

SERI

1



# EVALUASI PRODUK

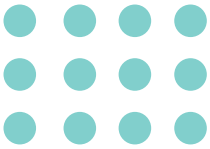
Program Pendidikan Kecakapan Wirausaha  
(PKW)



Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi  
Direktorat Jenderal Pendidikan Vokasi  
Direktorat Kursus dan Pelatihan

2021





# EVALUASI PRODUK

Program Pendidikan Kecakapan Wirausaha  
(PKW)

Tim Penulis:

Yuniarti  
Kartini  
Hastriza Fardani

2021





# KATA SAMBUTAN

## Direktur Jenderal Pendidikan Vokasi

Penguatan *link and match* antara lembaga pendidikan vokasi dan industri, dunia usaha, dan dunia kerja (iduka) merupakan program prioritas pemerintah. *Link and match* ini harus diartikan secara menyeluruh yaitu “menikahnya” program pendidikan dan pelatihan vokasi dengan iduka, UMKM, lembaga perbankan dan unit pemasaran yang bukan sekadar penandatanganan MoU tetapi harus ada keterlibatan mitra mulai dari pengembangan kurikulum, peningkatan kapasitas guru/instruktur/dosen/kepala sekolah/pimpinan, penyusunan standar sarpras berbasis iduka, pemagangan, evaluasi lulusan hingga penyerapan lulusan untuk bekerja di iduka dan mampu merintis usaha baru.

Kursus dan pelatihan sebagai bagian dari pendidikan vokasi juga dituntut untuk bisa mewujudkan *link and match* dengan mitra sebagaimana tersebut di atas. Hal ini merupakan suatu tantangan sekaligus peluang yang besar terhadap eksistensi Lembaga Kursus dan Pelatihan (LKP) selama ini. LKP yang bisa mewujudkan “pernikahan” tersebut dipastikan akan terus eksis bahkan akan semakin berkembang. Konsep miniatur “pernikahan” antara LKP dan lembaga mitra terwujud dalam penyelenggaraan Program Pendidikan Kecakapan Wirausaha (PKW), yaitu program kursus dan pelatihan untuk menyiapkan SDM terampil, berkarakter, berdaya saing dan siap kerja dengan sasaran prioritas anak usia sekolah tidak sekolah (ATS) atau lulus tidak melanjutkan, khususnya yang pernah menerima program Kartu Indonesia Pintar (KIP).

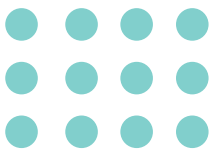
Saya menyambut baik penyusunan bahan ajar PKW ini dalam upaya meningkatkan mutu pembelajaran PKW sehingga menghasilkan lulusan berkualitas dan mampu untuk melahirkan usahawan baru dengan berbagai bidang usaha dalam rangka pengembangan potensi lokal.

Selamat dan sukses untuk semua penyelenggara PKW semoga hasil kerja Saudara menjadi bagian dari upaya menyiapkan SDM Indonesia yang andal dan berdaya saing.

Jakarta, September 2021  
Direktur Jenderal,



Wikan Sakarinto, Ph.D.





# KATA PENGANTAR

## Direktur Kursus dan Pelatihan

Program Pendidikan Kecakapan Wirausaha (PKW) merupakan layanan pendidikan melalui kursus dan pelatihan untuk memberikan bekal pengetahuan dan ketrampilan serta menumbuhkan sikap mental wirausaha dalam mengelola potensi dan lingkungan yang dapat dijadikan bekal berwirausaha dan merintis berdirinya usaha mandiri. Sasaran prioritasnya adalah Anak Usia Sekolah Tidak Sekolah (ATS) atau lulus tidak melanjutkan khususnya anak-anak yang pernah menerima Kartu Indonesia Pintar (KIP). Berdasarkan konsep tersebut maka, reformasi penyelenggaraan PKW harus dilakukan agar lulusan PKW dapat berwirausaha sesuai dengan ketrampilan yang dipelajari.

