

# TREN RISET DAN PUBLIKASI PROSES EVALUASI PRODUK BARU : STUDI KASUS ARTIKEL SCOPUS

Ari Wardayanti<sup>1</sup>, Virda Hersy L. S.<sup>2</sup>, Arinda Soraya Putri<sup>3</sup>, Yuniaristanto<sup>4</sup>

<sup>1,2,3</sup>Asisten Lab. Sistem Logistik dan Bisnis, Program Studi Teknik Industri, Universitas Sebelas Maret

<sup>4</sup>Grup Riset Rekayasa Industri dan Tekno Ekonomi, Program Studi Teknik Industri, Universitas Sebelas Maret

Jalan Ir. Sutami 36A Surakarta 57126

Telp. 0271-632110

Email: <sup>1</sup>ariwardayanti@gmail.com, <sup>2</sup>virdahersy@gmail.com, <sup>3</sup>arindasoraya@gmail.com,

<sup>4</sup>yuniaristanto@ft.uns.ac.id

## ABSTRAK

Sebelum produk baru diluncurkan dalam sebuah pasar terdapat proses evaluasi yang harus dilakukan pada produk untuk menjamin kualitas produk tersebut. Tahapan proses evaluasi produk baru menurut Ozer yaitu *concept test*, *prototype test*, *pre test market*, *market test* dan *launch*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui perkembangan tiap tahapan dalam proses evaluasi produk baru dan untuk mengklasifikasikan metode yang paling banyak digunakan dalam sebuah tahapan sehingga dapat dijadikan sebagai acuan dalam proses evaluasi sebuah produk baru. Penelitian ini menggunakan studi kasus artikel di Scopus yang memuat artikel dari awal publikasi hingga Juli 2015. Data yang diperoleh kemudian diklasifikasikan berdasarkan abstrak dan dianalisis menggunakan metode penelitian kualitatif. Berdasarkan data yang dianalisis didapatkan hasil bahwa jumlah kategori produk baru yang dievaluasi mengalami peningkatan pada dekade 2000-an. Jenis metode yang paling banyak digunakan yaitu metode *experimental* pada tahap *concept test*, *prototype test*, *pre test market* dan *market test*. Untuk tahap *launch* metode *survey* dengan kuisioner adalah metode yang paling populer. Jenis produk *healthy*, *pharmacy*, *otomotif*, *machine*, *material*, dan *tool* menggunakan metode *experimental*. Jenis produk *software* dan *vehicle* menggunakan metode *simulasi*. Produk *food and beverages* menggunakan metode *tes sensory*. Hasil ini dapat digunakan untuk memudahkan dalam pemilihan metode saat melakukan evaluasi produk baru.

**Kata Kunci:** *Evaluasi Produk, Metode Penelitian, Produk Baru, Tes Pasar*

## PENDAHULUAN

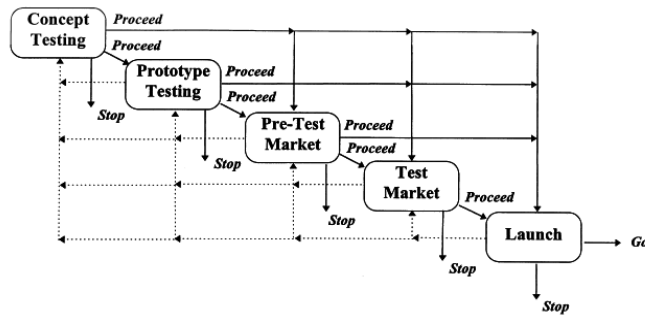
Dinamika pasar telah berubah secara dramatis. Strategi populer dari tahun 1980-an, seperti penghematan biaya dan peningkatan kualitas, tidak lagi cukup untuk memenangkan persaingan kompetitif tahun 1990-an (Hamel dkk, 1991). Persaingan ini akan dimenangkan oleh perusahaan-perusahaan yang dapat membuat dan mendominasi pasar baru dengan mengembangkan produk baru (Cohen dkk, 1994).

Peluncuran produk dan layanan baru di pasar sangat penting untuk meningkatkan besaran bisnis dan keuntungan perusahaan. Perusahaan yang berhasil dalam mempercepat peluncuran produk baru ke pasar dibandingkan pesaing dapat memperoleh keuntungan untuk mendapatkan pasar yang lebih dominan (Fred dan Erik 2009; Hoechst 2000). Sangatlah penting untuk mengetahui faktor yang menentukan kesuksesan produk baru dalam pasar (Roerich, 2004).

