

---

## “SABYAN” INOVASI SABUN BATANG PRAKTIS TRANSPARAN BERBAHAN DASAR ALAMI KHAS INDONESIA

**Putri Amalia\*, Naufal Ghaliya Salsabil**

Jurusan Teknik Industri, Fakultas Teknologi Industri, Universitas Islam Indonesia  
Jalan Kaliurang KM 14,5, Sleman, 55584, Yogyakarta-Indonesia

\*Email: 17522035@students.uii.ac.id,

### Abstrak

*Peran masyarakat dalam peningkatan industri kreatif di Indonesia sangatlah berdampak pada negara. Industri kreatif dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat dengan menjunjung tinggi nilai kreatifitas didalamnya. Sabun adalah salah satu produk kebersihan yang mempunyai target pasar yang luas dan juga mudah dikreasikan dengan seni dan inovasi dari bahan dasar yang digunakan. Terlebih lagi sabun batang, sabun batang memiliki tren meningkat sejak tahun 2018 (Breyer, 2019). Dengan memanfaatkan momentum meningkatnya permintaan pasar akan sabun batangan dapat menjadi peluang didalam industri kreatif yang sedang berkembang pesat. Penelitian sabun SABYAN ditujukan untuk menjawab tingginya permintaan sabun batangan, tantangan pasar, dan berperan dalam perkembangan sektor industri kreatif. Metode yang digunakan untuk membuat produk SABYAN adalah dengan menerapkan Quality Function Deployment (QFD) untuk mendefinisikan kebutuhan atribut sabun konsumen dan menerjemahkan menjadi perencanaan spesifik yang diolah dengan House Of Quality (HOQ). Hasil yang ditemukan dari penelitian ini adalah konsumen membutuhkan sabun yang berbahan dasar alami, menggunakan aroma khas Indonesia, nyaman digenggam dan diletakan, ekonomis dan mempunyai estetika penampilan yang tinggi.*

**Kata kunci:** *Industri kreatif, House of Quality, Quality Function Deployment*

## 1. PENDAHULUAN

Sabun adalah produk kebersihan yang terbuat dari bahan-bahan alami yang dapat mencakup produk tanaman dan hewan, seperti lemak hewani, minyak lemak atau minyak sayur, jarak, zaitun, atau minyak kelapa. Sabun atau *soap* dalam bahasa Inggris diketahui mendapatkan namanya dari Gunung Sapo di Roma. Kata *sapo*, bahasa Latin untuk sabun, pertama kali muncul di *Pliny the Elder's Historia Naturalis*. Sabun pertama dibuat oleh orang Babilonia sekitar 2800 SM. Tujuan awal pembuatan sabun adalah untuk penggunaan dalam industri tekstil dan obat-obatan (Soap History, n.d).

Pada zaman sekarang, semakin berkembangnya inovasi dan kreativitas, sabun mandi tidak hanya berbentuk padat tapi tersedia dalam bentuk cair yang memiliki kemasan botol dalam pengemasannya. Namun, sabun padat dinilai lebih hemat penggunaannya dibanding dengan sabun cair, karena sabun padat bersifat ekonomis dan penggunaannya relatif lebih sedikit dibanding sabun cair (Ashari, 2019). Sebagian orang berpendapat bahwa sabun cair lebih higienis dibandingkan sabun padat karena kemasan sabun cair yang lebih tertutup. Padahal, cara penggunaan sabun batang yang menggosokkannya pada kulit sebenarnya merupakan cara alami untuk melakukan eksfoliasi yang bisa mengangkat kotoran dan sel kulit mati.

Tidak sedikit konsumen yang membeli sabun karena aromanya atau estetikanya. Sayangnya sabun batang bukanlah sabun praktis yang mudah dibawa kemana-mana, karena teksturnya yang mudah basah dan juga bentuknya yang besar. Walaupun begitu, jumlah pembelian produk kebersihan termasuk tinggi, diiringi dengan meningkatnya jumlah pembelian sabun batang setelah sempat menurun beberapa tahun terakhir (Breyer, 2019). Hal tersebut merupakan potensi besar untuk para inovator di bidang teknologi kebersihan, untuk berlomba-lomba memanfaatkan momentum ini.



