

DESAIN PRODUK DAN JASA

Konsep Produk/Jasa

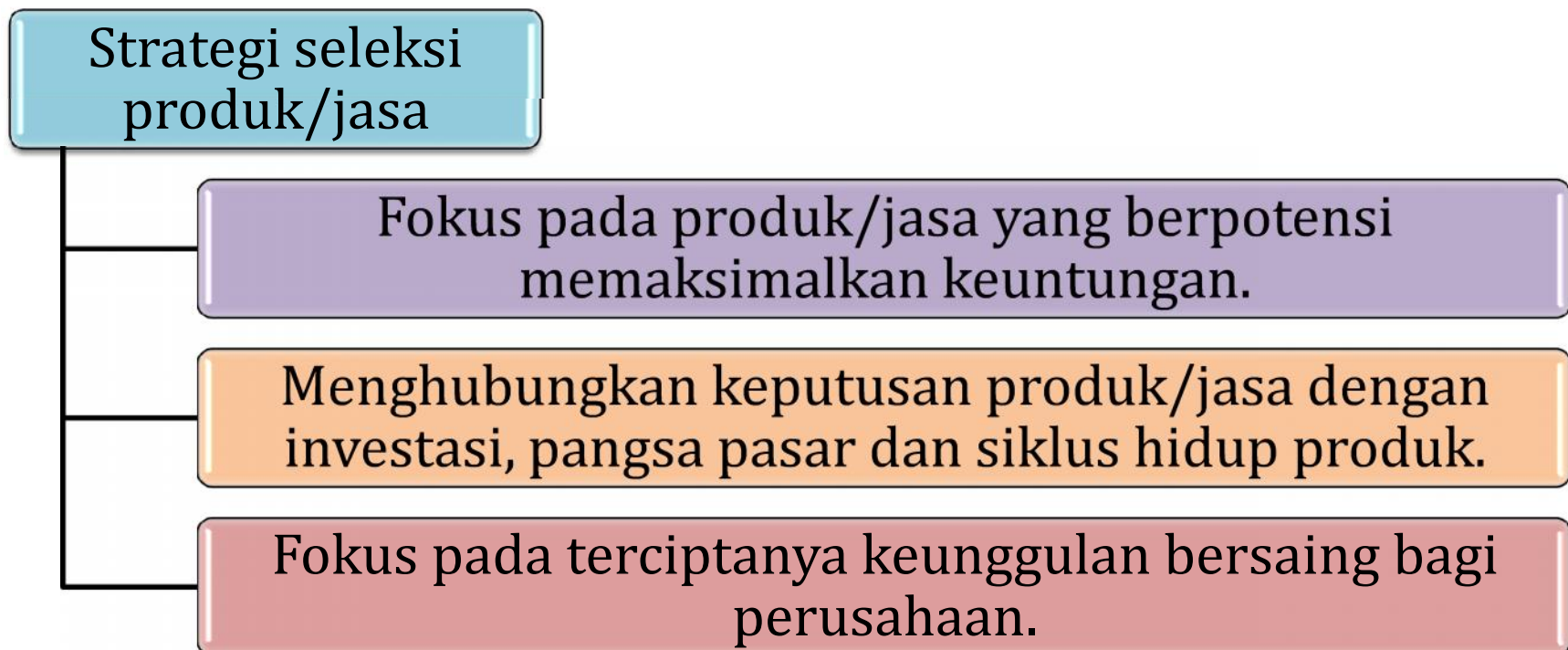
2



Seleksi Produk/Jasa

3

- Adalah kegiatan pemilihan produk/jasa yang akan digunakan untuk memenuhi kebutuhan konsumen atau pelanggan.





Faktor Seleksi Produk/Jasa ... (1)

4

1

- Nilai guna dari produk/jasa.

2

- Kemungkinan perkembangan produk/jasa.

3

- Fasilitas produksi yang diperlukan.

4

- Fasilitas perusahaan.

5

- Proyeksi permintaan produk/jasa.

6

- Proyeksi penjualan industri.



Faktor Seleksi Produk/Jasa ... (2)

5

7

- Proyeksi penjualan perusahaan.

8

- Potensi keuntungan produk/jasa.

9

- Jalur distribusi.

10

- Posisi persaingan.

11

- Potensi peningkatan penjualan.

