

PENGEMBANGAN JEJARING INOVASI DAN PELAKSANAAN SURVEI PASAR PRODUK INOVATIF

Rayna Kartika ^{*)}, Dian Yuni Anggraeni, dan Ares Albirru Amsal
Fakultas Ekonomi Universitas Andalas

^{*)} Email: raynakartika@eb.unand.ac.id

ABSTRAK

Pengembangan bisnis membutuhkan riset dan jejaring. Bahkan pada saat baru berdiri, pemilik bisnis membutuhkan hal-hal tersebut. Hanya saja seringkali Pengusaha Pemula Berbasis Teknologi (PPBT) tidak memperhatikan ini secara serius. Tujuan jangka panjang dari kegiatan ini adalah terciptanya market survey dan jejaring yang memberikan kemudahan dalam pengembangan bisnis PPBT. Target khusus dari kegiatan ini adalah: 1) dilaksanakannya market survey untuk produk-produk PPBT Universitas Andalas (minimal 5 produk); 2) dilaksanakannya business matching dimana PPBT dipertemukan dengan segenap pemangku kepentingan terutama pebisnis yang relevan bagi pengembangan produk PPBT serta dengan buyer yang bisa menjadi pembeli bagi produk-produk PPBT. Metode yang dilakukan adalah dengan melakukan market survey kepada pelanggan potensial serta pelaksanaan business meeting yang mempertemukan PPBT dan segenap pihak yang bisa membantu bisnis PPBT. Luaran dari kegiatan ini adalah market survey dan business meeting. Hasil kegiatan yang diperoleh yakni pemasaran dari produk inovasi seperti teh celup kulit manggis, teh celup Unca tea (Gambir), tepung Sorgum, honey peel off mask, coffee body scrub masih terasa sulit. Hal ini dikarenakan produksi dari produk inovasi ini dilakukan tidak secara kontinyu dan harga jual yang terbilang relatif tinggi dibandingkan dengan produk-produk pembanding yang sejenis. Dapat disimpulkan dari kegiatan ini yaitu produk inovasi Unand ini harus mampu bersaing dengan produk lainnya jika ingin dipilih oleh masyarakat. Salah satu bentuk strategi yang dapat dilakukan adalah menurunkan biaya produksinya sehingga harga jual produk juga dapat berkurang. Bentuk lain dari meningkatkan penjualan produk inovasi adalah dengan cara memproduksi break even point sehingga produsen tidak akan mengalami kerugian.

Kata Kunci: *jejaring, inovasi, survey pasar, produk inovatif, pelanggan potensial, PPBT*

Innovation Networking Development and Market Survey Conduct for Innovation Product

ABSTRACT

Business development requires research and networking. Even in their infancy, business owners need these things. It is just that often Technology-Based Beginner Entrepreneurs (PPBT) do not take this seriously. This activity's long-term goal is to create market surveys and networks that provide convenience in developing the PPBT business. The specific targets of this activity are: 1) conducting a market survey for Andalas University PPBT products (minimum 5 products); 2) implementation of business matching where PPBT is met with all stakeholders, especially business people who are relevant for the development of PPBT products as well as with buyers who can become buyers for PPBT products. The method used is by conducting market surveys to potential customers and conducting business meetings that bring together PPBT and all parties who can help PPBT business. The output of this activity is a market survey and business meeting. The activities obtained were marketing innovative products such as mangosteen peel teabags, Unca tea (Gambir) teabags, sorghum flour, honey peel-off masks, and coffee body scrubs are still tricky. This is because the production of this innovative product is not carried out continuously, and the selling price is relatively high compared to similar comparison products. It can be concluded from this activity that Unand's innovation product must compete with other products if it is to be chosen by the community. One form of strategy that can be done is to reduce production costs so that

the selling price of the product can also be reduced. Another form of increasing sales of innovative products is by producing break-even points so that producers will not suffer losses.