**Gambar 1. Data Jumlah Pembelian Produk Kebersihan 2019**

Sumber: twincraft.com, 2019

Banyaknya seni dan kreasi dalam pembuatan sabun merupakan suatu peluang dalam industri kreatif yang sedang digiatkan di Indonesia. Perkembangan sektor industri ekonomi kreatif di Indonesia dari tahun ke tahun menunjukkan peningkatan angka yang sangat signifikan. Ekonomi kreatif (EKRAF) merupakan salah satu sektor yang diharapkan mampu menjadi kekuatan baru ekonomi nasional di masa mendatang.

Sebagai jawaban atas peningkatan permintaan sabun batang dan mencoba menjawab tantangan pasar, juga untuk berperan aktif dalam perkembangan sektor industri ekonomi kreatif Indonesia, peneliti mengusulkan sebuah usaha bisnis berupa penjualan SABYAN, sabun batang praktis transparan berbahan dasar alami khas Indonesia yang dapat juga bermanfaat untuk meningkatkan *branding* produk-produk lokal Indonesia.

## 2. METODOLOGI

Langkah-langkah penelitian dalam merancang desain produk sabun batang praktis transparan berbahan dasar alami khas Indonesia adalah sebagai berikut:

### 2.1 Metode Pengumpulan Data

Pengambilan data pada penelitian ini menggunakan metode survei sebagai metode utama, yang bertujuan untuk memperoleh data yang bersifat primer yang mengulik tentang keinginan konsumen (*voice of customers*). Data sekunder yang digunakan peneliti berasal dari referensi terpercaya untuk membantu peneliti dalam tahap pengembangan produk. Data primer dikumpulkan melalui kuesioner terhadap 40 responden dengan responden yang terdiri dari pria dan wanita yang berusia 18 hingga 40 tahun. Setelah data kuesioner terkumpul dilakukan pengambilan sampel pada populasi menggunakan teknik *simple random sampling*, karena pengambilan sampel anggota populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu. Margono (2004, hlm. 126) menyatakan bahwa *simple random sampling* adalah teknik untuk mendapatkan sampel yang langsung dilakukan pada unit sampling. Teknik ini dapat digunakan jika jumlah unit sampling di dalam suatu populasi tidak terlalu besar.

### 2.2 Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Validitas adalah suatu metode pengukuran dalam hal ketepatan atau kecermatan suatu alat pengukur, dan reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi suatu alat ukur, apakah alat ukur tersebut dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang (Dewi, 2018). Pengukuran validitas dan reliabilitas harus dilakukan dalam sebuah penelitian yang menggunakan kuesioner, karena kuesioner merupakan instrumen yang harus diuji, jika tidak valid dan *reliable* maka hasil penelitian juga tidak bisa dipercaya. Sugiyono (2007) menjelaskan, penelitian yang valid apabila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. Artinya, jika objek berwarna merah, sedangkan data yang terkumpul berwarna putih maka hasil penelitian tidak valid. Sedangkan penelitian yang *reliable* bila terdapat kesamaan data dalam waktu yang berbeda. Kalau dalam objek kemarin berwarna merah, maka sekarang dan besok tetap berwarna merah. Pengujian validitas dan reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan perangkat lunak SPSS.

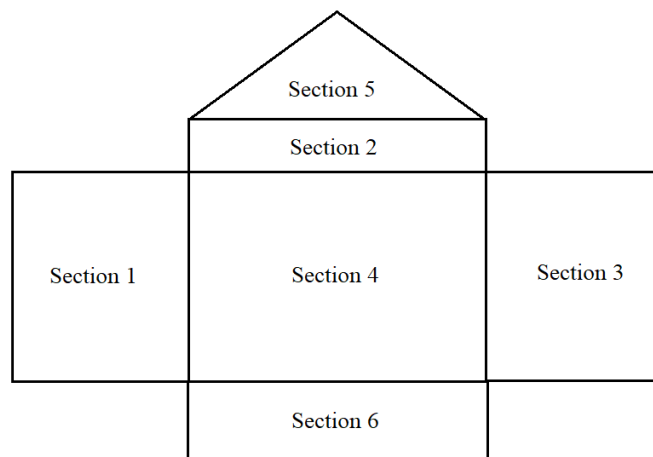
### 2.3 Quality Function Deployment (QFD)

