

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Meningkatnya interpenetrasi ekonomi dan saling ketergantungan pelaku-pelaku ekonomi menuntut perusahaan-perusahaan untuk mendesain kembali dan memodifikasi strategi bersaingnya. Bisnis pada abad 21 akan semakin banyak menghadapi tantangan karena konsumen lebih memandang kepada produk yang lebih *high-quality, lowcost*, sehingga bisnis tersebut juga harus lebih *responsive* terhadap perubahan yang sangat cepat. Maka pelaku bisnis harus bisa menyesuaikan dan melakukan tindakan dengan cepat terhadap perubahan zaman yang dapat mempengaruhi penilaian konsumen terhadap produk yang dihasilkan. Pengangguran menjadi masalah serius bagi Indonesia saat sekarang ini. Fenomena ini membuat orang-orang lupa atau tidak memikirkan betapa pentingnya menciptakan lapangan pekerjaan sendiri atau bisa disebut kewirausahaan (*intrepreneurship*).

Menurut beberapa pengamat aktivitas kewirausahaan (*Entrepreneurial activity*) yang relatif masih rendah. *Entrepreneurial activity* diterjemahkan sebagai individu aktif dalam memulai bisnis baru dan dinyatakan dalam persen total penduduk aktif bekerja. Semakin rendah indek *entrepreneurial activity* maka semakin rendah level *entrepreneurship* suatu negara, dan dampaknya pada tingginya pengangguran. Ini bisa menjadikan peluang untuk kalangan anak muda

terutama lulusan dari perguruan tinggi. Ciputra (dalam Direktorat Kelembagaan Dikti, 2009) menyatakan: mahasiswa dari berbagai disiplin ilmu jangan hanya diajarkan bagaimana bisa bekerja dengan baik, tetapi dipacu untuk bisa menjadi pemilik dari usaha-usaha sesuai latar belakang ilmu mereka, karena pendidikan harus dijalankan dengan kreatif.

Inovasi merupakan salah satu faktor penting yang dapat membuat bisnis atau organisasi bertahan dan terus berkembang sesuai dengan selera konsumen. (Larsen and Lewis , 2007) menyatakan bahwa salah satu karakter yang sangat penting dari menjalankan bisnis adalah kemampuannya berinovasi. Inovasi adalah sesuatu yang berkenaan dengan barang, jasa atau ide yang dirasakan baru oleh seseorang. Meskipun ide tersebut telah lama ada tetapi ini dapat dikatakan suatu inovasi bagi orang yang baru melihat atau merasakannya. Hal ini sesuai dengan gagasan yang dikatakan oleh (Millson & Willemon, 2008), inovasi mempunyai artian sebagai proses melakukan hal baru. Ide mempunyai nilai yang kecil hingga dikonversikan atau diubah menjadi produk baru, jasa, atau olahan. Inovasi tidak bisa dihindari oleh perusahaan jika ingin mencapai kesuksesan dalam bisnisnya (Trott, 2008). Kesuksesan suatu perusahaan sangat bergantung kepada kemampuan perusahaan tersebut dalam mendapatkan, menggunakan pengetahuan, dan mengaplikasikannya menjadi suatu produk baru. Pengetahuan dalam hal ini adalah kemampuan perusahaan untuk mengetahui produk seperti apa yang diinginkan oleh konsumen (Fuad *et al*, 2006). Perusahaan yang memiliki kemampuan tersebut mampu untuk bertahan dari kerasnya persaingan pada era modern ini sehingga perusahaan mampu untuk memenuhi tujuan utamanya.