Keywords: *networking, innovation, market survey, potential buyers, Technopreneurs*

PENDAHULUAN

Pengusaha pemula berbasis teknologi (PPBT) membutuhkan riset, kerjasama, dan jejaring. Seringkali PPBT kurang memperhatikan aspek-aspek ini. Padahal mereka membutuhkan ini bahkan ketika baru memulai aktivitas pengembangan usaha. Market survey terkait dengan riset tentang potential buyer atau industry yang bisa menjadi off-taker bagi produk-produk PPBT (Games, 2018). Adapun produk-produk PPBT merupakan produk inovasi yang terdaftar pada LPPM Universitas Andalas.

Pengembangan jejaring juga menjadi kunci bagi akselerasi pengembangan PPBT. Ini karena PPBT membutuhkan banyak bantuan, insentif, dan kerjasama untuk bisa menumbuhkan kembangkan bisnis mereka. Salah satu bentuk pengembangan jejaring disini adalah melakukan aktivitas bisnis baik dengan Business to Business (B2B) dan Business to Consumer (B2C). B2B yaitu aktivitas bisnis dari pihak produsen ke penjual dan B2C adalah aktivitas bisnis dari produsen ke *end users* atau pengguna (Lendel et al, 2014)

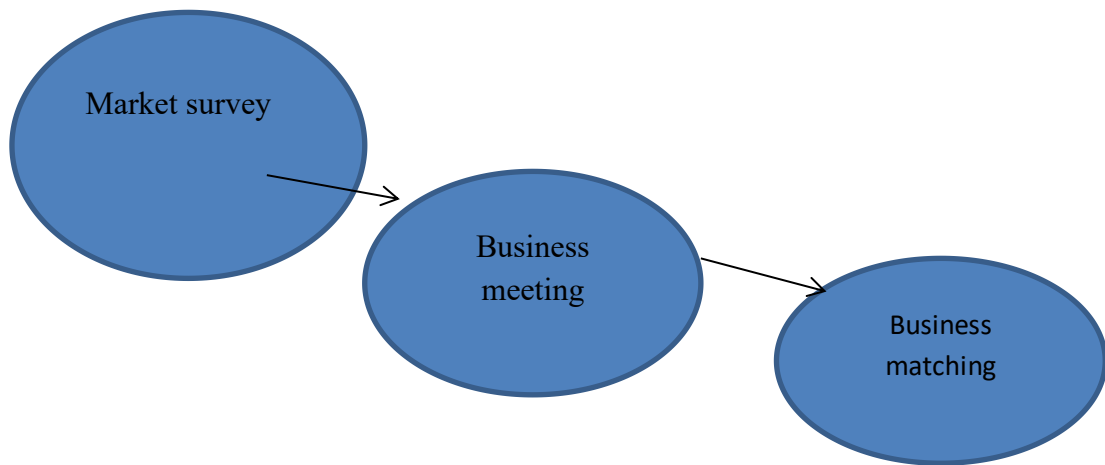
Selain itu, market survey dan pengembangan jejaring ini bisa dibantu oleh Inkubator Bisnis Teknologi (Inbistek) Unand. Ini adalah bagian dari fungsi inkubasi yang dilakukan Inbistek. LPPM Universitas Andalas, di samping mengembangkan penelitian dan pengabdian kepada masyarakat juga mulai berkembang ke tahap komersialisasi produk inovasi riset dari dosen-dosen Universitas Andalas. Dimana, pada tahap komersialisasi ini, semua produk dari hasil penelitian yang layak menjadi produk inovasi riset akan di kembangkan lebih luas lagi. Dan LPPM membantu dalam proses komersialisasi produk inovasi riset tersebut, baik dari segi penelitian, standarisasi produk, sertifikasi produk hingga mengadakan forum pertemuan bisnis dengan investor untuk kemudian dikomersialisasikan.

Masalah utama yang hendak diatasi dalam kegiatan ini adalah belum adanya market survey dan jejaring inovasi untuk produk-produk PPBT di Inbistek Unand. Target luaran yang akan dikembangkan adalah dapat dilakukannya market survey dan pengembangan jejaring PPBT yang dibina oleh Inkubator Bisnis Teknologi Unand agar produk inovasi dapat berkembang lebih baik lagi untuk kedepannya.

Tujuan utama kegiatan ini adalah dilakukannya market survey dan pengembangan jejaring yang bisa meningkatkan performa bisnis PPBT. Inbistek sendiri merupakan salah satu unit dari Lembaga Penelitian dan Pengabdian pada Masyarakat (LPPM).