QFD adalah konsep keseluruhan yang menyediakan sarana untuk menerjemahkan persyaratan pelanggan menjadi persyaratan teknis yang sesuai untuk setiap tahap pengembangan dan produksi produk seperti strategi pemasaran, perencanaan, desain dan rekayasa produk, evaluasi prototipe, pengembangan proses produksi, produksi, penjualan (Sullivan, 1986b). QFD merupakan suatu cara pendekatan atau *approach* guna memudahkan pembuatan rancangan produk agar sesuai dengan keinginan konsumen atau pelanggan. Konsumen juga dapat mengevaluasi kelebihan dan kekurangan dari produk-produk yang ditawarkan melalui QFD.

Untuk mengidentifikasi spesifikasi rancangan produk dan menetapkan hubungan antara *voice of customer* dan parameter teknik dari produk dan jasa, peneliti menggunakan matriks *House of Quality* atau HOQ. HOQ merupakan matriks dimana keinginan dan kebutuhan konsumen menjadi masukan atau *input* dan dapat menghasilkan spesifikasi produk atau *part specification requirement* yang kemudian dijadikan acuan untuk membuat produk terkait.

*House of Quality* dibagi dalam 6 bagian menurut Singh dkk., 2018 yaitu:

- Bagian 1: Kebutuhan dan keinginan konsumen (didapat dari VOC)
- Bagian 2: Pengukuran teknis
- Bagian 3: Matrix perencanaan
- Bagian 4: Matrix hubungan
- Bagian 5: Matrix korelasi
- Bagian 6: Bobot, patokan (*benchmark*), dan target.



Gambar 2. Template HOQ

### 2.4 Pembuatan Desain Usulan

Pembuatan desain bertujuan untuk memvisualisasikan rancangan desain produk sabun berdasarkan hasil spesifikasi yang dihasilkan oleh matriks *House of Quality* (HOQ). Dalam proses pembuatan desain usulan ini, peneliti menggunakan perangkat lunak Adobe Inventor.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 3.1 Identifikasi Kebutuhan Konsumen (*Voice of Customers*)

Proses pengidentifikasian kebutuhan konsumen dilakukan menggunakan alat bantu atau instrumen penelitian berupa kuesioner kepada 40 responden yang terdiri dari laki-laki dan perempuan, dengan rentang usia 18-40 tahun. Dari hasil kuesioner tersebut peneliti dapat mengidentifikasi atribut-atribut yang sesuai dengan kebutuhan konsumen terkait dengan desain dan bahan produk sabun yang diinginkan, yaitu (1) sabun yang mempunyai kemasan praktis, (2) sabun yang berbahan dasar alami dari tanaman, (3) sabun mempunyai estetika penampilan, (4) sabun yang ekonomis, (5) mempunyai aroma khas. Atribut-atribut tersebut kemudian diterjemahkan dalam matrix *House of Quality*.

### 3.2 Hasil Uji Validitas dan Realibilitas Kuesioner

Pengujian validitas dilakukan dengan bantuan komputer menggunakan program SPSS. Dalam penelitian ini pengujian validitas dilakukan terhadap 40 responden. Pengambilan keputusan berdasarkan pada nilai r hitung (*Corrected Item-Total Correlation*) > rtabel sebesar 0,312, untuk  $df = 40 - 2 = 38$ ;  $\alpha = 0,05$  maka item/ pertanyaan tersebut valid dan sebaliknya.

**Correlations**

	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	total
Q1 Pearson Correlation	1	.505**	.176	.445**	.201	.770**
Q1 Sig. (2-tailed)		.001	.279	.004	.214	.000
Q1 N	40	40	40	40	40	40
Q2 Pearson Correlation	.505**	1	.329*	.182	.307	.690**
Q2 Sig. (2-tailed)	.001		.038	.262	.054	.000
Q2 N	40	40	40	40	40	40
Q3 Pearson Correlation	.176	.329*	1	.103	.482**	.493**
Q3 Sig. (2-tailed)	.279	.038		.526	.002	.001
Q3 N	40	40	40	40	40	40
Q4 Pearson Correlation	.445**	.182	.103	1	.304	.687**
Q4 Sig. (2-tailed)	.004	.262	.526		.057	.000
Q4 N	40	40	40	40	40	40
Q5 Pearson Correlation	.201	.307	.482**	.304	1	.635**
Q5 Sig. (2-tailed)	.214	.054	.002	.057		.000
Q5 N	40	40	40	40	40	40
total Pearson Correlation	.770**	.690**	.493**	.687**	.635**	1
total Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.000	.000	
total N	40	40	40	40	40	40

