

Perancangan serious game untuk memahami permasalahan integrasi antara supply chain dan pemasaran = Design of serious game for understanding integration issue between supply chain and marketing / Rama Raditya

Rama Raditya, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20350540&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

46% perusahaan di dunia saat ini belum memiliki integrasi yang baik antara supply chain dengan perusahaan. Diperlukan suatu alat pembelajaran baru yang dapat menyelesaikan permasalahan tersebut. Riset ini membuat permainan serious simulation game baru yang memodelkan aspek supply chain dan pemasaran untuk memahami permasalahan integrasi kedua aspek tersebut. Pemain akan memerankan manager pemasaran dan supply chain serta menyelesaikan permasalahan pada setiap dan antara kedua bidang tersebut. Pemain akan mempelajari dan menerapkan konsep-konsep integrasi antara supply chain dan pemasaran selama memecahkan permasalahan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa permainan simulasi ini berhasil mengajarkan konsep-konsep integrasi antara supply chain dengan pemasaran.

ABSTRACT

46% of companies in the world today do not have good integration between the company's supply chain. A new learning tool is needed that can solve these problems. This research develop a new serious simulation game that models supply chain and marketing aspects of in order to understand integration problem between both aspects. Players will as play the manager of marketing and supply chain and solving the problems in each and between the two fields. Players will learn and apply the concepts of integration between the supply and marketing chan for solving the problem. The results showed that the simulated games or successfully teach the concepts of integration between supply chain to marketing.