



Analisa Perancangan Desain Kemasan Minuman Di Ukm Panggon Ngombe Dengan Metode Kansei Engineering

The Beverage Packaging Design Analysis at UKM Panggon Ngombe Medan Using Kansei Engineering Method

M. Affandi Ratmojo, Chalis Fajri Hasibuan, & Yudi Daeng Polewangi

Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Medan Area, Indonesia

Abstrak

UKM Panggon Ngombe adalah salah satu UKM di Kota Medan yang memproduksi Minuman. Produk olahan dari UKM Panggon Ngombe adalah Minuman Boba. UKM Panggon Ngombe memiliki kendala dalam memasarkan produk olahannya, salah satu penyebabnya adalah kemasan produk yang kurang menarik dan masih kurang sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk menghasilkan kata kansei yang menjadi prioritas untuk perbaikan kemasan minuman, menentukan tingkat kepentingan item yang mempengaruhi selera konsumen, dan menghasilkan spesifikasi kategori kemasan dan desain kemasan minuman dengan menggunakan metode Kansei Engineering. Kansei Engineering dapat didefinisikan sebagai sebuah metodologi untuk menerjemahkan proses-proses psikologis manusia terhadap desain produk yang diinginkan, dengan cara mendefinisikan keinginan konsumen yang teridentifikasi melalui kata-kata kansei ke dalam desain produk. Sampel yang digunakan pada penelitian ini menggunakan metode survei, yaitu sebuah cara pengambilan sampel dengan angket sebagai alat penelitian pada suatu populasi dan hanya 100 responden saja yang diteliti, sehingga kesimpulan ditarik terbatas pada objek saja. Hasil penelitian ini menghasilkan kata kansei mewah, informatif, tampilan estetika, awet, praktis, menarik, dan higienis. Tingkat kepentingan item diperoleh 7 kata kansei untuk bentuk kemasan botol, 6 kata kansei untuk bahan kemasan plastik, 7 kata kansei untuk warna kemasan coklat dan hitam, 6 kata kansei untuk ukuran kemasan 600 ml, 7 kata kansei untuk informasi kemasan, 7 kata kansei untuk bentuk logo lingkaran, 7 kata kansei untuk tipe tulisan comic san MS, 7 kata kansei untuk warna tulisan kemasan kuning dan putih, 6 kata kansei untuk gambar boba pada kemasan. Spesifikasi kemasan minuman dengan bentuk botol dengan bahan kemasan plastik, warna kemasan coklat dan hitam, ukuran kemasan 600 ml, warna tulisan kuning dan putih, bentuk logo lingkaran, informasi produk, dan terdapat gambar boba.

Kata Kunci: Kemasan; Perbaikan Kemasan; Kansei Engineering

Abstract

UKM (Small-Medium Business) Panggon Ngombe is one of the Small-Medium Businesses in Medan that produces Beverages. The processed product from UKM Panggon Ngombe is Boba Drink. UKM Panggon Ngombe has problems in marketing their products; one of the reasons is the unattractive product packaging and still not following customer needs. This study aimed to produce Kansei words that were priorities for beverage packaging improvements, to determine the importance of items affected consumer tastes, and to produce packaging category specifications and beverage packaging designs by using the Kansei Engineering method. Kansei Engineering is defined as a methodology to translate human psychological processes towards the expected product design, by defining consumers' expectations identified through Kansei words into product design. The sample used in the study used a survey method, it was a way of taking a sample with a questionnaire as a research tool in a population, and only 100 respondents were studied, so the conclusions showed were limited to objects. The results of the study produced Kansei words luxury, informative, aesthetic appearance, durable, practical, attractive, and hygienic. The importance level of the items obtained 7 Kansei words for bottle packaging, 6 Kansei words for plastic packaging materials, 7 Kansei words for brown and black packaging colors, 6 Kansei words for 600 ml packaging size, 7 Kansei words for packaging information, 7 Kansei words for circle logo shape, 7 Kansei words for comic san MS writing type, 7 Kansei words for yellow and white packaging writing colors, and 6 Kansei words for boba images on packaging. Specifications for beverage packaging in the bottles form with plastic packaging materials, brown and black packaging colors, packaging sizes 600 ml, yellow and white writing colors, circle logo shape, product information, and boba picture.

Keywords: Packaging; Packaging Improvement; Kansei Engineering

How to Cite: Ratmojo, M.A. Hasibuan, C. F & Polewangi, Y.D (2022). Analisa Perancangan Desain Kemasan Minuman Di Ukm Panggon Ngombe Dengan Metode Kansei Engineering. *Jurnal Ilmiah Teknik Mesin dan Industri (JITMI)*, 1(1) 2022: 43-52,

*E-mail: mars45328@gmail.com

ISSN xxxx-xxxx (Online)

PENDAHULUAN

Usaha kecil dan menengah (UKM) memiliki peranan penting di dalam perekonomian di Indonesia. Hal ini karena besarnya lapangan kerja yang dapat disediakan sektor ini. Dalam pemasaran sebuah produk yang semakin hari semakin berkembang, Suatu UKM memerlukan suatu strategi yang tepat dan efektif untuk tetap bertahan meningkatkan volume penjualan dan menarik pelanggan sebanyak-banyaknya terhadap barang yang diproduksinya.

