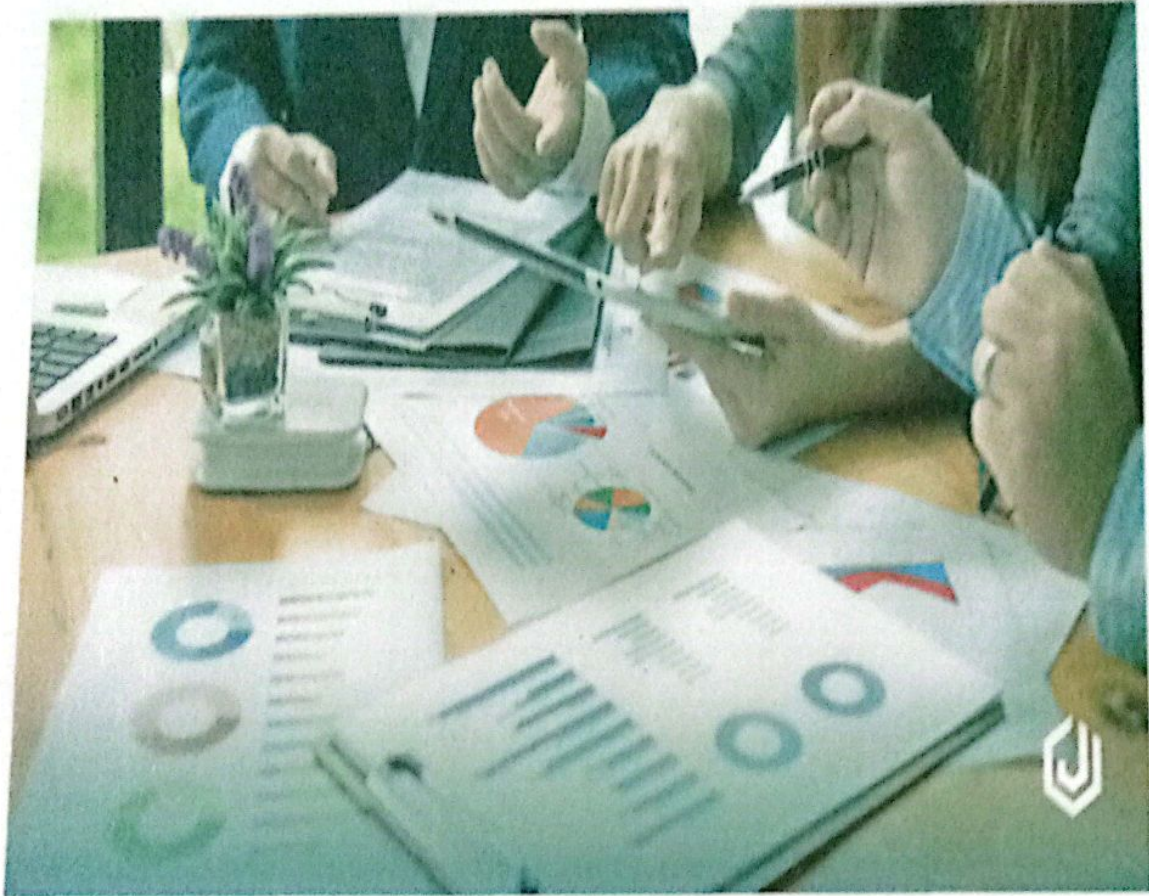


INKUBATOR BISNIS DIGITAL

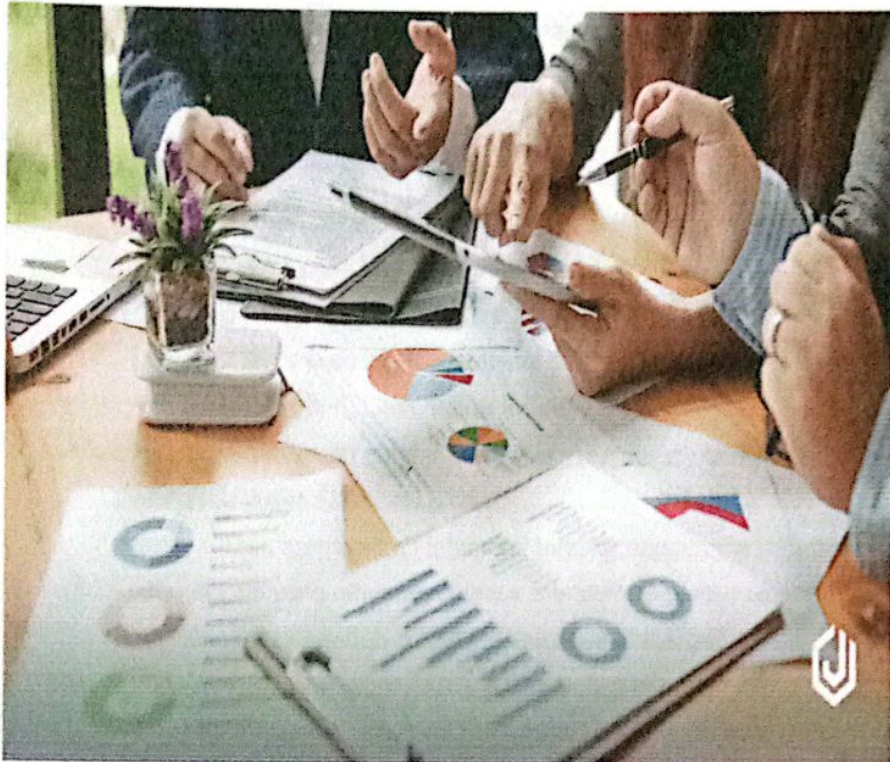


DISUSUN OLEH:

**SADELI
HASTHO JOKO NUR UTOMO
MUHAMMAD FATHI RAUF**

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
YOGYAKARTA
2019**

INKUBATOR BISNIS DIGITAL



DISUSUN OLEH:

SADELI
HASTHO JOKO NUR UTOMO
MUHAMMAD FATHI RAUF

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
YOGYAKARTA
2019

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur senantiasa kita panjatkan bagi Allah SWT, pemilik alam semesta dan sumber dari segala sumber ilmu yang telah melimpahkan rahmat dan taufiq hidayah-NYA sehingga penulis bisa menyelesaikan buku yang berjudul Inkubator bisnis digital.

Buku ini dimulai dengan membahas arti pentingnya bisnis digital di era industri 4.0 ini. Kemajuan teknologi mendorong munculnya peluang-peluang bisnis baru, satu diantaranya munculnya *start up-start up* yang berbasis digital. Namun permasalahan yang muncul ternyata banyak *start up* yang tidak mampu bertahan dan berkembang. Oleh sebab itu perlu ada pendampingan bagi *start up* tersebut untuk dilakukan pembinaan sehingga menjadi *start up* yang mandiri dan berkembang melalui inkubasi bisnis.

Buku ini akan memberikan informasi tentang bagaimana inkubator bisnis digital dan apa saja yang dibutuhkan untuk mendampingi *start up-start up* untuk bisa berkembang dan tumbuh mandiri. Kurikulum untuk pendampingan dalam inkubator bisnis digital coba untuk dikenalkan dalam bahasan ini.

Tim Penulis menyadari bahwa buku ini jauh dari sempurna, oleh sebab itu kritik dan saran yang bersifat konstruktif dari pembaca sangat diharapkan. Penulis berharap buku ini memberikan sumbangsih bagi berkembangnya bisnis digital di Indonesia..

Yogyakarta, 4 November 2019

Tim Penyusun

DAFTAR ISI

	Hal.	
BAB I	PENDAHULUAN	1
BAB II	MENGENAL INKUBATOR BISNIS	4
BAB III	MODEL-MODEL INKUBATOR BISNIS	12
BAB IV	PEMBENTUKAN INKUBASI	25
BAB V	PRA INKUBASI	32
BAB VI	PENERIMAAN TENANT	37
BAB VII	KURIKULUM INKUBATOR	39
BAB VIII	INDIKATOR KEBERHASILAN INKUBATOR	42
BAB IX	PENUTUP	43

Ringkasan

Dunia kini memasuki era revolusi industri 4.0, yakni menekankan pada pola *digital economy*, *artificial intelligence*, *big data*, *robotic*, atau dikenal dengan fenomena *disruptive innovation*. Berkaitan dengan dampak revolusi industri 4.0 pada dunia pendidikan, pengelola harus memiliki *competence for technological commercialization*, yaitu punya kompetensi membawa grup dan mahasiswa pada komersialisasi dengan dukungan teknologi atas hasil inovasi dan penelitian. Universitas sebagai wadah menimba ilmu mahasiswa harus dapat membangun iklim yang kondusif untuk tumbuh dan berkembangnya industri-industri kreatif di kalangan mahasiswa.

Program inkubator bisnis berbasis digital di tingkat universitas dapat meningkatkan inovasi, kemampuan berwirausaha, serta menyiapkan mahasiswa yang tangguh akan disrupsi. Program inkubator bisnis berbasis digital di tingkat universitas ini berperan sangat penting karena startup berbasis teknologi sangat rentan terhadap kegagalan atau kebangkrutan pada fase awal yang disebabkan oleh berbagai faktor; seperti kesulitan dalam implementasi teknologi, manajemen bisnis yang kurang baik, kekurangan modal, minimnya *network* terhadap *market*, dsb. Oleh karena itu, model inkubator bisnis harus dibuat dengan mempertimbangkan aspek-aspek pasar, teknologi, manajemen bisnis serta hadir dengan menyediakan fasilitas inkubasi bisnis seperti; Pendampingan, Bimbingan Pelatihan, Fasilitas Pengembangan Produk, Tempat untuk berkolaborasi (*co-working space*), Pemberian akses permodalan dan Proses hak kekayaan intelektual yang akhirnya dapat meningkatkan daya saing produk dan usaha mereka di pasar sehingga kegagalan startup bisnis dapat diminimalkan.