Reformasi penyelenggaraan PKW dimaksud, difokuskan pada perubahan pola pikir (*mindset*) penyelenggaraan PKW dari hanya sekadar rekrutmen dan proses pembelajaran saja (*input dan process*) bergeser ke kualitas lulusan untuk mampu berwirausaha dengan pendampingan. Reformasi berikutnya adalah reformasi cara kerja/prosedur penyelenggaraan PKW dari cara kerja berbasis *one man show*, serta dilakukan oleh lembaga penyelenggara sendiri, bergeser ke cara kerja berbasis kerjasama dan kolaborasi dengan UMKM, lembaga perbankan dan unit pemasaran. Kerja sama tersebut mulai dari rekrutmen, penyusunan kurikulum dan bahan ajar, pengadaan instruktur, sarana dan prasarana pembelajaran, dan pembimbingan/pendampingan dalam merintis usaha baik secara kelompok maupun perorangan.

Dalam rangka mendorong reformasi pembelajaran PKW, Direktorat Kursus dan Pelatihan menyusun bahan ajar yang terdiri dari 6 komponen yaitu: 1) Menumbuhkan Pola Pikir dan Karakter Kewirausahaan, 2) Merencanakan Usaha, 3) Keterampilan Mengelola Usaha 4) Mengembangkan Usaha, 5) Pengembangan Pemasaran Usaha, dan 6) Evaluasi Usaha. Dari ke enam komponen bahan ajar ini, masing-masing terdiri dari judul-judul bahan ajar yang kesemuanya berjumlah 40 judul bahan ajar yang akan di *digitalisasi* untuk mempermudah mengaksesnya.

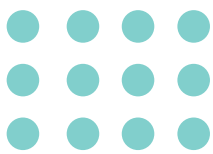
Besar harapan kami bahan ajar ini dapat bermanfaat dan menjadi rujukan bagi berbagai pihak khususnya lembaga penyelenggara dalam menyiapkan, menyelenggarakan pembelajaran, dan pendampingan/pembimbingan dalam merintis usaha bagi para lulusan PKW.

Jakarta, September 2021

Direktur,



Dr. Wartanto



# DAFTAR ISI

Pendahuluan	1
A. Apakah Pengertian Evaluasi Produk?	3
B. Mengapa Evaluasi Produk Diperlukan?	4
C. Apakah Tujuan Evaluasi Produk?	4
D. Siapa yang Dapat Melakukan Evaluasi Produk?	5
E. Apa saja Komponen dalam Evaluasi Produk?	6
F. Kapan Sebaiknya Evaluasi Produk Dilakukan?	9
G. Bagaimana Langkah Efektif Mengevaluasi Produk?	11



# Pendahuluan

Dalam menjalankan sebuah usaha perlu dilakukan evaluasi usaha. Mengapa? Karena evaluasi hasil usaha sangat diperlukan untuk melihat apakah usaha kita mendapatkan hasil yang kita harapkan atau justru sebaliknya, kita sebagai pengusaha justru dirugikan. Oleh karena itu, seorang wirausahawan perlu melakukan evaluasi usaha meskipun dengan cara sederhana.

## Apakah evaluasi usaha itu?



Evaluasi usaha adalah suatu aktivitas untuk melakukan analisis kinerja suatu usaha atau bisnis. Prinsip dasar utama evaluasi usaha yaitu membandingkan rencana usaha yang sudah dibuat sebelum kegiatan dimulai dengan apa yang sudah dicapai pada akhir masa produksi.

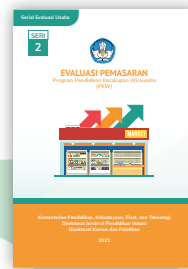
Sebuah usaha dapat dikatakan berhasil jika usaha tersebut bisa memenuhi kewajiban membayar bunga modal, upah tenaga kerja luar, alat-alat luar yang digunakan, serta sarana produksi yang lainnya dan juga termasuk kewajibannya pada pihak ketiga.

Evaluasi usaha ini bertujuan untuk mengetahui tingkat keberhasilan pelaksanaan usaha. Apakah usaha tersebut sudah berjalan sesuai dengan yang direncanakan dan memberikan hasil seperti apa yang diharapkan.

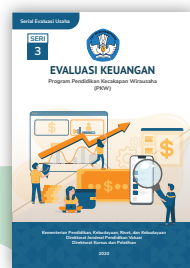
**Pada materi evaluasi usaha ini ada empat seri bahan ajar yang harus dikuasai oleh para calon wirausahawan sebagai berikut.**



■ Evaluasi Produk Usaha,



■ Evaluasi Strategi Pemasaran



■ Evaluasi Keuangan Usaha



■ Evaluasi Sumber Daya Manusia

Bahan ajar ini adalah bahan ajar seri 1 dari 4 seri Evaluasi Usaha. Bahan ajar ini akan berbicara mengenai Evaluasi Produk Usaha. Selengkapnya silahkan cermati dan pelajari.