Salah satu UKM di Kota Medan yang memproduksi minuman – minuman kekinian yaitu UKM Minuman Panggon Ngombe. Saat ini minuman Panggon Ngombe hanya dikemas dengan kemasan primer berbahan cup plastik dengan tambahan Sablon Logo Panggon Ngombe. Kemasan yang seperti ini sudah sangat umum digunakan pada minuman boba sehingga Minuman boba milik UKM Panggon Ngombe terlihat biasa saja dan terlihat sederhana, serta tidak memiliki perbedaan dengan kemasan minuman boba lainnya.

Tabel 1. Studi Pendahuluan

| Pertanyaan | Skor jawaban pertanyaan | | | | | Jumlah |
|---------------|-------------------------|-------|------|------|-------|--------|
| | STS(5) | TS(4) | N(3) | S(2) | SS(1) | |
| 1 | 7 | 9 | 1 | 1 | 0 | 18 |
| 2 | 11 | 3 | 3 | 1 | 0 | 18 |
| 3 | 10 | 1 | 7 | 0 | 0 | 18 |
| 4 | 7 | 3 | 8 | 0 | 0 | 18 |
| 5 | 6 | 8 | 4 | 0 | 0 | 18 |
| Jumlah | 41 | 24 | 23 | 2 | 0 | 90 |
| % | 46 | 27 | 25 | 2 | 0 | 100 |

Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa persepsi responden terhadap kemasan Minuman Panggon Ngombe tidak baik dan perlu dilakukan re-design kemasan.

Kemasan menjadi salah satu cara untuk menghadapi persaingan karena dengan desain kemasan yang menarik akan membuat konsumen memilih produk yang ditawarkan. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mendesain kemasan minuman boba di UKM panggon ngombe, agar nantinya kemasan yang menarik bisa membuat persepsi yang berbeda atas sebuah produk yang akan akan berujung pada pembelian dan dapat memperoleh kesuksesan dalam penjualan. (Isnaini dkk, 2020;Marbun dkk, 2020).

Kemasan yang diharapkan adalah kemasan yang sesuai dengan keinginan konsumen dan memenuhi selera konsumen, serta bisa menjadi kemasan yang jauh lebih baik lagi karena di desain berdasarkan atribut keinginan konsumen. Oleh karena itu, salah satu metode yang dapat digunakan untuk perbaikan desain kemasan adalah *Kansei Engineering*. Dalam Penelitian ini akan digunakan metode tersebut untuk merancang dan mendesain kemasan berdasarkan keinginan konsumen dan item – item kansei yang diinginkan oleh konsumen. (Pratama dkk, 2019;Lubis dkk,2019).

METODE PENELITIAN

Pada Penelitian ini dilakukan dengan penyebaran kuesioner, yaitu kuisisioner pendahuluan, kuisisioner terbuka, dan kuisisioner kansei. Pada Kuesioner Kansei menggunakan skala semantic differential yang terdiri dari 7 titik dengan kansei positif dan kansei negatif. Penelitian ini dilaksanakan mulai pada April 2021 – Juni 2021. Pada Penelitian ini menggunakan metode *Kansei Engineering* untuk mengetahui

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini data yang digunakan adalah data yang dikumpulkan dari hasil jawaban responden.

1. Kata Kansei Yang Terpilih

Kata kansei yang diperoleh dari jawaban responden pada kuisioner terbuka. Kata kansei dikumpulkan dan direduksi agar tidak memiliki makna yang sama antara kata kansei yang satu dengan yang lainnya.

Tabel 2. Kata Kansei Terpilih

| No | Kata Kansei | Kata Kansei Terpilih |
|----|----------------------|----------------------|
| 1 | Mewah | Mewah |
| 2 | Elegan | Mewah |
| 3 | Jelas | Informatif |
| 4 | Informatif | Informatif |
| 5 | Tampilan estetika | Tampilan estetika |
| 6 | Bercorak unik | Tampilan estetika |
| 7 | Memiliki Nilai Seni | Tampilan estetika |
| 9 | Memiliki Ciri Khas | Tampilan estetika |
| 10 | Tidak Mudah Tertekuk | Awet |
| 11 | Tidak Mudah Rusak | Awet |
| 12 | Awet | Awet |
| 13 | Mudah Dibawa | Praktis |
| 14 | Nyaman Dipegang | Praktis |
| 15 | Praktis | Praktis |
| 16 | Mudah Dibuka | Praktis |
| 17 | Simpel | Praktis |
| 18 | Ekonomis | Praktis |
| 19 | Sederhana | Praktis |
| 20 | Kreatif | Praktis |
| 21 | Keren | Praktis |
| 22 | Lucu | Praktis |
| 23 | Bergambar | Praktis |
| 24 | Eyecatching | Menarik |
| 25 | Kreatif | Menarik |
| 26 | Menarik | Menarik |
| 27 | Unik | Menarik |
| 28 | Terlindungi | Higienis |
| 29 | Bersih | Higienis |
| 30 | Higienis | Higienis |

