BAB II.
PEMBAHASAN PRODUK YOUJELL YOGHURT
PT. INSAN MUDA BERDIKARI

II.1 Landasan Teori

II.1.1 Olahan Sapi

Indonesia dikenal akan potensi sumber daya alam yang melimpah, salah satunya berupa materi alam hayati (benda atau makhluk hidup seperti hewan dan tumbuhan) dan non-hayati (benda-benda mati seperti tanah, udara, air barang hasil tambang dan lainnya). Dari kesemua potensi sumber daya alam yang dimiliki Indonesia semua dapat menghasilkan olahan-olahan yang didapat dari pemanfaatan sumber daya alam. Suryanegara (1977) menjelaskan jika sumber daya alam merupakan bagian terpenting dari alam baik itu hayati maupun fisik yang dapat dimanfaatkan manusia sebagai penunjang kebutuhan. Salah satu olahan yang sering diproduksi adalah olahan dari hewani yang mana adalah olahan dari sapi.

Olahan yang dihasilkan dari sapi sangat beragam seperti kulit, daging, susu dan lainnya. Hasil olahan yang didapat dari kulit sapi bisa dibuat menjadi makanan seperti kerupuk kulit atau aksesoris seperti tas dengan bahan dasar kulit sapi. Untuk dagingnya sendiri bisa diolah menjadi berbagai macam kuliner seperti sate, rendang, *steak*, soto, dan sebagainya. Hasil olahan yang berasal dari susu juga sangat beragam mulai dari kosmetik sampai dengan susu. Hasil dari olahan inilah yang lebih dikenal sebagai suatu produk dengan menciptakan suatu produk menjadi salah satu cara untuk meningkatkan nilai jual dari suatu barang atau olahan-olahan mentah.

II.1.2 Pengertian Kemasan

Berdasarkan kamus bahasa Indonesia, kemasan adalah hasil dari mengemas, pelindung produk atau bungkus barang dagangan. Kemas berarti juga rapi, terbungkus (teratur), bersih dan kuat. Mengemas berarti mengatur secara rapi, membungkus agar ringkas, membereskan. Sedangkan pengemasan merupakan suatu cara, proses atau tindakan mengemasi.

Kemasan merupakan bentuk suatu aktivitas dengan melibatkan produk dan desain, sehingga kemasan berfungsi dengan baik serta produk di dalamnya dapat terlindungi (Klimchuk dan Krasovec, 2006, h.33). Swatha (seperti dikutip Nashurullah Hasin, 2012) "Pembungkusan *(packaging)* adalah kegiatan-kegiatan umum dan perencanaan barang yang melibatkan penentuan desain pembuatan bungkus atau kemasan suatu barang".

Dapat disimpulkan secara umum kemasan adalah suatu proses dalam mengemasi dan melindungi produk atau barang yang akan diperjualkan kepada masyarakat luas.

II.1.2.1 Fungsi Kemasan

Kartajaya (seperti dikutip Rike Purnama, 2013) "Kemasan melindungi apa yang dijual, sekarang kemasan menjual apa yang dilindungi" (h.34). Dapat diartikan dari penjelasan tersebut jika kemasan tidak hanya berfungsi sebagai pelindung saja, tapi juga sebagai nilai jual tambahan dari produk yang dikemas.

Danger (1992) berpendapat jika kemasan memiliki 4 fungsi (h. 3), yaitu:

- Nilai jual suatu produk.
- Untuk melindungi produk dan menjaga kualitas produk dalam keadaan baik.
- Agar mudah mendistribusikan.
- Sebagai nilai jual produk itu sendiri.

Fungsi kemasan lainnya menurut Simamora (2007), antara lain:

- Fungsi Protektif

  Fungsi ini berhubungan dengan hal – hal atau kondisi yang dapat berdampak negatif pada kemasan. Pengemasan protektif menjadikan konsumen tidak khawatir produk di dalamnya mengalami kerusakan atau cacat.

- Fungsi Promosional

  Agar kemasan efektif dijadikan sarana promosi, suatu perusahaan harus mempertimbangkan unsur – unsur penunjang keputusan konsumen menyangkut warna, penampilan, ukuran dan unsur lainnya. Sebagai sarana pemasaran, ada 4 fungsi (Kotler, 1999, h.228) antara lain:

- *Self service*

  Tampilan suatu kemasan harus menarik, menunjukkan ciri khas produk dan memberikan kesan yang meyakinkan yang mendukung produk secara keseluruhan.
- *Consumer offluence*

  Kemasan yang baik dapat mempengaruhi konsumen dalam membeli dengan harga yang lebih tinggi karena praktis, tampilan dan prestis.
- *Company and brand image*

  Menonjolkan keunikan dari produk oleh suatu perusahaan dengan cermat agar merk produk dan perusahaan mudah dikenal oleh konsumen.
- *Inovational opportunity*

  Cara dalam pemberian kemasan inovatif memberi keuntungan baik bagi konsumen maupun produsen.

Dapat diartikan jika kemasan dengan tampilan yang menarik, pengemasan yang rapi dan menunjukkan keunikan dari suatu produk akan meningkatkan nilai jual dari produk itu sendiri. Sehingga kemasan menjadi salah satu aspek yang penting dalam perancangan produk yang akan diperjual-belikan dan didistribusikan.

