rancangan Desain Produk Gadukan Guna Meningkatkan Daya Saing Industri Kecil Menengah*.

- Rahardja, dkk. 2018. *Persepsi Mahasiswa Terhadap Berita Pada Website APTISI*.

Website:

- <https://kaltim.tribunnews.com/2017/09/28/alasan-sebenarnya-kenapa-tak-ada-yakult-ukuran-botol-besar>
- https://www.researchgate.net/publication/31934539_Persepsi_Mahasiswa_Terhadap_Berita_Pada_Website_APTISI
- <http://journal.wima.ac.id/index.php/KAM/MA/article/view/755>