2. Penetapan Skala Kansei Dari Kata Kansei

Skala kansei menggunakan skala *semantic differential*. Dimana pada penelitian ini digunakan skala bipolar 7 titik yang terdiri dari kata kansei positif dan kata kansei negatif. Skala kansei pada penelitian ini diuraikan pada tabel berikut:

| <i>Kansei</i> negatif | Skala Penilaian | <i>Kansei</i> Positif |
|--------------------------|-----------------|--------------------------|
| | 1 2 3 4 5 6 7 | |
| Tidak Mewah | | Mewah |
| Tidak Informatif | | Informatif |
| Tidak Tampilan | | Tampilan |
| Estetika | | Estetika |
| Tidak Awet | | Awet |
| Tidak Praktis | | Praktis |
| Tidak Menarik | | Menarik |
| Tidak Higienis | | Higienis |

3. Pengurutan Spesifikasi Kategori

Spesifikasi ini diperoleh dari hasil jawaban kuisioner terbuka yang telah dikumpulkan pada tabel berikut:

Tabel 3. Spesifikasi Kategori

| No | Atribut | Kategori |
|----|-------------------|--|
| 1 | Bentuk Kemasan | a. Botol unik b. Cup unik/modern |
| 2 | Bahan Kemasan | a. Plastik b. Styrofoam |
| 3 | Warna Kemasan | a. Warna Kombinasi b. Warna terang |
| 4 | Ukuran ml kemasan | a. Ukuran 600 ml b. Ukuran 400 ml |
| 5 | Informasi Kemasan | a. Informasi sosial media perusahaan b. Informasi produk |
| 6 | Bentuk Logo | a. Lingkaran dengan deskripsi produk b. Persegi dengan deskripsi produk |
| 7 | Tipe Tulisan | a. Tipe tulisan yang unik b. Tipe tulisan yang mudah dibaca |

| | | |
|---|------------------|---|
| 8 | Warna Tulisan | a. Warna terang b. Kombinasi Dua Warna |
| 9 | Gambar | a. Gambar boba b. Gambar boba dan pipet |

4. Analisis Statistik

Analisis statistik ini menggunakan metode analisis *conjoint*, dengan langkah - langkah sebagai berikut:

- a. Nilai constant

$$C = \frac{1 + 2 + 3 + \dots + n}{n}$$

$$C = \frac{1 + 2 + 3 + 4 + 5 + 6 + 7}{7}$$

$$C = \frac{28}{7} = 4$$

- b. Nilai Rata - rata

$$C = \frac{X_1 + X_2 + X_3 + \dots + X_n}{n}$$

$$C = \frac{6 + 6 + 6 + 7 + 5 + \dots + 5 + 6 + 6 + 6}{100}$$

$$C = 6,12$$

Tabel 4. Nilai Utilitas Kuisisioner Kansei

5. Nilai Utilitas

Nilai utilitas diperoleh dengan menggunakan rumus berikut:
 Utilitas = (Rata - rata) - (constant)

6. Interpretasi Analisis Statistik Data

Hasil perhitungan statistik dianalisis untuk menentukan desain spesifikasi berdasarkan kata kansei. Berikut hasil pemilihan modus dari atribut dan kategori :

| Atribut | Kategori | Kata Kansei | | | | | | |
|-----------|---------------------------------|--------------------------|--|--|------------------------|------------------------------|--------------------------------------|--------------------------------|
| | | Tidak Mewah- Mewah | Tidak Informatif - Informatif | Tidak Tampilan Estetika- Tampilan Estetika | Tidak Awet- Awet | Tidak praktis- Praktis | Tidak Menari k- Menari k | Tidak Higienis- Higienis |
| Bentuk | Botol unik | 2,12 | 2,08 | 2,06 | 2,15 | 2,21 | 2,14 | 2,16 |
| | Cup unik/modern | 2,23 | 1,88 | 2,15 | 2,16 | 1,93 | 2,31 | 2,26 |
| Bahan | Plastik | 1,72 | 1,92 | 2,06 | 2,11 | 2,25 | 2,04 | 1,91 |
| | Styrofoam | 2,14 | 2,35 | 2,31 | 2,24 | 2,27 | 2,28 | 2,34 |
| Warna | Warna kombinasi | 2,05 | 1,89 | 1,93 | 2,07 | 2,15 | 2,05 | 1,95 |
| | Warna Terang | 2,13 | 2,15 | 2,21 | 2,24 | 2,06 | 2,14 | 1,98 |
| Ukuran | 600 ml | 1,88 | 1,93 | 2,06 | 2,03 | 2,07 | 2,1 | 1,91 |
| | 400 ml | 2,25 | 2,39 | 2,22 | 2,17 | 2,23 | 1,98 | 2,09 |
| Informasi | Informasi Sosial Media | 1,82 | 1,86 | 1,94 | 1,99 | 1,95 | 1,84 | 1,91 |
| | Perusahaan Tentang produk | 2,04 | 2,07 | 1,98 | 2,09 | 1,93 | 2,04 | 2,09 |