Saat memutuskan untuk membeli suatu produk, umumnya pelanggan akan mempertimbangkan beberapa aspek seperti mutu, fungsi produk, kegunaan, dan harga. Dengan semakin beragamnya produk yang tersedia di pasar maka harga dan kegunaan produk tidak lagi menjadi faktor penting dalam membeli suatu produk. Pelanggan akan menilai produk secara keseluruhan dan keputusan pembelian lebih terhadap apa yang pelanggan ketahui dan rasakan terhadap produk tersebut. Menguatkan emosi, perasaan, dan kreatifitas serta aspek inovatif yang merupakan kunci untuk meningkatkan penerimaan pelanggan terhadap produk (Jiao et al. 2006).

Evaluasi produk dan peluang yang ada di pasaran menjadi masukan yang sangat penting, terlebih untuk produk yang masih tergolong baru di pasaran sehingga memerlukan banyak perbaikan dan penyempurnaan untuk dapat bersaing di pasaran. Evaluasi produk baru adalah proses yang dinamis dan umumnya dapat dilakukan di lima tahap utama termasuk pengujian konsep, pengujian prototipe, pasar pretest, tes pasar, dan peluncuran (Mahajan dkk, 1988). Tahap pengujian konsep berkaitan dengan penilaian reaksi konsumen terhadap konsep produk baru, mengidentifikasi atribut penting, dan menentukan ukuran potensial pasar. Di tahap pengujian prototipe, individu mengevaluasi prototipe dari produk baru. Tahap *pretest* pasar berkaitan dengan simulasi lingkungan belanja dan mengukur reaksi dari

pembeli potensial untuk produk baru. Tahap uji pasar adalah evaluasi dengan peluncuran produk yang terbatas dan merupakan tahap akhir sebelum komersialisasi skala penuh. Akhirnya, tahap peluncuran termasuk memprediksi penjualan masa depan dari produk baru dengan menggunakan data penjualan awal.

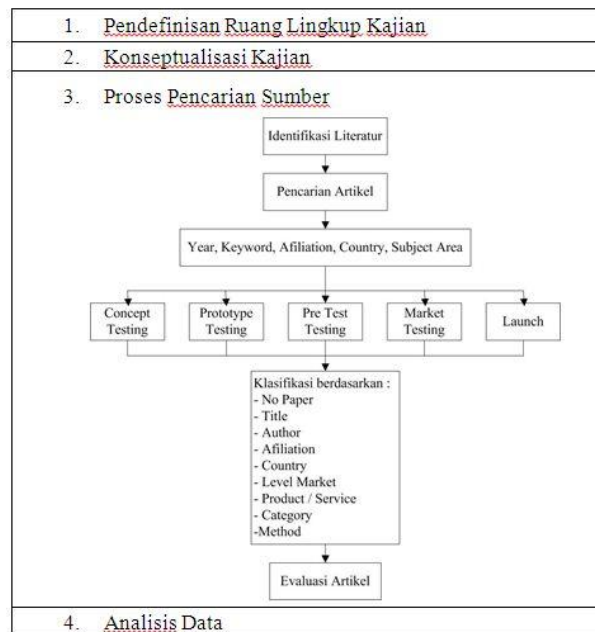


**Gambar 1. Tahapan Evaluasi Produk Baru**

Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk mengetahui perkembangan tiap tahap dalam proses evaluasi produk baru (*concept test, prototype test, pre test market, market test dan launch*) dan untuk mengklasifikasikan mengenai metode yang sering digunakan untuk proses evaluasi produk baru sehingga dapat dijadikan sebagai acuan untuk membantu dalam melakukan evaluasi produk baru untuk tahap tertentu.

## METODE

Metode yang digunakan dalam penelitian yaitu pendekatan kajian literatur dan analisis artikel dilakukan dengan mengembangkan sistem kajian dari Halim dan Rattan, dkk, yaitu: pendefinisian ruang lingkup kajian, konseptualisasi kajian, proses pencarian sumber, serta analisis dan temuan kajian. Ruang lingkup kajian terdiri dari hasil penelitian mengenai tahapan evaluasi produk baru menurut Ozer yang telah dipublikasikan pada media ilmiah yang telah terindex Scopus hingga bulan Juli 2015. Pada penelitian ini proses pencarian sumber berfokus pada artikel ilmiah yang memiliki susunan abstrak terdiri dari *background, objective, methods, result dan conclusion*.



