

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Desain Produk

2.1.1.1 Definisi Desain Produk

Desain produk menurut Armstrong (2016:254) adalah konsep yang lebih besar dari gaya, gaya hanya menggambarkan penampilan produk gaya bisa menarik dan membosankan. Gaya yang sensasional bisa menarik perhatian dan menghasilkan estetika yang indah, tetapi gaya tersebut tidak benar-benar membuat kinerja produk menjadi lebih baik, tidak hanya sekedar kulit luar, desain adalah jantung produk. Menurut Sachari (2015:7), mengemukakan bahwa desain produk adalah upaya manusia memberdayakan diri melalui benda ciptaannya untuk menjalani kehidupan yang lebih aman dan sejahtera.

Menurut Budi Harsanto (2017:135), mengemukakan bahwa desain produk adalah rancangan barang atau jasa yang hendak dibuat agar dapat diterima dan memuaskan konsumen sasaran, serta tak mudah ditiru oleh kompetitor. Menurut Gitosudarmo (2014:192), desain produk adalah atribut yang sangat penting untuk mempengaruhi konsumen, agar konsumen tertarik kemudian membelinya. Desain yang baik akan menghasilkan gaya (*style*) yang menarik, kinerja yang baik, kemudahan dan kemurahan biaya penggunaan produk serta kesederhanaan dan keekonomisan produksi dan distribusi.

Menurut Rosnani (2014:233), desain produk adalah sebagai salah satu aktivitas luas dari inovasi desain dan teknologi yang digagaskan, dibuat, dipertukarkan (melalui transaksi jual beli) dan fungsional.

Dari pendapat ahli yang dijelaskan sebelumnya, dapat kita ambil kesimpulan bahwa desain produk merupakan suatu proses dengan beberapa langkah dalam merancang gaya dan fungsi produk secara sederhana dan ekonomis untuk dibuat sehingga produk yang dihasilkan menarik serta dapat memberi kepuasan kepada konsumen.

2.1.1.2 Fungsi Desain Produk

Setiap produk yang di hasilkan tentu mempunyai kegunaan dan fungsi yang berbeda-beda. Hal ini tergantung kepada keperluan produk tersebut dibuat, fungsi desain produk yaitu sebagai berikut:

1. Memberikan quality control
2. Meningkatkan penjualan suatu produk
3. Berpengaruh pada perkembangan bisnis

Menurut Harold (2015:53) mengemukakan bahwa fungsi desain produk adalah semua pekerjaan yang dipilih untuk mengatur manufaktur produk dengan cara-cara paling ekonomis dan sesuai peraturan dan keselamatan kerja.

Di lihat dari kenyataanya pada umumnya, konsumen dalam membeli barang terlebih dahulu melihat dari tampilannya menarik baik dari bentuk, warna, ukuran, maupun bahan pembuatan, dan harga barang dapat sesuai dengan harapan konsumen dalam permintaan barang akan meningkat. Maka pada kenyataanya, fungsi desain produk disini adalah sebagai alat untuk menarik perhatian konsumen

terhadap produk yang ditawarkan yaitu dengan tujuan untuk mempengaruhi dan meningkatkan proses pembelian konsumen.

Adapun mengenai tampilan barang yang disebutkan diatas (bentuk, ukuran, dan warna). Menurut Ahyari Agus (2014:241) berpendapat bahwa:

1. Bentuk

Bentuk harus diperhatikan khususnya mengenai unsur estetika (seni) meliputi keindahan bentuk ini harus disesuaikan dengan fungsi dan keselamatan dari produk.

2. Ukuran

Untuk memperoleh hasil yang memuaskan terutama dalam fungsi produk yang akan dibuatnya, terlebih dahulu harus merencanakan ukuran yang seimbang dari bagian produk.

3. Warna

Komposisi warna harus dinamis, warna yang digunakan harus berbeda dengan produk lain.

2.1.1.3 Maksud dan Tujuan Desain Produk

Desain produk mempunyai maksud dan tujuan yaitu untuk membantu perusahaan dalam menciptakan, mengembangkan produk baru untuk menjamin hasil produksi yang sesuai dengan keinginan pelanggan disatu pihak maupun dipihak lain yang menyesuaikan kemampuan perusahaan tanpa mengesampingkan kualitas yang dihasilkan. Kelangsungan hidup perusahaan tergantung pada peranan penelitian dan pengembangan produk yang dilaksanakan.