| | | | | | | | | |
|---------------|-----------------------------------|------|------|------|------|------|------|------|
| Bentuk Logo | Lingkaran Dengan Deskripsi Produk | 2,14 | 2,04 | 2,02 | 2,05 | 1,92 | 2,02 | 1,95 |
| | Persegi Dengan Deskripsi Produk | 1,88 | 2,02 | 1,93 | 2,01 | 2,07 | 2,04 | 1,97 |
| Tipe Tulisan | Tipe Tulisan Unik | 1,85 | 2,12 | 1,93 | 2,05 | 2,03 | 2,08 | 2,04 |
| | Tipe Tulisan yang mudah dibaca | 2,07 | 1,93 | 1,83 | 1,86 | 2,07 | 2,06 | 2,02 |
| Warna Tulisan | Warna Terang | 2,15 | 2,19 | 2,08 | 2,16 | 2,12 | 2,04 | 2,11 |
| | Kombinasi dua warna | 1,85 | 1,92 | 2,05 | 1,86 | 1,93 | 1,82 | 1,88 |
| Gambar | Gambar Boba | 1,91 | 2,03 | 1,97 | 1,85 | 2,02 | 2,06 | 2,08 |
| | Gambar Boba dan pipet | 2,05 | 1,87 | 2,08 | 2,02 | 1,96 | 1,89 | 2,03 |

Kategori dari atribut dipilih berdasarkan kategori yang memiliki jumlah kata kansei terbanyak dengan nilai utility terbesar. Hasil atribut yang terpilih untuk kemasan minuman terlihat pada tabel berikut:

Tabel 5. Atribut Terpilih Kemasan Minuman

| No | Atribut | Terpilih | Kata Kansei |
|----|---------------------|-----------------------------------|---------------|
| 1 | Bentuk Kemasan | Botol unik | 7 Kata Kansei |
| 2 | Bahan Kemasan | Plastik | 6 Kata Kansei |
| 3 | Warna Kemasan | Warna Kombinasi | 7 Kata Kansei |
| 4 | Ukuran Kemasan | 600 ml | 6 Kata Kansei |
| 5 | Informasi Kemasan | Informasi Produk | 7 Kata Kansei |
| 6 | Bentuk Logo Kemasan | Lingkaran Dengan Deskripsi Produk | 7 Kata Kansei |
| 7 | Tipe Tulisan | Tipe Tulisan Unik | 7 Kata Kansei |
| 8 | Warna Tulisan | Kombinasi Dua Warna | 7 Kata Kansei |
| 9 | Gambar | Gambar Boba | 6 Kata Kansei |

7. Desain Kemasan Minuman Boba

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari atribut terpilih kemasan minuman boba, adapun spesifikasi kategori kemasan minuman boba yang terpilih dalam tabel berikut:

Tabel 6. Spesifikasi Kategori Kemasan yang terpilih

| No | Primer | Skunder |
|----|---------------------|--------------------------------|
| 1 | Bentuk Kemasan | Botol unik |
| 2 | Bahan Kemasan | Plastik |
| 3 | Warna Kemasan | Coklat Hitam |
| 4 | Ukuran Kemasan | Ukuran 600 ml Ukuran 400 ml |
| 5 | Informasi Kemasan | Informasi Produk |
| 6 | Bentuk Logo Kemasan | Lingkaran |
| 7 | Tipe Tulisan | Comic San MS |
| 8 | Warna Tulisan | Kuning Putih |
| 9 | Gambar | Gambar boba |

Adapun hasil desain kemasan minuman boba dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 1. Desain kemasan tampak depan



Gambar 2. Desain kemasan tampak belakang

SIMPULAN

Kesimpulan yang diperoleh berdasarkan hasil pengolahan dan analisis data serta tujuan penelitian yaitu :

Kata kansei yang menjadi prioritas untuk perbaikan kemasan minuman boba dari hasil penelitian adalah mewah, informatif, tampilan estetika, awet, praktis, menarik, dan higienis.