**Gambar 2. Bagan Metode Analisis Penelitian**

Penelitian survey merupakan perangkat penelitian yang murah dan cepat sehingga informasi yang dibutuhkan dapat dihasilkan secara akurat dan tepat waktu (Stone, 1993). Selain murah dan cepat, keunggulan lainnya adalah penelitian survey dapat digunakan untuk mengumpulkan informasi secara sistematis mengenai berbagai hal, misalnya: insidensi penyakit, identifikasi faktor-faktor etiologi

penyakit, investigasi kualitas hidup manusia dan perilaku masyarakat (Eaden, Mayberry & Mayberry, 1999).

Penelitian dalam artikel ini didapatkan bahwa metode survey dibagi menjadi metode survey langsung dan survey tak langsung. Metode yang termasuk dalam survey langsung yaitu wawancara, observasi, kuisioner, tes sensory, eksperimen, teknik sampling, uji lapangan, tes biochemical, *market research*, *home-use test and stability studies*, dan *structured survey administered through mall intercepts*. Sedangkan metode yang termasuk survey tidak langsung yaitu simulasi, *User-Centred Design (UCD)*, *Virtual prototypes*, Pendekatan *interdisciplinary*, Analisa Perbandingan, dan *Evaluation methodology*.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Analisis Proses Evaluasi Produk Baru Tahap *Concept Test*

Pada tabel 1 disajikan kategori produk dan metode yang digunakan untuk evaluasi produk baru tahap *concept test* pada tiap dekade. Kategori jenis produk yang dikaji dalam dekade 1970-an yaitu *fuel*, *lubricant oil* dan *food*, ketiga jenis produk tersebut dikaji menggunakan metode survey langsung yaitu eksperimental karena dengan menggunakan metode ini didapatkan hasil data primer yang berguna untuk pengolahan data perbaikan produk baru. Pada dekade 1990-an untuk *tools*, *chemical substance* dan otomotif digunakan metode eksperimental karena untuk mengetahui kualitas produk tersebut perlu dilakukan eksperimental terlebih dahulu.

**Tabel 1. Kategori produk dan metode tiap dekade tahap *Concept Test***

Dekade	1970-an	1990-an	2000-an	2010-an
Produk	1. Fuel	1. Tools	1. Healthy (4)	1. Pharmacy (2)
	2. Lubricant oil	2. Chemical substance	2. Electronic	2. Vehicle
	3. Food and beverages	3. Otomotif	3. Pharmacy	3. Lubricant oil
			4. Software (3)	4. Accessoris
			5. Vehicle (3)	5. Food and beverages
			7. Device	6. Electronic (2)
			8. Food and beverages product (2)	7. Material
				8. Software (3)
				9. Healthy (2)
Metode	1. Experimental (3)	1. Experimental (3)	1. Experimental (6)	1. Simulation (4)
			2. Market Research	2. Experimental (6)
			3. Simulasi (6)	3. Wawancara
			4. Kuisioner	4. Tes Sensory
			5. User-Centred Design (UCD)	5. Kuisioner
			6. Tes Sensory	6. Test Drive

Dekade 2000-an kategori produk yang dikaji dalam evaluasi produk tahap *concept test* lebih beragam dan banyak. Pada dekade ini terdapat 8 jenis produk yang dikaji. Untuk jenis produk *healthy* seperti peralatan medis dan jenis produk *pharmacy* seperti obat digunakan metode experimental, namun untuk *medical product* metode yang digunakan yaitu kuisioner yang diberikan kepada masyarakat, metode ini digunakan untuk mengetahui *concept testing* yang akan digunakan dalam menjual *medical product* dan penilaian masyarakat terhadap *medical product*. Produk elektronik yang dikaji yaitu telepon dengan desain baru dan metode yang digunakan untuk melakukan penelitian yaitu riset pasar. Metode ini dilakukan dengan memberikan sampel telepon desain baru kepada masyarakat untuk mengetahui persepsi masyarakat terhadap desain telepon tersebut. Jenis produk *software* dan *vehicle* dikaji dengan metode simulasi. Metode ini dinilai merupakan metode yang paling sesuai untuk produk *software* dan *device* karena kedua jenis produk ini dapat diketahui kualitas dengan melakukan simulasi terhadap produk. Untuk jenis produk *devices* yang dalam penelitian yaitu berupa tempat mandi untuk manula metode yang digunakan yaitu *UCD (User Centered Design)*, metode ini digunakan karena tempat mandi berhubungan dengan postur tubuh seseorang jadi metode yang memberikan kemudahan serta hasil paling baik yaitu metode UCD. *Food and beverages* dalam penelitian dikaji dengan metode eksperimental dan tes sensory. Kedua metode dapat digunakan untuk meneliti jenis produk *food and beverages* namun produk makanan dan minuman sehingga memberikan hasil yang lebih valid.