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**Gambar 3. Hasil Uji Validitas dengan SPSS**

Dari tabel hasil validasi dengan SPSS diatas, nilai r hitung yang bisa dilihat di tabel total selalu diatas rtabel atau 0.312. Untuk Q1 atau Pertanyaan 1 sebesar 0.770, diikuti dengan 0.690, 0.493, 0.687, dan 0.635 untuk pertanyaan-pertanyaan selanjutnya. Dapat disimpulkan bahwa kuesioner tersebut valid dan dapat diuji lagi dengan uji reliabilitas melalui perangkat lunak SPSS.

Uji reliabilitas dilakukan terhadap item pertanyaan yang dinyatakan valid. Suatu atribut dikatakan reliabel atau handal jika jawaban terhadap pertanyaan selalu konsisten. Pengujian menggunakan software SPSS dengan uji statistik *Cronbach Alpha*. Suatu data atau variabel dinyatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0.60.

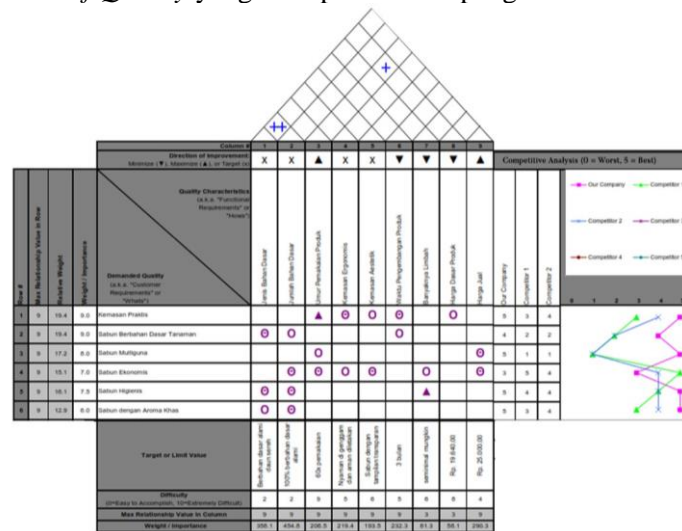
**Tabel 1. Hasil Uji Reliabilitas**

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Cronbach's Alpha Based on Standardized Items</i>	<i>N of Items</i>
.668	.668	5

Berdasarkan nilai *Cronbach Alpha* yang diperoleh sebesar 0,961, dimana nilai tersebut lebih dari 0,60, sehingga menurut kriteria pengujian maka atribut-atribut pada kuesioner dapat dinyatakan reliabel atau konsisten dan dapat dapat digunakan.

### 3.3 House of Quality (HOQ)

Berikut adalah *House of Quality* yang merupakan hasil pengolahan *Voice of Customer*.



Gambar 4. HOQ Produk SABYAN

Hasil perolehan atribut dari konsumen kemudian disusun di dalam matriks HOQ. Matriks HOQ sendiri bertujuan untuk mengetahui hubungan antar atribut keinginan dan kebutuhan konsumen dengan respon teknisnya. Dari hasil kuesioner, peneliti mendapatkan nilai tingkat kepentingan atau *Importance Rating* pada setiap atribut kebutuhan konsumen, kemudian dapat melakukan perhitungan terhadap tingkat kepentingan masing-masing atribut. Hasil yang didapatkan dari matriks HOQ yang telah memperhitungkan berat dan nilai hubungan dari setiap atribut adalah peneliti dapat membuat produk SABYAN sebagai sabun batang praktis transparan berbahan dasar alami khas Indonesia dengan atribut: (1) berbahan dasar alami, (2) menggunakan aroma khas Indonesia, (3) nyaman digenggam dan aman untuk diletakkan, (4) ekonomis dihitung dengan banyaknya pemakaian, dan (5) mempunyai estetika penampilan.

