

Perancangan dan Pengembangan Produk

⚙️ Kebijakan produk dan organisasi

Pengantar Perancangan produk ⚙️

⚙️ Penyusunan Konsep

⚙️ Seleksi konsep produk

⚙️ Perancangan level sistem: Arsitektur Produk

Prototyping ⚙️

⚙️ Konsep pasar dan identifikasi

⚙️ Spesifikasi Produk

Diskusi dan Presentasi ⚙️

Exhibition ⚙️





- Referensi
- Ulrich K.T., Epinge r S.D., 2001, Perancangan dan Pengembangan Pr oduk, Salemba Teknika, Bandung
- Ulrich K.T., Epinge r S.D., 2000, Product Design and Developme nt , 2nd edition, McGraw-Hill, Singapore
- Drs. A. Dudung, 2012, Merancang Produk , Rosda, UNJ, Jakarta
- Kalbernick H.,Farmer L.E., Mozar S., Concurrent Product and proce ss Design, University Of New South Wales
- Tom Kelley dan Jonathan Littman, 2001, The Art of Innovation , Gramedia Pustaka Jakarta
- Other

Product Life Cycle



Produk



Produk (product) menurut Kotler & Armstrong, (2001: 346): segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan

PLC menggambarkan dinamika bersaing suatu Produk

Tidak setiap produk melalui semua tahapan pada PLC

Panjang suatu tahap PLC untuk tiap produk sangat bervariasi

PLC dapat diperpanjang dengan inovasi dan repositioning

Consumer Adoption Process :
Awareness
Interest
Evaluation
Adoption

Produk memerlukan strategi pemasaran, keuangan, manufaktur, pembelian, dan sumber daya manusia yang berbeda dalam tiap tahap siklus hidup produk

Perkenalan
Rapid Skimming
Slow Skimming
Rapid Penetration
Slow Penetration

Pertumbuhan > Rapid/Slow Growth :
Memodifikasi Produk
Segmen pasar baru
Penambahan Saluran Distribusi
Selective demand stimulation
Pengurangan harga
Pelayanan purna beli

Kedewasaan :
Defensive Strategy
Offensive Strategy

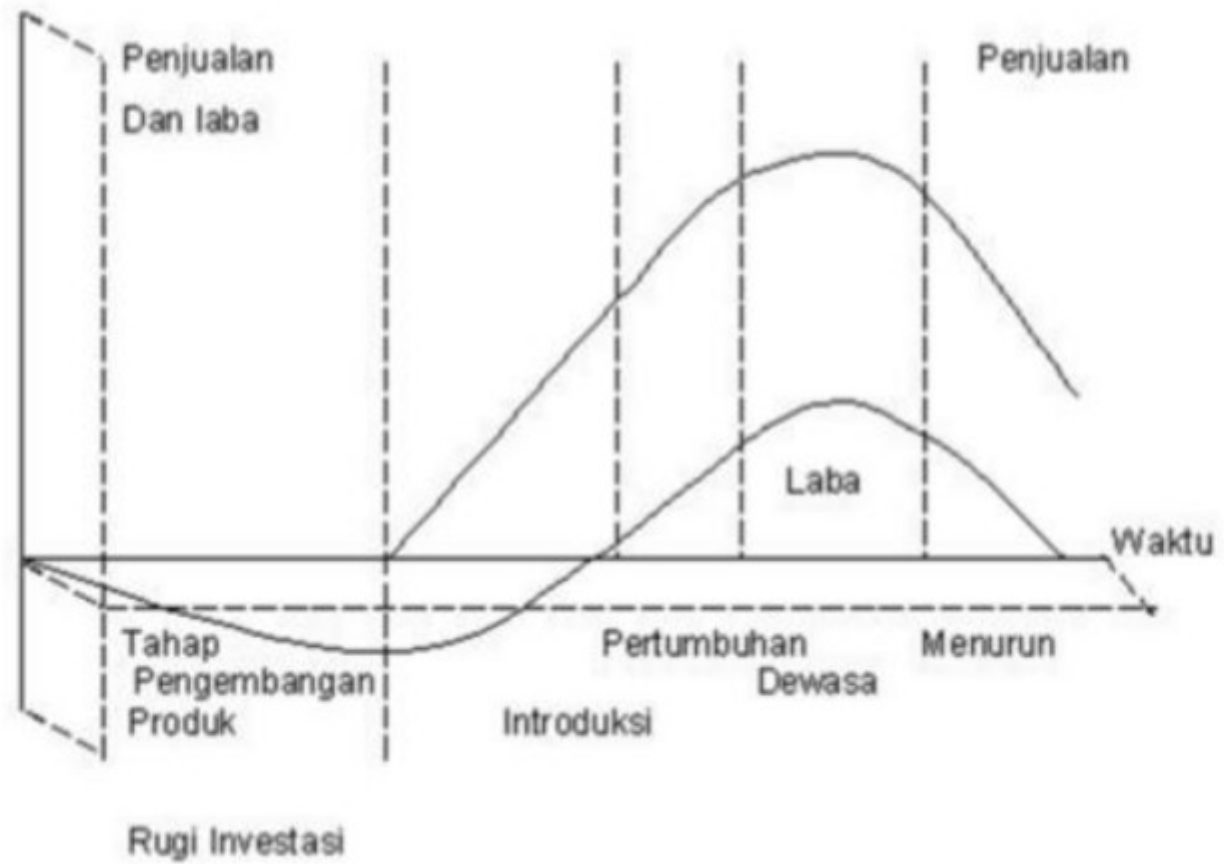
Penurunan :
Menambah investasi
Mengubah produk
Mencari pasar baru
Mengurangi investasi secara selektif
Meninggalkan bisnis/menjual aset



