

INKUBATOR BISNIS

UNTUK PEMBELAJARAN KEWIRAUSAHAAN
DAN IMPLEMENTASI *QUALITY ASSURANCE*

DR. SYAIFUL ARIFIN, S.E., M.SI.



**INKUBATOR BISNIS UNTUK PEMBELAJARAN KEWIRAUSAHAAN
DAN IMPLEMENTASI *QUALITY ASSURANCE***

Penulis : DR. Syaiful Arifin, S.E., M.Si.

ISBN :

Copyright © Januari 2024

Ukuran: 15,5 cm X 23 cm; hlm.: viii + 114

Desainer sampul : Noufal Fahriza

Penata isi : Noufal Fahriza

Cetakan I: Januari 2024

Diterbitkan, dicetak, dan didistribusikan oleh

CV. Literasi Nusantara Abadi

Perumahan Puncak Joyo Agung Residence Kav. B11 Merjosari

Kecamatan Lowokwaru Kota Malang

Telp : +6285887254603, +6285841411519

Email: penerbitlitnus@gmail.com

Web: www.penerbitlitnus.co.id

Anggota IKAPI No. 340/JTI/2022

Hak Cipta dilindungi oleh undang-undang. Dilarang mengutip atau memperbanyak baik sebagian atau keseluruhan isi buku dengan cara apa pun tanpa izin tertulis dari penerbit.



KATA PENGANTAR

DAFTAR ISI

Kata Pengantar.....	iii
Daftar Isi.....	v

BAB I

INKUBATOR BISNIS 1

A. Pengertian Inkubator Bisnis.....	1
B. Manfaat Inkubator Bisnis.....	2
C. Jenis-jenis Inkubator Bisnis.....	5
D. Tahapan Inkubasi	6
E. Peran Inkubator Bisnis.....	7
F. Manfaat Mengikuti Inkubator Bisnis.....	8
G. Metode Pendekatan Dalam Penyusunan Model Inkubator Bisnis.....	9
H. Kendala Pengembangan Inkubator Bisnis.....	19
I. Tantangan dalam Inkubator Bisnis.....	25

BAB II

KARAKTER WIRAUSAHA SUKSES: MEMOTIVASI DIRI SENDIRI (SELF MOTIVATED)27

A. Definisi Karakter Kewirausahaan.....	27
---	----

- B. Karakteristik Wirausahawan.....29
- C. Faktor-faktor yang Menyebabkan Kegagalan Wirausaha..47

BAB III

KARAKTER WIRAUSAHA SUKSES: MENYELESAIKAN MASALAH 1: MENJALANKAN USAHA (PROBLEM SOLVING) 51

- A. Menemukan Peluang Usaha.....52
- B. Memilih Lapangan Usaha dan Mengembangkan
Gagasan Usaha53

BAB IV

KARAKTER WIRAUSAHA SUKSES: MENYELESAIKAN MASALAH 2: KETEGASAN57

- A. Pendahuluan.....57
- B. Definisi Produksi.....58
- C. Kebutuhan Proses Produksi.....59
- D. Bahan Baku.....59
- E. Tenaga Kerja.....65
- F. Mesin/Peralatan67
- G. Biaya Produksi70
- H. Proses Produksi.....71
- I. Pengendalian Produksi72
- J. Penutup73

BAB V

QUALITY ASSURANCE.....75

- A. Pengertian *Quality Assurance* 75
- B. Prinsip-prinsip Utama *Quality Assurance* 76

C. Tinjauan <i>Quality Assurance</i>	78
D. Tantangan <i>Quality Assurance</i>	86

BAB VI

INOVASI DAN PENCIPTAAN NILAI 91

A. Inovasi	91
B. Penciptaan Nilai.....	96
C. Manfaat Inovasi dan Penciptaan Nilai.....	98
D. Hubungan Inovasi dan Penciptaan Nilai	98
E. Masa Depan Inovasi dan Penciptaan Nilai	99
F. Kesimpulan.....	101

BAB VII

ETIKA DALAM BERWIRAUSAHA103

A. Pengertian Etika dan Etika Bisnis	103
B. Etika dalam Berwirausaha.....	105
C. Prinsip-prinsip Etika dalam Berwirausaha.....	106
D. Manfaat Penerapan Etika dalam Berwirausaha	110

Daftar Pustaka	113
----------------------	-----



BAB I

INKUBATOR BISNIS

A. Pengertian Inkubator Bisnis

Inkubator Bisnis pertama kali diperkenalkan di New York dimana sebuah gedung yang sebelumnya digunakan untuk melakukan inkubasi terhadap ayam kemudian dirubah penggunaannya untuk menginkubasi perusahaan pemula (start up firm). Konsep inkubator bisnis kemudian diadopsi oleh sejumlah negara dan meluas ke berbagai negara sebagai sebuah media untuk melakukan pendekatan bisnis yang berkelanjutan dengan harapan menjadi potensial bisnis yang tinggi. Sejumlah definisi tentang inkubator bisnis, *USA National Business Incubation Association* mendefisikan 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”.

Definisi lain dari *UK Centre for Strategy & Evaluation Services*: “A business incubator is an organisation that accelerates and systematises the process of creating successful enterprises by providing them with a comprehensive and integrated range of support, including: inkubator

space, business support services, and clustering and networking opportunities. By providing their clients with services on a 'one-stop-shop' basis and enabling overheads to be reduced by sharing costs, business inkubators significantly improve the survival and growth prospects of new start-ups. A successful business inkubator will generate a steady flow of new business with aboveaverage job and wealth creation potential. Differences in stakeholder objectives for inkubators, admission and exit criteria, the knowledge intensity of projects, and the precise configuration of facilities and services, will distinguish one type of business inkubator from another”.

