

Analisa konseptual pengembangan produk dengan pendekatan analisa conjoint (Studi kasus PT. Sinar Sosro)

Adi Budipriyanto, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20273967&lokasi=lokal>

Abstrak

Perkembangan industri minuman kemasan saat ini mengalami perkembangan yang sangat cepat. Munculnya industri baru menimbulkan tingkat persaingan industri minuman semakin meningkat. Khususnya minuman berbahan dasar teh hijau (green tea) yang diyakini oleh konsumen merupakan minuman yang dapat meyehatkan dibandingkan dengan teh hitam. Kondisi tersebut mengharuskan PT. Sosro untuk segera melakukan pengembangan produknya agar tetap mampu bersaing di pasar. Seperti diketahui bahwa PT. Sosro selama ini mengandalkan produk utamanya berupa teh botol Sosro. Namun dengan kecenderungan konsumen beralih dari konsumsi teh hitam ke teh hijau, dan semakin banyaknya produk teh hijau yang beredar di pasar akan mempengaruhi produk teh botol Sosro. Teh hijau bukan tergolong produk baru, akan tetapi produk tersebut baru berkembang dan diterima oleh pasar baru dalam beberapa tahun terakhir ini. Oleh karena itu untuk mengembangkan produk ini perlu diketahui preferensi konsumen dalam memilih produk teh hijau. Pengembangan produk didahului dengan suatu riset untuk mengetahui apa yang diinginkan konsumen. Produk itu sendiri terdiri dari berbagai kombinasi atribut. Untuk itu perlu dilakukan survey untuk mengetahui preferensi konsumen dalam memilih kombinasi atribut yang terdapat dalam produk teh hijau. Analisa Conjoint merupakan metode yang sangat powerful untuk mendapatkan kombinasi atribut-atribut suatu produk. Dalam analisa conjoint dilakukan tahap demi tahap sampai mendapatkan kombinasi atribut yang diinginkan oleh konsumen. Dalam prosesnya analisis conjoint akan memberikan ukuran kuantitatif terhadap tingkat kegunaan (utility) dan kepentingan relatif (relatif importance) suatu atribut dibandingkan dengan atribut lain. Nilai-nilai ini dapat digunakan untuk membantu menyeleksi atribut-atribut suatu produk yang akan ditawarkan.

.....Nowdays, the development of drink packaging industrial move rapidly. Besause birth of new industrial the rate of competition in this industry increased. Especially drink which contain green tea as base formula it convinced by consumers that more healthy than black tea. Because of it, PT. Sosro must develop their product so that their might be compete in the market. As know that PT. Sosro always use The Botol Sosro as a mayor product. But, consumer behavior have removed from black tea to green tea, and there are too much competitors of green tea product. It will influence the demand of Teh Botol Sosro. Green tea is not a new product beginning to develop and accepted in the market on several last year. Because of that to develop this product, need to know consumer preferences when they choose green tea product. The devepopment of product begin with one research to know what is consumer want. That product consist of vary combination of attribute. For that needed survey to know consumer preferences when they choose combination attribute of green tea product. Conjoint analysis is very powerful method to get the combination of attribute. In the conjoint analysis was done step by step until get the combination of attributes which is expected by consumer. In conjoint analysis process will give quantitative measurement to utility rate and relative importance and attribute compared another. These values can be used to help selection of attributes one product which is offered.