



APPLICATION OF THEORY U IN DESIGNING MOTORCYCLE SHIPPING PACKAGING AT PT POS INDONESIA

PENERAPAN THEORY U DALAM UPAYA MERANCANG KEMASAN PENGIRIMAN SEPEDA MOTOR DI PT POS INDONESIA

Tulus Martua Sihombing¹, Iryanti Adriant², Abdul Hakeem Alfaridzi Dharma Kesuma³

¹ Teknik Industri Universitas Widyatama

^{2,3} Program Studi Manajemen Logistik, Fakultas Logistik Teknologi dan Bisnis, Universitas Logistik dan Bisnis Internasional (ULBI)

E-mail: tulus.martua@widiyatama.ac.id¹, irayanti@ulbi.ac.id², ahakeem1217@gmail.com³

ARTICLE INFO

Correspondent

Tulus Martua Sihombing
tulus.martua@widiyatama.ac.id

Key words:

application of theory u, designing motorcycle shipping packaging, PT POS Indonesia

Website:

<https://idm.or.id/JSER/index.php/JSER>

Page: 336 - 350

ABSTRACT

The process of shipping motorcycles at PT. POS Indonesia often results in damage due to poor handling and inadequate security. Interview results with customers indicate the need for innovative solutions to protect motorcycles from damage during shipping. Using Theory U, an analysis was conducted on the challenges faced, including inadequate packaging and variations in packaging standards. As a solution, PT Pos Indonesia developed additional protectors using 10mm thick EVA foam, which successfully reduced the impact of collisions on motorcycles during shipping. This research highlights the importance of developing effective packaging to improve the quality of motorcycle shipping services.

Copyright © 2024 JSER. All rights reserved.

| INFO ARTIKEL | ABSTRAK |
|---|---|
| <p>Koresponden Tulus Martua Sihombing <i>tulus.martua@widiyatama.ac.id</i></p> <p>Kata kunci: <i>Theory U, merancang kemasan pengiriman sepeda motor, PT Pos Indonesia</i></p> <p>Website: https://idm.or.id/JSER/index.php/JSER</p> <p>Hal: 336 - 350</p> | <p>Proses pengiriman sepeda motor di PT. POS Indonesia sering mengalami kerusakan akibat penanganan yang buruk dan kekurangan keamanan. Hasil wawancara dengan pelanggan menunjukkan kebutuhan akan solusi inovatif untuk melindungi sepeda motor dari kerusakan selama pengiriman. Dengan menggunakan <i>Theory U</i>, dilakukan analisis terhadap kendala yang dihadapi, termasuk kemasan yang tidak memadai dan variasi standar pengemasan. Sebagai solusi, PT Pos Indonesia mengembangkan pelindung tambahan menggunakan busa EVA setebal 10mm, yang berhasil mengurangi dampak benturan pada sepeda motor saat pengiriman. Penelitian ini menunjukkan pentingnya pengembangan kemasan yang efektif untuk meningkatkan kualitas layanan pengiriman sepeda motor.</p> <p style="text-align: right;"><i>Copyright © 2024 JSER. All rights reserved.</i></p> |

PENDAHULUAN

Kendaraan sepeda motor roda dua merupakan kendaraan yang dimiliki oleh sebagian besar penduduk di Indonesia, menurut BPS (Badan Pusat Statistik) pada Tahun 2022 jumlah 126,99 juta unit sepeda motor yang ada di Indonesia. Sepeda motor sebagai moda transportasi yang lebih hemat bahan bakar dan harga yang terjangkau, sehingga masyarakat akan lebih memilih sepeda motor untuk moda transportasi sehari-hari. Termasuk pada saat masyarakat merantau ke luar kota atau bahkan luar pulau untuk kendaraan sehari-hari, oleh karena itu adanya jasa pengiriman sepeda motor antar kota hingga antar pulau. Pengiriman sepeda motor untuk antar pulau sudah pasti dilakukan pengemasan untuk meminimalisir adanya kerusakan yang apabila terjadi selama perjalanan. Kemasan ini juga sangat penting karena selain untuk melindungi sepeda motor, tapi juga menjadi tempat untuk memasang label untuk pengiriman.

Kemasan dalam sebuah produk merupakan sebuah wadah pelindung atau pembungkus dari suatu produk yang dapat meningkatkan nilai dan fungsi dari produk tersebut. Kemasan juga menjadi salah satu faktor utama mengapa konsumen atau pembeli melakukan keputusan untuk membeli produk, hal ini terjadi karena kemasan juga menjadi salah satu penarik perhatian untuk para calon pembeli atau calon konsumen. Mulai dari bentuk atau desain dari kemasan, warna yang menarik dimata, ataupun fungsi dari kemasan itu untuk melindungi produk yang ada didalamnya. Menurut Ambarwati (2016) Desain produk adalah salah satu pertimbangan konsumen dalam proses transaksi, sedangkan menurut Immawati & Rosyid (2018) Desain kemasan merupakan salah satu faktor penting dalam penjualan produk. Jika bentuk dan bahan kemasannya standar, maka elemen grafis pada kemasan bisa menjadi salah satu faktor penentu menarik atau tidaknya suatu

kemasan. Desain kemasan yang baik tidak hanya menarik saat dipajang di rak penjualan, namun juga dapat meyakinkan konsumen untuk membeli.

