

BAB II. IDENTIFIKASI

2.1. Identifikasi Data

2.1.1. Data Produk

Produk revolusioner yang merupakan proyek perancangan Tugas Akhir kali ini adalah produk telepon genggam berfasilitas Komputer dan Televisi yang akan menempati jajaran produk kelas atas atau mewah.

Secara teknis, jenis produk telepon genggam yang direncanakan ini adalah jenis telepon genggam GSM. GSM sendiri telah menjadi standar telepon genggam di Indonesia yang memiliki keuntungan / keunggulan dibandingkan dengan sistem lainnya, yaitu:

- kualitas dan kejernihan suara yang tinggi
- faktor keamanan yang tinggi karena adanya sistem pengacakan dan penyandian sehingga sinyal suara pembicaraan yang dipancarkan melalui radio tidak dapat didengar oleh penerima biasa
- dapat digunakan dimana saja dan kapan saja selama masih ada sinyal
- anti penggandaan dan penyadapan
- investasi yang murah
- persaingan pasar terbuka luas

(Situs berita sejarah telepon genggam, www.cellular.co.za/gsmhistory.htm)

2.1.1.1. Nama Produk

Produk baru ini akan diberi nama “VONIQUE” dengan konsep kemudahan pengertian yang diambil dari kata asing *Television*, *Phone*, dan *Sonic*.

2.1.1.2. Pengelola

Produk telepon genggam VONIQUE adalah produksi dari perusahaan Teknologi C-Technology, yang merupakan perusahaan teknologi mikroprosesor

tingkat dunia dengan beranggotakan lebih dari 700 pegawai. Lokasi Perusahaan C-Technology ada di jalan Bawean 16, Surabaya.

2.1.1.3. Potensi Produk

Perancangan produk baru ini diharapkan berpotensi merebut posisi di pasar kelas atas / kelas mewah nantinya yang akan ditunjang oleh serangkaian inovasi teknologi dan fasilitas canggih.

Walaupun telah begitu banyak telepon genggam berfasilitas komputer dan televisi yang ada, namun kualitas maupun kombinasi teknologi antara keduanya masih sangat kurang. Vonique di sini hadir di Indonesia sebagai telepon genggam berfasilitas komputer dalam artian hampir menyerupai komputer sebenarnya yang dapat melakukan sebagian besar fungsi komputer pada umumnya, yakni sarana multimedia (termasuk televisi), sarana penyimpanan data, sarana komunikasi di dunia internet serta sarana pengolahan berbagai macam data perangkat lunak. Vonique akan memberikan 4 pilihan yang membuat semua menjadi lengkap, yakni telepon, komputer, camera dan televisi.

Hal yang tidak dimiliki oleh telepon berfasilitas komputer lain pada umumnya adalah fungsi telepon sebagai sarana pengolahan data perangkat lunak. Hal inilah yang menjadikan potensi utama Vonique dalam bersaing nantinya. Dengan kemampuan mengolah perangkat lunak, Vonique dapat bekerja sepenuhnya seperti sebuah komputer pribadi yang dapat di-*install* dengan berbagai macam data perangkat lunak dengan spesifikasi yang umum sekali.

2.1.2. Data Pemasaran

2.1.2.1. Potensi pasar

Dari hasil riset dan analisa yang telah dilakukan, ada indikator yang bisa dijadikan pegangan untuk mengetahui potensi pasar yang tumbuh seperti:

1. Trend pasar

Untuk saat ini kondisi tingkat konsumsi terhadap telepon genggam sangat tinggi, bahkan boleh dibilang pertumbuhan konsumsi telepon genggam sejak tahun 1999 hingga tahun 2001 akhir adalah pertumbuhan yang melesat. Menurut penuturan sumber bernama **Bpk. Cia Wen** selaku pemilik gerai telepon genggam bernama “**MATRIX**” di WTC, hal ini bisa dibuktikan dari banyaknya jumlah toko penjual telepon genggam yang terus menerus bertambah. Menurut informasinya, pada tahun 1999 di gedung WTC Surabaya hanya terdapat 14 toko penjual telepon genggam, namun saat ini di tahun 2002 di gedung WTC terdapat banyak sekali toko penjual telepon genggam, jumlahnya adalah 62 toko.