12

- Siklus hidup produk/jasa.

Faktor Pengembangan Produk/Jasa

6



Perubahan ekonomi,



Perubahan sosiologi dan demografi,



Perubahan teknologi,



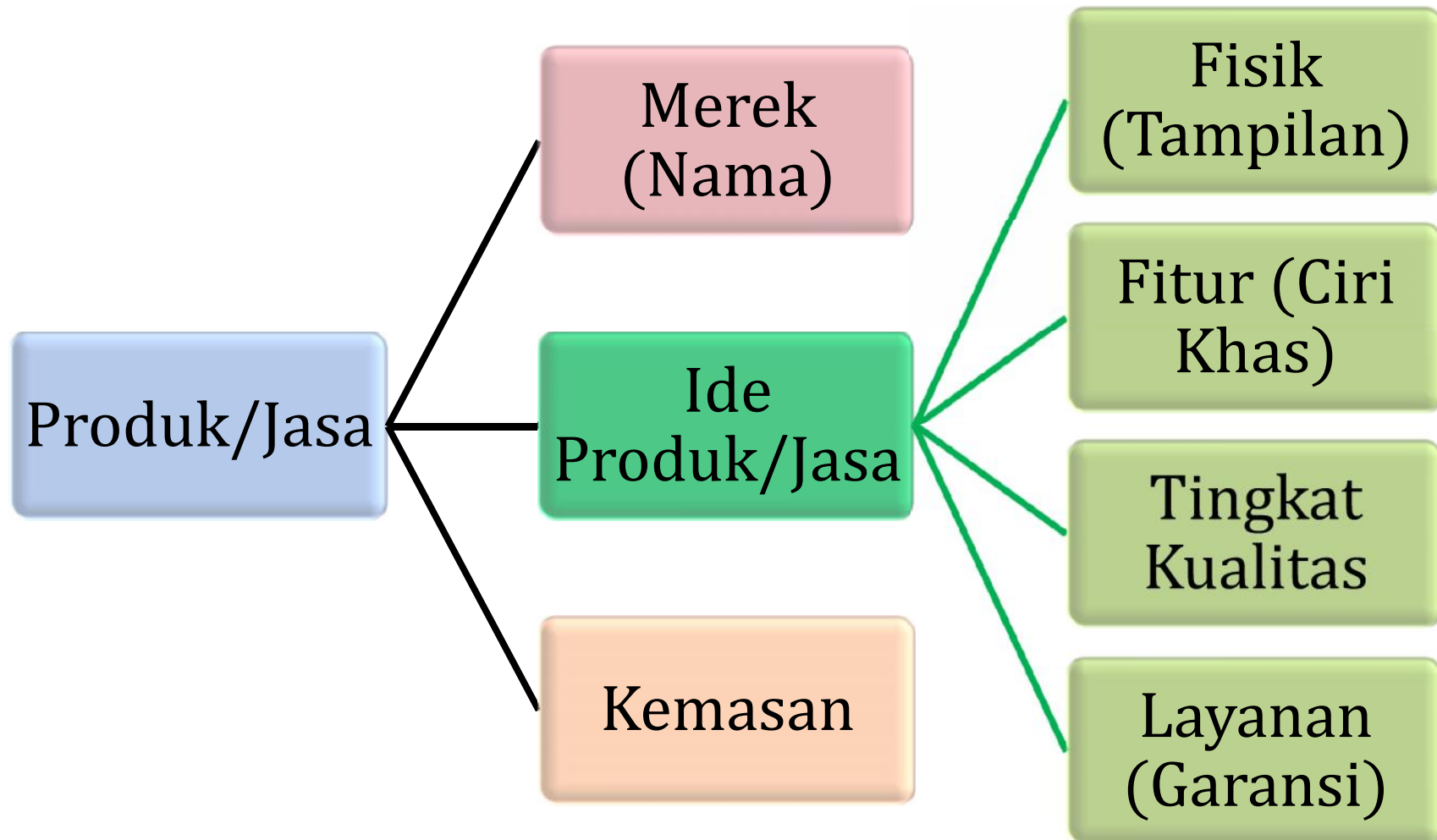
Perubahan politik,



Perubahan-perubahan lain, antara lain: dinamika pasar, standar profesi, pemasok, dan penyalur.