Tingkat kepentingan dari masing-masing item yang mempengaruhi selera konsumen adalah sebagai berikut :Bentuk kemasan minuman boba adalah botol unik dengan 7 kata kansei yaitu praktis, higienis, awet, menarik, mewah, informatif, dan tampilan estetika yang memiliki nilai utility atau nilai kepuasan konsumen yaitu 2,21, 2,16, 2,15, 2,14, 2,12, 2,08, dan 2,06. Bahan kemasan minuman boba adalah plastik dengan 6 kata kansei yaitu praktis, awet, tampilan estetika, menarik, informatif, dan higienis yang memiliki nilai utility atau nilai kepuasan konsumen yaitu 2,25, 2,11, 2,06, 2,04, 1,92, dan 1,91. Warna kemasan minuman boba adalah Coklat-Hitam dengan 7 kata kansei yaitu praktis, awet, mewah, menarik, higienis, tampilan estetika, dan informatif yang memiliki nilai utility atau nilai kepuasan konsumen yaitu 2,15, 2,07, 2,05, 2,05, 1,95, 1,93, dan 1,89. Ukuran kemasan minuman boba adalah ukuran 600 ml dengan 6 kata kansei yaitu praktis, tampilan estetika, awet, informatif, higienis, dan mewah yang memiliki nilai utility atau nilai kepuasan konsumen yaitu 2,07, 2,06, 2,03, 1,93, 1,91, dan 1,88. Informasi kemasan minuman boba adalah informasi tentang produk dengan 7 kata kansei yaitu awet, higienis, informatif, mewah, menarik, tampilan estetika dan prkatis yang memiliki nilai utility atau nilai kepuasan konsumen yaitu 2,09, 2,09, 2,07, 2,04, 2,04, 1,98, dan 1,93. Bentuk logo kemasan minuman boba adalah lingkaran dengan deskripsi produk dengan 7 kata kansei yaitu mewah, awet, informatif, menarik, tampilan estetika, higienis, dan praktis yang memiliki nilai utility atau nilai kepuasan konsumen yaitu 2,14, 2,05, 2,04, 2,02, 2,02, 1,95, dan 1,92. Tipe tulisan kemasan minuman boba adalah tulisan Comic San MS dengan 7 kata kansei yaitu informatif, menarik, awet, higienis, praktis, tampilan estetika, dan mewah yang memiliki nilai utility atau nilai kepuasan konsumen yaitu 2,12, 2,08, 2,05, 2,04, 2,03, 1,93, dan 1,85. Warna tulisan kemasan minuman boba adalah Kuning-Putih dengan 7 kata kansei yaitu tampilan estetika, praktis, informatif, higienis, awet, mewah, dan

menarik yang memiliki nilai utility atau nilai kepuasan konsumen yaitu 2,05, 1,93, 1,92, 1,88, 1,86, 1,85, dan 1,82. Gambar kemasan minuman boba adalah gambar boba dengan 6 kata kansei yaitu higienis, menarik, informatif, praktis, tampilan estetika, dan mewah yang memiliki nilai utility atau nilai kepuasan konsumen yaitu 2,08, 2,06, 2,03, 2,02, 1,97, dan 1,91. Adapun spesifikasi kategori kemasan minuman boba yang terpilih adalah bentuk kemasan botol unik dengan bahan kemasan plastik, warna kemasan terpilih adalah warna kombinasi yaitu coklat-hitam, ukuran yang terpilih adalah 600 ml (Tinggi 16 cm dan lebar 7 cm), pada kemasan terdapat informasi tentang produk, bentuk logo kemasan berbentuk lingkaran dengan tipe tulisan yang unik dan berwarna hitam putih, pada kemasan juga terdapat gambar boba.

DAFTAR PUSTAKA

Alfabeta: Bandung.

