

**USULAN PROGRAM  
IPTEK BERBASIS INKUBASI INOVASI DAN DUNIA USAHA (IBIIDU)**



***IBIIDU Market-base Research dan Marketing Strategy Development Produk Inovasi***

Tim Pengusul

Donard Games, S.E., M.Bus (Adv.), Ph.D/ NIDN: 0012118002 (Ketua)  
Berri Brilliant Albar, S.E., M.M./ NIDN: 1015068502 (Anggota)

**Universitas Andalas**

**2020**

## HALAMAN PENGESAHAN

### PROGRAM IPTEK BERBASIS INKUBASI INOVASI DAN DUNIA USAHA (IbIIDU)

---

Judul IbIIDU : *IbIIDU Market-base Research dan Marketing Strategy Development* Produk Inovasi

Skim : IPTEK BERBASIS INKUBASI INOVASI DAN DUNIA USAHA (IbIIDU)

Unit Lembaga Pengusul : LPPM Universitas Andalas

Ketua Tim Pengusul

a. Nama Lengkap : Donard Games, S.E., M.Bus (Adv.), Ph.D (L)

b. NIDN : 0012118002

c. Jabatan Fungsional : Lektor

d. Prodi, Fak/PPs : Manajemen/Ekonomi

e. Nomor HP : 081380739759

f. Alamat surel (e-mail) : donardgames@eb.unand.ac.id

Anggota Tim Pengusul : 2 orang

Jangka waktu pelaksana : 6 bulan

Rencana Belanja Total : Rp. 15.000.000,-

a. DRPM : -

b. Perguruan Tinggi : Rp. 15.000.000,-

c. Sumber lain : -

Belanja Tahun : -

a. DRPM : -

b. Perguruan Tinggi : Rp. 15.000.000,-

Menyetujui,  
Ketua LPPM Unand,

Padang, 7 Juli 2020  
Ketua Pengusul,

**Dr.-Ing. Uyung Gatot S. Dinata, M.T.**  
NIP. 196607091992031003

**Donard Games, S.E., M.Bus (Adv.), Ph.D**  
NIP. 198011122005011003

## RINGKASAN PROPOSAL

Pertumbuhan dan penambahan jumlah wirausahawan baru, *start-up* teknologi, dan proyek wirausaha mahasiswa merupakan indikator-indikator yang dapat meningkatkan perekonomian. Bertambahnya jumlah wirausahawan akan meningkatkan ketereserapan tenaga kerja dan peningkatan kesejahteraan. Wirausahawan baru pada fase awal pertumbuhan perusahaan rentan akan kegagalan karena berbagai kekurangan, salahsatunya kekurangan kemampuan untuk melaksanakan penelitian, dan kekurangan ilmu pengetahuan untuk merancang dan mengembangkan strategi. Untuk itu dibutuhkan upaya dari perguruan tinggi melalui dosen untuk dapat membantu melakukan penelitian terhadap produk-produk inovasi pada wirausahawan baru. Dengan penelitian pasar awal akan diperoleh data preferensi konsumen dan dapat dijadikan acuan untuk penyesuaian, perbaikan, dan pengembangan produk. Selain itu analisa data tersebut dapat dijadikan dasar untuk merencanakan dan mengembangkan strategi pemasaran. IbiIDU *market-base research* dan *marketing strategy development* produk inovasi merupakan riset pasar awal yang dilakukan pada masing-masing produk inovasi, dan menghasilkan dokumen data dan analisa preferensi konsumen serta pengembangan strategi pemasaran yang objektif pada masing-masing produk inovasi. Kegiatan ini diharapkan dapat membantu wirausahawan baru dalam melalui fase awal pertumbuhan bisnisnya.

# BAB I. PENDAHULUAN

## 1.1. Analisis Situasi

Wirausahawan baru atau fase awal pertumbuhan perusahaan sangat rentan terhadap kegagalan. Kegagalan tersebut disebabkan antara lain karena kekurangan ilmu, kekurangan modal, kesulitan implementasi teknologi, kesalahan manajemen, dan minimnya pengalaman. Salahsatu kekurangan tersebut adalah kurangnya ilmu pengetahuan dan kemampuan untuk melaksanakan penelitian terhadap konsumen dan produk. Pemasaran modern adalah pemasaran yang berorientasi pada konsumen. Konsumen merupakan dasar utama dalam perencanaan dan pengembangan produk baru. Memahami selera dan kebutuhan konsumen dapat dilakukan dengan melakukan penelitian yang berorientasi pasar/konsumen.