METODOLOGI

Metode pelaksanaan kegiatan ini adalah market survey dan business meeting dan business matching. Ini dilakukan dengan menggunakan langkah-langkah sebagai berikut:



Gambar 1. Tahapan Kegiatan

Aktivitas pertama yang dilakukan adalah survei pasar baik itu dengan B2B ataupun dengan B2C. survei pasar dilakukan dengan teknik wawancara. Hal itu ditujukan untuk mendapatkan informasi sejauh mana bisnis ataupun konsumen mengetahui tentang produk inovasi ini.

Tahap kedua yang dilakukan adalah *business meeting*, yaitu menentukan pertemuan antara produsen sebagai suatu bisnis dengan bisnis yang lain baik sebagai konsumen atau *end users* ataupun sebagai pihak distribusi lainnya. Business meeting dapat mengefisiensikan biaya dan waktu dari B2B dan B2C.

Tahap ketiga yang dilakukan adalah business matching dimana penyesuaian antara dan membantu menjalin kerjasama atau networking antara pihak produsen dan bisnis lain. Misalnya, untuk produk kecantikan masker gambir atau honey scrub, bisa dipasarkan di pusat kecantikan atau skincare. Untuk tepung sorgum yang mewakili tepung untuk anak berkebutuhan khusus atau orang yang mengalami obesitas.

Tabel 1. Luaran dan Indikator dari Solusi yang Diusulkan

Solusi	Luaran	Indikator capaian
Dihasilkannya market survey untuk produk-produk PPBT (minimal 5 PPBT) dan pengembangan jejaring	1. Market survey untuk minimal 5 produk PPBT 2. Iklan di media massa dan media sosial	1. Dokumen market survey untuk sejumlah produk PPBT sebagai contoh • Unca tea • Pasabaru • Sorgum • Gandum • Telur Asin Andalusia • Telur Puyuh Ometrol 2. Business meeting

HASIL DAN PEMBAHASAN

Market survey atau riset pasar adalah sebuah fungsi yang menghubungkan antara konsumen, pelanggan, dan masyarakat dengan pemasaran. Lalu, ketiganya saling terhubung melalui informasi-informasi yang digunakan untuk mengidentifikasi dan mendefinisikan peluang dan masalah pemasaran. Informasi tersebut juga digunakan untuk membuat, memperbaiki dan mengevaluasi tindakan, memantau kinerja pemasaran, serta memperbaiki pengertian pemasaran sebagai sebuah proses.

Dengan melakukan market survey atau riset pasar, terdapat manfaat yang bisa diperoleh yaitu:

- a. Riset pasar bisa membantu brand untuk menghasilkan informasi tentang besarnya pasar potensial suatu produk atau jasa sesuai target pasar. Informasi ini nantinya sangat berguna untuk menentukan target penjualan dan pencapaian market share di pasar.
- b. Mengetahui tanggapan pasar terhadap suatu produk atau jasa. Informasi ini sangat berguna terutama untuk sebuah produk atau jasa baru sebelum diluncurkan ke pasar. Selain itu, informasi ini akan membantu dalam menyusun strategi pemasaran baru untuk meningkatkan penjualan produk atau jasa yang sudah ada.
- c. Memahami perilaku pelanggan sesuai target pasar dengan baik. Dengan mengetahui perilaku pelanggan ini, maka memudahkan perusahaan atau brand dalam menyusun strategi pemasaran yang lebih baik dan efektif.
- d. Menganalisis efektivitas kampanye iklan atau promosi yang dilakukan. Dengan riset pasar, maka perusahaan atau brand bisa memilih media dan konten yang tepat dalam melakukan kampanye iklan, sehingga lebih efektif dan efisien.
- e. Riset pasar sangat berguna untuk menghasilkan semua data dan informasi yang diperlukan dalam menyusun strategi pemasaran perusahaan atau brand secara keseluruhan. Selain itu, juga sangat membantu dalam menghasilkan data dan informasi yang diperlukan untuk mengevaluasi strategi pemasaran yang sedang berjalan atau telah diimplementasikan.

