

INTISARI

Dalam upaya untuk mendorong pertumbuhan jangka panjang dengan mempertahankan atau meningkatkan penjualan, Infomedia Nusantara telah menerapkan pengembangan portofolio bisnisnya. Hal ini merupakan usaha perusahaan untuk meningkatkan penjualan melalui pengembangan produk baru untuk pasar yang dikuasai sekarang. Keputusan manajemen untuk menerapkan pengembangan produk baru ini menjadi sangat penting dalam upaya perusahaan untuk mencapai tujuannya.

Keuntungan bersaing dari suatu perusahaan sangat kuat tergantung dari kemungkinan manfaat yang didapat dari aktifitas inovasinya. Memahami faktor-faktor yang mendorong proses pengembangan produk baru dan efeknya dibutuhkan untuk memutuskan strategi inovasi yang mana merupakan faktor utama untuk keberhasilan inovasi. Penelitian studi kasus ini bertujuan untuk memahami faktor-faktor yang mendorong pengembangan produk baru *Information Technology Outsourcing (ITO)* dan tahapan-tahapan yang dilakukan oleh Infomedia Nusantara dalam menerapkan pengembangan jasa baru tersebut. Wawancara dilakukan dengan pihak manajemen yang terlibat dalam proses pengembangan produk baru ini dengan teknik wawancara yang disusun berdasarkan landasan teori.

Berdasarkan penelitian, dapat disimpulkan bahwa persaingan pasar, permintaan atau kebutuhan pasar, perkembangan teknologi dan tujuan perusahaan meningkatkan laba menjadi faktor-faktor yang mempengaruhi diterapkannya pengembangan produk baru *Information Technology Outsourcing (ITO)*. Secara keseluruhan tahapan-tahapan yang dilakukan oleh Infomedia Nusantara dalam mengembangkan layanan baru mengikuti tahapan dalam teori pengembangan produk baru. Meskipun pada saat pelaksanaannya diteliti banyak penyesuaian-penyesuaian dengan mempertimbangkan kondisi perusahaan terkait ketersediaan sumber daya dan situasi proyek yang ditangani.

Kata Kunci : Pengembangan Produk Baru, Inovasi, *ITO*.

ABSTRACT

In an effort to encourage long-term growth by increasing sales, Infomedia has implemented the development of its business portfolio. This is an attempt by the company to increase sales through the development of new products for the market. Management's decision to implement the new product development has become very important in the company's efforts to achieve its objectives.

Competitive advantage of a company strongly depends on the possibility of the benefits derived from innovation activities. Understanding the factors that drive new product development process and its effects needed to decide the strategy of innovation which is a key factor for the success of innovation. This case study aims to understand the factors that drive the development of new products *Information Technology Outsourcing (ITO)* and the stages are carried out by Infomedia Nusantara in implementing the development of new services. Interviews were conducted with management involved in the new product development process using the interview technique which is based on theoretical basis

Based on research, it can be concluded that the market competition, demand or market needs, technological developments and the company's goal to increase profits into the factors that affect the implementation of new product development *Information Technology Outsourcing (ITO)*. Overall stages carried out by Infomedia Nusantara in developing new services follow the phases in new product development theory. Although at the time of implementation researched a lot of adjustments considering the conditions related to the availability of the resource companies and situation of projects handled.

Key words: New Product Development, Innovation, ITO.