

Modul 2

Bab 4. Desain dan Pengembangan Produk

A. Uraian Materi Belajar

Definisi dari desain adalah menerjemahkan persyaratan permintaan kedalam suatu bentuk yang sesuai dengan kehendak bagian produksi ataupun yang sesuai dengan kehendak dari para konsumen (Yamit, 2003). Desain dapat pula dimasukkan dalam kegiatan riset dan pengembangan, dimana kegiatan-kegiatan yang ada pada riset dan pengembangan adalah kegiatan-kegiatan yang berupaya menciptakan produk nyata dari imajinasi fakta yang ada sekarang ke kemungkinan-kemungkinan dimasa depan. Fungsi desain itu sendiri terletak diantara fungsi pemasaran dan operasi, dimana fungsi ini bertugas untuk menerjemahkan kebutuhan pasar yang ditentukan oleh bagian pemasaran dan kemudian oleh bagian operasi dibentuk sedemikian rupa sehingga dapat memuaskan kebutuhan pasar. Ada beberapa faktor yang perlu diperhatikan dalam mendesain suatu produk : (1). Globalisasi selera konsumen, (2). Segmentasi pasar, (3). Kondisi lokal, dan (4). Teknologi.

Beberapa negara yang memiliki perusahaan multi-nasional dinegara lain, biasanya memiliki desain tersendiri dari negara yang dituju, agar desain yang dihasilkan sesuai kondisi pasar dan selera konsumen dinegara tersebut. Hal lain yang menyebabkan perusahaan-perusahaan multi-nasional tersebut lebih memilih mempekerjakan desainer yang bukan berasal dari negara asalnya adalah faktor pembiayaan jasa dari desainer tersebut, dimana biaya jasa desainer dari negara asal biasanya lebih mahal daripada jasa desainer dari negara yang dituju. Biasanya, para perusahaan multi-nasional ini mendapatkan desainer-desainer tersebut dari : (1). Asosiasi riset, (2). Lembaga riset pemerintah, (3). Lembaga pendidikan, (4). Perusahaan-perusahaan desain perorangan, dan (5). Lisensi. Sementara itu, sebelum suatu desain produk lepas ke pasar, produk tersebut harus melalui berbagai tahapan seleksi, seperti: (1). Konsepsi, (2). Persetujuan, (3). Pelaksanaan, (4). Penterjemahan, dan (5). Pra-operasi.

Pengembangan produk adalah upaya suatu perusahaan untuk senantiasa menciptakan produk baru, memperbaiki dan memodifikasi produk lama agar dapat memenuhi tuntutan pasar dan selera pelanggan (Yamit, 2003). Dalam mengembangkan produk yang telah ada, perusahaan biasanya menghadapi berbagai macam tantangan, seperti misalnya: (1). Makin terbatasnya gagasan-gagasan tentang produk baru, (2). Kondisi pasar yang terfragmentasi, (3). Hambatan sosial dan peraturan pemerintah, (4). Biaya pengembangan produk itu sendiri yang semakin tinggi setiap tahunnya, dan (5). Usia produk yang tidak tahan lama. Sementara itu, tahapan-tahapan yang ada dalam pengembangan produk adalah : (1). Pengembangan gagasan, (2). Penyaringan gagasan, (3). Pengembangan dan Uji Konsep, (4). Analisis bisnis, (5). Pengembangan dan uji produk, (6). Strategi pemasaran produk, (7). Uji pasar, dan (8). Pengenalan pasar.

B. Latihan Soal

Anggap kelompok anda adalah suatu perusahaan yang bergerak dalam bidang pertanian, dimana konsep pertanian ini adalah konsep umum yang mencakup bidang perikanan, peternakan dan pertanian itu sendiri. Tentukan pada spesifikasi bidang pertanian apa yang dipilih oleh perusahaan anda, dan tentukan pula spesifikasi produk yang akan anda hasilkan. Kemudian jelaskan tahapan pengembangan produk yang akan dihasilkan oleh perusahaan anda yang mana produk tersebut hendak anda lepas ke pasaran.

Bab 5. *Forecasting* Permintaan

A. Uraian Materi Belajar

Forecasting, atau biasa disebut peramalan, dari suatu permintaan merupakan alat bantu dari perencanaan yang efisien dan efektif khususnya dibidang ekonomi. Dengan adanya peramalan tepat akan suatu permintaan pasar terhadap suatu produk akan memberikan dasar yang lebih baik bagi perencanaan dan pengambilan keputusan. Ada beberapa macam metode yang digunakan dalam melakukan *forecasting* permintaan, akan tetapi yang paling umum, metode-metode ini dibagi menjadi dua, yaitu kualitatif dan kuantitatif. Metode yang termasuk dalam metode kuantitatif untuk *forecasting* peramalan ini adalah metode time series dan metode kausal, sementara itu, metode yang termasuk didalam metode kualitatif adalah metode eksploratif dan metode normatif. Pada modul ini, akan dibahas lebih mendalam pada metode kuantitatif. Untuk menggunakan metode kuantitatif, ada tiga kondisi yang harus dipenuhi : (1). Tersedianya informasi dimasa lalu, (2). Informasi tentang masa lalu tersebut dapat dikuantitatifkan dalam bentuk numerik, dan (3). Adanya asumsi bahwa beberapa pola dari masa lalu tersebut akan berlanjut terpola dimasa yang akan datang (Yamit, 2003).

Metode time series berfungsi untuk menggambarkan berbagai gerakan yang terjadi pada sederetan data pada waktu tertentu. Ada beberapa pola data yang dipakai, yaitu: (1). Pola horizontal, (2). Pola musiman, (3). Pola siklus, dan (4). Pola trend. Sedangkan untuk mengukur gerakan trend itu sendiri terdapat empat cara yang biasa digunakan, yaitu: (1). Metode bebas, (2). Metode setengah-setengah, (3). Metode rata-rata bergerak, dan (4). Metode kuadrat terkecil.

B. Latihan Soal

Sesuai dengan bidang perusahaan yang anda pilih pada soal sebelumnya :

1. Metode *forecasting* permintaan mana yang cocok untuk anda pakai dalam perusahaan anda saat ini? Pilih salah satu metode dan jelaskan.

2. Dari pilihan metode tersebut, buatlah perkiraan *forecasting* peramalannya antara tahun 1998-2008, dengan nilai nominal yang anda buat sendiri. Jelaskan hasilnya, bagaimana cara membaca pola *forecasting* tersebut, dan apa dampaknya kedepan untuk perusahaan anda.
3. Diketahui data penjualan beras (dalam ribuan ton) tahun 1999 -2008, sebagai berikut :

| Tahun | Penjualan (Yi) | Xi |
|-------|----------------|----|
| 1999 | 155 | 1 |
| 2000 | 195 | 2 |
| 2001 | 225 | 3 |
| 2002 | 248 | 4 |
| 2003 | 275 | 5 |
| 2004 | 325 | 6 |
| 2005 | 279 | 7 |
| 2006 | 350 | 8 |
| 2007 | 410 | 9 |
| 2008 | 560 | 10 |

Hitunglah :

- Nilai trend penjualan beras tahun 1999 – 2008
- Proyeksi penjualan beras tahun 2009 dan 2010

Daftar Pustaka

- Handoko, Hani, T., 1999. **Dasar-Dasar Manajemen Produksi Dan Operasi**. BPFE. Yogyakarta.
- Yamit, Zulian, 2003. **Manajemen Produksi dan Operasi**. Penerbit Ekonisia. FE UII. Yogyakarta.