

## ABSTRAK

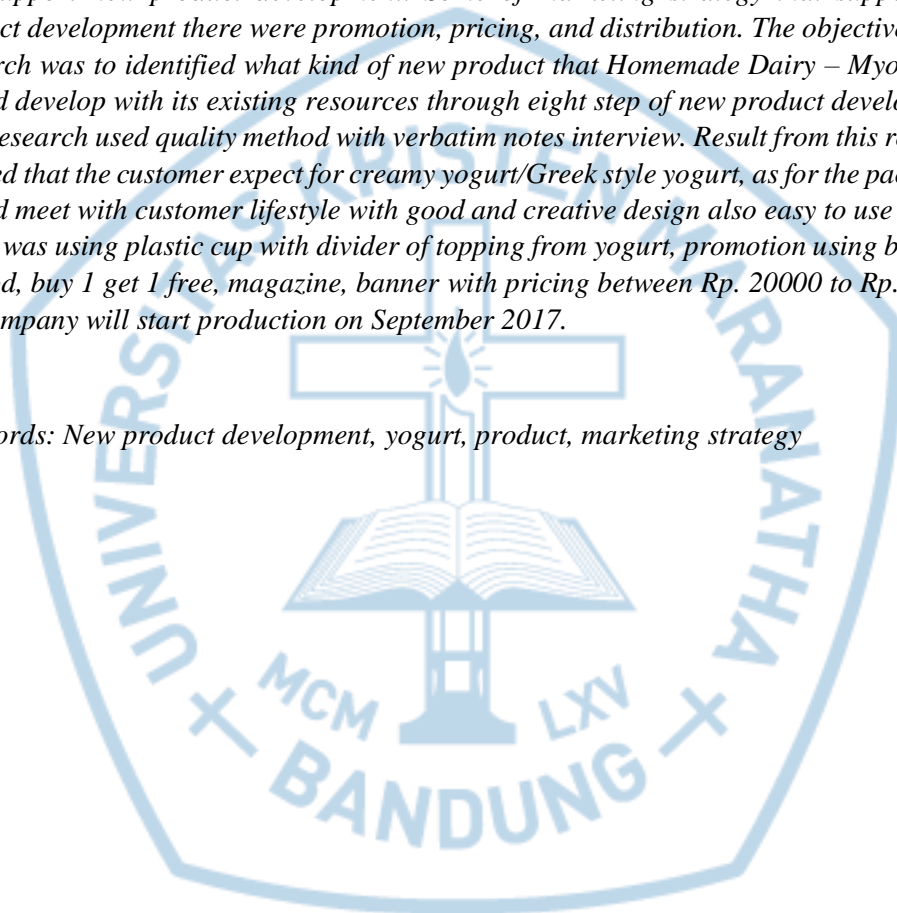
Dalam dunia bisnis semua perusahaan diperhadapkan dengan persaingan dan persaingan tersebut yang membuat industri semakin berkembang dari masa ke masa. Hal ini dikarenakan perusahaan melakukan pengembangan produk baru seiring dengan berjalannya waktu untuk dapat mempertahankan keberadaannya, pangsa pasarnya, dan juga peningkatan jumlah pelanggan. Salah satu bentuk pengembangan produk adalah penambahan nilai (*value added*), dimana suatu barang dikreasikan dengan mengurangi atau menambahkan unsur yang disesuaikan dengan kebutuhan atau harapan pelanggan. Tidak hanya dengan pengembangan produk saja maka perusahaan dapat bertahan didalam persaingan industri, perusahaan perlu strategi pemasaran guna mendukung pengembangan produk baru tersebut. Beberapa strategi pemasaran yang menjadi faktor pendukung adalah promosi, penetapan harga dan saluran distribusi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui produk baru yang tepat untuk dikembangkan Homemade Dairy – Myo Yogurt dengan memanfaatkan sumber daya yang tersedia melalui delapan tahapan pengembangan produk baru. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan wawancara. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa produk baru yang diharapkan adalah Creamy Yogurt/ Greek Yogurt, untuk kemasan harus mengikuti gaya hidup konsumen yang menginginkan kemasan yang bagus, menarik dan mudah digunakan yaitu dengan menggunakan cup plastik dengan pemisah antara isi dengan topping, promosi dengan menggunakan bundling, *buy 1 get 1 free*, majalah, banner, dengan kisaran harga antara Rp. 20000 sampai dengan Rp. 25000 yang akan diproduksi September 2017

Kata kunci: Pengembangan produk baru, yogurt, produk, strategi pemasaran.

