

Pengembangan produk baru menggunakan aliansi bisnis = New product development using business alliances

Muhammad Faisal Suhaeli, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20392772&lokasi=lokal>

Abstrak

Dinamika di dunia bisnis selalu menarik untuk dibicarakan, ada banyak perubahan yang terjadi selama dekade terakhir, dari konsep baru ke dalam cara baru pemasaran produk, manusia selalu menemukan cara untuk mendapatkan kembali kesejahteraan dan mencapai tujuan tertentu mereka. Dalam proses melakukan hal itu ada beberapa penelitian harus dilakukan dalam mencari kebenaran dalam rangka untuk membuat strategi yang baik dan terlihat dalam bisnis, aliansi bisnis adalah salah satu strategi yang efektif untuk berbagi risiko dan teknologi, khususnya di produk baru pembangunan. Dengan demikian, efek dari aliansi dapat bervariasi dalam setiap pendirian; itu bisa sangat rentan jika tidak ada rencana dalam menghadapi mitra baru dalam aliansi. Proposal ini akan membahas lebih dalam variabel yang dapat mempengaruhi pengembangan produk baru melalui aliansi bisnis dan juga pembahasan melakukan penelitian dari variabel yang ada di ranah methodology. It statistik akan membangun survei untuk mengetahui perilaku aliansi dan kecenderungan variabel yang termasuk dalam pembentukan, dan kemudian memprosesnya dengan alat statistik untuk menginterpretasikan data ke rekomendasi dibaca bagi manajer eksekutif dalam menghadapi pengembangan produk baru.

The dynamics in business world are always interesting to talk about, there are many changes that happened for the past decades, from the new concept into new way of marketing a product, human always find a way to regain their welfare and reaching certain goal. In the process of doing that there are some research should be conducted in finding the rightness in order to make good and visible strategy in the business, business alliance is the one of the effective strategy to share the risk and technology, especially in the new product development. Thus, the effect of alliance may vary in every establishment; it could be very vulnerable if there is no plan in facing the new partner in the alliance. This proposal will discuss more deeply the variable that could predispose the new product development through business alliance and also the deliberation of conducting research from those variable in realm of statistic methodology. It will construct a survey to know the behavior of the alliance and the tendency of variable that include within the establishment, and then process it with statistical tools to interpret the data into readable recommendation for the executive manager in facing the new product development.