Penelitian pasar awal merupakan prosedur ke-3 dari 8 prosedur pengembangan produk baru yang harus dilakukan oleh wirausahawan. Dengan pengujian awal, wirausahawan dapat mengantisipasi kerugian dan kegagalan di masa depan. Dengan melakukan penelitian awal berbasis pasar akan membantu wirausahaan melakukan penyesuaian pada produknya.

Penelitian pengujian pasar dan produk inovasi meliputi dimensi: *communicability and believability*, *need level*, *gap level*, *perceived value*, *purchase intention*, dan sasaran pemakaian. Melalui dimensi ini dapat ditemukan data yang dapat dijadikan dasar analisa untuk tahap selanjutnya dalam pengembangan produk baru. Dengan mengetahui preferensi konsumen dapat dijadikan dasar dalam pengembangan produk.

Tahap selanjutnya adalah *marketing strategy development*, prosedur ke-4 dari 8 prosedur pengembangan produk baru. Tahap ini merupakan turunan dari hasil analisa data pada tahap riset pasar/konsumen awal. Tahap ini akan menghasilkan dokumen strategi pemasaran yang dapat digunakan oleh wirausahawan sebagai dasar pembuatan keputusan dan pengembangan produk.

Dengan kegiatan *market-base research* dan *marketing strategy development* produk inovasi diharapkan dapat membantu wirausahawan dalam menyesuaikan produknya dengan pasar/konsumen dan menjalankan strategi pemasaran yang terencana dengan dasar penelitian. Diharapkan kegiatan ini dapat memaksimalkan keuntungan dan keberlanjutan kegiatan bisnis wirausahawan baru.

## 1.2. Urgensi Permasalahan Prioritas

Berdasarkan target kegiatan untuk meningkatkan kinerja inovasi Universitas Andalas, perlu diwujudkan melalui pelaksanaan kegiatan yang menjadi rekomendasi indikator dari Direktorat Sistem Inovasi-Ditjen Penguatan Inovasi pada kebijakan, sumberdaya, hasil inovasi, kelembagaan, dan jejaring yang merupakan *multiplier effect* dari kegiatan ini, meliputi:

- a. Kebijakan: kegiatan ini merupakan bentuk kebijakan institusi yang mendorong pengembangan inovasi melalui kegiatan pendampingan dan bantuan penelitian dan pengembangan strategi produk inovasi.
- b. Sumberdaya: kegiatan ini merupakan sarana pendukung start-up dan bisnis rintisan dalam mengetahui preferensi konsumen, kesiapan produk, dan pengembangan strategi bisnis. Sarana pendukung berbentuk bantuan pelaksanaan penelitian tentang produk bersangkutan.
- c. Hasil inovasi: kegiatan ini mendukung proyek kewirausahaan mahasiswa dengan bantuan penelitian dan pendampingan pengembangan strategi, dan bermuara pada peningkatan jumlah produk inovasi, pendapatan, dan return on investment (ROI)
- d. Kelembagaan: kegiatan ini mendukung pengembangan strategi pada start-up teknologi dan unit usaha berbasis wiraswasta.
- e. Jejaring: kegiatan ini membangun jejaring dengan masyarakat selaku calon konsumen yang dijadikan responden pada populasi penelitian ini.