Market survey ini dilakukan terhadap lima produk, yaitu Teh Celup Kulit Manggis, Teh Celup Unca Tea, Tepung Sorgum, Honey Peel off Mask, dan Coffee Body Scrub. Penjelasan hasilnya ialah sebagai berikut:

Market Survey

Pasar merupakan titik pertemuan antara produsen dengan konsumen. Pasar memiliki dinamis yang unik. Untuk memahami keunikan pasar, maka produsen membutuhkan suatu survey, *market survey*. *Market survey* bermanfaat untuk mengetahui tanggapan pasar terhadap suatu produk atau jasa. Informasi ini sangat berguna terutama untuk sebuah produk atau jasa baru sebelum diluncurkan ke pasar. Selain itu, informasi ini akan membantu dalam menyusun strategi pemasaran baru untuk meningkatkan penjualan produk atau jasa yang sudah ada.

1. Teh Celup Kulit Manggis

Manggis merupakan salah satu jenis buah yang digemari oleh masyarakat di Indonesia. Selain daging buahnya yang memiliki banyak kandungan vitamin dan

mineral, bagian lain dari buah ini pun dapat dimanfaatkan. Salah satunya ialah kulit buah manggis. Kulit buah manggis mengandung banyak khasiat, seperti untuk menurunkan kadar gula darah, mencegah hipertensi dan mengontrol tekanan darah, menurunkan kadar kolesterol jahat (LDL), meringankan gejala asma dan lain sebagainya.

Mengingat banyaknya manfaat tersebut, maka inovasi produk dengan memanfaatkan kulit buah manggis sebagai bahan baku utama pembuatan teh ialah menarik. Hasil survey pasar yang dilakukan ialah sebagai berikut:

- a. Product
 - Dibutuhkan Varian Produk, sehingga siap untuk diminum langsung
 - Dibutuhkan Varian Rasa lain, seperti Kopi
- b. Price
 - Harga masih belum terjangkau (25 ribu per kotak)
- c. Promotion
 - Produk tidak dikenal oleh masyarakat
 - Belum tersosialisasinya khasiat Manggis
- d. Place
 - Pembelian resmi belum tersedia sehingga sulit di akses pembeli
 - Di market place tidak ada produk tersedia
 - Pencarian Google juga sulit ditemukan
- e. Sasaran Survei
 - B2B : Budiman Simpang Haru, Citra, G sport Center, Fitnes The ladies, Fitnes Bmax,
 - B2C : masyarakat atau rumah tangga yang suka minum teh berbagai varian

2. Teh Celup Unca Tea

Teh menjadi salah satu minuman favorit bagi semua kalangan. Namun demikian, bahan baku pembuatan teh masih mengandalkan daun tanaman teh. Inovasi dan pengembangan produk teh dengan bahan baku yang lebih bervariasi ialah vital. Daun dari tanaman gambir (*Uncaria gambir*) menjadi salah satu alternatif terbaiknya. Bukan hanya karena rasanya, namun juga khasiat yang terkandung dalam daun gambir pun dapat menjadi nilai tambah bagi produk ini. Teh Unca merupakan salah satu produk andalan yang diinisiasikan oleh Universitas Andalas.

Seperti halnya daun teh, daun gambir (*Uncaria gambir*) juga mengandung senyawa katekin yang bermanfaat untuk antioksidan sehingga potensial dijadikan minuman kesehatan. Daun gambir juga sebenarnya lebih aman untuk dikonsumsi sebab senyawa katekin yang ada pada daun gambir ini tidak mengandung kafein seperti halnya teh. Ia juga memiliki polifenol yang kompleks, sehingga optimal untuk antioksidan. Gambir juga memiliki kandungan antibakteri yang berasal dari katekin yaitu flavonoid, biasanya untuk mengobati diabetes, penyakit degeneratif, penyakit yang tidak menular.

Selain itu tanaman gambir juga dipercaya sebagai obat cuci luka bakar, kudis, diare dan disentri, obat kumur-kumur untuk sakit tenggorokan dan sariawan.