Menurut Asdjuredja Lili dan Permana (2015:54) mengemukakan maksud dan tujuan dari desain produk sebagai berikut:

1. Memperbaiki produk yang sudah ada.
2. Mengurangi biaya produksi melalui perbaikan produksi dan operasi.
3. Menganalisa produk pesaing.
4. Memanfaatkan sisa bahan, sampah produksi bila mungkin untuk membuat produk sampingan.
5. Pengendalian kualitas yang lebih baik atas bahan yang dibeli.
6. Mengembangkan produk baru.
7. Mengembangkan kegunaan baru dari produk yang telah ada pada saat ini.

Menurut Kotler yang dikutip oleh Satria Adhi Wicaksono (2015:20) mengemukakan sebagai berikut:

1. Untuk menghasilkan produk yang berkualitas tinggi dan mempunyai nilai jual yang tinggi.
2. Untuk menghasilkan produk yang trend pada masanya.
3. Untuk membuat produk seekonomis mungkin dalam penggunaan bahan baku dan biaya-biaya tanpa mengurangi nilai produk tersebut.

2.1.1.4 Tahapan-Tahapan Desain Produk

Konsep produk dikembangkan dari sumber yang bervariasi berasal dari dalam maupun dari luar perusahaan. Konsep yang dapat lolos pada tahapan desain produk yaitu berproses melalui berbagai tahap dengan pengkajian terus menerus sebagai umpan balik dan evaluasi dalam lingkungan sangat partisipatif untuk meminimumkan kegagalan.

Menurut Asdjudiredja, Lili dan Permana (2015:58) mengemukakan tahap-tahap kegiatan desain produk sebagai berikut:

1. Mencari gagasan
2. Seleksi produksi
3. Desain produk pendahuluan
4. Pengujian pasar
5. Desain akhir

Sedangkan menurut Heizer (2015:141), mengemukakan tahap-tahap dari kegiatan desain produk sebagai berikut:

1. Penciptaan Ide

Penciptaan ide ini dapat muncul dari berbagai personil dan berbagai cara. Misalnya: Perusahaan dapat membentuk tim ahli mendesain model baru, atau perusahaan dapat mencari informasi dari orang-orang, kelompok gugus kendali mutu, ataupun dari hasil survei di luar perusahaan. Informasi yang diperoleh melalui para konsumen atau ide ini dapat berasal dari situasi yang muncul seketika, kemudian dianalisis dan dikembangkan. Terciptanya ide baru ini dapat melalui:

- a. Pelanggan, dapat diperoleh dari hasil survei, kotak saran, atau diskusi.
- b. Ilmuan, melalui riset, laboratorium.
- c. Pemilik, para pemimpin Perusahaan.
- d. Pegawai.

2. Penyaringan Ide

Ide yang sudah terkumpul merupakan suatu *brain storming* (sumber saran) biasanya belum matang, dalam hal ini perlu disaring mana yang mungkin dikembangkan dan mana yang tidak. Dalam menyaring ide ini perlu daya prediksi yang lebih tinggi ada ide yang dibuang akan memiliki prospek yang sangat menguntungkan dikemudian hari.

3. Pengembangan dan Pengujian Konsep

Setelah ide disaring dilakukan eksperimen kemudian model produk baru diperlihatkan kepada konsumen terhadap produk baru tersebut.

4. Pengembangan Strategi Pemasaran

Dalam hal ini perusahaan mulai merencanakan strategi pemasaran produk baru dengan memilih segmentasi pasar tertentu beserta teknik promosi yang digunakan.

5. Analisis Usaha

Dilakukan dengan memperkirakan jumlah penjualan dibanding dengan pembelian bahan baku, biaya produksi dan perkiraan laba.

6. Pengembangan Produk

Dalam hal ini gagasan produk yang masih dalam rencana dikirim ke bagian produksi untuk dibuat, diberi merek, diberi kemasan yang menarik.

7. Market Testing

Produk baru dipasarkan ke daerah segmen yang telah direncanakan, disini akan diperoleh informasi yang sangat berharga tentang keadaan barang penyalur, permintaan potensial dan sebagainya.

8. Produksi

Setelah perencanaan matang, dilaksanakan dan di uji maka akhirnya dibuat produksi besar-besaran yang membutuhkan modal investasi yang cukup besar. Produk baru dipasar yang akan menjalani proses kehidupan sebagai suatu produk baru sampai kepada tahap proses adopsi oleh pihak konsumen yang dapat menimbulkan kepuasan bagi konsumen dan mendatangkan keuntungan bagi produsen.