Kemasan juga sangat mempengaruhi ketahanan atau umur dari produk yang ada didalamnya semisal kemasan makanan ringan yang harus kedap udara agar tidak cepat melempem ataupun basi, atau kemasan dari obat batuk yang biasanya memiliki botol kemasan yang berwarna gelap agar isi dari botol tersebut tidak akan langsung terkena cahaya matahari. Sedangkan kemasan dalam logistik juga memiliki fungsi yang sama, yaitu melindungi atau mewartakan produk agar tidak terjadinya atau meminimalisir kerusakan yang dapat terjadi kepada produk yang ada didalamnya. Selain sebagai pelindung produk, kemasan juga berfungsi sebagai penyampai informasi dan *branding* mengenai isi dari produknya tanpa harus calon konsumen membeli ataupun membuka kemasan dari produk tersebut sehingga calon konsumen tersebut merasa dimudahkan. Berdasarkan penelitian yang dilakukan Nf Mufreni (2016) Produk yang baik adalah produk yang terjaga secara kualitas dari sejak dibuat hingga sampai di tangan konsumen. Kemasan dalam perspektif logistik akan memudahkan proses distribusi mulai dari aktivitas transportasi hingga produk masuk gudang, dan keluar gudang hingga digunakan oleh konsumen akhir.

Kemasan juga dapat menjadi sebuah tolak ukur bagi konsumen terutama pada kemasan logistik. Mulai dari keamanan produk yang akan dilakukan pengiriman hingga produk hingga kecepatan pengiriman untuk sampai ke konsumen akhir. Kepuasan pelanggan adalah sebuah sikap atau perasaan dari seorang pelanggan baik dari pelayanan yang di berikan oleh penjual, maupun produk yang dihasilkan yang kemudian di konsumsi oleh pelanggan tersebut. Seperti yang dijelaskan dalam Mohebbi (2014) Saat ini, sejalan dengan tujuan dasar pengemasan, yaitu untuk menjaga keamanan produk dan memudahkan transportasi, pengemasan dianggap sebagai alat periklanan yang efektif yang akan mendorong penjualan. Menurut Ambarwati (2016) Kepuasan konsumen juga merupakan tujuan dari sosialisasi yang sering diadakan oleh dinas terkait. Kepuasan pelanggan menurut Suroyo (2021) merupakan faktor terpenting dalam menarik konsumen saat ini. Saat ini perusahaan seperti kegiatan logistik juga membutuhkan fitur ini. Oleh karena itu salah satu diantaranya adalah desain kemasan yang menarik sehingga dapat mengundang konsumen (Masayu Endang Apriyanti, 2018). Selain menjadi salah satu faktor utama kepuasan pelanggan juga menjadi sebuah pencapaian bagi sebuah perusahaan untuk produknya. Kepuasan pelanggan juga dapat ditentukan oleh ketepatan waktu ketika paket dikirimkan kepada konsumen. Dikutip dari laman Republika.co.id, *Chief Operating Officer (COO)* dari PaketKu Shanti Galuh mengungkapkan bahwa "Perusahaan logistik bertanggung jawab untuk memastikan kiriman yang dikirimkan diterima secara tepat waktu dan terjaga keamanannya hingga diterima oleh konsumen." Selain ketepatan waktu, keamanan barang ketika pengiriman juga menjadi salah satu faktor untuk nilai dari kepuasan pelanggan terhadap penyedia jasa logistik. Logistik menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) adalah pengadaan, perawatan, distribusi, dan penyediaan (untuk mengganti) perlengkapan, perbekalan dan ketenagaan. Misi logistik di dunia industri dan perdagangan adalah mendapatkan barang yang tepat, pada waktu yang tepat, jumlah kondisi yang tepat, dan biaya yang terjangkau (Sihombing, 2020).

Kemasan selain menjadi faktor pelindung produk dan daya tarik bagi pelanggan, kepuasan pelanggan juga menjadi salah satu dari faktor bagi pelanggan atau konsumen sebelum memutuskan akan membeli dan menggunakan produk tersebut dan menjadi konsumen tetap dari merk tersebut. Menurut Gultom et al (2020) kepuasan pelanggan yang sudah dirasakan akan dapat menyebabkan kepercayaan yang disusul keputusan pembelian kembali dari pelanggan, ketika seorang pelanggan sudah percaya pada produk atau jasa tertentu. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah kualitas pelayanan yang diberikan, kemudahan bagi para pelanggan untuk mendapatkan atau menggunakan produk, dan kualitas atau jasa yang diberikan untuk para pelanggan, hal ini sesuai dengan yang diungkapkan oleh Rangkuti (2002: 30) Bahwa Salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan mengenai kualitas pelayanan. Dan kepuasan pelanggan selain dipengaruhi oleh kualitas pelayanan juga ditentukan kualitas pelayanan, nilai, harga dan faktor-faktor lain yang bersifat pribadi serta yang bersifat situasi sesaat.

Kepuasan pelanggan selain menjadi sebuah tolak ukur bagi seorang calon pelanggan untuk memutuskan menggunakan produk atau jasa, perusahaan juga harus memiliki alat ukur bagi kepuasan pelanggan. Alat ukur kepuasan pelanggan memiliki empat indikator, diantara lainnya adalah; menggunakan sistem keluhan dan saran, menggunakan jasa *ghost shopping*, menganalisis mantan pelanggan, dan survei kepuasan pelanggan (Kotler, 1996). Alat ukur seperti ini akan membantu perusahaan dalam mengukur kepuasan pelanggan agar tetap menjaga dan memberikan terbaik dalam pelayanan, kualitas produk atau jasa yang diberikan, serta kemudahan dalam menjangkau dan menggunakan produk. Pelanggan sudah pasti ingin mendapatkan pelayanan terbaik untuk dapat mengirimkan paket, terutama pengiriman paket hingga keseluruhan pelosok Indonesia. Perusahaan pengiriman atau ekspedisi yang dapat menjangkau hingga seluruh Indonesia adalah PT. Pos Indonesia.