BAB I PENDAHULUAN

1. Latar Belakang

Dunia kini memasuki era revolusi industri 4.0, yakni menekankan pada pola *digital economy*, *artificial intelligence*, *big data*, *robotic*, atau dikenal dengan fenomena *disruptive innovation*. Berkaitan dengan dampak revolusi industri 4,0 pada dunia pendidikan, pengelola harus memiliki *competence for technological commercialization*, yaitu punya kompetensi membawa grup dan mahasiswa pada komersialisasi dengan dukungan teknologi atas hasil inovasi dan penelitian. Perubahan dalam bidang sumberdaya sangat penting, meliputi pengembangan kapasitas dosen dan tutor dalam pembelajaran daring. Dosen ini perannya juga sebagai tutor. Dari sisi pembelajaran di era ini dikembangkan infrastruktur MOOC (*Massive Open Online Course*), *teaching industry*, dan *e-library*.

Selain itu, model bisnis pada era revolusi industri 4,0 juga mengalami perubahan. Karakter para pelaku bisnis pada era Revolusi Industri 4.0 antara lain inovasi tanpa akhir. Perusahaan - perusahaan pada era ini tidak pernah puas dengan hasil yang dicapainya sehingga berupaya secara terus menerus melakukan inovasi. Perusahaan pada era ini secara kontinyu mengundang masyarakat untuk menyalurkan ide-ide inovasinya melalui kompetisi inovasi atau dengan menyediakan ruang kerja bersama (*co-working space*) untuk memantau talenta-talenta baru dari perusahaan- perusahaan rintisan (*startup company*) yang dapat dibesarkan sehingga bisnis perusahaan bisa menggurita dan terus berkembang. Tak berhenti sampai pencarian ide, tapi perusahaan menciptakan ekosistem untuk para

startup sehingga ide-ide tersebut diinkubasi dan akselerasi sehingga memiliki model bisnis yang mampu menawarkan nilai tambah (*value added*) bagi para investornya.

Dengan masuk ke masa revolusi industri 4.0, pengetahuan dan penguasaan akan ilmu pengetahuan dan teknologi sangat diperlukan untuk menunjang penciptaan inovasi. Negara-negara maju yang memiliki SDA minimum, mereka dapat mengoptimalkan inovasi teknologi untuk memafaatkan sumber daya yang dimiliki secara efektif dan efisien. Hal ini berakibat dengan meningkatnya pertumbuhan ekonomi.

Indonesia di era perekonomian yang akan datang tidak mungkin hanya mengandalkan sektor industri konvensional. Hal ini terbukti di negara lain bahwa perusahaan-perusahaan berbasis teknologi menjadi salah satu motor penggerak utama pembangunan.

Universitas sebagai wadah menimba ilmu mahasiswa harus dapat membangun iklim yang kondusif untuk tumbuh dan berkembangnya industri-industri kreatif di kalangan mahasiswa.

Program inkubator bisnis berbasis digital di tingkat universitas dapat meningkatkan inovasi, kemampuan berwirausaha, serta menyiapkan mahasiswa yang tangguh akan disrupsi.

Program inkubator bisnis berbasis digital di tingkat universitas ini berperan sangat penting karena startup berbasis teknologi sangat rentan terhadap kegagalan atau kebangkrutan pada fase awal yang disebabkan oleh berbagai faktor; seperti kesulitan dalam implementasi teknologi, manajemen bisnis yang kurang

baik, kekurangan modal, minimnya *network* terhadap *market*, dsb. Oleh karena itu, inkubator bisnis hadir dengan menyediakan fasilitas inkubasi bisnis seperti; Pendampingan, Bimbingan Pelatihan, Fasilitas Pengembangan Produk, Tempat untuk berkolaborasi (*co-working space*), Pemberian akses permodalan dan Proses hak kekayaan intelektual yang akhirnya dapat meningkatkan daya saing produk dan usaha mereka di pasar.

BAB II

INKUBATOR BISNIS

2.1 Pengertian Inkubasi Bisnis

Inkubator bisnis digital mempunyai peran yang strategis bagi perusahaan pemula yang belum mempunyai pengalaman riil dibidang bisnis. Minimnya pengalaman, keterbatasan modal, sumber daya yang dimiliki, manajemen bisnis yang belum teruji menyebabkan. Oleh karena itu perlu ada pendampingan bagi perusahaan pemula, melalui proses inkubasi yang diberikan oleh incubator. Proses inkubasi akan memberikan bimbingan serta pelatihan dari berbagai aspek yang dibutuhkan dalam menjalankan bisnis. Perlu dipahami bahwa inkubator merupakan suatu wadah untuk membantu pemula untuk bisa mandiri dan berkembang. Lembaga incubator sendiri bertujuan untuk mendorong komersialisasi hasil inovasi teknologi dalam negeri serta menumbuhkembangkan perusahaan pemula berbasis teknologi sehingga diharapkan akan mendorong munculnya perusahaan-perusahaan digital yang tumbuh yang *profitable* serta berkelanjutan dan akhirnya mampu bermanfaat untuk kepentingan masyarakat.

Beberapa pengertian dari incubator bisnis diantaranya dari *USA National Business Incubation Association* mendefinisikan inkubator bisnis sebagai berikut:

“A business incubator is an economic development tool designed to accelerate the growth and success of entrepreneurial companies through an array of business support resources and services. A business incubator’s main goal is to produce successful firms that will leave the program financially viable and freestanding”.

Inkubator Bisnis menurut Harley (2010:4) dapat diartikan sebagai sebuah organisasi yang meng sistemasi proses untuk membantu menumbuhkan dan mengembangkan perusahaan yang baru yang diajukan oleh peserta/*tenant* dengan memberikan berbagai macam layanan komperhensif dan terpadu, yaitu:

- a. *Incubator space*, dapat berupa kantor, manufaktur, laboratorium, atau penjualan yang tersedia secara fleksibel, terjangkau dan bersifat sementara.
- b. *Common space*, fasilitas yang diberikan kepada *tenant* seperti ruang pertemuan, lobi resepsi, dan kantin.
- c. *Common Services*, seperti dukungan kesekretariatan dan penggunaan peralatan kantor secara bersama-sama.
- d. *Hands-on Counseling*, bantuan konseling secara intens dan akses bantuan khusus.
- e. Bantuan dalam mencari dan memperoleh pembiayaan bisnis atau bahkan menyediakan beberapa tingkat pembiayaan untuk klien.

Inkubasi Bisnis merupakan tuntutan dari ekonomi global yang terjadi karena adanya perubahan yang cepat dan signifikan di bidang teknologi, telekomunikasi, dan digitalisasi, adanya deregulasi dan globalisasi. Perubahan tersebut memaksa adanya perubahan pada setiap pelakunya mulai dari skala negara, perusahaan/organisasi, dan individu. Inkubasi Bisnis adalah proses pembinaan bagi usaha kecil dan atau pengembangan produk baru yang dilakukan oleh inkubator bisnis dalam hal penyediaan sarana dan prasarana usaha, pengembangan usaha dan dukungan manajemen serta teknologi.

Sedangkan inkubator bisnis adalah lembaga yang bergerak dalam bidang penyediaan fasilitas dan pengembangan usaha, baik manajemen maupun teknologi bagi usaha kecil dan menengah untuk meningkatkan dan mengembangkan kegiatan usahanya dan atau pengembangan produk baru agar dapat berkembang menjadi wirausaha yang tangguh dan atau produk baru yang berdaya saing dalam jangka waktu tertentu (Juknis Tentang Pengembangan Kewirausahaan Nomor 81.3/Kep/M KUKM /VIII/2002)

Secara sistemik, inkubasi bisnis merupakan suatu wahana transformasi pembentukan sumberdaya manusia yang tidak atau kurang kreatif dan produktif menjadi sumberdaya manusia yang memiliki motivasi wirausaha secara kreatif, inovatif, produktif dan kooperatif sebagai langkah awal dari penciptaan wirausaha yang memiliki keunggulan kompetitif dan komparatif serta memiliki visi dan misi kedepan yang jelas. Inkubasi bisnis memiliki cakupan komunitas yang saling berintegrasi dalam operasi dan aktivitas, yaitu: wirausahawan, perguruan tinggi, lembaga pembiayaan, konsultan bisnis, penasihat hukum bisnis (*business legal counsel*), swasta, BUMN/BUMD, pemerintah melalui instansi-instansi teknis terkait, dan lembaga swadaya masyarakat.

Pola penciptaan *new entrepreneur* dan pembinaan usaha kecil, menengah dan koperasi melalui inkubasi bisnis dilakukan dengan 2 cara, yaitu pembinaan di bawah satu atap (*in-wall*) dan secara pembinaan di luar atap (*out-wall*). Selanjutnya, kedua pola tersebut disebut sebagai model penciptaan dan pembinaan inkubasi bisnis.

Model yang pertama bersifat klasikal, yaitu kegiatan pelatihan, pemagangan, sampai dengan perintisan usaha produktif dilakukan di dalam satu unit gedung. Setiap peserta/anggota (*tenant*) melakukan aktivitasnya di dalam ruangan masing-masing yang telah disediakan inkubator.

