

A Journey to sustainable product : pursuing sustainable competitive advantage in the bottled water industry = Perjalanan menuju desain produk berkelanjutan : mengejar sustainable competitive advantage di industri air minum dalam kemasan

Anindita Nadia Taufany, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20509042&lokasi=lokal>

Abstrak

Abstrak Berbahasa Indonesia/Berbahasa Lain (Selain Bahasa Inggris):

Pertumbuhan konsumsi air minum dalam kemasan terus meningkat, meskipun banyak sekali laporan negatif terkait dengan industri tersebut. Media saat ini sedang menyorot kasus krisis lingkungan, dan perusahaan air minum dalam kemasan dianggap sebagai salah satu yang bertanggung jawab. Penggunaan botol plastik menerima paling banyak kritik di industri air minum dalam kemasan, terutama karena desain produk mereka yang dianggap berbahaya. Kepedulian konsumen mendorong permintaan untuk desain produk yang lebih aman, namun perusahaan masih memprioritaskan profitabilitas dalam menangani masalah ini. Konsep sustainability di dalam makalah ini diadopsi untuk menandakan pentingnya perusahaan air minum dalam kemasan untuk berkomitmen bersama menyelesaikan masalah lingkungan.

Berikut adalah pertanyaan utama didalam makalah ini: Bagaimana konsep sustainability dalam desain produk dapat membantu mempertahankan competitive advantage dalam industri air minum dalam kemasan? Diakui sebagai teori terkenal tentang competitive advantage, kedua teori stakeholder dan resource-based view akan digunakan sebagai landasan teori untuk makalah ini. Makalah ini mengusulkan empat desain produk sustainable sebagai penemuan akhir. Desain produk tersebut bertujuan untuk menggantikan atau mengurangi aspek negatif botol-botol plastik. Desain produk upcycling, desain produk yang tahan lama secara emosional, desain produk bioplastic dan desain produk tanpa kemasan akan dibahas di bagian analisis. Semua temuan dalam makalah ini diharapkan untuk mempengaruhi secara positif perceived value produk air minum dalam kemasan. Dua desain produk yang dianggap paling penting akan dimasukkan dalam bagian kesimpulan, yaitu desain produk yang tahan lama secara emosional dan desain produk tanpa kemasan.

.....

Consumption growth of bottled water continues to increase, despite the myriad adverse reports associated with the industry. The current heightening media spotlight amplifies the environmental crisis, and bottled water companies are presumed accountable. Plastic bottles receive the most criticism in the bottled water industry, mainly accusing their harmful product design. Consumer concerns drive the demands for greener product design while companies still prioritize profitability in addressing the issue. The concept of sustainability is adopted to dismiss the diverging interests and signify the importance of bottled water companies' commitment to solve the environmental issue. This paper proposes the following as the main research question: How does sustainability in product design help sustain competitive advantage in the bottled water industry?

Recognized as a well renowned theory of competitive advantage, stakeholder and resource-based view theory will be used as a theoretical foundation for this paper. The findings of this paper bring four sustainable product designs that aims to replace the negatively scrutinized plastic bottles. Upcycling product design, emotionally durable product design, bioplastic product design and zero-packaging design will be discussed in the analysis section. All of the suggestions are expected to positively affect perceived value of the product. Two of the most notable suggestions will be included in the conclusion, which are emotionally durable product design and zero-packaging design.