Pertumbuhan ini juga dipengaruhi oleh perkembangan peradaban manusia yang makin membutuhkan komunikasi. Market leader untuk telepon genggam berfasilitas komputer yang ada di Indonesia adalah NOKIA, sedangkan di posisi ke dua dipegang oleh ERICSSON.

2. Konsumen

Aspek Demografis

Umur	: 21-45 tahun
Jenis kelamin	: Pria
Pendidikan	: Perguruan tinggi ke atas
Sosial ekonomi	: Kelas atas

Aspek Geodemografis

Wilayah	: kota-kota besar
---------	-------------------

Aspek Psikologis

- Modern
- Cerdas
- Memiliki prestise sesuai dengan gaya hidup perkotaan
- bersifat inovatif

Aspek Behavioral

- Sering berpergian

- Senang bekerja
- Senang berkomunikasi
- Selalu mengikuti teknologi baru
- Ingin privasi
- Senang berbelanja barang mewah

2.1.2.2. Produk yang dipasarkan

Telepon genggam Vonique merupakan sebuah pengembangan inovasi baru yang diharapkan akan menjadi titik tolak perkembangan teknologi baru lainnya. Vonique dengan berani memulai peluncuran ide telepon genggam berfasilitas televisi dan komputer, maksud dari keberadaan komputer ini adalah benar-benar menyerupai komputer pribadi, tidak hanya seperti komputer saku pada umumnya.

Selain dapat menangkap siaran televisi, telepon genggam Vonique ini dapat juga berfungsi total sebagai komputer pribadi yang dapat diberi program atau perangkat lunak sesuai dengan keinginan pengguna. Contohnya yakni seorang pengguna Vonique dapat meng-*install* sendiri program game kesukaannya dengan cara memasukkan data perangkat lunak game tersebut melalui kabel data yang dihubungkan dengan komputer pribadi. Dengan kemampuan ini maka Vonique akan tampil sesuai dengan keinginan pemilik, berbagai data dan perangkat lunak dapat dimasukkan semua, baik itu bentuk lagu MP3, bentuk data film DAT atau bentuk lainnya dapat dimasukkan dan tentunya dapat diakses dengan perangkat lunak yang telah di-*install* sendiri.

2.1.2.3. Posisi Produk

Proses perancangan ini mengharapkan posisi telepon genggam Vonique nantinya adalah sebagai *Pioneer* (pencetus ide awal) dan *trend setter* (pemula tren) di dunia telepon genggam karena memiliki terobosan inovasi terbaru yang telah disebutkan di atas. Selain itu posisi produk ini nantinya adalah dikategorikan untuk masyarakat kelas atas yang membutuhkan kegunaan

sesungguhnya dari telepon genggam Vonique ini atau yang hanya sekedar membutuhkan prestise.

2.1.2.4. Spesifikasi

Spesifikasi	VONIQUE
Dual Band	✓
Vibrate	✓
Voice Dial	✓
WAP	✓
SMS	✓
Multiple SMS	✓
Predictive Text Input	✓
Picture Messaging	✓
Jenis Antena	Internal
Infra Red	✓
Jam	✓
Kalender	✓
Alarm	✓
Kalkulator	✓
Stop Watch	✓
Organizer	✓
Konversi Mata Uang	✓
Internal Memory Capacity:	350
Call Divert	✓
Jenis Battery	Lithium
Daya Tahan Battery	Siaga 50 - 120 jam Bicara 2 - 3 jam
Profile	✓
Caller Grouping	
Games	✓
Merangkai Dering	✓
Multimedia, Radio, MP3	✓
Televisi (T-Vonique™)	✓
Phone Cam (Pixel Draw™)	✓
Fasilitas Komputer pada telepon (V-System™)	✓
Layar Lebar	✓
Jenis Layar	TFT LCD Color

2.1.2.5. Pesaing

Pesaing secara teknologi yang dapat dilihat langsung saat ini adalah NOKIA dengan telepon tipe 9210, serta Ericsson dengan tipe R380 dan T68. Namun sesungguhnya VONIQUE hadir tanpa saingan yang pantas. Hal ini

karena Vonique unggul dalam teknologi baru yang sama sekali tidak dimiliki oleh pesaing lainnya. Namun Vonique tetap harus waspada dengan peluncuran produk lain seperti NOKIA dan ERICSSON yang selalu tidak ingin ketinggalan.