Sementara, pada model inkubasi yang kedua, kegiatan/aktivitas usaha ekonomi produktif tidak dilakukan dalam satu atap, melainkan secara terpecah di luar pusat manajemen inkubator. Hal tersebut dimungkinkan karena pada model kedua ini wujud dan kegiatan usaha sudah berjalan, inkubator bisnis berfungsi sebagai konsultan, pendamping, dan pembina kegiatan usaha. Sehingga, pada model yang kedua ini lebih cenderung menyerupai jaringan kerja (*business networking*).

Inkubator bisnis pada dasarnya adalah suatu organisasi yang menyediakan infrastruktur serta pelayanan untuk meningkatkan nilai suatu usaha. (Bank Indonesia, 2006)

Menurut Franz Dietrich (2010) Inkubator bisnis adalah suatu organisasi yang mensistematisasi suatu proses untuk membantu pertumbuhan dan suksesnya wirausahawan baru dengan memberikan pelayanan yang komprehensif dan terintegrasi, yaitu:

- a. Ruang inkubasi, fasilitas berupa kantor, manufaktur, dan laboratorium yang tersedia secara fleksibel mudah, fleksibel, dan sementara.
- b. *Common Space*, fasilitas ruang umum kepada tenant seperti kantin, lobi, dan ruang pertemuan

- c. *Common services*, fasilitas berupa dukungan pelayanan umum seperti peralatan kantor
- d. *Hands-on Counseling*, bantuan konseling secara intens dan khusus
- e. Bantuan dalam mencari pembiayaan untuk *tenant*.

Pola penciptaan wirausahawan baru serta pembinaan wirausahawan melalui inkubasi bisnis dilakukan dengan cara pembinaan di bawah satu atap (*in-wall*) dan secara pembinaan di luar atap (*out-wall*). Selanjutnya, kedua pola tersebut disebut sebagai model penciptaan dan pembinaan inkubasi bisnis. Model yang pertama bersifat klasikal, yaitu kegiatan pelatihan, pembuatan produk, maupun kolaborasi antar *tenant* dilakukan di dalam satu unit gedung

Sementara, pada model inkubasi yang kedua, kegiatan tidak dilakukan dalam satu atap, melainkan di luar pusat manajemen inkubator. Model ini diimplementasikan kepada bisnis yang sudah berjalan. Hal ini dapat dilakukan karena inkubator bisnis berjalan sebagai konsultan dan pendamping *tenant*. Kegiatan yang dilakukan berupa memberikan akses mentor dari pihak luar maupun pendanaan kepada *tenant*.

Jenis inkubator dapat ditemui dengan beragam nama, seperti: Inkubator bisnis, *business park*, *business hub*, *technology centre* dsb. Namun, pada prinsipnya aktivitas yang dilakukan sama, yaitu proses inkubasi bisnis. Menurut inkubator bisnis dapat dibagi dalam beberapa jenis:

- a. *Public sponsored*: merupakan inkubator yang didukung oleh pemerintah untuk meningkatkan lapangan pekerjaan.

- b. *University-related*: merupakan inkubator yang mengkomersilkan hasil riset yang layak serta meningkatkan wirausahawan baru dari lingkungan universitas.
- c. *Non-profit sponsored*: merupakan inkubaator yang didukung dari satu ataupun beberapa komunitas non-profit dengan tujuan non-profit.
- d. *Privately sponsored*: merupakan inkubator yang didukung oleh perusahaan swasta dengan tujuan profit. Inkubator ini dinilai yang paling sukses diantara jenis lainnya.

Mengenal Startup

Startup merupakan organisasi yang berdedikasi untuk membuat sesuatu yang baru dibawah kondisi ketidakpastian (Ries, 2011). *Startup* merupakan organisasi sementara yang dibentuk untuk mencari bisnis model berulang-ulang dan dapat diperbesar. (Steve Blank, 2014). Terdapat 3 tahap pada startup: 1) *problem-solution fit*, 2) *product-market fit*, dan 3) *scale* (Maurya, 2012). Tahap pertama adalah menentukan masalah yang layak untuk diselesaikan sebelum menginvestasikan lebih banyak waktu untuk membangun solusi dari masalah tersebut. Selanjutnya adalah mencapai *product-market fit*, pada fase ini *startup* perlu memastikan produknya lebih diterima oleh pasar yang lebih luas. Pada tahap *scale*, *startup* akan lebih fokus memastikan model bisnis tepat dengan pasar internasional.

Pemikiran lainnya tentang tahap startup adalah berorientasi pertumbuhan yang menekankan tahap awal, tahap pertumbuhan, dan tahap lanjutan. Untuk

memahaminya lebih baik berkaitan proses setiap tahap pertumbuhan, terdapat beberapa dimensi: dimensi organisasi, produk, pasar, serta pendanaan. (Tech, 2014)

- ❖ Dimensi organisasi. Eksistensi, bertahan hidup, sukses, model bisnis berbeda pada tahap awal organisasi. Diikuti dengan perencanaan strategis dan proses pembentukan perusahaan pada tahap pertumbuhan organisasi. *Merger*, akuisisi, dan *initial public offering* pada tahap lanjut.
- ❖ Dimensi produk. Pada tahap awal, konsep dari produk sedang dibuat, *prototyping*, *pivot*, percobaan fitur utama serta mencapai *minimum viable product*. Pada tahap pertumbuhan, pengembangan kapabilitas produksi dan perbaikan. Pada tahap lanjut terjadi diversifikasi produk.
- ❖ Dimensi pasar. Pada tahap awal terjadi pencarian pasar, kalibrasi pasar, berkembangnya pasar pengguna awal, dan pembentukan kebutuhan. Pada tahap pertumbuhan terjadi penetrasi pasar dan pemasaran masal. Tahap lanjut ditandai diversifikasi dan internasionalisasi pasar.
- ❖ Dimensi pendanaan. Pada tahap awal, dikenal sebagai tahap semai (*seed*). Pada tahap pertumbuhan dikenal sebagai *series* dan pada tahap lanjut dikenal sebagai *initial public offering* dan *exit* (bisa berupa akuisisi)

Tabel 1. Tahap Pengembangan Start up Bisnis

	Tahap Awal			Tahap Pertumbuhan	Tahap Lanjut
Organisasi	Eksistensi	Bertahan hidup	Model Bisnis Sukses	Perencanaan strategi, Proses pem	Merger, Akusisi, IPO
Produk	Konsep	<i>Prototyping, pivoting, test fitur utama</i>	<i>Minimum Viable Product</i>	Pengembangan kapabilitas produksi dan perbaikan.	Diversifikasi
Pasar	Pencarian	Kalibrasi pasar	Konsumen awal, pembentukan kebutuhan	Penetrasi, pemasaran masal	Diversifikasi, Internasionalisasi
Pendanaan	<i>Seed</i>			Series	IPO, <i>exit</i>

BAB III MODEL-MODEL INKUBATOR BISNIS

1.1. Jenis Inkubator Bisnis

Dari sisi istilah lembaga yang melakukan proses inkubasi ternyata ditemukan nama yang berbeda, diantaranya: Inkubator Bisnis, *Science Park*, *Technology Innovation Centre* dan lainnya. Namun pada prinsipnya aktivitas yang dilakukan memiliki proses yang serupa yaitu proses inkubasi bisnis. Inkubator Bisnis dapat dibagi dalam beberapa tipe (*campbell*) yaitu :

a. *Industrial incubator*

Inkubator yang didukung pemerintah dan lembaga *non-profit*. Tujuannya penciptaan lapangan kerja biasanya untuk mengatasi tingkat pengangguran.

b. *Univeristy-related incubator*

Inkubator yang bertujuan untuk melakukan komersialisasi sains, teknologi dan HAKI dari hasil penelitian. Inkubator perguruan tinggi menawarkan perusahaan pemula untuk memperoleh layanan laboratorium, komputer, perpustakaan dan jasa kepakaran perguruan tinggi. Inkubator ini didukung langsung oleh perguruan tinggi dan bekerjasama dengan pihak- pihak lain yang memiliki perhatian;

c. *For-profit property development incubators*

Inkubator yang menyediakan perkantoran, tempat produksi, dan fasilitas jasa secara bersama-sama. Beberapa fasilitas kantor yang mendukung citra perusahaan digunakan bersama dan inkubator menarik biaya sewa dari penggunaan fasilitas tersebut;

d. For-profit investment incubator

Menyerupai perusahaan modal ventura dan *business angel*, yang menempati kantor yang sama dengan *tenant* (perusahaan) yang dibiayainya. Inkubator ini memiliki perhatian yang lebih terhadap portofolio *tenant*.