(Kuczmarski, 1992) mengemukakan ada 10 tahapan proses inovasi, yang pertama adalah *needs and wants exploration*, dimana perusahaan mengidentifikasi kebutuhan dan keinginan setiap segmen konsumen potensial. Pada tahapan ini mampu memberikan informasi mengenai kebutuhan, keinginan, keluhan, dan permasalahan yang konsumen alami mengenai aktivitas, fungsi, atau performa produk tertentu. Tahapan kedua yaitu *idea generation*, dimana perusahaan menghasilkan ide-ide dalam kategori tertentu. Ada beberapa alat dan pendekatan yang dapat digunakan untuk mengumpulkan ide-ide yang muncul, yaitu: *One-to-one interviews* atau *group sessions*, *patent searches*, *warranty cards*, *questionnaires and surveys*, *trade shows*, *trips to foreign countries*, *purchased and customized consumer research*, dan *focus group*. Tahapan ketiga yaitu *concept development*, dimana perusahaan membangun konsep, menjalankan initial screens dan menentukan prioritas. Maksudnya adalah mampu mengubah suatu ide menjadi konsep yang mempunyai artian memberikan wujud, bahan, bentuk (sketsa awal), memikirkan tipe kemasan, harga, dan lainnya pada ide tersebut.

Tahapan keempat yaitu *business analysis*, dimana perusahaan melakukan analisis bisnis pada beberapa konsep yang dipilih. Tahapan kelima yaitu *screening*, dimana perusahaan menyeleksi konsep untuk memberikan keputusan berlanjut atau tidaknya suatu konsep. Tahapan keenam yaitu pengembangan purwarupa. Tujuan utama dari tahap ini adalah menghasilkan satu atau lebih produk uji coba. Tahapan ketujuh yaitu *plant scale up*, dimana perusahaan mulai melakukan pengembangan pabrik. Tahapan kedelapan yaitu *market testing*,

dimana perusahaan menjalankan pengujian kinerja produk, penerimaan konsumen dan pasar. Tahapan kesembilan yaitu *commercialization*, dimana perusahaan mengembangkan rencana peluncuran dan komersialisasi produk baru. Tahapan yang terakhir yaitu *post launch check up*, dimana perusahaan memonitor kinerja secara teratur sesuai dengan rencana semula.

Pertumbuhan teknologi pada saat ini sangatlah berkembang, Terbukti dengan pemanfaatan teknologi yang digunakan oleh kebanyakan orang dalam kegiatan sehari-harinya. Sehingga dengan adanya perkembangan teknologi yang terjadi tampaknya sangat dimanfaatkan oleh pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) khususnya pada perguruan tinggi (Universitas). Peranan UMKM dari berbagai aspek melibatkan Dosen dan Mahasiswa serta pihak-pihak terkait lainnya. (Scarborough & Zimmerer, 2005) menyatakan bahwa pemulihan krisis ekonomi berjalan selama tujuh tahun dan beberapa studi telah menunjukkan bahwa ekonomi Indonesia tidak hanya mengandalkan peranan usaha besar, tetapi UMKM terbukti mempunyai ketahanan relatif lebih baik dibandingkan dengan usaha skala lebih besar. (Stel, Carree, Thurik & Zoetermeer, 2004) menyatakan bahwa Peranan UMKM dapat dikatakan sangat penting dalam perekonomian nasional. Peranan tersebut terutama dalam aspek-aspek seperti peningkatan kesempatan kerja, pemerataan pendapatan, pembangunan ekonomi pedesaan, dan peningkatan ekspor nonmigas.

Sekretaris Kementrian Negara Koperasi dan UMKM (2006), menjelaskan bahwa upaya pemberdayaan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) dari tahun ke tahun selalu dimonitor dan dievaluasi perkembangannya baik dalam hal

kontribusinya terhadap penciptaan produk domestik bruto (PDB), penyerapan tenaga kerja, ekspor dan perkembangan pelaku usahanya serta keberadaan investasi usaha kecil dan menengah melalui pembentukan modal tetap bruto (investasi). (Hadiyati, 2010) menyatakan bahwa, survey dari BPS mengidentifikasi berbagai kelemahan dan permasalahan yang dihadapi UMKM berdasarkan prioritasnya, yaitu meliputi: a) kurangnya permodalan, b) kesulitan dalam pemasaran, c) persaingan usaha yang ketat, d) kesulitan bahan baku, e) kurang teknis produksi dan keahlian, f) kurangnya keterampilan manajerial (SDM) dan g) kurangnya pengetahuan dalam masalah manajemen khususnya bidang keuangan dan akuntansi.

