

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

UMKM dan *Starup* telah menjadi perhatian pemerintah karena sumbangsuhnya terhadap pembangunan ekonomi Indonesia dengan memanfaatkan sumber daya lokal. UMKM dan *Starup* sejatinya telah menjadi roda penggerak perekonomian daerahnya sendiri. Tidak bisa dipungkiri eksistensi UMKM dan *Starup* merupakan pemain terbesar dalam ekonomi daerah, salah satunya adalah Provinsi Sumatera Barat. Meariknya penelitian ini dilakukan pada salah satu perguruan tinggi yang ada di kota padang yaitu Universitas Andalas. Peneliti menemukan begitu banyak *Starup* produk inovasi yang dikembangkan di perguruan tinggi Universitas Andalas dari berbagai bidang. Melihat kondisi ini, sehingga perlu dilakukannya penilaian terhadap produk inovatif yang dikembangkan dengan mengetahui sejauh mana level tingkat kesiapan inovasi dari produk tersebut.

Pada penelitian ini, peneliti menjadikan produk hasil riset inovatif di LPPM Universitas Andalas sebagai objek penelitian karena LPPM Universitas Andalas merupakan salah satu lembaga yang memberikan fasilitas terhadap produk inovatif (*Starup*). 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 *Information Teknologi (IT)*. Sedangkan Batik Motif Minangkabau dipilih untuk mewakili produk dari sektor industri kreatif. Ketiga belas produk ini kemudian diidentifikasi menggunakan *Inovation Readiness Level – Meter (IRL-Meter)* untuk menentukan pada level berapa tingkat kesiapan inovasi yang dicapai.

Setelah melakukan pengumpulan informasi melalui wawancara terhadap pemilik/inventor dan inkubator bisnis (LPPM) Universitas tersebut maka, ditemukan hasil identifikasi tingkat kesiapan inovasi pada produk riset inovatif inkubasi Universitas Andalas dari sektor pangan, pakan, pupuk, obat dan kesehatan, IT dan industri kreatif tersebut. Berdasarkan hasil evaluasi pada tiga belas produk yang di jadikan objek penelitian maka ditemukan peringkat/level tingkat kesiapan inovasi sebagai berikut:

- 1). Mak ER / Rendang Telur Probiotik Rendah Kolesterol, pada level capaian 5 yaitu Kompetisi (*Competition*) “Ini merupakan fase kematangan pasar, yaitu ketika tercapai suatu kesetimbangan (*equilibrium*) pasar dengan ketiadaan pertumbuhan bermakna atau inovasi”.
- 2). Telur Asin Andalusia, *Sorgume Kitchen* dan Pakan Fungsional WARETHA pada level capaian 4 yaitu *Chasm* ” *Chasm* berada diantara *early adopters (the enthusiasts & visionaries)* dan *early majority (the*

pragmatists). Telah dilakukan tahap awal introduksi hasil inovasi ke pasar. Pada tahap ini terdapat tantangan dan kesulitan apakah produk inovasi bertemu dengan kebutuhan atau permintaan pelanggan ketika pertama kali diintrodukir ke pasar”.

3). Guri 6 UNAND, Jagung Hibrida Silang Tiga Jalur, *Docktor GAHARU*, *Biofuss*, Vaksin Tarapeutik HPV, *BioPhyMega Virgin Coconut Oil* (VCO), Pasabaru dan Batik Motif Minangkabau pada level 3 yaitu Penyelesaian (*Completion*) “Pengembangan teknologi telah diselesaikan dan seluruh fungsi sistem telah terbukti di lapangan”.

4). Frozen Susu Fermentasi pada level 2 yaitu Komponen (*component*) “Komponen telah dikembangkan dan divalidasi, dan prototipe telah dikembangkan mendemonstrasikan teknologi”.