# A Apakah Pengertian Evaluasi Produk?



Seiring berjalannya waktu maka kita perlu memperhatikan kualitas produk yang kita buat. Evaluasi produk adalah cara untuk melihat apakah kompetitor atau pesaing produk kita membuat produk yang sama, tetapi dengan kualitas lebih baik. Evaluasi produk dilakukan untuk memastikan produk barang atau jasa yang kita tawarkan saat ini memiliki nilai jual lebih dibanding dengan produk yang dibuat pesaing.

## B Mengapa Evaluasi Produk Diperlukan?



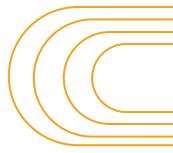
Evaluasi produk perlu dilakukan oleh wirausahawan untuk menghasilkan produk yang unik dan memiliki fitur yang tidak dimiliki oleh produk lain. Konsumen adalah manusia biasa yang cenderung memiliki rasa bosan sehingga perlu dilakukan pengembangan produk seperti menciptakan varian produk lain atau melakukan perbaikan dan inovasi produk.

## C Apakah Tujuan Evaluasi Produk?

Evaluasi produk bertujuan untuk mendapatkan umpan balik dari konsumen terhadap produk yang kita hasilkan apakah memuaskan konsumen atau tidak. Apabila kita mendapatkan umpan balik atau respons positif maka yang kita perlu lakukan adalah melakukan pengembangan supaya produk yang dihasilkan memiliki nilai jual yang lebih tinggi.

Namun, apabila respons konsumen kurang memuaskan maka kita perlu melihat di mana letak kekurangannya sehingga kita dapat memperbaiki, mengganti, menambahkan fitur-fitur lain supaya hasilnya lebih memuaskan pelanggan atau konsumen.



**D**

## Siapa yang Dapat Melakukan Evaluasi Produk?



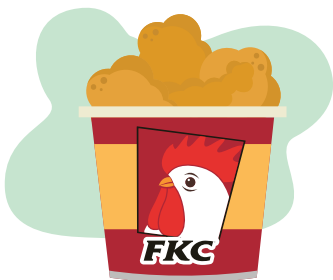
Beberapa pihak dapat kita libatkan untuk mengevaluasi produk kita. Misalnya, wirausahawan itu sendiri, investor (penyandang dana), atau konsumen. Konsumen adalah evaluator terbaik untuk menentukan produk kita layak dipasarkan, perlu diperbaiki, atau layak untuk dikembangkan.

# E

## Apa Saja Komponen dalam Evaluasi Produk?



Ada beberapa komponen yang harus diperhatikan dalam mengevaluasi sebuah produk. Perhatikan pertanyaan-pertanyaan berikut.



### 1. Apakah produk mudah dikenali oleh konsumen?

Pernah dengar merek dan logo? Jika pernah, hal tersebut merupakan bagian dari sebuah proses dalam membangun *product identity* atau identitas produk.

Apa yang ada dalam benak Anda ketika mendengar kata ayam goreng? Maka merek K\*C dengan gambar seorang kakek berkacamata. Itulah identitas produk. Apa yang ada dalam benak Anda ketika mendengar kata air mineral? Maka A\*ua adalah jawabannya. Dengan desain botol bertutup biru dan bergambar sebuah gunung. Jadi ketika pengusaha ingin mengetahui apakah produknya dikenal atau tidak buatlah sebuah identitas. Maka perhatikanlah identitas produk.



## 2. Apakah produk bermanfaat bagi konsumen?

Ketika wirausahawan membuat atau menciptakan sebuah produk maka pastikan bahwa produk tersebut bermanfaat dan dibutuhkan oleh konsumen. Perlu ditekankan bahwa produk yang Anda buat

haruslah memiliki kebermanfaatan atau benefit bagi konsumennya. Jadi selanjutnya perhatikanlah benefit produk atau keuntungan produk.