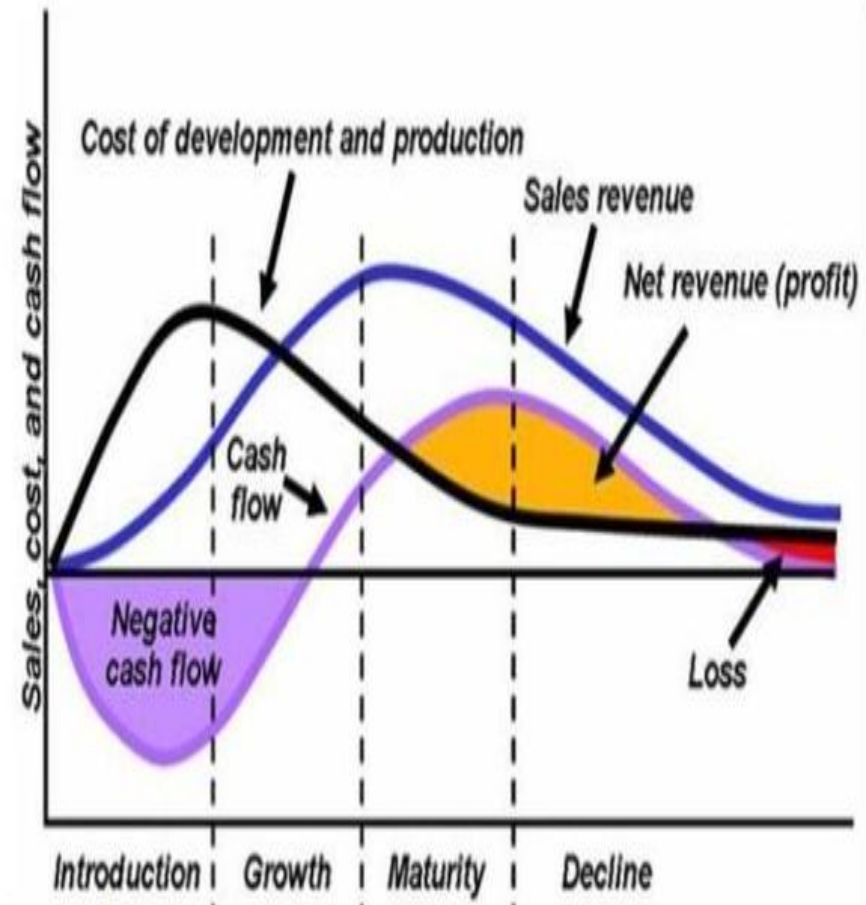
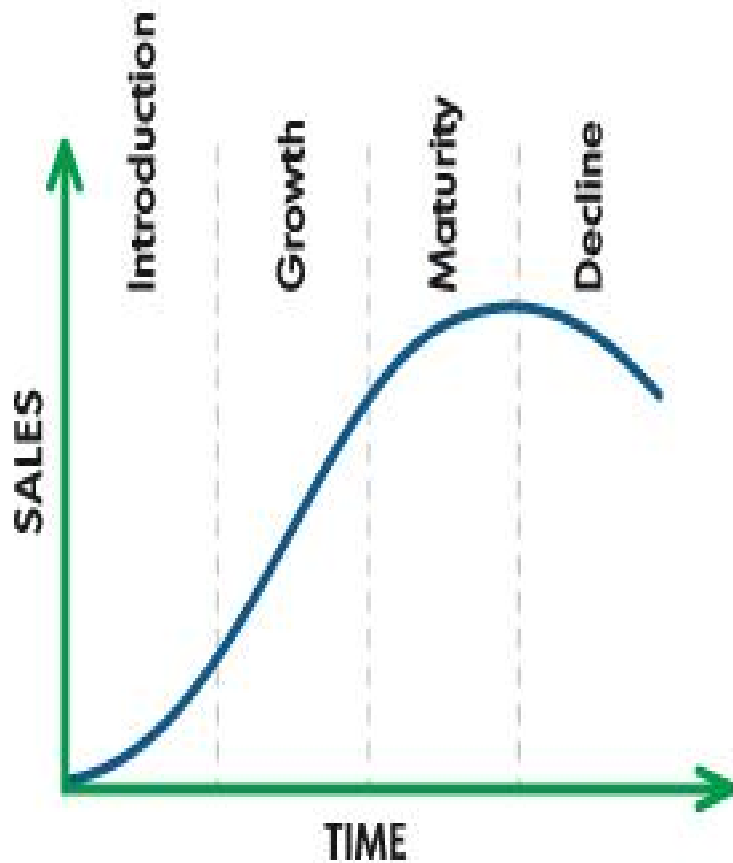
Komponen Produk/Jasa