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

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

B. Manfaat Inkubator Bisnis

Inkubator bisnis memberikan sejumlah manfaat yang signifikan bagi wirausahawan dan bisnis yang diinkubasi. Berikut adalah beberapa manfaat utama dari partisipasi dalam inkubator bisnis:

1. Dukungan Finansial:

Salah satu manfaat utama inkubator bisnis adalah akses terhadap dukungan finansial. Inkubator sering menyediakan pembiayaan awal, investasi, atau akses ke jaringan pendanaan yang dapat membantu wirausahawan melampaui tantangan keuangan awal.

2. Infrastruktur dan Fasilitas:

Wirausahawan yang diinkubasi mendapatkan akses ke infrastruktur bisnis yang sudah ada, seperti ruang kantor, fasilitas produksi, laboratorium, dan teknologi. Ini membantu mengurangi beban biaya awal untuk infrastruktur dan memungkinkan fokus pada pengembangan bisnis.

3. Mentorship dan Konseling:

Inkubator bisnis menyediakan mentorship yang berharga dari para ahli dan profesional yang berpengalaman dalam industri tertentu. Dengan mendapatkan pandangan dan bimbingan dari mentor, wirausahawan dapat menghindari kesalahan umum, mengambil keputusan yang lebih baik, dan mempercepat pertumbuhan bisnis.

4. Pelatihan dan Pengembangan Keterampilan:

Program inkubator biasanya mencakup pelatihan dan pengembangan keterampilan yang diperlukan untuk menjalankan bisnis dengan sukses. Ini dapat mencakup pelatihan manajemen, keuangan, pemasaran, dan keterampilan lainnya yang relevan.

5. Akses ke Jaringan Bisnis:

Melalui inkubator, wirausahawan mendapatkan akses ke jaringan bisnis yang luas. Ini mencakup hubungan dengan investor potensial, mitra bisnis, pelanggan potensial, dan wirausahawan lain. Jaringan ini dapat membuka peluang baru dan mendukung pertumbuhan bisnis.

6. Bimbingan Hukum dan Administratif:

Inkubator bisnis dapat memberikan bimbingan hukum dan administratif untuk membantu wirausahawan memahami

dan memenuhi persyaratan perizinan, peraturan, dan masalah hukum lainnya yang berkaitan dengan operasi bisnis mereka.

7. Akses ke Sumber Daya Riset dan Inovasi:

Jika inkubator terkait dengan institusi pendidikan atau pusat riset, wirausahawan dapat memperoleh akses ke sumber daya riset dan fasilitas inovasi yang dapat mendukung pengembangan produk atau layanan baru.

8. Peningkatan Kepercayaan Diri:

Melalui dukungan dan pengakuan dari inkubator, wirausahawan dapat mengalami peningkatan kepercayaan diri. Ini dapat membantu mereka mengatasi hambatan mental dan mengambil risiko yang diperlukan dalam pengembangan bisnis.

9. Peluang Pendanaan Lebih Lanjut:

Partisipasi dalam inkubator dapat meningkatkan daya tarik bisnis di mata investor. Wirausahawan yang berhasil diinkubasi sering memiliki peluang lebih besar untuk mendapatkan pendanaan lebih lanjut dari investor eksternal.

10. Pengenalan Terhadap Pasar dan Industri:

Inkubator memberikan kesempatan kepada wirausahawan untuk memahami pasar dan industri mereka lebih baik. Ini dapat mencakup analisis pasar, penelitian pesaing, dan pemahaman mendalam tentang kebutuhan pelanggan.

Dengan manfaat-manfaat ini, inkubator bisnis menciptakan lingkungan yang mendukung dan memacu pertumbuhan bisnis awal, membantu mengatasi tantangan, dan membuka peluang untuk kesuksesan jangka panjang.

C. Jenis-jenis Inkubator Bisnis

Inkubator Bisnis dapat dibagi dalam beberapa tipe yaitu:

1. *Industrial inkubator*. Inkubator yang didukung pemerintah dan lembaga non-profit. Tujuannya penciptaan lapangan kerja biasanya untuk mengatasi tingkat pengangguran;
2. *Univeristy-related inkubator*. Inkubator yang bertujuan untuk melakukan komersialisasi *science*, 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;
3. *For-profit property development inkubators*. Inkubator yang menyediakan perkantoran, tempat produksi, dan fasilitas jasa secara bersama-sama. Beberapa fasilitas kantor yang mendukung image perusahaan digunakan bersama dan inkubator manarik biaya sewa dari penggunaan fasilitas tersebut;
4. *For-profit investment inkubator*. 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.
5. *Corporate Venture inkubator*. 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*).

