

Bab I

Pendahuluan

1.1 Latar Belakang

Di era sekarang semakin meningkatnya Produk-produk Inovatif yang dihasilkan oleh masyarakat membuat daya dorong dalam melakukan sebuah inovasi jadi meningkat. Dengan berjalannya waktu produk tersebut harus menyesuaikan diri dengan permintaan pasar.

Inovasi produk merupakan hasil dari pengembangan produk baru oleh suatu perusahaan atau industri, baik yang sudah ada maupun belum. Dari produk lama yang telah mencapai titik jenuh di pasaran, diperlukan sebuah inovasi untuk mengganti produk lama tersebut. Penggantian ini dapat berupa produk pengganti yang secara total baru atau dengan perkembangan produk lama yang lebih modern dan up to date, sehingga dapat terus meningkatkan keinginan konsumen dalam keputusan pembelian produk tersebut (Indriany, 2013:67-68).

Inovasi produk yaitu sesuatu yang dapat dilihat sebagai kemajuan fungsional produk yang dapat membawa produk selangkah lebih maju dibandingkan dengan produk pesaing. Apabila produk tersebut memiliki suatu kelebihan yang dipandang sebagai nilai tambah bagi konsumen. Inovasi produk baru dan strategisnya yang lebih efektif seringkali menjadi penentu keberhasilan dan kelangsungan hidup suatu perusahaan, inovasi produk baru memerlukan upaya, waktu dan kemampuan termasuk besarnya resiko dan biaya kegagalan.

Begitupun juga menurut UU No. 18 tahun 2002, Inovasi adalah kegiatan penelitian, pengembangan, dan/atau perekayasa yang bertujuan mengembangkan penerapan praktis nilai dan konteks ilmu pengetahuan yang baru, atau cara baru untuk menerapkan ilmu pengetahuan dan teknologi yang telah ada ke dalam produk atau proses produksi. Kesuksesan suatu perusahaan sangat bergantung kepada kemampuan perusahaan tersebut dalam mendapatkan,

menggunakan pengetahuan, dan mengaplikasikannya menjadi suatu produk baru. Perusahaan yang memiliki kemampuan tersebut mampu untuk bertahan dari kerasnya persaingan pada era modern ini sehingga perusahaan mampu untuk memenuhi tujuan utamanya.

Kunci dari keberhasilan suatu inovasi adalah perubahan yang dilakukan secara berkelanjutan, membuat hal-hal yang terlihat mustahil untuk dilakukan menjadi nyata, membuat suatu konsep yang benar-benar direncanakan, dan mampu menjawab kebutuhan dari konsumen. Perlunya pemahaman mengenai tiap tahapan inovasi produk yang ada sangat diperlukan oleh perusahaan dan juga tenaga kerjanya.

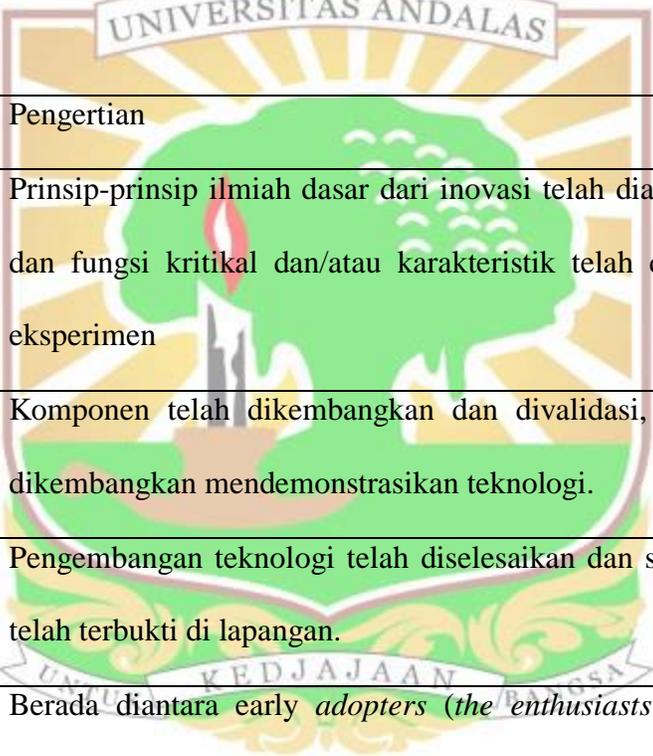
Pertumbuhan teknologi pada saat ini sangatlah berkembang, Terbukti dengan pemanfaatan teknologi yang digunakan oleh kebanyakan orang dalam kegiatan sehari-harinya. Sehingga dengan adanya perkembangan teknologi yang terjadi tampaknya sangat dimanfaatkan oleh pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) khususnya pada perguruan tinggi (Universitas). Sehingga dalam proses inovasi sebuah UKM butuh sebuah mediator yang memfasilitasi. Pengembangan inkubator bisnis merupakan salah satu program alternatif yang dianggap berperan besar dalam pengembangan UKM baru. Inkubator bisnis merupakan salah satu model penumbuhan unit usaha baru, yaitu memberikan pelatihan dan pembinaan UKM binaan/calon wirausaha agar dapat menguasai semua aspek bisnis, dibekali dengan sarana dan modal kerja, serta didampingi secara intensif (Syarif, 2009).

