

Strategi Hilirisasi dan Komersialisasi hasil Riset berbasis Masyarakat di Universitas Riau

Hendro Ekwarso¹, Almasdi Syahza¹, Evi Nadhifah¹, Romi Kurniadi²

¹Universitas Riau

²Universitas Jambi

romikurniadi@unja.ac.id

ABSTRAK

Potensi komersialisasi Kekayaan Intelektual (KI) produk hasil-hasil penelitian di Universitas Riau (UNRI) cukup besar. Selain dapat diterapkan pada sektor industri, hasil-hasil penelitian ini juga dapat diaplikasikan pada masyarakat luas. Hal ini sejalan dengan tujuan mulia penelitian dan pengabdian kepada masyarakat yaitu dalam rangka memberikan kontribusi sebesar-besarnya demi kemajuan bersama seluruh bangsa. Kondisi ideal ini sesuai yang diharapkan dari Peraturan Pemerintah Nomor 20 Tahun 2005 tentang Alih Teknologi Kekayaan Intelektual serta Hasil Penelitian dan Pengembangan oleh Perguruan Tinggi dan Lembaga Penelitian dan Pengembangan sebagai peraturan pelaksana UU Sisnas Iptek 2019 dan Permenristek MIPTi No. 24 Tahun 2019. Akan tetapi, proses hilirisasi dan komersialisasi khususnya hasil-hasil penelitian masih memiliki kendala yang menyebabkan hasil riset tidak bisa dirasakan langsung oleh masyarakat luas. Demi tercapainya hal-hal tersebut secara optimal maka peran kelembagaan sangat diperlukan. Melalui peran kelembagaan ini, diharapkan inventor/dosen/peneliti dapat fokus melakukan penelitian yang inovatif dan berpotensi komersil tanpa terbebani memikirkan strategi untuk komersialisasinya. Melalui kegiatan ini telah dilakukan penataan regulasi dan penyiapan dokumen-dokumen (SOP, perjanjian, dll) serta terjalinnya komunikasi dengan berbagai pihak terkait. Hilirisasi dan komersialisasi berbasis masyarakat dinilai memungkinkan untuk dilaksanakan. Hal ini memberikan dampak terhadap percepatan hilirisasi dan komersialisasi hasil riset di Universitas Riau. Di antaranya munculnya program Unggulan Produk Intelektual Kampus (UPIK), pembinaan *tenant* oleh pusat inkubator, dan yang terpenting adalah inventor/peneliti/dosen yang memiliki potensi untuk dihilirisasi/dikomersilkan, mendapat bimbingan atau arahan dari unit terkait yaitu Sentra KI dan Pusat Inkubator Bisnis dan diharapkan dapat segera dipertemukan dengan mitra yang sesuai.

Kata Kunci: Komersialisasi; Hilirisasi; Kekayaan Intelektual; Inkubator Bisnis; Sentra Kekayaan Intelektual

PENDAHULUAN

Potensi komersialisasi kekayaan intelektual (KI) produk hasil-hasil penelitian di Universitas Riau (UNRI) cukup besar. Selain dapat diterapkan pada sektor industri, hasil-hasil penelitian ini juga dapat diaplikasikan pada masyarakat luas. Hal ini sejalan dengan tujuan utama penelitian dan pengabdian kepada masyarakat yaitu dalam rangka untuk memberikan kontribusi sebanyak-banyaknya demi kemajuan bersama seluruh bangsa. Akan tetapi, proses hilirisasi dan komersialisasi khususnya hasil-hasil penelitian masih memiliki kendala yang menyebabkan hasil riset tidak bisa dirasakan langsung oleh masyarakat luas. Fakta lapangan menunjukkan bahwa komersialisasi hasil penelitian tidak bisa dilakukan sendiri oleh dosen/peneliti/inventor, tetapi diperlukan peran kelembagaan untuk mempertemukan antara inventor dengan mitra, baik sebagai mitra investor maupun sebagai mitra pengguna hasil riset. Selain tujuan komersialisasi, dengan adanya mitra akan membantu/mendorong pengembangan hasil riset sehingga diharapkan menghasilkan produk yang lebih berkualitas sesuai keinginan pasar dan mudah diterima oleh industri maupun masyarakat luas.

Sebelum sampai ke tahap komersialisasi, produk-produk hasil penelitian dari suatu institusi pendidikan/penelitian idealnya mendapatkan perlindungan secara hukum (hak kekayaan intelektual, HKI) terlebih dahulu. Untuk itu, sebagai langkah awal dalam mewujudkan kegiatan hilirisasi hasil riset, UNRI telah membentuk 2 unit organisasi yaitu Pusat Studi Kekayaan Intelektual (Sentra KI) dan Pusat Studi Inkubator Bisnis (PSIB). Sentra KI dibentuk dengan SK Rektor Universitas Riau tanggal 18 Mei 2020 nomor 1869/UN19/KPT/2020, sedangkan PSIB UNRI dibentuk melalui SK Rektor UNRI tanggal 11 Juni 2020 nomor 2103/ UN19/KPT/2020. Kedua pusat studi tersebut secara struktural berada di bawah koordinasi Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) UNRI. Sentra KI berfokus pada perlindungan hukum hasil-hasil riset, sedangkan PSIB berperan mengkoordinasikan dan melaksanakan komersialisasi dan hilirisasi produk hasil-hasil riset.