D. Tahapan Inkubasi

Ada tiga tahap inkubasi antara lain:

1. Ciptaan awal (Pra-inkubasi) berhubungan dengan keseluruhan kegiatan yang diperlukan untuk mendukung wirausahawan potensial dalam mengembangkan ide bisnis, model bisnis, dan rencana bisnis, dan untuk meningkatkan peluang untuk sampai pada kreasi awal yang efektif.
2. Tahap awal (inkubasi) berkaitan dengan dukungan yang diberikan kepada wirausahawan dari awal hingga fase ekspansi. Biasanya ini adalah proses jangka menengah, biasanya berlangsung selama tiga tahun pertama aktivitas perusahaan yang baru didirikan, yaitu tahuntahun di mana aman untuk mengatakan apakah usaha baru ini berhasil dan memiliki peluang yang baik untuk berkembang menjadi perusahaan yang sepenuhnya matang. Tindakan yang diaktifkan umumnya adalah akses ke keuangan, layanan bimbingan dan pendampingan langsung, serta layanan hosting dan pelatihan khusus. Oleh karena itu, inkubasi fisik, meskipun layanan yang sangat penting, adalah bagian dari keseluruhan proses inkubasi.

3. Ekspansi (Pasca inkubasi) berkaitan dengan kegiatan yang akan dilakukan ketika perusahaan telah mencapai fase jatuh tempo, dan karenanya siap untuk berjalan dengan kakinya sendiri. Perusahaan akan meninggalkan inkubator, jika telah diinkubasi secara fisik. Inkubator berbasis inovasi bekerja di persimpangan antara serangkaian inovasi dan wirausaha pendukung wirausaha untuk mendapatkan keuntungan dari nilai tambah ide-ide inovatif.

E. Peran Inkubator Bisnis

Inkubator bisnis memiliki peran penting dalam pengembangan bisnis yang baru dirintis. Penting untuk mengetahui apa saja peran lembaga atau pemerintah sebagai fasilitator program.

1. Membina dan Melakukan Bimbingan
Bimbingan dan mentoring diperlukan karena tidak semua startup memiliki produk yang sudah jadi. Namun, juga startup yang benar-benar baru memulai dengan pencetusan ide dan konsep. Sehingga, dibutuhkan pematangan ide dan validasi ide.
2. Memberikan Dukungan Berupa Mentoring
Dukungan dan dorongan juga harus diberikan kepada bisnis baru agar mereka bisa maju dan berkembang. Hal ini biasanya dilakukan dengan cara mentoring atau coaching, di mana peserta mendapat arahan dan bimbingan langsung dari pakar. Di sinis peserta akan menerima materi terkait pengembangan strategi bisnis, etika bisnis, dan informasi bisnis lainnya.
3. Memberikan Pengetahuan Manajerial
Tidak hanya soal bisnis, bimbingan dan pelatihan juga diberikan untuk mengatur sistem manajerial hingga operasional di perusahaan. Selain itu, peserta juga akan mendapatkan informasi penting lainnya secara keseluruhan mengenai bisnis dan industri.

4. Memberikan Akses Modal

Memberikan akses modal atau pendanaan menjadi salah satu tujuan utama dari inkubator bisnis. Sebagai bisnis atau startup baru, tentu saja akan membutuhkan biaya operasional, produksi, dan distribusi yang tidak sedikit. Namun, tidak banyak sumber modal yang bisa diakses. Di sinilah peran inkubator bisnis sebagai penopang dana bagi usaha rintisan.

F. Manfaat Mengikuti Inkubator Bisnis

Jika Anda adalah pemilik usaha rintisan pemula, mengikuti program inkubasi bisnis akan sangat membantu dalam membangun dan mengembangkan usaha yang dimiliki. Berikut beberapa manfaat yang bisa diraih dari program inkubator bisnis.

1. Meminimalisir Biaya Saat Baru Merintis

Merintis bisnis memang butuh modal besar, namun dengan program inkubator bisnis, Anda akan dapat menghemat biaya pengeluaran dan akan membantu bisnis untuk lebih stabil.

2. Akses pada Pendanaan Investor

Anda akan lebih mudah mendapatkan akses pembiayaan dan pendanaan dari investor-investor yang bersedia membantu permodalan bisnis. Inkubator bisnis juga akan membantu dalam pengelolaan manajemen investasi.

3. Menjalin Relasi

Sebagai pengusaha pemula, Anda akan membutuhkan jaringan dan networking yang kuat. Terutama untuk menjalin relasi dengan sesama pengusaha rintisan. Pada program ini, Anda akan dapat berbagi lahan koneksi dan saling membantu, memberikan dukungan, dan berbagi ilmu dalam membangun bisnis.

4. Menghindari Kesalahan dalam Bisnis

Berkat bimbingan, mentoring, dan relasi dengan pakar, Anda bisa berdiskusi langsung terkait permasalahan dan kendala yang

dihadapi. Sehingga, Anda bisa mendapatkan rekomendasi atau solusi untuk hambatan yang dihadapi.

5. Belajar Mengembangkan Bisnis Secara Terarah

Program ini sudah disusun sedemikian rupa agar sesuai dengan perkembangan bisnis dan industri. Sehingga, Anda akan mendapat bimbingan yang terarah dan terorganisir yang akan membantu Anda memahami industri dengan lebih cepat.

6. Mudah dalam Mengakses Informasi Bisnis

Anda tidak perlu bersusah payah untuk mencari akses yang bisa mempercepat perkembangan bisnis. Inkubator bisnis akan menyediakan dan memberikan fasilitas apapun yang dibutuhkan untuk hal ini. Sehingga, Anda bisa lebih fokus dalam membangun bisnis.