Pesaing dalam hal harga hanya NOKIA 9210 yang saat ini dipasarkan dipatok dengan harga Rp. 7.500.000,- (sumber: toko MATRIX, WTC Surabaya)

2.1.3. Tujuan dan Hasil Survey

2.1.3.1. Tujuan Penyebaran Kuesioner

Jumlah angket yang disebar sebanyak 50 buah. Penyebaran kuesioner ditujukan agar diperoleh data yang jelas mengenai konsumen, dengan data tersebut akan diperoleh secara jelas segmentasi pasar yang akan dituju. Selain itu selera pasar juga merupakan suatu aspek yang dapat diketahui dengan diadakannya penyebaran kuesioner pada konsumen.

2.1.3.2. Profil Responden

Responden yang dituju sangatlah jelas karena dipilih secara acak pria atau wanita dengan batas usia antara 20 sampai dengan 45 tahun yang menjadi target marketnya.

Reponden dipilih di daerah umum yaitu di universitas maupun di plaza pusat penjualan telepon genggam sehingga jawaban yang akan diperoleh dapat beragam namun terfokus, karena responden yang dipilih mengerti bahkan memiliki telepon genggam.

2.1.3.3. Hasil Kuesioner

Dari kuesioner yang dibagikan yaitu berjumlah 80 lembar yang dibagikan kepada konsumen dari kafe maka diperoleh hasil-hasil yang sangat membantu dalam perancangan konsep kreatif.

Kuesioner secara keseluruhan dibagikan di WTC Surabaya dan diisikan kepada para pelanggan toko telepon genggam.

Jumlah responden berusia 20-29 tahun = 48 orang (60%)

Jumlah responden berusia 30 tahun ke atas = 32 orang (40%)

Jumlah responden yang sudah bekerja = 64 orang (80%)

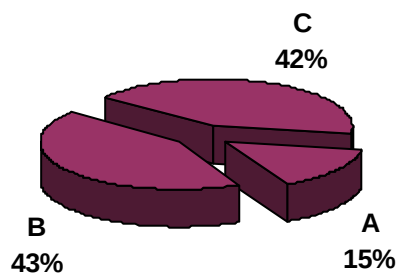
Jumlah penghasilan rata-rata keseluruhan responden = Di atas Rp. 1.500.000,-/bl

Dari berbagai ragam jawaban 80 responden, didapat kelebihan dan kekurangan telepon genggam menurut responden yakni:

- 22 orang mengatakan keunggulan telepon genggam mereka saat ini adalah **mudah penggunaannya**.
- 37 orang mengatakan kekurangannya adalah **kurang canggih**.

Berikut di bawah adalah tabel perbandingan hal-hal apa saja yang mempengaruhi keputusan untuk membeli telepon genggam.

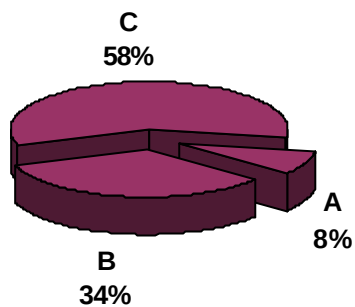
HARGA



A: 2 Juta B: 2 – 4 Juta C: Harga tidak mempengaruhi

Keterangan: Disimpulkan bahwa para target kuesioner memiliki jangkauan yang lebih dalam membeli telepon genggam (ekonomi)

