**BAB 5 PROSES KERJA**

**PEMBUATAN PROTOTYPE PRODUK**

**PERTEMUAN KE - 2**

### Kegunaan Prototype

Dalam proyek pengembangan produk, prototipe digunakan untuk empat tujuan yaitu:

* 1. Pembelajaran

Prototipe sering digunakan untuk membuat dua tipe pertanyaan "akankah dapat bekerja?" dan "sejauh mana dapat memenuhi kebutuhan pelanggan?" saat harus menjawab pertanyaan semacam ini, prototipe dilakukan sebagai alat pembelajaran.

* 1. Pembelajaran

Prototipe memperkaya komunikasi dengan manajemen puncak, penjual, mitra, keseluruhan anggota tim, pelanggan dan investor. Hal ini benar karena sebuah gambar, alat tampil tiga dimensi dari produk lebih mudah dimengerti dari pada penggambaran verbal, bahkan sebuah sketsa produk sekalipun.

* 1. Penggabungan

Prototipe digunakan untuk memastikan bahwa komponen dari produk bekerja bersamaan seperti yang diharapkan. Prototipe fisik menyeluruh paling efektif sebagai alat penggabung dalam proyek pengembangan produk karena prototipe ini membutuhkan perakitan dan keterhubungan fisik dari seluruh bagian dan sub-assembly yang membentuk sebuah produk.

* 1. Milestones

Dalam tahap pengembangan produk berikutnya, prototipe digunakan untuk mendemonstrasikan bahwa produk yang telah mencapai tingkat kegunaan yang diinginkan. Prototipe milestones menyediakan hasil nyata memperlihatkan kemajuan dan disiapkan untuk menjalankan jadwal.

### Produk Barang dan Jasa

Pengertian produk menurut Alma (2004:139) adalah seperangkat atribut baik berwujud maupun tidak berwujud, termasuk didalamnya warna, harga, nama baik pabrik, nama baik toko yang menjual (pengecer), dan pelayanan pabrik serta pelayanan pengecer, yang diterima oleh pembeli guna memuaskan keinginannya.

Menurut Kotler dan Armstrong dalam Ginting (2011:90), pengertian produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk perhatian, penggunaan dan konsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Produk dalam arti yang luas mencakup komponen fisik, jasa, orang, organisasi, gagasan, atau gabungan dari semuanya.

Menurut Alma (2004:141), ada beberapa tingkatan produk, sedangkan untuk tiap tingkatan ada nilai tambahnya. Pembagian tingkatan produk sebagai berikut:

1. Produk utama atau inti (*core benefit*) adalah produk yang manfaat sebenarnya dibutuhkan dan akan dikonsumsi oleh pelanggan dari setiap produk atau yang paling dasar dari produk adalah manfaat inti. Contohnya dalam bisnis makanan dan minuman.
2. Produk generik (generic product) adalah produk dasar yang mampu memenuhi fungsi produk yang paling dasar (rancangan produk minimal agar dapat berfungsi) atau bentuk dasar dari suatu produk yang dapat dirasakan oleh panca indra. Produk makanan dan minuman yang sudah terkenal biasanya mempunyai merek tertentu, sehingga merek tersebut akan selalu mudah diingat oleh konsumen.
3. Produk harapan (*expected product*) adalah produk formal yang ditawarkan pada konsumen dengan berbagai atribut dan kondisinya layak diharapkan dan disepakati untuk dibeli.
4. Produk makanan dan minuman (*food & beverage*) yang dibeli wajib mengutamakan mutu, kualitas, kebersihan, dan jaminan kehalalan yang dapat dipertanggung jawabkan kepada konsumen.
5. Produk pelengkap (*augmented product*) adalah berbagai atribut produk yang mendapat tambahan pelengkap meliputi berbagai manfaat dan layanan, sehingga dapat memberikan tambahan kepuasan dan bisa dibedakan dengan produk pesaing. Produk makanan dan minuman yang dijual juga harus disertai dengan jaminan. Hal ini bertujuan agar konsumen lebih yakin dengan produk tersebut.
6. Produk potensial (*potential product*) adalah segala macam tambahan dan perubahan yang mungkin dikembangkan untuk suatu produk dimasa mendatang. Produk makanan dan minuman yang sudah ada dikembangkan lagi sesuai dengan permintaan konsumen dan penambahan daerah pemasaran.

### Kelebihan dan Kekurangan Produk dan Jasa

Kelebihan dari produk antara lain:

* Menghasilkan produk dalam bentuk fisik.
* Memiliki alur proses produksi yang jelas. Kekurangan dari produk antara lain:
* Membutuhkan tempat untuk memajang hasil produk.
* Membutuhkan tempat untuk penyimpanan barang berupa gudang.
* Membutuhkan banyak karyawan sehingga menghemat menambah beban pengeluaran untuk komponen gaji.

Kelebihan dari jasa antara lain:

* + Tidak membutuhkan tempat untuk memajang hasil produk.
  + Tidak membutuhkan tempat untuk penyimpanan barang berupa gudang.
  + Tidak membutuhkan banyak karyawan sehingga menghemat pengeluaran untuk komponen gaji.

Kekurangan dari jasa antara lain:

* Tidak menyediakan produk dalam bentuk fisik.
* Jasa yang ditawarkan bisa berbeda-beda antar konsumen.
* Membutuhkan promosi berupa testimoni konsumen sebanyak-banyaknya.

*Minggu depan pertemuan ke 3*

*Masih di bab v*