Sinergi yang baik antara Sentra KI dan PSIB UNRI sangat diperlukan demi tercapainya tujuan peningkatan komersialisasi KI di UNRI. Saat ini Sentra KI UNRI telah berjalan cukup baik dan telah dilengkapi dengan Standar Operasional Prosedur (SOP) internal. Meskipun demikian, masih perlu *update* SOP eksternal dan penyesuaian disana-sini dengan peraturan-peraturan yang terbaru terkait hubungannya dengan komersialisasi yang menjadi tugas dari Pusat Studi Inkubator Bisnis. Sebagai contoh, masih diperlukan dokumen perjanjian penggunaan KI, serta alur pendaftaran lisensi terkait komersialisasi, valuasi terhadap hasil riset dan pemanfaatan *e-commerce* secara institusi untuk menjual produk hilir. Berbeda dengan Sentra KI, PSIB UNRI masih belum memiliki SOP dan infrastruktur administrasi yang jelas. Begitu juga komunikasi dan kerja sama dengan industri, baik melalui mitra ataupun secara langsung belum terealisasi dengan baik.

Dari realitas ini, diperlukan adanya suatu strategi terobosan yang bersifat kelembagaan untuk mendorong terciptanya optimalisasi fungsi dan peran masing-masing unit organisasi, koordinasi serta peningkatan sinergi antar masing-masing unit tersebut menuju peningkatan hilirisasi dan komersialisasi hasil riset di Universitas Riau.

Hak kekayaan di sini menyangkut pengertian "pemilikan" (ownership) yang menyangkut lembaga sosial dan hukum, keduanya selalu terkait dengan pemilik dan suatu benda yang dimiliki. Secara luas konsep "kepemilikan" dan "kekayaan" apabila dikaitkan dengan "hak", maka ditinjau dari segi hukum, dikenal hak yang menyangkut kepemilikan dan hak yang menyangkut kebendaan. Jika ditelusuri lebih jauh, hak milik intelektual sebenarnya merupakan bagian dari benda, yaitu benda tidak berwujud (benda immateril). Benda dalam kerangka hukum perdata dapat diklasifikasikan ke dalam berbagai kategori. Salah satu diantara kategori itu adalah pengelompokan benda ke dalam klasifikasi benda berwujud dan tidak berwujud. Untuk hal ini dapatlah dilihat batasan benda yang dikemukakan oleh pasal 499 KUHPerdata yang berbunyi: menurut paham undang-undang yang dimaksud dengan benda ialah tiap-tiap barang dan tiap-tiap hak yang dapat dikuasai oleh hak milik (R.Subekti dan R.Tjitrosudibio: 2008).

Ditinjau dari segi hukum perdata hak milik intelektual senantiasa berhubungan dengan kepemilikan yang terdapat pada pasal 570 Kitab Undang-Undang Perdata isinya adalah " Hak milik adalah hak untuk menikmati kegunaan sesuatu kebendaan dengan leluasa dan untuk berbuat bebas terhadap kebendaan itu dengan kedaulatan sepenuhnya, asal tidak bersalahan dengan undangundang atau peraturan umum yang ditetapkan oleh suatu kekuasaan yang berhak menetapkan, dan tidak mengganggu hak-hak orang lain, kesemuanya itu dengan tak mengurangi kemungkinan akan pencabutan hak itu demi kepentingan umum berdasar atas ketentuan undang-undang dan dengan pembayaran ganti rugi."

Hukum memberikan batasan kepada pemiliknya untuk menikmati maupun untuk menguasai atas benda atau hak yang merupakan miliknya tersebut. Pengaturan hak kekayaan intelektual selalu memuat pembatasan terhadap penguasaan atau penggunaan tersebut antara lain 1) batas-batas yang diadakan oleh peraturan perundang-undangan 2) Batas-batas tata kesusilaan dan ketertiban umum, ketentuan ini mengisyaratkan bahwa hak kekayaan intelektual tidak boleh bertentangan dengan kesusilaan dan ketertiban umum termasuk pula penggunaan tanda yang bertentangan agama dan moral. 3) Pencabutan hak milik untuk kepentingan masyarakat, asal saja pencabutan hak milik dilakukan berdasarkan undang-undang dan dengan pembayaran ganti rugi yang banyak (Mastur: 2008).

