

## Strategi Kompetitif Melalui Desain Produk : Studi Perbandingan PT National Gobel, Ford dan Deere & Co.

Elsa Marina S., author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20184654&lokasi=lokal>

---

### Abstrak

Ketika perusahaan dihadapkan pada kondisi persaingan yang semakin intens, maka kesadaran, pengertian yang benar dan komitmen terhadap konsep pemasaran merupakan hal mutlak. Berangkat dari konsep tersebut, perusahaan dapat menggunakan desain produk sebagai strategi kompetitif untuk menghasilkan produk dengan nilai-nilai yang menjadikan produknya berbeda secara berarti dan unggul dibandingkan produk-produk pesaing. Agar desain produk dapat berperan optimal, diperlukan persepsi yang benar dan manajemen desain yang tepat di dalam suatu perusahaan. Penulisan ini bertujuan untuk memperlihatkan kontribusi desain produk terhadap posisi kompetitif perusahaan; selain juga untuk mengubah persepsi yang kurang tepat mengenai peran desain produk. Bagaimana kontribusi desain produk ini akan diperlihatkan melalui perannya dalam proses pembuatan produk yang kompetitif, pada kondisi yang relatif optimal. Metode yang digunakan dalam penulisan ini adalah studi literatur dan wawancara. Dari hasil studi, secara umum dapat dikatakan bahwa desain produk dapat berperan sebagai strategi kompetitif bagi perusahaan pada kondisi di mana terdapat pengertian, dukungan dan komitmen yang kuat dari top management serta manajemen desain, sehingga desainer terlibat sejak awal dalam proses penciptaan produk yang ideal; yaitu dengan berperan dalam diskusi perencanaan strategis bersama top management, berperan dalam tahap pembuatan brief suatu produk bersama manajer produksi, berperan dalam riset pemasaran bersama manajer pemasaran dan berperan dalam pembuatan dan pengembangan produk bersama manajer produk dan spesialis teknik. Dengan peran yang optimal tersebut, desainer produk dapat menghasilkan produk dengan nilai-nilai fungsi, estetika, ergonomi dan ekonomi yang memang menjadi preferensi konsumen, dengan tetap mempertimbangkan batasan-batasan yang dimiliki perusahaan.