

PERANCANGAN PENGEMBANGAN PRODUK BABY DREAM DI SURABAYA

Dicky Judhawidjaja

Program Manajemen Bisnis, Program Studi Manajemen, Universitas Kristen Petra

Jl. Siwalankerto 121-131, Surabaya

E-mail: dickyxperiazu1@gmail.com

Abstrak—Penelitian ini dilakukan untuk menyusun rancangan pengembangan produk pada Baby Dream. Pengembangan produk perlu dilakukan untuk memperbaiki mutu dan kualitas dengan tujuan meningkatkan penjualan suatu produk. Jenis penelitian adalah kualitatif deskriptif dengan menggunakan teori mengenai pengembangan produk, dan atribut produk. Hasil dari penelitian ini adalah pada segi ciri khas dan desain Baby Dream mengembangkan produk topi berbentuk karakter sehingga Baby Dream mempunyai nilai lebih yang membuat produk tersebut dapat laku dipasaran, selain itu dalam kualitas produk Baby Dream juga memperhatikan mulai dari bahan yang digunakan menggunakan kain katun hingga kerapian pada jaitan sehingga dapat memenuhi fitur produk yang dengan menggunakan bahan kain katun agar pemakai produk topi lebih merasa nyaman dalam segala cuaca. Dari segi analisa bisnis, peneliti menganalisa apa yang kurang atau kelemahan dari produknya, namun tetap memperhatikan cost yang akan dikeluarkan untuk melakukan perubahan, Baby Dream harus menjual produknya 114 per bulan untuk mencapai BEP.

Kata Kunci—Tahap Pengembangan Produk, Atribut Produk

I. PENDAHULUAN

Perlengkapan sandang untuk bayi merupakan salah satu peluang usaha yang dimanfaatkan oleh sebagian masyarakat di Surabaya yang merupakan kota terbesar kedua setelah Jakarta. Pada tahun 2014 tercatat 23 (dua puluh tiga) toko yang bergerak di Bidang perlengkapan bayi. Salah satu hal yang mendasari pelaku usaha ini karena adanya peningkatan jumlah kelahiran setiap tahun di kota Surabaya, dimana dari kelahiran atau bayi inilah yang menjadi konsumen utama dalam bidang usaha perlengkapan bayi. Berdasarkan data dari BPS (Badan Pusat Statistik) jumlah kelahiran di Surabaya mengalami peningkatan dari tahun 2012 sebanyak 40.190 jiwa dan tahun 2013 sebanyak 46.405 jiwa.

Baby Dream merupakan salah satu pelaku usaha yang bergerak pada bidang perlengkapan bayi di Surabaya yang bergerak di bidang konveksi dimana Baby Dream memproduksi topi, sepatu, sarung tangan dan sepatu bayi. Namun pada penelitian pengembangan produk ini, peneliti

lebih menekankan pada pengembangan produk topi bayi, karena dari beberapa produk yang diproduksi oleh baby dream, produk topi bayi lebih mudah untuk dikembangkan dan pasar produk topi bayi berpotensi untuk menjadi lebih luas. Selain itu produk baby dream yang paling laris dipasar adalah topi bayi sehingga untuk memperoleh hasil yang lebih maksimal, peneliti lebih memfokuskan pada pengembangan produk topi bayi.