Salah satu kelemahan teh daun gambir adalah belum memiliki aroma yang khas sebagaimana teh pada umumnya. Namun, proses membuatnya tidak berbeda jauh dengan pembuatan teh biasa. Proses tersebut dimulai dari pemilihan daun yang baik, kemudian melakukan pencucian, pengeringan hingga perlakuan dalam fermentasi dan menjadi daun teh yang siap disaring untuk menjadi minuman. Hasil market survey untuk produk teh celup Unca Tea ialah sebagai berikut:

- a. Product
 - Dibutuhkan Varian Produk, sehingga siap untuk diminum langsung
 - Dibutuhkan Varian Rasa lain, seperti Kopi
- b. Price
 - Harga masih belum terjangkau (25 ribu per kotak)
- c. Promotion
 - Produk tidak dikenal oleh masyarakat
 - Belum tersosialisasinya khasiat Gambir
- d. Place
 - Pembelian Resmi belum tersedia sehingga sulit di akses pembeli
 - Di market place tidak ada produk tersedia
 - Pencarian Google juga sulit ditemukan
- e. Sasaran Survei
 - B2B : Budiman Simpang Haru, Citra, G sport Center, Fitness The ladies, Fitness Bmax,
 - B2C : rumah tangga yang mengkonsumsi teh

3. Tepung Sorgum

Sorgum adalah tanaman dari keluarga rumput-rumputan, masih satu keluarga dengan padi, jagung dan gandum. Biji sorgum memiliki kandungan karbohidrat tinggi sehingga dimanfaatkan sebagai makanan pokok oleh lebih dari 500 juta penduduk bumi. Namun sebagian besar produksi sorgum digunakan untuk pakan ternak. Walaupun demikian, bagi dunia kesehatan sorgum merupakan tanaman yang banyak memiliki nutrisi yang bermanfaat bagi tubuh. Inovasi produk dari tanaman yang kaya akan manfaat ini membutuhkan pemasaran yang agresif. Oleh karena itu, terlebih dahulu produk tepung sorgum harus diliterasi ke masyarakat dan para pengusaha sebagai *stakeholder*.

Hasil riset pasar untuk produk tepung sorgum ialah sebagai berikut:

- a. Product
 - Hanya untuk kalangan tertentu, buat produk untuk seluruh kalangan
 - Masih kalah saing dengan produk tepung lain

- b. Price
 - Harga cenderung lebih tinggi dibandingkan dengan tepung-tepung yang lain
- c. Promotion
 - Segmen Pasar kecil
 - Supermarket sangat mau kerjasama sebagai distributor
- d. Place
 - Penjualan Offline masih sulit di cari
 - Toko Online (IG , Market Place) masih sedikit Viewer nya
- e. Sasaran Survei
 - B2B : Apotek, Super market seperti Singgalang, Citra, Budiman, dll
 - B2C : IG, Market Place,

4. Honey Peel off Mask

Aktivitas luar dapat mengakibatkan kusamnya kulit. Terlebih, wajah merupakan salah satu bagian tubuh yang sering terkena paparan sinar matahari dan polusi udara. salah satu penyebab kulit kusam adalah penumpukan sel kulit mati yang menyumbat pori-pori. Akibatnya, penyumbatan ini juga akan menimbulkan berbagai masalah kulit, seperti jerawat, serta flek hitam. Jika sudah demikian, ada banyak hal yang harus dilakukan agar membuat wajah kembali cerah. Mulai dari rajin membersihkan wajah, minum air putih, serta rutin menggunakan masker. Salah satu manfaat dari menggunakan masker ialah membuat tone kulit wajah menjadi lebih cerah dan sehat. Masker jenis peel off adalah masker yang paling favorit karena memiliki hasil yang maksimal, terutama jika digunakan secara rutin. Bahan baku dan kandungan pada masker juga dapat berpengaruh terhadap hasil penggunaannya. Oleh karena itu, madu, yang dikenal dengan sejuta manfaat, merupakan salah satu bahan terbaik untuk pemanfaatan produk masker ini.