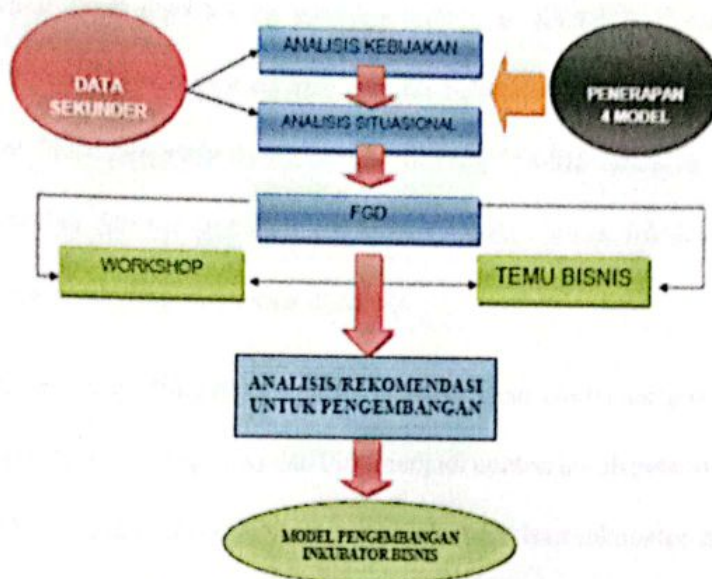
e. Corporate Venture incubator

Inkubator ini merupakan model inkubator yang paling sukses dan tercepat perkembangannya. Perusahaan yang sudah mapan mendirikan inkubator untuk mengambil alih perusahaan kecil dan memberikan suntikan dana dan keahlian bahkan pasar.

Setiap Inkubator Bisnis harus memiliki kemampuan dalam perencanaan strategis bagi perusahaan pemula dan memiliki koneksi dengan sumber daya ekonomi dan komunitas bisnis yang berhubungan dengan informasi dan konsultasi bisnis. Konsep Inkubator Bisnis yang dikembangkan di perguruan tinggi merupakan wahana bagi komersialisasi riset dan penciptaan lapangan kerja baru, yang pada akhirnya tercipta rantai susulan lapangan kerja (*job creation*), yang diharapkan terciptanya suatu proses usaha yang mempunyai nilai tambah, mampu menciptakan lapangan kerja dan jalinan kerjasama yang erat antara universitas-industri-masyarakat- pemerintah. Rangkaian proses ini akan mampu mengubah penemuan- penemuan baru menjadi inovasi, sehingga terjadi proses penciptaan nilai (*value creation*) yang akan memberikan dampak positif pada munculnya komersialisasi teknologi yang mampu mendorong penciptaan dan peningkatan kesejahteraan masyarakat (*social wealth creation and social wealth improvement*).

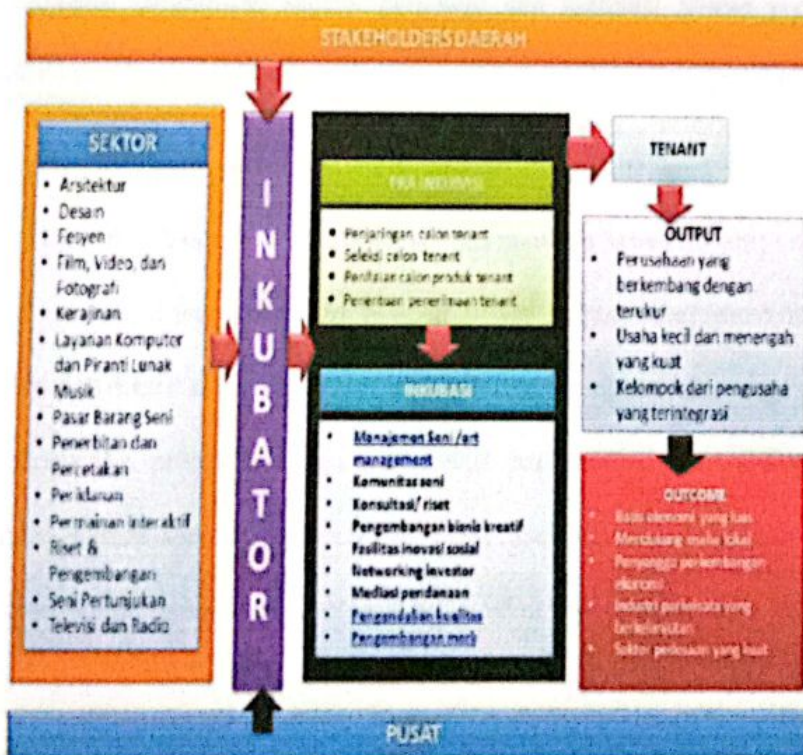
Pengalaman dan permasalahan dalam penerapan model dibahas bersama dengan *stakeholders* terkait. Proses sosialisasi dan pemecahan berbagai masalah dilakukan melalui pendekatan FGD sehingga diperoleh kesamaan persepsi serta sinergitas dalam pengembangan inkubator bisnis sebagai lembaga yang dapat menghasilkan UKM inovatif. Adapun metode pendekatan dalam penyusunan model inkubator rintisan mengikuti tahapan berikut : Diawali dengan menelaah dan menganalisis kebijakan yang terkait dengan pokok bahasan. Kemudian mencermati fakta penerapan di lapangan secara situasional berdasarkan data dan informasi kegiatan sebelumnya. Melalui pendekatan analisis secara deskriptif dan diskusi terbatas pada penyelenggaraan *Workshop* dan Temu Bisnis, maka disusun model rintisan untuk pengembangan inkubator bisnis kedepan. Adapun empat model Inkubator rintisan yang telah dirumuskan dapat dilihat pada gambar berikut:

Gambar 1.1. Metode Pendekatan dalam penyusunan model inkubator bisnis



Gambar 1.2. Empat model inkubator rintisan.

2.1. Model Inkubator *Green Energy/Energi Ramah Lingkungan*



Untuk mengembangkan Inkubator *Green Energy* terdapat lima sektor usaha yang dapat dipilih oleh lembaga inkubator. Konsentrasi dan difasilitasi kepada *tenant* UKM juga bisa hanya untuk beberapa sektor saja sesuai dengan dukungan SDM pengelola dan infrastruktur yang dimiliki. Selanjutnya inkubator bisa membina dan mengembangkan *tenant* melalui proses inkubasi mulai dari pra-inkubasi, inkubasi dan pasca inkubasi.

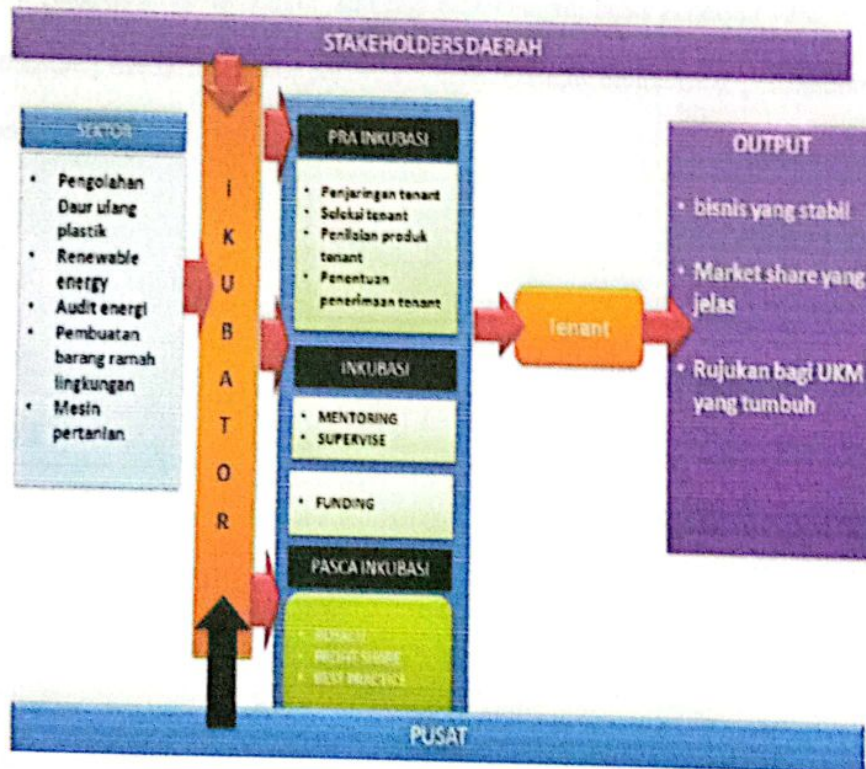
Output yang diinginkan adalah menghasilkan *tenant* dengan bisnis yang stabil, *market share* yang jelas dan bisa menjadi contoh untuk penumbuhan UKM inovatif lainnya dalam bisnis yang sejenis. Keberadaan inkubator dalam hal ini tentunya tidak bisa lepas dari dukungan *stakeholders* daerah dan pusat. Dukungan pemerintah pusat dan daerah sangat diperlukan terutama dalam infrastruktur pendukung seperti peralatan dan fasilitasi *tenant* pada proses inkubasi dan pasca inkubasi.

Bagi pengembangan Inkubator *Manufacturing* terdapat 12 sektor usaha yang dapat dipilih untuk difasilitasi atau bisa memilih hanya beberapa sektor saja sesuai dengan dukungan SDM pengelola dan infrastruktur pendukung yang dimiliki dan dikuasai. Selanjutnya inkubator bisa membina dan mengembangkan *tenant* melalui proses inkubasi mulai dari pra-inkubasi, inkubasi dan pasca inkubasi. Untuk sektor *manufacturing* pada fase inkubasi diperlukan perhatian penuh terutama dalam fasilitasi penerapan teknologi. Demikian juga pada fase pasca inkubasi untuk menjembatani *tenant* mencari *partner* usaha sekaligus memfasilitasi *tenant* dalam penetapan royalti dan *profit share*. *Output* yang diinginkan adalah menjadikan *tenant* sebagai usaha baru yang inovatif dan

beretika dan mampu mendorong peningkatan perkembangan usaha manufaktur lainnya.