7



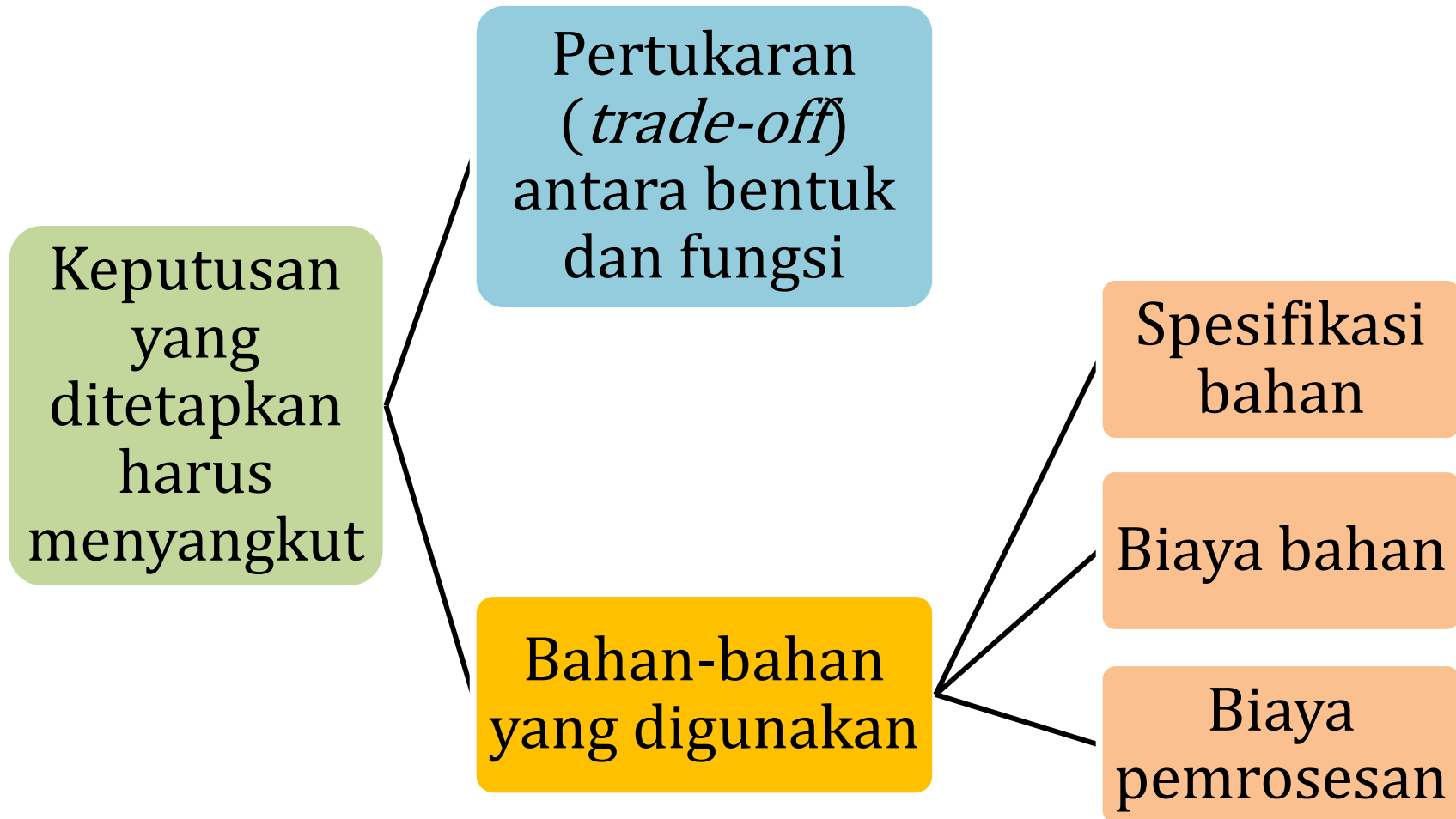
Siklus Hidup Produk/Jasa

8



Pertimbangan Desain Produk/Jasa

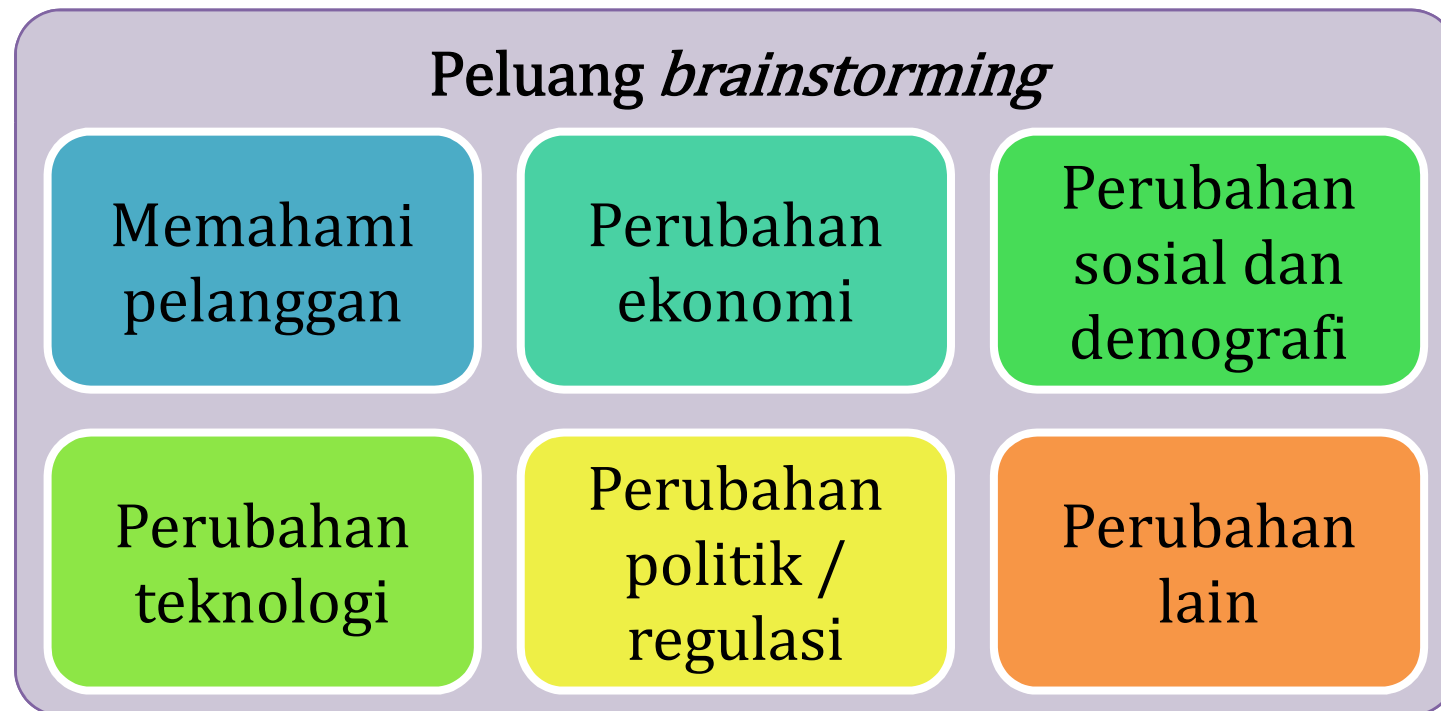
9



Teknik *Brainstroming*

10

- Adalah teknik untuk membangkitkan ide kreatif pada subjek khusus (umumnya dalam bentuk tim) hingga menghasilkan keputusan produk/jasa baru



Kriteria Produk/Jasa Baru

(Agus Ahyari, hal.128)

11



Terdapat perubahan-perubahan kecil dari produk/jasa.



Terdapat perubahan total dari produk/jasa yang sudah ada.



Produk/jasa yang diproduksi oleh perusahaan lain, namun belum dipasarkan oleh perusahaan ybs.



Produk/jasa yang tidak/belum diproduksi di dalam negeri, namun sudah dipasarkan di luar negeri.

