

ABSTRAK

Pengembangan produk dalam industri furnitur menjadi hal yang wajib dilakukan agar perusahaan dapat terus berkembang, mendapatkan keuntungan, menciptakan pembaharuan atau inovasi, dan dapat bertahan dalam dunia persaingan antar industri sejenis. Penelitian ini berfokus pada perancangan koleksi furnitur area *living* untuk bisnis furnitur retail. Studi kasus yang digunakan adalah Palem Living, yang berkolaborasi dengan Eugenio Hendro Design Studio. Palem Living sebagai salah satu perusahaan furnitur dalam industri ini berupaya untuk menghadirkan inovasi koleksi produk furnitur dengan konsep desain baru dan sesuai dengan kebutuhan pasar yang mereka targetkan. Perancangan ini didukung oleh pengumpulan data menggunakan metode kuantitatif dan kualitatif (*Mixed Method*) meliputi penyebaran kuesioner, wawancara, dan studi produk terkini untuk memahami preferensi desain, material, kebutuhan dan minat target pasar. Kemudian, perancangan ini juga menggunakan pendekatan *New Product Development (NPD)* sebagai kerangka metodologi serta *Morphological Chart* sebagai kerangka proses desain. Hasil penelitian ini adalah karya koleksi set furnitur area *living* dengan penggabungan gaya desain *Art Deco*, *Neotenic*, dan kontemporer yang disesuaikan dengan target market Palem Living yakni generasi milenial dan karakter dari brand Palem Living sendiri. Kesimpulan dari penelitian ini adalah penggunaan pendekatan NPD dan *Morphological Chart* dapat membantu proses perancangan menjadi lebih terstruktur dan mampu disesuaikan berdasarkan kebutuhan dari perusahaan yang menggunakannya.

Kata kunci: perancangan, desain furnitur, *new product development*, *morphological chart*

ABSTRACT

Development of products in the furniture industry has become a necessary undertaking in order for companies to continue growing, attaining profits, creating innovations, and remaining competitive in a world of similar industries. This research focuses on the design of a furniture collection for the living area, intended for a retail furniture business. The utilized case study is Palem Living, which collaborates with the Eugenio Hendro Design Studio. Palem Living, as one of the companies in this industry, strives to present innovative furniture product collections with new design concepts that align with the needs of their target market. This design process is supported by the collection of data using quantitative and qualitative methods (Mixed Method), including the distribution of questionnaires, interviews, and a study of current products to understand design preferences, materials, market needs, and target market interests. Subsequently, this design also employs the New Product Development (NPD) approach as the methodological framework, along with the Morphological Chart as the design process framework. The results of this research consist of a collection of living area furniture sets that blend the design styles of Art Deco, Neotenic, and contemporary, adjusted to Palem Living's target market, primarily the millennial generation, and reflecting Palem Living's brand characteristics. The conclusion drawn from this research is that the use of the NPD approach and Morphological Chart can assist in structuring the design process more comprehensively and adjusting it according to the needs of the utilizing company.

Keywords: product planning, furniture design, new product development, morphological chart