	No.PR.7.1-V0 Prosedur Hilirisasi dan Pengembangan Produk Terintegrasi	SHILAU	DIR
		5 Februari 2025	

1. Tujuan

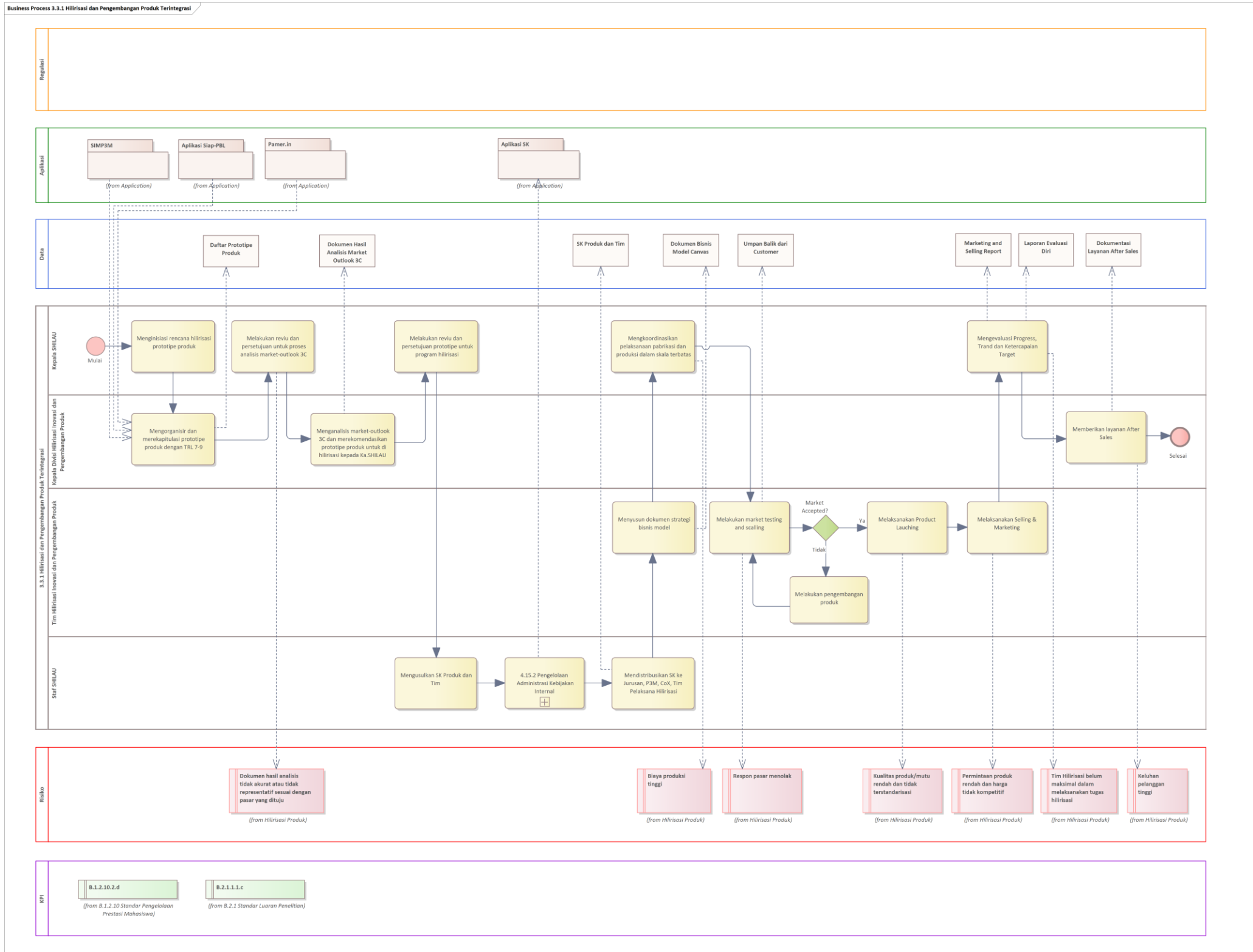
- Memastikan setiap produk inovasi Politeknik Negeri Batam mencapai standar pasar dengan optimal hingga layanan purna jual yang terstruktur
- Meningkatkan nilai tambah dan daya saing produk dengan mengembangkan produk yang berkualitas, inovatif, dan sesuai dengan kebutuhan pasar
- Meningkatkan pendapatan non UKT dengan mengembangkan produk yang berkualitas dan sesuai dengan kebutuhan pasar