II.1.2.2 Jenis Kemasan Makanan dan Minuman

Kartajaya (seperti dikutip Rike Purnama, 2013) "Kemasan melindungi apa yang dijual, sekarang kemasan menjual apa yang dilindungi" (h.34). Dapat diartikan dari penjelasan tersebut jika kemasan tidak hanya berfungsi sebagai pelindung saja, tapi juga sebagai nilai jual tambahan dari produk yang dikemas.

Menurut Komar berdasarkan website tandapagar.com (2016), ada 4 jenis kemasan pangan yaitu:

- Kemasan Plastik
  - PET *(Poly Ethylene Terephtalete)*

    Memiliki warna yang bening, biasa digunakan sebagai kemasan air mineral atau produk minuman lainnya.



Gambar II.1 Jenis kemasan PET
Sumber : www.teddypradana.com
(diakses pada 05/01/18)

- HDPE *(High Density Polyethylene)*

  Biasa digunakan pada kemasan susu, detergen, cairan pembersih atau kosmetika.



Gambar II.2 Jenis kemasan HDPE
Sumber : blogartikelonline.blogspot.com
(diakses pada 05/07/18)

- PVC *(Polyvinyl Chloride)*

  Biasa digunakan sebagai wadah atau kemasan obat – obatan dan tergolong plastik yang cukup berbahaya.



Gambar II.3 Jenis kemasan PVC
Sumber : hot.detik.com
(diakses pada 05/07/18)

- LDPE *(Low Density Polyethylene)*

  Sering ditemukan pada kemasan roti dan makanan beku. Jenis ini juga sering digunakan sebagai wadah penutup seperti botol.



Gambar II.4 Jenis kemasan LDPE
Sumber : goukm.id
(diakses pada 05/07/18)

- PP *(Polypropylene)*

  Jenis kemasan ini sering ditemukan pada kemasan seperti margarin, yoghurt atau bungkus makanan instan.



Gambar II.5 Jenis kemasan PP
Sumber : www.isigood.com
(diakses pada 05/07/18)

- PS *(Polystyrene)*

  Disebut juga sebagai *styrofoam* yang mana biasa didapatkan pada wadah makanan seperti *cup*, piring dan mangkuk.



Gambar II.6 Jenis kemasan PS
Sumber : readerchoice.detik.com
(diakses pada 05/07/18)

- Plastik 7 *(Other)*

  Jenis ini biasa ditemukan pada kemasan bumbu, botol saos, botol makanan bayi, botol air minum, galon isi ulang dan lainnya. Jenis ini termasuk kedalam kemasan BPA yang mana mengandung bahan kimia *bishpenol A.* Bahan ini cukup bahaya digunakan karena bahan kimia yang terkandung pada kemasan bisa terkontaminasi pada makanan ketika dicuci saat akan digunakan kembali.



Gambar II.7 Jenis kemasan plastik 7
Sumber : yukepo.com
(diakses pada 05/07/18)

- Kemasan Logam

  Kemasan ini terbuat dari timah, aluminium dan baja. Jenis ini memiliki nilai ekonomi yang rendah untuk diproduksi. Umumnya biasa digunakan pada kemasan yang bersifat semi padat, serpihan dan tepung dengan material baja. Contoh material dari timah seperti pada kemasan kaleng. Sedangkan pada material alumunium biasa ditemukan pada kemasan yang bersifat cair, semi padat, roti, sereal dan lain – lain.



Gambar II.8 Jenis kemasan logam
Sumber : https://tandapagar.com/jenis-kemasan-pangan/
(diakses pada 05/07/18)

- Kemasan Kertas dan Sejenisnya

  Jenis kemasan ini berbahan dasar dari bubur kertas *(seluosa)* dan *felted mat.* Kemasan kertas sering ditemukan di lingkungan masyarakat seperti kertas tisu, koran bekas atau kertas bekas lainnya yang telah diputihkan.



Gambar II.9 Jenis kemasan kertas
Sumber : https://tandapagar.com/jenis-kemasan-pangan/
(diakses pada 05/07/18)

- Kemasan Kaca atau Gelas dan Porselen

  Biasa ditemukan pada produk – produk minuman, parfum, kosmetika, obat – obatan dan produk yang bernilai mewah. Meskipun memiliki harga yang cukup mahal dan sifatnya yang mudah pecah, kemasan berbahan kaca memiliki persepsi jika tampilan, bau dan rasa produk akan lebih baik.



Gambar II.10 Jenis kemasan kaca
Sumber : https://tandapagar.com/jenis-kemasan-pangan/
(diakses pada 05/07/18)

II.1.2.3 Tujuan Kemasan

Menurut Louw dan Kimber (2007), tujuan dari kemasan dan pelabelan adalah sebagai berikut:

1. *Phisycal Production*

   Sebagai pelindung produk di dalamnya dari kontak fisik.
2. *Barrier Protection*

   Sebagai pelindung dari kontak non-fisik, seperti oksigen dan debu.
3. *Containtment or Agglomeration*

   Sebagai effisiensi untuk produk yang berukuran kecil.
4. *Information Transmission*

   Berkaitan dengan informasi yang ada pada kemasan seperti cara menggunakan, daur ulang atau informasi lainnya.
5. *Reducing Theft*

   Bertujuan memberikan tanda – tanda kemasan jika sudah dibuka sehingga terlihat bekas kerusakan fisiknya.
6. *Convenience*

   Bertujuan memberikan kenyamanan dan kemudahan, terutama saat melakukan distribusi.
7. *Marketing*

   Sebagai salah satu strategi pemasaran dengan kemasan yang dapat menarik perhatian konsumen.

