

DESAIN PRODUK MELALUI TAHAPAN PENGEMBANGAN PRODUK MARKETABLE

Yusuf Purwanto¹, Muh K Bonesaputra²

¹ Bambang Supeno, ² Sudarmiatin, ³ Universitas Negeri Malang

¹Universitas Negeri Malang, Kota Malang, Indonesia

² Universitas Negeri Malang, Kota Malang, Indonesia

Email: yusuf.purwanto.2104138@students.um.ac.id ¹, muh.k.2104138@studens.um.ac.id ²

*Corresponding author: Bambang Supeno¹, Sudarmiatin²

Abstrak: Product Life Cycle atau siklus hidup produk adalah indikator yang penting untuk merancang guna mengembangkan produk, namun hal tersebut hanya digunakan untuk melihat kemampuan sebuah produk untuk bersaing di pasar secara berkala. Sehingga dalam merencanakan desain produk perlu menggunakan alat atau penggunaan cara yang baik agar terciptanya produk yang berdaya saing serta efektif dan efisien. Tujuan dari pembahasan ini dapat memberikan tambahan nilai terhadap kalangan akademisi dan masyarakat pada umumnya, mengenai tahapan sistematis pada kegiatan perancangan dan pengembangan produk. Dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif melalui studi kasus pada sebuah produk minuman, dengan fokus penelitiannya pada proses pengembangan konsep desain produk. Sumber data didapatkan dari Study literasi dan pengumpulan data menggunakan observasi dan dokumentasi. Dalam pengembangan desain produk kopi kenangan mengeluarkan varian kopi dalam kemasan ukuran 250ml. Dengan menggunakan desain botol yang menarik dan tetap mempertahankan kualitasnya menjadikan kopi kenangan hanya untukmu menjadi salah satu brand kopi yang digemari di pasaran

Kata Kunci: Product Life Cycle; Product Design Planning; Kopi Kenangan

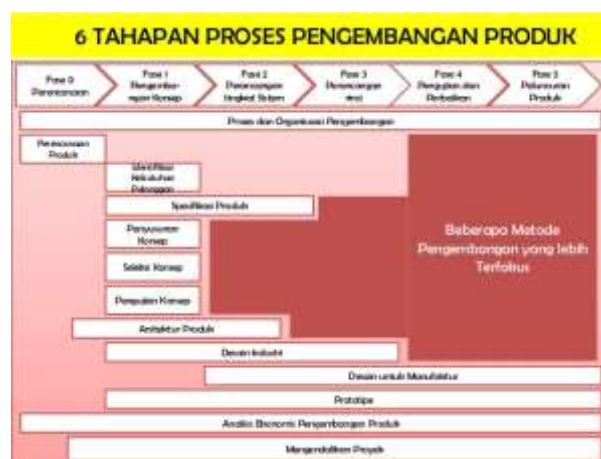
Abstract: Product Life Cycle or product life cycle is an important indicator for designing and developing products, but it is only used to see the ability of a product to compete in the market on a regular basis. So that in planning product design, it is necessary to use tools or use good methods in order to create products that are competitive and effective and efficient. The purpose of this discussion is expected to be able to contribute to academics and society in general, regarding systematic steps in product design and development activities. This research uses a qualitative descriptive method through a case study on a beverage product, with the focus of the research on the process of developing product design concepts. Sources of data obtained from the study of literacy and data collection using observation and documentation. In developing the product design, Memories coffee issued a coffee variant in 250 ml packaging. By using an attractive bottle design and still maintaining its quality, making memorable coffee just for you becomes one of the most popular coffee brands on the market.