2.3. Model Inkubator Industri Kreatif

Sektor industri kreatif menjadi perhatian besar pemerintah untuk didorong pertumbuhannya, karena mampu mendatangkan devisa dan sekaligus mendorong kreativitas dan pertumbuhan ekonomi masyarakat. Bagi perguruan tinggi/instansi pemerintah/swasta yang berminat untuk mendirikan inkubator Industri Kreatif / ICT, terdapat 14 sektor yang bisa dikembangkan dan difasilitasi sebagaimana model berikut :



Gambar 2.1. Sektor potensial yang dapat dikembangkan dan difasilitasi

Dukungan pemerintah pusat/daerah, swasta dan perguruan tinggi (*triplehelix*) sangat diperlukan terutama dalam infrastruktur pendukung seperti peralatan termasuk dukungan tenaga ahli. Bagi yang ingin mengembangkan inkubator ini bisa memilih beberapa sektor sesuai dengan dukungan SDM, infrastruktur dan jejaringan pendukung yang dimiliki dan dikuasai. Selanjutnya inkubator bisa membina dan mengembangkan *tenant* melalui proses inkubasi mulai dari pra-inkubasi, inkubasi dan pasca inkubasi dengan penekanan sebagai alur di atas. *Output* yang diinginkan adalah menjadikan *tenant* sebagai usaha baru/perusahaan yang inovatif dan beretika dan kuat serta membentuk kelompok usaha yang terintegrasi. Lebih jauh lagi bisa menjadi basis ekonomi yang kuat, mendukung usaha lokal dan pariwisata serta mampu mendorong pertumbuhan ekonomi sektor pedesaan.

2.4. Model Pengembangan Inkubator Agribisnis

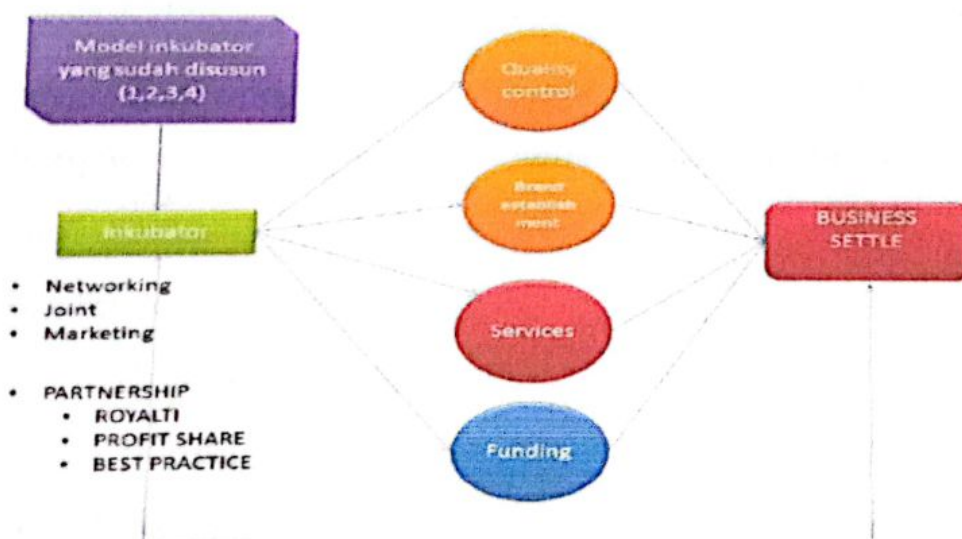


Gambar 2.2. Model Pengembangan Inkubator Agribisnis

Dalam pengembangan Inkubator Agribisnis peran *stakeholders* sangat diperlukan sebagaimana diperlihatkan pada gambar di atas. Terdapat tiga sektor utama yang dapat dipilih oleh lembaga inkubator untuk difasilitasi atau bisa memilih salah satu diantaranya sesuai dengan dukungan SDM dan infrastruktur pendukung yang dimiliki dan dikuasai. Untuk proses selanjutnya mulai dari pra-inkubasi, inkubasi dan pasca inkubasi tidak jauh berbeda dengan model sebelumnya.

Pada pengembangan usaha agribisnis, maka *output* yang diinginkan lebih ditujukan pada: peningkatan kemampuan SDM, peningkatan kemampuan teknologi, meningkatkan posisi tawar, menjamin kestabilan harga dan *supply* bahan baku. *Tenant* yang telah diinkubasi tentunya diharapkan bisa menjaga kelangsungan bisnisnya dengan stabil dalam mendeteksi gejala pasar. Tentunya usaha agribisnis yang berkembang dapat menjadi basis ekonomi yang luas, mendukung usaha lokal dan memperkuat sektor ekonomi pedesaan. Keempat model di atas dilengkapi dengan model pendampingan dan penguatan inkubator, pola pembiayaan *tenant* inkubator dan model pelatihan inkubator yang diharapkan bisa menjadi pedoman dasar untuk dikembangkan atau dielaborasi sesuai dengan kapasitas pengelola masing-masing inkubator.

2.5. Model Pendampingan dan Penguatan Inkubator



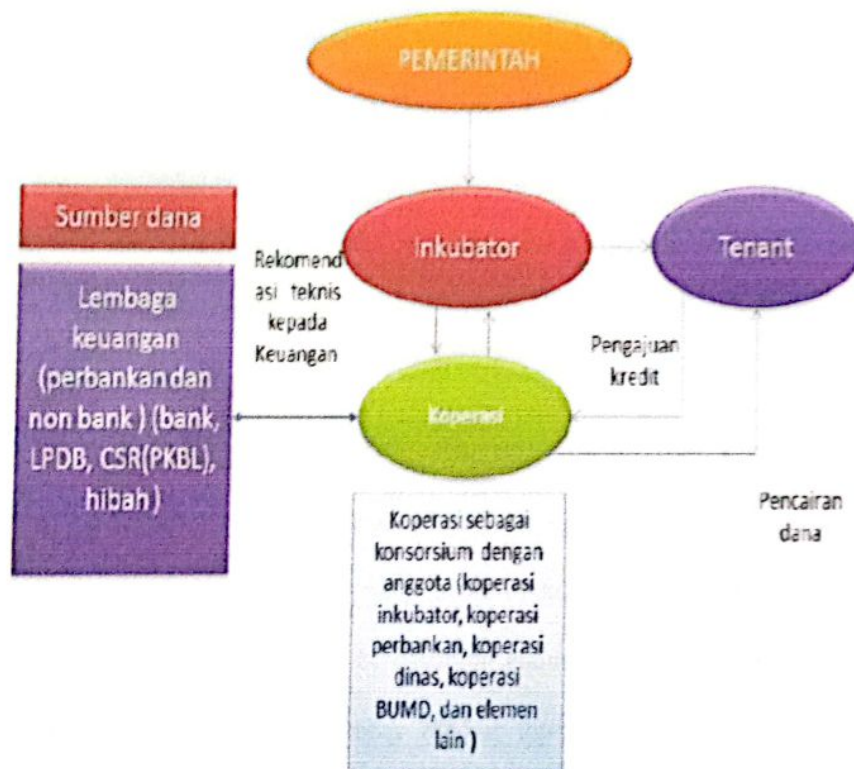
Gambar 2.3. Model Pendampingan dan Penguatan Inkubator

Model pendampingan dan penguatan inkubator yang digambarkan di atas menjelaskan beberapa penguatan yang mesti dilakukan inkubator terhadap

satisfaction) yang dilayani. *Funding* atau pendanaan terkait dengan penguatan bagaimana *tenant* mampu membuat suatu kelayakan terhadap usaha yang dilakukan agar dapat memperoleh akses pendanaan yang lebih cepat baik itu pada lembaga keuangan maupun investor agar *tenant* mampu mengakses pendanaan internal maupun eksternal.

2.6. Model Pembiayaan *Tenant* Inkubator

Gambar 2.4. Model Pembiayaan *Tenant* Inkubator



Pembiayaan *tenant* inkubator merupakan hal yang perlu diperhatikan dan dirancang dengan mengingat terkait dengan kepentingan banyak pihak. Model pendanaan yang digambarkan di atas melibatkan inkubator, *tenant*, LPDB dan

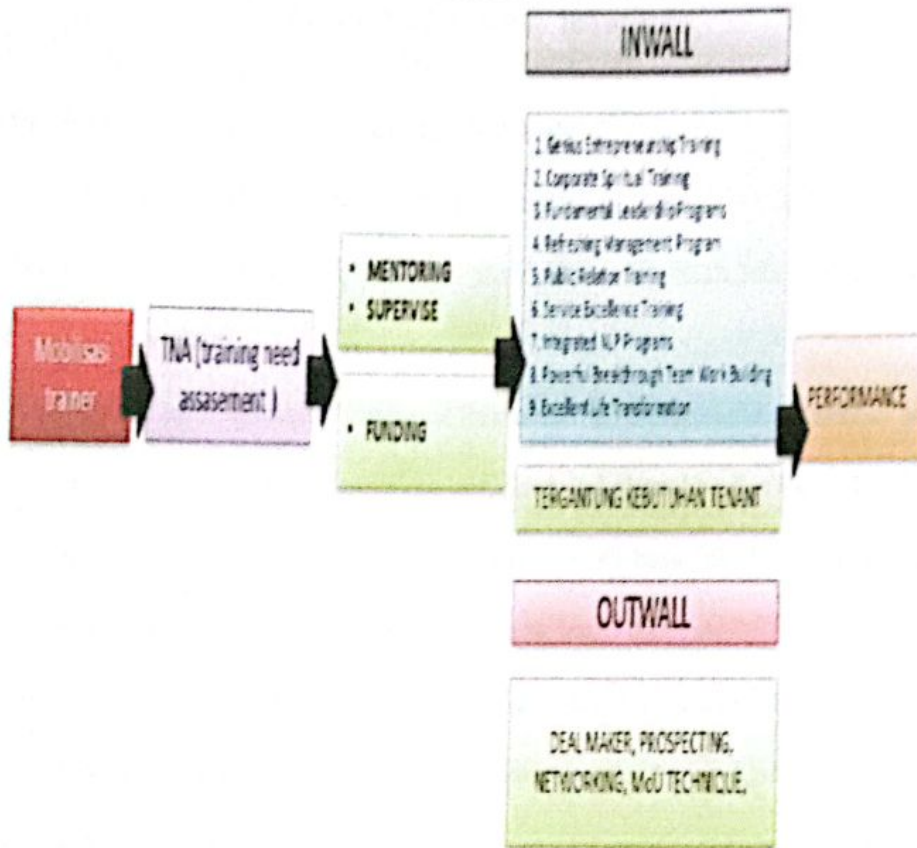
perbankan. Model diatas menjelaskan bahwa pembiayaan *tenant* inkubator dapat diupayakan melalui skema tersebut dimana :

