

ABSTRAK

DESAIN BISNIS DENGAN MENGGUNAKAN PENGEMBANGAN PRODUK BARU PADA TV KABEL

Benedicta Fronti Whinarsi

17/421864/PEK/23441

Dampak persaingan yang sangat ketat, perubahan selera konsumen dan pengaruh perkembangan teknologi seperti yang dialami TV Kabel MaxxTV di Kabupaten Serang-Banten menyebabkan penurunan jumlah pelanggan yang signifikan, oleh karena itu diperlukan inovasi serta kreatifitas agar perusahaan dapat mengikuti tren kebutuhan dan keinginan konsumen, serta mampu bersaing. Pengembangan produk baru menggunakan teknologi terkini merupakan salah satu strategi MaxxTV untuk keberlangsungan hidup dan bisnis yang terus berkembang.

Penelitian ini bertujuan untuk membuat keputusan dalam menentukan perlu atau tidaknya dilakukan pengembangan produk baru berupa layanan akses internet dan menentukan kriteria produk yang dibutuhkan pelanggan, serta menganalisis kemampuan MaxxTV dalam pelaksanaannya pada tahapan pengembangan produk. Penentuan desain strategi pemasaran dan desain operasi yaitu desain produksi dan distribusi, serta desain inovasi proses distribusi sangat penting dilakukan agar pengembangan produk baru internet dapat berjalan dengan baik. Konsep ini memberikan kontribusi yang besar untuk mendukung keberhasilan MaxxTV dalam menghadapi persaingan yang sangat ketat sehingga produk baru dapat diterima pasar.

Metode penelitian yang digunakan adalah melalui survei dengan penyebaran kuesioner kepada 200 pelanggan MaxxTV saat ini, serta metode wawancara dengan pemilik MaxxTV dan 7 pelanggan Indihome sebagai pesaing utama. Hasil dari penelitian menyatakan bahwa MaxxTV harus melakukan pengembangan produk baru yang inovatif agar dapat memenuhi kebutuhan pelanggan sesuai dengan perubahan tren pasar, penyesuaian perkembangan teknologi, serta keunggulan bersaing dan pengembangan bisnis.

Kata Kunci: Pengembangan Produk, Tahapan Pengembangan Produk, Strategi Pemasaran, Operasi, Inovasi, TV Kabel, Internet, MaxxTV

ABSTRACT

***BUSINESS DESIGN USING NEW PRODUCT DEVELOPMENT
ON CABLE TV***

Benedicta Fronti Whinarsi

17/421864/PEK/23441

The impact of intense competition, changes in consumer tastes and the influence of technological developments that experienced by MaxxTV Cable TV in Serang Regency-Banten cause a significant decrease in the number of customers, therefore innovation and creativity are needed so that the company can follow trends to fulfill the needs and desires and improve competitive advantage. The development of new products using the latest technology is one of MaxxTV's strategies for survival and business growth.

This study aims to make decisions in determining whether or not new product development needs to be carried out in the form of internet access services and determining product criteria needed by customers, as well as analyzing MaxxTV's ability to implement it at the product development stage. Determination of marketing strategy design and operation design i.e, production and distribution design, as well as distribution process design innovation is very important to be done so that the development of new internet products can run well. This concept contributes greatly to support the success of MaxxTV in the face of intense competition so that the new products can be accepted by the market.

The research method used is a survey by distributing questionnaires to 200 current MaxxTV customers, and interviews with MaxxTV owners and 7 Indihome customers as main competitors. The research results state that MaxxTV must develop innovative new products in order to meet customer needs in accordance with changing market trends, adjusting technological developments, as well as competitive advantage and business development.

Keywords: *Product Development, Product Development Stages, Marketing Strategy, Operations, Innovation, Cable TV, Internet, MaxxTV*