

ABSTRAK

Setiap perusahaan memiliki tujuan yang ingin dicapai, salah satunya memperoleh laba. Untuk memperoleh laba yang diinginkan, perusahaan harus berupaya untuk terus meningkatkan kualitas produknya, salah satunya melalui pengembangan produk. Pengembangan produk merupakan strategi untuk pertumbuhan perusahaan dengan menawarkan produk modifikasi atau produk ke segmen pasar yang ada sekarang.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pelaksanaan pengembangan produk pada PT. Pos Indonesia. Pengembangan produk yang dilakukan oleh PT. Pos Indonesia yaitu dengan melakukan beberapa tahapan yang dikeluarkan oleh perusahaan yaitu dengan melakukan survei, proses evaluasi produk yang telah dikembangkan sebelumnya dan yang terakhir dengan melakukan rapat dengan kantor pusat agar dapat disetujui atau tidaknya proses pengembangan produk tersebut.

Laporan Tugas Akhir ini disusun dengan menggunakan metode deskriptif. Tujuan dari metode deskriptif adalah untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki.

Dari hasil penelitian, pelaksanaan pengembangan produk pada PT. Pos Indonesia dilakukan dengan memodifikasi produk. Hambatan-hambatan yang dihadapi antara lain proses survei yang kurang maksimal, kurang membangun hubungan dengan konsumen, proses pelaksanaan pengembangan produk kurang efektif. Solusi untuk menghadapi hambatan tersebut dengan melakukan survei melakukan promosi yang luas, melakukan wawancara, sehingga proses pelaksanaan pengembangan produk berjalan lancar dan produk yang dikembangkan tidak mengalami hambatan-hambatan berarti.