Beberapa lembaga baik yang berasal dari pemerintah, perguruan tinggi, swasta, *Non Government Organization* (NGO) dan lain sebagainya memiliki peran yang sangat berpengaruh dalam membantu menumbuhkembangkan UMKM. Salah satu peran yang dapat membantu dan mengembangkan bisnis adalah Inkubator bisnis. Inkubator bisnis sebagai salah satu model penumbuhan unit usaha baru memiliki kelebihan tersendiri, yaitu UMKM binaan/calon pengusaha dididik untuk menguasai semua aspek bisnis, dibekali dengan sarana dan modal kerja, serta didampingi secara intensif (Syarif, 2009). Malano (2011), menjelaskan inkubator bisnis pertama kali diperkenalkan di New York dimana sebuah gedung yang sebelumnya digunakan untuk melakukan inkubasi terhadap ayam kemudian dirubah penggunaannya untuk menginkubasi perusahaan pemula (*start up firm*). Konsep inkubator bisnis kemudian diadopsi oleh sejumlah negara dan meluas ke berbagai negara sebagai sebuah media untuk

melakukan pendekatan bisnis yang berkelanjutan dengan harapan menjadi potensial bisnis yang tinggi.

Pemanfaatan inkubator untuk menggerakkan pengembangan ekonomi lokal (PEL) telah diujicobakan di berbagai negara. German tercatat sebagai salah satu negara yang pertama kali menginisiasi berkembangnya inkubator dalam mendorong dan mempercepat pertumbuhan perekonomian lokal. Keberhasilan German menerapkan inkubator antara lain ditunjukkan di *Adlershof-Berlin* (Berlin, 2010) dan *Technology Region Aachen* (Kienzle, 2010). Keberhasilan pengembangan inkubator di German tidak terlepas dari peran: (1) Dukungan dan komitmen dari pemerintah daerah dalam penyediaan lahan/infrastruktur, fasilitasi kredit/layanan perbankan, subsidi, (2) Pembangunan technology park yang dibangun sejalan dengan inkubator, (3) Dukungan lembaga riset (khususnya universitas) dalam penyediaan inovasi dan tenaga, (4) Dukungan sarana dan prasarana teknologi informasi yang lengkap bagi penyewa inkubator, dan (5) Berada dalam suatu kawasan terpadu yang tidak hanya berfungsi sebagai alat marketing dan penumbuhan usaha saja, namun juga inovasi.

Menurut Hewick (2006) dari *Canadian Business Incubator* memberikan definisi inkubasi adalah konsep pemupukan wirausaha berkualifikasi dalam ruang kerja yang dikelola oleh suatu lembaga disebut inkubator. Sedangkan inkubator adalah sebuah bangunan fisik (gedung) yang diperuntukkan untuk mendukung bisnis berkualifikasi melalui mentoring, pelatihan, jejaring profesi, dan bantuan mencari pendanaan sampai mereka lulus dan dapat bertahan hidup dalam lingkungan yang bersaing. Di Indonesia pemanfaatan inkubator untuk PEL telah

diujicobakan sejak era 1994-an (Harian Suara Pembaharuan, 2005). Pada tahun 2000 – 2002 sudah mulai dikembangkan inkubator dengan mengadopsi pola di German, misalnya *Business Technology Centre (BTC) – Network* yang diinisiasi oleh Kementerian Riset dan Teknologi (Kemenristek) dan dibantu Pemerintah German di 10 provinsi. Peraturan Presiden RI Nomor 27 tahun 2013 tentang Pengembangan Inkubator Wirausaha, Inkubator Wirausaha adalah suatu lembaga intermediasi yang melakukan proses inkubasi terhadap peserta inkubasi (*tenant, klien* inkubator, atau inkubati) dan memiliki bangunan fisik untuk ruang usaha sehari-hari bagi peserta inkubasi. Sedangkan inkubasi adalah suatu proses pembinaan, pendampingan, dan pengembangan yang diberikan oleh inkubator wirausaha kepada peserta inkubasi. Kegiatan usaha tenant dapat dilakukan di dalam gedung inkubator sebagai *tenant inwall* dengan menyewa ruangan yang disediakan inkubator. Jika *tenant* melakukan kegiatan usahanya di luar inkubator maka disebut sebagai *tenant outwall*.