Untuk mencapai tingkat/level yang lebih tinggi yaitu level 6 Pindah (*change-over*) atau berhenti (*close-down*) “Tahap penurunan pasar, dan penetapan dua pilihan, yaitu pindah (*change-over*) dengan inovasi teknologi ulang, atau berhenti (*close-down*) dengan melihat inovasi telah usang dan memutuskan untuk keluar”, maka pemilik/inventor dan inkubator bisnis harus lebih intensif melakukan pengembangan, perhatian dan pelatihan agar produk riset inovatif inkubasi Universitas Andalas dapat terus berkembang untuk melakukan inovasi sehingga mampu menuju pasar yang lebih luas.

Secara umum kekuatan yang dimiliki tiap produk inovatif yang dijadikan objek penelitian ini berada pada aspek teknologi. Ini disebabkan karena setiap

produk inovatif yang dihasilkan memiliki ifrastruktur atau sarana prasarana dan teknologi yang didukung dan dikembangkan (*upgrade*) oleh perguruan tinggi. Hal ini mengakibatkan setiap produk mendapat perhatian dan binaan dari lembaga yang mendukung pengembangan inovasi ini, maka produk diharapkan dapat meciptakan nilai dan kualitas yang tinggi sehingga mendapat perhatian dari pemerintah untk mencapai pasar yang lebih luas. Sementara kelemahan pada produk riset inovatif brada pada aspek risiko. Hal ini disebabkan karena beberapa pemilik/inventor hanya berfokus pada inovasi atau terciptanya produk baru. Dimana produk yang dihasilkan kurang dapat perhatian pada risiko jika terjadinya kegagalan pada produk. Tentunya pemilik akan merumuskan kembali ide/gagasan jika terjadinya kegagalan pada produk. Maka dari itu aspek risiko perlu juga mendapat perhatian untuk meningkatkan produktifitas yang lebih inovatif.

Dari hasil yang telah dibahas dalam penelitian ini menunjukkan bahwa strategi yang harus diterapkan adalah melakukan penekanan pada meningkatkan daya saing dan kinerja agar menghasilkan produk yang berkualkitas. Strategi seperti pengembangan pasar (*market development*), pengembangan produk (*product development*) dan strategi penetrasi pasar (*market penetration*) dapat diterapkan agar menunjang keberhasilan dari inovasi. Dari strategi yang telah dirumuskan maka diharapkan setiap produk inovatif yang dihasilkan mampu berkompetisi pada pasar yang lebih luas.

5.2 Implikasi Penelitian

Penelitian ini memberikan pemahaman terkait strategi yang telah dihasilkan berdasarkan hasil yang telah dibahas dari setiap produk riset inovatif

inkubasi LPPM Universitas Andalas sebagai objek pada penelitian ini. Pemilik produk diharapkan mampu menjadikan penelitian ini sebagai acuan dalam meningkatkan kesiapan pada inovasi produk berdasarkan strategi yang telah diidentifikasi.

Strategi pengembangan pasar (*market development*) meliputi pengenalan produk/jasa yang dimiliki saat ini dan menentukan target pasar agar produk yang dihasilkan mampu mencapai pasar yang lebih luas. Strategi ini bisa dilakukan dengan cara meningkatkan volume penjualan sebelum memasuki pasar baru dan melakukan inovasi produk untuk mempertahankan pasar lama sehingga mendapatkan pelanggan tetap. Kedua cara ini ditentukan melalui penekanan pada memaksimalkan teknologi seperti media sosial untuk mendapatkan target pasar yang lebih luas, menentukan pangsa pasar agar bisa menentukan harga yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan, pemahaman terhadap pesaing atau industri sejenis agar produk tidak mudah ditiru, dan mengelola pasar yang sudah ada dengan pengembangan produk untuk menjaga loyalitas pelanggan.