## 1.3. Target dan Luaran

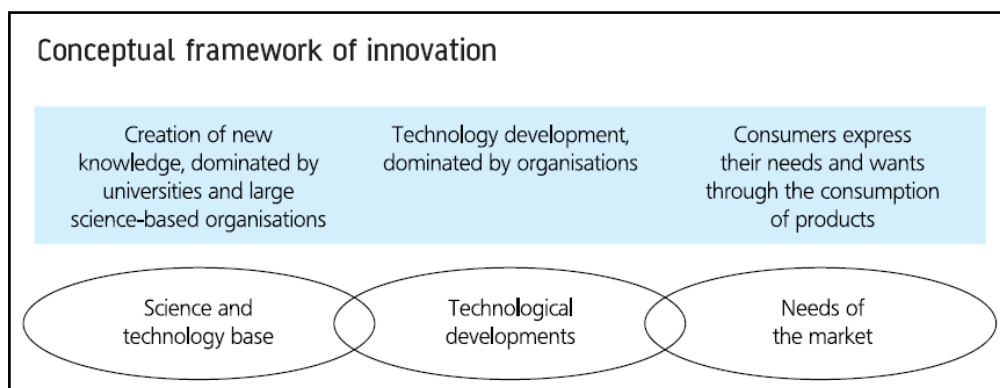
- a. Dokumen *market-base research* dan *marketing strategy development* bagi masing-masing produk inovasi (tenant inkubator)
- b. Publikasi pada jurnal pengabdian nasional
- c. Publikasi pada media massa

## BAB II. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1. Inovasi

Inovasi adalah pengelolaan seluruh aktifitas yang melibatkan proses pencarian ide, pengembangan teknologi, *manufacturing*, dan pemasaran sebuah produk atau proses yang baru atau yang ditingkatkan (Trout, 2005). Dalam perkembangannya kerangka inovasi dapat melibatkan ilmu pengetahuan, teknologi, dan kebutuhan pasar. Universitas Andalas melalui program IBIIDU berupaya mensinkronisasi temuan-temuan ilmiah dosen dengan menciptakan berbagai produk inovatif dan mempertemukannya dengan kebutuhan pasar serta komersialisasi.

*Innovation = theoretical conception + technical invention + commercial exploitation*



### 2.2. Pengembangan Produk Baru

Melalui kegiatan inkubasi bisnis pada inkubator bisnis teknologi (InBisTek) Universitas Andalas direncanakan akan diperoleh 5 tenant start-up teknologi dan 5 wirausaha baru/ proyek wirausaha mahasiswa. Produk pada tenant tersebut merupakan produk dan bisnis yang baru. Pengembangan produk baru dapat dilakukan melalui delapan tahap (Kotler dan Keller, 2016), yaitu:

- a. Penciptaan ide. Ide timbul dari berbagai hasil penelitian yang dilakukan di lingkungan Universitas Andalas
- b. Penyaringan ide. Berbagai ide tersebut dipilih sesuai dengan kebutuhan dan kriteria tertentu
- c. **Pengembangan konsep dan pengujian. Prototype produk diciptakan dan mulai dilakukan percobaan. *Market-base research* dan pengujian konsep meliputi *rapid prototyping*, *virtual reality*, *customer-driven engineering*, dan dimensi produk.**

**Dimensi produk inovasi meliputi:**

- 1) *Communicability dan believability*

- 2) *Need level*, tingkatan kebutuhan konsumen
- 3) *Gap level*, tingkatan kesenjangan pada kebutuhan konsumen
- 4) *Perceived value*, nilai yang diharapkan oleh konsumen
- 5) *Purchase intention*, minat membeli
- 6) Sasaran pemakai, periode, dan frekuensi

