

INTISARI

Dalam rangka menanggulangi dampak langsung dari pandemi Covid-19 yang mengakibatkan perubahan perilaku konsumen dan kebijakan *new normal* yang mulai diberlakukan, PT Traveloka Indonesia, khususnya *Business Unit Experience* telah mempersiapkan beberapa strategi produk baru dan juga aktivitas promosi di fase normal baru untuk menggeliatkan kembali sektor pariwisata dan transaksi perusahaan yang sempat terpukul saat pandemi Covid-19. Strategi yang dilakukan oleh PT Traveloka Indonesia di keadaan *new normal* saat ini, yaitu dengan mengembangkan bisnis bukan hanya fokus kepada travel saja, namun juga ke finansial hingga layanan dan produk gaya hidup. Oleh karena itu, Business Unit Experience, sebagai salah satu Unit Bisnis yang menawarkan produk gaya hidup paling banyak di Traveloka, saat ini paling aktif dalam mengembangkan inovasi yang melibatkan interaksi langsung dengan pengguna di era normal baru. Namun, kesulitan terbesar dalam pengembangan inovasi adalah mengembangkan produk yang relevan, karena mengetahui apa yang dibutuhkan oleh pengguna sangat sulit, karena memerlukan riset dan eksperimen (*trial and error*). Maka dari itu, untuk mengatasi kesulitan tersebut, diperlukan evaluasi terhadap proses pengembangan inovasi produk baru di *Business Unit Experience*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui proses pengembangan inovasi produk baru serta kriteria keberhasilan dan kegagalan inovasi produk baru di *Business Unit Experience* dan mengevaluasi serta memberikan rekomendasi terhadap proses pengembangan inovasi produk baru di *Business Unit Experience*. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data menggunakan metode wawancara dan observasi. Hasil penelitian menunjukkan terdapat lima masalah utama dalam pengembangan inovasi produk di *Business Unit Experience* yaitu, proses identifikasi masalah dan pengumpulan ide dan solusi masih panjang dan belum terstandardisasi, manajemen sumber daya manusia belum baik dan belum ada koordinasi terpusat, tahap evaluasi belum efektif dan optimal, pengujian inovasi produk belum dalam skala besar, dan masih ada ketergantungan kepada pihak eksternal. Selain itu, dalam mengevaluasi proses pengembangan inovasi produk belum ada kriteria team performance untuk mengukur kinerja dan performa tim dalam sebuah proses pengembangan inovasi, serta faktor *launch timing* belum diperhitungkan dalam kriteria *product performance*. Oleh karena itu, penulis memberikan rekomendasi untuk menyederhanakan dan meringkas tahapan penelitian dasar dan terapan, menambahkan departemen khusus yang mengatur pengelolaan sumber daya manusia di dalam proyek inovasi, menambahkan evaluasi pada proses pengembangan inovasinya sendiri pada tahap konsekuensi, dan menambahkan kriteria *team performance* dan faktor *launch timing* pada kriteria *product performance*.

Kata Kunci : Inovasi Produk, Teknologi, Proses, Evaluasi

ABSTRACT

In order to overcome the direct impact of the Covid-19 pandemic which has resulted in changes in consumer behavior and the new normal policy that has come into effect, PT Traveloka Indonesia, especially the Experience Business Unit has prepared several new product strategies as well as promotional activities in the new normal phase to revive the tourism sector. and company transactions that were hit during the Covid-19 pandemic. The strategy undertaken by PT Traveloka Indonesia in the current new normal is to develop a business not only to focus on travel, but also financial services to lifestyle services and products. Therefore, the Experience Business Unit, as one of the Business Units that offers the most lifestyle products at Traveloka, is currently the most active in developing innovations that involve direct interaction with users in the new normal era. However, the biggest difficulty in developing innovation is developing relevant products, because knowing what users need is extremely difficult, it requires research and experimentation. Therefore, to overcome these difficulties, it is necessary to evaluate the process of developing new product innovations in the Business Unit. The purpose of this research is to determine the process of developing new product innovations and the criteria for success and failure of new product innovations in the Business Unit Experience and evaluate and provide recommendations on the process of developing new product innovations in the Business Unit Experience. The study used a descriptive qualitative approach with data collection techniques using interview and observation methods. The results of the study show that there are five main problems in developing product innovation in the Business Unit Experience, namely, the problem identification process and the collection of ideas and solutions is still long and not standardized, human resource management is not good and there is no centralized coordination, the evaluation stage is not effective and optimal, product innovation testing is not yet on a large scale, and there is still dependence on external parties. In addition, in evaluating the product innovation development process, there are no team performance criteria to measure team performance and performance in an innovation development process, and the launch timing factor has not been taken into account in product performance criteria. Therefore, the authors provide recommendations to simplify and summarize the basic and applied research stages, add a special department that manages human resource management in innovation projects, add evaluation to the innovation development process itself at the consequence stage, and add team performance criteria and launch factors. timing on product performance criteria.

Keywords : *Product Innovation, Technology, Process, Evaluasi*