

## ABSTRAK

Pakaian adalah salah satu kebutuhan primer yang tidak pernah lepas dari kebutuhan manusia. Perkembangan zaman membuat istilah baru dari hanya sebuah pakaian, menjadi fashion, dimana fashion adalah cara bagaimana berpakaian agar menarik dilihat oleh orang lain. Industri fashion berkembang pesat, terutama di Bandung yang merupakan pusat fashion di Indonesia. Wallts adalah salah satu pemain baru di industri fashion, fokus memproduksi aksesoris fashion berupa dompet. Berbeda dari dompet-dompet lain yang terbuat dari bahan kulit maupun imitasi, dompet yang diproduksi oleh Wallts adalah dompet berbahan kanvas dimana mempunyai keunikan yaitu anti air, tahan lama dan tersedia dalam berbagai macam warna.

Untuk dapat bertahan lama di industri fashion, Wallts harus mampu bersaing dengan pemain lama maupun baru, dengan mengembangkan produknya. Proses pengembangan produk, baiknya diimbangi dengan 8 unsur di dalamnya. Yaitu, pemunculan gagasan, penyaringan gagasan, pengembangan dan pengujian konsep, pengembangan strategi pemasaran, analisis bisnis, pengembangan produk, pengujian pasar dan komersialisasi. Tujuan dari penelitian ini adalah mengidentifikasi seberapa jauh Wallts mengaplikasikan teori Kotler mengenai pengembangan produk baru.

Penelitian ini menggunakan teknik penelitian kualitatif dengan metode wawancara, observasi langsung dan dokumentasi kepada orang yang mengetahui mengenai proses pengembangan produk pada usaha Wallts, yaitu bagian *product developer*, vendor, hingga pemilik Wallts. Hasil dari penelitian ini adalah Wallts mampu mengembangkan produk baru sesuai dengan teori dari Kotler, hanya saja dalam tahap pengembangan dan pengujian konsep, Wallts tidak melakukan analisis market ke segi konsumen yang lebih luas, karena pengembangan produk mencakup produsen dan keinginan dari konsumen.

Kata kunci: fashion, pengembangan produk baru, kualitatif