

ABSTRAK DAN KATA KUNCI

Semakin lekatnya penggunaan teknologi dalam industri finansial membuat pemain di sektor ini semakin banyak dan berefek pada semakin tingginya intensitas persaingan. BRI Remittance sebagai anak perusahaan salah satu Badan Usaha Milik Negara yang beroperasi di Hong Kong; salah satu episentrum finansial Asia Pasifik, memilih untuk menghadapi persaingan tersebut dengan terus menciptakan dan meluncurkan produk baru ke pasar. Dan berdasarkan laporan keuangan perusahaan, strategi peluncuran produk baru tersebut berhasil menaikkan laba BRI Remittance dengan sangat signifikan. Berangkat dari cerita sukses tersebut, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana cara BRI Remittance dalam melakukan pengembangan produk baru serta mengungkap faktor sukses apa saja yang mereka miliki yang berkontribusi terhadap keberhasilan produk barunya. *Embedded Single Case Study* digunakan sebagai metode dalam penelitian ini dimana wawancara mendalam dan studi dokumen dilakukan untuk mengumpulkan data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa BRI Remittance memiliki cara tersendiri dalam mengembangkan produk baru yang mana cara tersebut telah mengakomodir poin-poin krusial dalam setiap proses pengembangan produk baru yang baik menurut teori. Kemudian terkait faktor sukses produk baru, BRI Remittance memiliki 16 dari 18 faktor krusial yang menentukan keberhasilan produk baru.

Kata Kunci: Persaingan, Inovasi, Pengembangan Produk Baru, Finansial

ABSTRACT

The increasingly embedded use of technology in the financial industry has attracts more and more players in this sector and this has the effect of increasing the intensity of competition. BRI Remittance as subsidiary of one of Indonesia's state-owned bank who is operating in Hong Kong; one of the financial epicenters of Asia Pacific, chooses to face this competition by continuing to create and launch new products into the market. And based on the company's financial reports, the new product launch strategy succeeded in increasing BRI Remittance profits very significantly. Starting from this success story, this research aims to find out how BRI Remittance develops new products and uncovers what success factors they have that contribute to the success of their new products. Embedded Single Case Study is used as the method of this research where in-depth interviews and document studies were carried out to collect data. The research results show that BRI Remittance has its own way of developing new products, which accommodates crucial points in what considered to be a good new product development process according to theory. Then regarding the success factors of new products, BRI Remittance has 16 of the 18 crucial factors that determine the success of new products.

Key Words: Competition, Innovation, New Product Development, Finance