PT. POS Indonesia sebagai salah satu perusahaan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak dibidang layanan pos dan logistik. Sebagai perusahaan yang dimiliki oleh pemerintah, maka PT. POS Indonesia menjaga kepercayaan pelanggan dengan cara menjaga kepercayaan pelanggan yang berasal dari kepuasan pelanggan pada saat pengalaman menggunakan jasa pengiriman baik surat maupun paket dari PT. POS Indonesia. PT Pos Indonesia merupakan perusahaan jasa kurir pertama di Indonesia yang memiliki jaringan luas seluruh Indonesia. Menurut Annisa & Utama dalam Nurlina (2020) Seiring dengan perkembangannya, banyak bermunculan jasa pengiriman lainnya bersaing dengannya. Dibandingkan dengan produk jasa pos dari perusahaan pos lainnya, PT Pos Indonesia adalah produk jasa masih di bawah pesaingnya. Selain menjaga kepuasan pelanggan dari pengalaman PT. POS Indonesia juga menjaga harga dan pengiriman baik paket atau pos yang bersaing dengan perusahaan jasa pos atau logistik lain dan juga cakupan pengiriman. PT. POS Indonesia memiliki pengiriman sepeda motor yang jangkauannya sangat luas di berbagai kota atau kabupaten di seluruh Indonesia. Oleh karena itu PT. POS Indonesia harus menjaga kepuasan pelanggan mulai dari pelayanan yang diberikan kepada konsumen, kecepatan dan ketepatan waktu pada saat pengiriman sepeda motor, hingga keamanan sepeda motor. Pelanggan PT. POS Indonesia ingin menggunakan jasa pengiriman POS ataupun logistik dengan harga yang bersaing dan keamanan yang tinggi untuk

melakukan pengiriman paket dan surat agar produk yang ada didalam paket tersebut hingga diterima oleh konsumen dengan selamat.

Dalam pengiriman sepeda motor yang dilakukan oleh PT. POS Indonesia ini terdapat bahan baku untuk dijadikan kemasan saat pengiriman sepeda motor.

Pada pengiriman sepeda motor yang dilakukan oleh PT. POS Indonesia dibutuhkan 1 (satu) dulung lakban bening, plastik wrapping sepanjang 4 meter, kardus 4 buah, dan karung goni sebanyak 8 buah untuk pengiriman 1 sepeda motor agar perlindungan yang kemasan ini berikan maksimal. Walaupun sepeda motor yang akan dikirim sudah dikemas, akan tetapi masih terjadi kerusakan pada saat handling sepeda motor seperti motor jatuh yang mengakibatkan stang bengkok, tangki penyok, dan sebagainya.

METODE PENELITIAN

Metodologi penelitian ini merupakan cara yang digunakan untuk memecahkan masalah dengan langkah-langkah yang akan ditempuh harus relevan dengan masalah yang telah dirumuskan. Menurut Sugiyono (2018), metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Berdasarkan hal tersebut terdapat empat kata kunci yang perlu diperhatikan yaitu cara ilmiah, data, tujuan dan kegunaan. Cara ilmiah berarti kegiatan penelitian itu didasarkan pada ciri-ciri keilmuan yang rasional, empiris, dan sistematis. Metode penelitian ini dilakukan dengan analisa beberapa tahapan yang meliputi persiapan, desain produk, analisa kebutuhan, dan laporan penulisan. Semua tahapan tersebut merupakan suatu kesatuan proses yang tidak dapat dipisahkan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan kepada *user* atau pelanggan pengiriman sepeda motor yang dilakukan oleh PT. POS Indonesia, selain mengumpulkan data pada pelanggan PT. POS Indonesia dilakukan juga melakukan observasi terhadap proses pengemasan pada pengiriman yang dilakukan oleh PT. POS Indonesia cabang Soreang. Pada tahap ini akan dilakukannya 7 tahapan pada penggunaan metode *theory U*, terdiri dari proses *downloading*, *seeing*, *sensing*, *presencing*, *crystallizing*, *prototyping*, dan *performing*.

1. Downloading

Pada proses *downloading* dilakukan observasi kepada *user* atau pelanggan yang menggunakan jasa pengiriman sepeda motor oleh PT. POS Indonesia. pada proses ini akan dilihat permasalahan dan pengalaman apa saja yang pernah dialami oleh *user* atau pelanggan. Berikut merupakan *observation report* dari pelanggan PT. POS Indonesia:

a. Hasil Pengamatan

Pada 11 Agustus 2023, pukul 1 siang, dilakukan pengamatan proses pengemasan dua sepeda motor Honda CRF 150 jenis trail untuk pengiriman. Proses pengemasan menggunakan berbagai alat seperti kardus, cutter, solatip, plastic wrapping, gunting, spidol, dan karung goni. Sepeda motor tersebut ditujukan untuk alat transportasi di tempat tujuan, salah satunya digunakan untuk bekerja dan yang lainnya untuk mahasiswa. Ukuran sepeda motor

adalah lebar 793mm, tinggi 1.153mm, dan panjang 2.119mm. Proses pengemasan memakan waktu yang tidak pasti karena harus disesuaikan dengan ukuran sepeda motor. Biasanya diperlukan sekitar 4 hingga 5 kardus berukuran sedang yang dipotong untuk menyesuaikan bentuk sepeda motor. Selain itu, selotip bening digunakan untuk merekatkan beberapa bagian body dan rangka sepeda motor. Setelah selesai dikemas, sepeda motor dilapisi dengan plastic wrapping dan ditutup dengan karung goni, kemudian diberi nomor penanda dan nomor resi. Proses pengemasan selesai setelah 2 jam 15 menit.