Dapat disimpulkan Kekayaan Intelektual adalah hak yang timbul dari hasil olah pikir yang menghasilkan suatu produk atau proses yang berguna untuk manusia. Pada

intinya kekayaan intelektual adalah hak untuk menikmati secara ekonomis hasil dari suatu kreativitas intelektual.

Secara umum hak kekayaan intelektual dibagi dalam dua lingkup besar, yaitu (a) hak cipta dan (b) hak milik perindustrian. Didalam ketentuan Pasal 1 butir 1 Undang-Undang Nomor 28 tahun 2014 tentang hak Cipta menjelaskan pengertian hak cipta yaitu : "hak cipta adalah hak eksklusif pencipta yang timbul secara otomatis berdasarkan prinsip deklaratif setelah suatu ciptaan diwujudkan dalam bentuk nyata tanpa mengurangi pembatasan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

The American Marketing Association yang disingkat AMA mengutarakan bahwa riset pemasaran adalah fungsi yang menghubungkan konsumen, pelanggan, dan masyarakat dengan pemasar melalui informasi-informasi yang didapat. Informasi tersebut digunakan untuk mengidentifikasi permasalahan dan peluang pasar sehingga dapat mengevaluasi, meningkatkan, memperbaiki kinerja pemasaran serta memperbaiki pemahaman mengenai pemasaran sebagai sebuah proses. Riset Pemasaran menentukan informasi yang akan digunakan, merancang cara pengumpulan informasi, dan menganalisis data sehingga dapat mengatasi masalah dari hasil temuan.

Riset pemasaran adalah pengumpulan informasi untuk merancang strategi pemasaran. Kinneer dan Taylor (1988) mendefinisikan riset pemasaran adalah pendekatan yang teorganisir dan obyektif terhadap penyediaan memperoleh informasi yang digunakan untuk dasar pengambilan keputusan pada manajemen pemasaran. Menurut Malhotra (2004) riset pemasaran adalah identifikasi, analisis, pengumpulan informasi, desimasi yang dilakukan dengan sistematis dan obyektif sebagai dasar pengambilan keputusan untuk solusi permasalahan dalam pemasaran. Perencanaan yang sistematis dan metode ilmiah diperlukan pada setiap tahap pada riset pemasaran.

Definisi riset pemasaran menurut Parasuraman dkk (2007) adalah pengambilan, pencatatan, analisis dan menginterpretasikan data dengan teknik dan prinsip yang sistematis sehingga dapat membantu pengambilan keputusan yang terkait dengan barang, jasa, atau ide.

Pemasaran merupakan aktivitas-aktivitas (penjualan produk) perusahaan untuk tetap menjaga kelangsungan hidup perusahaan itu sendiri (Mokalu dan Tumbel, 2015). Menurut Kotler dan Amstrong (2018) pemasaran adalah proses perusahaan melibatkan pelanggan, membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan, dan membuat pelanggan menerima manfaat dari produk yang dijual sehingga mendapatkan imbalan dari pelanggan. Jadi pemasaran dapat diartikan sebagai usaha suatu perusahaan terkait dengan perencanaan, penentuan harga, serta distribusi produk agar dapat mencapai tujuan dari perusahaan.

Tujuan perusahaan akan tercapai apabila memiliki strategi penjualan yang baik. Strategi pemasaran adalah rencana yang dibuat oleh perusahaan untuk meningkatkan penjualan serta dapat memenuhi kebutuhan pelanggan atau dapat diartikan sebagai perkiraan perusahaan terkait dengan permintaan produk dan potensi pasar. Kotler dan Armstrong (2018) berpendapat bahwa saat merancang strategi pemasaran terdapat beberapa tahapan yaitu (a) segmentasi pasar, (b) target pasar, (c) differentiation dan potitioning.

Marketing mix adalah salah satu konsep utama dalam pemasaran modern. Marketing mix terdiri dari segala sesuatu yang dilakukan perusahaan untuk melibatkan konsumen. Menurut Kotler dan Armstrong (2017) marketing mix adalah alat yang dipadukan perusahaan untuk menghasilkan respon yang diinginkan di target pasar. Kotler dan Armstrong (2017) membagi mix marketing menjadi empat variabel yaitu *costumer, product, price, place, dan promotion*.