G. Metode Pendekatan Dalam Penyusunan Model Inkubator Bisnis

Pengalaman dan permasalahan dalam penerapan model dibahas bersama dengan stakeholder 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:

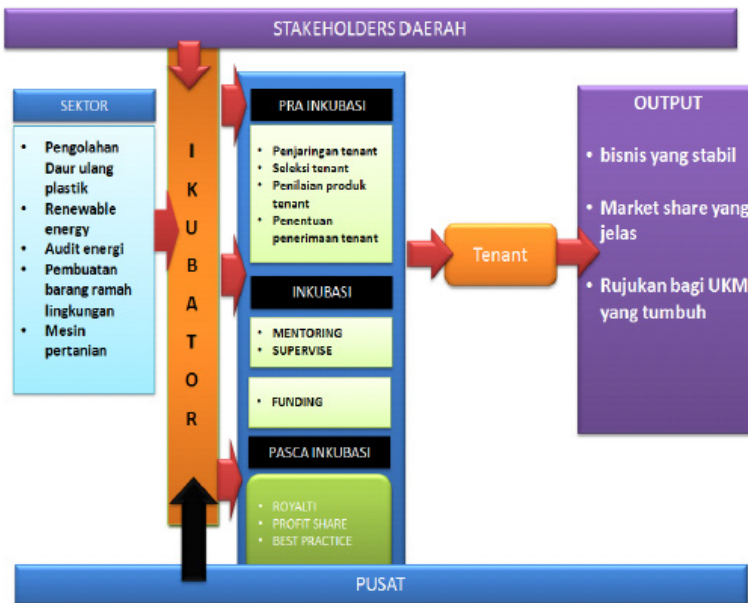


Diawali dengan menelaah dan menganalisis kebijakan yang terkait dengan pokok bahasan. Kemudian mencermati fakta penerapan di lapangan secara situasional berdasarkan data dan informasi kegiatan sebelumnya. Melalui pendekatan analisis secara deskriptif dan diskusi terbatas pada penyelenggaraan Workshop dan Temu Bisnis, maka disusun model rintisan untuk pengembangan inkubator bisnis kedepan.

Adapun 4 (empat) model Inkubator rintisan yang telah dirumuskan dapat dilihat pada gambar berikut:

1. Model Indukator *Green Energy*/Energi Ramah Lingkungan
Untuk mengembangkan Inkubator Green Energy terdapat 5 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

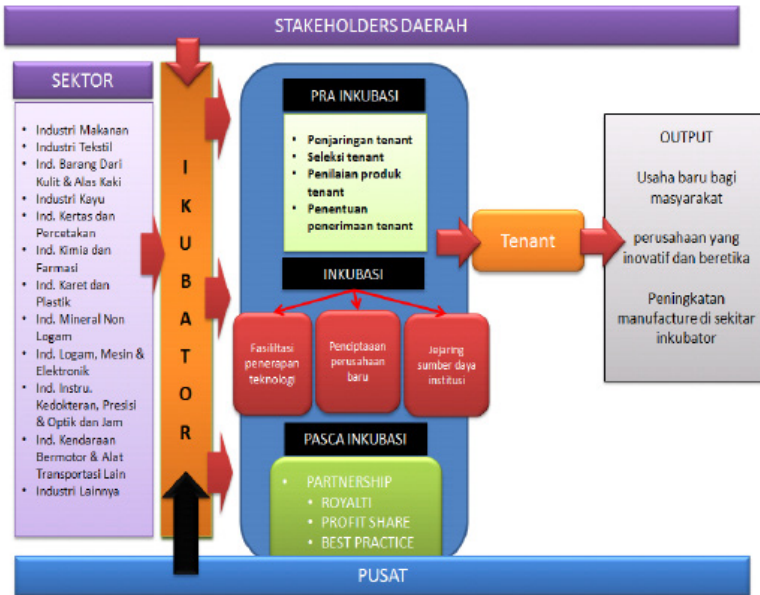
bisnis yang stabil, market share yang jelas dan bisa menjadi contoh untuk penumbuhan UKM inovatif lainnya dalam bisnis yang sejenis. Keberadaan inkubator dalam hal ini tentunya tidak bisa lepas dari dukungan stakeholder daerah dan pusat. Dukungan pemerintah pusat dan daerah sangat diperlukan terutama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