## **ABSTRACT**

*In the business world all companies will meet with competition and the competition itself that make industries growth from time to time. These changes were triggered by company that make new product development from time to time that was used to maintain its existent, its market, and consumer growth. One factor that become new product development characteristic is value added, where product was reconstruct by adding or deducting some element that match with customer needs. New product development was not the only way to preserve company competitive advantage, the company also need marketing strategy that support new product development. Some of marketing strategy that support new product development there were promotion, pricing, and distribution. The objective of this research was to identified what kind of new product that Homemade Dairy – Myo Yogurt should develop with its existing resources through eight step of new product development. This research used quality method with verbatim notes interview. Result from this research showed that the customer expect for creamy yogurt/Greek style yogurt, as for the packaging should meet with customer lifestyle with good and creative design also easy to use and the result was using plastic cup with divider of topping from yogurt, promotion using bundling method, buy 1 get 1 free, magazine, banner with pricing between Rp. 20000 to Rp. 25000, the company will start production on September 2017.*

*Keywords: New product development, yogurt, product, marketing strategy*



## DAFTAR ISI

	Hal.
JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	3
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
<b>BAB 2 TINJAUAN KEPUSTAKAAN DAN KERANGKA PEMIKIRAN</b>	
2.1 Definisi dan Pengertian Entrepreneurship.....	6
2.2 Tahap-tahap Entrepreneurship.....	7
2.3 Pengembangan Produk Baru.....	8
2.3.1 Golongan Produk Baru.....	9

2.3.2 Tahapan Pengembangan Produk Baru.....	10
2.4 Entrepreneurial Marketing.....	13
2.5 Pemasaran.....	14
2.6 Bauran Pemasaran .....	14
2.6.1 Produk.....	14
2.6.2 Harga.....	20
2.6.3 Distribusi.....	21
2.6.4 Promosi .....	21
2.7 Penelitian Terdahulu.....	22
2.8 Tujuan Pengembangan Produk.....	23
2.9 Kerangka Pemikiran.....	24

### BAB 3 METODE DAN OBJEK PENELITIAN

3.1. Objek dan Subjek Penelitian.....	26
3.2. Jenis Penelitian.....	26
3.3. Teknik Pengambilan Sampel.....	27
3.4. Jenis Data .....	27
3.5. Teknik Pengumpulan Data.....	27
3.6. Cetak Biru / <i>Blueprint</i> .....	28
3.7. Panduan Wawancara.....	28
3.8. Analisis Data .....	36
3.9. Teknik Analisis Data.....	38
3.10. Uji Keabsahan Data.....	38