Adapun beberapa tahapan yang perlu dilakukan dalam pengembangan suatu produk sesuai yang dijabarkan oleh Griffin dan Ebbert (2007,p312) yaitu: (1) Gagasan Produk; Gagasan ini didapat dari konsumen, tim penjualan, tim penelitian, dan bagian pengembangan, (2) Penyaringan; tahap ini dirancang untuk menghilangkan gagasan yang tidak berhubungan dengan tujuan perusahaan, (3) Pengujian Konsep; dalam tahap ini perusahaan harus menguji riset setelah menemukan gagasan dan melakukan penyaringan terhadap gagasan tersebut, (4) Analisis Bisnis; perusahaan harus melakukan perbandingan biaya produksi dan manfaat supaya dapat diketahui apakah produk yang dibuat sudah memenuhi tujuan profitabilitas minimum atau tidak, (5) Pengembangan prototipe; Prototipe merupakan produk contoh, dimana prototipe ini dapat menjadi sangat mahal karena sering kali memerlukan peralatan dan pengembangan komponen yang ekstensif (6) Pengujian produk dan uji pemasaran; pada tahap ini perusahaan dapat menguji produk tersebut untuk mengetahui apakah produk tersebut sudah memenuhi persyaratan kinerja apa belum (7) Komersialisasi; Komersialisasi dilakukan bertahap dengan tujuan menyebarkan produk baru ke daerah yang lebih luas dan mencegah ketegangan pada produksi awal yang seharusnya tidak perlu terjadi. Mengembangkan produk atau jasmelibatkan mengartikan sebuah manfaat yang akan ditawarkan. Keuntungannya dikomunikasikan dan disampaikan oleh atribut produk seperti kualitas, fitur, dan ciri khas dandesain (Kotler 2013, p. 253)

Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan perancangan produk baru sebagai bagian dari upaya perusahaan untuk terus melakukan inovasi. Adapun produk yang direncanakan adalah produk topi bayi yang memiliki keunggulan dalam desain dan bentuk model dibandingkan produk sejenis di pasaran.

II. METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis deskriptif kualitatif. (Menurut Bungin 2007, 68) format deskriptif kualitatif menganut paham fenomenologis yaitu mengkaji penampakan atau fenomena yang mana antara fenomena dan kesadaran terisolasi satu sama lain melainkan selalu berhubungan secara dialektis.

Subyek dan Obyek Penelitian

Subyek merupakan orang, tempat, atau benda yang diamati dalam rangka pembumbutan sebagai sasaran. Subyek pada penelitian ini adalah Baby Dream. Sedangkan obyek merupakan hal yang menjadi sasaran penelitian. Dalam penelitian ini obyek yang akan diteliti adalah perancangan pengembangan produk Topi Bayi.

Informan Penelitian

Informan penelitian merupakan orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian, selain itu seorang informan penelitian harus banyak memiliki pengalaman tentang latar belakang penelitian. Seorang Informan adalah seseorang yang memberikan informasi mengenai segala sesuatu secara umum, terutama mengenai hal yang ada di luar dirinya (Wiradi, 2009, p60). Dalam penelitian ini, informan ditentukan dengan menggunakan metode *purposive sampling*

Sumber dan Jenis Data

Sumber data dari penelitian ini adalah sumber data primer dan sekunder. Sumber data primer diperoleh dari hasil wawancara sedangkan sumber data sekunder yang digunakan diperoleh dari situs internet tentang perancangan pengembangan produk

Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara mendalam. Hal ini dilakukan untuk mendapatkan informasi sedetailnyadari unit analisis yang diteliti.

Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan proses mengatur urutan data, mengorganisasikannya ke dalam suatu pola, kategorisasi dan satuan uraian dasar. Analisis data dilakukan untuk mengkaji dan mengolah data yang telah terkumpul agar memperoleh simpulan yang sesuai dengan tujuan penelitian. Teknis analisis data dalam penelitian ini menggunakan model analisis deskriptif (Sugiyono, 2013,p431), yakni melakukan:

Reduksi Data

Reduksi data dilakukan dengan cara data dipilah kemudian disederhanakan, data yang tidak diperlukan disortir agar memberi kemudahan dalam penampilan, penyajian, serta untuk menarik kesimpulan sementara.

Penyajian Data

Penyajian data (*display data*) dilakukan dengan pengorganisasian data ke dalam suatu bentuk tertentu sehingga kelihatan jelas sosoknya lebih utuh.

Penarikan Kesimpulan/Verifikasi

Penaikan kesimpulan dilakukan untuk memperoleh jawaban dari analisis sehingga diperoleh temuan-temuan permasalahan yang terjadi, sehingga nantinya dapat dirumuskan strategi pengembangan bisnis yang tepat untuk perusahaan.