Tabel 1.1

Produk Riset Inovatif Inkubasi dan Science-Technopark Universitas Andalas

No	Fokus Bidang	Jumlah Produk
1.	Ketahanan Pangan (Budidaya dan Pemulihan)	7
2.	Ketahanan Pangan (Teknologi dan Alsintan)	11
3.	Ketahanan Pangan (Pengolahan)	13
4.	Ketahanan Pangan (Bisnis)	4
5.	Obat-obatan (Bahan Baku)	13

No	Fokus Bidang	Jumlah Produk
6.	Obat-obatan (Teknologi)	2
7.	Kesehatan (Bisnis)	10
8.	Teknologi & Industri (Manajemen)	2
9.	Teknologi & Industri (Bisnis)	13
10.	Teknologi & Industri (Soisal Budaya)	2
11.	Ekonomi & SDM (Pengembangan)	6
Total Produk		83

Sumber: Buku Produk Riset Inovatif (LPPM) Universitas Andalas, (2018)

Begitu banyaknya produk inovatif yang dihasilkan Universitas Andalas. Berdasarkan tabel 1.1 terdapat 83 produk yang akan menjadi bisnis *starup*.

Startup adalah institusi manusia yang dirancang untuk menciptakan produk atau jasa ditengah ketidakpastian yang ekstrem (Ries, 2011). *Starup* bergerak dengan memanfaatkan teknologi. Perkembangan startup di Indonesia memang cukup pesat, namun meningkatnya perkembangan jumlah startup tersebut juga sebanding dengan angka kegagalan yang menimpa startup. Menariknya penelitian ini akan membahas produk *starup* yang ada disalah satu lembaga di perguruan tinggi yaitu Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Andalas.

Inkubator Bisnis LPPM Unand merupakan salah satu Inkubator Bisnis yang mendapatkan dana dari Pemerintah. Inkubator Bisnis didesain untuk menjadi suatu inkubator multiguna. Tujuan dari Inkubator Bisnis adalah mengembangkan jiwa kewirausahaan berbasis teknologi (*technopreneur*) para lulusan perguruan

tinggi, generasi muda, dan pebisnis baru lainnya yang berkembang dari usaha baru dan menggunakan kreasi pengembangan riset dan *prototype* dari lembaga-lembaga pelatihan dan universitas. Program inkubasi bisnis LPPM Unand terdiri dari tiga tahap program inkubasi yaitu *seed incubator*, *start-up*, dan *after care progame*. Sebuah perusahaan yang baik adalah perusahaan yang dapat menjalankan proses inovasinya dengan baik. Beberapa aspek – aspek yang dapat menentukan keberhasilan atau kegagalan sebuah proses inovasi adalah *innovation capability*, *contextual factor*, dan *environment* dari perusahaan itu sendiri sebagaimana disarankan oleh Román, Tamayo, Gamero, dan Romero (2015).