II.1.3 Pengertian Identitas *Visual*

Identitas *visual* berkaitan dengan citra yang dimiliki atau yang dipertahankan suatu perusahaan. Ciri khas suatu produk dapat disimbolkan dari berbagai aspek seperti keunggulan, keunikan, visi – misi, filosofi, sejarah dan aspek lainnya.

Menurut Klimchuk dan Krasovec (2006) desain kemasan adalah aktivitas kreatif yang berhubungan dengan bentuk, material, struktur, warna, tipografi, citra dan elemen – elemen desain serta identitas produk sehingga produk bisa dipasarkan (h. 33).

Elemen – elemen *visual* yang terdapat pada identitas suatu produk adalah sebagai berikut:

1. Warna

   Munculnya warna didasarkan adanya pantulan atau proyeksi cahaya. Proyeksi cahaya dapat memberikan persepsi mengenai tingkat keterangan sehingga menghasilkan *value* warna atau gelap terang (Klimchuk dan Krasovec, 2008, h.105). Warna sendiri dikategorikan kedalam beberapa macam, yaitu: warna terang, keras, lembut, muda, sedang dan gelap.

2. Bentuk

   Bentuk kemasan ditentukan oleh kondisi – kondisi tertentu seperti sifat produk, kondisi penjualan, penggunaan kemasan dan sebagainya.

3. Merek dan Logo

   Keputusan pembelian suatu produk terlihat pada merek dan logo suatu produk. Merek dan logo bisa mempengaruhi suatu gengsi dan status sosial terhadap pembelinya, sehingga merek dan logo suatu produk bisa meningkatkan daya tarik pada kemasan. Menurut Alma (2007) ada beberapa hal yang harus diperhatikan terhadap suatu merek, seperti: mudah diingat, memberi kesan yang positif dan cocok untuk promosi.

4. Ilustrasi

   Menurut Klimchuk dan Krasovec (2006) ada beberapa elemen dalam suatu desain kemasan, seperti: kolom berwarna, violator, tanda yang mengarahkan (tanda panah), bentuk – bentuk geometris dan tekstur latar (h.135).

5. Tipografi

   Tipografi berasal dari kata Yunani, yaitu *typos* (impresi) dan *graphen* (menulis). Tipografi merupakan perantara dalam mengkomunikasikan baik *visual* maupun lisan (Klimchuk dan Krasovec, 2006, h.87). Prinsip – prinsip tipografi pada desain kemasan harus mendukung unsur – unsur seperti:

   - Mudah dan dapat terbaca pada jarak tertentu.
   - Didesain dengan skala dua dimensi ataupun tiga dimensi.
   - Mudah dimengerti oleh banyak kalangan.
   - Dapat dipertanggungjawabkan mengenai informasi produk dan informatif dalam mengkomunikasikannya.

6. Tata letak atau Komposisi

   Mengacu kepada semua elemen – elemen grafis sehingga menjadi satu kesatuan yang disusun pada kemasan secara utuh. Berbagai macam pertimbangan pada tata letak seperti:

   - Keseimbangan (*balance*)
   - *Focus*
   - Kontras
   - Proporsi (*propotion*)
   - Kesatuan (*unity*)

7. Struktur dan Material

   Struktur kemasan mendukung umur suatu produk dan penyediaan kualitas *real* serta fitur protektif sehingga mempengaruhi ketertarikan awal konsumen terhadap produk (Klimchuk dan Krasovec, 2006, h.137).

   Keputusan struktural dan material menjadi hal yang penting karena mempengaruhi keefektifan suatu produk sehingga mampu menentukan keputusan pada konsumen (Klimchuk dan Krasovec, 2006, h.139). Struktur dan material dapat dikategorikan ke dalam beberapa macam, yaitu:

   - Kardus

     Merupakan bahan kemasan yang murah, dapat didaur ulang dan fungsional karena sifatnya yang memungkinkan untuk dikreasikan dengan cara dilipat. Ada beberapa jenis kardus yang umum digunakan, yaitu:

     - SBS (*Solid Bleched Sulfate*),

       Jenis kardus yang dinilai sangat mahal, karena lapisannya yang ditambah dengan unsur tanah liat.
     - SUS (*Solid Unbleached Sulfate*)

       Kardus ini biasa digunakan sebagai kemasan perlengkapan kantor, kemasan minuman atau produk perangkat komputer.
     - Daur Ulang (*Recycled*)

       Kardus hasil dari daur ulang kertas dan kardus lama ini biasa digunakan sebagai kemasan produk – produk rumah tangga seperti kemasan detergen dan kertas.

- *Plain Chipboard*

  Jenis kardus ini terbuat dari kertas limbah yang cenderung berwarna sawo matang. Biasanya digunakan sebagai kemasan pada produk seperti parfum dan barang pecah belah.