Pada dekade 2010-an jenis produk yang dikaji yaitu *pharmacy*, *lubricant oil* dan material yang dikaji dengan metode eksperimental. Jenis produk *vehicle* yang diuji dengan metode simulasi sama seperti dekade sebelumnya. Untuk jenis produk *accessoris*, dalam penelitian yaitu penggunaan *porcelain* sebagai bahan untuk gigi palsu yang dilakukan dengan metode wawancara dengan narasumber sebanyak

25 orang pada tahun 2011. Wawancara ini dilakukan pada 25 narasumber yang telah menggunakan sampel gigi palsu *porcelain*, berdasarkan wawancara ini dapat diketahui apakah gigi palsu *porcelain* yang digunakan memiliki efek samping atau alergi atau tidak dan juga dapat untuk mengetahui tanggapan dari narasumber yang telah menggunakan produk gigi palsu *porcelain* (*experience test*). Produk *food and beverages* dikaji dengan metode tes sensorik. Jenis produk elektronik yang dikaji semuanya menggunakan metode simulasi karena peralatan elektronik tersebut berguna untuk pengambilan resep dan tiket, maka digunakan metode simulasi yang dilakukan pada masyarakat untuk mengetahui reaksi masyarakat terhadap produk elektronik tersebut. Pada dekade ini produk *software* dikaji dengan metode pembelajaran *software* dikaji dengan metode simulasi dan kuisisioner. Metode kuisisioner dilakukan karena ingin mengetahui reaksi dan persepsi masyarakat secara langsung mengenai *software* tersebut. Jenis produk yang terakhir yaitu *healthy* dimana dalam penelitian berupa peralatan medis, metode yang digunakan yaitu *experimental*. Pada proses evaluasi produk tahap *concept test* ini metode yang paling digunakan yaitu metode *experimental*, karena dalam setiap dekade terdapat produk yang dikaji dengan metode *experimental*.

### **Analisis Proses Evaluasi Produk Baru Tahap Prototype Test**

Pada tabel 2 ditunjukkan mengenai jenis produk yang dievaluasi dan metode pada tahap *prototype test* tiap dekade. Proses evaluasi produk baru tahap *prototype test* dimulai pada dekade 1980-an dengan produk yang dikaji yaitu *healthy*, *pharmacy* dan *tool*, semua produk ini dikaji dengan metode *experimental* untuk mendapatkan data primer dari setiap produk. Dekade 1990-an jenis produk yang dikaji ada 4 jenis produk yaitu *tool*, *machine* dan *devices* yang dikaji dengan metode *experimental*, sedangkan otomotif dikaji dengan *virtual prototype* yaitu sejenis *software* yang digunakan untuk membuat sebuah *prototype* sekaligus untuk menguji *prototype*. Metode ini lebih cepat dan lebih hemat karena tidak perlu membuat *prototype* secara fisik terlebih dahulu untuk dapat mengujinya.

Dekade 2000-an jenis produk yang dikaji yaitu *tool* dengan metode simulasi dan kuisisioner untuk produk lampu sedangkan metode *experimental* untuk kabel dan "*blood pump*". Untuk jenis produk *device* dan otomotif metode yang digunakan untuk evaluasi yaitu simulasi dan *experimental*. Metode *experimental* untuk mengetahui kualitas dan kekuatan *prototype* sedangkan metode simulasi untuk mengetahui kekuatan dan ketahanan *prototype*. Jenis produk *vehicle* juga dikaji dengan metode *eksperimental* dan simulasi. Kedua metode ini jika dilakukan pada *prototype* sebuah produk dapat memberikan data primer yang lebih baik dan lebih lengkap daripada hanya dilakukan dengan satu metode. Jenis produk *software* dikaji dengan metode simulasi dan kuisisioner. Metode simulasi digunakan untuk mengetahui kekurangan dari *software* dan metode kuisisioner digunakan untuk mengetahui persepsi masyarakat tentang *software* tersebut. Produk elektronik, *lubricant oil*, *pharmacy*, material dan *machine* semuanya dikaji dengan metode *experimental*.