- a. Sumber pendanaan *tenant* biasa diupayakan dari: lembaga keuangan (perbankan dan non bank). LPDB, CSR, PKBL, dan hibah;
- b. Dapat dibentuk koperasi konsorsium dengan anggota (koperasi inkubator, koperasi perbankan, koperasi dinas, koperasi BUMD);
- c. *Tenant* dapat mengajukan kredit kepada koperasi;
- d. Inkubator : memberikan rekomendasi teknis kepada lembaga keuangan;
- e. Pemerintah dimintakan untuk berperan sebagai regulator, dan fasilitator.

2.7. Model Pelatihan Inkubator:

Model ini disusun dengan mempertimbangkan pelatihan yang dibutuhkan inkubator bisnis. Model berikut menjelaskan perlu adanya mobilisasi *trainer* terkait dengan penyediaan *trainer* yang berkompeten. *Trainer* tersebut akan diberikan materi atau pembekalan berdasarkan kebutuhan *tenant* baik untuk *outwall* maupun *inwall*. Pada gambar berikut diperlihatkan secara umum kebutuhan pelatihan *tenant inwall* maupun *outwall*:

Gambar 2.5. Model Pelatihan Inkubator



BAB IV Tahap Pembentukan Inkubator

4.1 Pertimbangan Pendirian Inkubator Bisnis

Sejumlah pertimbangan dalam pendirian sebuah Inkubator Bisnis berdasarkan pengalaman dari beberapa inkubator yang telah ada, terkait dengan beberapa hal berikut:

- a. Tujuan pembentukan Inkubator Bisnis harus ditetapkan/dirumuskan secara jelas. Tujuan dapat dirumuskan berdasarkan kebutuhan dan hasil- hasil yang ingin diharapkan, sehingga memberikan arah bagi inkubator bisnis untuk menyusun rencana kerja dan target yang ingin dicapai;
- b. Dukungan dana operasional untuk menjalankan aktivitas inkubasi yang memadai. Melihat pada tipe inkubator bisnis dapat klasifikasi menjadi dua, yaitu : berorientasi pada *profit* dan *non-profit*. Inkubator bisnis yang bertujuan memperoleh laba maka yang dilakukan adalah menetapkan pendapatan inkubator untuk digunakan dalam membiayai operasional bisnis. Sedangkan bagi inkubator bisnis yang bertujuan *non-profit*, sumber dana pengelolaan bersumber dari lembaga induknya dan dukungan sumber pembiayaan lainnya dari berbagai instansi/pihak terkait, disini inkubator bisnis merupakan *cost-center*.
- c. Sumber daya manusia pengelola yang dimiliki yang sesuai dengan kompetensi dan keahlian. Pengembangan inkubator bisnis membutuhkan sumber daya manusia yang memiliki pemahaman pada aspek manajemen bisnis secara luas dan aspek pendukung lainnya seperti peraturan dan

- perundang-undangan, perpajakan, akuntansi keuangan dan lain-lain. Secara prinsip dibutuhkan sumber daya manusia yang memahami konteks pengelolaan bisnis baik secara teoritis maupun praktek-praktek manajemen bisnis, karena inkubator akan berperan sebagai konsultan bisnis;
- d. Kemampuan membangun jaringan kerjasama dengan berbagai pihak yang dapat mendukung jasa layanan sebagai sebuah inkubator bisnis. Jaringan kerjasama yang perlu dibina dan difasilitasi menyangkut: mentor bisnis, pemasaran produk, permodalan, jasa konsultasi hukum, jasa konsultasi keuangan dan lain-lain;
 - e. Sumber-sumber inovasi produk, dalam hal ini Inkubator bisnis harus memiliki kedekatan dengan sumber-sumber inovasi seperti lembaga-lembaga riset dan perguruan tinggi karena temuan inovasi merupakan bahan baku bagi lahirnya usaha-usaha baru. Tanpa sumber inovasi inkubator bisnis tidak memiliki keunikan atau kelebihan dalam melakukan pembinaan pada para pelaku usaha;
 - f. Terdapat kebutuhan dari para calon pelaku usaha atau calon *entrepreneur* untuk bergabung dengan inkubator bisnis. Calon pelaku usaha dapat berasal dari individu yang melakukan inovasi atau datang dari pihak luar yang memandang sebuah hasil inovasi memiliki peluang untuk dipasarkan;
 - g. Inkubator Bisnis dengan konsep untuk pengembangan usaha baru berbasis teknologi memerlukan pengembangan jejaring antar inkubator bisnis yang dapat memberikan peluang jangkauan pengembangan *entrepreneurship* secara luas.

2. Energi
3. Kesehatan
4. Edukasi
5. Pariwisata
6. Logistik

3.2. Tahap Pembentukan Inkubator Bisnis

Untuk mempersiapkan pendirian sebuah inkubator bisnis secara umum melalui tahapan dan memperhatikan hal-hal sebagai berikut ini:

a. Membentuk tim kerja pendirian inkubator bisnis

Tim ini dibentuk sebagai penanggung jawab untuk memproses segala sesuatu yang dibutuhkan dalam proses pendirian inkubator pada tahap awal,

b. Penetapan tujuan Inkubator Bisnis

Menetapkan tujuan secara jelas dibutuhkan untuk memberikan arah bagi inkubator dalam menjalankan aktivitasnya. Sebagaimana telah dikemukakan bahwa Inkubator bisnis bisa sebagai lembaga *profit* atau *non-profit*.

c. Penetapan sumber-sumber pendanaan

Sumber pendanaan menjadi faktor yang sangat menentukan untuk keberlangsungan proses inkubasi yang akan dilakukan. Inkubator bisnis dapat didirikan dengan didukung lembaga pendidikan, pemerintah, lembaga perbankan, dan lembaga-lembaga lainnya yang menyediakan pendanaan untuk pelaku usaha baru (*StartUp Enterprise*). Penyandang dana harus memiliki tujuan yang sama dengan pendirian inkubator bisnis;

d. Penetapan jasa layanan yang dapat diberikan

Inkubator bisnis berperan untuk memberikan pengetahuan yang mendasar tentang pengelolaan usaha. Bentuk-bentuk layanan inkubator bisnis ditetapkan berdasarkan kebutuhan yang diperlukan, seperti: perencanaan pengembangan bisnis, perencanaan keuangan, perpajakan dan lain-lain. Jasa layanan tersebut harus diperkenalkan kepada para *tenant* inkubator agar dapat pahami terutama bagi *tenant-tenant* baru.

e. Penetapan kriteria waktu kerjasama inkubasi bisnis

Periode inkubasi harus ditetapkan, agar *tenant* dapat mengetahui batas waktu proses inkubasi. Dari pengalaman di negara-negara yang telah menjalankan program inkubator lama waktu kerjasama adalah 2-3 tahun. Penetapan kriteria waktu juga bisa dilakukan dengan mempertimbangkan, misalnya berdasarkan keuntungan usaha atau kematangan organisasi bisnis;

f. Pembentukan manajemen Inkubator Bisnis

Manajemen inkubator harus merupakan sekelompok pengelola yang mampu melakukan evaluasi kelayakan dan mengembangkan suatu usaha menjadi lebih efektif dan efisien baik dari sisi teknologi, pemasaran dan manajemen pengelolaan. Selain itu, dapat memahami perilaku *entrepreneur* serta dapat bekerja bersama *entrepreneur*;

g. Publikasi Inkubator

Publikasi dilakukan untuk mengundang pelaku usaha dan calon pelaku usaha yang sesuai dengan target inkubator bisnis, membangun kerjasama antar lembaga terkait;

h. Seleksi *Tenant*

Inkubator bisnis menjadi tempat bagi para pelaku usaha baru menjalankan bisnisnya untuk mengurangi risiko bisnis. Oleh karena itu, inkubator bisnis harus melakukan seleksi yang ketat terhadap para calon *tenant*. *Tenant* yang dapat diterima adalah tenant dengan prospek bisnis yang baik dan dapat diukur dari perencanaan bisnisnya (*business plan*). Realitas yang terjadi banyak calon *tenant* yang tidak memahami perencanaan bisnis sehingga inkubator bisnis harus memberikan pengetahuan pembuatan perencanaan bisnis;

i. Jejaring kerjasama

Inkubator bisnis harus memberikan pelayanan pada tingkat lokal sebagai awal pembentukan kerjasama untuk membangun hubungan dan tukar menukar informasi dan pengetahuan. Jejaring kerjasama mencakup berbagai lembaga yang dapat memberikan dukungan terhadap pengembangan pelaku usaha baru meliputi perguruan tinggi, pemerintah, lembaga keuangan, KADIN, dan lain-lain;

j. Jejaring Inkubator Bisnis

Inkubator bisnis di Indonesia telah banyak berdiri tetapi jejaring antar inkubator bisnis di Indonesia belum terlaksana. Jejaring antar Inkubator bisnis ini penting sebagai wadah/sarana tukar menukar pengetahuan dan pengalaman untuk meningkatkan kinerja inkubator bisnis menjadi lebih baik;

k. Evaluasi dan melakukan pendefinisian ulang inkubator bisnis

Perlu dilakukan untuk mengkaji, apakah arah kerja inkubator bisnis telah mencapai sasaran sesuai dengan tujuan yang digariskan.