2. Ruang Lingkup

- Inisiasi rencana hilirisasi prototipe produk
- Organisir dan rekapitulasi prototipe produk
- Analisis pasar
- Melaksanakan proses hilirisasi produk yang mencakup:
 - Penyusunan dokumen strategi model bisnis
 - Pabrikasi produk
 - *Market testing and scalling*
 - *Marketing and selling, dan brand activation*
 - Pengiriman produk
 - Pelayanan purna jual
- Evaluasi hilirisasi produk dan ketercapaiannya

Controlleed


3. Uraian Prosedur
Diagram Alir Proses Bisnis



	No.PR.7.1-V0 Prosedur Hilirisasi dan Pengembangan Produk Terintegrasi	SHILAU	DIR
		5 Februari 2025	

Uraian Diagram Alir


Data	Catatan
Daftar Prototipe Produk	Daftar Prototipe Produk yang direkomendasikan untuk diidentifikasi kelayakan proses hilirisasi
Aktifitas	Catatan
Kepala SHILAU, menginisiasi rencana hilirisasi prototipe produk	<ul style="list-style-type: none"> • Inisiasi dilakukan minimal sekali setahun (setiap awal tahun) • Inisiasi dapat dilakukan dengan Jurusan, P3M, CoX dalam bentuk rapat, diskusi, dan/atau bentuk lainnya
Kepala Divisi Hilirisasi Invoasi dan Pengembangan Produk, mengorganisir dan merekapitulasi prototipe produk dengan TRL 7-9	Selain dari aplikasi SIAP PBL, SIMP3M (HKI), PAMER.in, inisiasi prototipe produk dapat berasal dari kesiapan produksi atau kompetensi SDM Politeknik Negeri Batam
Kepala Divisi Hilirisasi Invoasi dan Pengembangan Produk, menganalisis <i>market-outlook</i> 3C dan merekomendasikan prototipe produk untuk di hilirisasi kepada Ka.SHILAU	<p>Analisis <i>market-outlook</i> 3C pada prototipe produk yang terdiri atas:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Analisis Kompetitor (<i>Potential competitor, latent competitor, and substitute product</i>) 2. Analisis Konsumen (<i>Market survey demand & product demand</i>) 3. Analisis Kesiapan Perusahaan (<i>Company</i>) (<i>Existing competence, stretch possibilities, risk attitude</i>)
Tim Hilirisasi Invoasi dan Pengembangan Produk, menyusun dokumen strategi bisnis modal	<p>Isi dokumen meliputi:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Product Value Proposition</i> 2. <i>Revenue Model</i> 3. <i>Distribution Channel</i> 4. <i>Cost-fit Benefit Analysis</i> 5. <i>Minimum Viable Product</i>
Kepala SHILAU, mengkoordinasikan pelaksanaan pabrikan dan produksi dalam skala terbatas	Tahapan ini digunakan untuk <i>testing and scalling</i>
Tim Hilirisasi Invoasi dan Pengembangan Produk, melakukan <i>market testing and scalling</i>	<p><i>Market Testing and Scalling</i> dalam skala terbatas untuk persiapan <i>lauching</i> produk meliputi:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Concept Testing</i> 2. <i>Product Use Testing</i>
Jika pasar tidak menerima, Tim Hilirisasi Inovasi dan Pengembangan	Pengembangan produk disesuaikan dengan permintaan pasar