Uji Keabsahan Data

Pada penelitian ini uji keabsahan data dilakukan dengan menggunakan triangulasi. Jenis triangulasi yang digunakan adalah triangulasi sumber. Menurut (Moleong 2011, 330) triangulasi sumber adalah membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui berbagai sumber yang berbeda. Triangulasi sumber dilakukan dengan cara data yang didapat dari hasil wawancara dengan narasumber penelitian dibandingkan dengan data yang didapatkan dari narasumber lainnya. Dengan demikian pengujian datanya melibatkan berbagai narasumber.

III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berikut merupakan diskripsi mengenai perancangan produk baru baby Dream menggunakan teori pengembangan produk dan atribut produk.

1. Gagasan Produk

Secara teori langkah awal dalam pengembangan produk yaitu dimulai dengan pemunculan ide atau gagasan produk baru. Gagasan ini didapat dari konsumen, tim penjualan, tim penelitian, dan bagian pengembangan. Dalam penelitian ini, gagasan produk Baby Dream dimulai dari produk topi yang sebelumnya memiliki desain dan model yang biasa dan tidak ada pengembangan pada produk tersebut membuat produk ini tidak memiliki nilai lebih. *Owner* pun berpikir bagaimana agar penjualan produk tersebut mengalami peningkatan namun produknya juga memiliki nilai lebih dalam segi bentuk dan model. Lalu suatu saat *owner* pun menemukan gagasan, yaitu membuat topi sepatu dengan desain karakter, sehingga model tersebut tampak lucu dan unik namun tetap dengan harga yang terjangkau. Gagasan tersebut dibicarakan kedua *reseller* yaitu *owner* toko grosir Citra Baby Shop dan juga *owner* toko grosir Mega Perkasa untuk mendongkrak penjualan, dan *reseller* pun menanggapi dengan baik.

Awal mula perusahaan ini tidak menggunakan desainer, namun karena untuk membuat model karakter cukup susah, akhirnya *owner* pun memutuskan mencari desainer untuk mendesain produknya agar mencapai hasil lebih maksimal dalam pengembangan produknya dan juga agar sesuai dengan keinginan *reseller*. *Owner* menemukan desainer (olivia) yang didapat dari temannya, *Owner* pun langsung membicarakan hal ini kepada desainer, dan desainer juga merasa produk ini akan memiliki model yang memiliki nilai lebih karena topi berbentuk karakter menurutnya sangat lucu jika di pakai oleh bayi

- Atribut Produk:
 - Kualitas Produk

Dari hasil wawancara tentang kualitas produk yang diperoleh dari *reseller* adalah yang pertama dari bahan kain, kedua *reseller* tidak ada masalah dengan bahan yang diberikan, karena bahan kain katun yang dipakai untuk topi dan sepatu membuat kualitas produk tersebut lebih baik

- Fitur Produk

Dari segi fungsi, bahan kain katun membuat topi dan sepatu ini dapat nyaman dipakai pada saat cuaca dingin maupun panas, karena bahan kain katun tersebut dapat menyerap keringat pada saat panas dan pada saat dingin juga dapat menghangatkan bayi karena terbuat dari katun bahan tebal

- Ciri Khas Produk dan Desain

Dari segi model menurut kedua *reseller* banyak orang yang menyukai produk topi yang banyak memainkan warna pada *background* sehingga terlihat lebih penuh warna.

2. Penyaringan

Penyaringan merupakan tahap yang dirancang untuk menghilangkan gagasan yang tidak berhubungan dengan tujuan perusahaan. Pada tahap ini berbagai pihak seperti perwakilan dari pemasaran, teknisi, dan produksi harus memberikan input agar penyaringan dapat berjalan dengan optimal. Dalam penelitian ini, penyaringan pada produk Baby Dream dimulai dari *owner* yang menyeleksi desain. Desainer memberikan beberapa contoh desain kepada *owner*, lalu *owner* pun melihat desain tersebut dan memilih beberapa desain yang sesuai dengan keinginannya.