Gambar 1. Pengemasan Sepeda Motor

b. Interpretasi dan observasi

- 1) Lingkungan kantor POS di Soreang memiliki sedikit komentar, tetapi pengemasan sepeda motor membutuhkan perbaikan. Proses pengemasan tidak memiliki standar dan tidak ada identitas kemasan dari kantor POS.
- 2) Karyawan menggunakan karung goni dan kardus bekas untuk membungkus sepeda motor, menyesuaikan standar pengiriman dengan jumlah karung goni dan orang yang melakukan pengemasan.
- 3) Karyawan yang sibuk melakukan pengemasan, kurangnya pembagian tugas yang baik, dan tidak adanya tempat khusus untuk pengemasan menyebabkan proses menjadi lambat. Alat dan bahan sering kehabisan karena digunakan untuk pengiriman paket dan surat.
- 4) Harga pengemasan terlalu mahal karena tidak termasuk dalam biaya pengiriman, dan alat dan bahan yang digunakan terbatas. Sepeda motor tidak dikirim langsung ke alamat, tetapi pelanggan harus menjemputnya di kantor POS.
- 5) Keamanan sepeda motor saat pengemasan kurang diperhatikan, yang merupakan kunci kepercayaan pelanggan terhadap PT. POS Indonesia.
- 6) PT. POS seharusnya melakukan inovasi untuk melindungi sepeda motor dari benturan, misalnya dengan membuat konsep peredam benturan pada body sepeda motor.
- 7) Pelindung untuk body sepeda motor sebaiknya berbentuk yang dapat melindungi bagian yang menyiku.

- 8) Bentuk optimal untuk melindungi sudut menyiku body sepeda motor adalah kubus dan segitiga. Ini akan memberikan perlindungan yang baik.

c. Masalah yang ditemukan

Dari pengamatan dapat diketahui beberapa masalah yaitu:

- 1) Tidak adanya satu tempat khusus untuk pengemasan sepeda motor
- 2) Tidak adanya standar yang pasti akan pengemasan sepeda motor. Standar disesuaikan dengan siapa yang membungkus sepeda motor.
- 3) Bahan yang di gunakan untuk pengemasan sepeda motor menggunakan bahan seadanya seperti karung goni bekas yang digunakan untuk mengirim paket yang tipis dan kardus.
- 4) Tidak adanya perlindungan ekstra untuk melindungi motor dari benturan yang mungkin saja terjadi pada saat pengiriman.
- 5) Tidak adanya inovasi kemasan terutama untuk melindungi sepeda motor yang dikirim dari benturan, padahal PT. POS Indonesia memiliki kelebihan pada jangkauan pengiriman ke seluruh Indonesia.
- 6) Harga untuk proses pengemasan tidak termasuk dengan ongkos kirim sepeda motor
- 7) Waktu pengemasan di sesuaikan dengan pegawai atau karyawan yang sedang tidak sibuk.

2. Seeing

Pada tahapan *seeing* dilakukannya wawancara terhadap pelanggan dari pengiriman sepeda motor oleh PT. POS Indonesia. berikut adalah hasil wawancara yang peneliti lakukan:

Wawancara dilakukan pukul 16.00 WIB hingga 16.20 WIB, tanggal 12 Agustus 2023 di café Tekozy Jalan Bengawan. Narasumber merupakan salah satu mahasiswa di salah satu universitas di kota Bandung. Pewawancara menjelaskan hasil dari wawancara ini digunakan untuk memenuhi data untuk tugas akhir yang berjudul "PENERAPAN THEORY U DALAM UPAYA MERANCANG KEMASAN PENGIRIMAN MOTOR DI PT POS INDONESIA".

- 1) Apa pendapat saudara/saudari mengenai pengiriman sepeda motor oleh PT. POS Indonesia?

Pengiriman yang diadakan PT. POS Indonesia cukup bisa diandalkan terutama pengiriman pos yang dapat menjangkau seluruh bagian Indonesia, akan tetapi terdapat satu insiden yang membuat saya agak kecewa. Ketika saya mengirimkan motor saya ke Bandung, motor saya stang dan spion yang sudah dicopot mengalami kerusakan. Stang motor saya bengkok dan spion saya pecah. Saya menyadari hal tersebut ketika sudah mengendarainya dan saya tidak ingin memperpanjang malasnya.

- 2) Bagaimana pengalaman saudara/saudari selama menggunakan pelayanan pengiriman sepeda motor oleh PT. POS Indonesia?

Mungkin dari pengalaman yang saya alami pelayanan yang diberikan sudah cukup, akan tetapi dari segi pengemasan masih kurang melindungi sepeda motor saya

- 3) Apakah pernah menggunakan jasa pengiriman selain PT. POS Indonesia?

Untuk pengiriman selain sepeda motor saya sering mengirim menggunakan jasa selain dari PT. POS Indonesia, akan tetapi untuk pengiriman sepeda motor saya lebih percaya kepada PT. POS Indonesia.