## 3. Apakah konsumen melihat kekhasan dan keunikan produk yang tidak dimiliki pesaing?

Keunikan produk adalah sesuatu yang mengidentikkan barang atau jasa tertentu yang dapat menimbulkan suatu persepsi seseorang terhadap barang atau jasa tersebut.

Produk yang unik dan khas, membuat konsumen atau pelanggan kita, dapat dengan mudah mengenali produk atau layanan kita.



Sebuah produk atau layanan yang memiliki keunikan khusus, biasanya akan diburu konsumen dengan harga tinggi. Maka tidak heran bila harga jual produk atau layanan yang unik bisa lebih tinggi dibandingkan dengan harga produk atau layanan lainnya yang sudah banyak beredar di pasaran.

## 4. Apakah kelebihan produk ini?



Keunggulan atau kelebihan produk adalah salah satu yang harus diperhatikan selain keunikan produk. Bagaimana produk yang Anda ciptakan memiliki nilai yang lebih dibanding produk lain sejenis yang ada di pasaran. Dengan demikian, kata kunci yang harus diperhatikan selanjutnya adalah keunggulan atau kelebihan produk.



### 5. Apakah konsumen menyukai produk ini dibanding dengan produk lain yang sejenis?

Ada beberapa faktor yang membuat konsumen menyukai produk yang kita buat. Mulai dari harga, bagaimana promosinya, tampilan produk, kualitas produk, pelayanan yang menyenangkan, merek (brand) dan nilai

manfaat produk. Pembuat produk perlu memperhatikan bahwa produk yang dibuat minimal mengandung faktor-faktor tersebut. Oleh karena itu, wirausahawan perlu memperhatikan *product image* atau citra produk.

### 6. Apakah konsumen bersedia membeli produk?

Konsumen yang tepat akan membeli produk yang tepat. Maka pastikan bahwa Anda membuat produk yang dibutuhkan oleh konsumen sehingga konsumen bersedia membeli produk yang kita buat.

Sampaikan pula testimoni dari konsumen yang pernah membeli. Testimoni membantu konsumen memercayai produk Anda karena telah mencoba produk yang sudah Anda buat.



### 7. Perbaiki apakah yang diusulkan oleh konsumen sesuai kebutuhan konsumen?

Kritikan dan masukan konsumen adalah salah satu cara bagaimana kita termotivasi untuk memperbaiki produk kita. Dua hal yang harus diperhatikan bahwa produk yang mendapatkan kritikan Anda perlu melakukan

perbaikan, sedangkan yang mendapatkan masukan perlu melakukan pengembangan atau inovasi.

#### Sumber :

[https://accurate.id/marketing-manajemen/pengertian-identitas-produk/  
#Apa Itu Sebenarnya Identitas Produk](https://accurate.id/marketing-manajemen/pengertian-identitas-produk/#Apa Itu Sebenarnya Identitas Produk)



## F Kapan Sebaiknya Evaluasi Produk Dilaksanakan?



Evaluasi sebuah produk baik barang maupun jasa, sebaiknya dilakukan minimal empat kali dalam proses pengembangan dan perbaikan produk, yaitu pada awal sebelum produk dibuat, selama proses produksi, sesudah produk dibuat sebelum dipasarkan, dan sesudah produk dipasarkan ke konsumen.

### 1. Evaluasi sebelum proses produksi

Evaluasi sebelum proses produksi merupakan identifikasi kebutuhan pengembangan produk yang akan dikembangkan. Evaluasi sebelum proses produksi mencakup permasalahan, seperti bagaimana memperoleh atau mencari bahan baku, apakah alat yang dibutuhkan tersedia, bagaimana mencari pelanggan tetap, apakah biaya produksi sebanding dengan harga jual atau tidak, dan mencari lokasi yang strategis.





## 2. Evaluasi selama proses produksi



Evaluasi selama proses produksi dilakukan untuk memastikan bahwa produk yang akan dihasilkan telah melalui tahapan atau prosedur yang benar sesuai standar yang telah ditetapkan. Selama proses produksi ini perlu dipastikan bahwa secara kualitas dan kuantitas bahan baku telah sesuai dengan standar yang ditetapkan.