### 3.4 Hasil Desain Usulan

Berdasarkan target spesifikasi produk yang telah diperoleh dari matriks HOQ, dapat diperoleh spesifikasi rancangan desain produk SABYAN, yaitu berbahan dasar alami dengan menggunakan VCO (*Virgin Coconut Oil*), mempunyai aroma khas Indonesia dengan memasukkan aroma daun serai karena aroma serai adalah salah satu aroma khas Indonesia, mempunyai dimensi panjang, lebar, dan tinggi yang ergonomis disesuaikan dengan bentuk telapak tangan pengguna, dapat digunakan kurang lebih 60 hari pemakaian agar ekonomis, dan mempunyai warna transparan untuk estetika, karena sabun batang kebanyakan berwarna putih susu dan coklat.



Gambar 5. Hasil Desain Kemasan SABYAN

Dengan spesifikasi yang telah ditentukan dari hasil HOQ yang juga merupakan hasil dari pengumpulan data keinginan konsumen, desain produk SABYAN menjadi lebih inovatif dan

berbeda dari produk yang sudah ada, terlebih lagi dapat memperbaiki kekurangan produk-produk yang sudah beredar di pasaran. Selain inovatif, produk SABYAN juga memiliki nilai tambah yaitu dengan memasukkan unsur kebudayaan Indonesia melalui aroma khas pada sabun, yaitu aroma daun serai. Dengan inovasi dan *added value* tersebut, peneliti dapat meningkatkan daya saing SABYAN di pasar dan membuka peluang bisnis, juga dapat berperan aktif dalam bidang industri kreatif.

#### 4. KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumen masih merasa belum puas terhadap produk sabun yang sudah beredar saat ini dan konsumen menginginkan suatu inovasi dari produk kebersihan yaitu sabun. Dengan dilakukannya penelitian dan menjadikan suara konsumen sebagai masukan, menggunakan QFD sebagai metode dan diproses dengan HOQ, peneliti mendapatkan atribut-atribut dari produk sabun yang diinginkan oleh konsumen dan dapat merumuskan respon teknis dari atribut-atribut tersebut. Hasil dari respon teknis yang telah diurutkan dari yang paling penting adalah berbahan dasar alami dengan menggunakan VCO, menggunakan aroma khas Indonesia dengan ekstrak daun serai, nyaman digenggam dan aman untuk diletakkan dengan perhitungan ergonomi untuk kemasan sabun, ekonomis dengan dapat digunakan 60 hari pemakaian, dan mempunyai estetika penampilan ditunjang dengan warna sabun yang transparan karena berbahan dasar VCO.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Ashari, A., 2019, Antara Sabun Batang dan Sabun Cair, Lebih Baik yang Mana, ya?, <https://bobo.grid.id/read/081822070/antara-sabun-batang-dan-sabun-cair-lebih-baik-yang-mana-ya?page=all>, diakses tgl 20 Februari 2020.
- Breyer, M., 2019, *Bar Soap is Making A Glorious Comeback*, <https://www.treehugger.com/organic-beauty/bar-soap-making-glorious-comeback.html>, diakses tgl 20 Februari 2020.
- Dewi, D.A.N.N., 2018, Modul Uji Validitas dan Reliabilitas, Universitas Diponegoro, Semarang.
- History, S., n.d, *History of Soap and Soap Interesting Facts*, <http://www.soaphistory.net>, diakses tgl 20 Februari 2020.
- Margono, 2004, Metodologi Penelitian Pendidikan, Rineka Cipta, Jakarta.
- Singh, R.K., Rajput, V., dan Sahay. A., 2018, "A Literature Review on Quality Function Deployment (QFD)", *IAETSD JOURNAL FOR ADVANCED RESEARCH IN APPLIED SCIENCES*, Vol. 5, No. 8, hh. 245-250.
- Sugiyono, 2007, Metode Penelitian Administrasi, Alfabeta, Bandung.
- Sullivan, L.P., 1986b, "Quality Function Deployment", *Quality Progress*, Vol. 6, No. 19, hh. 77-83.
- Twincraft, 2019, *Looking Forward: The Future of Bath & Shower Products*, <https://www.twincraft.com/twincraft-skincare-blog/2019-trends-bath-shower-products-bar-soap>, diakses tgl 21 Februari 2020.