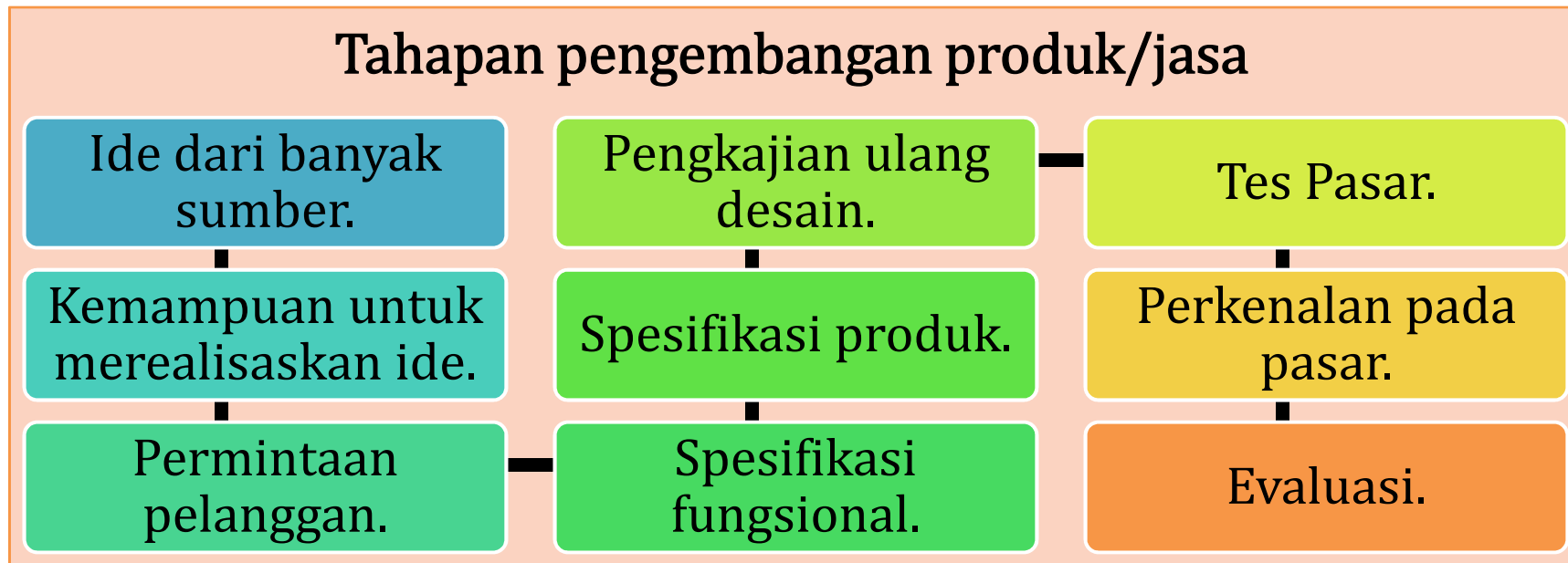


Produk/jasa yang sama sekali belum pernah diproduksi di dalam negeri maupun di luar negeri.

Pengembangan Produk/Jasa

12

- Adalah suatu penelitian terhadap produk/jasa yang sudah ada untuk dikembangkan lebih jauh agar mempunyai tingkat kegunaan yang lebih tinggi, dan disukai oleh konsumen/pelanggan.



Desain Jasa

13

- Jasa memiliki karakteristik yang unik untuk di desain.
- Desain dan penyerahan produk jasa melibatkan interaksi dengan konsumen atau pelanggan.

Lini pelayanan yang ditawarkan.

Ketersediaan pelayanan.

Pertimbangan Desain Jasa

Tingkat pelayanan.

Garis tunggu dan kapasitas pelayanan.

Organisasi/Tim Pengembangan Produk

14

#1

- Tim pengembangan produk.

#2

- Tim desain kemampuan produksi.