## 3. Evaluasi sesudah produksi

Evaluasi sesudah produksi adalah evaluasi apakah produk yang dihasilkan memiliki kualitas sesuai standar yang telah ditentukan. Evaluasi sesudah produksi juga bermanfaat untuk menentukan apakah produk tersebut layak untuk dipasarkan ke konsumen atau tidak.





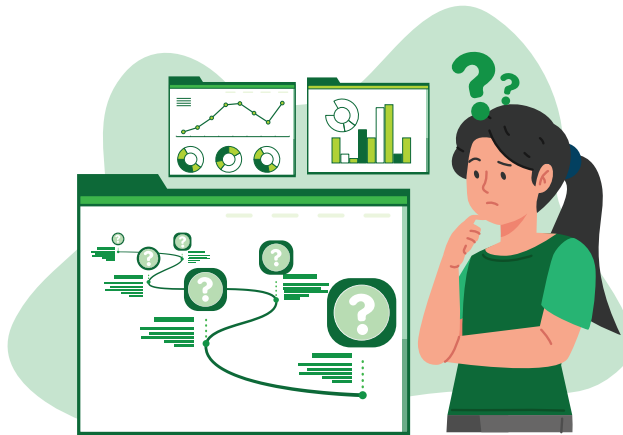


#### 4. Evaluasi produk oleh konsumen sesudah dipasarkan



Evaluasi produk oleh konsumen ini akan membantu pengusaha untuk melihat hasil yang dicapai dari produk tersebut, kendala dan hambatan yang ditemukan dalam pemasaran produk, kelemahan dan keunggulan untuk pengembangan lebih lanjut, atau perbaikan produk.

### G Bagaimana Langkah Efektif Mengevaluasi Produk?



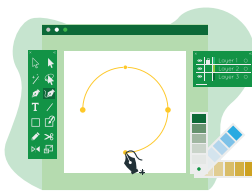
Langkah apa saja yang dapat dilakukan oleh wirausahawan untuk mengevaluasi sebuah produk sehingga produk yang akan dibuatnya mendapatkan respons positif dari konsumen? Respons tersebut akan memberikan gambaran apakah produk perlu perbaikan atau layak untuk dikembangkan lebih lanjut. Berikut ini beberapa hal yang dapat dilakukan.



### 1. Perhatikan respons konsumen yang diterima.

Apabila respons konsumen lebih ke arah positif yang ditunjukkan dengan banyaknya permintaan (demand), Anda perlu melakukan pengembangan produk yang lebih variatif. Apabila respons menunjukkan sebaliknya, yaitu ke arah negatif Anda perlu mempertimbangkan untuk melakukan perbaikan produk.

### 2. Selanjutnya apabila respons yang diperoleh lebih banyak respons positif, lakukan langkah pengembangan produk dengan cara berikut.



a. Merancang varian produk baru.



b. Membuat sampel atau tester.

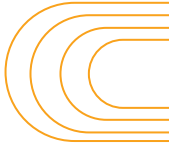
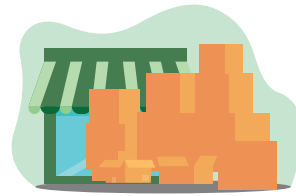


c. Meminta pendapat konsumen terhadap varian baru yang ditawarkan.



d. Melakukan tes pasar dengan memproduksi skala terbatas.





e. Membuat rencana tindak lanjut dari hasil tes pasar perlukah produk dikembangkan dengan varian baru atau tidak.

f. Melanjutkan dengan produksi skala lebih besar.



3. Sebaliknya, apabila respons dari konsumen cenderung berupa masukan atau kritikan maka yang perlu dilakukan adalah melakukan perbaikan produk dengan cara menambah, melengkapi, atau mengganti fitur yang sudah ada.





## DAFTAR PUSTAKA

<https://accurate.id/marketing-manajemen/pengertian-identitas-produk/#Apa Itu Sebenarnya Identitas Produk> (disadur dan dikompilasi seperlunya pada tanggal 30 April 2021)

<http://digilib.unila.ac.id/3967> (disadur dan dikompilasi seperlunya pada tanggal 30 April 2021)

<https://yusufbadrulail.wordpress.com/2017/08/10/evaluasi-produk/> (disadur dan dikompilasi seperlunya pada tanggal 30 April 2021)







Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi  
Direktorat Jenderal Pendidikan Vokasi  
Direktorat Kursus dan Pelatihan

2021