2. Model Inkubator Manufacturing

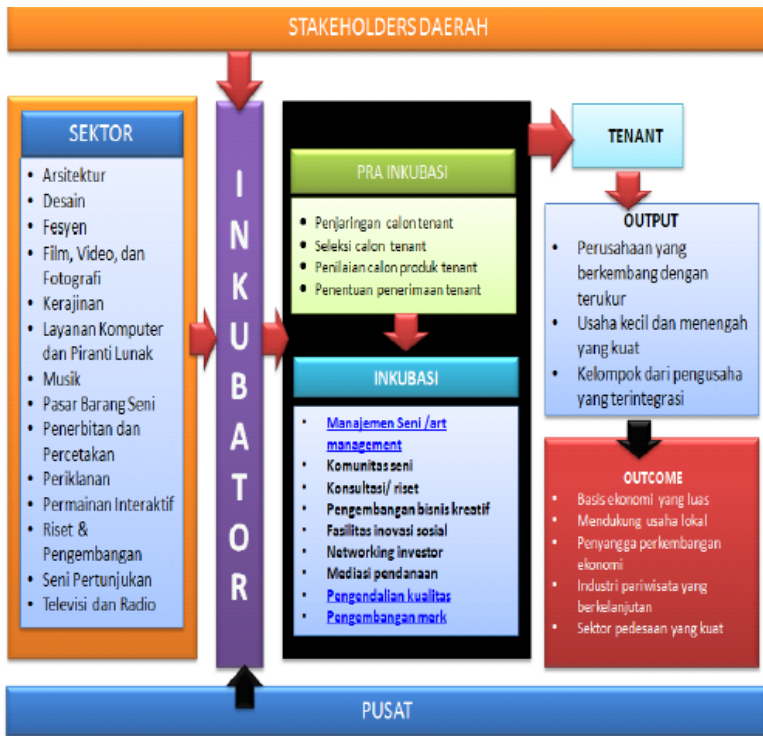
Bagi pengembangan Inkubator Manufacturing terdapat 12 sektor usaha yang dapat dipilih untuk difasilitasi atau bisa memilih hanya beberapa sektor saja sesuai dengan dukungan SDM pengelola dan infrastruktur pendukung yang dimiliki dan dikuasai. Selanjutnya inkubator bisa membina dan mengembangkan tenant melalui proses inkubasi mulai dari pra-inkubasi, inkubasi dan pasca inkubasi. Untuk sektor *manufacturing* pada phase inkubasi diperlukan perhatian penuh terutama dalam fasilitasi penerapan teknologi. Demikian juga pada phase 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.



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:



Dukungan pemerintah pusat/daerah, swasta dan perguruan tinggi (*triple helix*) 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.

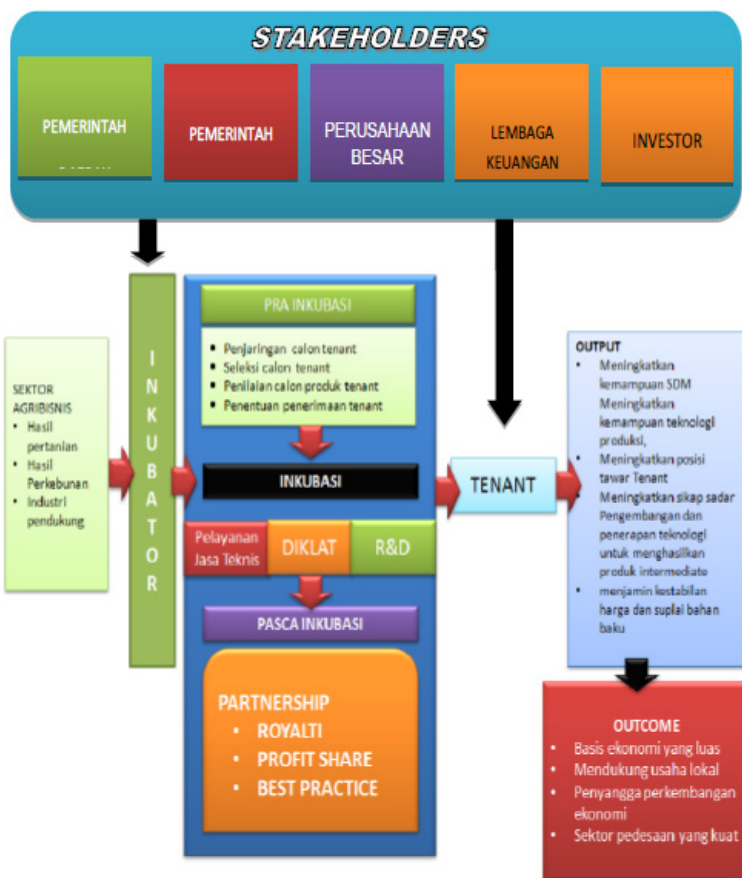
Selanjutnya inkubator bisa membina dan mengembangkan tenant melalui proses inkubasi mulai dari pra-inkubasi, inkubasi dan pasca inkubasi dengan penekanan sebagai alur di atas. Output yang diinginkan adalah menjadikan tenant sebagai usaha baru/perusahaan yang inovatif dan beretika dan kuat serta membentuk 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.

4. Model Inkubator Agrobisnis

Dalam pengembangan Inkubator Agrobisnis peran stakeholder sangat diperlukan sebagaimana diperlihatkan pada gambar di atas. Terdapat 3 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 suplay bahan baku. Tenant yang telah di inkubasi tentunya diharapkan bisa menjaga kelangsungan bisnisnya dengan stabil dalam mendeteksi gejala pasar. Tentunya usaha agrobisnis yang berkembang dapat menjadi basis ekonomi yang luas, mendukung usaha lokal dan memperkuat sektor ekonomi pedesaan.

Ke empat 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.