Setelah itu ada strategi pengembangan produk (*product development*) dimana strategi ini meliputi pengembangan pada produk yang sudah ada menjadi produk yang lebih berkualitas. Strategi ini bisa dilakukan dengan cara penciptaan ide dengan memikirkan ide apa yang ingin kita ciptakan, penyaringan ide dengan menyeleksi beberapa ide yang telah terkumpul, penerapan dan pengujian ide dengan merealisasikan ide yang telah terbentuk menjadi produk yang berkualitas dan memiliki nilai jual, memperkenalkan produk kepada pasar yang akan dituju dengan menganalisis pasar terlebih dahulu, *market testing* dengan melakukan

pengujian kembali apakah produk sudah memenuhi target atau belum dan komersialisasi merupakan tahapan terakhir agar dapat menunjang penjualan terhadap pengembangan produk.

Yang terakhir yaitu strategi penetrasi pasar (*market penetration*) dimana strategi ini berfokus pada penjualan produk-produk yang sudah ada sebelumnya. Dengan penerapan strategi ini diharapkan pemilik mampu mempertahankan meningkatkan pangsa pasar produk yang telah dihasilkan, mampu memahami pertumbuhan pasar yang dituju, mampu melakukan restrukturisasi agar tidak tertinggal dari kompetitor dan menerapkan program loyalitas pelanggan. Dengan menerapkan strategi-strategi ini diharapkan produk mencapai hasil yang maksimal dalam melakukan inovasi.

Pada aspek organisasi diharapkan pemilik mampu meningkatkan potensinya agar dapat bertahan di persaingan pasar saat ini. Cara tersebut dapat dimulai dari pemilik, inkubator bisnis dan staff-staff yang dimiliki harus lebih intensif melakukan pembelajaran dengan mengikuti pelatihan. Metode pelatihan berupa: diskusi kelompok; persentasi oleh pemilik; dan simulasi dapat diterapkan sehingga menciptakan SDM yang berkualitas.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Peneliti menyadari hasil penelitian ini tidak sempurna dan memiliki keterbatasan-keterbatasan yang mungkin akan mempengaruhi hasil yang diinginkan. Oleh karena itu keterbatasan ini diharapkan lebih diperhatikan untuk penelitian yang akan datang. Beberapa keterbatasan dalam penelitian ini adalah:

1. Dalam penelitian ini hanya menggunakan 1 variabel yaitu *Inovation readiness Level (IRL)*. Jadi untuk penelitian selanjutnya, diharapkan mampu menambahkan variabel lain yang dapat mendukung untuk mengetahui tingkat kesiapan inovasi pada suatu produk.
2. Jumlah sampel yang yang diambil hanya 13 produk dari total keseluruhan produk. Hal ini disebabkan karena peneliti menggunakan objektif untuk menentukan sampel yang akan diidentifikasi pada penelitian ini.
3. Sudut pandang yang digunakan dalam penelitian ini juga terbatas yaitu hanya pemilik/inventor, inkubator bisnis LPPM dan ahli Universitas Andalas.

5.4 Saran

Berdasarkan hasil, kesimpulan, serta keterbatasan pada penelitian ini, maka ada beberapa saran yang dapat diberikan untuk penelitian selanjutnya antara lain :

1. Dari pembahasan hasil penelitian bahwa masih ada variabel lain yang memiliki pengaruh terhadap tingkat kesiapan inovasi pada produk, sehingga peneliti selanjutnya dapat mengidentifikasi variabel lain yang berpengaruh terhadap tingkat kesiapan inovasi pada produk seperti memasukkan variabel Inkubator Bisnis dan jiwa kewirausahaan didalam perguruan tinggi.
2. Penelitian selanjutnya agar dapat menggunakan metode gabungan antara metode kuantitatif dan kualitatif agar hasil yang di dapat lebih koheren.p0

3. Penelitian mendatang dapat melakukan beberapa pengembangan dari penelitian ini, misalnya dapat dilakukan pengujian ulang model yang sama namun pada sampel yang berbeda untuk mengetahui konsistensi hasil penelitian.
4. Penelitian mendatang disarankan agar dapat membandingkan perkembangan produk hasil riset inovatif Universitas Andalas dengan produk lain yang sudah ada sebelumnya.