Key Word: Product Life Cycle; Product Design Planning; Kopi Kenangan

PENDAHULUAN

Kemajuan dunia usaha saat ini diketahui bahwa diikuti oleh pemenuhan kebutuhan konsumen. Dimana setiap perusahaan ataupun jenis usaha apapun dapat bertahan atau survive dengan menciptakan produk yang dapat memenuhi harapan konsumen (Kartajaya, 1996). Pelaku usaha diwajibkan dapat memenuhi kebutuhan pasar dengan menciptakan dan mengembangkan produk yang berkualitas (Tjiptono, 2013). Terdapat banyak upaya yang bisa dilaksanakan untuk mencukupi kebutuhan pada sasaran kualitas produk adalah dengan memberikan berbagai alternatif produk untuk memenuhi kebutuhan dan permintaan konsumen (pasar). Meningkatnya produk yang dijual melalui sebuah sistem produk barang maupun jasa permasalahan pada disain produk perlu dipertimbangkan untuk ditingkatkan (Erik Sundin, 2009). Selain itu ketika berhadapan secara langsung dengan konsumen (pasar) yang mempunyai pemahaman yang berbeda mengenai sebuah produk maka disain produk dan strategi penetapan harga harus disesuaikan (Zhaofu Hong, 2019). Oleh sebab itu dalam upaya memenuhi harapan konsumen (pasar) serta menghadapi persaingan perlu dilakukannya pengembangan sebuah produk dengan mempertimbangkan disain produk yang dibuat. Sehingga dapat diartikan bahwa dalam proses pemenuhan kebutuhan konsumen (pasar) di dalam situasi bisnis maka pengembangan produk melalui peningkatan disain produk dianggap perlu dikembangkan dan ditingkatkan sehingga dapat memenuhi harapan konsumen (pasar).

Pengembangan disain produk merupakan hal penting dilakukan karena merupakan salah satu cara untuk terus menghidupkan kegiatan usaha. Definisi pengembangan produk yaitu kumpulan aktivitas yang terencana diawali dari analisis tanggapan dan peluang pasar, dilanjtkan dengan tahapan produksi, penjualan dan distribusi produk (Ulrich dan Eppinger, 2001).



Gambar 1 Fase Pengembangan Produk Menurut Ulrich - Eppinger

Fase – Fase atau tahapan tersebut merupakan perpaduan dari beberapa bagian pelaku usaha industri. Dalam bagian tersebut memiliki peran penting untuk memberikan pedoman pada pengembangan produk. Proses yang dijalankan oleh pelaksana pengembangan produk adalah

tahapan yang tersistem pada salah satu tata cara perancangan produk yang banyak dipahami, dengan penggunaan enam fase pengembangan produk yang telah disampaikan sebagai rujukan untuk proses pengembangan produk seperti yang dapat dicermati pada Gambar 1.

Disini peneliti melihat melalui perkembangan yang terjadi pada pengembangan produk dan perancangan pada produk minuman siap minum yaitu kopi kenangan. Kopi Kenangan adalah perusahaan yang bergerak di bidang kopi minuman yang turut meramaikan pasar kopi kekinian di Indonesia. Kopi Kenangan dianggap sukses mengisi ceruk kesenjangan harga antara kopi mahal bertaraf peritel internasional dan kopi instan kemasan yang disajikan di warung-warung kopi (kopikenangan.com). Pamor merek Kopi Kenangan saat ini mengalami kemunduran yang diakibatkan situasi nasional, kebijakan pemerintah serta perkembangan produk yang dinilai belum memuaskan (industri.kontan.id). Padahal Kopi Kenangan adalah peritel kedai kopi yang tidak memakai sistem franchise dengan alasan untuk mempertahankan quality control menjaga kualitas produk sehingga rasanya dapat konsisten (money.kompas.com). Namun hal tersebut dianggap masih kurang karena strategi yang digunakan oleh Kopi Kenangan pada pengembangan dan perancangan produk belum dimaksimalkan. Karena tingginya persaingan pelaku usaha kopi yang membuat konsumen (pasar) masih sulit menentukan pilihan produk sesuai keinginan mereka (Scelly Alvionita C., 2021).

Oleh sebab itu penelitian ini membahas tentang tahapan atau pengembangan dan perancangan disain produk melalui fase pengembangan konsep. Kemudian tujuan pembahasan penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangan pemikiran pada akademisi serta masyarakat umum, tentang langkah atau tahapan yang sistematis pada kegiatan pengembangan dan perancangan produk.