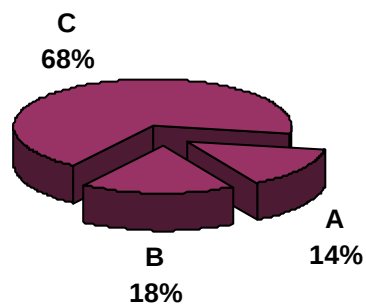
Desain Bentuk



A: Sederhana B: Lucu C: Futuristik

Keterangan: Disimpulkan bahwa para target kuesioner menginginkan benda yang terdesain futuristic

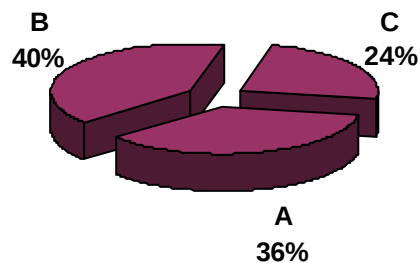
FASILITAS



A: Sederhana B: Canggih C: Sangat Canggih

Keterangan: Disimpulkan bahwa para target kuesioner menginginkan produk yang sangat canggih.

UKURAN



A: Kecil B: Sedang C: Besar

Keterangan: Disimpulkan bahwa para target kuesioner menginginkan produk yang berukuran sedang.

Berikut di bawah adalah 3 jawaban teratas untuk pertanyaan telepon genggam **paling canggih** dan mewah yang paling disukai.

NOKIA 9210	NOKIA 8310	T68
53%	40%	24%

Berikut di bawah prosentase alat elektronik yang dimiliki oleh target kuesioner.

FM Radio	TV Portable	Laptop	Komputer Saku
100%	36%	19%	4%

2.1.3.4. Hasil Wawancara

Dalam proses analisa situasi pasar, dilakukan survey langsung kepada toko ponsel ternama seperti AKAR DAYA dan MATRIX.

Adapun kesimpulan yang bisa didapatkan dari survey di toko-toko tersebut adalah:

- Handphone pesaing terlaris (bulan MARET 2002), dan mengapa
- Daftar harga produk terlaris

AKAR DAYA

Di Akar Daya, telepon genggam pesaing terlaris adalah:

Urutan	Jenis Handphone
1	NOKIA 9210
2	ERICSSON T68

ERICSSON T68: 9% NOKIA 9210: 10% ERICSSON R380: 1%

(Jumlah nominal dirahasiakan)

Ketika ditanya mengapa, sales promotion dari Akar Daya mengatakan karena NOKIA 9210 desainnya lebih bagus dari pesaing, walaupun besar tapi bagus. NOKIA 9210 memiliki layar besar dan sistem navigasi yang enak dengan tombol menu yang sudah dipersiapkan semua.

Namun ada juga customer yang berpendapat bahwa ERICSSON T68 navigasinya lebih enak karena menggunakan scroll mouse, hanya saja layarnya kecil, kurang leluasa.

MATRIX

Di MATRIX, telepon genggam pesaing terlaris adalah:

Urutan	Jenis Handphone
1	ERICSSON T68
2	NOKIA 9210
3	ERICSSON R380

ERICSSON T68: 12% NOKIA 9210: 8% ERICSSON R380: 1%

(Jumlah nominal dirahasiakan)

Menurut pemilik toko MATRIX, Bp. Cia Wen yang menggunakan produk NOKIA 9210, ERICSSON T68 baru akhir-akhir ini laris. Menurut hal ini karena promosi yang gencar sehingga masyarakat lebih tertarik. Namun beliau berpendapat bahwa memang fitur T68 sudah hampir menyamai NOKIA 9210, tetapi tetap saja masih beda dan tidak bisa disejajarkan. Tentu saja dari harga NOKIA 9210 lebih tinggi, selain itu fungsi NOKIA 9210 lebih mengarah ke PDA atau komputer saku. Jadi disimpulkan oleh Bp. Cia Wen bahwa T68 tidak bisa dikategorikan sebagai pesaing dari NOKIA 9210.