2.1.1.5 Indikator Desain Produk

Menurut Harold (2015:254) menjelaskan adanya beberapa indikator desain produk, yaitu sebagai berikut:

1. Ciri-Ciri

Ciri-ciri merupakan karak teristik yang mendukung fungsi dasar produk. Ciri-ciri produk adalah alat kompetitif untuk produk perusahaan yang terdiferensiasi. Beberapa perusahaan sangat inovatif dalam penambahan ciri-ciri baru keproduknya. Salah satu faktor kunci keberhasilan perusahaan Jepang yaitu mereka secara terus menerus meningkatkan ciri-ciri tertentu pada produk seperti mobil, arloji, dll. Pengenalan ciri-ciri baru dinilai merupakan satu dari cara yang sangat efektif dalam persaingan.

2. Kinerja

Kinerja mengacu kepada tingkat karakteristik utama produk pada saat beroperasi. Pembeli produk-produk mahal biasanya membandingkan kinerja (prestasi) dari merek-merek yang berbeda. Pembeli biasanya rela

membayar lebih untuk kinerja yang lebih baik sepanjang lebihnya harga tidak melebihi nilai yang dirasakan.

3. Mutu Kesesuaian

Penyesuaian adalah tingkat dimana desain produk dan karakteristik operasinya mendekati standar sasaran. Mutu kesesuaian merupakan tingkat kesesuaian dan pemenuhan semua unit yang diproduksi terhadap spesifikasi sasaran yang dijanjikan. Hal ini disebut konformansi karena spesifikasinya.

4. Tahan Lama (*Durability*)

Daya tahan merupakan ukuran waktu operasi yang diharapkan dari suatu produk tertentu.

5. Tahan Uji (*Reliability*)

Reabilitas merupakan ukuran kemungkinan bahwa suatu produk tidak akan berfungsi salah atau rusak dalam suatu periode waktu tertentu. Pembeli rela membayar lebih untuk produk dengan reputasi reliabilitas yang lebih tinggi. Mereka ingin menghindari biaya karena kerusakan dan waktu untuk reparasi.

6. Kemudahan Perbaikan (*Repairability*)

Kemudahan perbaikan merupakan suatu ukuran kemudahan perbaikan suatu produk yang mengalami kegagalan fungsi atau kerusakan-kerusakan. Kemudahan perbaikan ideal akan ada jika pemakai dapat memperbaiki produk tersebut dengan biaya murah atau tanpa biaya dan tanpa memakan waktu terlalu lama.

7. Model (*Style*)

Model menggambarkan seberapa jauh suatu produk tampak dan berkenan bagi konsumen. Model memberi keunggulan ciri khas produk yang sulit untuk ditiru.

2.1.2 Desain Proses

2.1.2.1 Definisi Desain Proses

Menurut Mitra Bestari (2014:39), desain proses adalah cara atau metode bagaimana sumber daya yang ada diubah untuk memperoleh hasil.

Desain proses yaitu proses menseleksi input, aliran kerja dan metode untuk memproduksi barang dan jasa, seleksi input meliputi pemilihan sumber daya manusia, bahan mentah, alat yang masuk dalam proses operasi sejalan dengan strategi organisasi dan kemampuan untuk mendapatkan sumber-sumber daya manusia (Sukanto, 2016:13).

Menurut Haming dan Nurnajamuddin (2015:300), desain proses produk dan jasa merupakan suatu kegiatan yang senantiasa berlangsung secara lintas departemen dan fungsional, menekankan adanya interaksi masukan atau pikiran, koordinasi, dan tindakan dari fungsi pemasaran, rekayasa industrial, produksi, sumber daya manusia, dan hukum.

Menurut Heizer dan Render (2019:105), desain proses merupakan cara, metode, dan teknik bagaimana sesungguhnya sumber (tenaga kerja, mesin, bahan bakar dana) yang ada diubah untuk memperoleh hasil.

Dari pendapat ahli yang dijelaskan sebelumnya, dapat kita ambil kesimpulan bahwa desain proses adalah proses yang berlangsung antar lintas

departemen atau fungsional dari sebuah perusahaan, yang berkaitan dengan proses produksi, sumber daya manusia, proses operasi dan strategi perusahaan yang dijalankan.