Jelaskan design disamping

Karakteristik PLC

	Perkenalan	Pertumbuhan	Kedewasaan	Penurunan
Penjualan	Rendah	Meningkat Cepat	Puncak	Menurun
Biaya	Tinggi	Rata-Rata	Rendah	Rendah
Laba	Negatif	Meningkat	Tinggi	Menurun
Pesaing	Sedikit	Bertambah	Stabil mulai Menurun	Menurun



PENGEMBANGAN
PRODUK?



PENGEMBANGAN PRODUK

SERANGKAIAN AKTIVITAS YANG DIMULAI DARI ANALISIS PERSEPSI DARI PELUANG PASAR KEMUDIAN DIAKHIRI DENGAN TAHAP PRODUKSI, PENJUALAN DAN PENGIRIMAN PRODUK

TUJUAN

MENJELASKAN SUATU METODE PENGEMBANGAN PRODUK YANG JELAS DAN TERPERINCI YG DI DALAM TAHAPANNYA MELIBATKAN FUNGSI2 PEMASARAN, PERANCANGAN DAN MANUFAKTUR YG ADA PADA SUATU PERUSAHAAN

Karakteristik Pengembangan Produk

TI UMM



Biaya Produk

2



Kualitas Produk

1

Waktu Pengembangan Produk

3



Biaya Pengembangan

4

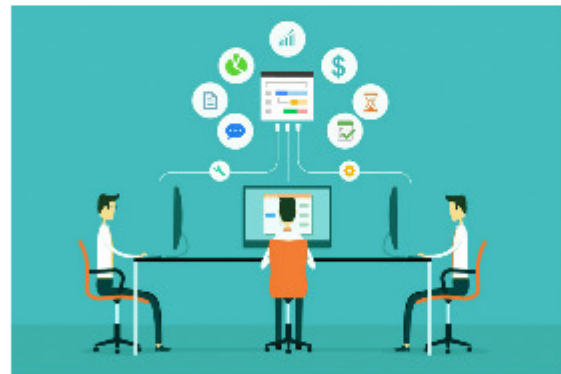
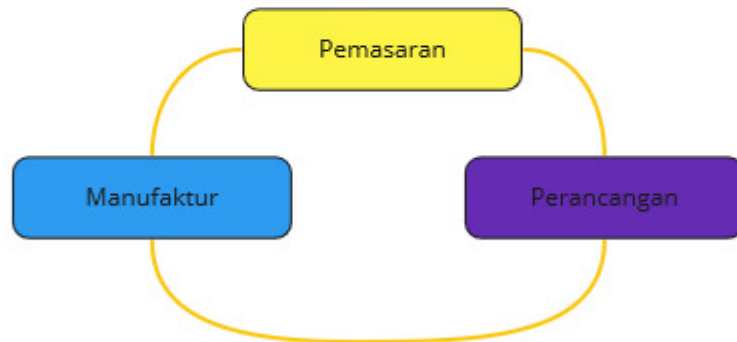