- 4) Apa pendapat saudara/saudari mengenai jasa lain tersebut?
Untuk pengiriman tentu dibeberepa sektor PT. POS Indonesia kalah jauh, seperti kerjasama dengan E-commerce seperti tokoijo dan lainnya, akan tetapi untuk jangkauan pengiriman tentu saja PT. POS Indonesia sangat diunggulkan.
- 5) Apa saja kelebihan pelayanan PT. POS Indonesia?
Tentu saja jangkauan pengirimannya, kesaudara/saudaridian sebagai BUMN tentu saja akan memiliki SOP dan kinerja yang maksimal untuk pelanggan
- 6) Apa saja kekurangan pelayanan tersebut PT. POS Indonesia?
Perlindungan pada saat saya mengirimkan motor dan juga saudara/saudaringkin pada saat handling pengiriman motor saya terjadi kecerobohan pegawai sehingga terjatuh dan mengakibatkan stang motor saya bengkok
- 7) Apakah harga pengiriman sesuai dengan apa yang didapatkan?
Menurut saya dengan harga tersebut PT. POS Indonesia dapat mengungguli pesaingnya dengan cara memberikan perlindungan lebih baik dari para pesaingnya.
- 8) Apakah harga yang ditawarkan oleh PT POS sudah termasuk biaya packing?
Belum, masih terkena biaya sebesar Rp.200.000
- 9) Apa yang membuatsaudara/saudari tetap menggunakan jasa dari PT. POS Indonesia?
Sebenarnya untuk pengiriman paket saya jarang untuk menggunakan jasa dari jasa dari PT. POS Indonesia, tapi untuk jasa pengiriman sepeda motor berhubung saya bukan orang asli Bandung yang terdekat dan dapat mengirimkan sepeda motor hanyalah PT. POS Indonesia maka dari itu saya setia menggunakan jasa dari PT. POS Indonesia
- 10) Apakah pengemasan yang dilakukan oleh PT. POS Indonesia sudah baik?
Menurut saya sebenarnya sih masih kurang karena sangat kurang melindungi dari benturan dan hanya melindungi body dari baret menggunakan kardus, plastic wrapping, dan karung goni walaupun pada saat saya mengirimkan motor masih terdapat lem yang menempel di-body sepeda motor. Kardus yang digunakan pada saat saya mengirimkan sepeda motor juga tergolong tipis sehingga menurut saya sangat kurang melindungi sepeda motor
- 11) Menurut saudara/saudari apakah diperlukannya inovasi terhadap kemasan yang telah digunakan oleh PT. POS Inonesia?
Sangat diperlukan terutama untuk menjaga sepeda motor dari benturan saat terjatuh, saya sangat berharap PT. POS Indonesia dapat melakukan inovasi yang baik untuk hal ini.
- 12) Menurut saudara/saudari selain inovasi apa yang perlu di lakukan PT. Pos Indonesia?
Menurut saya sungguh disayangkan PT. POS Indonesia memiliki potensi lebih terhadap bidang pengiriman baik logistik maupun lainnya, akan tetapi pandangan masyarakat terhadap perusahaan ini belum sepenuhnya percaya. Jadi menurut saya perusahaan ini harus meningkatkan kepercayaan masyarakat untuk kembali menggunakan jasa PT. POS Indonesia.

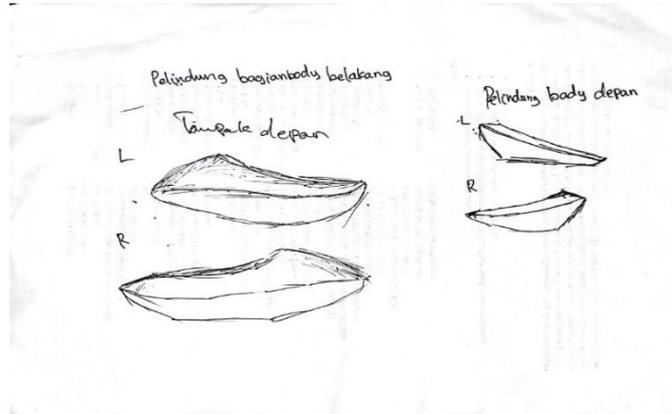
3. Crystallizing

Berikut adalah teknik SCAMPER (Substitute, Combine, Adapt, Modify, Put to Another Use, Eliminate, Reverse) untuk brainstorming:

