

Pendekatan makroergonomi dalam tahapan proses pengembangan produk pada usaha kecil menengah (UKM) kreatif di Indonesia yang berorientasi ekspor = Macroergonomics approach in product development steps of creative SMEs (small and medium enterprises) in Indonesia that export oriented

Muh. Zidni Mubarak, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20345596&lokasi=lokal>

Abstrak

Pengembangan produk baru merupakan hal yang penting bagi perusahaan. Proses pengembangan produk yang matang akan menjamin kesuksesan produk baru ketika diluncurkan ke pasar. Usaha Kecil Menengah (UKM) Kreatif merupakan salah satu pelaku ekonomi yang signifikan di Indonesia, tetapi produk UKM Kreatif kurang memiliki kemampuan untuk memenuhi prasyarat memasuki pasar global. Padahal, banyak potensi ekspor pada produk UKM di Indonesia. Berbeda dengan perusahaan besar yang mempunyai banyak sumber daya dalam melakukan pengembangan produk baru, UKM menghadapi banyak kendala. Pada situasi ini, UKM dituntut untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan melakukan inovasi. Jadi, diperlukan panduan langkah-langkah pengembangan produk yang sistematis dan terstruktur bagi UKM pada industri kreatif di Indonesia yang berorientasi ekspor dengan pendekatan makroergonomi. Dengan adanya panduan ini, produk UKM diharapkan bisa bersaing di pasar global, sukses masuk ke pasar, dan mengatasi kendala yang biasanya terjadi saat ekspor barang ke luar negeri.

Pendekatan makroergonomi dengan Macroergonomics Intervention Program akan menganalisa keadaan internal UKM kreatif dan keadaan sosioteknis Indonesia dalam proses pengembangan produk UKM kreatif yang berorientasi ekspor. Hasil dari pendekatan tersebut akan digunakan untuk menganalisa Stage-Gate Model proses pengembangan produk untuk kemudian dibuat template proses pengembangan produk yang sesuai bagi UKM Kreatif di Indonesia yang berorientasi ekspor dalam bentuk buku panduan.

.....New product development is important for the company. The mature product development process will ensure the success of the new products when it launched into the market. Creative SMEs (Small and Medium Enterprises) is one of the significant economic actors in Indonesia, but Creative SME's products have less ability to meet the requirements to enter the global market. In fact, there is a lot of export potential of SMEs in Indonesia. Unlike the big companies that have a lot of resources in doing new product development, SMEs face many obstacles.

In this situation, SMEs are required to improve the knowledge and skills to innovate. Thus, it is required systematic and structured product development guideline for SMEs in the creative industries in Indonesia that export oriented with macroergonomic approach. With this guideline, SME products are expected to compete in the global marketplace, successfully enter the market, and overcome obstacles that normally occurs when exporting goods to foreign countries.

Macroergonomic approach with Macroergonomics Intervention Program will analyze the internal state of Creative SMEs and the sociotechnical system at Indonesia in the product development process of Creative SMEs that export-oriented. The results of this approach will be used to analyze the Stage-Gate Models of product development process and then created a suitable product development process's template for Creative SMEs in Indonesia that export oriented in the form of guide books.