Pada tahap ini penyaringan dilakukan melalui e-mail. Desainer memberi contoh desain melalui e-mail namun ia membuat 6 gambar dalam 1 halaman, lalu *Owner* memilih beberapa desain yang menurutnya bisa dibuat dan laku dipasaran.

Setelah *Owner* memilih dan melakukan transaksi pembayaran, barulah desainer mengirimkan kembali gambar melalui E-mail namun gambar ini dikirim per-desain sehingga gambar tampak lebih jelas.

Beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam pemilihan desain, pertama *owner* harus benar-benar melihat dan teliti, karena sering kali desain itu terlihat bagus, namun *owner* kesusahan untuk membuatnya. Hal ini dapat terjadi karena dalam membuat produk topi bayi ini jika model yang diberikan desainer terlalu rumit maka karyawan potong kain pun akan kesusahan juga dalam memotong kain, karena pola yang dibuat terlalu susah bahkan tidak dapat dipotong dengan mesin pemotong. Selain tidak dapat dipotong oleh mesin potong karena bentuknya yang terlalu rumit, karyawan jahit pun juga tidak dapat menjahit pada bagian bagian yang terlalu kecil, sehingga dalam penyaringan desain *owner* perlu lebih berhati-hati. Kedua pilihan warna juga menjadi faktor penentu suatu produk. Dalam pemilihan warna untuk produk bayi lebih cenderung memakai warna muda.

3. Pengujian Konsep

Dalam tahap pengujian konsep, perusahaan harus menguji riset setelah menemukan gagasan dan melakukan penyaringan terhadap gagasan tersebut. Hal ini dilakukan untuk mendapatkan input dari konsumen tentang manfaat dan harga yang cocok. Dalam penelitian ini, pengujian konsep pada produk Baby Dream dimulai dengan desain yang sudah dipilih oleh *owner* kemudian langsung diujikan kepada *reseller* dalam bentuk 2 dimensi. *Owner* memberikan hasil dari Desain tersebut kepada 2 *reseller* di Surabaya yaitu kepada pemilik toko grosir Mega Perkasa (Lien Fak), dan juga kepada pemilik toko grosir Citra Baby Shop (Ratna). Dalam pengujian konsep ini *owner* memberikan beberapa gambar desain dari yang telah dipilih pada tahap sebelumnya yaitu tahap penyaringan. Beberapa gambar yang cocok untuk di pasarkan akan diambil

oleh *reseller*. Selain itu pada tahap pengujian konsep ini, tidak hanya gambar saja yang diujikan kepada *reseller*, namun juga contoh jenis kain yang akan digunakan dalam pembuatan produk. Kain yang diujikan terdiri kain Furing (kain pada bagian dalam topi), kain dasar (sebagai bahan utama dalam membuat topi), yang terakhir adalah kain rip yang berfungsi sebagai karet pada bagian bawah topi. Pada saat *owner* memberikan contoh kain kepada *reseller*, *owner* menjelaskan secara detail bahan yang digunakan dalam pembuatan topi ini. Bahan yang digunakan mulai dari kain dasar (sebagai bahan utama dalam membuat topi) menggunakan bahan kain katun double knit 30S. Angka 30 menunjukkan tipe benang yang digunakan pada proses perajutan menjadi bahan kain. Semakin kecil angka semakin tebal bahan kain tersebut. Namun bahan untuk pakaian bayi yang biasa digunakan adalah ketebalan pada angka 30S karena memiliki ketebalan yang pas. Pada dasarnya kain katun terdiri dari 2 jenis yaitu single knit, dan double knit. Kain Katun double knit adalah kain katun yang memiliki kehalusan di sisi luar dan dalam yang sama, sedangkan kain katun single knit memiliki dalam dan luar yang berbeda. Selain itu pada kain rip juga menggunakan jenis kain katun 30S. Pada bagian dalam topi *Owner* menggunakan kain PE 30S. Kain ini sangat tipis karena hanya berfungsi sebagai bagian dalam topi. Dalam tahap pengujian konsep ini *Owner* menampung segala kritik dan saran dari *reseller* agar produknya tetap laku di pasaran namun juga agar produk tersebut memiliki kualitas dan model yang lucu.