Tabel 1. Tabel SCAMPER

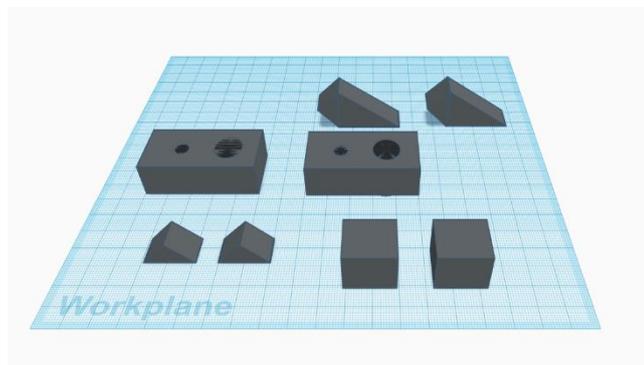
| | |
|---|---|
| <p>ADAPT: Menyesuaikan desain untuk dapat digunakan dalam beberapa fungsi lainnya Pertanyaan: Aspek desain seperti apa yang dapat diadopsi untuk menghasilkan beberapa fungsi lainnya?</p> | |
| Perkembangan | Keuntungan |
| <p>Desain yang digunakan harus bisa digunakan kepada beberapa jenis sepeda motor, maka dari itu bentuk bentuk dari pelindung ini dapat melindungi bagian siku dari berbagai macam <i>body</i> sepeda motor. Melapisi bagian stang dan bagian siku-siku sepeda motor agar tidak mengalami kerusakan saat terbentur baik pada <i>body</i> sepeda motor ataupun spion. Babhan yang digunakan adalah busa ati atau eva, yang di tempelkan setebal 4 lapis dan gi bentuk sesuai dengan desain yang akan dibuat. Hal ini dibuat agar dapat meredam benturan dengan baik. Busa yang telah di bentuk juga akan di tempelkan pada lapisan pelindung atau kardus yang melapisi sepeda motor ketiksa dikemas.</p> <p>Bahan dasar yang digunakan yang menggunakan busa eva atau ati ini diadaptasi dari alas untuk akuarium, selain karena daya tahannya yang baik, bahan ini juga dapat menahan benturan dengan baik busa eva pada jurnal Mansur P. Siregar, (2017) menyatakan bahwa busa EVA dapat menahan gaya gunting yang terjadi.</p> | <p>Dapat digunakan ke berbagai jenis sepeda motor baik motor <i>sport</i> hingga skuter <i>matic</i> dan dapat meredam ketika motor terjatuh akan melindungi sepeda motor dari benturan ataupun gesekan</p> |
| <p>MODIFY: Modifikasi, cari lebih detail, atau perkecil elemen desainnya Pertanyaan: Bagaimana jika ada modifikasi salah satu bagian? Bagaimana cara membuat produk lebih besar dan lebih kuat? Bagaimana cara membuat produk lebih sederhana?</p> | |
| Perkembangan | Keuntungan |
| <p>Setiap jenis sepeda motor seperti motor <i>matic</i> atau motor <i>sport</i> akan memiliki bentuk yang sama dengan bahan yang sama juga sehingga pelindung ini akan lebih <i>universal</i> untuk semua sepeda motor. Pada jarak antara master rem dan stang kebanyakan sepeda motor memiliki jarak yang kurang lebih sama sehingga penggunaan pelindung stang ini dapat digunakan ke semua motor karena lubang yang dibuat juga di lubangi dengan cukup fleksibel agar dapat masuk ke berbagai jenis motor, pada jurnal Prihaningrum & Ciptandi (2019) busa eva yang biasanya gunakan untuk salah satu bahan dasat sepatu karena memiliki daya tahan dan fleksibilitas yang tinggi, dimodifikasi agar dapat dijadikan sebagai kemasan pelindung pada penelitian ini.</p> | <p>Memaksimalkan perlindungan ke setiap jenis motor tanpa harus membuat cetakan baru agar lebih efektif.</p> |
| <p>ELIMINATE : Eliminasi atau memperkaya beberapa bagian desain Pertanyaan: Bagian mana yang bisa dihilangkan? Bagian mana yang bisa dikembangkan atau ditingkatkan?</p> | |
| Perkembangan | Keuntungan |
| <p>Mengurangi penggunaan kardus pada beberapa bagian terutama bagian <i>body</i> sepeda motor yang memiliki banyak siku dan bagian <i>body</i> yang rata, karena telah memiliki pelindung yang terbuat dari busa eva atau ati ini dan akan mengurangi penggunaan kardus berlebih pada bagian bagian tertentu dari <i>body</i> sepeda motor tersebut.</p> | <p>Dapat mengurangi penggunaan dus berlebih dan dapat mengurangi limbah dus ketika selesai dilakukannya pengiriman sepeda motor tersebut</p> |

Konsep Awal



Gambar 2. Konsep Awal Pelindung *Body* Sepeda Motor

Konsep Baru



Gambar 3. Konsep 3 Dimensi Pelindung *Body* Sepeda Motor

4. *Performing*

Pada proses *performing* dilakukan uji coba terhadap konsep yang telah dicetak untuk mengetahui apakah pada konsep yang telah dicetak tersebut dapat melindungi sepeda motor dari benturan pada saat terjatuh atau tidak. Peneliti melakukan simulasi pengemasan sepeda motor berikut adalah proses penemasannya:

Tampak belakang



Gambar 3. Tampak Belakang Ketika Proses Penerapan

Tampak depan



Gambar 4. Tampak Depan ketika Penerapan Konsep

Peneliti melakukan pengujian dengan cara menjatuhkan sepeda motor ke arah kiri dan kanan. Berikut merupakan pengujian yang dilakukan kearah kiri:



Gambar 5. Proses uji coba kearah kiri

Berikut saat pengujian kearah kanan sepeda motor:



Gambar 5. Proses Pengujian ke Arah Kanan

Dari uji coba di atas saat terjatuh pelindung *body* ini bekerja dengan baik dan dapat melindungi sepeda motor dari benturan yang terjadi pada saat sepeda motor terjatuh.

Analisis

1. Analisis Theory U

Pada proses wawancara dengan pelanggan PT. POS Indonesia selama pengiriman sepeda motor, PT. POS Indonesia tidak memberikan penjelasan atau pendampingan selama proses pengemasan. Hal ini penting agar pelanggan dapat memahami langkah-langkah yang dilakukan selama pengemasan dan mencegah terjadinya kesalahpahaman antara penyedia jasa dan pelanggan. Keamanan pengiriman sepeda motor oleh PT. POS Indonesia saat ini hanya terbatas pada penggunaan plastic wrapping, potongan dus, dan karung goni oranye milik PT. POS Indonesia. Saat bertransaksi untuk pengiriman sepeda motor, petugas di bagian teller tidak memberikan informasi atau penjelasan mengenai jenis kemasan yang digunakan, bahan pelindung yang dipakai untuk melindungi bagian tertentu yang rentan atau mudah rusak. Bagian teller seharusnya memiliki pemahaman yang baik tentang proses pengiriman sepeda motor dan dapat memberikan penjelasan mengenai kekurangan dan kelebihan dari jasa yang diberikan oleh perusahaan. Kurangnya informasi ini seringkali membuat pelanggan menyalahkan PT. POS ketika sepeda motor yang dikirim mengalami kerusakan, mengakibatkan penurunan kepercayaan konsumen terhadap PT. POS Indonesia.