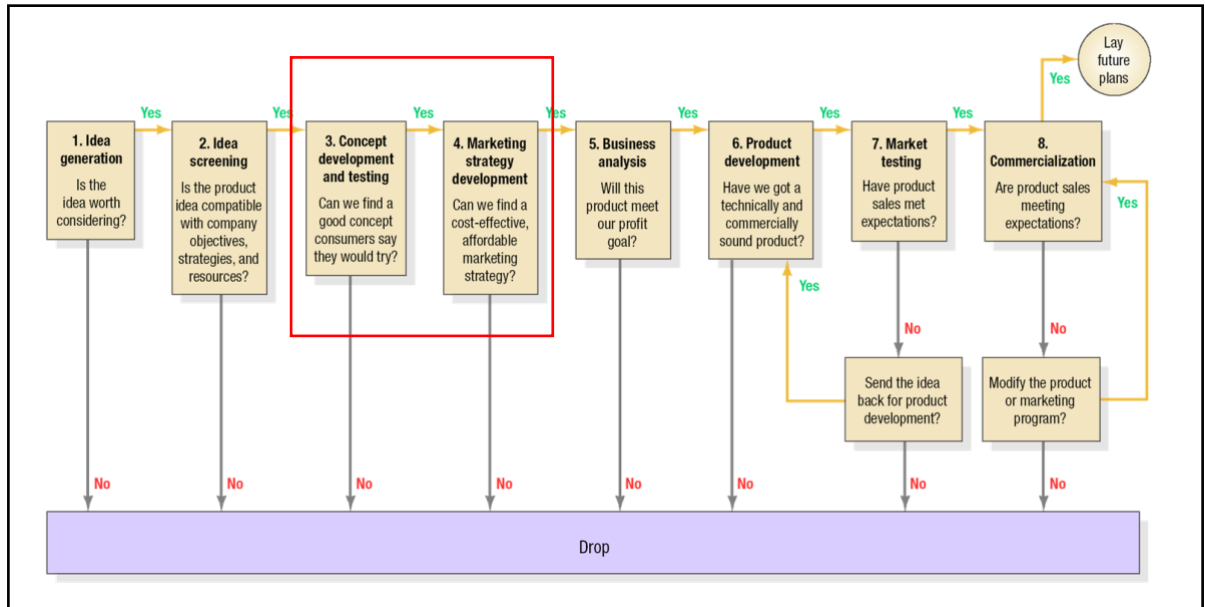
**d. Pengembangan strategi pemasaran. Idealnya bagian ini dilakukan dengan melibatkan ahli pemasaran di lingkungan Universitas Andalas, sehingga dapat dirancang strategi yang sesuai.**

- e. Analisis bisnis. Penghitungan berbagai aspek biaya dan peramalan permintaan untuk menakar keberlangsungan produk dengan melibatkan ahli keuangan di lingkungan Universitas Andalas.
- f. Pengembangan produk. Dalam proses ini dikembangkan produk dan strategi pemasaran untuk komersialisasi nantinya.
- g. Pengujian pasar/ riset pasar. Melakukan pengujian pada pasar ril atau pasar yang disimulasikan. Kegiatan ini dapat berupa:

- 1) Riset gelombang penjualan: menawarkan contoh produk gratis kepada konsumen
- 2) Uji tersimulasi: mensimulasi pemilihan produk, menilai dan mewawancara konsumen
- 3) Uji terkendali: menguji pada lingkungan nyata yang dikondisikan

Pada tahap ini inventor produk dihadapkan pada pilihan apakah akan melanjutkan ke tahap selanjutnya yaitu komersialisasi, atau perlu melakukan perbaikan dan kembali mundur ke tahap pengembangan produk. Dengan perbaikan diharapkan produk akan lebih siap untuk dikomersilkan.

- h. Komersialisasi. Memasarkan produk kepada konsumen. Dalam tahap komersialisasi nantinya riset pasar dan pengembangan produk dapat terus dilakukan demi memuhi kebutuhan konsumen.



Gambar 2. Alur Pengembangan Produk Baru (Kotler dan Keller, 2016)

Kegiatan IbiIDU ini merupakan kegiatan nomor 3 dan 4 pada bagan pengembangan produk baru di atas, *concept development and testing* melalui *market-base research* dan *marketing strategy development* pada produk inovasi tenant binaan inkubasi bisnis..



### BAB III. METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan kegiatan ini adalah wawancara, uji prototype/produk/sampel, kuesioner, survey, observasi. Ini dilakukan dengan menggunakan langkah-langkah sebagai berikut:

**Table 1. Metode Pelaksanaan Kegiatan**

No.	Metode Pelaksanaan	Kegiatan
1.	Wawancara/ <i>deep interview</i>	Wawancara dilakukan secara langsung dengan tatap muka dengan inventor produk yang telah dipilih yang merupakan tenant incubator (start-up teknologi dan wirausaha rintisan/proyek kewirausahaan mahasiswa)  Wawancara juga dilakukan secara langsung kepada calon konsumen di lokasi riset.
2.	Uji prototype/ produk/ sampel dan simulasi	Produk ditampilkan kepada konsumen berupa rapid prototyping/ prototype, virtual reality (produk start-up teknologi), dan customer driven engineering (rekayasa berdasarkan konsumen)
3.	Kuesioner	Kuesioner diberikan secara langsung yang berisi pertanyaan kepada calon konsumen (yang telah mencoba produk) mengenai dimensi produk inovasi: <i>communicability and believability, need level, gap level, perceived value, purchase intention</i> , dan sasaran pemakaian.
4.	Survey	Dilakukan lebih menyeluruh dengan sampel 100 calon konsumen perproduk sehingga dapat lebih mewakili demografi secara keseluruhan.
5.	Observasi	Melakukan pengamatan secara langsung kondisi yang ada di pasar.
6.	Input dan analisa data	Melakukan penginputan data hasil survey dan analisa, kegiatan ini menghasilkan dokumen hasil riset dan pengembangan strategi pemasaran pada masing-masing produk inovasi