Dekade 2010-an jenis produk *textile*, *pharmacy*, *accessories*, *healthy* dan *machine* semuanya dikaji dengan metode *experimental*. Untuk jenis produk *vehicle* dikaji dengan metode *experimental* dan simulasi. Untuk produk *software* dikaji dengan beberapa metode berbeda yaitu simulasi, *experimental* dan wawancara. Metode simulasi dan *experimental* untuk mengetahui tentang kekurangan dan kualitas dari produk *software*, sedangkan wawancara untuk mengetahui bagaimana pendapat masyarakat umum tentang produk *software* tersebut, produk elektronik yaitu mesin *ticketing* dikaji dengan metode simulasi untuk mengetahui bagaimana mesin *ticketing* ini bekerja.

**Tabel 2. Kategori produk dan metode tiap dekade tahap *Prototype Test***

Dekade	1980-an	1990-an	2000-an	2010-an
Produk	1. Healthy (2)	1. Tools (2)	1. Tool (7)	1. Textile
	2. Pharmacy	2. Machine	2. Device (4)	2. Vehicle (2)
	3. Tools	3. Device	3. Vehicle (8)	3. Pharmacy (2)
		4. Otomotif	4. Software (2)	4. Software (3)
			5. Otomotif (3)	5. Electronic (2)
			6. Electronic	6. Tool (3)
			7. Lubricant oil	7. Accesoris (2)
			8. Pharmacy (2)	8. Healthy
			9. Material (2)	9. Machine
			10. Machine (2)	
Metode	1. Experimental (4)	1. Experimental (4)	1. Simulasi (10)	1. Experimental (14)
		2. Virtual prototypes	2. Kuisisioner (2)	2. Simulasi (3)
			3. Experimental (23)	3. Wawancara
				4. Kuisisioner

Jenis produk *tool* dikaji dengan metode experimental dan kuisisioner pada produk pegangan pada alat kesehatan sedangkan pada *heat pump clothes dryer (HPCD)* dan respirator dikaji dengan metode experimental untuk menguji produk baru. Metode yang paling banyak digunakan dalam mengevaluasi produk baru tahap *prototype* adalah metode experimental karena metode ini dinilai paling sesuai untuk menguji sebuah produk baru sebelum diluncurkan ke pasar.

#### **Analisis Proses Evaluasi Produk Baru Tahap Pre Test Market**

Jenis produk baru yang dievaluasi dan metode pada tahap *pre test market* dapat dilihat dari tabel 3. Proses evaluasi produk baru tahap *pre test market* dilakukan dalam 3 dekade yaitu dekade 1980-an, 2000-an dan 2010-an. Pada dekade 1980-an jenis produk yang dikaji hanya *device* dan menggunakan metode eksperimental karena dengan metode ini produk *device* yang akan diluncurkan ke pasar diuji kualitasnya terlebih dahulu.

**Tabel 3. Kategori produk dan metode tiap dekade tahap Pre Test Market**

Dekade	1980-an	2000-an	2010-an
Produk	1. Device	1. Bioteknologi (2)	1. Healthy (2)
		2. Cosmetic	2. Material (2)
		3. Healthy	3. Otomotif
		4. Food and beverages	
		5. Fragrance substances	
Metode	1. Experimental	1. Tes biochemical	1. Experimental (5)
		2. Experimental (3)	
		3. Tes Sensory	
		4. Pendekatan interdisciplinary	