- Kardus Gelombang (*corrugated paperboard*)

  Jenis kardus ini biasa digunakan untuk produk – produk berat seperti: perkakas, peralatan rumah tangga, peralatan masak, dan barang elektronik (komputer, televisi kulkas, dan sebagainya).

- Karton Lipat

  Biasanya dibuat dengan cara kardus atau kardus gelombang di *press*, lalu diberi alur agar bisa dilipat atau dilem sehingga menghasilkan bentuk yang terstruktur.

- Kotak Jadi

  Jenis kardus ini sering digunakan pada kemasan seperti: kosmetik, permen, dan perhiasan. Kardus dilapisi kembali oleh desain dekoratif sehingga terlihat sebagai kemasan yang memberi kesan mewah dan daya tarik tersendiri bagi produk.

- Canisters

  Contoh sederhana dari jenis kardus ini ada pada gulungan tisu, yang mana kardus ini digulung spiral sehingga menghasilkan bentuk yang silinder.

- Plastik

  Memiliki kelebihan tahan air dan juga tahan lama, namun sulit diurai ketika sudah menjadi sampah.

- Kemasan Blister

  Memiliki struktur kemasan plastik kaku. Biasa ditempatkan di depan produk, sehingga bisa terlihat melalui plastik karena sifatnya yang transparan.

- Kaca

  Biasa ditemukan pada produk – produk minuman, parfum, kosmetika, obat – obatan dan produk yang bernilai mewah. Meskipun memiliki harga yang cukup mahal dan sifatnya yang mudah pecah, kemasan

berbahan kaca memiliki persepsi jika tampilan, bau dan rasa produk akan lebih baik.

- Logam

  Kemasan ini terbuat dari timah, aluminium dan baja. Jenis ini memiliki nilai ekonomi yang rendah untuk diproduksi. Contoh umum kemasan yang terbuat dari logam adalah cat, produk berbahan kimia dan produk – produk otomotif.

- Kaleng

  Memiliki sejarah sebagai kemasan untuk militer Inggris pada tahun 1800. Kemasan kaleng sangat ringan dan biasanya dilapisi dengan material tertentu.

- Kemasan Fleksibel

  Mencakup dari kombinasi material – material. Biasanya di dalamnya berisi produk seperti roti atau sebagai pembungkus disekelilingnya (sabun).

II.1.4 Definisi Yoghurt

Kata "yoghurt" sendiri berarti susu asam dalam bahasa Turki, yaitu "jigurt". Yoghurt merupakan salah satu produk hasil olahan dari susu yang didapatkan dari proses fermentasi oleh bakteri *lactobacillus burgaricus* dan *streptococcus thermophillus*. Dari kedua bakteri ini didapatkanlah hasil cita rasa khas dari yoghurt yang asam dan memiliki tekstur yang kental (Taufiq H, 2009).

II.1.4.1 Macam-macam Yoghurt

Berdasarkan metode pembuatannya, yoghurt dikelompokkan kedalam beberapa mcacam, yaitu:

1. *Strained*

   Merupakan proses pembuatan yoghurt dengan melakukan pengangkatan air dadih dari susu.

2. Set Yoghurt

   Yoghurt yang bisa dimasukkan ke dalam boks karton.

3. *Stirred*

   Yoghurt yang biasa disajikan bersama dengan potongan buah atau ditambah jus

Menurut Gultom dan Ronald T (2005), ada beberapa jenis yoghurt yang biasa ditemukan di pasaran, yaitu:

1. Yoghurt Pasteurisasi

   Yoghurt yang didapatkan dari proses pemanasan untuk membunuh bakteri patogen yang memiliki kemungkinan masih terdapat dalam susu.

2. Yoghurt Beku

   Yoghurt yang melalui proses pembekuan.

3. *Dietic* Yoghurt

   Yoghurt dengan kadar kalori dan laktosa yang rendah.

4. Yoghurt Konsentrat

   Yoghurt yang memiliki tingkat kepadatan sekitar 24%.

II.2 Objek Penelitian

II.2.1 Sejarah PT. Insan Muda Berdikari

PT. Insan Muda Berdikari merupakan perusahaan agribisnis yang mulai berdiri pada tahun 2010. Sebelumnya perusahaan ini diberi nama *"Green Diary Farm"* kemudian pada tahun 2011 dengan berganti nama menjadi PT. Insan Muda Berdikari (IMB). Perusahaan ini berlokasi di Cisarua, Kabupaten Bandung Barat.

Logo perusahaan dan produk :



Gambar II.11 Logo PT. Insan Muda Berdikari dan Youjell
Sumber: insanmudaberdikari.co.id
(diakses pada 05/01/18)

PT. Insan Muda Berdikari menjalankan usahanya dari hulu ke hilir. Diantaranya adalah peternakan sapi perah dan pedaging, produsen Susu Malunra dan Yoghurt Youjell, produsen kompos, cacing *Lumbricus terrestris* serta pakan ternak.