Kapasitas Pengembangan

5

ASPEK (FUNGSI) PENTING DALAM PENGEMBANGAN PRODUK

Manufaktur	Pemasaran	Perancangan
<ul style="list-style-type: none">Bertanggung jawab untuk merancang dan mengoperasikan sistem produksi pada proses produksi produkFungsi secara luas: mencakup pembelian, distribusi dan instalasi (supply chain)	<ul style="list-style-type: none">Interaksi antara perush dan pelangganFasilitasi proses identifikasi peluang produkPendefinisian segmen pasarIdentifikasi kebutuhan pelangganMerancang peluncuran produkPromosi produk	<ul style="list-style-type: none">Berperan thd pendefinisian bentuk fisik produk agar dapat memenuhi kebutuhan pelangganTugas: desain engineering (mekanik, elektrik, software,dll), desain produk dan desain industri (estetika, ergonomi, vdll)



Pengembangan Product



Tantangan

Trade Off

Dinamika

Detail

Tekanan Waktu

Faktor Ekonomi

Daya Tarik

Faktor Kreasi

Kepuasan Masyarakat

Kebutuhan Individu

Keragaman Anggota Tim

Semangat Tim

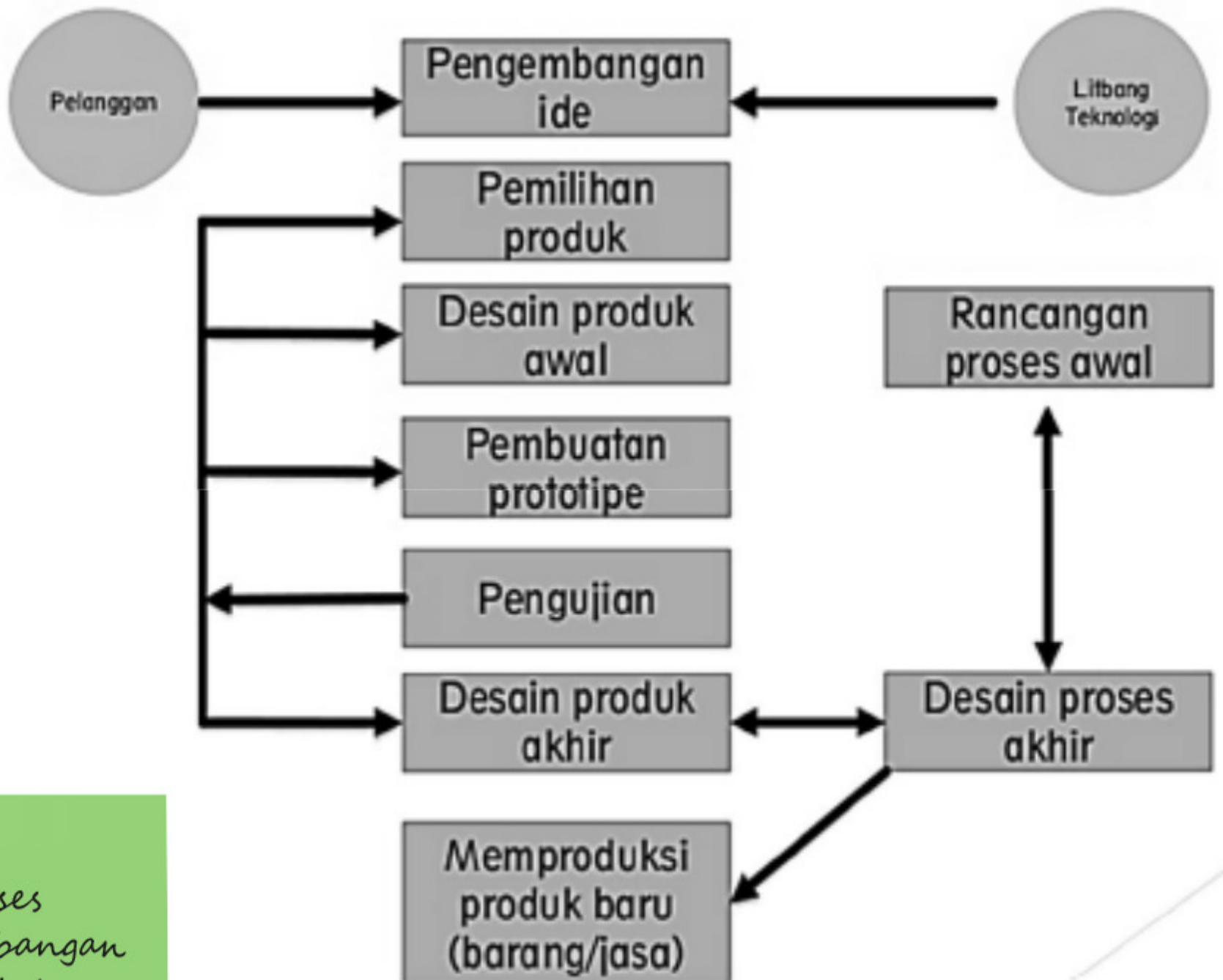
Hambatan

Kurangnya pemahaman terhadap tim

Konsistensi terhadap sasaran proyek keseluruhan

Kekurangan sumber daya

Representasi yang kurang baik dari anggota tim yang berasal dari berbagai disiplin ilmu