Dalam penelitian ini membahas mengenai tahapan yang digunakan pada salah satu fase pengembangan dan perancangan produk, yaitu pada fase pengembangan konsep. Produk yang dibahas dalam penelitian ini adalah sebuah jenis produk barang konsumsi yaitu minuman kopi kenangan hanya untukmu

KAJIAN LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Enam Tahapan atau Fase Pengembangan Produk

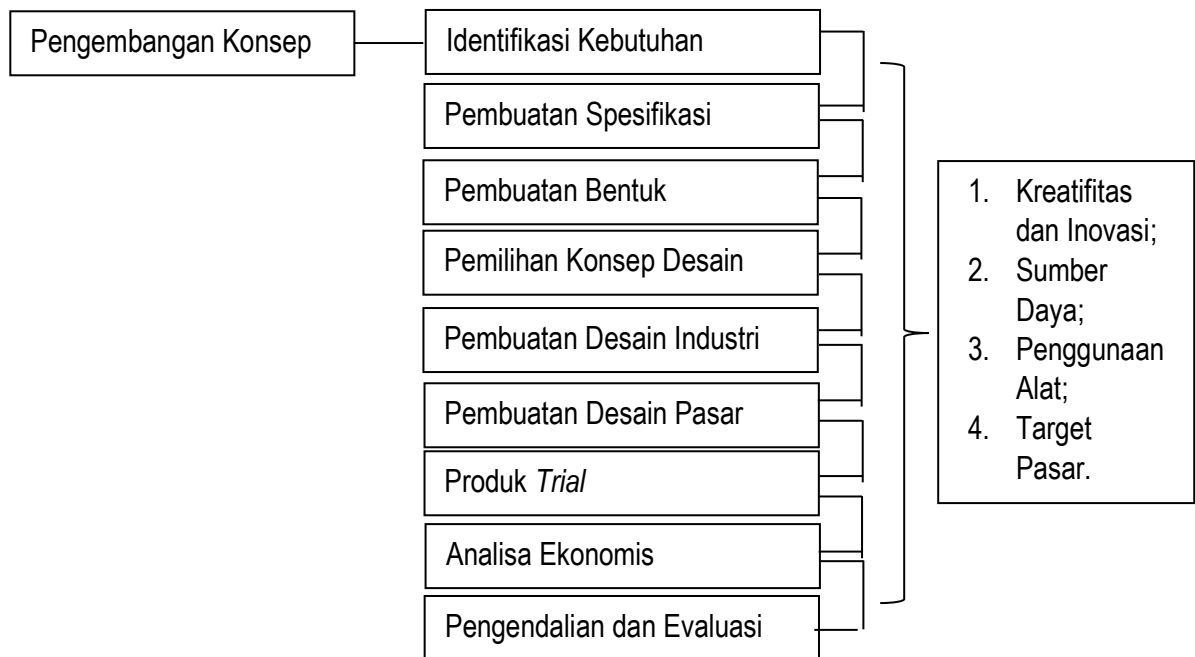
Sebagaimana telah ditunjukkan pada Gambar 1 bahwa proses pengembangan produk terdapat tahapan-tahapan yang dapat dilakukan menurut Ulrich dan Eppinger (2001) yaitu:

1. Zerofase atau dengan kata lain fase nol adalah proses yang dilakukan mendahului program yang akan dilaksanakan yakni Perencanaan produk adalah langkah pertama pada pengembangan produk. Hasilnya adalah tujuan proyek, yang merupakan masukan yang dapat digunakan tahap pengembangan konsep serta petunjuk arah untuk tim pengembangan;
2. Tahap 1 menjalankan pengembangan konsep yang berarti dengan mengumpulkan data konsumen (pasar), menciptakan spesifikasi produk yang dibutuhkan, menyusun konsep, memilah konsep, mencoba konsep, fisik produk, disain produk, uji coba, analisis ekonomis pengembangan produk dan mengendalikan;