Untuk dekade 2000-an jenis produk yang dikaji lebih beragam yaitu bioteknologi yang dikaji dengan menggunakan tes *biochemical*/tes laboratorium untuk produk bioteknologi seperti plasma bakteri, sedangkan untuk produk bioteknologi modifikasi organisme dilakukan dengan eksperimental. Jenis produk *cosmetic* dan *healthy* juga digunakan metode eksperimental. *Food and beverages* lebih banyak dilakukan dengan metode tes sensory atau dengan merasakan secara langsung produk makanan dan minuman. Metode ini dirasa paling cocok untuk menguji produk makanan dan minuman karena memberikan hasil yang sesuai. *Fragrance substance* diuji dengan pendekatan interdisciplinary karena pendekatan ini mampu menganalisis produk dari awal hingga akhir dan dari berbagai sudut pandang ilmu sehingga memudahkan dalam mengevaluasi produk *fragrance substance*. Pada dekade 2010-an jenis produk yang dikaji yaitu *healthy*, material dan otomotif, semua produk ini dikaji dengan metode eksperimental karena metode ini dinilai paling sesuai untuk mendapatkan data primer dari produk baru yang dievaluasi. Pada proses evaluasi produk tahap *pre test market* metode yang paling sesuai dan memberikan hasil yang terbaik yaitu metode experimental.

### Analisis Proses Evaluasi Produk Baru Tahap Market Test

Pada tabel 4 disajikan jenis produk yang dikaji dan metode yang digunakan untuk evaluasi pada tiap dekade. Jenis produk baru yang diteliti pada evaluasi produk baru tahap market test untuk dekade 1970-an yaitu *tool* dengan menggunakan metode *experimental*. Dekade 1980-an jenis produk *fuel* dan *vehicle* menggunakan metode *experimental*, produk *software* menggunakan metode simulasi dan elektronik menggunakan uji lapangan untuk menentukan sasaran dalam pemasaran produk. Dekade 1990-an jenis produk *vehicle* diteliti dengan metode simulasi oleh masyarakat secara langsung, *cosmetic*, bioteknologi dan *chemical substance* menggunakan metode *experimental*. Untuk *food and beverages* pada tahap ini digunakan *evaluation methodology* untuk mengetahui tentang kekurangan yang mungkin ditemukan dalam produk makanan dan minuman selama proses uji pasar.

**Tabel 4. Kategori produk dan metode tiap dekade tahap Market Test**

Dekade	1970-an	1980-an	1990-an	2000-an	2010-an
Produk	1. Tool	1. Fuel	1. Vehicle	1. Electronic	1. Software
		2. Software	2. Cosmetic	2. Device (3)	2. Optik
		3. Electronic	3. Bioteknologi	3. Food and beverages (10)	3. Checimal substance (3)
		4. Vehicle	4. Chemical substance	4. Lubricant	4. Tool (3)
			5. Food and beverages	5. Vehicle (3)	5. Otomotif (2)
				6. Pharmacy (4)	6. Pharmacy (7)
				7. Material	7. Fuel (3)
				8. Plant (2)	8. Accesoris (4)
				9. Accesoris (2)	9. Material
				10. Produk furniture	10. Plant
					11. Bioteknologi (2)
					12. Electronic (2)
					13. Food and beverages (8)
Metode	1. Experimental (1)	1. Experimental (3)	1. Simulasi	1. Experimental (15)	1. Experimental (23)
		2. Simulasi	2. Experimental (3)	2. Home-use test and stability studies	2. Tes Sensory (7)
		3. Uji lapangan	3. Evaluation methodology	3. Teknik Sampling	3. Simulasi (3)
				4. Simulasi (3)	4. Wawancara
				5. Tes Sensory (5)	6. Structured survey administered through mall intercepts
				6. Riset pasar	
				7. Uji lapangan	
				8. Kuisisioner (2)	
				9. Uji hipotesis	
				10. Observasi	

Pada dekade 2000-an produk yang diteliti semakin beragam terdapat 17 jenis produk. Jenis produk elektronik diteliti dengan metode observasi yaitu dengan meneliti penerimaan pasar terhadap produk elektronik baru yang akan diluncurkan. Untuk jenis produk *devices* menggunakan metode *experimental* dan uji lapangan untuk mengetahui kedudukan produk *device* dalam pasaran. Untuk produk *food and beverages* dalam tahap *market test* ini metode yang digunakan beragam dibandingkan dengan tahap lainnya seperti metode *experimental*, uji lapangan, teknik sampling, tes sensory dan *home-use test and stability studies*. Semua metode yang digunakan termasuk dalam metode survey langsung, karena untuk produk *food and beverages* metode yang paling sesuai untuk mendapatkan data primer yang lengkap harus dilakukan secara langsung. Metode yang belum dilakukan untuk evaluasi produk baru sebelumnya yaitu metode *home-use test and stability studies* dan riset pasar. Metode *home-use test and stability studies* dilakukan dengan melakukan survey dari rumah ke rumah mengenai produk makanan dan minuman kemudian data yang diperoleh diolah, sedangkan riset pasar dilakukan dengan melakukan survey langsung di pasar. Jenis produk *lubricant*, *pharmacy*, *material*, dan *accesoris* dikaji dengan metode *experimental*. Untuk jenis produk *vehicle* semuanya diteliti dengan metode simulasi secara langsung oleh masyarakat sehingga masyarakat dapat mengetahui kualitas produk *vehicle*. Pada jenis produk *plant* dilakukan dengan metode *experimental* untuk produk dari tembakau dan uji hipotesis pada produk tanaman yang telah dimodifikasi. Produk *furniture* yang diteliti menggunakan metode kuisisioner yang dibagikan kepada masyarakat untuk mengetahui tanggapan masyarakat.

