

ABSTRAK

Kebersihan diri tetap perlu dijaga walaupun konsumen sedang memiliki kesibukan sehingga tidak memiliki waktu untuk mandi. Tujuan penelitian ini adalah untuk memberikan solusi alternatif mandi berdasarkan keinginan konsumen yang ingin menjaga penampilannya untuk tetap bersih pada saat sibuk dan tidak dapat mandi. Oleh sebab itu dirancanglah sebuah strategi desain produk sabun tanpa dibilas atau dapat dibilas dengan hanya menggunakan sedikit air yakni *Dry Body Soap*. Dalam menerapkan strategi desain produk, terdapat empat elemen yang perlu diperhatikan berkenaan dengan pemenuhan harapan konsumen, yaitu fungsi produk, spesifikasi produk, kualitas produk, dan harga produk. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dan teknik pengumpulan data *focus group discussion* untuk memperoleh informasi mengenai keinginan konsumen akan sabun tanpa dibilas. Strategi desain produk ini menggunakan strategi *Market Pull* sehingga menghasilkan produk *Dry Body Soap* yang sesuai dengan keinginan konsumen agar mudah dibawa dan dipakai di mana dan kapan saja. Baik ketika konsumen tidak dapat mandi karena kesibukan atau pun situasi lingkungan yang kurang mendukung untuk mandi.

Kata kunci: Strategi Desain Produk, Fungsi Produk, Spesifikasi Produk, Kualitas Produk, Harga Produk

ABSTRACT

Through busy day, consumers should keep up their hygienic appearance. This study is made to provide an alternative solution for consumers who want to keep clean but have a busy day. Therefore, the solution is an application of product design strategy to make soap without rinsing or can be rinsed with a little water-- Dry Body Soap. In implementing the product design strategy, there are four elements to consider when we want to know the consumer's expected product; product function, product specifications, product quality and product price. This study is conducted using qualitative method and focus-group discussions as data collection technique to obtain information about consumers' desire of soap without rinsing. The result to make product design strategy is using Market Pull's strategy. It make the Dry Body Soap can designed to be easily carried and used everywhere and anytime that are tailored to the desires of consumers. When consumers can not keep up their hygienic appearance because either they have busy day or environment situations that are less conducive to bathing.

Keywords: Product Design Strategy, Product Function, Product Specification, Product Quality, Product Price



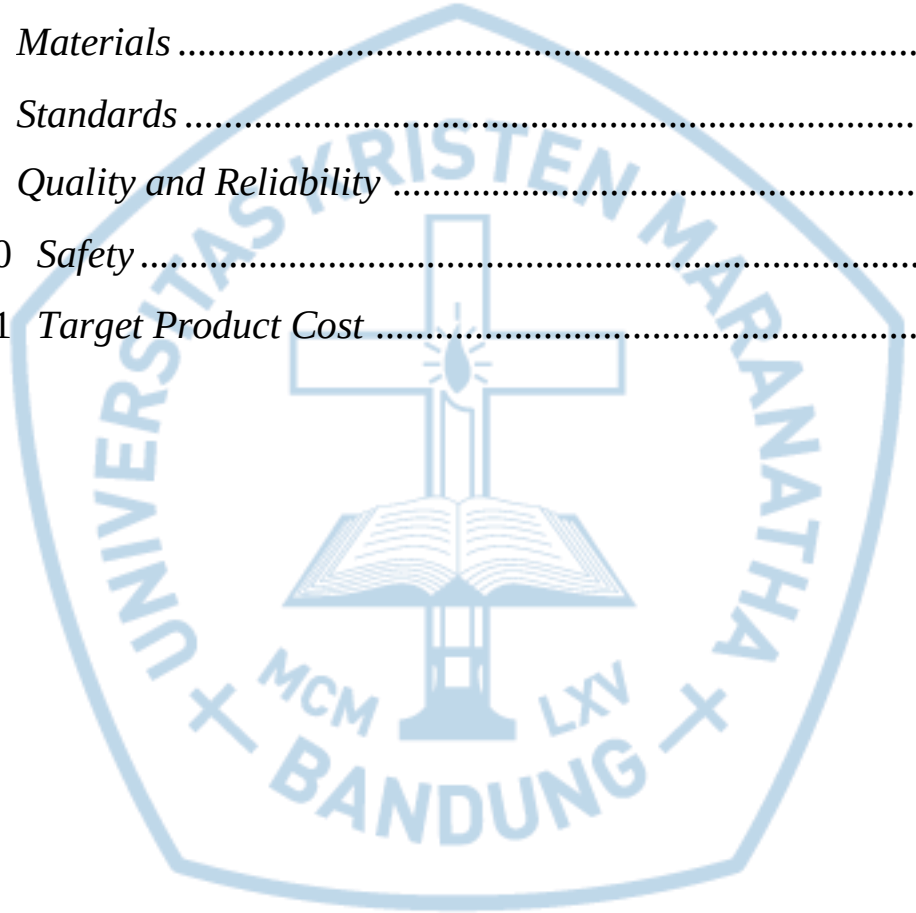
DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR ORISINALITAS LAPORAN.....	iii
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi dan Perumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
1.5 Sistematika Penulisan	5
BAB II TINJAUAN KEPUSTAKAAN	7
2.1 Definisi Desain Produk	7
2.2 Definisi Strategi	8
2.3 Strategi Desain Produk	9
2.2.1 Fungsi Produk	11
2.2.2 Spesifikasi Produk	13
2.2.3 Kualitas Produk	17
2.2.4 Harga Produk.....	18
2.4 Langkah-Langkah Penetapan Strategi Pengembangan Produk Baru	20