METODE

Kegiatan ini dilaksanakan di Pekanbaru dengan subjek sasaran Universitas Riau pada bulan Mei s/d Juli 2022. Data dikumpulkan melalui proses wawancara terbuka untuk menemukan data permasalahan, potensi, dan strategi dalam komersialisasi kekayaan intelektual. Sedangkan data kuantitatif dikumpulkan secara kolektif melalui sumber data yang sudah diolah dan siap digunakan. Data dianalisis melalui analisis USG untuk menentukan masalah utama yang perlu diselesaikan. Sedangkan untuk merumuskan strategi yang akan digunakan untuk menyelesaikan permasalahan sekaligus membangun strategi peningkatan hilirisasi KI menggunakan metode SOAR. Tujuan dari kegiatan ini adalah menemukan strategi komersialisasi dan hilirisasi hasil riset di Universitas Riau untuk kemudian diterapkan. Dalam pelaksanaan, melibatkan stake holder yang terlibat, dimulai dari penemu, calon pengguna, dan Lembaga lain yang terlibat. Hasil dari pemodelan strategi ini kemudian diterapkan untuk mengetahui keberhasilan strategi.

PEMBAHASAN

Pembentukan tim teknis

Tim teknis dibentuk untuk mengimplementasikan rencana proyek perubahan. Setiap divisi memiliki tugas dan fungsi masing-masing. Sentra Kekayaan Intelektual bertanggung jawab dalam pelayanan pendaftaran dan valuasi kekayaan intelektual. Inkubator bisnis bertanggung jawab untuk menjalin hubungan dengan calon pengguna KI. Selain itu, inkubator bisnis juga memiliki peran untuk membina tenant melakukan usaha dengan penerapan teknologi yang dihasilkan dari kegiatan penelitian. Rapat tim teknis dilaksanakan pada tanggal 23 Mei 2022.



Gambar 1. Rapat Pembentukan Tim Teknis (kanan) dan Rapat Persiapan RPP (kiri)

FGD dengan stake holder

Penyusunan peraturan terkait dengan Kekayaan Intelektual perlu usul saran dari berbagai pihak yang berkepentingan. Mulai dari inventor, penggerak inkubasi, sentra KI, dan usur pimpinan institusi. Untuk mendapat rumusan yang dapat memenuhi kebutuhan banyak pihak, maka dilaksanakan Focus Group Discussion (FGD) untuk pembahasan draft peraturan tersebut. Kegiatan ini dilaksanakan pada tanggal 13 Juni 2022. Adapun yang menghadiri kegiatan ini adalah sebagai berikut:

- Wakil Rektor Bidang Perencanaan, Kerja Sama, dan Sistem Informasi Universitas Riau
- Koordinator Sentra Kekayaan Intelektual
- Tim Pokja Sentra Kekayaan Intelektual
- Koordinator Pusat Inkubator Bisnis
- Inventor



Gambar2. Pelaksanaan FGD

Penyusunan SOP pendaftaran dan Komersialisasi KI

Standar Operasional Prosedur (SOP) perlu disusun dalam rangka memudahkan calon pengguna maupun inventor dalam mendaftarkan kekayaan intelektual hasil risetnya. Untuk saat ini SOP yang sudah disusun sebanyak 4 SOP meliputi (a) Pendaftaran KI, (b) Pengguna KI Industri, (c) pengguna KI untuk Pengabdian kepada Masyarakat, dan (d) Pengguna Startup dan Labor.

Dalam merumuskan SOP, dilaksanakan 2 kali rapat. Rapat pertama pada tanggal 8 Juni 2022 untuk membahas konsep SOP yang akan disusun. Setelah mendapat konsep yang cocok, disusunlah SOP yang dibutuhkan. Pada tanggal 10 Juni 2022 dilaksanakan rapat untuk membahas SOP.



Gambar 3. Rapat Pembahasan SOP

Penyusunan draft perjanjian kerja sama penggunaan KI

Perjanjian kerja sama lisensi adalah proses agar calon pengguna memiliki dasar hukum yang kuat untuk menggunakan KI. Nantinya perjanjian KI ini akan didaftarkan lisensinya ke Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual. Dilaksanakannya rapat pada tanggal 10 Juni 2022 yang salah satu rangkaian kegiatannya adalah menyusun draft perjanjian kerja sama lisensi. Draft ini disusun dengan memperhatikan beberapa unsur berikut:

- a. Informasi paten, penerima, dan pemberi
- b. Informasi posisi masing-masing dan apa yang dilisensikan
- c. Lingkup perjanjian (judul, nomor, inventor)
- d. Pemberian lisensi (eksklusif/ non eksklusif)
- e. HKI (perjanjian terkait dengan pengembangan KI)
- f. Hak dan kewajiban
 - 1) Hak pemberi (menerima pembayaran dan laporan penjualan)
 - 2) Kewajiban (asistensi, pendampingan, pembiayaan oleh mitra)
 - 3) Biaya pembayaran tahunan paten
- g. Pencantuman identitas
- h. Biaya lisensi dan royalti

- i. Keterlambatan pembayaran denda
- j. Gugatan, pelanggaran dan penyalahgunaan
- k. Kerahasiaan publikasi