Dekade 2010-an produk *software* dievaluasi dengan metode wawancara kepada konsumen mengenai bagaimana produk *software* tersebut, untuk produk *optic, chemical substances, tool, pharmacy, plant, fuel, accesoris*, bioteknologi, elektronik dan material menggunakan metode *experimental* untuk mengevaluasi produk dan metode ini sesuai untuk mendapatkan data primer yang valid. Produk otomotif menggunakan metode *eksperimental* dan simulasi. Produk *food and beverages* dikaji dengan metode tes *sensory* dan metode *Structured survey administered through mall intercepts*. Metode *Structured survey administered through mall intercepts* dilakukan dengan melakukan survey mengenai produk makanan dan minuman pada pengunjung pusat perbelanjaan. Metode *experimental* adalah metode yang paling banyak digunakan untuk mengevaluasi produk baru tahap market test.

Salah satu contoh produk *food and beverages* yang dikaji yaitu Thai *dessert* yang dilakukan dengan metode tes *sensory*. Penelitian ini dilakukan pada 6 makanan penutup Thailand yang diuji pada konsumen Austria dan Thailand, 6 makanan penutup ini diberi 3 warna berbeda yaitu hijau, merah muda dan kuning. Varian warna berbeda hanya dalam warna tetapi tidak dalam bahan. Tes harapan dilakukan dengan menunjukkan foto-foto makanan penutup pada monitor dan meminta konsumen untuk mengevaluasi sesuai dengan keinginan mereka secara keseluruhan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa warna dari produk penting dalam memprediksi intensitas keinginan dan rasa yang diharapkan. Untuk tes keinginan dilakukan dengan merasakan, sampel Thai *dessert* disajikan sehingga mereka bisa merasakan. Austria menyatakan preferensi yang kuat untuk produk kuning sedangkan Thailand menyukai produk hijau dan merah muda. Temuan penelitian ini dapat digunakan sebagai model untuk mengadaptasi warna produk baru untuk pasar dan permintaan konsumen.

### Analisis Proses Evaluasi Produk Baru Tahap Launch

Pada tabel 5 ditunjukkan jenis produk dan metode yang digunakan dalam evaluasi produk baru tahap *launch*. Proses evaluasi produk baru tahap *launch* dimulai pada dekade 1990-an dengan jenis produk yang dikaji yaitu *tool* dan *chemical substances* yang semuanya menggunakan metode *experimental*. Pada dekade 2000-an produk yang dievaluasi yaitu *software* yang menggunakan metode kuisisioner, dan *market research*. Metode kuisisioner digunakan untuk mengetahui bagaimana pendapat masyarakat atau konsumen mengenai produk *software* yang diluncurkan di pasar, sedangkan *market research* digunakan untuk mengetahui apakah produk *software* ini diterima di pasaran atau tidak. Penerapan metodologi *market research* untuk menyaring ide-ide aplikasi perangkat lunak baru berdasarkan analisis pasar dan menunjukkan bagaimana sebuah perusahaan perangkat lunak dapat menggabungkan riset pasar dengan pengembangan produk perangkat lunak baru untuk menyediakan aplikasi *software* yang menarik yang disesuaikan yang memenuhi persyaratan baik konsumen, metode ini juga dapat digunakan untuk menentukan target segmen pasar peluncuran produk. *Textile* dan *fuel* dikaji dengan uji lapangan untuk mendapatkan data primer. *Accesoris* diteliti dengan metode observasi dalam masyarakat mengenai reaksi mereka terhadap peluncuran produk *accesoris* berupa diaper untuk orang dewasa.