- Atribut produk :

- Kualitas Produk

Dalam pengujian konsep *reseller* benar-benar memperhatikan kualitas produk dari segi kain, hingga warna produk yang digunakan. Dari segi kain, *reseller* melihat kain katun yang digunakan single knit atau double knit, karena di dalam bisnis konveksi ini sering kali orang memalsukan jenis bahan yang digunakan, terkadang bahan itu seperti katun namun jika dipegang bahan itu memiliki serat yang berbeda

- Fitur produk

Pada tahap ini *reseller* melihat apakah fitur yang diinginkan sudah sesuai. Pada fitur produk ini bahan yang digunakan adalah kain katun, sehingga fitur topi ini dapat berfungsi sebagai penyerap keringat dan melindungi dari cuaca dingin

- Ciri Khas Produk dan Desain

Pada tahap ini *reseller* melihat apakah model dan desain tersebut sudah sesuai dengan yang diinginkan. Dan apakah produk tersebut dapat laku di pasaran. *Reseller* harus benar-benar memperhatikan dari segi warna dan model sehingga produk topi tersebut memiliki nilai lebih dalam segi model dan desain dan juga dapat laku dipasaran

4. Analisis Bisnis

Pada tahap ini hal yang harus dilakukan adalah mengumpulkan opini dari pasar atau konsumen, perusahaan harus melakukan perbandingan biaya produksi dan manfaat supaya dapat diketahui apakah produk yang dibuat sudah memenuhi tujuan profitabilitas minimum atau tidak. Dalam penelitian ini, peneliti menganalisa apa yang kurang atau kelemahan dari produknya. Analisa ini didapat dari tahap sebelumnya yang telah dilakukan pengujian konsep pada *reseller*. Untuk menganalisa produk ini peneliti tidak bisa mengikuti semua keinginan dari *reseller*, karena terkadang keinginan *reseller* berbeda-beda. Untuk itu peneliti harus benar-benar mempertimbangkan bagaimana biaya yang akan dikeluarkan jika harus mengikuti saran dari *reseller*. Karena segala perubahan yang diminta oleh *reseller* bisa menambah *cost*, namun sering kali *reseller* tidak mau menerima jika harga barang ditingkatkan. Maka dari itu peneliti harus benar-benar teliti dalam melakukan analisa terhadap produknya. Dari tanggapan *reseller* peneliti tidak melihat adanya kekurangan pada produk topi bayi Baby Dream karena menurut *reseller* bahan yang digunakan dan desain yang diberikan sudah sesuai.

Dalam tahap analisis ini peneliti melihat bahwa produk topi bayi Baby Dream memiliki beberapa pesaing. Beberapa nama diantaranya adalah merk zooko dan buah hati. Merk zooko dan buah hati adalah suatu produk yang memproduksi pakaian bayi, namun tidak hanya pada topi saja, tetapi juga memproduksi baju bayi, celana bayi, dan juga masih banyak lagi. Namun peneliti melihat, karena kedua merk tersebut memproduksi berbagai jenis pakaian, membuat Baby Dream lebih unggul dalam memfokuskan suatu produk. Sehingga dalam segi model dan desain Baby Dream lebih memiliki desain yang jauh lebih baik. Selain itu harga produk topi dari Baby Dream yang lebih murah dan juga menggunakan bahan yang sama dengan pesaingnya membuat produk Baby Dream lebih diminati oleh konsumen. Harga dari produk topi merk zooko dan buah hati berada dikisaran Rp. 120.000 per lusin sedangkan Baby Dream per lusin dari topi nya diberi harga Rp. 105.000

Break Even analisis digunakan untuk menentukan kapan sebuah bisnis akan dapat menutupi semua biaya dan mulai membuat keuntungan. Pada tahap ini peneliti menghitung dan menganalisa produk yang dibuat sudah memenuhi tujuan profitabilitas minimum atau tidak.