2.1.2.2 Maksud dan Tujuan Desain Proses

Dalam kegiatan desain proses biasanya produk di buat sesuai dengan apa yang direncanakan dalam desain proses kemudian menentukan apakah akan membuat sendiri produk tersebut atau akan membeli dari perusahaan lain yang telah ditentukan dan juga bagian desain proses dapat menentukan dan memutuskan mengenai layak atau tidaknya suatu produk untuk di produksi oleh perusahaan. Maka dari itu tujuan desain proses dapat mengusahakan pemilihan cara-cara yang seekonomis mungkin dalam membuat produk dengan mesin-mesin dan fasilitas-fasilitas lainnya yang tersedia atau dapat disediakan.

Menurut Hani (2014:143), kegiatan-kegiatan yang ada di dalam desain proses yaitu:

1. Perencanaan Produksi

Sebelum membuat desain proses perusahaan merencanakan produksi, perencanaan produksi yang di lakukan sebagai berikut:

- a. Menentukan produk yang akan di buat perusahaan terlebih dahulu, yaitu dengan membuat gambar terlebih dahulu jenis dan bentuk produk yang akan diproduksi.
- b. Mempertimbangkan desain produk menentukan terlebih dahulu sifat dan ciri-ciri produk perencanaan, bentuk, dan fungsi (spesifikasi produk).

- c. Menentukan kelompok produksi dalam hal ini perusahaan akan menentukan kelompok produksi dengan peralatan yang dimiliki perusahaan.
- d. Mengevaluasi proses produksi yang dilakukan evaluasi penting dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya kesalahan atau penyimpangan dalam proses produksi, dari rencana yang telah dibuat sebelumnya, dengan adanya mesin yang rusak dapat mengganggu jalannya kegiatan lain dengan segala hal tersebut akan di tindak lanjuti.

2. Pengkajian Proses

Perusahaan melakukan pengkajian kelayakan desain proses. Hal ini bertujuan untuk mengurangi atau meminimalkan kesalahan dalam proses produksi.

3. Pengkajian Kemampuan Proses

Perusahaan sebelum memproduksi mengecek kapasitas produksi yang optimal.

4. Pembangunan Peralatan Proses

Perusahaan mampu menyediakan alat proses produksi sesuai yang dibutuhkan.

5. Rancangan Proses

Rancangan proses dilakukan untuk merancang atau mendesain produk yang akan dihasilkan. Perusahaan dalam merancang peoses produksi disesuaikan dengan kebutuhan yang akan dihasilkan.

6. Evaluasi Produk Ulang

Perusahaan melakukan evaluasi produk sebelum dipasarkan untuk meminimalkan produk cacat.

2.1.2.3 Langkah-Langkah Desain Proses

Menurut Hani (2014:145), mengemukakan pendekatan sistem tentang langkah-langkah yang perlu diambil dalam desain proses sebagai berikut:

1. Memutuskan tujuan perencanaan, untuk meningkatkan efisiensi, efektifitas, kapasitas atau semangat kerja karyawan.
2. Memilih proses produktif yang relevan, yaitu operasi keseluruhan atau sebagian produksi.
3. Menggambarkan desain proses transportasi yang ada dengan bantuan bagian-bagian proses dan pengukuran efisiensi.
4. Menggambarkan desain proses yang diperbaiki melalui perbaikan aliran-aliran proses atau masukan-masukan yang digunakan.
5. Mendapatkan persetujuan manajemen untuk desain proses yang telah direvisi.

2.1.2.4 Indikator Desain Proses

Menurut Hani (2014: 151) indikator desain proses yaitu sebagai berikut:

1. Perencanaan produksi

Sebelum membuat proses perusahaan merencanakan produksi, adapun perencanaan produksi yang dilakukan adalah sebagai berikut:

- a. Menentukan produk yang akan dibuat

Perusahaan menentukan terlebih dahulu produk yang akan di buat, yaitu dengan gambar, jenis dan bentuk produk yang akan diproduksi.

b. Mempertimbangkan produk desain

Menentukan terlebih dahulu sifat dan ciri-ciri dari pada produk terutama perencanaan, bentuk dan fungsi (spesifikasi produk).

c. Menentukan kelompok produksi

Dalam hal ini perusahaan akan menentukan kelompok produksi yang hubungannya dengan peralatan yang di miliki oleh perusahaan di lakukan pengelompokan yang di sebabkan karena peralatan dapat digunakan oleh perusahaan beragam sesuai dengan masing-masing peralatannya.

d. Mengevaluasi proses produksi

Dilakukan evaluasi penting untuk mengetahui terjadi kesalahan atau penyimpangan dalam proses produksi, dari rencana yang telah di buat sebelumnya, dimana dengan adanya mesin yang rusak sehingga mengganggu jalannya kegiatan lain maka dengan segala hal tersebut akan di tindak lanjuti.

