

Barang Baru Lebih Baik : Sejarah Keusangan Terencana Dan Cara Kerjanya

I Putu Udiyana Wasista

Program Studi Desain Interior

Fakultas Seni Rupa dan Desain Institut Seni Indonesia Denpasar

udyanawasista@isi-dps.ac.id

ABSTRAK

Keusangan terencana merupakan sebuah istilah dalam strategi pemasaran. Keusangan terencana bertujuan untuk membentuk dinamisme pasar dalam jual beli produk. Cara kerjanya dengan mengatur umur produk melalui dua hal, yaitu ketahanan komponen dan manipulasi tren. Melalui dua hal tadi, produk akan berputar cepat dan memaksa konsumen untuk terus membelinya. Cara ini akan terus membentuk iklim konsumtif bagi para konsumen, dan tentunya akan memberikan keuntungan sebesar-besarnya bagi produsen serta pengusaha.

Kata kunci : Keusangan terencana, dinamisme pasar, ketahanan produk, manipulasi tren.

ABSTRACT

Planned obsolescence is a term in marketing strategy. Planned obsolescence aims to shape market dynamism in the sale and purchase of products. How it works by regulating product life through two things, component resilience and trend manipulation. Through these two things, the product will spin fast and force consumers to continue to buy it. This method will continue to shape the consumer climate for consumers, and of course will provide maximum benefits for producers and entrepreneurs.

Keywords : Planned obsolescence, market dynamism, product resilience, trend manipulation.

PENDAHULUAN

Tulisan ini akan digunakan sebagai sebuah informasi bagi para desainer dan produsen, tentang sebuah sistem pemasaran bernama keusangan terencana (*planned obsolescence*). Sejauh ini istilah keusangan terencana lumrah digunakan pada sistem pemasaran. Namun penting untuk diketahui oleh para desainer dan produsen, sebagai sebuah pengetahuan dalam mendesain dan memproduksi sebuah produk.

Istilah ini sebenarnya lebih menasar pada sistem merancang dan memproduksi sebuah produk. Sebuah perancangan dan produksi tentunya memiliki inovasi sebagai sebuah senjata untuk mampu menunjang penjualan produk yang dibuat. Namun dalam inovasi tentunya ada perubahan sebagai pondasinya, jelas apabila tidak ada perubahan maka tidak akan dinamakan inovasi. Proses perubahan inilah yang menjadi pokok keusangan terencana. Adanya keusangan terencana, menyebabkan pasar lebih dinamis dalam penjualan.

Tulisan ini setidaknya masih membahas keusangan terencana secara sederhana dari penjelasan istilah dan cara kerjanya, belum ke dampaknya terhadap lingkungan sekitar. Nantinya melalui tulisan ini dapat dilihat sebuah strategi perancangan, produksi, hingga pemasaran yang sekarang ini bergerak sangat cepat dibawah sistem keusangan terencana. Hal ini disebabkan oleh perubahan teknologi dan inovasi yang dihasilkan pada produk juga sangat cepat serta beragam.

PEMBAHASAN

Istilah Keusangan Terencana

“Barang lama rusak lebih cepat daripada barang baru yang menggantikannya” (Shirky, 2009). Apabila kita cermati kalimat tersebut, terdapat beberapa hal yang perlu kita pahami terlebih dahulu sebelum menginjak pengertian keusangan terencana. Kalimat tersebut menggambarkan sebuah produk yang lama dan tergantikan oleh produk baru. Produk lama entah itu usang atau ketinggalan jaman dari segi fitur dan penampilan, akan digantikan oleh produk baru yang lebih inovatif dan kekinian. Proses pergantian produk inilah sasaran utama keusangan terencana.

Menurut Nutt dan Sears (1972), terdapat beberapa persepsi tentang istilah keusangan produk yang kurang tepat. Usang (*obsolete*) berbeda dengan keusangan (*obsolescence*). Keusangan adalah proses untuk menjadi usang atau tidak dapat digunakan. Sehingga menurut pendapat tersebut, dapat diartikan bahwa keusangan terencana adalah proses produk menjadi usang yang diatur dengan rencana atau metode tertentu. Sedangkan menurut Bulow (1986), keusangan terencana adalah

perancangan barang dengan umur penggunaan pendek dan tidak ekonomis, sehingga pelanggan melakukan pembelian berulang. Dari penjelasan tersebut, dapat dilihat bahwa keusangan terencana menciptakan sebuah produk dengan umur yang pendek, atau dengan kata lain umur produk tersebut dapat diatur dalam proses produksinya. Tujuan dari cara ini adalah memaksa pelanggan untuk konsumtif, dengan melakukan pembelian berulang kali. Dari kedua pengertian di atas, dapat disimpulkan sebuah pandangan tentang pengertian keusangan terencana, yaitu sebuah proses produk menjadi usang dengan mengatur umur produk, untuk memaksa pembeli menjadi konsumtif dengan melakukan pembelian berulang kali.

Sejarah Keusangan Terencana

Keusangan terencana ini sebenarnya telah dilakukan oleh CEO General Motor, yaitu Alfred P. Sloan. Jr pada tahun 1924 (Babaian, 1998), beliau menyebut cara ini sebagai keusangan dinamis (*dynamic obsolescence*) sedangkan para kritikus menyebutnya keusangan terencana (*planned obsolescence*) (Grattan, 2016). Tujuan dari sistem ini adalah mempertahankan penjualan mobil di pasaran nasional Amerika saat itu yang sempat mengalami kelesuan, sehingga beliau mengambil strategi menciptakan produk baru tahunan dan meyakinkan konsumen untuk membelinya. Sebenarnya strategi ini diambil dari sistem penjualan sepeda gayung saat itu, namun disalah artikan oleh Sloan (Babaian, 1998). Dari penjelasan tersebut, dapat diartikan bahwa keusangan terencana diperkenalkan pada awalnya sebagai sebuah cara untuk membuat pasar lebih dinamis. Tujuannya jelas yaitu untuk mendongkrak penjualan sebuah produk dari perusahaan, untuk memastikan keuntungan secara berkelanjutan.