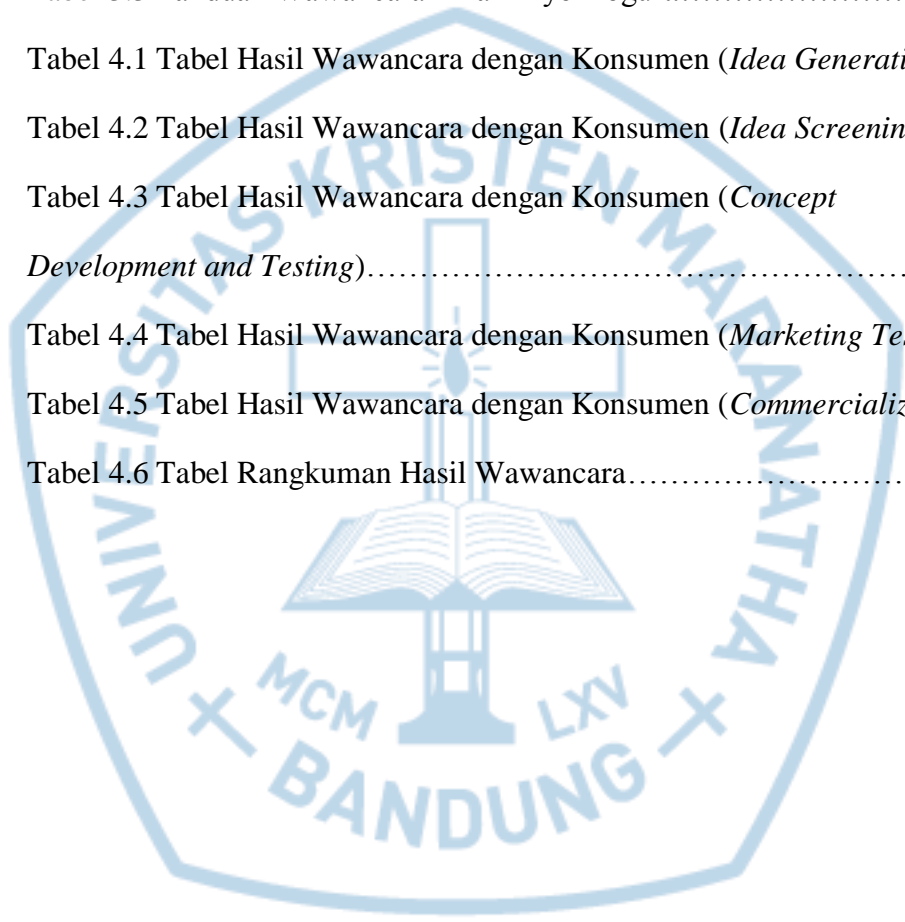
### BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Profil Perusahaan.....	36
4.2. Hasil Penelitian dan Pembahasan.....	37
4.2.1. Faktor Pemunculan Gagasan .....	37
4.2.2. Faktor Penyaringan Gagasan.....	39

4.2.3. Faktor Pengembangan dan Pengujian Konsep .....	41
4.2.4. Faktor Pengujian Pasar .....	43
4.2.5. Faktor Komersialisasi .....	45
4.3. Hasil Wawancara .....	48
4.3.1. Pemunculan Gagasan .....	49
4.3.2. Penyaringan Gagasan .....	50
4.3.3. Pengembangan dan Pengujian Konsep .....	50
4.3.4. Pengembangan Strategi Pemasaran .....	51
4.3.5. Analisis Usaha .....	52
4.3.6. Pengembangan Produk .....	53
4.3.7. Pengujian Pasar .....	53
4.3.8. Komersialisasi .....	53
4.4. Observasi dan Dokumentasi .....	54
4.5. Konsep <i>Prototype</i> .....	55
4.6. Implikasi Manajerial .....	56
<b>BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1. Kesimpulan .....	57
5.2. Saran .....	58
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	
<b>RIWAYAT HIDUP PENULIS</b>	

## DAFTAR TABEL

	Hal.
Tabel 1.1 Konsumsi Yogurt di Kota Bandung Pada Tahun 2002-2014.....	1
Tabel 1.2 Daftar Perusahaan Start Up.....	2
Tabel 3.1 Indikator Pertanyaan.....	27
Tabel 3.2 Panduan Wawancara Pihak Myo Yogurt.....	30
Tabel 3.3 Panduan Wawancara Pihak Myo Yogurt.....	32
Tabel 4.1 Tabel Hasil Wawancara dengan Konsumen ( <i>Idea Generation</i> )...	38
Tabel 4.2 Tabel Hasil Wawancara dengan Konsumen ( <i>Idea Screening</i> )....	40
Tabel 4.3 Tabel Hasil Wawancara dengan Konsumen ( <i>Concept Development and Testing</i> ).....	42
Tabel 4.4 Tabel Hasil Wawancara dengan Konsumen ( <i>Marketing Testing</i> )	44
Tabel 4.5 Tabel Hasil Wawancara dengan Konsumen ( <i>Commercialization</i> )	46
Tabel 4.6 Tabel Rangkuman Hasil Wawancara.....	48



## DAFTAR GAMBAR

	Hal.
Gambar 2.1 Proses <i>Entrepreneurial Marketing</i> .....	12
Gambar 2.2 Proses <i>New Product Development</i> .....	23
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran <i>New Product Development</i> Homemade Dairy (Myo Yogurt).....	24
Gambar 4.1 Peta Pemasaran Homemade Dairy – Myo Yogurt 2017...36	
Gambar 4.2 Observasi Produk Pesaing.....	53
Gambar 4.3 Prototype dari hasil FGD (Focus Group Discussion).....	54