Gambar 4. Rapat Penyusunan Draft PKS

Penyusunan draft peraturan tentang KI

Berdasar pada hasil FGD tanggal 13 Juni 2022 dihasilkan rekomendasi berupa butir-butir peraturan. Berdasar pada rekomendasi saat FGD, maka pada tanggal 14 Juni 2022 ditindaklanjuti dengan rapat penyusunan draft peraturan tentang KI Universitas Riau. Tim kemudian meramu usulan peraturan menjadi draft peraturan yang utuh. Draft ini kemudian dibahas Kembali dalam rapat yang dilaksanakan tanggal 30 Juni 2022. Draft peraturan yang disusun diusulkan untuk disahkan sebagai dasar pengelolaan kekayaan intelektual yang ada di Universitas Riau. Untuk saat ini rancangan peraturan tentang pengelolaan KI sedang dalam proses pembahasan di Senat Universitas Riau.





Gambar 5. Rapat Penyusunan Draft Peraturan tentang KI

Penyusunan SK Kebijakan KI

Kebijakan kekayaan intelektual dihadirkan dalam rangka percepatan peningkatan komersialisasi kekayaan intelektual sembari proses draft peraturan KI sedang dibahas di senat. SK ini membahas terkait dengan (a) tanggung jawab dan wewenang Sentra Ki, (b) tanggung jawab dan wewenang Pusat Inkubator Bisnis, (c) kebijakan pembayaran lisensi dan royalti. Pembahasan SK dilaksanakan pada tanggal 5 Juli 2022 dan sudah disahkan.

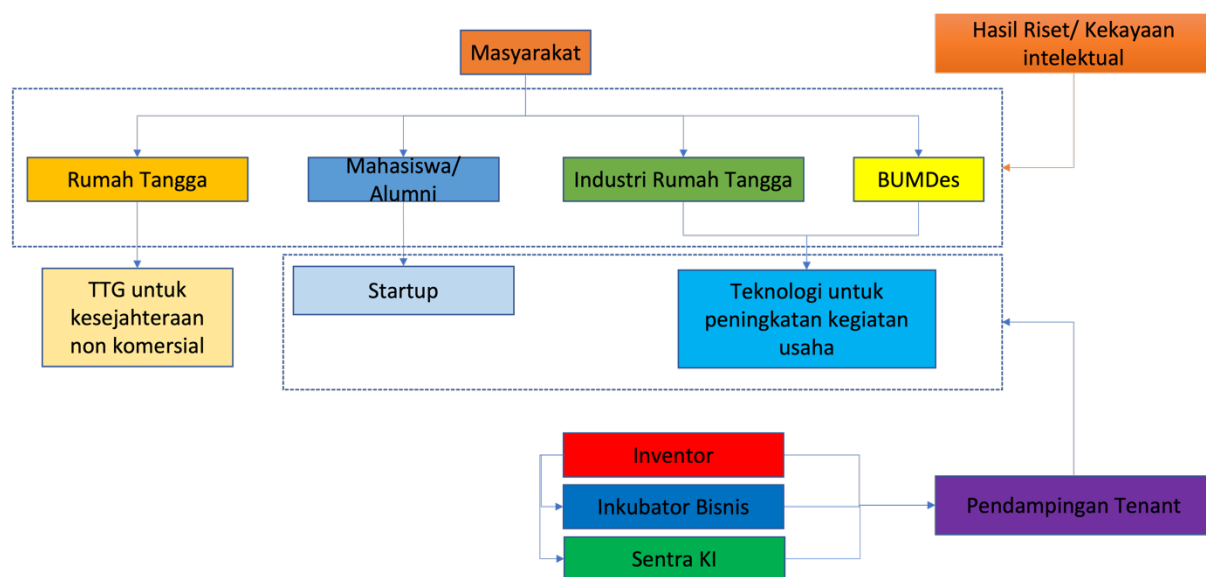


Gambar 6. Rapat Pembahasan Naskah Kebijakan KI

Model Komersialisasi dan Hilirisasi Hasil Riset berbasis Masyarakat

Komersialisasi hasil riset yang paling memiliki nilai ekonomis tinggi adalah melalui kegiatan manufaktur pada industry besar. Namun kegiatan ini tentu tidak mudah untuk dilakukan mengingat belum tersedia mitra industry besar yang siap untuk memproduksi hasil riset di Universitas Riau. Oleh karena itu perlu alternatif lain agar hasil riset ini dapat dinikmati oleh masyarakat.

Salah satu tanggung jawab perguruan tinggi adalah berperan aktif dalam memajukan kesejahteraan masyarakat melalui ilmu pengetahuan dan teknologi. Maka sudah semestinya hasil penelitian juga dapat dihilirisasi melalui pemberdayaan masyarakat baik melalui kegiatan yang menghasilkan nilai ekonomis maupun yang bersifat social. dalam rangka mewujudkan kegiatan tersebut dan setelah dilaksanakan diskusi dengan berbagai stakeholder, maka dirumuskan desain model strategi peningkatan komersialisasi dan hilirisasi hasil penelitian di Universitas Riau berbasis masyarakat.