- Alisa, Krinta, Dkk. 2015. Usulan Perbaikan Desain Kemasan Stick Strawberry Kencana Mas Menggunakan Metode Quality Function Deployment. Bandung : Telkom University
- Amar S., Idris., Pratama. I., Anis, A. (2020). Exploring the Link between Income Inequality, Poverty Reduction and Economic Growth: An ASEAN Perspective. *International Journal of Innovation, Creativity and Change* Vol, 11(2), 24-41.
- Atrizka, D., & Pratama, I. (2022). The Influence of Organizational Leadership and Coaches on Indonesian Athletes' Adversity Quotient (Intelligence). *Revista de Psicología del Deporte (Journal of Sport Psychology)*, 31(1), 88-97.
- Atrizka, D., & Pratama, I. (2022). The Influence of Organizational Leadership and Coaches on Indonesian Athletes' Adversity Quotient (Intelligence). *Revista de Psicología del Deporte (Journal of Sport Psychology)*, 31(1), 88-97.
- Atrizka, D., Lubis, H., Simanjuntak, C. W., & Pratama, I. (2020). Ensuring Better Affective Commitment and Organizational Citizenship Behavior through Talent Management and Psychological Contract Fulfillment: An Empirical Study of Indonesia Pharmaceutical Sector. *Systematic Reviews in Pharmacy*, 11(1), 545-553.
- Atrizka, D., Pratama, I., Pratama, K., & Suharyanto, A. (2022). Edukasi Masyarakat Lingkungan VIII Titi Kuning Dalam Mendampingi Anak Belajar Daring. *Pelita Masyarakat*, 3(2), 118-124.
- Atrizka, D., Pratama, I., Pratama, K., & Suharyanto, A. (2022). Edukasi Masyarakat Lingkungan VIII Titi Kuning Dalam Mendampingi Anak Belajar Daring. *Pelita Masyarakat*, 3(2), 118-124.
- Cahyadi, L., Cahyadi, W., Cen, C. C., Candrasa, L., & Pratama, I. (2022). HR practices and Corporate environmental citizenship: Mediating role of organizational ethical climate. *Journal of Positive School Psychology*, 6(3), 17-33.
- Candrasa, L., Cen, C. C., Cahyadi, W., Cahyadi, L., Pratama, I., (2020). Green Supply Chain, Green Communication and Firm Performance: Empirical Evidence from Thailand. *Systematic Reviews in Pharmacy*, 11 (12), 398-406. doi:10.31838/srp.2020.12.65
- Danilwan, Y., & Dirhamsyah, I. P. (2022). The Impact of The Human Resource Practices on The Organizational Performance: Does Ethical Climate Matter?. *Journal of Positive School Psychology*, 6(3), 1-16.
- Danilwan, Y., Dirhamsyah., Pratama, I. (2020). The Impact of Consumer Ethnocentrism, Animosity And Product Judgment On The Willingness To Buy. *Polish Journal of Management Studies* 2020; 22 (2): 65-81.
- Danilwan, Y., Isnaini, . D. B. Y. & Pratama, . I. (2020) Psychological Contract Violation: A Bridge between Unethical Behavior and Trust. *Systematic Reviews in Pharmacy*, 11 (7), 54-60.
- Danilwan, Y.; Isnaini, D. B.; Pratama, I.; Dirhamsyah, D. 2020. Inducing organizational citizenship behavior through green human resource management bundle: drawing implications for environmentally sustainable performance. A case study, *Journal of Security and Sustainability Issues* 10(Oct): 39-52.
- Hakimah, Y., Pratama, I., Fitri, H., Ganatri, M., Sulbahrie, R. A. (2019) Impact of Intrinsic Corporate Governance on Financial Performance of Indonesian SMEs. *International Journal of Innovation, Creativity and Change* Vol, 7(1), 32-51.
- Hardian, dkk. 2018. Perancangan Desain Kemasan Produk Minuman Teh Dengan Metode Quality Function Deployment (Qfd). Jakarta: Universitas Suryadarma.
- Isnaini, D. B. Y., Nurhaida, T., & Pratama, I. (2020). Moderating Effect of Supply Chain Dynamic Capabilities on the Relationship of Sustainable Supply Chain Management Practices and Organizational Sustainable Performance: A Study on the Restaurant Industry in Indonesia. *Int. J Sup. Chain. Mgt* Vol, 9(1), 97-105.
- Izar, J., Nasution, M. M., & Ilahi, P. W. (2020). The Stages, Comparisons And Factors Of First Language Acquisition Of Two-Years-Old Male And Female Child. *Jetli: Journal of English Teaching and Linguistics*, 1(2), 63-73.
- Izar, J., Nasution, M. M., & Ratnasari, M. (2020). Assertive Speech Acts in Mata Najwa Program of Episode Gare-Gare Corona. *Lexeme: Journal of Linguistics and Applied Linguistics*, 2(1), 53-58.