3.3 *Digital Business Incubator Officers Program*

Program ini sebagai wadah/*platform* untuk mahasiswa yang ingin mengembangkan *professional skills* dengan berkerja secara nyata dalam operasional sebuah inkubator startup digital dan juga seluruh kegiatan-kegiatan pendukung ekosistem digital. *Officers Program* ini digunakan sebagai penggerak dari acara-acara inkubator bisnis berbasis digital UPNVY. Dengan rincian posisi seperti berikut,

- *Event Manager*

Menangani aktivitas *event* yang akan diadakan oleh inkubator. Dari perencanaan acara, logistik, pendelegasian, SDM, perizinan acara, dsb.

- *MarComm (Marketing Communication)*

Menyusun strategi konten Inkubator di segala *platform*. Selain itu sebagai representatif dari Inkubator Bisnis Berbasis Digital UPNVY.

- *Hipster and Documentation Team*

Menangani *visual arts* atau desain dari Inkubator sekaligus mendokumentasi dari semua acara inkubator.

- *Technical Dev*

Develop dan mengatur *website* dari Inkubator serta memberikan *technical support* bagi tim *Officers Program* lainnya.

BAB V Masa Pra-Inkubasi

Apa itu Pra-Inkubasi?

Pra-inkubasi adalah tahap dimana inkubator mencari calon *tenant* dengan cara meningkatkan skill individu maupun kelompok melalui *seminar* maupun *workshop*.

Kurikulum Pra-Inkubasi

Seminar

Kenapa Indonesia butuh lebih banyak *Technopreneur*

Merupakan *event* berbentuk seminar dalam program pra-inkubasi. *Event* ini bertujuan mengenalkan ekosistem *startup* kepada mahasiswa, meningkatkan wawasan serta antusiasme mahasiswa.

- *Entrepreneur Mindset*

Mahasiswa dibekali *mindset entrepreneur* dari praktisi bisnis. *Mindset entrepreneur* juga dapat dibentuk oleh dosen pengampu mata kuliah yang berkaitan dengan *entrepreneur*. Memunculkan *mindset* bisnis pada mahasiswa akan mendorong mahasiswa untuk menemukan ide bisnis dan berani untuk mengeksekusi bisnis tersebut.

Workshop

Mahasiswa dibekali kemampuan menemukan ide, bisnis model, pasar serta dapat membangun produk serta *pitching* di depan investor

- **Team Building**

Workshop ini memuat tentang bagaimana membangun suatu tim. Peserta akan dibuat kelompok atau menentukan sendiri kelompoknya. Pada workshop ini menggunakan kurikulum dari Google Launchpad : *Founder's Guide*.

Peserta yang sudah dikelompokkan akan diajak untuk memahami terhadap dirinya maupun kelompoknya. 3 hal yang harus dipahami:

1. Motivasi Personal
 2. Gaya Kerja
 3. Bentuk Kerjasama
1. Motivasi Personal

Peserta diminta untuk memahami motivasi ia menjalankan *startupnya*. Terdapat 3 motivasi utama; *head, heart, wallet*.

- *Head* - lebih mengarah kepada tujuan intelektual. Sebagai *founder* memiliki tujuan utama untuk mengejar tantangan pasar atau yang pengguna butuhkan dengan teknologi, layanan, maupun model bisnis baru. Ketika masalah pengguna terlalu sulit dipecahkan atau tidak menantang menyebabkan terjadinya demotivasi.
- *Heart* - *Passion* dan komitmen terhadap pengguna, masyarakat tertentu, ataupun industri tertentu maupun negara, mereka akan lebih tertantang jika dapat menyelesaikan masalah mereka. Demotivasi terjadi ketika masalah menjadi tidak relevan dan adanya perubahan solusi.

- *Wallet* - Faktor finansial maupun non-finansial (status, jabatan, akses ke orang penting) menjadi “bayaran” sebuah bisnis. Demotivasi terjadi ketika *exit plan* menjadi tidak mungkin terjadi.
- *Ideas Exploration*

Mahasiswa ditekankan untuk menemukan ide dengan menyelesaikan masalah yang nyata di masyarakat

- *Design Thinking*

Design Thinking merupakan proses penyelesaian masalah secara kreatif.

Terdapat 5 proses dalam *design thinking*.

- *Empathy*
- *Define*
- *Ideate*
- *Prototype*
- *Test*

1. *Empathy*

Pada tahap ini, mahasiswa diharapkan untuk dapat memahami masalah yang terjadi dengan 3 cara:

- *Observasi*
- *Interview*
- Membuat *Empathy Map*

2. *Define*

Pada tahap ini, mahasiswa diharapkan mampu untuk mendefinisikan masalah yang terjadi setelah melalui proses *empathy*

3. *Ideate*

Pada tahap ini menggunakan beberapa tools untuk membangun "*design challenge*" yang berfungsi untuk meningkatkan ide-ide yang ada

- *Understanding Business Model*

Mahasiswa ditekankan untuk memahami model bisnis dari ide yang diangkat memiliki *business viability*

- *Business Model Canvas*

Business Model Canvas merupakan kerangka kerja yang bertujuan mempermudah mempresentasikan business model

- *Lean Canvas*

Lean Canvas merupakan modifikasi dari business model canvas yang lebih fokus kepada early stage startup

- *Market Validation*

Mahasiswa ditekankan untuk dapat mengukur besar pasar untuk memastikan bahwa ide yang diangkat memiliki market desirability

- Mengukur Market (TAM, SAM, SOM)

- *Validate Market*

d) *Building a Good Product*

Mahasiswa ditekankan untuk dapat membuat minimum *viable product* dalam waktu singkat menggunakan

e) *Product Sprint (Design Sprint)*

Design Sprint merupakan metode untuk membuat minimum viable product selama 5 hari.