Dari uraian di atas, keusangan terencana merupakan sebuah proses, sistem, atau cara untuk mengatur proses keusangan produk. Tujuannya keusangan terencana adalah untuk membuat menggairahkan proses jual beli produk di pasaran, sekaligus membentuk iklim konsumtif bagi para konsumen.

Cara Kerja Keusangan Terencana

Setidaknya ada beberapa sistem yang digunakan untuk menentukan umur penggunaan produk, seperti menentukan ketahanan sebuah produk dan memanipulasi keinginan untuk membentuk persepsi. Menurut Orbach (2004), daya tahan dapat diatur untuk menentukan umur sebuah produk. Cara pengaturan daya tahan ini disebut daya tahan terencana (*contrived durability*). Cara kerjanya dengan cara membentuk komponen dari sebuah produk untuk cepat rusak. Komponen dari pembungkus hingga jeroannya digantikan dengan material yang mudah aus dan rusak. Sistem ini sendiri tidak menyalahi hukum, karena hukum membebaskan produsen dan desainer menentukan umur produknya (2004). Namun apabila pengaturan ketahanan produk ini dilakukan secara berlebihan, akan menimbulkan stigma bahwa produk itu rapuh, buruk, dan cepat rusak sehingga merugikan produsen. Cara lain sistem ini dapat dicontohkan seperti menentukan umur kompatibel sebuah komponen terhadap produk yang telah lama. Contohnya seperti kabel penghubung proyektor pada laptop. Pada beberapa laptop kabel proyektor tidak dapat terhubung langsung ke laptop, namun harus menggunakan alat tambahan. Hal ini disebabkan oleh perubahan model produk yang mengakibatkan perubahan eksternal pada bodi laptop.

Keusangan terencana juga dapat dibentuk oleh keinginan melalui persepsi yang dibentuk oleh tren. Broke Stevens dalam Adamson dan Gordon (2003), mengatakan bahwa keusangan terencana bertujuan mengubah persepsi pembeli untuk membeli sesuatu yang lebih baru, lebih baik, dan lebih cepat dari yang diperlukan. Sedangkan Packard (1960), mengatakan bahwa keusangan terencana dibentuk oleh keinginan dari persepsi atau pikiran bukan karena performa tapi karena perubahan gaya dari produk. Packard menyebut keusangan terencana ini sebagai *desirability obsolescence* (keusangan keinginan). Dari dua pandangan di atas, keusangan jenis ini dapat dilihat terbentuk dari persepsi konsumen terhadap produk dengan iming-iming kebaruan, bukan melalui kebaruan performa namun lebih pada kebaruan tren.

Dari pemaparan di atas, sistem terjadinya keusangan terencana setidaknya dapat dilakukan melalui dua hal yaitu ketahanan produk dan pembentukan tren.

Keusangan terencana melalui ketahanan produk, dilakukan dengan memanipulasi bagian komponen produk dengan menggunakan komponen yang rapuh. Akibatnya produk itu cepat rusak dan memaksa konsumen untuk membeli baru. Sedangkan di sisi lain, keusangan dapat dibentuk juga melalui persepsi. Melalui manipulasi pikiran, persepsi konsumen dapat dibentuk dengan pengaruh tren. Akibatnya melalui tren, konsumen lebih mementingkan gaya bukan melihat performa produk.

Simpulan

Keusangan terencana merupakan salah satu strategi pemasaran dengan mengatur umur produk. Tujuannya membentuk dinamisme jual beli produk di pasaran. Pengaturan umur produk bisa dilakukan melalui dua hal, yaitu pengaturan ketahanan dan manipulasi persepsi. Pengaturan ketahanan dilakukan dengan mengatur jangka waktu kerusakan komponen. Sedangkan manipulasi persepsi dilakukan dengan membentuk tren.

Daftar Pustaka

- Adamson, G., Gordon, D., 2003. *Industrial Strength Design: how Brooks Stevens Shaped Your World*. MIT Press, Cambridge.
- Babaian, Sharon. 1998. *The Most Benevolent Machine: A Historical Assessment of Cycles in Canada*. Ottawa: National Museum of Science and Technology. hal. 97
- Bulow, J., 1986. *An Economic Theory of Planned Obsolescence*. *The Quarterly Journal of Economics*, 101(4), hal.729-749
- Grattan, L., 2016. *Populism's Power: Radical Grassroots Democracy in America*. Oxford University Press
- Nutt, B. and Sears, D., 1972. *Functional Obsolescence in The Planned Environment*. *Environment and Planning A*, 4(1), pp.13-29
- Orbach, Barak. (2004). "The Durapolist Puzzle: Monopoly Power in Durable-Goods Market". *Yale Journal on Regulation*, vol. 21, hal. 67–118.
- Packard, V., 1960. *The Waste Makers*. Pelican, Harmondsworth.
- Shirky, C., 2009. *Newspapers and Thinking the Unthinkable*. *Risk Management*, 56(3), hal.24