3. Tahap 2 mengoperasikan perancangan tingkat sistem adalah Fase ini mengakomodir sistematika produk dan keterangan produk menjadi bagian-bagian terkecil. Hasil yang didapat biasanya melingkupi bentuk produk, uraian fungsional dari tiap bagian terkecil produk, serta circle alur proses pendahuluan sampai proses rakitan akhir;
4. Tahap 3 menjalankan perancangan rinci yakni perancangan secara menyeluruh meliputi proses lengkap dari material, bentuk, dan batas maklum dari semua unsur unik produk dan analisis seluruh unsur standard yang didapatkan dari supplier. Hasil dari tahap ini adalah uraian pengendalian produk: visual sofffile mengenai bentuk setiap komponen dan alatn pembuatan, spesifikasi unsur-unsur yang digunakan, serta rencana langkah untuk produksi masal dan perakitan produk;
5. Tahap 4 melakukan uji coba produk adalah fase atau tingkatan yang menyangkutkan arsitektur dan interupsi dari berbagai versi produksi pertama produk. Barang uji coba pertama (alpha) biasanya dikerjakan dengan menggunakan unsur-unsur mengenai bentuk dan jenis material pada produksi sesungguhnya, namun tidak diperlukan proses produksi masal dengan langkah yang seperti sebelumnya dengan produksi sesungguhnya. Barang uji coba (alpha) diuji untuk melihat apakah akan bekerja secara maksimal sesuai dengan rencana dan apakah produk memeberikan kepuasan;
6. Tahap 5 membuat produksi pertama adalah pelaksanaan sesungguhnya pada tahap produksi nyata. Hasil dari tahap ini adalah untuk meningkatkan kapasitas kemampuan karyawan dalam mencari solusi atas permasalahan mungkin dapat timbul pada produksi masal. Produk produksi pertama biasanya diselaraskan keinginan pelanggan serta mengevaluasi mengetahui kekurangan yang timbul.

Tahapan Pengembangan Konsep

Tahapan ini didasarkan pada identifikasi, ketersediaan konsep produk yang dikembangkan dan evaluasi dengan melihat perkembangan target konsumen (pasar), (Irvan, 2011). Selain itu pembuatan konsep pada fase pengembangan konsep didasarkan pada rancangan alat yang digunakan secara otomatis dari hasil pembentukan menggunakan perbandingan penggunaan alat bantu (Wiraghani, 2017). Pengembangan Desain produk harus menggunakan pemikiran inovatif dan kreatif (Setyabudhi, 2020). Sehingga dari beberapa aspek yang digunakan dalam tahapan atau fase pengembangan konsep dibutuhkan identifikasi, sumber daya, penggunaan alat yang dibutuhkan dan melakukan perbandingan secara mendasar dengan mengedepankan pemikiran yang inovatif dan kreatif serta melihat perkembangan target konsumen (pasar). Hal tersebut dapat dilihat dari gambar penyusunan pengembangan konsep desain produk berikut:



Gambar 2 Kerangka Konseptual

Pengembangan konsep merupakan tahapan yang harus diperhatikan dalam upaya untuk memaksimalkan prinsip efektif dan efisien. Oleh sebab itu dalam proses pengembangan konsep pada sebuah produk untuk menciptakan pengembangan Desain produk perlu memperhatikan 4 hal yang dapat dilihat pada gambar 2 kerangka konsep dalam penelitian ini.

Desain Produk

Desain produk merupakan hal yang perlu dikembangkan melalui pengembangan konsep. Desain produk adalah konsep kerja pada sebuah produk yang berisi tentang aktifitas, komponen dan tujuan produk yang secara spesifik yang dipertimbangkan pada fase pengembangan konsep (Arnette et al., 2014). Pembuatan Desain produk merupakan proses replikasi rancang bangun yang diawali dengan ide dan inovasi yang dapat membangun karya cipta dengan harapan dapat mengisi permintaan konsumen (pasar) dengan adanya proses serta pengembangan informasi dan teknologi (Prasetyowibowo, 2000). Sehingga pada proses pembangunan desain produk melalui fase pengembangan konsep harus mengutamakan pembangunan konsep kerja mengutamakan aktifitas, komponen dan tujuan produk untuk membangun karya cipta yang dapat diterima oleh konsumen (pasar).