Pada tahap ini peneliti menentukan BEP sebagai berikut:

Tabel 1 Asumsi Tabel Biaya Tetap dalam 1 bulan

Deskripsi	Kuantitas	Harga	Jumlah
Sablon	250 lusin	Rp. 10.000/lusin	Rp. 2.500.000
Karyawan jahit	250 lusin	Rp. 12.000/lusin	Rp. 3.000.000
Packaging	250 lusin	Rp. 3.000/lusin	Rp. 750.000
Total			Rp. 6.250.000

Tabel 2 Tabel Variabel Cost dalam 1 bulan

Deskripsi	Kuantitas	Harga	Jumlah
Kain katun putih 30S	100kg / 250 lusin	Rp. 64.000/kg	Rp. 6.400.000
Kain rip katun30S	50kg / 250 lusin	Rp. 80.000/kg	Rp. 4.000.000
Merk	250lusin	Rp. 1.200.000/5000biji	Rp. 720.000
Kain PE 30s single	37,5kg / 250 lusin	Rp. 38.000/kg	Rp. 1.425.000
Total	250 lusin topi		Rp. 12.545.000

$$\text{Total Variabel / lusin} = \frac{\text{Rp } 12.545.000}{250 \text{ lusin}} = \text{Rp } 50.180$$

$$\text{BEP / lusin} = \frac{\text{Rp. } 6.250.000}{\text{Rp}105.000 - 50.180} = 114 \text{ Lusin/bulan}$$

Dari perhitungan diatas peneliti menyimpulkan bahwa BEP pada Baby Dream terjadi pada saat Baby Dream menjual produk topinya sebanyak 114 lusin / bulan

5. Komersialisasi

Komersialisasi dilakukan bertahap dengan tujuan menyebarkan produk baru ke daerah yang lebih luas dan mencegah ketegangan pada produksi awal yang seharusnya tidak perlu terjadi. Pada tahap ini peneliti merancang bahwa owner baby Dream harus mulai memasarkan produknya dengan skala yang lebih luas. Owner harus melakukan komersialisasi tidak hanya sebatas di Surabaya namun pemasaran itu akan dilakukan diluar kota dan bahkan diluar pulau. Alasan mengapa peneliti merancang untuk melakukan komersialisasi di luar kota atau bahkan diluar pulau adalah karena untuk memasarkan barang di Surabaya tergolong sangat susah, dan juga persaingan di Surabaya cukup ketat. Selain itu penjualan di luar kota dan luar pulau bisa memasok harga jauh lebih tinggi dari pada

melakukan penjualan di Surabaya, sehingga laba yang diperoleh oleh owner lebih besar dari pada penjualan di kota Surabaya itu sendiri.

Selain itu seiring dengan pesatnya teknologi jaman sekarang, bahkan sudah sangat banyak media online yang digunakan untuk menawarkan produk, peneliti merancang komersialisasi owner dengan cara melalui media online seperti BBM, OLX bahkan bisa juga dengan Instagram(yang sekarang ini lagi populer).

Dalam tahap komersialisasi ini dengan adanya perluasan pasar, peneliti menyarankan owner agar menambah 4 karyawan jahit yang berfungsi untuk menambah kecepatan dalam produksi guna untuk mengoptimalkan berbagai pesanan dari reseller

Selain itu untuk kedepan, owner Baby Dream akan melakukan promosi di toko-toko yang sekarang ini sudah menjual produk topi Baby Dream dengan cara, memberikan stand banner di depan pintu masuk toko, dan memberikan promosi kepada pemilik toko berupa cash back 1% untuk total pemesanan produk topi Baby Dream yang di akumulasikan selama 1 tahun.