f) *Pitching*

Mahasiswa ditekankan untuk dapat *pitching* didepan investor

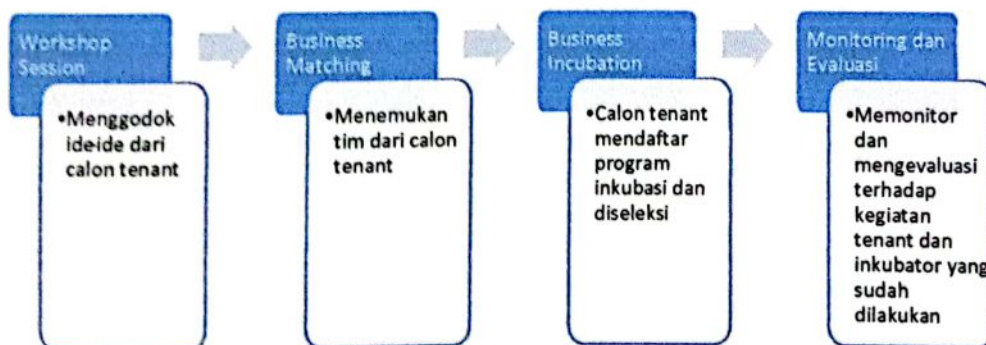
i. *How to deliver a good pitch*

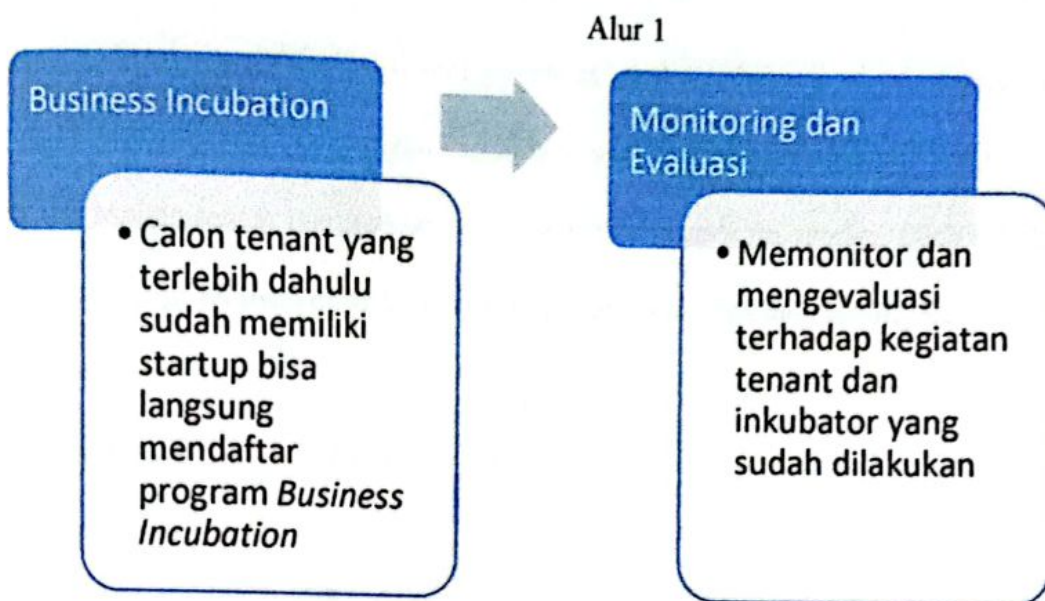
BAB VI ALUR PENERIMAAN TENANT

Ada dua pendekatan yang akan dilalui oleh inkubator bisnis untuk menjaring tenant: pendekatan pertama melalui edukasi calon entrepreneur terutama ditujukan kepada civitas akademika, pendekatan yang pertama ini inkubator bekerja sama dengan jurusan / fakultas untuk menumbuhkembangkan calon wirausaha baru dengan memotivasi untuk memunculkan ide bisnis serta kemampuan untuk melakukan studi kelayakan serta keberanian untuk mengeksekusi ide bisnis tersebut menjadi real bisnis. Pemilik bisnis ini kemudian bisa mengikuti seleksi menjadi *tenant* dalam inkubator bisnis. Pendekatan kedua dengan mendorong pemilik bisnis yang sudah ada baik dari lingkup civitas akademika maupun dari lingkungan masyarakat umum untuk menjadi *tenant*. Secara diagram dapat digambarkan sebagai berikut:

Gambar. 6.1 Seleksi Calon Tenant

ALUR PELAKSANAAN PROGRAM





Alur 2

BAB VII Kurikulum Inkubasi

Setelah melalui seleksi sebagai tenant inkubator bisnis berbasis digital maka tenant mulai diinkubasi dengan kurikulum yang mendukung keberhasilan tenant. Keberhasilan tenant merupakan keberhasilan inkubator itu sendiri. Oleh sebab itu perlu disusun sebuah kurikulum yang sistematis jelas dan mendukung keberhasilan tenant.

Adapun kurikulum inkubator meliputi:

a. Workshop Session

i. Business talk

Workshop yang membahas tentang manajerial ataupun sisi bisnis dari sebuah startup

ii. Tech Talk

Workshop yang membahas tentang hal teknis atau sisi teknologi

b. Business Matching

Menemukan hacker (sebagai orang teknis), hipster (sebagai orang *design*), dan hustler (sebagai orang bisnis)

c. Business Incubation

❖ *Strategic Growth Planning.*

Tenant diberikan pelatihan dalam membuat perencanaan pertumbuhan strategis agar dapat menentukan arah yang jelas bisnisnya.

❖ *Operasi Bisnis*

Tenant diberikan pelatihan akuntansi keuangan serta merekrut karyawan.

❖ *Aspek produksi / operasional*

- Proses produksi
- Rencana kapasitas produksi
- Layout pabrik
- Lokasi usaha
- ❖ *Business Development & Marketing Strategy*

Tenant diberikan ilmu pengetahuan serta praktik dalam strategi pemasaran serta *business development*.
- ❖ Aspek pemasaran
 - Segmentasi pasar
 - Keunggulan dan kelemahan produk dari competitor yang sudah ada
 - Pangsa pasar (*market share*)
- ❖ Finansial

Tenant diberikan ilmu pengetahuan tentang perencanaan finansial perusahaan.

 - Kebutuhan investasi
 - Sumber-sumber pembiayaan yang sudah tersedia
 - Biaya produksi
 - Analisis arus kas. (*cash Flow*)
- ❖ Legal

Tenant diberikan ilmu pengetahuan seputar *legal* dan diberikan akses untuk mendaftarkan hak kekayaan intelektual serta pengajuan legalitas perusahaan.
- ❖ Status Hak dan kekayaan intelektual dari produk

- Sertifikasi HKI
- Potensi kepemilikan HKI (milik sendiri atau pihak lain)
- ❖ Aspek organisasi dan sumber daya manusia dari usaha yang didirikan
 - Bentuk legalitas usaha (CV, PT)
 - Struktur organisasi usaha
 - Jumlah tenaga kerja yang ada dan rencana pengembangan.
Kegiatan dengan incubator dan forum incubator nasional dan internasional.
- ❖ Aspek teknologi
 - Hal—hal yang berkaitan dengan aspek teknologi meliputi:
 - Kesiapan teknologi yang telah dilakukan
 - Keunggulan dan keunikan produk
 - Peluang untuk mudah ditiru mudah atau sulit
 - Kegunaan produk
 - Sertifikasi dan standarisasi nasional yang dibutuhkan.

BAB VIII INDIKATOR KEBERHASILAN INKUBATOR

Inkubator bisnis mempunyai fungsi utama untuk memandirikan tenant, artinya keberhasilan tenant merupakan keberhasilan inkubator itu sendiri. Keberhasilan tenant dapat dilihat dari beberapa indikator seperti stabilitas *start up* bisnis itu, penguasaan pasar. Oleh sebab itu semakin besar prosentase tenant yang mandiri maka semakin besar prosentase keberhasilan inkubator tersebut.

Tenant Inkubator Bisnis bisa lulus dari proses inkubasi apabila dua kriteria berikut ini terpenuhi:

1. Tenant/perusahaan dipandang mempunyai kapasitas minimum untuk dapat menjalankan kegiatan usahanya secara mandiri tanpa dukungan Inkubator Bisnis. Kriteria tingkat kemandirian tenant tersebut dapat dilihat dari beberapa indikator antara lain: pertumbuhan omset penjualan, jumlah karyawan, kapasitas manajemen, profitabilitas, pangsa pasar, permodalan, dan lainnya.

2. Tenant/perusahaan telah mempunyai rencana untuk beroperasi dengan baik di luar Inkubator Bisnis.

Meskipun sudah dianggap lulus dari inkubator, pengelola inkubator tetap memonitor jalannya usaha tenant sampai tenant betul-betul mandiri dan berkembang.

BAB IX

PENUTUP

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Inkubator bisnis merupakan salah satu alternative strategis dalam mencetak wirausahawan baru di lingkungan universitas
2. Calon wirausahawan memerlukan penyadaran akan pentingnya berwirausaha
3. Wirausahawan teknologi baru secara umum menemui masalah pada minimnya pengalaman bisnis, belum dapat mengakses teknologi, pasar serta minim permodalan
4. Inkubator bisnis teknologi perguruan tinggi berpotensi besar dalam menghasilkan produk hasil penelitian yang dapat dikomersialisasikan serta mencetak wirausahawan teknologi (*technopreneurship*) baru dari kalangan mahasiswa.
5. Inkubator bisnis teknologi perguruan tinggi harus memiliki komitmen dari setiap *stakeholder*. Adanya *tenant* yang siap diinkubasi, manajemen inkubator yang profesional, tersedianya akses permodalan, kesanggupan inkubator bisnis dalam memberikan fasilitas yang layak serta administrasi yang jelas.

Saran

1. Perlu adanya koordinasi yang *komprehensif* antar *Stakeholder*. Hal ini agar program yang direncanakan inkubator bisnis dapat berjalan dengan baik.

2. Adanya payung hukum yang jelas dari inkubator bisnis, profesionalisme manajemen inkubator bisnis, serta fasilitas yang memadai agar layanan inkubator dapat tersampaikan dengan baik.
3. Sosialisasi program inkubator bisnis kepada semua pihak di perguruan tinggi agar technology entrepreneurship dapat berkembang di lingkungan kampus.

DAFTAR PUSTAKA

- Buku Panduan Penyusunan Inkubator Bisnis, 2012
- Bailetti, T. (2012). *Technology Entrepreneurship: Overview, Definition, and Distinctive Aspects*. *Technology Innovation Management Review*.
- Bank Indonesia. (2006). *Kajian Inkubator Bisnis dalam rangka Pengembangan UMKM*.
- Ciputra. (2008). *Ciputra Quantum Leap: Entrepreneurship Mengubah Masa Depan Bangsa dan masa Depan Anda*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Franz Dietrich, B. H. (2010). *Development Guidelines for Technology Incubators*. Bonn.
- Joel Wiggins, D. V. (2003). Overview of US incubators and the case of the Austin Technology Incubator. *Int. J. Entrepreneurship and Innovation Management*, 56-66.
- Mahani, S. A. (2015). Tinjauan Model Inkubator Bisnis Rintisan (Bisnis Start Up) di Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Bisnis: Performa*.
- Maria, M., & J. P.A., Cuato. (2012). *The triple helix model and dynamics of innovation: a case study*, *Journal of Knowledge-based Innovation* , 4 (1), 36-54. *USA National Business Incubation Association 2011*.
- Maurya, A. (2012). *Running Lean: Iterate from Plan A to a Plan That Works*. O'Reilly.
- Mohammad. A. S. (2012). *The Measurement of Entrepreneurial Personality and Business Performance in Trenggano Creative Industry*, *International Journal of Business and Management*, 6 (6), 183-192.
- Ries, E. (2011). *The Lean Startup, How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses*. Crown Business.
- Steve Blank, B. D. (2014). *The Startup Owner's Manual: The Step-by-Step Guide for Building a Great Company*. K&S Ranch.
- Tech, R. P. (2014). *Crowdfunding Hardware Startups in Germany*. Retrieved from <https://www.hiig.de/wp-content/uploads/2015/09/0664-file1.pdf>

ISBN 978-623-7294-23-9



9 786237 594239