Gambar 7. Desain Model Strategi Peningkatan Komersialisasi dan Hilirisasi Hasil Riset Berbasis Masyarakat

Masyarakat yang dimaksud dalam model ini adalah masyarakat secara umum, Badan Usaha milik Desa, industri rumah tangga, dan mahasiswa. Penerapan hasil riset terutama teknologi tepat guna sangat memungkinkan dilakukan melalui kegiatan pemberdayaan masyarakat. Selain memberikan kesejahteraan masyarakat, kegiatan alih teknologi ini juga memberikan sumbangsih dalam capaian kinerja perguruan tinggi.

Masyarakat adalah unsur yang sangat penting dalam menghilirisasi hasil riset yang ada di perguruan tinggi. Partisipasi masyarakat dalam berbagai bentuk kegiatan sangat penting. Almasdi Syahza dkk (2021) melaksanakan restorasi ekologi lahan gambut berbasis masyarakat sangat memungkinkan dilakukan. Selain itu, program yang melibatkan masyarakat akan lebih akan lebih dirasakan efeknya secara langsung oleh masyarakat.

Kegiatan masyarakat secara umum yang dimaksud dalam hal ini adalah kegiatan masyarakat yang tidak berkaitan dengan kegiatan ekonomi. Teknologi tepat guna yang dihasilkan oleh perguruan tinggi dapat diterapkan secara langsung untuk memudahkan kehidupan masyarakat. Selain itu, model-model dan rekayasa social yang banyak ditemukan melalui hasil penelitian juga dapat diterapkan dalam bentuk kegiatan pemberdayaan masyarakat.

Sedangkan kegiatan perekonomian masyarakat baik yang sifatnya perekonomian keluarga, industri rumah tangga, maupun BUMDes juga berpotensi untuk menerapkan teknologi hasil riset yang relevan untuk mendukung proses kegiatan usaha. Dalam proses alih teknologi tersebut, masyarakat didampingi oleh inventor maupun incubator bisnia agar proses alih teknologi dapat berjalan dengan sempurna. Mahasiswa dan alumni juga turut dilibatkan dalam kegiatan hilirisasi dan komersialisais hasil riset. generasi muda dinilai sangat cepat mengikuti perkembangan zaman

dibuktikan dengan banyaknya stratup baru yang muncu hari ini dikerjakan oleh pemuda. Mahasiswa dan alumni memiliki peran penting membawa ide baru dalam dunia bisnis. Oleh karena itu, beberapa hasil riset juga perlu dikembangkan dalam bentuk startup. Untuk mendukung kegiatan tersebut dilaksanakan program usaha produk intelektual kampus (UPIK) yang melibatkan peran mahasiswa dan alumni dalam pelaksanaannya.

Program Usaha Produk Intelektual Kampus (UPIK)

Hasil penelitian yang tidak produktif atau belum dikomersialisasi menimbulkan biaya pemeliharaan dan menjadi beban bagi institusi. Untuk mempercepat komersialisasi hasil riset, maka tim melakukan hilirisasi dengan memanfaatkan sumber daya yang tersedia. Dalam hal ini dibangun sebuah program Usaha Produk Intelektual Kampus (UPIK).

Dalam upaya menghilirisasi kekayaan intelektual hasil riset civitas akademika Universitas Riau, mendorong perguruan tinggi untuk menghasilkan unit usaha penghasil produk/ jasa berbasis hasil riset, dan strategi mencapai kinerja institusi, maka dibuka usulan kegiatan pengabdian kepada masyarakat skema Program Usaha Produk Intelektual Kampus (UPIK).

Kegiatan ini fokus untuk mengelola KI yang sudah tersedia agar segera bisa menjadi produk yang siap pakai. Tim pelaksana melibatkan berbagai bidang ilmu untuk menjadikan KI yang tersedia memiliki nilai ekonomis. Adapun kegiatan yang didanai melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat skema UPIK sebagai berikut:

Tabel 1. Judul Program UPIK

No.	Pelaksana	Judul
1.	Prof. Ir. Usman Pato, Msc. Phd.	Start-Up D'pina: Pengembangan Minuman Nata De Pina Sebagai Produk Unggulan Hilirisasi Dari Limbah Kulit Nanas Di Universitas Riau
2.	Prof. Amun Amri, ST, MT, Phd	Program Upik - Inkubator Bisnis Produksi Larutan Graphene Dan Produk Turunannya (Bahan Pengkilap Mobil/Motor)
3.	Dr Sri Wulandari , M.Si	Optimalisasi Usaha "Biofarm" Dari Hasil Komposting Limbah Organik Kampus Dalam Peningkatan Kewirausahaan Mahasiswa Program Studi Pendidikan Biologi Fkip Universitas Riau
4.	Prof. Dr. Evi Suryawati, M.Pd	Goproftech Corner: Unit Pengembangan Media Pembelajaran Dan Sumber Belajar Digital
5.	Prof. Dr. Tengku Dahril, M.Si	Pemasaran Chlorella Jelly genki di kota Pekanbaru
6.	Dr. Azriyenni, St, M.Eng	Produksi Krim Anti Nyamuk Dari Bahan Minyak Serai Wangi Di Universitas Riau