## **BAB IV. KELAYAKAN PERGURUAN TINGGI**

Tri Dharma Perguruan Tinggi meliputi pendidikan, penelitian dan pengabdian kepada masyarakat. Untuk memwadahi kegiatan penelitian dan pengabdian kepada masyarakat Universitas Andalas, dibentuk institusi Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM). Lembaga ini merupakan penggabungan dari dua lembaga yang sebelumnya terpisah, yakni Lembaga Penelitian (LP) dan Lembaga Pengabdian kepada Masyarakat (LPM). Dimana Universitas Andalas berada pada peringkat no 11 secara nasional untuk perguruan tinggi se Indonesia dan peringkat riset perguruan tinggi no 4 se Indonesia.

LPPM Universitas Andalas merupakan institusi organik yang bertugas mengelolah seluruh kegiatan penelitian dan pengabdian kepada masyarakat, baik yang bersifat intra universitas maupun ekstra universitas (regional, nasional, dan internasional). LPPM Universitas Andalas memfasilitasi segala bentuk kegiatan kerjasama penelitian dan pengabdian kepada masyarakat, baik antar bidang ilmu maupun antar lembaga. Lembaga ini juga merupakan wadah bagi pembentukan berbagai pusat studi dan pusat kegiatan di lingkungan Universitas Andalas. Disamping itu, LPPM Universitas Andalas juga memfasilitasi berbagai pelatihan, workshop, dan pembekalan keilmuan dan praktik pengabdian. LPPM Universitas Andalas mengemban tugas sebagai institusi yang bertanggung jawab terhadap peningkatan kuantitas dan kualitas penelitian civitas akademika Universitas Andalas yang muaranya adalah produk IPTEKS-SOSBUD (Ilmu, teknologi, seni, budaya dan social) dan pendharmabaktiaanya kepada masyarakat demi kejayaan bangsa.

LPPM Universitas Andalas memiliki visi yaitu Mempertahankan Universitas Andalas sebagai perguruan tinggi berkluster mandiri di bidang penelitian dan pengabdian kepada masyarakat. Dengan misi, mengembangkan ilmu pengetahuan, teknologi, seni, social dan budaya (IPTEK-SOSBUD) yang menjunjung tinggi harkat dan martabat kemanusiaan dan mendharmabaktikan ilmu pengetahuan, teknologi, seni, social dan budaya (IPTEK-SOSBUD) demi kejayaan bangsa. LPPM Universitas Andalas memiliki tujuan, yaitu melakukan penguatan kelembagaan bidang penelitian dan pengabdian kepada masyarakat, melakukan penguatan sumberdaya, melakukan penguatan sumberdaya manusia penelitian dan pengabdian kepada masyarakat, serta meningkatkan kualitas dan kuantitas output penelitian dan pengabdian kepada masyarakat.

LPPM Universitas Andalas, disamping mengembangkan penelitian dan pengabdian kepada masyarakat juga mulai berkembang ketahap 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.