Hasil *market survey* pada teh Honey Peel off Mask ialah:

- a. Product
 - Ciptakan Varian “Honey” dalam bentuk bubuk dan *sheet mask*
- b. Price
 - Harga masih terlalu mahal dibandingkan produk lain yang sejenis
- c. Promotion
 - Skin Care mau menerima kerjasama untuk distributor
 - Produk sejenis masih belum ada di Skin Care Padang
- d. Place
 - Butuh platform untuk penjualan online
 - Penjualan bisa melalui skincare, salon, dan pusat kecantikan
- e. Sasaran Survei
 - B2B : skincare Natasha, dr. Gina, Beautylicious

- B2C: sampel wanita usia 16-40 th yang ada di mal, pasar, dan pusat kecantikan.

5. Coffee Body Scrub

Kopi memiliki manfaat yang kaya. Bukan hanya untuk disajikan dalam cangkir panas untuk diminum, namun juga hadir manfaat lainnya, yaitu untuk kesehatan dan kecantikan. Manfaat tersebut dapat dirasakan melalui proses inovasi dan pengembangan bahan baku kopi untuk dijadikan ragam produk seperti lulur tubuh. Beberapa manfaat dari lulur tubuh kopi sebagai berikut:

a. Antioksidan

Kandungan utama yang ada di dalam kopi adalah kafein. Kafein merupakan senyawa antioksidan alami. Oleh karena kopi mengandung antioksidan yang tinggi. Pada kulit antioksidan, akan menangkal radikal bebas. Sehingga kulit akan lebih sehat dan mencegah penuaan dini. Tak hanya itu saja, akan membuat kulit lebih cerah dan halus alami.

b. Aromaterapi

Aroma yang dikeluarkan oleh kopi, ternyata bisa dijadikan aroma terapi alami. Pada saat kita menghirup kopi, akan membuat pikiran lebih tenang dan rileks. Selain itu akan digunakan sebagai anti depresi. Jadi buat anda yang sering merasa stres dengan pekerjaan, cobalah untuk rutin memakai lulur kopi setiap harinya. Ini akan membantu menenangkan pikiran anda dan membuat syaraf lebih rileks.

c. Melancarkan aliran darah

Jika sudah mengetahui cara membuat lulur kopi yang benar, akan memudahkan anda untuk memanfaatkan penggunaan lulurnya. Memakai lulur kopi, ternyata bisa membantu untuk melancarkan aliran darah anda. Kandungan kafein pada kopi, akan meningkatkan aliran darah dan bisa membantu menghilangkan selulit pada kulit anda.

d. Exfoliation

Exfoliation adalah pengelupasan kulit. Tekstur kopi yang agak kasar, akan membantu mengangkat sel kulit mati dan menghilangkan kotoran yang menempel pada kulit anda. Sehingga kulit akan tampak lebih cerah, segar dan muda.

Hasil *market survey* pada Coffee Body Scrub ialah:

a. Product

- Dibutuhkan Varian Produk, sehingga siap untuk diminum langsung
- Dibutuhkan Varian Rasa lain, seperti Kopi

b. Price

- Harga masih belum terjangkau (25 ribu per kotak)

c. Promotion

- Produk tidak dikenal oleh masyarakat
- Belum tersosialisasinya kasiat Gambir

d. Place

- Pembelian Resmi belum tersedia sehingga sulit di akses pembeli
- Di market place tidak ada produk tersedia
- Pencarian Google juga sulit ditemukan

e. Sasaran Survei

- B2B : Budiman Simpang Haru, Citra, G sport Center, Fitness The ladies, Fitness BMax
- B2C : masyarakat/wanita usia 16-50 tahun

Business Meeting

Hasil penelitian oleh kalangan akademisi dapat dipertemukan dengan pengusaha dan *stakeholder* lainnya melalui agenda *business meeting*. Beberapa manfaat atas business meeting ialah pertama untuk memperluas *networking*, hal tersebut karena tidak sedikit pengusaha yang kesulitan mendapatkan kesempatan untuk melakukan ekspansi bisnis karena keterbatasan kenalan dan pengalaman. Sedangkan alasan kedua adalah masalah efisiensi waktu dan biaya. Dengan adanya business meeting, waktu dan biaya dapat di eliminasi sehingga akan menjadi lebih efektif dan efisien. Yang ketiga adalah menambah wawasan tentang tren bisnis dan perdagangan di pasar sehingga kami dapat memperoleh inspirasi untuk meningkatkan terobosan dalam berbisnis di kemudian hari.