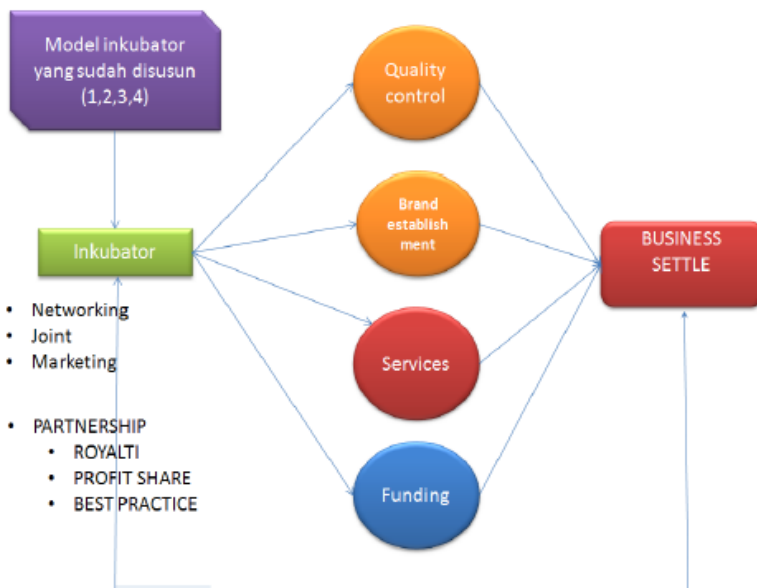


5. Model Pendampingan dan Penguatan Inkubator

Model pendampingan dan penguatan inkubator yang digambarkan di atas menjelaskan beberapa penguatan yang mesti dilakukan inkubator terhadap tenant antara lain: *QC (quality control)*, *Brand Establishment*, *Services* dan *Funding*. Materi peningkatan **quality control** terhadap produk yang dihasilkan tenant terutama dalam hal: (a) pengendalian biaya (*Cost Control*), bertujuan agar produk yang dihasilkan memberikan harga yang bersaing (*Competitive price*); (b) pengendalian produksi (*Production Control*) bertujuan agar proses produksi (proses pelaksanaan ban berjalan) bisa lancar, cepat dan jumlahnya sesuai dengan rencana pencapaian

target; (c) pengendalian standar spesifikasi produk meliputi aspek kesesuaian, keindahan, kenyamanan; (d) pengendalian waktu penyerahan produk (delivery control) terkait dengan pengaturan untuk menghasilkan jumlah produk yang tepat waktu pengiriman dan tepat waktu diterima.

Brand establishment terkait dengan pemberian merk dan penguatan brand image pada produk yang dihasilkan tenant. Merek yang terpercaya merupakan jaminan atas konsistensi kinerja suatu produk yang dicari konsumen ketika membeli produk atau merek tertentu. Merek juga merupakan janji kepada konsumen bila menyebut menyebut namanya, timbul harapan bahwa merek tersebut akan memberikan kualitas terbaik, kenyamanan, status dan pertimbangan lain ketika konsumen melakukan pembelian.



Services atau pelayanan ditujukan pada: (a) *Self Esteem* (memberi nilai pada diri sendiri); (b) *Exceed Expectations* (melampaui harapan konsumen); (c) *Recover* (merebut kembali); (d) *Vision* (Visi); (e) *Improve* (melakukan peningkatan perbaikan);

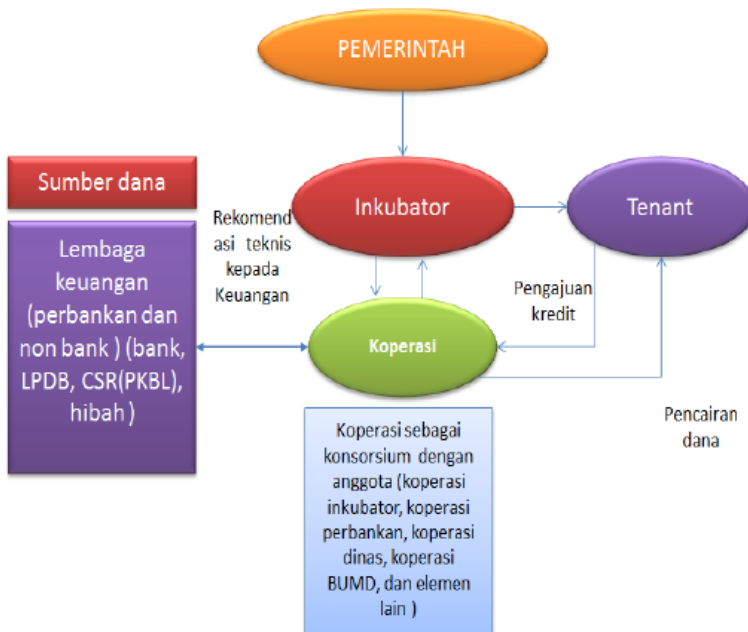
(f) *Care* (memberi perhatian); (g) *Empower* (pemberdayaan); (h) Untuk melaksanakan tugas sebagai frontliner tentunya didasari pada pelayanan yang mengacu pada kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) yang dilayani.

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.

