

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini Untuk Menganalisis tingkat kesiapan inovasi (katsinov) pada produk riset inovatif sektor gambir dan manggis pada produk riset inovatif inkubator bisnis lppm universitas andalas.. Penelitian ini dilakukan pada produk berbasis Gambir dan Manggis di LPPM Universitas Andalas yang berjumlah 15 Produk. Untuk menguji tingkat kesiapan inovasi (katsinov) menggunakan *IRL IRL-Meter (Innovation Readiness Level - Meter) atau KATSINOV-Meter (Tingkat Kesiapan Inovasi - Meter)* yang dikeluarkan oleh Kemenristek Dikti pada tahun 2018. Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, maka kesimpulan yang dapat diambil sebagai berikut:

Berdasarkan hasil evaluasi pada tiga belas produk yang di jadikan objek penelitian maka ditemukan peringkat/level tingkat kesiapan inovasi sebagai berikut:

No	Pencapaian Level	Produk
1	Level 6 Pindah (change-over) atau berhenti (close-down)	- <i>Masker Gambir</i> - <i>Gambir Tea,</i> - <i>Bahan Baku Pericarp Kulit Manggis</i>
2	Level 5 Kompetisi (Competition)	- <i>Gambir Terpurifikasi</i> - <i>Teh Botol Kulit Manggis Idola</i> - <i>Teh Celup Kulit Manggis Idola</i> - <i>Kopi Kulit Manis,</i>

3	Level 4 Chasm	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Anti Acne Gel</i> - <i>KATEVIT</i> Minuman Kesehatan Berbasis Gambir - GARTEKIN Obat Sariawan dari Gambir Terpurifikasi - Kopi Ginseng kulit Manggis - Tepung Gambir Penyamak Kulit - Fitopure a-Mangaostin - Teh Rosella Kulit
4	Level 2 Komponen (component)	Tinta Pemilu

Sumber ; Rekapitulasi Hasil Katsinov Gambir dan Manggis (2019)

Secara Umum kekuatan pada produk inovatif ini berada pada Aspek Teknologi disebabkan oleh Produk ini dikembangkan oleh professional yang bergerak di bidang penelitian seperti Dosen maupun Mahasiswa , kemudian juga di dukung oleh Sarana dan Refensi ilmu yang luas. Dilanjutkan juga disebabkan karena banyak bantuan yang diberikan pihak luar untuk fasilitas Kampus termasuk dari pihak Pemerintah.

Kemudian Secara Umum Kelemahan pada produk Inovatif ini berada pada Aspek Pasar (*Marketing*) disebabkan oleh Produk ini masih berfokus kepada perkembangan dan inovasi, dan sehingga team yang bekerja tidak fokus kepada Penjualan produk sehingga masyarakat masih belum banyak mengetahui dan juga belum adanya siklus Model Bisnis yang cocok untuk berbagai produk ini.

Penelitian ini menunjukkan bahwa Strategi yang harus diterapkan adalah pada penekankan kepada ;

Strategi Penetrasi pasar adalah strategi pertumbuhan dimana perusahaan berfokus pada penjualan produ-produk di pasar-pasar yang telah ada sebelumnya. Kemudian Strategi pengembangan produk yakni strategi memperkenalkan produk baru ke pasar-pasar.

Dilanjutkan dengan strategi Diversifikasi dimana strategi pertumbuhan sebuah bisnis, produk-produknya baru dan di pasar-pasar yang baru puala.

5.2 Implikasi Penelitian

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan peneliti terdapat beberapa temuan yang dapat menjadi implikasi dan acuan penting bagi Produk Startup LPPM Universitas Andalas menjadi lebih baik lagi di masa yang akan datang.

1. Strategi Penetrasi Pasar

- a. Mempertahankan atau meningkat pangsa pasar produk ini, hal ini dapat dicapai oleh komposisi harga, Iklan, Penjualan Langsung, penampilan di Expo Produk, ikut serta dalam ajang kompetisi sejenis
- b. Aman dari dominasi pasar dari produk sejenis
- c. Melakukan agresif kampanye agar pasar dan target pasar semakin mengetahui produk

2. Strategi Pengembangan Pasar

- a. Lokasi pasar baru yang berpotensi sekaligus pun melakukun ekspor / penjualan.ke Negara lain agar produk semakin banyak dikenal oleh masyarakat
- b. Kemasan Produk yang baru
- c. Memiliki saluran atau distribusi produk yang baru seperti melalui Mall,Toko atau took online

- d. Menetapkan harga yang berbeda agar menarik pelanggan
- e. Melakukan Diskon ataupun promo agar menarik pelanggan baru

3. Strategi Pengembangan Pasar

- a. Dengan memperkenalkan produk baru dengan menggunakan Ambassador ataupun endorse agar produk bisa memiliki jaminan di pasar
- b. Dengan menggaet pihak ketiga dalam melakukan penjualan
- c. Dengan bekerjasama dengan perusahaan Bisnis lainnya tetapi dengan produk yang berbeda
- d. Membuat event dan menjadi ajang untuk memperkenalkan produk

5.3 Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan dalam Penelitian ini adalah ;

1. Produk Inovatif *Startup* yang diteliti hanya 15 Produk *Startup* dari 83 Produk yang tersedia.
2. Hanya berfokus kepada satu produk , sehingga tidak bisa membandingkan produk sejenis.
3. Subjektifitas dari peneliti ketika mengambil keputusan

5.4 Saran

Berdasarkan simpulan diatas, penulis memberikan saran yang dapat membantu pengembangan produk riset inovatif inkubasi Universitas Andalas:

1. Dimasa akan datang penelitian tidak hanya berfokus kepada produk Gambir dan Manggis, tetapi juga melakukan penelitian di produk lainnya
2. Dimasa akan datang penelitian melakukan perbandingan antar produk sejenis
3. Diharapkan mengurangi subjektifitas dalam setiap pengambilan keputusan.