## BAB V. ANGGARAN BIAYA

### 5.1. Rincian Biaya

No.	Keterangan	Jumlah (Rp)
1	Biaya riset dan analisa data	12,750,000
3	Bahan habis pakai	1,720,000
4	Seminar atau publikasi	300,000
	Jumlah	<b>15,020,000</b>

*Terbilang: Lima Belas Juta Rupiah*

### 5.2. Justifikasi Anggaran

#### A. Biaya Riset

No.	Keterangan	Jumlah	Biaya (Rp)	Total (Rp)
1	Biaya survei I	200 responden	8,000	1,600,000
2	Biaya survei II	500 responden	8,000	4,000,000
3	Biaya deep interview	6 kegiatan	50,000	300,000
4	Biaya pembantu lapangan	2 orang x 10 hari	80,000	1,600,000
5	Biaya pengolahan data	8 penelitian	750,000	6,000,000
	Jumlah			13,000,000

#### B. Bahan Habis Pakai

No.	Keterangan	Jumlah	Biaya (Rp)	Total (Rp)
1	Penggandaan kuesioner	1000	200	200,000
2	Souvenir Responden	500	2,000	1,000,000
3	Penggandaan laporan akhir	8	20,000	160,000
4	Print bahan-bahan	400	900	360,000
	Jumlah bahan habis pakai			1,720,000

#### C. Seminar atau Publikasi

No.	Keterangan	Jumlah	Biaya (Rp)	Total (Rp)
1	Konferensi Nasional KN-KHRB V Tahun 2019	1	0	0
2	Publikasi di jurnal pengabdian nasional	1	0	0
3	Publikasi media cetak nasional "Harian Padang Ekspres"	1	300,000	300,000



## Daftar Pustaka

- Griffin, R.W. and Pustay, M.W. 2014, *International Business: A Managerial Perspective 8th edition*. Pearson
- Kartajaya, H. 2011. *Hermawan Kartajaya on Marketing*, Gramedia, Jakarta
- Kotler, P. and Keler, K.L. 2016, *Marketing Management 15th edition*. Pearson Prentice Hall, New Jersey
- Kotler, P and Armstrong, G. 2018, *Principles of Marketing, 17th edition*, International Edition, Prentice Hall, New Jersey
- Kotler, P. and Armstrong, G. 2003, *Marketing, An Introduction 6th edition*, Prentice Hall
- Maholtra, N. and Birks, D. 2007, *Marketing Research: An Applied Orientation 3rd edition*, Pearson Education
- Schiffman, L. and Kanuk, L. 2015, *Consumer Behavior 11th edition*, Global Edition. Pearson
- Trout, P. 2005, *Innovation Management and New Product Development*, Pearson Education Limited

## Lampiran I. Biodata

### Personal Information

1.	NamaLengkap	Donard Games, SE, MBus (Advanced), PhD
2.	Place/Date of Birth	Batusangkar/12 November 1980
3.	Home address	Jl. Jendral A. Yani No 11A Padang Sumbar 25112
4.	Mobile Phone	+6281380739759
5	e-mail	<a href="mailto:donardgames@eb.unand.ac.id">donardgames@eb.unand.ac.id</a>

**Research Interest:** Entrepreneurship, Business Innovation, Small and Medium Enterprises, Business Start-up

### Work Experience

Dates: 2005-present

Occupation/position held: Lecturer in the Department of Management, Faculty of Economics, UniversitasAndalas, West Sumatra, Indonesia/ The Head of Management Study Program 2016present/The Head of Business Incubation in Universitas Andalas 2018-2019, The Head of Andalas Economic Development Centre 2019-2020.

Name and address of employer: Universitas Andalas, Kampus Unand Limau Manis, Padang, West Sumatra, 25163.

### Education

No	The Level of Education	Nama Lembaga Pendidikan	Kota/Negara	Bidang Keahlian	Graduation
1.	Bachelor degree	UniversitasAndalas	Padang/ Indonesia	Management	2004
2.	Master degree	The University of Queensland	Brisbane/ Australia	Business	2009
3.	Doctoral degree	The University of Western Australia	Perth/ Australia	Entrepreneurship and Innovation	2015

