

ABSTRAK

Pertumbuhan kompetitor di dalam bisnis dekorasi, tidak menutup kemungkinan akan adanya dampak persaingan yang semakin ketat dirasakan oleh para pemain di dalamnya. Melihat banyaknya pesaing yang terus berdatangan mengisi peluang pasar bisnis dekorasi dan perlengkapan pesta ini, perlu adanya “Strategi Pengembangan Produk Baru” yang dilakukan oleh PARTY PARTNER guna mempertahankan eksistensi dan keunggulan kompetitif yang telah dimiliki sebelumnya.

Melalui penelitian ini akan dilakukan pengembangan terhadap produk *bunting flag* yang akan diteliti, sehingga produk *bunting flag* tersebut memiliki kegunaan lain daripada hanya menjadi sampah setelah digunakan di dalam sebuah perayaan pesta.

Metode dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif, dengan teknik pengumpulan data menggunakan wawancara semi terstruktur. Wawancara dalam penelitian ini dilakukan kepada konsumen PARTY PARTNER yang membeli produk *bunting flag*, dari konsumen yang membeli *bunting flag* tersebut diambil sembilan partisipan untuk di wawancarai terkait pengembangan produk *bunting flag*.

Berdasarkan hasil penelitian maka keinginan partisipan penelitian terhadap produk *bunting flag* tersebut ialah diubah menjadi lampion kertas. Beberapa partisipan beranggapan bahwa lampion kertas yang akan dibuat memiliki bentuk yang unik dan bernilai tinggi, selain itu partisipan beranggapan bahwa lampion tersebut dapat digunakan sebagai hadiah kepada orang terdekat.

Berdasarkan hasil penelitian, maka untuk melakukan pengembangan produk *bunting flag*, PARTY PARTNER sebaiknya merubah *bunting flag* tersebut menjadi lampion kertas, lampion kertas tersebut memiliki nilai keunikan tersendiri sehingga PARTY PARTNER akan memiliki nilai lebih yang ditawarkan kepada konsumen dan dapat terus bersaing dengan para kompetitornya.

Kata Kunci : Strategi, Pengembangan Produk Baru, *Bunting Flag*.