

## INTISARI

Industri pariwisata telah berkembang dan memberikan dampak yang cukup besar bagi negara. Perkembangan yang pesat dari industri pariwisata disebabkan oleh banyak faktor, salah satunya dengan adanya pernikahan. *Destination wedding* atau *wedding tourism* adalah salah satu konsep yang tumbuh berkembang menjadi suatu tren hingga dimanfaatkan oleh sebagian *wedding organizer* untuk menciptakan produk dengan konsep tersebut. DG Organizer selaku *wedding organizer* di Kota Magelang memiliki produk baru yaitu *Borobudur Destination Wedding*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pengembangan produk *Borobudur Destination Wedding* pada DG Organizer. Jenis penelitian eksplanatori pendekatan kualitatif digunakan pada penelitian ini. Teknik pengumpulan data berupa observasi partisipatoris, wawancara tidak terstruktur, serta studi pustaka. Jenis data pada penelitian ini terdiri dari dua yaitu data primer yang diperoleh dari observasi dan wawancara, sedangkan data sekunder diperoleh dari studi pustaka. Penelitian ini dianalisis menggunakan delapan tahapan pengembangan produk baru dan tiga pendekatan dalam mengatur produk baru menurut Kotler dan Armstrong. Hasil dari penelitian ini adalah DG Organizer melakukan tiga dari delapan tahapan, yaitu penciptaan ide, pengembangan dan pengujian konsep, serta pengembangan strategi pemasaran. Pendekatan dalam mengatur produk baru yang dilakukan adalah pendekatan yang berpusat pada pelanggan.

**Kata Kunci:** strategi, pengembangan produk baru, destination wedding, wedding organizer

## **ABSTRACT**

*Tourism industry has been developed and has a significant impact to the country. The expansion of the tourism industrial caused by many factors, one of them is the existence of the wedding. Destination wedding or wedding tourism concept becomes a trend which is used by several wedding organizers to create a new product. DG Organizer as a wedding organizer in Magelang who has a new product named Borobudur Destination Wedding. The purpose of this research is to understand the strategy used by DG Organizer to develop the new product. Explanatory and qualitative approach used in this research. The data collecting techniques used were participant observation, interview, and literature study. The data used were primary data from observation and unstructured interview, while secondary data from literature study. This research was analyzed with the new product development process and new product development approach by Kotler and Armstrong. The result shows that DG Organizer executes three of eight stages, which are idea generation, concept development and testing, then marketing strategy. The customer centered approach also taken by DG Organizer.*

**Key words:** *strategy, new product development, destination wedding, wedding organizer*