Kegiatan ini didanai multi tahun. Diharapkan setiap tahunnya ada progres pemasaran hasil kegiatan ini yang merupakan produk dari hasil riset. Langkah ini diharapkan dapat mempercepat proses hilirisasi KI agar menghasilkan nilai ekonomis. Hasil dari kegiatan ini nantinya menjadi cikal bakal terbentuknya bisnis startup di Universitas Riau.

Pendampingan tenant

Tenant adalah masyarakat yang sedang memulai usaha atau sudah memiliki usaha dan memerlukan pembinaan dari Inkubator Bisnis LPPM Universitas Riau. Bentuk pembinaan tenant dimulai dari implementasi teknologi, strategi pemasaran, pelatihan SDM, dan lain sebagainya. Kegiatan ini adalah salah satu bentuk pelayanan yang diberikan oleh LPPM Universitas Riau.

Penerapan teknologi hasil riset penting agar menghasilkan produk yang berkualitas. Teknologi baru juga berperan dalam meningkatkan efisiensi dan efektifitas kegiatan usaha masyarakat. Tenant memiliki kesempatan untuk mendapat teknologi dari perguruan tinggi. Oleh karena itu salah satu strategi menghilirisasi hasil riset yang dilakukan oleh perguruan tinggi adalah penerapan teknologi pada tenant.

Melalui kegiatan proyek perubahan ini, telah dilaksanakan prospek kepada salah satu pemilik usaha yaitu CV. Genki Nusantara. CV. Genki Nusantara adalah salah satu usaha masyarakat yang melaksanakan hilirisasi produk atas paten Tepung Chlorella. Invensi ini ditemukan oleh Prof. Dr. Tengku Dahril, M.Si. Hasil temuan dihilirisasi dalam bentuk produk minuman kekinian dan Kesehatan Genki.

Tim proyek perubahan melakukan pendampingan agar kegiatan penggunaan KI yang dilakukan oleh CV. Genki Nusantara mendapat kepastian hukum. Kegiatan pendampingan fokus pada pencatatan perjanjian lisensi. Melalui perjanjian lisensi diharapkan kegiatan usaha CV. Genki mendapatkan yang kepastian hukum yang jelas. Salah satu bentuk model bisnis yang akan digunakan dalam proyek perubahan ini adalah model bisnis Canvas. Sesuai namanya, model canvas dibuat dalam sebuah framework sederhana yang pertama kali diciptakan oleh Alexander Osterwalder, seorang entrepreneur asal Swiss, pada tahun 2005. Model ini membantu mendeskripsikan, menganalisis, dan merancang model bisnis. Dalam model Canvas terdapat 9 blok area aktivitas bisnis yang memiliki tujuan untuk memetakan strategi untuk membangun bisnis yang kuat dan bisa memenangkan persaingan dalam jangka Panjang.

Model bisnis ini diterapkan pada salah satu kegiatan UPIK yaitu Bisnis Produksi Larutan Graphene Dan Produk Turunannya (Bahan Pengkilap Mobil/Motor). Produk ini merupakan hilirisasi hasil riset yang dilaksanakan oleh Prof. Amun Amri, ST, MT, PhD. Dalam kegiatan bisnis menerapkan hasil riset berupa larutan grapen menjadi pengkilap mobil, diterapkan pengembangan bisnis dengan model Canva. Analisis model canvas dalam rangka komersialisasi tersebut disajikan pada Tabel 3.3.

Notulensi kegiatan pembahasan strategi bisnis ini dapat diakses melalui tautan <http://my.unri.ac.id/strategicanvas>. publikasi kegiatan ini dapat diakses melalui <https://riaupos.jawapos.com/pendidikan/28/06/2022/276592/strategi-marketing-nano-material-implementasi-hilirisasi-hasil-riset.html>.

Model ini dinilai tepat digunakan sebagai bentuk pengembangan bisnis usaha grapen dikarenakan tingkat ketelitian analisisnya. Tidak hanya mengusung asumsi klasik yang hanya berfokus pada produk dan pasar secara general, namun juga membreakdown asumsi umum tersebut pada tingkat analisis yang lebih terperinci. Pada sisi kegiatan produksi dilakukan dirinci mulai dari aktivitas, sumber daya, sampai dengan biaya.