6. Model Pembiayaan Tenant Inkubator

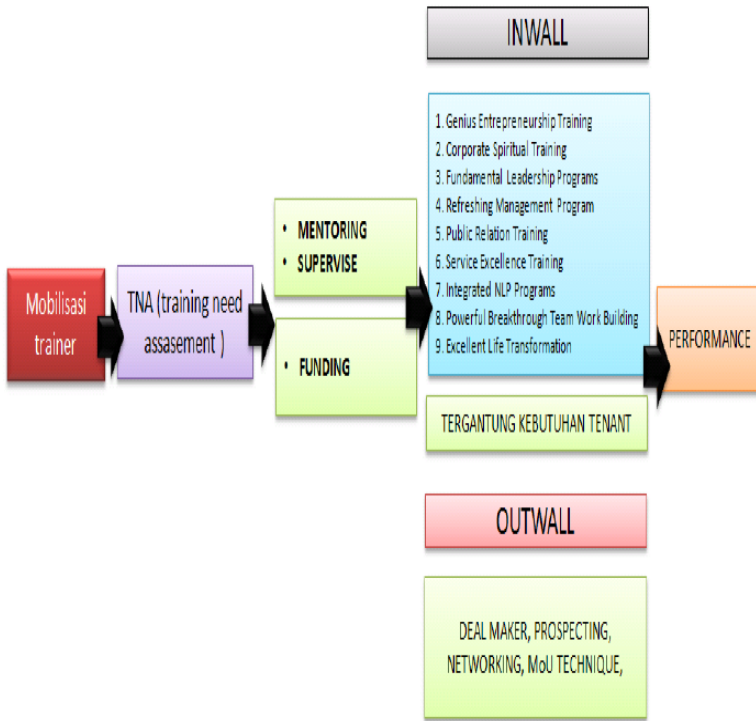
Pembiayaan *tenant* inkubator merupakan hal yang perlu diperhatikan dan dirancang dengan mengingat terkait dengan kepentingan banyak pihak. Model pendanaan yang digambarkan di atas melibatkan inkubator, tenant, LPDB dan perbankan. Model diatas menjelaskan bahwa pembiayaan tenant inkubator dapat diupayakan 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.



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:



H. Kendala Pengembangan Inkubator Bisnis

Berdasarkan hasil penelitian, didapat berbagai kendala dalam pengembangan model dan mekanisme pengembangan inkubator bisnis di perguruan tinggi. Berbagai kendala tersebut antara lain: (1) Kendala jejaring; (2) Kendala pemasaran (3) Kendala birokrasi (4) Kendala mental kewirausahaan (5) Kendala legalitas.

1. Kendala Jejaring (*Net work*)

Jejaring yang dimaksud ke dalam inkubator bisnis adalah jejaring usaha yang dapat dijelaskan sebagai suatu bentuk organisasi di bidang ekonomi yang dimanfaatkan untuk mengatur koordinasi serta mewujudkan kerjasama antarunsur organisasi. Unsur-unsur tersebut pada umumnya berupa unit usaha. Dapat juga berupa non-unit usaha, tetapi merupakan unsur dalam rangkaian yang

memfasilitasi penyelenggaraan unit usaha. Organisasi yang dimaksud dapat bersifat sangat longgar, tetapi juga sebaliknya sangat ketat atau bentuk di antara keduanya. Bentuk keterkaitan yang longgar dapat berupa misalnya komunikasi informal di antara unit usaha. Bentuk yang ketat dapat berupa kerjasama usaha *joint venture*. Sedangkan yang berada di antara kedua bentuk tersebut dapat berupa asosiasi atau konsorsium. Bentuk keterkaitan dapat juga bersifat horisontal maupun vertikal.

Jejaring usaha ini diasumsikan jaringan kerja antara sumberdaya internal dan sumberdaya eksternal perguruan tinggi. Sumberdaya internal adalah mahasiswa, civitas akademika, dan organisasi kampus. Sumberdaya eksternal adalah UKM, Perbankan, pengusaha yang telah kuat dan alumni.

Terbentuknya jejaring usaha itu dapat terjadi karena adanya latar belakang tertentu. Ada tiga latar belakang atau model yang dikemukakan Probatmodjo (1996), yaitu: (1) menurut perspektif pertukaran yang dikembangkan oleh Blau; (2) model ketergantungan sumberdaya; dan (3) model ekonomi biaya transaksi dari Williamson yang dikenal dengan "*transaction cost ekonomi*"

Menurut model pertama, jejaring usaha dapat dipandang sebagai suatu struktur sosial yang terbentuk karena adanya relasi sosial diantara para pelaku, misalnya melalui pertukaran secara langsung atau tidak langsung mengenai segala sesuatu (material maupun immateria) yang dianggap berharga.

Model kedua menjelaskan bahwa terbentuknya jejaring usaha adalah hasil usaha strategis unit usaha dalam mengamankan sumberdaya yang penting dilakukan pihak lain.

Menurut model ketiga, dengan jejaring usaha maka suatu perusahaan dapat memperoleh kebutuhannya secara efisien melalui "pasar" atau "hirarki" (Prabatmodjo, 1996: 42)

2. Kendala Pemasaran

Pemasaran di inkubator bisnis perguruan tinggi masih merupakan kendala yang signifikan. Dalam pengertian pemasaran inkubator bisnis dapat dianalogkan dengan suatu perusahaan. Pemasaran dapat diartikan pada kegiatan perusahaan yang sifatnya amat mendasar, sehingga tidak dapat dianggap sebagai fungsi sendiri. Pemasaran adalah cara memandang seluruh perusahaan dari hasil akhirnya, yaitu dari pandangan pelanggannya. Keberhasilan suatu bisnis bukan ditentukan oleh pelanggannya. Dari pernyataan tersebut dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut.

- a. Pertama, bahwa pemasaran merupakan bagian yang tidak dapat dipisahkan dari dunia usaha suatu perusahaan;
- b. Kedua, bahwa pemasaran harus disadari keberadaan dan fungsinya oleh setiap pihak yang berada di dalam perusahaan;
- c. Ketiga, bahwa pemasaran melibatkan pihak yang berada di dalam perusahaan;
- d. keempat, pemasaran menekankan pada pelanggan menentukan kelangsungan dan keberadaan perusahaan.

Secara lebih rinci pemasaran mencakup kegiatan sebagai berikut.