Business Matching

Business matching digunakan untuk mengkolaborasikan bisnis atau produk usaha kami dengan bisnis pihak lain. Salah satunya ialah berkolaborasi dengan mitra usaha seperti toko swalayan (i.e. Budiman), pusat Kesehatan (i.e G-Sport, BMax), pusat kecantikan atau skincare (Natasha, dr. Gina, Beautylicious), dan sekolah yang memiliki murid kebutuhan khusus (i.e. Sekolah Austisma, Bima, Khansa). Hal ini mempermudah perpanjangan tangan dari produsen produk inovatif ke konsumen atau *end users*.



Gambar . Business Matching Berkolaborasi dengan Mitra Usaha

KESIMPULAN DAN SARAN

Adapun kesimpulan yang dapat diambil adalah pemasaran dari produk inovasi yang disebut diatas, yaitu Teh celup kulit manggis, Teh celup Unca tea (Gambir), tepung Sorgum, Honey Peel off Mask, Coffee Body Scrub masih terasa sulit. Hal ini dikarenakan produksi dari produk inovasi ini dilakukan tidak secara kontinyu dan harga jual yang terbilang relatif tinggi dibandingkan dengan produk-produk pembanding yang sejenis.

Produk inovasi Unand ini harus mampu bersaing dengan produk lainnya jika ingin dipilih oleh masyarakat. Salah satu bentuk strategi yang dapat dilakukan adalah menurunkan biaya produksinya sehingga harga jual produk juga dapat berkurang. Bentuk lain dari meningkatkan penjualan produk inovasi adalah dengan cara memproduksi diatas BEP atau break even point sehingga produsen tidak akan mengalami kerugian.

Dengan demikian, dapat diberikan rekomendasi untuk produk inovasi Unand seperti: 1. Meningkatkan teknik pemasaran baik secara online ataupun offline agar produk dikenal oleh masyarakat sehingga distribusi penjualan baik secara online atau

offline tadi dapat tercapai dengan lebih baik. 2. Memperluas jejaring yang dilakukan apakah dengan B2B ataupun B2C sehingga kontinuitas produk lebih terjamin. 3. Memproduksi barang dalam jumlah diatas BEP agar bisnis tidak mengalami kerugian dan dapat menutupi biaya produksi. 4. Bersaing dengan lebih unggul terhadap produk-produk lain yang sejenis agar lebih dilirik oleh konsumen.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami selaku dosen Fakultas Ekonomi Universitas Andalas mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada: Pengabdian ini didanai oleh Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) Universitas Andalas pada skema Ipteks Berbasis Inkubasi Inovasi dan Dunia Usaha (IbIIDU) 2019. Selanjutnya Responden yang diwawancarai di toko Budiman, Skincare Beautylicious, Natasha Skincare, G-Sport Fitness Centre, BMax Fitness Centre, Sekolah Kebutuhan Khusus, Sekolah Autis dan lain-lain yang tidak dapat kami sebutkan satu persatu.

DAFTAR PUSTAKA

- Cornel University, Insead, WIPO. 2017. The Global Innovation Index: Innovation Feeding the World, Ithaca : Fountaineblau, Geneva
- Games, D. 2018. Manifesto Kewirausahaan Indonesia, Erka, Padang
- Kuhlmann, S. 2003. Evaluation of research and innovation policies : a discussion of trends with examples from Germany: *International Journal Technology Management*. Vol. 26 No 2/3/4
- Republik Oesterreich. 2011. Realising Potentials Increasing Dynamics, Creating the Future, Becoming an Innovation Leader: Federal Chancellery
- Lendel, Vivian dan Varmus, and Michal. 2014. Evaluation of the innovative business performance, *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 129, pp.504-511
- OECD. 2009. Universities, Innovation and Entrepreneurship; Criteria and Examples of Good Practice: Bundesministerium fuer Verkehr, Bau und Stadtentwicklung
- University College Dublin. 2015. Strategy for Research, Innovation, and Impact 2015-2020: UCD, Belfield, Dublin, Ireland