Berikut adalah profil PT. Insan Muda Berdikari:

Nama Perusahaan	: PT. Insan Muda Berdikari
Pendiri	: Ilham Bachtiar
Tahun Didirikan	: 2012
Alamat	: Jl. Kolonel Masturi No. 71, Kertawangi Cisarua, Kabupaten Bandung Barat, Jawa Barat 40551
Website	: www.insanmudaberdikari.co.id
Telepon	: 0813-2020-9795/(022)8601460

II.2.2 Pendiri PT. Insan Muda Berdikari

Ilham Bachtiar adalah *Founder* dari PT. Insan Muda Berdikari dan Youjell Yoghurt. Ilham Bachtiar adalah seorang lulusan dari Universitas Padjadjaran, Fakultas Peternakan pada tahun 2010 dan memulai kuliah pada tahun 2005. Setelah lulus, Ilham Bachtiar tidak langsung terjun ke bagian peternakan, melainkan di bidang pertanian seperti brokoli dan tomat. Setelah di pertengahan tahun 2011 mulai merintis di bidang peternakan sapi perah.



Gambar II.12 *Founder* Youjell Yoghurt, Ilham Bachtiar Sumber: insanmudaberdikari.co.id (diakses pada 05/01/18)

II.2.3 Produk PT. Insan Muda Berdikari

PT. Insan Muda Berdikari merupakan perusahaan yang bergerak di bidang peternakan sapi perah sehingga menghasilkan susu yang diolah menjadi produk Susu Malunra dan Youjell Yoghurt.

Susu Malunra merupakan susu pasteurisasi yang didapatkan dari proses pemanasan susu pada suhu 61-63º untuk mencegah dan membunuh bakteri patogen pada air susu.

II.2.4 Youjell Yoghurt

Youjell merupakan salah satu produk dari PT. Insan Muda Berdikari. Minuman yoghurt dengan kandungan jeli ini menjadi salah satu produk unggulan yang dimiliki PT. Insan Muda Berdikari.

Gambar II.13 Produk dan Varian Youjell Yoghurt
Sumber: facebook.com/you.jell.yoghurt
(diakses pada 24/01/18)



Gambar II.13 Produk dan varian Youjell Yoghurt
Sumber: facebook.com/you.jell.yoghurt
(diakses pada 24/01/18)

II.2.4.1 Sejarah Youjell Yoghurt

Youjell mulai dirintis pada tahun 2012 yang dilatar belakangi oleh fakta lapangan jika sebagian besar peternak sapi perah sangat mengandalkan penjualannya ke koperasi susu. Permasalahan yang ditimbulkan adalah harga susu yang terlalu

rendah dan dengan hanya mengandalkan penjualan ke koperasi, maka tidak akan mengalami perkembangan. Saat melakukan wawancara terhadap *founder* Youjell Ilham Bachtiar, mengatakan jika 1 liter susu segar yang dibeli oleh koperasi seharga Rp. 3.100 per liter yang mana tidak sebanding dengan biaya operasional yang dikeluarkan. Solusi awal untuk meningkatkan nilai ekonomi susu segar, Ilham Bachtiar menjual secara eceran ke IPS (Industri Pengolah Susu) dan produk olahan. Produk olahannya berupa susu pasteurisasi dan *yoghurt.*

Produksi susu segar di PT. Insan Muda Berdikari diketahui sebanyak 120 liter per harinya pada saat itu. 10 % dari susu segar diolah menjadi susu pasteurisasi dan *yoghurt* lalu bertahap hingga 30% nya diolah menjadi *yoghurt* yang dikenal sebagai Youjell Yoghurt.

Nama Youjell sendiri dilatar belakangi oleh ide membuat yoghurt yang berbeda dari produk sejenis lainnya, yang mana masyarakat lebih mengenal produk *yoghurt* asam dan encer, tetapi keunggulan Youjell justru sebaliknya yaitu tidak asam dan kental. Keunggulan lain dari Youjell yaitu memiliki irisan-irisan jeli di dalamnya sehingga memberikan sensasi tersendiri saat meminum Youjell. Atas dasar inilah produk ini dinamakan Youjell yang merupakan singkatan dari ‘yoghurt’ dan ‘*jelly’.*

II.2.4.2 Geografis Youjell Yoghurt

Pemasaran dan pendistribusian produk Youjell secara umum berada di daerah DKI Jakarta dan Jawa Barat dan berpusat di Cimahi sebagai pasar utamanya. Pemasaran dan pendistribusian yang dilakukan dengan sistem *online,* lewat agen-agen terdekat atau lewat perantara jasa seperti Go-Food atau GrabFood atau melakukan pembelian langsung ke *outlet* yang tersedia di Cimahi dan DKI Jakarta.

II.2.4.3 Identifikasi Youjell Yoghurt

a. Varian rasa Youjell Yoghurt
    - Rasa *Plain*

      Youjell dengan varian rasa *plain* ini adalah varian yang baru dikeluarkan dan dipasarkan. Sesuai namanya, rasa *plain* merupakan rasa *original* Youjell tanpa tambahan perasa lainnya

- Rasa Buah

  Youjell dengan varian rasa ini diberi tambahan perisa buah sehingga menghasilkan varian rasa seperti: *strawberry, blueberry*, anggur, melon, durian, mangga dan leci
- Rasa lainnya

  Selain dari buah, Youjell memiliki varian rasa lainnya seperti *green tea, taro* dan *mocca*

b. Varian Ukuran dan Harga Youjell Yoghurt

- Ukuran 300ml

  Youjell dengan ukuran ini dijual dengan harga Rp. 8.000,00 jika langsung membeli di produsennya, namun harga dapat bertambah jika membeli secara *online,* lewat agen atau jasa antar makanan dan minuman karena adanya biaya operasional tambahan.
- Ukuran 500ml

  Youjell dengan ukuran ini, lewat produsen dijual dengan harga Rp. 12.500,00. Sesuai dengan poin sebelumnya, harga bisa berubah lebih tinggi.