- Izar, J., Nasution, M. M., Afria, R., & Harianto, N. (2021). Expressive Speech Act in Comic Bintang Emon's Speech in Social Media about Social Distancing. *Titian: Jurnal Ilmu Humaniora*, 5(1), 148-158.
- Izar, S. L., Nasution, M. M., Izar, J., & Ilahi, P. W. (2021). The The Analysis Of Cooperation Principles Use On Podcast Of Deddy Corbuzier And Nadiem Makarim "Having College Is Not Important. *JETLi: Journal of English Teaching and Linguistics*, 2(1), 23-30.
- Lidyasuwanti, Adiahsari, Dkk, 2017. Pengaruh Kemasan, Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Pancake Durian Sharie Radjanya Di Kota Mataram. NTB: UNRAM.
- Lubis, H., Kumar, D., Pratama, I., Muneer, S. (2015). Role of psychological factors in individuals investment decisions. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 2015, 5, pp. 397-405.
- Lubis, H., Pratama, K., Pratama, I., Pratami, A. (2019). A Systematic Review of Corporate Social Responsibility Disclosure. *International Journal of Innovation, Creativity and Change Vol*, 6(9), 415-428.
- Maggasingang, D., Solong, A., Nadhar, M., Pratama, I. (2020). The Factors Affecting the Corporate Cash Holdings in Listed Firms of Indonesia: Does Corporate Governance Matter?. *International Journal of Innovation, Creativity and Change, Vol 14(5)*, 1215-1231.
- Marbun, D. S., Effendi, S., Lubis, H. Z., & Pratama, I. (2020). Role of Education Management to Expediate Supply Chain Management: A Case of Indonesian Higher Educational Institutions. *Int. J Sup. Chain. Mgt Vol*, 9(1), 89-96.
- Maryanto, Agus. 2019. Redesain Kemasan Makanan Olahan Ubi Dengan Metode Kansei Engineering (Studi Kasus: Ukm Bakti Jaya Karanglo). Jawa Tengah: Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Miftahuluddin, Angga. 2018. Rancang Bangun Alat Sistem Keamanan Sensor Pada Rumah/Bangunan Dengan Menggunakan Metode Kansei Engineering Dan Morphological Chart. Pontianak: Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Tanjungpura.
- Mufreni, Alfin NF. 2016. Pengaruh Desain Produk, Bentuk Kemasan Dan Bahan Kemasan Terhadap Minat Beli Konsumen(Studi Kasus Teh Hijau Serbuk Tocha). Tasikmalaya:Fakultas Ekonomi Universitas Siliwangi, Jl. Siliwangi No. 24.
- Nasution, J., Dasopang, E. S., Raharjeng, A. R. P., Gurning, K., Dalimunthe, G. I., & Pratama, I. (2021). Medicinal plant in cancer pharmaceutical industry in Indonesia: a systematic review on applications and future perspectives. *perspectives*, 20, 21.
- Nasution, M. M., Izar, J., & Afifah, I. H. (2021). An Analysis of Hate Speech Against K-Pop Idols and Their Fans on Instagram and Twitter from The Perspective of Pragmatics. *JETLi: Journal of English Teaching and Linguistics*, 2(2), 91-99.
- Nugroho, A., Christiananta, B., Wulani, F., Pratama, I. (2020). Exploring the Association Among Just in Time, Total Quality and Supply Chain Management Influence on Firm Performance: Evidence from Indonesia. *Int. J Sup. Chain. Mgt Vol*, 9(2), 920-928.
- Nugroho, Susatyo,Dkk. 2017. Redesain Kemasan Makanan Ringan Olahan Pada Umkm Center Jawa Tengah Dengan Metode Kansei Engineering . Semarang : UNDIP.
- Nu'man, A. H., Nurwandi, L., Bachtiar, I., Aspiranti, T., Pratama, I. (2020). Social Networking, and firm performance: Mediating role of comparative advantage and sustainable supply chain. *Int. J Sup. Chain. Mgt Vol*, 9(3), 664-673.
- Permadi, Dedy Teguh,Dkk. 2017. Perancangan Desain Kemasan Makanan Ringan Olahan Pada Umkm Center Jawa Tengah Dengan Metode Kansei Engineering. Semarang : Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Diponegoro.
- Prasetya, Ermawan Galih. 2018. Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Bisnis Progam Studi Administrasi Bisnis Angkatan 2014 Konsumen Air Mineral Aqua). Malang : Universitas Brawijaya.
- Pratama, I. (2022). Corporate Governance And Company Attributes On The Financial Reporting Timeline: Evidence Of Companies Listed On The Indonesia Stock Exchange. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*, 4(3).
- Pratama, I. (2022). Tata Kelola Perusahaan dan Atribut Perusahaan pada Ketepatan Pelaporan Keuangan: Bukti dari Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*. 4 (3): 1959-1967
- Pratama, I., Che-Adam, N., Kamardin. N. (2019). Corporate social responsibility disclosure (CSRSD) quality in Indonesian public listed companies. *Polish Journal of Management Studies*, 20 (1), 359-371.
- Pratama, I., Che-Adam, N., Kamardin. N., (2020). Corporate Governance and Corporate Social Responsibility Disclosure Quality in Indonesian Companies. *International Journal of Innovation, Creativity and Change, Vol 13(4)*, 442-463.
- Pratama, K., Lubis, H., Pratama, I., Samsuddin, S.F., & Pratami, A. (2019). Literature review of corporate social responsibility disclosure. *Journal of Advanced Research in Dynamical and Control Systems*, 11(5), 1397-1403.