2. Pengkajian kelayakan proses

Perusahaan sebelum memproduksi lebih lanjut dapat di lakukan pengkajian kelayakan proses desain. Hal ini bertujuan untuk mengurangi atau meminimalkan kesalahan dalam proses produksi.

3. Pengkajian kemampuan proses

Perusahaan sebelum memproduksi mengecek kapasitas produksi yang optimal.

4. Pengembangan peralatan proses

Perusahaan mampu menyediakan alat proses produksi sesuai yang di butuhkan.

5. Rancangan proses

Rancangan proses dilakukan untuk merancang atau mendesain produk yang akan di hasilkan. Perusahaan dalam merancang proses produksi disesuaikan dengan kebutuhan yang akan dihasilkan.

6. Evaluasi produk ulang

Perusahaan melakukan evaluasi produk sebelum dipasarkan untuk meminimalkan produk cacat.

2.1.3 Kinerja Operasional

2.1.3.1 Definisi Kinerja Operasional

Menurut Afandi (2018:83), kinerja operasional merupakan implementasi dan rencana yang telah di susun organisasi. Implementasi tersebut di lakukan oleh karyawan yang memiliki kemampuan, kompetensi, motivasi dan kepentingan sesuai dengan wewenang dan tanggung jawab masing-masing dalam upaya pencapaian organisasi secara ilegal, tidak melanggar hukum dan tidak bertentangan dengan moral etika dengan memaksimalkan kinerja operasional perusahaan. Kinerja operasional adalah sebuah kinerja tentang mutu aktifitas yang berhubungan

dengan aliran dan perpindahan barang dari barang mentah di pasok menjadi barang jadi sampai ditangan konsumen akhir (Kurniawan dan Rinofah, (2016:28).

Kinerja operasional adalah sebagai kesesuaian proses dan evaluasi kinerja dari operasi internal perusahaan dari segi biaya, pelayanan pelanggan, pengiriman barang kepada pelanggan, kualitas, fleksibilitas, dan kualitas proses barang atau jasa (Sobandi dan Kosasih, 2014:20). Menurut Wibowo (2015:67), mengemukakan bahwa kinerja operasional berkaitan dengan penggunaan setiap sumber daya yang digunakan oleh perusahaan (lembaga), yakni seberapa penggunaan tersebut secara maksimal untuk mencapai keuntungan atau mencapai visi dan misi.

Menurut Deinadzar Imam Darmawan (2019:56), kinerja operasional merupakan sebagai suatu bidang manajemen yang mengkhususkan pada produksi barang dan jasa serta menggunakan alat-alat dan teknik-teknik khusus untuk memecahkan masalah-masalah produksi.

Dari pendapat para ahli di atas, maka dapat disimpulkan bahwa kinerja operasional adalah kinerja yang berkaitan dengan efektifitas penggunaan setiap sumber daya yang digunakan oleh perusahaan seperti modal, bahan baku, teknologi dan lainnya, dan melihat sejauh mana pengguna tersebut secara maksimal untuk mencapai keuntungan atau mencapai visi dan misinya.

2.1.3.2 Tujuan Kinerja Operasional

Menurut Handoko (2016:11), setiap perusahaan mendefinisikan strategi dan tujuan perusahaan mereka, lalu mengindikasikan obyektif operasional dan performance yang harus dipenuhi guna mencapai strategi perusahaan. Selanjutnya,

perusahaan akan mendefinisikan alat ukur yang akan digunakan untuk menentukan apakah obyektif dari operasional performance merek terpenuhi.

Dapat disimpulkan bahwa pada dasarnya demi mencapai tujuan-tujuan organisasi dalam operasional performance yaitu dengan pelaksanaan fungsi-fungsi:

1. Perencanaan (*planning*)

Keputusan-keputusan yang menyangkut kreasi metode-metode pelaksanaan suatu operasi produktif.