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif melalui studi kasus sebuah produk minuman. Maksud dari penelitian ini adalah menggambarkan proses secara realtime, mencari dan memahami lebih mendalam terkait strategi pengembangan Desain produk

melalui pengembangan konsep. Penelitian ini difokuskan pada desain produk melalui pengembangan konsep pada minuman Kopi Kenangan Hanya Untukmu dan proses pengembangan konsep desain produk. Sumber data yang digunakan dengan Study literasi pada outlet Kopi Kenangan. Peneliti menggunakan observasi, dan dokumentasi dalam teknik pengumpulan datanya

HASIL DAN PEMBAHASAN

Identifikasi Kebutuhan

Dalam tahapan pengembangan konsep berikut, suatu langkah pengembangan konsep menyerap banyak koneksi dibandingkan dengan tahapan lain. Sebagaimana Gambar 2 kerangka konseptual dalam pelaksanaan yaitu:

1. Identifikasi Kebutuhan

Sasaran kegiatan untuk memahami keinginan konsumen (pasar) dan menyampaikannya secara efektif pada tim pengembangan. Hasil dari tahapan ini adalah sekumpulan rincian kebutuhan konsumen (pasar) tersusun rapi, diatur dalam daftar secara hierarki, dengan nilai kepentingan pada setiap kebutuhan. Beberapa hal yang digunakan untuk identifikasi tersebut yaitu:

- a. Melihat besaran permintaan konsumen (pasar) agar mampu mengembangkan produk yang dapat digunakan konsumen (pasar);
- b. Mengakomodir harapan pada konsumen (pasar) yang tidak secara serta merta disampaikan;
- c. Mengumpulkan hasil identifikasi dari konsumen (pasar) untuk menyusun langkah selanjutnya yaitu spesifikasi produk.

2. Pembuatan Spesifikasi Produk

Spesifikasi mengartikan tentang dari keinginan konsumen (pasar) menjadi kebutuhan yang terstruktur. Hasil pada tahapan ini adalah suatu daftar susunan target dalam lingkungan konsumen (pasar). Adapun spesifikasi target memiliki proses diantaranya:

- a. Membuat daftar kebutuhan yang telah dimiliki dari hasil identifikasi kebutuhan konsumen (pasar);
- b. Mencari informasi tentang persaingan dalam market place mengenai spesifikasi yang telah dirancang dan dikombinasikan;
- c. Membuat target hasil secara pasti dari daftar kebutuhan yang telah dibuat sebelumnya.

3. Pembuatan Bentuk

Pembuatan bentuk adalah sebuah rancangan atau sketsa dari bentuk produk, proses kerja, dan sketsa. Tujuan utama pembuatan bentuk adalah mencari lebih luas tentang konsep bentuk yang dapat sesuai dengan keinginan konsumen (pasar). Proses pembeuatannya yaitu:

- a. Mendefinisikan masalah dengan membuat matrik fungsional;
- b. Membuat terobosan pada permasalahan secara eksternal;
- c. Membuat terobosan pada permasalahan secara internal;

- d. Pengkombinasian secara sistematis dan terukur untuk mengklasifikasi sesuai spesifikasi dan daftar kebutuhan
4. Pemilihan Konsep Desain

Penilaian Desain merupakan kegiatan dimana berbagai pembuatan bentuk konsep diamati secara terus menerus. Adapun tahapan yang dilakukan yaitu:

 - a. Menjaring konsep dan menyaring konsep dengan memperkecil besaran konsep yang dimiliki sampai dengan mengerucut dan dapat berkembang lebih baik
 - b. Memilih konsep dari hasil penyaring konsep yang telah dipersempit untuk memperoleh konsep yang baik dan dapat diterima oleh konsumen (pasar)
5. Pembuatan Desain Industri