2.5 Penelitian Sebelumnya	24
BAB III RERANGKA PEMIKIRAN DAN MODEL PENELITIAN	25
3.1 Rerangka Pemikiran	25
3.2 Model Penelitian	26
BAB IV METODE PENELITIAN	28
4.1 Objek dan Subjek Penelitian.....	28
4.2 Metode Penelitian	29
4.2.1 Jenis Metode Penelitian yang digunakan	29
4.2.2 Langkah Analisis	29
4.2.3 <i>Blue Print</i> Penelitian dan Panduan Wawancara	30
4.2.4 Teknik Pengumpulan Data	34
4.2.5 Teknik Analisis Data	34
BAB V PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN	35
5.1 Profil Produk	35
5.2 Pembahasan Hasil Penelitian	35
5.3 Implikasi Manajerial	57
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	60
6.1 Kesimpulan	60
6.2 Saran	61
DAFTAR KEPUSTAKAAN	63
LAMPIRAN.....	67

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Penelitian Sebelumnya	24
Tabel 4.1 <i>Blue Print</i> Strategi Desain Produk Pada <i>Dry Body Soap</i>	31
Tabel 4.2 Daftar Pertanyaan	33
Tabel 5.1 Analisis Pesaing	37
Tabel 5.2 <i>Performance</i>	40
Tabel 5.3 <i>Environment</i>	41
Tabel 5.4 <i>Transportation</i>	42
Tabel 5.5 <i>Packaging</i>	44
Tabel 5.6 <i>Size and Weight</i>	46
Tabel 5.7 <i>Materials</i>	47
Tabel 5.8 <i>Standards</i>	48
Tabel 5.9 <i>Quality and Reliability</i>	49
Tabel 5.10 <i>Safety</i>	50
Tabel 5.11 <i>Target Product Cost</i>	51



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Strategi Desain Produk	11
Gambar 3.1 Rerangka Pemikiran	26
Gambar 3.2 Model Penelitian Desain Produk <i>Dry Body Soap</i>	27
Gambar 5.1 <i>Prototype</i> Desain Produk <i>Dry Body Soap</i>	56



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Transkrip Verbatim.....	67
Lampiran 2 Hasil Survei Euromonitor (2014).....	77
Lampiran 3 Hasil Survei Sabun.....	78
Lampiran 4 Komposisi <i>Dry Body Soap</i>	83