Daftar harga produk pesaing (28 April 2002)

NOKIA 9210	Rp. 7.500.000,-
ERICSSON T68	Rp. 4.580.000,-
ERICSSON R380	Rp. 3.950.000,-

KESIMPULAN

Dari ketiga toko diatas, dapat disimpulkan bahwa telepon genggam pesaing terlaris adalah NOKIA 9210, dan menyusul terlaris kedua adalah T68.

NOKIA 9210 dapat terancam kedudukannya oleh T68 atas alasan harga yang jauh lebih tinggi. Namun tetap akan bertahan karena berada di kelas yang berbeda dan memiliki konsumen yang lain dari T68.

2.2. Analisis Data

2.2.1. Tinjauan Teoritis Analisis

Analisa yang dilakukan yaitu dengan penentuan SWOT dari sana dipilah-pilah secara khusus apa saja yang dapat menjadi kelemahan dan kelebihan dari produk serta kesempatan dan ancaman bagi produsen. Sehingga dapat dilakukan perancangan yang tepat yang sesuai dengan kebutuhan produk. Sedangkan untuk metode USP dilakukan dengan mencari secara detil apa saja yang menjadi keunikan dari produk yang dapat menjual dan ditonjolkan dalam promosi.

2.2.1.1. SWOT (*Strenght, Weakness, Opportunity, dan Threats*)

Strenght

Disini yang dimaksud adalah kekuatan dari telepon genggam Vonique, yaitu termasuk di dalamnya memiliki terobosan inovasi baru yang belum dimiliki telepon genggam lainnya di dunia ini, khususnya di Indonesia. Inovasi itu adalah fungsi telepon genggam Vonique sebagai komputer pribadi sesungguhnya, seperti komputer pribadi di rumah dan di kantor-kantor yang dapat menjadi sarana multimedia (termasuk televisi, musik, dll), dan sarana pengolahan data melalui perangkat lunak yang dipasang sendiri.

Weakness

Kelemahan dari telepon genggam Vonique ini adalah tidak terjangkau oleh masyarakat biasa, karena telepon genggam Vonique akan hadir khusus untuk kelas mewah dengan harga yang lebih mahal dari pesaingnya.

Opportunity

Telepon genggam Vonique akan memiliki kesempatan untuk meraup 3 pasar sekaligus, yakni pasar telepon genggam, pasar televisi tanpa kabel dan pasar komputer saku. Hal ini karena fungsi Vonique mencakup ketiga hal tersebut, dan jika dirangkai menjadi satu seperti Vonique maka akan lebih ringkas dan malah menjadi lebih ekonomis.

Threats

Di sini ancaman adalah kurang pahamnya beberapa masyarakat lain terhadap teknologi yang canggih sehingga kemungkinan jangkauan pasar semakin menyempit. Selain itu yang ditakutkan adalah belum siapnya masyarakat untuk menerima produk secanggih Vonique.

Pesaing juga merupakan aspek ancaman yang cukup serius, karena dengan hadirnya produk inovatif seperti Vonique akan memancing hadirnya produk-produk yang dapat menyaingi.

2.2.1.2. USP (*Unique Selling Proposition*)

Berikut adalah fitur-fitur andalan yang merupakan USP dari produk VONIQUE:

- T-Vonique™: Fasilitas TV pada telepon
- PhoneCam™: Fasilitas kamera pada telepon
- V-System™: Fasilitas komputer pada telepon