2. Pengorganisasi (*organizing*)

Keputusan-keputusan perencanaan tingkat keluaran jangka panjang atau dasar *forecast* permintaan dan keputusan-keputusan *scheduling* pekerjaan dan pengalokasian karyawan jangka pendek.

3. Pengarahan (*actuating*)

Keputusan-keputusan yang dilakukan dalam sistem produksi berdasarkan perubahan, tujuan-tujuan organisasional dan manajemen.

4. Pengawasan (*controlling*)

Prosedur-prosedur yang menyangkut pengambilan tindakan kolektif dalam operasi produksi barang atau persediaan jasa.

2.1.3.3 Dimensi Kinerja Operasional

Menurut Lena dan Lina (2016:158), kinerja operasional perusahaan yang digunakan sebagai pengukuran kinerja operasional perusahaan dievaluasi berdasarkan 4 (empat) dimensi sebagai berikut:

1. Kualitas

Aktivitas perusahaan untuk memproduksi produk yang sesuai spesifikasi atau memenuhi kebutuhan konsumen.

2. Fleksibilitas

Sebagai kemampuan untuk merespon perubahan cepat dalam produk, jasa dan proses.

3. Biaya

Sebagai produksi dan distribusi sebuah produk dengan biaya terendah dan sumber daya tersisa (*waste resources*) yang minimum.

4. Penghantaran

Sebagai keandalan dalam memenuhi jadwal pengiriman yang diminta dan dijanjikan atau kecepatan dalam merespon pemesanan konsumen.

2.1.3.4 Indikator Kinerja Operasional

Menurut Wibowo (2015:68), indikator pada kinerja operasional meliputi:

1. Moral karyawan

Moral karyawan merupakan sikap individu dalam kelompok terhadap lingkungan kerjanya dan bekerja sama secara sukarela mengerahkan kemampuan untuk mencapai tujuan perusahaan.

2. Kinerja produksi

Kinerja produksi merupakan untuk peningkatan produktifitas dapat mengevaluasi kinerja produksi pada perusahaan.

3. Kinerja delivery

Kinerja delivery merupakan untuk memasok barang dan jasa pengiriman produk sesuai dengan standar yang diharapkan oleh pelanggannya.

4. Kualitas output

Kualitas output merupakan jumlah barang atau jasa yang diproduksi dalam periode waktu tertentu yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk dikonsumsi langsung atau diolah kembali untuk produksi lebih lanjut.

2.1.4 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan salah satu acuan untuk melakukan penelitian yang akan digunakan sebagai gambaran dalam mengkaji penelitian yang dilakukan. Dalam penelitian terdahulu tidak memiliki penelitian yang serupa dan tetap, tetapi masih dapat digunakan sebagai bahan referensi untuk memperkuat data penelitian ini. Penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian ini dapat dilihat dari tabel dibawah ini:

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Peneliti, Tahun, Tempat Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil	Sumber Referensi
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
1	Zidan Huda Abdillah (2023) Perusahaan PT. Paxel Algorita Unggul Jawa Barat	Variabel (X): Desain Produk Variabel (Y): Kinerja Operasional	Variabel (X): Strategi Operasi, Lokasi	Desain Produk berpengaruh terhadap kinerja operasional	Jurnal Universitas Siliwangi Tasikmalaya 2023
2	Md Fauzi Ahmad, Khor Chun Hoong, Norhadilah Abdul Hamid, Norliana Sarpin, Rozlin Zainal, Ahmad Nur Aizat, Ahmad and Mohd Fahrul Hasan (2018) Industri Manufaktur Malaysia	Variabel (X): Desain Produk Variabel (Y): Kinerja Operasional	Variabel (X): Kualitas Produk dan Tidak ada Desain Proses	Dimana hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh Desain Produk terhadap Kinerja.	<i>International Journal of Supply Chain Management</i> , Vol. 7, No. 2, April 2018 P-ISSN: 2051-3771 E-ISSN: 2050-7399