II.2.4.5 Komposisi Youjell Yoghurt

Youjell merupakan yoghurt yang menggunakan olahan susu sapi yang *fresh,* karena langsung didatangkan dari peternakan sendiri dan sudah terjamin kehigienisannya. Kelebihan lain dari Youjell adalah tidak menggunakan bahan pengawet dan pemanis buatan, sehingga aman dikonsumsi.

Youjell sendiri terbuat dari susu sapi segar, *lactobacillus sp, streptococcus sp,* gula dan perasa.

II.2.4.6 Proses Pembuatan Youjell Yoghurt

Proses pembuatan Youjell tidak jauh berbeda dengan pembuatan yoghurt lainnya. Namun ada beberapa hal yang harus diperhatikan saat pembuatan yoghurt. Jika ada hal yang terlewatkan atau takarannya yang kurang tepat, maka susu tidak akan menjadi yoghurt.

Bahan utama membuat yoghurt adalah susu. Susu yang digunakan bisa susu sapi, kerbau atau kambing. Namun umumnya dalam pembuatan yoghurt, susu yang digunakan adalah susu sapi.

Selanjutnya bahan yang digunakan adalah *starter* atau *inoculum* sebagai mikroorganisme yang berperan penting dalam proses fermentasi susu sehingga menjadi yoghurt. Cara pembuatannya yaitu :

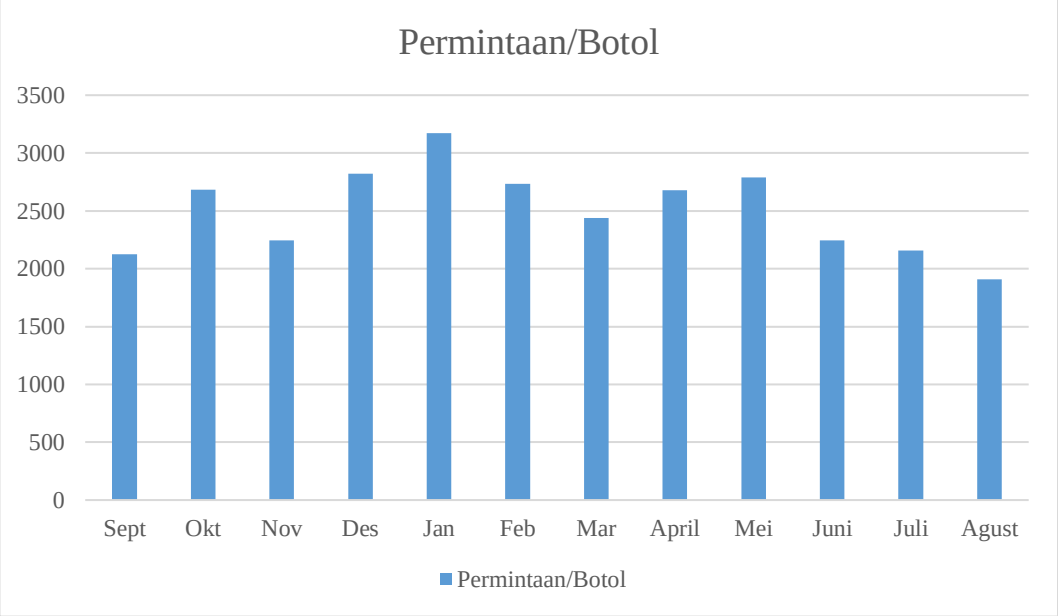
1. Susu segar di pasteurisasi dengan suhu 75 sampai 90 derajat *celcius.*
2. Dinginkan susu di dalam wadah yang tertutup hingga suhunya kurang lebih mencapai 40 derajat *celcius.*
3. Masukan *starter* atau *inoculum* ke dalam susu dengan jumlah 2% dari banyaknya susu.
4. Tutup kembali wadah dan simpan dalam suhu ruangan selama 1-2 hari. Semakin lama yoghurt disimpan, maka semakin asam rasanya. Sedangkan untuk kekentalannya tergantung pada jenis bakteri yang digunakan pada saat fermentasi.
5. Susu yang sudah terbentuk akan terbagi menjadi 2, padat dan cair. Bagian yang lebih pada inilah yang diambil dan dikonsumsi sebagai yoghurt. Sedangkan bagian yang cair dapat digunakan kembali sebagai *starter.*
6. Untuk menambah rasa, yoghurt dapat ditambahkan dengan perasa.
7. Tambahkan potongan kecil *jelly* kedalam yoghurt lalu dimasukkan kedalam kemasan sesuai dengan ukuran.

II.2.4.7 Data Penjualan Youjell Yoghurt

Berdasarkan data yang didapatkan dari wawancara yang dilakukan kepada *founder* dari Youjell, Ilham Bachtiar mengenai data penjualan Youjell selama 1 tahun terhitung tanggal 16 September 2016 sampai dengan 17 Agustus 2017, permintaan cenderung menurun. Berikut data mengenai penjualan Youjell Yoghurt dalam 1 tahun.