Inovasi yang diusulkan oleh peneliti adalah membuat Standar Operasional Prosedur (SOP) sebelum pembayaran. Pelanggan akan ditanya apakah mereka ingin menyaksikan proses pengemasan atau tidak. Selanjutnya, pelanggan akan diberikan gambaran atau katalog yang berisi informasi tentang bahan yang digunakan, jenis pelindung yang dipakai, ketebalan pelindung, gambaran tentang ketahanan kemasan terhadap jatuh, benturan, paparan sinar matahari, dan kontak dengan air. Informasi lebih rinci dapat ditemukan di dalam katalog, di mana untuk meredam dampak saat sepeda motor terjatuh, bahan pelindung yang digunakan terbuat dari busa EVA atau busa setebal 10mm yang ditumpuk menjadi 4 lapisan. Bentuknya juga disesuaikan untuk dapat dipasang pada berbagai jenis sepeda motor.

Dengan penjelasan yang lebih jelas mengenai keamanan selama pengiriman, pelanggan dapat memperoleh informasi yang lebih lengkap dan akan lebih cenderung menggunakan jasa pengiriman dari perusahaan tersebut.

2. Analisis Inovasi

Konklusi untuk tabel 4.1 PRD di atas menunjukkan hasil tertinggi terdapat pada kemasan yang kurang efektif melindungi sepeda motor dari benturan, dengan nilai akhir 7,6. Nilai ini diperoleh melalui hasil wawancara dan role play, menggunakan skala 1-10. Nilai kemungkinan untuk membuat solusi inovatif sebesar 6, nilai layak untuk dibuat solusi sebesar 9, nilai dampak dari masalah tersebut sebesar 8, dan solusi layak untuk dikomersialkan sebesar 7. Dari poin-poin tersebut, dapat disimpulkan bahwa kemasan yang kurang melindungi sepeda motor dari benturan memerlukan alternatif solusi untuk mencegah kerusakan selama proses pengiriman.

Dari analisis tersebut, terlihat bahwa pelanggan menginginkan perlindungan lebih terhadap kiriman sepeda motor mereka, hal ini dilakukan agar sepeda motor dapat sampai ke tujuan dengan selamat. Berdasarkan hasil brainstorming menggunakan teknik SCAMPER (Substitute, Combine, Adapt, Modify, Put to Another Use, Eliminate, Reverse) pada konsep 3 dimensi dalam tabel 4.1, dan setelah diuji coba oleh peneliti, pelindung yang telah dicetak dapat melindungi sepeda motor dengan baik dan meredam benturan saat sepeda motor terjatuh. Dengan inovasi ini, pelanggan akan mendapatkan perlindungan yang lebih baik saat pengiriman sepeda motor oleh PT. POS Indonesia.

SIMPULAN

Berikut adalah kesimpulan penelitian tersebut:

1. Proses pengiriman sepeda motor di PT. POS Indonesia mengalami beberapa kerusakan akibat penanganan yang buruk pada saat pengiriman dan juga keamanan yang kurang memadai. Dalam hal ini sepeda motor dikirim menggunakan jasa pengiriman PT. POS Indonesia mengalami kerusakan seperti stang bengkok, spion pecah, dan lainnya.

Hasil wawancara dengan beberapa pelanggan pengguna PT. POS Indonesia menggunakan PRD (Dokumen Persyaratan Produk) sebagai berikut: nilai akhir 7,6. Nilai tersebut diperoleh dari hasil wawancara dan role play, dengan skala penilaian 1-10. Nilai kemungkinan terciptanya solusi inovatif adalah 6, nilai kelayakan untuk terciptanya solusi adalah 9, nilai dampak permasalahan adalah 8, dan solusi layak untuk komersialisasi adalah 7.

Dari poin-poin tersebut dapat disimpulkan bahwa kemasan yang digunakan tidak melindungi sepeda motor dari benturan. Oleh karena itu diperlukan solusi alternatif yang dapat menghindari terjadinya benturan yang dapat merusak sepeda motor pada saat proses pengiriman.

2. Penggunaan Theory U dapat disimpulkan bahwa terdapat beberapa kendala yang sering dikeluhkan oleh pelanggan akibat kemasan sepeda motor. Kemasan tersebut tidak mampu melindungi motor dari guncangan selama proses pengiriman. Melalui wawancara, ternyata penyebabnya adalah kemasan yang digunakan pada saat pengiriman tidak memiliki standar yang jelas. PT Pos Indonesia hanya menggunakan karung goni sebagai pembungkus sepeda motor dan kardus sebagai peredam untuk menghindari benturan saat pengiriman. Dengan jenis kemasan tersebut, sepeda motor dapat mengalami kerusakan selama proses pengiriman. Kemasan tersebut dapat melindungi sepeda motor dari hujan dan debu, tetapi tidak dapat melindungi dari benturan.