Proses Pengembangan Produk

Tahapan Proses Pengembangan Produk

Fase 2
Perancangan Tingkatan Sistem

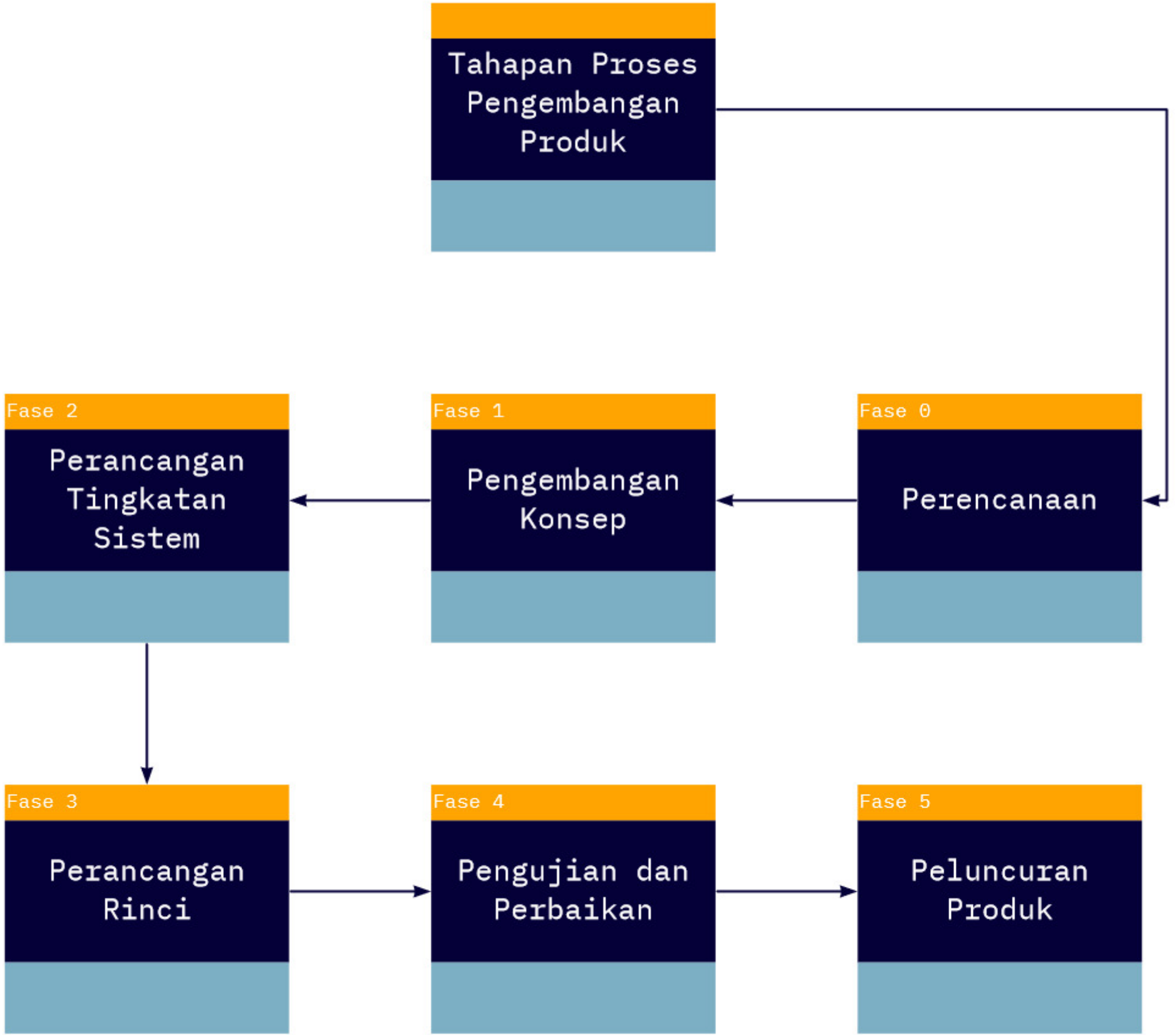
Fase 1
Pengembangan Konsep

Fase 0
Perencanaan

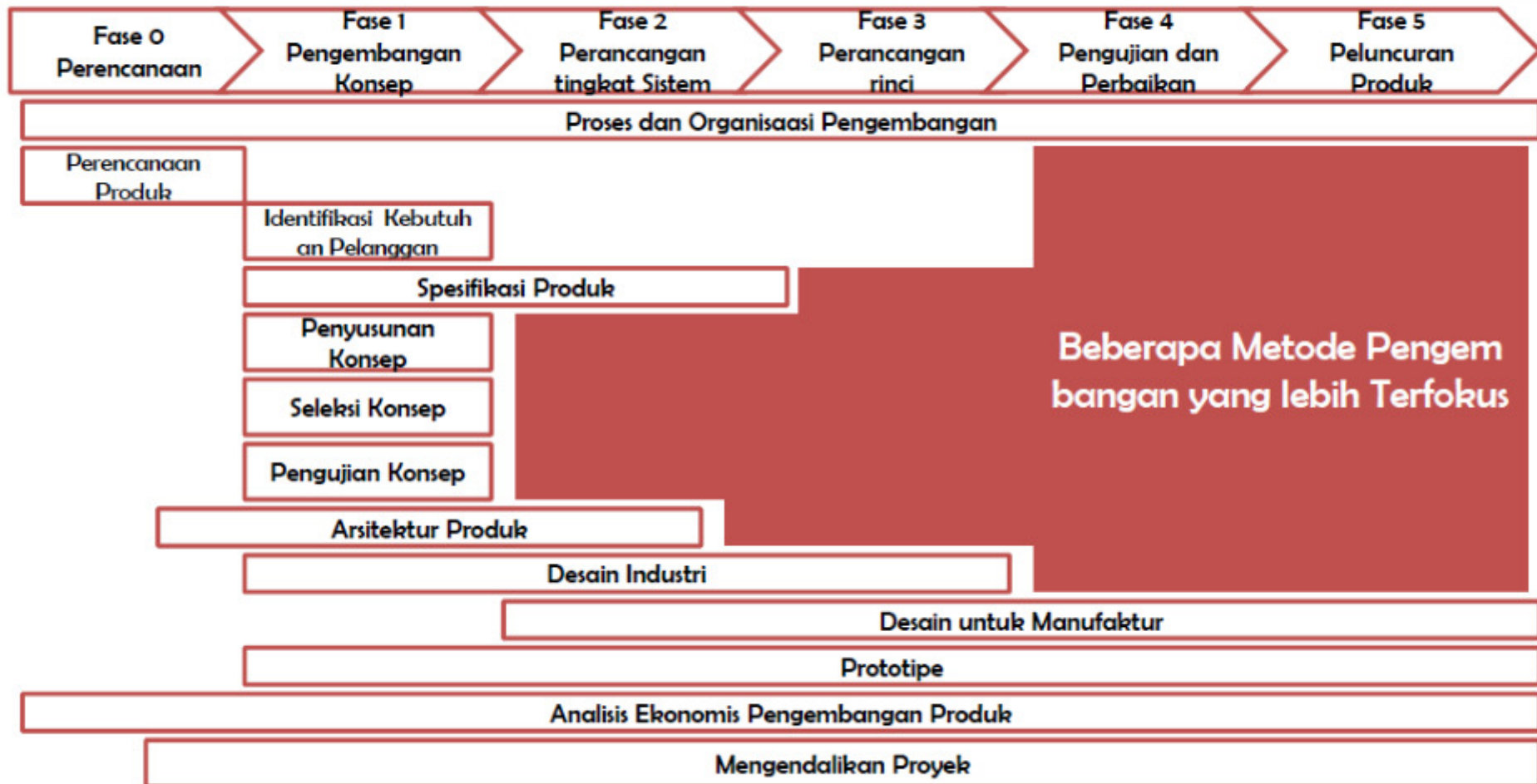
Fase 3
Perancangan Rinci

Fase 4
Pengujian dan Perbaikan

Fase 5
Peluncuran Produk



6 TAHAPAN PROSES PENGEMBANGAN PRODUK



Proses pengambilan keputusan lebih eksplisit

Menjamin isu-isu penting tidak terlupakan

Terdokumentasi dengan baik

Sudah Paham?

Semoga Bermanfaat

APA SAJA MANFAAT METODE TERSTRUKTUR
DALAM PENGEMBANGAN PRODUK?

Proses pengambilan
keputusan lebih eksplisit

Menjamin isu-isu penting
tidak terlupakan

Terdokumentasi dengan
baik

Sudah Paham?

Semoga Bermanfaat