Adalah proses penyiapan alat dan bahan yang akan digunakan sebagai bagian untuk mempersiapkan pembuatan Desain industri atau model pengelolaan dan alur pembuatan yang telah terpilih pada Pemilihan konsep diasain
6. Pembuatan Desain Pasar

Membuat Desain agar memiliki nilai citra tampilan secara spesifik dengan kajian-kajian yang dapat dipilih menyesuaikan konsumen (pasar) sesuai hasil analisis termasuk konsep STP (Segmentasi, Targeting dan Positioning)
7. Produk Trial

Merupakan tahapan apabila produk hasil rumusan langkah dan tahap sebelumnya telah jadi. Tujuan dari tahap ini adalah ujicoba konsumen (pasar) dengan tujuan mendalami potensi pasar untuk menganalisis kelemahan dan kelebihan agar memudahkan pada pengembangan selanjutnya
8. Analisis ekonomis

Membuat hasil analisis dari proses produk trial atau uji coba yang telah diterapkan melalui analisis nilai ekonomis dari produk yang telah diujicoba. Sehingga dapat memberikan sumber daya yang digunakan dan output yang dihasilkan memberikan hasil
9. Pengendalian dan Evaluasi

Setelah proses dan tahap tersebut dilakukan pada proses pengembangan Desain produk sehingga memberikan gambaran yang telah berjalan. Sehingga Desain produk yang diluncurkan dapat dikendalikan secara pasti. Kemudian dapat menerapkan evaluasi yang maksimal dan memperoleh kekuatan dan kelemahan yang dimiliki sebagai upaya untuk memaksimalkan pengembangan Desain produk selanjutnya.

Tahap yang dilakukan dalam pengembangan Desain produk kopi kenangan yaitu:

Pengembangan Konsep	Kreatifitas dan Inovasi	Sumber Daya	Penggunaan Alat	Target Pasar
Identifikasi Kebutuhan	Menemukan citra produk yang lebih diminati oleh penggemar kopi			Target pasar dapat menerima hasil pengembangan Desain produk secara maksimal hasil dari proses yang dilakukan
Pembuatan Spesifikasi Produk	Membuat spesifikasi turunan Desain produk kopi yang marketable	Janis bahan serta daftar yang dimiliki dan mencari sumber baru bila perlu		
Pembuatan Bentuk	Membuat rancangan bentuk yang lebih inovatif			
Pemilihan Konsep Desain	Menentukan konsep Desain yang baru dan fresh			
Pembuatan Desain Industri	Pembuatan Desain Peralatan yang dibutuhkan dan bahan yang lebih berkualitas	Menganalisis alat industri yang digunakan dengan memperhatikan aset dan penambahan aset	Merancang alat yang lebih baru sehingga membuat alat yang lebih efektif dan efisien	
Pembuatan Desain Pasar	Membuat Desain pemenuhan pasar yang baru untuk bersaing di usaha minuman kopi	Hasil analisis STP yang digunakan dengan melihat sumber yang dimiliki pesaing	Penemuan alat baru yang tidak dimiliki pesaing yang sudah ada di pasar	
Produk Trial	Produk yang dibuat diujicoba dengan cara dan gaya baru		Ujicoba dilakukan secara realtime	
Analisis Ekonomis	Menemukan cara pembiayaan baru yang lebih efisien dan efektif	Kemampuan sumber daya untuk membiayai	Apabila alat yang digunakan melebihi pembiayaan	

			perlu dilakukan analisa	
Pengendalian dan Evaluasi	Membuat pengendalian yang lebih bersaing dan dievaluasi melalui keluhan kesah pecinta kopi	Melakukan pengendalian dan evaluasi akibat dari penggunaan sumber daya	Evaluasi hasil penggunaan alat yang maksimal	

KESIMPULAN

Pengembangan desain produk dilakukan harus dilakukan dengan memakai pemikiran kreatif dan inovatif. Dalam fase pengembangan konsep dibutuhkan mengidentifikasi, sumber daya, penggunaan alat yang dibutuhkan dan melakukan perbandingan secara mendasar dengan mengedepankan pemikiran yang inovatif dan kreatif serta melihat perkembangan target konsumen.