Perbandingan produk pesaing dengan VONIQUE

Spesifikasi	NOKIA 9210	ERICSSON R380	ERICSSON T68	VONIQUE
GPRS	✓	✓	✓	✓
Dual Band	✓	✓	✓	✓
Vibrate	✓	✓	✓	✓
Voice Dial	✓	✓	✓	✓
WAP	✓	✓	✓	✓
SMS	✓	✓	✓	✓
Multiple SMS	✓	✓	✓	✓
Predictive Text Input	✓	✓	✓	✓
Picture Messaging	✓	✓	✓	✓
Jenis Antena	Internal	Eksternal	Internal	Internal
Infra Red				✓
Jam	✓	✓	✓	✓
Kalender	✓	✓	✓	✓
Kalkulator	✓	✓	✓	✓
Organizer	✓	✓	✓	✓
Konversi Mata Uang	✓	✓	✓	✓
Call Divert	✓	✓	✓	✓
Jenis Battery	Lithium	Lithium	Lithium	Lithium
Daya Tahan Battery	Siaga 200 – 230 jam Bicara 5 – 10 jam	Siaga 170 – 200 jam Bicara 4 – 10 jam	Siaga 165 – 290 jam Bicara 3 – 13 jam	Siaga 20– 230 am Bicara 5 - 10am
Profile	✓		✓	✓
Caller Grouping	✓			
Games	✓	✓	✓	✓
Merangkai Dering	✓		✓	✓
Email	✓	✓	✓	✓

Multimedia	✓		✓	✓
Radio, MP3		Dengan alat tambahan	Dengan alat tambahan	✓
Televisi (T-Vonique™)				✓
Fasilitas Camera (Phone Cam™)	Dengan alat tambahan		Dengan alat tambahan	✓
Fasilitas Komputer pada telepon (V-System™)	✓			✓
Layar Lebar	✓	✓		✓
Jenis Layar	TFT LCD Color	TFT LCD B/W	LCD Color	TFT LCD Color
Memory Slot	Multimedia Card	With Data Cable	With Data Cable	Flash Memory

2.2.2. Kesimpulan Data

2.2.2.1. Konsumen Paling Berpotensi

Dari hasil analisa yang diperoleh dengan menyebarkan kuesioner pada para pelanggan toko telepon genggam, maka di dapat kesimpulan bahwa konsumen yang paling berpotensi dan cocok untuk produk VONIQUE adalah pria, berusia 20 tahun ke atas, telah berprofesi dan menyukai barang teknologi canggih.

Dari hasil kuesioner diatas juga didapati bahwa cukup banyak responden yang tidak terpengaruh terhadap harga dalam membeli sebuah telepon genggam.

2.2.2.2. Kebutuhan konsumen akan produk

Didapati juga kesimpulan akan kebutuhan masyarakat terhadap produk yaitu banyak pengguna telepon genggam telah siap dan butuh dengan hadirnya telepon genggam yang mutakhir dengan kecanggihan seperti VONIQUE, hal ini dibuktikan dengan banyaknya permintaan akan telepon yang sangat canggih dan banyak dari responden yang mengisi kuesioner telah memiliki berbagai alat elektronik tanpa kabel seperti radio, komputer saku, laptop, dan tv tanpa kabel. Dengan hadirnya VONIQUE kesemua alat elektronik tersebut dapat diringkas menjadi 1 alat saja.

2.2.2.3. Kompetitor utama

Yang terakhir didapat kesimpulan yakni telepon genggam yang paling mewah dan canggih saat ini adalah NOKIA 9210. Telepon genggam NOKIA 9210 nantinya akan merupakan kompetitor utama di pasar.

Kompetitor lain yang sebelumnya diunggulkan yakni Ericsson R380 ternyata tidak mendapatkan suara yang berarti jika dilihat dari hasil kuesioner yang telah dibagikan.

3 jawaban teratas dari pertanyaan “produk apa yang **paling canggih dan paling mewah** yang anda sukai” selain menjawab NOKIA 9210 responden menjawab NOKIA 8310 dan Ericsson T68. Berarti pesaing kedua dan ketiga adalah diduduki oleh NOKIA 8310 dan Ericsson T68. Namun karena NOKIA 8310 dalam segi teknologi, fasilitas, fitur tambahan, maupun harga sama sekali beda dengan produk yang akan diluncurkan, maka yang pantas menjadi kompetitor ke dua adalah Ericsson T68.

Kompetitor ke dua yang dapat diunggulkan adalah T68, namun dari segi konsumen dan fungsionalnya telepon genggam T68 tidak dapat dijadikan faktor pembanding dengan produk yang akan diluncurkan. Satu-satunya yang dapat dijadikan faktor pembanding adalah NOKIA 9210.