IV. KESIMPULAN/RINGKASAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan di atas menunjukkan bahwa Owner Baby Dream melakukan pengembangan produk baru. Hal ini dapat dilihat dari perubahan pada pola / model topi yang ia buat. Kesimpulan Pengembangan produk yang nantinya dijalankan pada perusahaan Baby Dream adalah sebagai berikut:

1. Gagasan Produk

Owner Baby Dream membuat topi bentuk karakter sehingga memiliki bentuk yang lucu dan unik. Gagasan tersebut didapat dari owner, reseller, dan juga desainer. Gagasan yang didapat oleh owner dengan memberi saran agar produk topi ini memiliki nilai lebih dalam segi atribut produk antara lain, kualitas produk yang menggunakan bahan kain katun, lalu fitur produk topi ini yang membuat produk topi ini nyaman dipakai oleh bayi, dan juga ciri khas produk dan desain yang harus lebih diperhatikan dengan pemberian warnayang lebih penuh pada background topi

2. Penyaringan

Owner melakukan penyaringan desain topi yang telah didesain oleh desainer, dan desain tersebut dipilih berdasarkan dengan apa yang diinginkan oleh owner. Selain itu dalam penyaringan desain ada beberapa hal yang perlu diperhatikan oleh owner yaitu dari segi desain owner harus lebih berhati-

hati dalam memilih desain sehingga tidak ada kendala dalam proses pembuatan, dan juga dari pemilihan warna owner harus cenderung menggunakan warna muda untuk produknya.

3. Pengujian konsep

Owner memberikan desain topi, dan jenis kain yang dipakai dalam produksi kepada *reseller*, lalu *reseller* memberikan kritik dan saran yang akan ditampung oleh *owner* dalam segi kekurangan maupun kelebihan. Dalam pengujian konsep ini *owner* juga memperhatikan dalam segi atribut produk yang meliputi kualitas produk. Dalam tahap kualitas produk, *reseller* melihat dan memastikan bahan yang digunakan apakah sudah sesuai dengan keinginan *reseller*. Dalam tahap fitur produk *reseller* memastikan apakah bahan kain tersebut sudah sesuai fungsinya apa belum. Lalu pada ciri khas produk dan desain, *reseller* memperhatikan warna dan bentuk model topi tersebut

4. Analisis Bisnis

Pada tahap ini peneliti harus mempertimbangkan kritik dan saran yang diberikan oleh *reseller*, karena beberapa perubahan dalam produk juga dapat mempengaruhi biaya produksi sehingga tidak semua kritik dan saran *reseller* dapat dipenuhi. Namun pada tahap ini *reseller* tidak ada kendala terhadap produk yang ditawarkan. Selain itu peneliti juga merencanakan BEP dari Baby Dream selama 1 bulan. Dimana Baby Dream harus menjual produk topinya sebanyak 114 lusin per bulan untuk mencapai BEP

5. Komersialisasi

Peneliti merencanakan *owner* untuk memasarkan produk topi di luar kota dan juga di luar pulau karena dapat memasok harga lebih tinggi dari pada di kota Surabaya sehingga laba yang diperoleh lebih besar dari pada penjualan yang dilakukannya selama ini. Selain itu peneliti memberikan saran kepada *owner* untuk memasarkan produknya melalui media sosial. Untuk itu *Owner* harus menambah karyawan untuk mempercepat produksi sehingga dapat memenuhi pesanan yang diminta oleh *reseller*. Selain itu peneliti merencanakan promosi untuk *reseller* yang sudah ada dengan memberi *stand banner* pada depan toko dan juga member *cash back* sebesar 1 persen yang diakumulasikan selama 1 tahun

Saran

Saran yang dapat diberikan kepada Baby Dream adalah :

1. Untuk pengembangan produk, sebaiknya Baby Dream melakukan pengembangan tidak hanya pada model topi saja, namun juga kepada jenis atributnya yang berbeda. Sehingga Baby Dream meskipun untuk produksi di fokuskan ke topi, namun pada pembuatan topi terdapat varian yang berbeda. Contohnya topi yang diproduksi oleh Baby Dream menggunakan pewarnaan melalui sablon, hal itu dapat dikembangkan dengan menggunakan bordir, sehingga *reseller* yang akan membeli dapat memilih varian yang berbeda.
2. Baby Dream memproduksi topi dan sepatu ini menggunakan karyawan lepas. saran untuk kedepannya, sebaiknya akan lebih baik jika Baby Dream mempunyai karyawan sendiri, sehingga dapat mengurangi cost produksi. Jika cost dapat di tekan keuntungannya pun bisa lebih besar
3. Untuk pembuatan produk saran dari saya sebaiknya tidak hanya membuat topi dan sepatu saja, namun lebih dikembangkan lagi untuk memproduksi produk lain, contohnya seperti selimut bayi, baju bayi, dan juga masih banyak lagi. Dengan memproduksi jenis produk yang lebih banyak maka, Baby Dream dapat meningkatkan omset penjualan.