- Pratami, A., Feriyanto, N., Sriyana, J., & Pratama, I. (2022). Are Shariah Banking Financing patterns pro-cyclical? An Evidence from ASEAN Countries. *Cuadernos de Economía*, 45(127), 82-91.
- Pulungan, Maimunah Hindun, Dkk. 2019. Perbaikan Desain Kemasan Produk Biskuit Brownies Menggunakan Metode QualityFunction Deployment (QFD) . Malang : Universitas Brawijaya.
- Riduwan dan Akdon. (2010). Rumus dan Data dalam Analisis Data Statistika.
- Saragih et al., (2020). *Polish Journal of Management Studies* 2020; 21 (2): 384-397
- Saragih, J., Pratama, I., Wardati, J., Silalahi, E. F., & Tarigan, A. (2020). Can Organizational Justice Dimensions Mediate Between Leader Mindfulness and Leader-Member Exchange Quality: An Empirical Study in Indonesia Pharmaceutical Firms. *Systematic Reviews in Pharmacy*, 11(2), 545-554.
- Saragih, J., Tarigan, A., Pratama, I., Wardati, J., Silalahi, E. F. (2020). The Impact of Total Quality Management, Supply Chain Management Practices and Operations Capability on Firm Performance. *Polish Journal of Management Studies*, 21 (2), 384-397.
- Saragih, J., Tarigan, A., Silalahi, E. F., Wardati, J., Pratama, I. (2020). Supply chain operational capability and supply chain operational performance: Does the supply chain management and supply chain integration matters. *Int. J Sup. Chain. Mgt Vol*, 9(4), 1222-1229.
- Sibuea, M. B.; Sibuea, S. R.; Pratami, A.; Pratama, I.; Nasution, R. 2020. Is business friendliness enhancing energy consumption in the ASEAN region?, *Journal of Security and Sustainability Issues* 9(M): 409-419.
- Silitonga, K. A. A., Ahmad, . F., Simanjuntak, . C. W. & Atrizka, . D. (2020) Exploring the nexus between the HR practices and work engagement: The mediating role of Job Demand. *Systematic Reviews in Pharmacy*, 11 (7), 342-351. doi:10.31838/srp.2020.7.53
- Sujianto, Yuliani, F., Syofian., Saputra, T, Pratama, I. (2020). The Impact of The Organizational Innovativeness On The Performance Of Indonesian Smes. *Polish Journal of Management Studies* 2020; 22 (1): 513-530.
- Susetyarsi, TH. 2012. Kemasan Produk Ditinjau Dari Bahan Kemasan, Bentuk Kemasan Dan Pelabelan Pada Kemasan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Minuman Mizone Di Kota Semarang. Semarang: STIE.
- Susilawati, E., Khaira, I., & Pratama, I. (2021). Antecedents to Student Loyalty in Indonesian Higher Education Institutions: The Mediating Role of Technology Innovation. *Educational Sciences: Theory & Practice*, 21(3), 40-56.
- Tambunan, R. W., Muchtar, M., Agustian, P., Salim, A., Aisyah, L., Marpaung, B. A., & Nasution, M. M. (2018). Critical discourse: Applying Norman Fairclough theory in recep Tayyip Erdoğan's balcony speech. *Proceedings of ISELT FBS Universitas Negeri Padang*, 6, 174-183.
- Tanjung, A. A., Ruslan, D., Lubis, I., & Pratama, I. (2022). Stock Market Responses to Covid-19 Pandemic and Monetary Policy in Indonesia: Pre and Post Vaccine. *Cuadernos de Economía*, 45(127), 120-129.
- Tarigan, R. S. (2016). Manual Procedure Petunjuk Penggunaan Elearning. uma. ac. id.
- Tarigan, R. S. (2017). Manual Procedure Petunjuk Penggunaan Academic Online Campus (AOC).
- Tarigan, R. S. (2018). Manual Procedure Petunjuk Penggunaan Sistem Informasi Program Studi (SIPRODI).
- Tarigan, R. S., Azhar, S., & Wibowo, H. T. (2021). Manual Procedure Petunjuk Penggunaan Aplikasi Registrasi Asrama Kampus.
- Tarigan, R. S., Wasmawi, I., & Wibowo, H. T. (2020). Manual Procedure Petunjuk Penggunaan Sistem Tanda Tangan Gaji Online (SITAGO).
- Utami, C. W., Indrianto, A. T. L., Pratama, I. (2019). Agricultural Technology Adoption in Indonesia: The Role of the Agriculture Extension Service, the Rural Financing and the Institutional Context of the Lender. *International Journal of Innovation, Creativity and Change Vol*, 7(7), 258-276.
- Utami, C. W., Sumaji, Y. M. P., Susanto, H., Septina, F., & Pratama, I. (2019). Effect of Supply Chain Management Practices on Financial and Economic Sustainable Performance of Indonesian SMEs. *Int. J Sup. Chain. Mgt Vol*, 8(1), 523-535.
- Utami, Sumaji, Susanto, Septina & Pratama, 2019 Utami, Sumaji, Susanto, Septina & Pratama
- Wardhani, I. I. Pratami, A., & Pratama, I., (2021). E-Procurement sebagai Upaya Pencegahan Fraud terhadap Pengadaan Barang dan Jasa di Unit Layanan Pengadaan Provinsi Sumatera Utara. *Jurnal Akuntansi dan Bisnis: Jurnal Program Studi Akuntansi*. 7 (2): 126-139