Dekade 2010-an jenis produk material dan *pharmacy* dikaji dengan metode analisa perbandingan. Jenis produk *cosmetic* yaitu *cream antiaging* dikaji dengan metode kuisisioner kepada masyarakat untuk mengetahui apakah masyarakat menerima produk baru *cream antiaging* dipasaran atau tidak. Pada evaluasi produk baru tahap *launch* metode yang paling banyak digunakan yaitu kuisisioner karena metode ini membantu dalam mengetahui persepsi dan penerimaan masyarakat pada produk baru yang diluncurkan di pasaran.

**Tabel 5. Kategori produk dan metode tiap dekade tahap Launch**

Dekade	1990-an	2000-an	2010-an
Produk	1. Tool	1. Software (3)	1. Materials
	2. Chemical Substances	2. Fuel	2. Pharmacy
		3. Textile	3. Cosmetic
		4. Accesoris	
Metode	1. Experimental (2)	1. Uji lapangan (2)	1. Analisa Perbandingan (2)
		2. Observasi	2. Kuisisioner
		3. Kuisisioner (2)	
		4. Market research	

### SIMPULAN

Evaluasi produk baru (*new evaluation product*) merupakan suatu tindakan yang perlu dilakukan sebelum sebuah produk diluncurkan di pasaran. Tahapan dalam proses evaluasi produk baru yaitu *concept test, prototype test, pre test market, market test* dan *launch*. Pada tahap *concept test, prototype test, pre test market* dan *market test* metode yang paling banyak digunakan yaitu metode *experimental* karena

metode ini mampu memberikan data primer yang valid. Pada tahap *launch* metode yang paling sering digunakan yaitu survey yang biasanya menggunakan kuisioner karena metode ini membantu dalam mengetahui persepsi dan penerimaan masyarakat pada produk baru yang diluncrkan di pasaran.

Berdasarkan analisis didapatkan hasil bahwa untuk jenis produk *healthy, pharmacy*, otomotif, *machine*, material, dan *tool* menggunakan metode *experimental*. Jenis produk *software* dan *vehicle* menggunakan metode simulasi. Produk *food and beverages* menggunakan metode tes sensory. Hasil ini dapat digunakan untuk memudahkan dalam pemilihan metode saat melakukan evaluasi produk baru.

Penelitian ini sebaiknya terus dilanjutkan untuk mengetahui perkembangan tren evaluasi pada produk baru yang dapat dilakukan dengan lebih memperdalam pembahasan mengenai metode yang paling sering digunakan dan untuk mengetahui metode lain yang lebih efektif dan lebih baik.

#### PUSTAKA

- Cohen, Wesley M. and Levinthal, Daniel A., (1994). Fortune favors the prepared firm. *Management Science* 40:227–25.
- Eaden J, Mayberry MK, Mayberry JF. (1999). Questionnaires: the use and abuse of social survey methods in medical research. *Postgrad Med J*. Jul;75(885):397–400.
- Fred, Langerak and Erik J. Hultink. (2009). “The Impact of Product Innovativeness on the link between Development Speed and New Product Profitability” *Journal of Organizational Science* vol. 3, No. 3 Pp 321-41.
- Halim, Z. (2010). Literature Review and Future Direction in SCM Research, *Proceedings of the 2010 International Conference on Industrial Engineering and Operations Management*.
- Hamel, Gary and Prahalad, C.K. (1991). Corporate imagination and expeditionary marketing. *Harvard Business Review* 69:81–9.
- Hoechst Celanese. (2000). *Dictionary of Fiber and Textile Technology*. North Caroling Pp 3-1.
- Jiao JR, Y Zhang, M Helander. (2006). A kansei mining sistem fpr affective design. *Expert Sistem with Application* 30. 658-673.
- Mahajan, Vijay and Wind, Jerry., (1988). New product forecasting models: Direction for research and implementation. *International Journal of Forecasting* 4:341–358.
- Ozer,M., (1999). A survey of new product evaluation models. *Journal product innovation management*.
- Ratan, S.R.A, Sekhari, A, Rahman, M, Bouras, A.A., Ouzrout, Y., (2010). “Sustainable Supply Chain Management: State-of-the-Art” *Internatonal Conference on Software, Knowledge, Information Management and Applications*, Bhutan, Pp 00527386.
- Roehrich, G. (2004). Consumer Innovativeness - Concepts and Measurements. *Journal of Business Research*, 57(6), 671-677.