DAFTAR PUSTAKA

- Bungin, P. D. (2007). *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Febransyah, A, Et al. (2010). *Prasetiya Mulya on Innovation. Kekayaan Perspektif untuk Mendesain Hari Esok yang Lebih Baik*. Prasetiya Mulya
- Griffin, Ricky W. & Ebert, Ronald J. (2007). *Bisnis Edisi Ke delapan*. Alih bahasa: Siti Wardhani. Editor: Wibi Hardani, M.M Jakarta: Penerbit Erlangga
- Gupta, P. (2007). *Business Innovation. In the 21st Century*.
- Hoffmann, V., Probst, K., & Christinck, A. (2007). *Farmers and researchers: How can collaborative advantages be created in participatory research and technology development?. Agriculture and human values*, 24(3), 355-368.
- "Inovasi adalah pemasukan atau pengenalan hal-hal yang baru" (Kamus Besar Bahasa Indonesia), Retrived : 20 September 2015, from : <http://kbbi.web.id/inovasi>
- "Produk adalah barang atau jasa yang dibuat dan ditambah gunanya atau nilainya dalam proses produksi dan menjadi hasil akhir dari proses produksi itu sendiri" (Kamus Besar Bahasa Indonesia), Retrived : 20 September 2015, from : <http://kbbi.web.id/produk>
- "Jumlah kelahiran di Surabaya mengalami peningkatan dari tahun 2012 sebanyak 40.190 jiwa dan tahun 2013 sebanyak 46.405 jiwa"(BPS), Retrived : 20 September 2015, from : <http://surabayakota.bps.go.id/webbeta/frontend/linkTabelStatis/view/id/324>
- Info Surabaya. *Daftar Toko Perlengkapan Bayi di Kota Surabaya* Retrived : 20 September 2015, from : <http://www.infosby.asia/2014/06/daftar-toko-perlengkapan-bayi-surabaya.html>
- Indrajaya, R. (2008). *Jangan Takut Mulai Bisnis*. Depok: Niaga Swadaya.
- Kanno, Y., & Shibata, S. (2013). *Organizational Factors in the Product Design Development Process*. *International Journal of Business and Management*, 8(10), p15.
- Kotler, P., & De Bes, F. T. (2003). *Lateral marketing: new techniques for finding breakthrough ideas*. John Wiley & Sons.
- Kotler, Amstrong (2013). *Principles of marketing*. Fifteenth edition. published by pearson education.
- Krishnan, V., & Ulrich, K. T. (2001). *Product development decisions: A review of the literature*. *Management science*, 47(1), 1-21.
- Li, S., Gu, S., & Wang, Q. (2010). *An empirical study on the influencing factors of supplier involvement in new product development*. *Frontiers of Business Research in China*, 4(3), 451-484.
- Mital, A, et al, (2008). *Product Development. A Structured Approach to Consumer Product Development, Design, and Manufacture*. Elsevie
- Moleong, L. J. (2012). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosda Karya
- Rachmawati, I. N. (2007). *Pengumpulan Data Dalam Penelitian Kualitatif: Wawancara*. *Jurnal Keperawatan Indonesia*, 11(1)
- Rainey, D. (2005). *Product Innovation: Leading Change through Integrated Product Development*. Cambridge
- Rogers, E. M. (2010). *Diffusion of innovations*. The Free Press A Division of Simon and Schuster Inc.
- Semiawan, P. D. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif Jenis, Karakteristik, dan Keunggulannya*. Jakarta: Grafindo.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta
- Wiradi, G. (2009). *Metodologi studi agraria: karya terpilih Gunawan Wiradi*. SAINS Press