

ABSTRAK

Dalam dunia bisnis sering kali perusahaan mengalami persaingan, oleh karena itu setiap perusahaan dapat melakukan pengembangan produk baru untuk mempertahankan pasar dan meningkatkan pertumbuhan pelanggan. Perubahan seperti ciri produk ataupun menambah tipe produk untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan merupakan salah satu cara untuk mempertahankan posisi perusahaan. Strategi pemasaran menjadi factor pendukung dalam pengembangan produk baru, antara lain, promosi, penetapan harga, dan saluran distribusi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui produk baru apa yang tepat untuk dikembangkan dari KPBS Pangalengan dengan pemanfaatan susu yang tidak masuk standarisasi SNF (*Solid Non Fat*) kurang dari 7.88 melalui delapan tahapan pengembangan produk baru. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan wawancara *verbatim notes*. Hasilnya konsumen mengharapkan adanya produk baru dari bahan dasar susu yaitu yogurt dengan rasa strawberry. Kemasan juga harus mengikuti gaya hidup konsumen yang menginginkan kemasan yang bagus dan menarik, yaitu dengan botol kaca, promosi dengan menggunakan *bundling*, *Buy 1 get 1*, poster dan *banner*, dengan kisaran harga antara Rp.6000 sampai dengan Rp.9000 yang akan mulai diproduksi tahun 2016.

Kata kunci: Pengembangan produk baru, yogurt, jenis produk, bentuk produk, strategi pemasaran, gagasan produk, harga produk.

ABSTRACT

In the business world is often the company experienced competition, by any company because they were able to develop new products to maintain market and enhance customer growth. Changes such as the characteristics of products or types of products to suit adds ikebutuhan and desires of customers is one way to maintain the company's position. Marketing strategy into a supporting factor in the development of new products, among others, promotion, pricing, and distribution channels. The purpose of this study was to determine what new products are right for KPBS Pangalengan developed from the use of milk that does not make standardization SNF (Solid Non Fat) is less than 7.88 through eight stages of new product development. This study uses qualitative interviews verbatim notes. The result of consumers expecting their new product from dairy ingredients are yogurt with strawberry flavor. Packaging must also follow the lifestyle of consumers who want a nice and attractive packaging, namely with a glass bottle, promotion using bundling, Buy 1 get 1, posters and banners, with a price range between Rp.6000 until Rp. 9000 which will begin production 2016.

Keywords: New product development, yogurt, product type, product form, marketing strategies, promotion, product price.



DAFTAR ISI

PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN.....	iii
ABSTRAK.....	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	5
1.3 Tujuan penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.5 Lokasi Dan Jadwal Penelitian.....	7
BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN, KERANGKA PEMIKIRAN DAN MODEL PENELITIAN.....	8
2.1 <i>Entrepreneur Marketing</i>	8
2.2 Pemasaran.....	9
2.3 Bauran Pemasaran.....	9
2.4 Produk.....	9
2.4.1 Tingkatan Produk.....	10
2.4.2 Klasifikasi Produk.....	11
2.4.3 Atribut Produk.....	12

2.5. Harga (<i>Price</i>).....	14
2.6. Distribusi (<i>Place</i>).....	15
2.7. Promosi (<i>Promotion</i>).....	15
2.8. Sarana Fisik (<i>Physical Evidence</i>).....	15
2.9. Orang (<i>People</i>).....	16
2.10. Proses (<i>Process</i>).....	16
2.11. Pengembangan Produk.....	16
2.11.1 Proses Pengembangan Produk.....	17
2.11.2 Proses Pengembangan Produk Baru.....	20
2.11.3 Tujuan Pengembangan Produk.....	22
2.12 Segmentasi pasar.....	26
2.12.1 Dasar-dasar untuk Mensegmentasikan Pasar Konsumen.....	26
2.14. Penelitian Terdahulu.....	26
2.15. Kerangka Pemikiran.....	27
BAB III OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN.....	32
3.1. Objek/Subjek Penelitian.....	32
3.2. Jenis Penelitian.....	32
3.3. Teknik Pengambilan Sample.....	33
3.4. Jenis Data.....	33
3.5. Teknik Pengumpulan Data.....	34
3.6. Cetak Biru/ <i>BluePrint</i>	34
3.7. <i>Guideline</i> Wawancara.....	35
3.8. Panduan Wawancara.....	36