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
3	Abdirahman Mohamed Roble, Dr. Jane Wanjira (2021) <i>Commercial Banks in Garissa County, Kenya</i>	Variabel (X): Desain Produk Variabel (Y): Kinerja	Variabel (X): Tidak ada Desain Proses	Dimana hasil penelitian menunjukkan Desain Produk memiliki pengaruh yang kuat terhadap Kinerja.	<i>International Journal of Research and Innovation in Social Science (IJRISS)</i> , Vol. 5, No.8, Agustus 2021 ISSN: 2454-6186
4	Mohammad Ivan Shalahuddin (2021) <i>UMKM di Kota Yogyakarta</i>	Variabel (X) Desain Produk Variabel (Y) Kinerja Operasional	Variabel (X) Kualitas Produk	Dimana hasil penelitian menunjukkan Desain Produk berpengaruh positif signifikan terhadap Kinerja Operasional	Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia Yogyakarta 2021
5	Egi Riadi (2014) <i>Ryla Shop Tasikmalaya</i>	Variabel (X): Desain Produk, Desain Proses Variabel (Y): Kinerja Operasional	Tempat penelitian Ryla Shop Tasikmalaya	Dimahasil penelitian adanya pengaruh Desain Produk dan Desain Proses terhadap kinerja operasional	Jurnal Ekonomi Manajemen
6	Erza Fauzan Haikal (2021) <i>Elders Company, Jakarta Selatan</i>	Variabel (X): Desain Produk Variabel (Y): Kinerja	Variabel (X): Kualitas Produk	Dimana hasil penelitian menunjukkan adanya Pengaruh positif Desain Produk terhadap Kinerja Operasional yang diterapkan di Elders Company.	Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta 2021
7	Chiranjit Das (2021)	Variabel (X): Desain Produk Variabel (Y): Kinerja	Variabel (X): Desain Proses Variabel (Y): Daya Saing Perusahaan	Dimana hasil penelitian menunjukkan desain produk berpengaruh signifikan terhadap Kinerja.	<i>International Journal of Productivity and Performance Management</i> Vol. 72, No. 1, pp 180-199

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
8	Andriani Retno Jenina, TB Astuti, Y setyawati (2023) di Sentra Industri Kripik Tempe Sanan Kecamatan Blimbing Kota Malang.	Variabel (X): Desain Produk Variabel (Y): Kinerja Operasional	Variabel (X): Kualitas Produk	Dimana hasil penelitian dipengaruhi secara positif dan signifikan terhadap Kinerja Operasional yang diterapkan di Sentra Industri Kripik Tempe Sanan Kecamatan Blimbing Kota Malang.	Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Tribhuwana Tungadewi 2023
9	Ucu Susanti (2014)	Variabel (X): Desain Proses	Variabel (Y): Kualitas Produk	Desaion Proses berpengaruh terhadap Kualitas Produk	Jurnal Universitas Siliwangi
10	Sarimonang Sihombing, Darna Sitanggung (2018)	Variabel (X) Desain Produk	Tidak ada : Desain Proses dan Kinerja Operasional	Dimana hasil penelitian Desain Produk berpengaruh di setiap perusahaan untuk memunculkan produk baru dimana pelanggan terlibat secara langsung dalam proses.	Jurnal Riset Akuntansi dan keuangan Vol. 4, No. 2 2018 P-ISSN: 2443-1079 E-ISSN: 2715-8136

2.2 Kerangka Pemikiran

Perkembangan saat ini sangat pesat, didukung dengan kemajuan teknologi yang semakin canggih dan kebutuhan pokok yang terlebih dahulu harus dipenuhi membuat pengusaha dapat bersaing dengan perusahaan yang sudah lama berkembang dan memberikan minat bagi pelaku usaha yang baru dapat menjalankan perusahaannya dengan benar. Perusahaan dikatakan berhasil ketika

mencapai target yang telah ditentukan sebelumnya dalam visi dan misi perusahaan. Visi misi perusahaan dapat tercapai dengan adanya kinerja yang baik di perusahaan.

Dalam dunia persaingan ekonomi terutama disektor industri, kinerja operasional merupakan tolak ukur keberhasilan suatu perusahaan, terutama perusahaan pengiriman. Dalam peningkatan kinerja operasional ada beberapa yang harus diperhatikan, seperti desain produk, desain proses, dan kinerja perusahaan.

Menurut Wibowo (2015:67), mengemukakan bahwa kinerja operasional berkaitan dengan penggunaan setiap sumber daya yang digunakan oleh perusahaan (lembaga), yakni seberapa penggunaan tersebut secara maksimal untuk mencapai keuntungan atau mencapai visi dan misi. Dinadzar Imam Darmawan (2019:56), mengemukakan kinerja operasional merupakan sebagai suatu bidang manajemen yang mengkhususkan pada produksi barang dan jasa serta menggunakan alat-alat dan teknik-teknik khusus untuk memecahkan masalah-masalah produksi.