Dalam mendorong pertumbuhan Produk startup di Indonesia, pemerintah juga memberikan dukungan melalui program Inkubator Bisnis di Universitas yang bertujuan melahirkan perusahaan rintisan yang inovatif dan memberikan dampak positif dengan menyelesaikan permasalahan besar di Indonesia. Secara keseluruhan dapat dikatakan kondisi di Indonesia

sangatlah mendukung bagi pertumbuhan startup. Hal ini menjadikan startup sebagai pilihan bisnis yang cukup potensial di Indonesia.

Kemudian dengan menggunakan metode Analisis IRL-Meter (Innovation Readiness Level - Meter) atau KATSINOV-Meter (Tingkat Kesiapan Inovasi - Meter) yang dikeluarkan langsung oleh Ristekdikti (2018) adalah sebuah alat ukur yang digunakan untuk mengukur tingkat kesiapan atau kematangan inovasi yang dilakukan oleh suatu perusahaan dan/ atau proyek/program/kegiatan. Kemudian ada 6 Tingkat Kesiapan Inovasi (KATSINOV

Tabel 1.1



No	Level	Pengertian
1	Konsep	Prinsip-prinsip ilmiah dasar dari inovasi telah diamati dan dilaporkan, dan fungsi kritikal dan/atau karakteristik telah dikonfirmasi melalui eksperimen
2	Komponen	Komponen telah dikembangkan dan divalidasi, dan prototipe telah dikembangkan mendemonstrasikan teknologi.
3	Penyelesaian	Pengembangan teknologi telah diselesaikan dan seluruh fungsi sistem telah terbukti di lapangan.
4	Chasm	Berada diantara <i>early adopters (the enthusiasts & visionaries)</i> dan <i>early majority (the pragmatists)</i> . 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 diintrodusir ke pasar.

5	Kompetisi	Ini merupakan fase kematangan pasar, yaitu ketika tercapai suatu kesetimbangan (<i>equilibrium</i>) pasar dengan ketiadaan pertumbuhan bermakna atau inovasi.
6	Pindah atau Berhenti	Tahap penurunan pasar, dan penetapan dua pilihan, yaitu pindah (<i>change-over</i>) dengan inovasi teknologi ulang, atau berhenti (<i>close-down</i>) dengan melihat inovasi telah usang dan memutuskan untuk keluar.

Begitu juga di Universitas Andalas memiliki sebuah Inkubasi yang berbasis pada produk Inovatif atau lebih dikenal sebagai *startup*, berikut rincian startup yang ada di LPPM Universitas Andalas

Tabel 1.2
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
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 Produk

Sumber: Buku Produk Riset Inovatif (LPPM) Universitas Andalas, (2017)

Begitu banyaknya produk inovatif yang dihasilkan Universitas Andalas. Berdasarkan tabel 1.1 terdapat 83 produk inovatif yang dimiliki Universitas Andalas kemudian dilakukan inkubator bisnis agar produk tersebut menjadi sebuah *startup* yang terus berkembang. Salah satu inkubator yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Andalas dan Produk Riset Inovatif Inkubasi Universitas Andalas.



. Tujuan dari Inkubator Bisnis adalah membuat produk tersebut bisa mencapai sebuah tingkat inovasi yang ingin dicapai. Program inkubasi bisnis LPPM Unand terdiri dari tiga tahap program inkubasi yaitu sebelum inkubator, inkubator dan setelah inkubator. Yang menjadi fokus proses inovasi pada saat setelah incubator kemudian sebuah perusahaan yang baik adalah perusahaan yang dapat menjalankan proses inovasinya dengan baik.

Mengingat sebuah inovasi produk itu membutuhkan proses yang panjang dan berdampak kepada tingkat keberhasilan Inovasi sebuah produk, maka peneliti mengambil judul “Analisis tingkat kesiapan inovasi (katsinov) pada produk riset inovatif sektor gambir dan manggis pada produk riset inovatif inkubator bisnis lppm universitas andalas”.

1.2 Rumusan Masalah

Perumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

Bagaimana analisis tingkat kesiapan inovasi (katsinov) pada produk riset inovatif sektor gambir dan manggis pada produk riset inovatif inkubator bisnis lppm universitas andalas ?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah:

Untuk Menganalisis tingkat kesiapan inovasi (katsinov) pada produk riset inovatif sektor gambir dan manggis pada produk riset inovatif inkubator bisnis lppm universitas andalas.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi akademisi dan peneliti

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai tambahan referensi bagi mahasiswa 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 inkubator bisnis LPMM Universitas Andalas.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Ruang Lingkup penelitian ini variable tingkat kesiapan inovasi (katsinov) pada produk riset inovatif sektor gambir dan manggis inkubator bisnis lppm universitas andalas.

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk memberikan gambaran umum yang menyeluruh mengenai penelitian ini, penulisan akan disusun sebagai berikut :

BAB I Pendahuluan

Menjelaskan hal yang menjadi latar belakang penulis, perumusan masalah, ruang lingkup penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II Tinjauan Literatur

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

BAB III Metode Penelitian

Mencakup objek penelitian, jenis dan sumber data yang digunakan, teknik pengumpulan data, dan metode analisis data yang digunakan dalam penelitian serta teknik analisis data.

BAB IV Analisis dan Pembahasan

Memuat analisis hasil penelitian mengenai masalah yang dibahas yaitu tingkat kesiapan inovasi (katsinov) pada produk riset inovatif sektor gambir dan manggis inkubator bisnis lppm universitas andalas.

BAB V Penutup

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