Pada sisi pemasaran dirinci sampai pada segmen konsumen yang akan menjadi target pemasaran dan bagaimana perusahaan menjalin hubungan dengan konsumen atau target pemasaran. Pada sisi kemitraan dibahas lebih rinci lagi terkait dengan siapa saja partner yang bisa mendukung keberhasilan bisnis, channel atau jejaring yang dijadikan sebagai media pemasaran.

Melalui berbagai pertimbangan tersebut maka model bisnis canva dinilai sangat cocok untuk mengembangkan kegiatan usaha produksi larutan grapen sebagai bahan pengkilap mobil. Model ini diharapkan menjadi best practice yang dapat diterapkan pada pengembangan kegiatan usaha produk intelektual perguruan tinggi dengan pola sejenis.

Tabel 2. Penerapan Strategi Bisnis Kanvas Pada Usaha Produksi Turunan Grapen

Partner	Activities	Value Proposition	Customer Relationship	Customer Segment
1. Material (market place) 2. Distributor	1. Produksi 2. Proses produksi 3. Penyimpanan 4. Turunan produk	1. Harga 2. Melindungi cat mobil 3. Fungsi produk 4. Mengurangi baret 5. Efek daun talas 6. aroma	1. Medoa social 2. Email broadcast 3. Whatsapp 4. Brosur	1. Cucian mobil 2. Pemilik mobil 3. Laki-laki 4. Demografi 5. Penghasilan konsumen
	Resources 1. Man (pekerja) 2. Money 3. Material 4. Machine 5. Inisiatif (knowledge)		Distibrurion Chanel 1. Market Place 2. Social media 3. Direct selling 4. Etalase	

Cost Structure	Revenue Streams
<ol style="list-style-type: none">1. Cash Flow2. Laba/ rugi per tahun atau 6 bulan3. Neraca (active/ passive)4. Pengemasan5. izin	<ol style="list-style-type: none">1. Penjualan

KESIMPULAN

Hilirisasi dan komersialisasi hasil riset menjadi salah satu tugas penting perguruan tinggi. Sebagai salah satu wujud kontribusi perguruan tinggi untuk ikut serta menyejahterakan masyarakat adalah melalui penerapan teknologi kepada masyarakat. Kontribusi tersebut hanya akan terjadi jika perguruan tinggi memiliki kemampuan untuk melakukan pengelolaan hilirisasi KI yang baik.

Kegiatan ini dilaksanakan dalam rangka memperbaiki manajemen dengan tujuan meningkatkan hilirisasi dan komersialisasi hasil-hasil riset yang ada di Universitas Riau. Adapun hal-hal yang menjadi simpulan pada kegiatan ini adalah sebagai berikut:

1. Penyusunan dokumen prosedur telah terlaksana dengan dihasilkannya dokumen berupa:
 - a. SK TIM Teknis Proyek Perubahan
 - b. SOP perlindungan dan komersialisasi KI
 - c. Template perjanjian kerja sama lisensi
 - d. Draft peraturan rektor terkait dengan kekayaan intelektual
 - e. SK Kebijakan pengelolaan KI
 - f. Draft e-company profile
 - g. Hasil perhitungan valuasi
 - h. Dokumen strategi bisnis produk pengkilat mobil (diversifikasi produk graphen)
2. Komerialisasi dan hilirisasi hasil riset melalui pembinaan masyarakat sangat memungkinkan untuk dilakukan

DAFTAR PUSTAKA

- Kinnear, Thomas C, Dan Taylor, James R., 1995. Riset Pemasaran, Edisi Tiga, Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P dan Armstrong. 2018. Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh. Penerbit. Salemba Empat. Jakarta.*
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2017. Manajemen Pemasaran. Edisi 1. Alih bahasa: Bob sabran, MM. Jakarta :Erlangga*
- Malhotra, Naresh K. 2004, Marketing Research: An Applied Orientation, Fourth Edition, Prentice Hall, New Jersey
- Mokalu, o frendy, & Tumbel, A. 2015. pengaruh kualitas produk, harga dan distribusi terhadap volume penjualan roti jordan CV. Minahasa*

- Syahza, A., Kozan, O., Sutikno, S., Irianti, M., Mizuno, K., & Hosobuchi, M. (2021). Restorasi ekologi lahan gambut berbasis kelompok masyarakat mandiri melalui revegetasi di Desa Tanjung Leban Kabupaten Bengkalis, Riau. *Riau Journal of Empowerment*, 4(2), 69-81. <https://doi.org/10.31258/raje.4.2.69-81>
- Subekti, R, Tjitrosudibyo, R. 2008. Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, Jakarta: PT. Pradnya Paramita.
- Zeithaml, V. Parasuraman, A. and L. Berry L. 2007. "Problems and Strategies in Services Marketing". *Jurnal of Marketing* Vol. 49. (Spring).