	No.PR.7.1-V0 Prosedur Hilirisasi dan Pengembangan Produk Terintegrasi	SHILAU	DIR
		5 Februari 2025	

Produk, melakukan pengembangan produk	
Jika pasar menerima, Tim Hilirisasi Inovasi dan Pengembangan Produk, melaksanakan <i>Product Launching</i>	<i>Product Launching</i> meliputi <i>pre-launch, launch, post launch, official announcement, special promotions, and media engagement</i>
Tim Hilirisasi Inovasi dan Pengembangan Produk, melaksanakan <i>selling & marketing</i>	<i>Selling & Marketing</i> meliputi: <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Product & Brand Activation</i> 2. <i>Digital marketing campaign (content, social media marketing, audience engagement, influencer marketing, copywriting act)</i> 3. <i>Drive customer purchases</i>
Kepala SHILAU, mengevaluasi progress, trend, dan ketercapaian target	<ul style="list-style-type: none"> • Reviu dilakukan secara berkala • Evaluasi minimal sekali dalam setahun didokumentasikan dalam LED
Kepala Divisi Hilirisasi Inovasi dan Pengembangan Produk, memberikan layanan <i>after sales</i>	Layanan <i>after sales</i> meliputi layanan keluhan pelanggan dan/atau permintaan tambahan lainnya dalam bentuk: <ol style="list-style-type: none"> 1. garansi dan perbaikan 2. <i>customer support and helpdesk</i> 3. instalasi dan <i>set up</i> 4. pemeliharaan dan <i>service</i> berkala 5. penyediaan suku cadang dan aksesoris 6. umpan balik 7. program loyalitas dan upgrade 8. dan/atau bentuk lainnya
KPI	Catatan
B.1.2.10.2.d	Polibatam menetapkan: Jumlah produk/jasa karya mahasiswa, yang dihasilkan secara mandiri atau Bersama dosen tetap prodi, yang diadopsi oleh industri/masyarakat minimal 2 dalam 3 tahun terakhir. ^{*)}
B.2.1.1.1.c	Polibatam melalui SHILAU menetapkan: ^{*)} Jumlah produk/jasa yang diadopsi oleh industri/masyarakat terhadap jumlah prodi minimal 1 per 3 tahun.

4. Penyimpanan Data

No	Nama Data	Berkas	Lokasi Penyimpanan	Masa Penyimpanan
1.	Daftar Prototipe Produk	Daftar Prototipe Produk	SHILAU	5 Tahun

	No.PR.7.1-V0 Prosedur Hilirisasi dan Pengembangan Produk Terintegrasi	SHILAU	DIR
		5 Februari 2025	

No	Nama Data	Berkas	Lokasi Penyimpanan	Masa Penyimpanan
2.	Dokumen Hasil Analisis <i>Market Outlook 3C</i>	Dokumen Hasil Analisis <i>Market Outlook 3C</i>	SHILAU	5 Tahun
3.	SK Produk dan Tim	Aplikasi SK (sk.polibatam.ac.id)	Cloud Aplikasi SK	5 Tahun
4.	Dokumen Bisnis Model Canvas	Dokumen Bisnis Model Canvas	SHILAU	5 Tahun
5.	Umpan Balik dari Customer	No.FO.2.3.1 Format Laporan Evaluasi Diri	SHILAU	5 Tahun
6.	<i>Marketing and Selling Report</i>	<i>Marketing and Selling Report</i>	SHILAU	5 Tahun
7.	Laporan Evaluasi Diri	No.FO.2.3.1 Format Laporan Evaluasi Diri	SHILAU	5 Tahun
8.	Dokumentasi Layanan <i>After Sales</i>	Dokumentasi Layanan <i>After Sales</i>	SHILAU	5 Tahun

Controlled