Tabel II.1 Data Penjualan Youjell Yoghurt dalam 1 Tahun
Sumber: data PT. Insan Muda Berdikari
(diakses pada 18/04/18)

No	Bulan	Permintaan/ Botol	Harga/Botol	Total Pendapatan
1	September – 16	2126	Rp. 12.500,-	Rp. 26.575.000,-
2	Oktober – 16	2683	Rp. 12.500,-	Rp. 33.537.500,-
3	November – 16	2246	Rp. 12.500,-	Rp. 28.075.000,-
4	Desember – 16	2823	Rp. 12.500,-	Rp. 35.287.500,-
5	Januari – 17	3173	Rp. 12.500,-	Rp. 39.622.500,-
6	Februari – 17	2734	Rp. 12.500,-	Rp. 34.175.000,-
7	Maret – 17	2437	Rp. 12.500,-	Rp. 30.462.500,-
8	April – 17	2677	Rp. 12.500,-	Rp. 33.462.500,-
9	Mei – 17	2789	Rp. 12.500,-	Rp. 34.862.500,-
10	Juni – 17	2244	Rp. 12.500,-	Rp. 28.050.000,-
11	Juli – 17	2157	Rp. 12.500,-	Rp. 26.962.500,-
12	Agustus - 17	1906	Rp. 12.500,-	Rp. 23.825.000,-



Gambar II.14 Grafik Penjualan Youjell Yoghurt dalam 1 Tahun
Sumber: pribadi
(diakses pada 12/04/18)

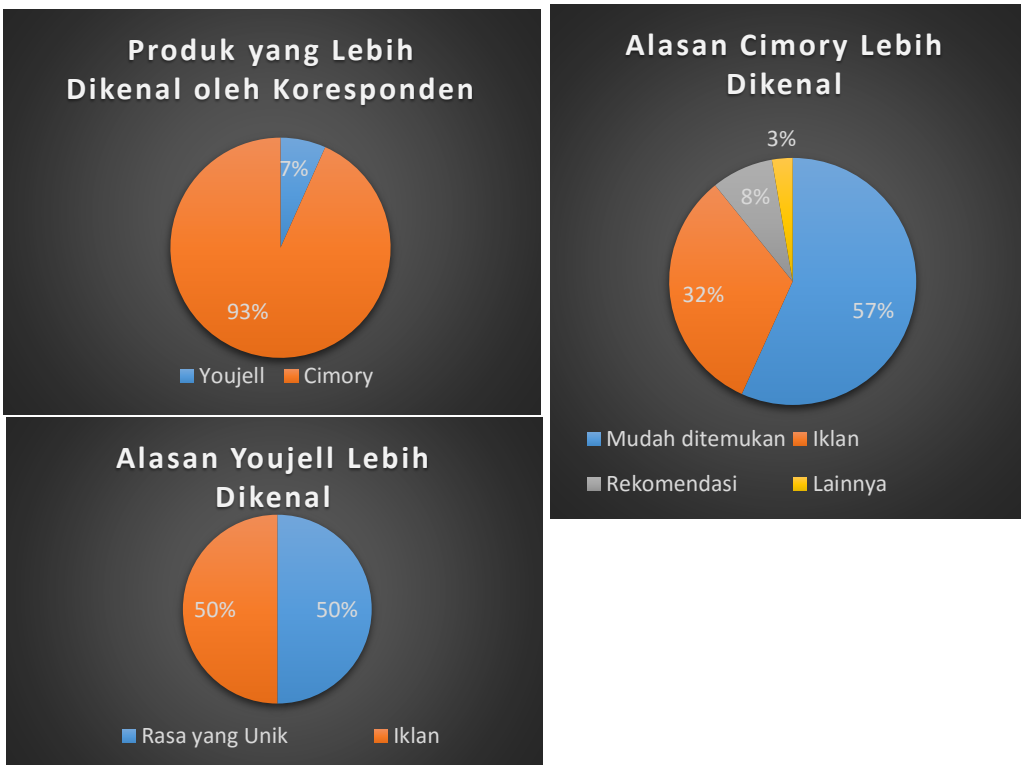
II.3 Analisa Youjell Yoghurt

II.3.1 Survey Masyarakat Mengenai Youjell Yoghurt

Freddy Rangkuti (2015) berpendapat bahwa:

Kegiatan yang paling penting dalam proses analisis adalah memahami seluruh informasi yang terdapat pada suatu kasus, menganalisis situasi untuk mengetahui isu apa yang sedang terjadi, dan memutuskan tindakan apa yang harus segera dilakukan untuk memecahkan masalah. Salah satu alat yang dapat digunakan untuk merumuskan strategi perusahaan adalah dengan menggunakan analisis SWOT, dimana analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan *(Strengths)* dan peluang *(Opportunities)*, namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan *(Weakness)* dan ancaman *(Threats)*. Penelitian dilakukan dengan metode *survey* terhadap 30 koresponden.

Data kesimpulan hasil survey:



Gambar II.15 Diagram Survey terhadap Youjell Yoghurt
Sumber: pribadi
(diakses pada 28/04/18)

Berdasarkan hasil survey yang dilakukan terhadap 30 koresponden, hanya dua koresponden saja yang lebih mengenal produk Youjell daripada Cimory. Hal ini membuktikan jika produk Youjell masih kurang dikenal dikalangan masyarakat.

