

PERANCANGAN STRATEGI KANVAS PADA PRODUK MOBIL

ARDIKA FAJAR MAULANA

(Pembimbing : Ratih Setyaningrum, MT, Rindra Yusianto, S.Kom, MT)

Teknik Industri - S1, FT, Universitas Dian Nuswantoro

www.dinus.ac.id

Email : 512201200587@mhs.dinus.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang menyebabkan kesuksesan suatu produk serta karakteristik apa yang dimiliki oleh produk tersebut. Yang menjadi obyek dalam penelitian ini adalah produk mobil di kelas MPV dan SUV. Sebagai langkah awal untuk menentukan produk sukses perlu dilakukan pendefinisian produk berdasarkan indikator market share dan angka penjualan. Analisis diawali dengan pemilihan produk sukses kemudian dicari faktor karakteristiknya untuk dibandingkan antara produk satu dengan produk lain di kelasnya.

Kesuksesan produk dapat dilihat dari berapa banyak konsumen yang memilih dan menggunakan produk tersebut. Angka penjualan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu angka penjualan mobil pada tahun 2015. Angka tersebut akan di olah dalam diagram pareto untuk diketahui produk yang masuk dalam 80% market share. Produk yang telah dipilih lalu di ukur dalam tiga kategori yaitu kategori rendah, sedang dan tinggi. Faktor yang dibandingkan antara lain adalah atribut produk seperti harga, kinerja mesin, ukuran produk, merek produk, waktu peluncuran dan fitur yang dimiliki. Sedangkan karakteristik produk yang di ukur dilakukan menggunakan kuisisioner. Setelah data telah di ukur dan di analisis kemudian di petakan menggunakan alat bernama kanvas strategi untuk mengetahui faktor-faktor apa yang unggul. Dari hasil analisis didapatkan faktor yang memepengaruhi kesuksesan produk adalah fitur keamanan, ukuran produk, waktu peluncuran, garansi pasca beli, berat body, dealer mobil dekat, harga dan produk yang ergonomis.

Kata Kunci : market share, angka penjualan, kanvas strategi.

THE DESIGN STRATEGY OF THE CANVAS ON THE CAR PRODUCTS

ARDIKA FAJAR MAULANA

(Lecturer : Ratih Setyaningrum, MT, Rindra Yusianto, S.Kom, MT)

*Bachelor of Industrial Engineering - S1, Faculty of
Engineering, DINUS University*

www.dinus.ac.id

Email : 512201200587@mhs.dinus.ac.id

ABSTRACT

This research aims to know the factors that led to the success of a product as well as the characteristics of what is owned by the product. That become the objects in this study is the product of a car in the class of MPV and SUV. As a first step to determining the success of products need to be done a defining product based on an indicator of market share and sales figures. The analysis begins with the selection of the successful products later sought factor characteristics for comparison between the products of one with the other products in its class.

The success of the product can be seen from how many consumers choose and use these products. The sales figures were used in this study i.e. car sales figures by 2015. The figure will be in sports in the diagram pareto to known products that fall into the 80% market share. Products that have been selected in the measure in three categories namely categories low, medium and high. Factors are compared among others are product attributes such as price, performance machine, the size of the product, brand, product launch time and features they possess. Whereas the characteristics of the products in the measure is carried out using a questionnaire. After the data has been resized and on analysis later in the map using a tool named canvas strategy to figure out what factors are superior. From the results obtained by analysis of factors memengaruhi the success of a product is a security feature, the size of the product, launch time, post-warranty buy, heavy body, car dealers, price and product ergonomics.

Keyword : market share, sales figures, canvas strategy.