Analisis IRL-Meter (*Innovation Readiness Level* - Meter) atau KATSINOV-Meter (Tingkat Kesiapan Inovasi - Meter) adalah sebuah alat ukur yang digunakan untuk mengukur tingkat kesiapan atau kematangan inovasi yang dilakukan oleh suatu perusahaan dan/ atau proyek/program/kegiatan (Ristekdikti, 2018). Produk hasil riset Universitas Andalas menarik untuk dilakukan pengujian, untuk mengukur sejauh mana produk memiliki tingkat kesiapan pada inovasi yang dilakukan. Produk yang akan diteliti hanya 13 dari total keseluruhan produk, ini dikarenakan peneliti menggunakan penilaian objektif terhadap sampel yang akan diteliti. Dimana prouk yang akan dijadikan sampel pada penelitian ini yaitu Telur Asin Andalusia, Guri 6 UNAND, Jagung Hibrida Silang Tiga Jalur, *Docktor GAHARU*, Frozen Susu Fermentasi, Mak ER / Rendang Telur Probiotik Rendah Kolesterol dan *Sorgume Kitchen* dipilih untuk mewakili produk dari sektor pangan. Pakan Fungsional WARETHA dipilih untuk mewakili produk dari sektor pakan. *Biofuss* dipilih untuk mewakili produk dari sektor pupuk. *BioPhyMega*

Virgin Coconut Oil (VCO) dan Vaksin Tarapeutik HPV dipilih untuk mewakili produk dari sektor obat dan kesehatan. Pasabaru dipilih untuk mewakili produk dari sektor *IT*, Sedangkan Batik Motif Minangkabau dipilih untuk mewakili produk dari sektor industri kreatif.

Mengingat peranan inkubator bisnis dalam menciptakan *startup* baru yang tangguh serta mampu meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan daya saing bangsa maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul: “**Analisis Tingkat Kesiapan Inovasi (KATSINOV) pada Produk Sektor Pangan, Obat dan Kesehatan, IT dan Industri Kreatif (Studi pada Produk Riset Inovatif Inkubasi LPPM Universitas Andalas)**”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas, maka permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini dapat dirumuskan, yaitu:

Bagaimana tingkat kesiapan inovasi pada produk riset inovatif inkubasi LPPM Universitas Andalas?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas, adapun tujuan dari penelitian ini yaitu :

Untuk mengetahui tingkat kesiapan inovasi pada produk riset inovatif inkubasi LPPM Universitas Andalas?

Dengan tujuan tersebut hasil dari penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi berbagai aspek baik itu aspek teoritis maupun aspek praktis.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi akademisi dan peneliti

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai tambahan referensi bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Andalas atau khususnya mahasiswa manajemen tentang Tingkat Kesiapan Inovasi (KATSINOV). Selain itu juga dapat menambah pengetahuan, pengalaman dan keahlian bagi peneliti sendiri.

2. Bagi praktisi

Penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan temuan yang bermanfaat sehingga bagaimana setiap industri bisa mengetahui apa saja yang nantinya dapat mempengaruhi kinerja usahanya menjadi lebih baik lagi, serta bisa menjadi dasar dalam menyusun strategi inovasi dalam menghadapi persaingan dalam pasar bagi setiap industri khususnya pada produk riset inovatif inkubasi LPMM Universitas Andalas.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian ini difokuskan pada variabel tingkat kesiapan inovasi (KATSINOV) pada produk riset inovatif inkubasi Universitas Andalas. Objek dari penelitian ini Tenant yang ada di Inkubator LPPM Universitas Andalas.

1.6 Sistematika Penulisan

Dalam penelitian ini penulis menguraikan dalam lima bab yang terdiri dalam beberapa sub bab dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan

Bab ini berisikan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab II Tinjauan Literatur

Bab ini Berisikan mengenai penjelasan konsep dan teori yang menjadi dasar acuan penelitian serta penelitian-penelitian terdahulu yang berhubungan dengan pokok bahasan.

Bab III Metode Penelitian

Bab ini berisikan desain penelitian, populasi sampel dan teknik pengambilan sampel, sumber data dan metode pengumpulan data, definisi operasional variabel, serta teknik analisis data.

Bab IV Hasil dan Pembahasan

Bab ini berisikan analisis deskripsi produk penelitian dan pembahasan mengenai hasil tingkat kesiapan inovasi dari berbagai aspek, serta analisis SWOT pada objek penelitian .



Bab V Penutup

Bab ini berisikan kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan, keterbatasan dari penelitian dan saran-saran untuk mengembangkan penelitian yang serupa di masa yang akan datang.