Kopi kenangan merupakan perusahaan minuman yang sebelumnya dijual dalam kemasan cup. Dengan melakukan pengembangan desain produk, kopi kenangan mengeluarkan produk (RTD) Ready To Drink dalam kemasan botol. Dengan menggunakan tahap-tahap dalam pengembangan desain produk kopi kenangan mengeluarkan produk mereka dengan tiga varian dalam botol ukuran 250ml. kopi kenangan dalam botol 250ml diberi nama kopi kenangan hanya untukmu. Dengan adanya desain produk kemasan baru dalam botol, kopi kenangan dapat lebih mudah menjangkau pasar dengan maksimal. Dengan mengedepankan kualitas produk dan desain botol yang menarik membuat kopi kenangan menjadi salah satu brand kopi (RTD) Ready To Drink yang paling digemari di pasaran

DAFTAR PUSTAKA

- Brewer, B., & Arnette, A. N. (2017). Design for procurement: What procurement driven design initiatives result in environmental and economic performance improvement?. *Journal of Purchasing and Supply Management*, 23(1), 28-39.
- Asiriwuwa, O., dkk. (2019). Ownerships Structures and Accounting Conservatism among Nigeria Listed Firms. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 331(1). <https://doi.org/10.1088/1755-1315/331/1/012056>. (referensi dari jurnal)
- Chayadi, S. A., Loisa, R., & Sudarto, S. (2021). Strategi Marketing Public Relations Kopi Kenangan dalam Membangun Brand Awareness. *Prologia*, 5(1), 175-183.
- Irvan, M. (2015). Fase Pengembangan Konsep Produk dalam Kegiatan Perancangan dan Pengembangan Produk. *Faktor Exacta*, 4(3), 261-274.
- Setyabudhi, A. L., & Saputra, E. (2020). Analisis Pengembangan Produk Charger Handphone Dengan Menggunakan Metode Quality Function Deployment (Qfd). *Engineering and Technology International Journal*, 2(03), 1-8.

- Sundin, E., Lindahl, M., & Ijomah, W. (2009). Product design for product/service systems: Design experiences from Swedish industry. *Journal of Manufacturing Technology Management*.
- Pitoko, R. (2018). Perusahaan Patungan Krakatau Steel Investasi 300 Juta Dollar AS. Kompas.com. Tersedia di: <https://ekonomi.kompas.com/read/2018/08/08/110500326/perusahaan-patungan-krakatau-steel-investasi-300-juta-dollar-as> [Diakses 8 Agustus 2018]. (referensi dari situs web)
- Prasetyowibowo, B. (2000). *Evaluasi Ergonomis dalam Desain, FTSP-FTI*. ITS. Surabaya.
- Leksono, S. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif dalam bidang Ekonomi*. Jakarta: Penerbit Grafindo. (referensi dari buku)
- Hong, Z., Wang, H., & Gong, Y. (2019). Green product design considering functional-product reference. *International Journal of Production Economics*, 210, 155-168.
- Ulrich, K. T. dan Eppinger, Steven D. 2001. *Perancangan dan Pengembangan Produk*.
- Wiraghani, S. R., & Prasnowo, M. A. (2017). Perancangan dan Pengembangan Produk Alat Potong Sol Sandal. *Teknika: Engineering and Sains Journal*, 1(1), 73-76.
<https://kopikenangan.com/about>. [Diakses 8 Agustus 2018]. (referensi dari situs web)
<http://industri.kontan.id/>. [Diakses 8 Agustus 2018]. (referensi dari situs web)
<https://money.kompas.com/read/2021/12/28/070600126/kopi-kenangan-jadi-unicorn-baru-indonesia-berkat-pendanaan-baru-rp-13-triliun>. [Diakses 8 Agustus 2018]. (referensi dari situs web)