### Selected Seminar/Workshop/Training

No	Judul Kegiatan	Year	The role	place
1.	Training of Trainer (ToT) Entrepreneurship modulModul	2010, 2017	Participant	Palembang, Padang
2.	A livelihood assessment post West Sumatra's earthquake, Indonesia.	2010	The head of researchers	Padang
	One day discussion about entrepreneurship and marketing with micro and small business in West Sumatra who got funding from PT Semen Padang	2010	Presenter	Padang
3.	Top of Management Team and Innovation in Higher Education Institution. Presented in Forum Manajemen Indonesia, 2 November 2010	2010	Speaker	Surabaya
4.	Teaching for Tutor (Casual Lecturer) di UWA Business school	2013	Participant	Perth, Australia
8	Fourth Western Australia Indonesia Forum (WAIF) in Woolnough Lecture Theatre, UWA.	2013	Presenter	Perth, Australia
9	Fourth Global Islamic Marketing Conference	2013	Presenter	Istanbul, Turkey
10	Australia New Zealand Marketing Conference (ANZMAC)	2013	Pembicara	Auckland, New Zealand
11	Australia New Zealand Marketing Conference (ANZMAC), Doctoral Colloquium	2013	Presenter	Auckland, New Zealand
12	Fifth Global Islamic Marketing Conference	2014	Presenter	Kualalumpur, Malaysia
13	Simposium Antara bangsa Muafakat Minang	2014	Presenter	Port Dickson, Malaysia.
14	International Conference on Business and Economics	2017, 2019	Presenter	Convention Hall, UniversitasAndalas
15	National Seminar in Business Cluster	2018, 2019	Presenter	Convention Hall, UniversitasAndalas

### Publication

No.	Title	Journal	Year
1	MenujuKebangkitanKewirausahaan di Sumatera Barat ( <i>Minangkabau Entrepreneurship</i> ).	Book/Andalas University Press: Padang	2011



2	Entrepreneurship, Values and Muslim Values: Some Insights from Minangkabau Entrepreneurs	International Journal of Social Entrepreneurship and Innovation, Vol 2, No. 4, pp. 361-373	2013
3	Perubahan Sosial dan Tantangan Pbisnis di Indonesia	Meneropong Pembangunan Ekonomi Indonesia., Handayanto & Budiarto (eds). Book chapter FBE-UBAYA and FORDES ISEI	2014
4	Generasi Baru Kewirausahaan Indonesia: Bercermin dari Kewirausahaan Minangkabau	Generasi Baru Kewirausahaan Indonesia: Bercermin dari Kewirausahaan Minangkabau/Erka Publishing: Padang	2017
5	Creatorism (book chapter)	Strategi Inovasi di Tengah Keterbatasan Innovation Climate/ Tourism Centre Unand	2017
6	Manifesto Kewirausahaan Indonesia	Manifesto Kewirausahaan Indonesia/Gre Publishing	2018
7	Strategi Inkubasi Bisnis suatu Startup Digital di Sumatera Barat: Model Pengembangan PASABARU	D Games, DK Sari	2018
8	Can SME benefit from SME innovation?	Academic Entrepreneurship Journal	2019
9	The Effects of Knowledge Management and Risk Taking on Innovation Outcomes	Journal of Global Entrepreneurship Research	2019
10	SME internal Capabilities	Andalas Management	2019

**Research Grant (for the last five years)**

No.	The title of the research	The amount of the money	Funding sources	Year
-----	---------------------------	-------------------------	-----------------	------

1	Earthquake and Minangkabau entrepreneurship	Rp 30.000.000	Fakulty of Economics Unand	2019
2	Minangkabau values and SME innovation	Rp 30.000.000	Fakulty of Economics Unand	2018
3	Transformasi UKM melalui Innovation Outcomes	Rp 30.000.000,-	Fakulty of Economics Unand	2017
4	The Dynamics of Minangkabau Family Entrepreneurship	Rp 10.000.000,-	Fakulty of Economics Unand	2016
5	An Examination of SME Innovation	Rp 200.000.000,-	RISTEKDIKTI	2014

### Organisation

No.	Organisation	Period	Position in organisation
1	Creative Industry Committee-Padang	2019-2021	Chairman
2	Andalas Economic Developemnt Centre	2019-2020	Chairman
3	BusinessIncubator-UnaiversitasAndalas	2016 present	Director
4	Management Department, Universitas Andalas	2017 present	The Head of Management Department

### Achievement

No	Achievement	Dates	The scope of the achievement
1	The Best Lecurer of Unand in 2017	2017	Universitas Andalas
2	Awarded The best paper in SimposiumAntarabangsaMuafakatMinangPort Dickson, Malaysia.	26-27 April 2014.	International
3	Awarded The first best student paper in Global Islamic Marketing Conference in Istanbul, Turkey	29-30 May 2013	International