Dari dua koresponden yang memilih Youjel, masing – masing memberi alasan mengapa lebih memilih Youjell daripada Cimory. Rasanya yang unik dan iklan dari beberapa media menjadi alasan koresponden lebih mengenal Youjell daripada Cimory. Untuk 28 koresponden yang memilih Cimory, memberikan beberapa alasan dan mayoritas karena mudah ditemukan dan iklan.

II.3.2 Analisa S.W.O.T Kemasan Youjell

Tabel II.2 Analisa S.W.O.T kemasan Youjell
Sumber: pribadi
(diakses pada 12/06/18)

SWOT	**Kemasan saat ini**	**Yang harus dilakukan**
Strength (Kelebihan)	Harga produksi untuk kemasan cukup terjangkau.	Mencari kemasan yang mudah ditemukan, namun yang memiliki nilai jual lebih tinggi.
Weakness (Kekurangan)	Material kemasan yang berbahan plastik rentan rusak dan sifat dari kemasan yang kurang menunjukkan jika produk tersebut memiliki nilai jual yang tinggi.	Memilih material kemasan yang lebih kuat, tahan lama dan mampu meningkatkan nilai jual produk Youjell.
Opportunity (Peluang)	Menjangkau kalangan usia yang dinilai masih muda.	Masih menjangkau kalangan muda dengan tingkat ekonomi menegah ke atas.
Threat (Ancaman)	Banyaknya produk sejenis yang kemasannya lebih menarik daripada produk Youjell.	Desain kemasan dibuat semenarik mungkin dengan mempertimbangkan dari keunikan, ciri khas dan nilai jual dari produk Youjell.

Dapat disimpulkan jika produk Youjell dengan kemasan yang sekarang belum mencirikan keunggulan produk yang dimiliki sehingga perlu adanya strategi perancangan untuk menonjolkan keunggulan yang dimiliki produk Youjell.

II.3.3 Analisa S.W.O.T Youjell terhadap Kompetitor Cimory

Produk yoghurt di Indonesia sudah sangat banyak tersebar di berbagai wilayah dengan ciri khas dan keunikannya masing – masing. Namun produk yoghurt yang menjadi salah satu kompetitor dari Youjell adalah Cimory. Berikut analisa produk Youjell terhadap Cimory:

1. ***Strength***
    - Memiliki 11 varian rasa *(plain, strawberry, blueberry*, anggur, *green tea*, *taro*, melon, leci, mangga, durian dan *mocca)* dan beberapa varian rasa tidak dimiliki oleh Cimory, seperti: melon, durian, *mocca, green tea* dan taro.
    - Memiliki irisan-irisan jeli yang tidak dimiliki produk kompetitor.
    - Dibuat sangat *fresh,* karena salah satu bahan utamanya yaitu susu murni yang digunakan berasal dari perusahaan yang sama, yaitu PT. Insan Muda Berdikari.
    - Dapat melakukan pemesanan secara *online.*
    - Testimony dari kalangan artis yang telah mengkonsumsi Youjell, seperti: Riki Harun, Fendy Chow dan Intan Nuraini.
2. ***Weakness***
    - Cimory pun memiliki varian rasa yang tidak dimiliki oleh Youjell, seperti: *mixed fruit, guava* dan *passion fruit.*
    - Tidak seperti Cimory yang sudah tersebar ke berbapa tempat penjualan, Youjell masih mengandalkan distributor sebagai pemasaran.
    - Kemasan botol rentan rusak dibandingkan dengan Cimory.
    - Cimory memiliki varian kemasan yang terbuat dari boks karton yang mana tidak dimiliki oleh Youjell Yoghurt.
    - Belum banyak masyarakat yang mengetahui produk Youjell karena *outlet* yang terbatas dan tidak dipasarkan di supermarket, warung atau tempat pemasaran lainnya.

3. *Opportunity*

- Mulai dibukanya Youjell Café, memberikan variasi dalam penjualan produk Youjell Yoghurt.
- Telah tersebar agen pemasaran di daerah DK Jakarta dan Jawa Barat.
- Menambah *outlet* menjadi 2 yang berada di Cimahi dan DKI Jakarta.

4. Threat

- Produsen yoghurt kompetitor yaitu Cimory yang memiliki pemasaran lebih luas dari Youjell.

II.4 *Resume*

Youjell Yoghurt merupakan produk minuman yang memiliki ciri khas dan keunikannya tersendiri. Akan tetapi masih banyak masyarakat yang tidak mengetahui baik dari segi informasi maupun produk itu sendiri, hal ini berdasarkan hasil survey yang telah dilakukan terhadap responden. Data penjualan yang juga memiliki kecenderungan menurun pada 1 tahun terakhir menyebabkan tidak maksimalnya penjualan dari produk Youjell.

II.5 Solusi Perancangan

Agar masyarakat tidak kesulitan dalam mengetahui dan memperoleh produk Youjell, serta memaksimalkan penjualan produk Youjell perlu adanya pembaharuan strategi pemasaran dengan meningkatkan nilai jual dari produk itu sendiri adalah dengan cara membuat perancangan identitas melalui kemasan baru sebagai solusi permasalahan.