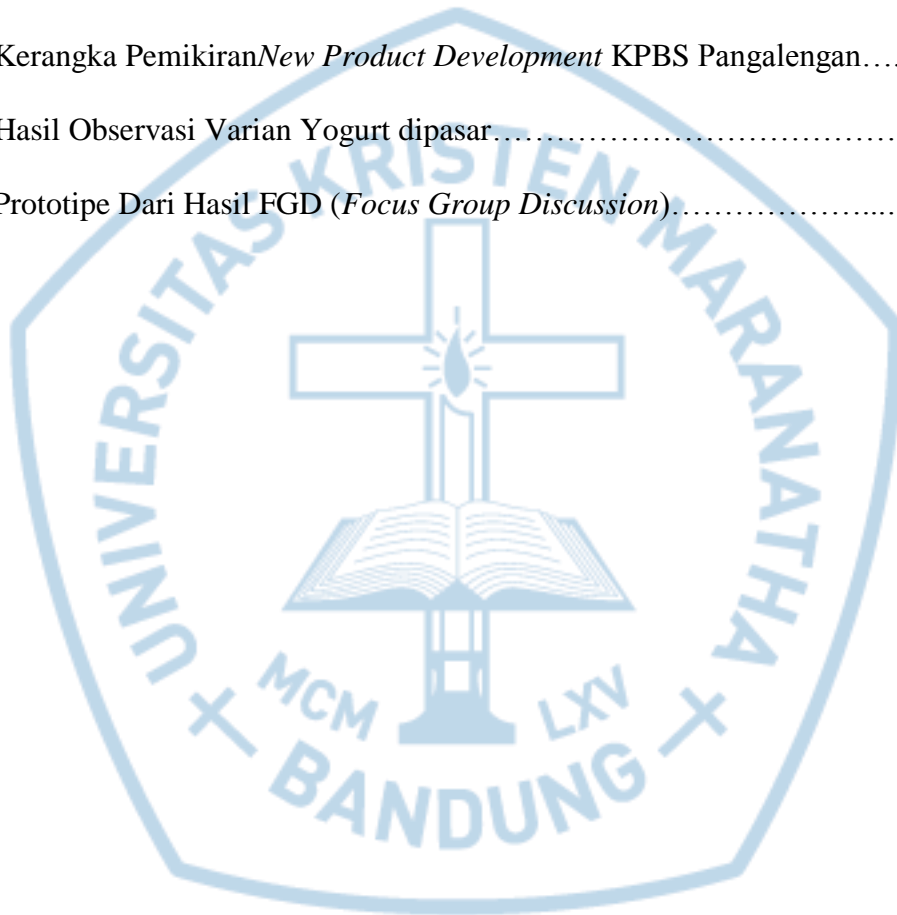
3.9 Analisis Data.....	39
3.10 Teknik analisis Data.....	41
3.11 Uji Keabsahan Data.....	42
3.12 Teknik Pengumpulan Dan Tringulasi.....	42
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	44
4.1 Profil Perusahaan.....	44
4.2 Hasil Penelitian Dan Pembahasan.....	44
4.2.1 Faktor <i>Idea Generation</i>	45
4.2.2 Faktor <i>Idea Screening</i>	46
4.2.3 Faktor Pengembangan Dan Pengujian Konsep.....	48
4.2.4 Faktor Pengujian Pasar.....	50
4.2.5 Faktor Komersialisasi.....	51
4.3 Hasil Wawancara Pihak Perusahaan.....	53
4.3.1 Pemunculan gagasan (<i>idea generation</i>).....	54
4.3.2 Penyaringan gagasan (<i>idea screening</i>).....	54
4.3.3 Pengembangan dan pengujian konsep (<i>concept development and testing</i>).....	55
4.3.4 Pengembangan strategi pemasaran (<i>marketing strategy development</i>).....	55
4.3.5 Analisis usaha (<i>business analysis</i>).....	57
4.3.6 Pengembangan produk (<i>product development</i>).....	57
4.3.7 Pengujian pasar (<i>market testing</i>).....	58
4.3.8 Komersialisasi.....	58
4.4 Observasi Dan Dokumentas.....	59
4.5 Konsep Prototipe.....	60

4.6 Implikasi Manajerial.....	61
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	63
5.1 Kesimpulan.....	63
5.2 Saran.....	64
Daftar Pustaka.....	65
LAMPIRAN VERBATIM NOTE.....	68



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Saluran Distribusi Susu Murni KPBS Pangalengan.....	3
Gambar 1.2 Proses Pengembangan Produk Baru.....	5
Gambar 2.1 <i>The Product Development Process</i>	18
Gambar 2.2 Proses Pengembangan Produk Baru.....	22
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran <i>New Product Development</i> KPBS Pangalengan.....	28
Gambar 4.1 Hasil Observasi Varian Yogurt dipasar.....	59
Gambar 4.2 Prototipe Dari Hasil FGD (<i>Focus Group Discussion</i>).....	60



DAFTAR TABEL

Table 1.1 Index Daya Saing Global Negara-negara ASEAN.....	1
Tabel 1.2 Tabel Hasil Produksi Susu Anggota KPBS.....	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu <i>New Product Development</i>	27
Tabel 3.1 Indikator Pertanyaan.....	35
Tabel 3.2 Panduan Wawancara Pihak Perusahaan KPBS Pangalengan.....	36
Tabel 3.3 Panduan Wawancara Untuk FGD (<i>Focus Group Discussion</i>)	37
Tabel 4.1 Tabel Hasil Wawancara Konsumen Berdasarkan <i>idea generation</i>	45
Tabel 4.2 Tabel Hasil Wawancara Konsumen Berdasarkan <i>idea screening</i>	47
Tabel 4.3 Tabel Hasil Wawancara Konsumen Berdasarkan Pengembangan Dan Pengujian Konsep.....	48
Tabel 4.4 Tabel Hasil Wawancara Konsumen Berdasarkan analisis usaha.....	50
Tabel 4.5 Tabel Hasil Wawancara Konsumen Berdasarkan Pilihan Lokasi Penjualan.....	52
Tabel 4.3 Hasil Wawancara Pihak KPBS Pangalengan.....	53