

STRATEGI KOMERSIALISASI PRODUK HASIL INOVASI MELALUI OPTIMALISASI MODEL KERJASAMA PADA BADAN LITBANGTAN
(Commercialization Strategy of Innovation Product Through Optimization of Collaborative Model in IAARD)

Ma'mun Sarma¹⁾, A. Kohar Irwanto¹⁾, Nuning Nugrahani²⁾, Erlita Adriani³⁾
¹⁾ Dep. Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Manajemen, IPB,
²⁾ Program Studi Ilmu Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Manajemen, IPB,
³⁾ Data dan Informasi, Badan Litbang Pertanian,

ABSTRAK

Badan Litbang Pertanian telah menghasilkan 200 inovasi teknologi unggulan, akan tetapi hanya 13 PHI yang dikerjasamakan kepada mitra/investor. Penelitian ini memberikan informasi mengenai upaya peningkatan komersialisasi. Metodologi survei/sensus melalui *indepth* interview dilakukan terhadap 26 responden yang terdiri dari 15 inventor/peneliti dan 11 mitra/investor. Hasil skor matriks EFE dan IFE (3,03 ; 2,50); dan matriks QSPM pada strategi penyusunan valuasi hasil invensi (7,00). Hasil pembobotan *expert choice* untuk faktor peningkatan ketersediaan hasil invensi (0,261), dan peningkatan SDM (0,253). Upaya yang dapat dilaksanakan didalam mendukung strategi komersialisasi yaitu: melaksanakan promosi (0,402), menyusun valuasi invensi (0,304) dan melaksanakan pra lisensi (0,294). Aktor utama adalah peneliti/inventor dan pelaksana alih teknologi (0,818). Sedangkan alternatif strategi yaitu meningkatkan PHI yang dilisensikan dan PHI yang diadopsi (0,818). Hasil pengolahan vertikal menunjukkan, peneliti/inventor menjadi aktor yang memiliki bobot tertinggi (0,364) sedangkan alternatif strategi yang perlu diutamakan adalah menyusun valuasi invensi (0,491) dan meningkatkan PHI yang diadopsi (0,388).

Kata kunci: Komersialisasi, produk hasil inovasi (PHI), adopsi, valuasi, invensi.

ABSTRACT

Indonesian Agency for Agricultural Research (IAARD) have 200 selective products of innovation/invention, but only 13 inventions that had been commercialized by investors. This study provides information to enhance commercialization. Survey/census to 26 respondents consisting of 15 inventors and 11 investors. Result from EFE and IFE matrix score (3.03; 2.50), and highest result from QSPM matrix on valuation of invention (7.00). Highest weight result from the expert choice for factor to increase the availability of invention (0.261) and factor to increase of HR (0.253). Efforts that can be carried out to support commercialization strategies are implementing promotion (0.402), prepare valuation of invention (0.304) and conduct a pre-license (0.294). The main actor are inventor and implementer of technology transfer (0.818). Alternative strategies that could increase amount of inventions to be commercialize are increase licensed and adopted invention (0.818). From data extraction with vertical processing, highest actor is inventors (0.364) whereas the alternative strategy is to set the valuation of invention (0.491) and increase invention to adopt (0.388).

Keywords: Commercialization, product of innovation, adoption, valuation, invention.