

ABSTRAKSI

ANALISIS EVOLUSI PENGEMBANGAN PRODUK MOBIL TOYOTA KIJANG

Hary Purbowo
Teknik Manufaktur, Universitas Surabaya

Abstrak :

Pengembangan produk adalah salah satu upaya yang bisa dilakukan untuk mempertahankan produk di pasar. Hal ini bisa bermanfaat untuk memperpanjang *Product Life Cycle (PLC)*. Untuk produk-produk otomotif umumnya perubahan besar sulit dilakukan dalam waktu pendek, mengingat produksi produk ini membutuhkan biaya atau investasi yang tinggi. Karenanya pengembangan produk harus dilakukan secara hati-hati. Pada tugas akhir ini dipelajari pola pengembangan produk dan kaitannya dengan PLC. Sebagai studi kasus diamati pola pengembangan yang terjadi pada mobil Toyota Kijang yang terbukti bisa bertahan di pasar selama lebih dari 25 tahun. Data-data tentang Toyota Kijang mulai dari generasi pertama sampai generasi terakhir dikumpulkan dan diamati. Perubahan-perubahan yang terjadi dipelajari terutama pada bagian mesin, bodi dan aksesoris. Perubahan-perubahan tersebut juga dikaitkan dengan data penjualan untuk mempelajari kaitan antara pengembangan produk dan PLCnya. Pola pengembangan yang terjadi dan *Technology Forecasting* dipergunakan untuk memprediksi Toyota Kijang generasi selanjutnya. Hasil prediksi Toyota Kijang ke depan adalah modelnya dikesankan pada kemewahan, selain itu juga mengutamakan keamanan dan kenyamanan saat berkendara. Hasil studi menunjukkan bahwa Toyota Kijang melakukan kombinasi mayor dan minor untuk pengembangan produknya. Hasil yang didapatkan juga mengidentifikasi adanya kaitan antara pengembangan produk dan PLC. Dari sisi PLC Toyota Kijang melalui fase pengenalan pada Toyota Kijang generasi pertama dan ke dua, fase pertumbuhan pada generasi ke tiga. Berdasarkan trend data penjualan saat ini Toyota Kijang berada pada siklus kematangan.

Kata Kunci : PLC (*Product Life Cycle*), Pengembangan Produk, *Technology Forecasting*, Otomotif.