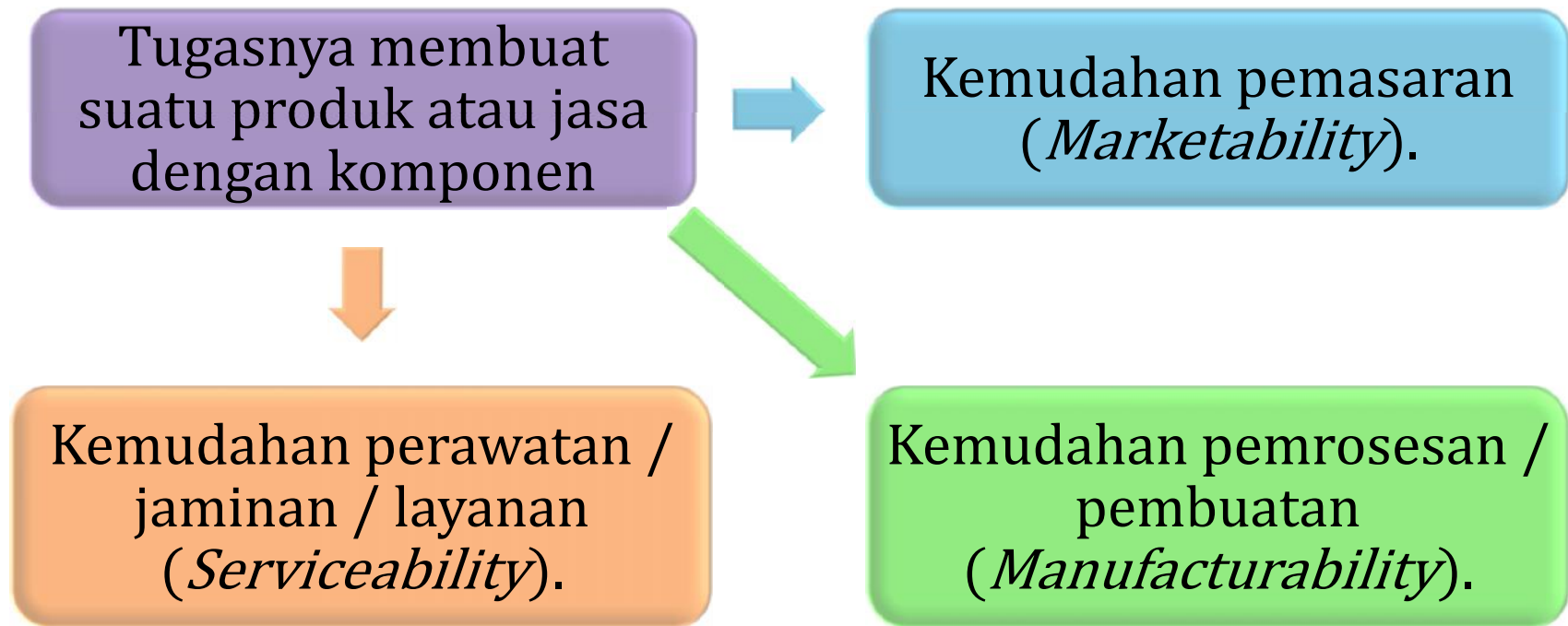
#3

- Tim rekayasa nilai.

Tanggung Jawab & Tugas Tim #1

15

- Tim yang diberi tanggung jawab untuk mengubah permintaan pasar menjadi sebuah produk/jasa yang sukses.



Tanggung Jawab & Tugas Tim #2 - #3

16

- Memiliki aktivitas yang akan menolong untuk memperbaiki desain produksi, pemeliharaan, dan penggunaan sebuah produk/jasa.

Keuntungan dari pembentukan tim ini

Mengurangi kompleksitas produk/jasa.

Standarisasi tambahan komponen.

Perbaiki aspek fungsional.

Memperbaiki desain pekerjaan dan keamanan pekerjaan.

Memperbaiki kemudahan pemeliharaan produk/jasa.

Desain yang tangguh.

Strategi Pengembangan Produk

17

Strategi Pengembangan Eksternal

Aliansi

Joint venture

Membeli teknologi atau keahlian dengan mengambil alih pengembang

Strategi Pengembangan Internal

Perpindahan dari produk yang ada sekarang.

Peningkatan produk yang ada.

Produk baru yang dikembangkan secara internal.



Referensi

18

Heizer, Jay and Render, Barry. “*Operations Management (Manajemen Operasi)*”. Edisi Tujuh. Salemba Empat. 2005

Taylor III, Bernard W. “*Intorduction to Management Science (Sains Manajemen)*”. Edisi Delapan. Salemba Empat. 2008

**SEKIAN &
TERIMA KASIH**