Selain itu, ketidakterersediaan petugas khusus untuk melakukan pengemasan menyebabkan variasi standar pengemasan pada setiap pengiriman. Masalah ini tidak hanya terkait dengan jenis kemasan, tetapi juga pada aspek layanan informasi. Petugas loket tidak mampu menjelaskan atau memberikan saran yang memadai kepada pelanggan saat melakukan pengiriman sepeda motor.

Sebagai solusi inovatif, PT Pos Indonesia menghasilkan pengiriman yang lebih baik melalui inovasi pelindung tambahan yang terbuat dari busa EVA atau ati setebal 10mm, yang ditempelkan sebanyak 4 lapis. Pelindung ini dirancang untuk berbagai bagian sepeda motor, termasuk pelindung stang, pelindung

body belakang, pelindung body depan, dan pelindung dek bawah. Setelah uji coba dengan metode menjatuhkan, peneliti menyimpulkan bahwa pelindung body ini efektif dalam meredam benturan saat sepeda motor terjatuh.

DAFTAR PUSTAKA

- Ambarwati, D. (2016). Analisis Kepuasan Konsumen terhadap Desain Kemasan, Kualitas Rasa dan Merk Dagang pada Produk Makanan Minuman Kota Kediri. *Jmk*, 1(3), 206–222.
- Gultom, D. K., Arif, M., & Muhammad Fahmi. (2020). Determinasi Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepercayaan Dedek. *MANEGGGIO: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 3(2), 273–282. <http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/MANEGGIO>
- Immawati, S. A., & Rosyid, R. (2018). *The Product Packaging Design And Advertisement Attraction On Brand Awareness And Its Impact On Repurchasing Teh Botol Sosro Among Young Children At Tangerang City*. *IJEED International Journal Of Entrepreneurship And Business Development* EISSN 2597-4785 PISSN 2597-4750, 2(1), 145–159. <https://jurnal.narotama.ac.id/index.php/ijeed/article/view/691>
- Kotler, P. (1996). *Manajemen Pemasaran: Marketing Management* 9e. PT. Prenhallindo.
- Kotler, P., & Keller. (2007). *Manajemen Pemasaran* (12th ed.). PT. Indeks.
- Lovelock, C., & Wirtz, J. (2011). *Pemasaran Jasa* (Jilid 2). Elangga.
- Mansur P. Siregar, D. (2017). Edisi Cetak Jurnal Dinamis , Juni 2017 (ISSN : 0216-7492) Edisi Cetak Jurnal Dinamis , Juni 2017 (ISSN : 0216-7492). 2, 36–46.
- Masayu Endang Apriyanti. (2018). PENTINGNYA KEMASAN TERHADAP PENJUALAN PRODUK PERUSAHAAN. *Energies*, 6(1), 1–8. <http://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1120700020921110%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.reuma.2018.06.001%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.arth.2018.03.044%0Ahttps://reader.elsevier.com/reader/sd/pii/S1063458420300078?token=C039B8B13922A2079230DC9AF11A333E295FCD8>
- Mohebbi, B. (2014). The art of packaging: An investigation into the role of color in packaging, marketing, and branding. *International Journal of Organizational Leadership*, 3(2), 92–102. <https://doi.org/10.33844/ijol.2014.60248>
- Nf Mufreni, A. (2016). Pengaruh Desain Produk, Bentuk Kemasan Dan Bahan Kemasan terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Teh Hijau Serbuk Tocha). *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 2(2), 48–54. <http://jurnal.unsil.ac.id/index.php/jem>
- Nurlina, I., Astuti, S. P., & Wiyono, A. S. (2020). *Expedition Service Product Development Strategy with Quality Function Deployment Method*. *Buletin Pos Dan Telekomunikasi*, 18(2), 171. <https://doi.org/10.17933/bpostel.2020.180207>
- Prihaningrum, V. B., & Ciptandi, D. F. (2019). *Processing of Footwear Industrial Waste EVA (Ethylene Vinyl Acetate) Sponge into Fashion Accessories Product Application*. *E-Prociding of Art and Design*, 6(2), 2119–2134.

- Rangkuti, F. (2002). *Measuring Customer Satisfactio*. PT. Gramedia Pusaka Tama.
- Sambodo Rio Sasongko. (2021). Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(1), 104-114. <https://doi.org/10.31933/jimt.v3i1.707>
- Scharmer, O. (2009). *Theory U (First Edit)*. Berrett-Koehler Publishers, Inc.
- Serrat, O. (2017). *Knowledge Solutions (1st ed.)*. Springer Singapore. <https://doi.org/https://doi.org/10.1007/978-981-10-0983-9>
- Sihombing, T. M. (2020). Analisis Simulasi Perancangan Sistem Proses Bisnis. 6(Juli), 125-132.
- Sihombing, T. M., Fernanda, R. S., & Adriant, I. (2023). Perencanaan Pemilihan Bahan Kemasan Sekuder Tabung Oksigen 1m3 Pt. Indah Logistik Cargo Cabang Cikarang. 1(1), 82-92.
- Sugiyono. (2018). *Metode penelitian kuantitatif (1st ed.)*. Alfabeta.
- Suroyo. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Logistik Pada Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(10), 1-208.
- Widiati, A. (2020). Peranan Kemasan (Packaging) Dalam Meningkatkan Pemasaran Produk Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkm) Di "Mas Pack" Terminal Kemasan Pontianak. *JAAKFE UNTAN (Jurnal Audit Dan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Tanjungpura)*, 8(2), 67-76. <https://doi.org/10.26418/jaakfe.v8i2.40670>
- Zeithaml, V., & Bitner, M. J. (2003). *Service Marketing*. McGraw Hill Inc.