Menurut Budi Harsanto (2017:135), mengemukakan bahwa desain produk adalah rancangan barang atau jasa yang hendak dibuat agar dapat diterima dan memuaskan konsumen sasaran, serta tak mudah ditiru oleh kompetitor. Menurut Harold (2015:254) terdapat 7 (tujuh) indikator desain produk, yaitu: Ciri-ciri, Kinerja, Mutu Kesesuaian, Daya Tahan (*Durability*), Daya Uji (*Reliabilitas*), Kemudahan Perbaikan (*Repairability*) dan Model (*Style*). Hal ini sejalan dengan Gitosudarmo (2014:192), desain produk adalah atribut yang sangat penting untuk mempengaruhi konsumen, agar konsumen tertarik kemudian membelinya. Desain yang baik akan menghasilkan gaya (*style*) yang menarik, kinerja yang baik,

kemudahan dan kemurahan biaya penggunaan produk serta kesederhanaan dan keekonomisan produksi dan distribusi.

Desain produk dalam perusahaan jasa lebih pada tampilan yang bisa dikatakan pembeda dari pesaingnya. Desain produk juga dibuat dalam memenuhi keinginan dari penggunanya. Dalam perusahaan pengiriman yang saat ini banyak pesaingnya menyebabkan perusahaan perlu meningkatkan kinerja operasional dengan menambahkan desain produk sehingga meningkatkan *awarenees*.

Selain desain produk, desain proses juga menjadi faktor yang dapat mempengaruhi kinerja operasional. Desain proses merupakan produk yang dibuat sesuai dengan apa yang direncanakan dan menentukan apakah akan membuat sendiri produk tersebut atau akan membeli dari perusahaan lain yang telah ditentukan. Desain proses dapat menentukan dan memutuskan mengenai layak atau tidaknya suatu produk untuk diproduksi oleh perusahaan (Hani 2014:143). Desain proses itu sendiri adalah kegiatan perusahaan mulai dari desain menuangkan pada bahan baku yang kemudian diproses sampai menghasilkan suatu produk, desain produk sangatlah penting dalam menghasilkan produk yang berkualitas dan berpengaruh pada kinerja operasional perusahaannya. Karena percuma saja jika desain yang dibuat sudah bagus tetapi kinerja saat dituangkan kedalam prosesnya tidak dilakukan dengan baik. Hal ini perlu perhatian dalam proses pendesainan dan kinerja perusahaannya biasanya pada saat pemilihan bahan baku sampai pada akhirnya bahan-bahan utama tadi menjadi sebuah produk jadi.

Sukanto (2016:13), mengemukakan desain proses yaitu proses menseleksi input, aliran kerja dan metode untuk memproduksi barang dan jasa, seleksi input

meliputi pemilihan sumber daya manusia, bahan mentah, alat yang masuk dalam proses operasi sejalan dengan strategi organisasi dan kemampuan untuk mendapatkan sumber-sumber daya manusia. Desain proses biasanya produk dibuat sesuai dengan apa yang direncanakan dalam desain proses kemudian menentukan apakah akan membuat sendiri produk tersebut atau akan membeli dari perusahaan lain yang telah ditentukan dan juga bagian desain proses dapat menentukan dan memutuskan mengenai layak atau tidaknya suatu produk untuk diproduksi oleh perusahaan. Maka dari itu tujuan desain proses dapat mengusahakan pemilihan cara-cara yang seekonomis mungkin dalam membuat produk dengan mesin-mesin dan fasilitas-fasilitas lainnya yang tersedia atau dapat disediakan.

Kinerja operasional perusahaan dapat dicapai dengan kinerja yang berkaitan dengan efektifitas penggunaan setiap sumber daya yang digunakan oleh perusahaan seperti modal, bahan baku, teknologi dan lainnya, dan melihat sejauh mana pengguna tersebut secara maksimal untuk mencapai keuntungan atau mencapai visi dan misinya.

2.3 Hipotesis

Berdasarkan kerangka pemikiran yang telah diuraikan dan dibahas sebelumnya, maka penulis dapat merumuskan hipotesis dalam penelitian sebagai berikut: “Desain Produk dan Desain Proses berpengaruh terhadap Kinerja Operasional pada Roti Sari Dewi Tasikmalaya.”