- a. Menyelidiki dan mengetahui apa yang diinginkan pelanggan
- b. Mengembangkan dan merencanakan sebuah produk barang atau jasa yang memenuhi keinginan tersebut
- c. Memutuskan cara terbaik untuk menentukan harga, promosi, dan mendistribusikan produk barang atau jasa yang dihasilkan.

Dengan kata lain, pemasaran adalah suatu sistem total dari kegiatan usaha yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang atau jasa yang dapat memuaskan pelanggan saat ini maupun pelanggan potensial.

Pengusaha telah menyadari bahwa pemasaran sangat penting bagi keberhasilan sebuah perusahaan, sebuah pemikiran bisnis yang benar-benar baru, sebuah filsafat baru berkembang dan disebutkan konsep pemasaran. Ada ketetapan pokok yang mendasari konsep pemasaran.

3. Kendala Birokrasi

Pada awalnya birokrasi diciptakan untuk melakukan penataan dan pengaturan dalam rangka meningkatkan pelayanan kepada publik. Namun hal ini harus didukung oleh berbagai prasyarat, misalnya adanya sistem kerja yang berlangsung secara baik, keadaan sumberdaya manusia yang memadai (kecakapan dan kejujuran) dan prasyarat budaya tertentu.

Secara umum birokrasi di Indonesia masih belum mempunyai peran secara baik. Birokrasi tetap menjadi salah satu problem yang terbesar dihadapi Asia, meskipun reformasi dalam skala lumayan telah berlangsung di negara-negara yang paling parah terpukul oleh krisis finansial tahun 1997. Dari sejumlah negara yang diteliti Indonesia termasuk terpuruk dan tak mengalami perbaikan dibandingkan tahun 1999, meskipun masih lebih baik dibanding dengan Cina, Vietnam dan India. Demikian survei yang dilakukan oleh lembaga *tink-tank Political Risk Consultancy* (PERC) yang berbasis di Hongkong terhadap eksekutif bisnis asing. Indonesia memperoleh skor 8,0 atau tak bergerak dari skor 1999, dari kisaran skor yang dimungkinkan yakni untuk nol dari terburuk. Skor 8,0 atau jauh di bawah rata-rata ini didasarkan pertimbangan masih banyak pejabat tinggi pemerintah yang memanfaatkan posisi mereka untuk memperkaya diri sendiri dan orang-orang dekat mereka.

Simanjuntak, direktur Eksekutif Institut Manajemen Prasetya Mulya memberikan komentar atas hasil survei di atas, dengan menyampaikan pernyataan (1) Dalam kasus Indonesia masalahnya adalah mahal nya persetujuan atau lisensi. Beliau juga menyampaikan bahwa di Indonesia masih banyak pejabat senior

pemerintah yang terjun ke bisnis. Mereka selalu menggunakan posisinya untuk melindungi dan mengangkat kepentingan bisnis pribadinya, (2) Kelemahan birokrasi Indonesia antara lain disebabkan karena banyak kegiatan yang tidak perlu dilakukan tetapi tetap untuk dilaksanakan oleh pemerintah. “ibarat seorang sopir yang membawa bus besar, tetapi penumpangnya hanya tiga orang” kata dia (3) Proram-program pelatihan di lingkungan birokrasi juga tidak kompetitif. Hal ini disebabkan oleh pelatihan di mana yang melaksanakan program pelatihan tersebut tidak lain adalah pemerintah sendiri. (4) Jenjang dalam birokrasi di Indonesia sebenarnya sudah ada sehingga program pelatihan menjadi sekedar formalitas.

Sebelumnya telah banyak kajian atau survei-survei mengenai kondisi pemerintahan di Indonesia ini. Misalnya saja, tahun lalu PERC menempatkan Indonesia sebagai negara tingkat korupsi tertinggi dan sarat kroniisme di Asia, dengan skor 9,91 untuk korupsi dan 9,09 untuk koroniisme, dari sekala penilaian antara nol hingga sepuluh. Survei tahun 1998, PERC juga menetapkan Indonesia sebagai negara nomor satu paling korup di Asia. Sementara Transparansy Internasional (TI) tahun 1998 mendudukan Indonesia di posisi keenam negara paling korup sedunia, setelah tahun 1995 menduduki peringkat pertama.

4. Kendala Mental Kewirausahaan

Tidak semua orang mempunyai kualitas pribadi yang diperlukan untuk menjadi seseorang wirausaha yang berhasil. Studi tentang profit yang berlaku yang menunjukkan bahwa kualitas pribadi berkaitan erat dengan kewirausahaan yang berhasil. Adapun ciri-ciri atau sifat dari kewirausahaan adalah sebagai berikut.

Ciri-ciri dan sifat kewirausahaan yang berhasil

No	Ciri-ciri	Sifat-sifat
1	Percaya diri	Keyakinan, ketidaktergantungan, individualisme, optimisme

2	Berorientasi tugas dan hasil	Kebutuhan akan prestasi berorientasi laba, ketekunan dan ketabahan, tekad kerja keras, mempunyai dorongan yang kuat, energik dan inisiatif
3	Pengambilan resiko	Kemampuan resiko, suka tantangan
4	Kepemimpinan	<ul style="list-style-type: none"> • Bertingkah laku sebagai pemimpin • Dapat bergaul dengan orang lain • Menanggapi saran dan kritik
5	Keorisinilan	<ul style="list-style-type: none"> • Inovatif dan kreatif • Fleksibel • Serba bisa • Mengetahui banyak hal (universal)
6	Berorientasi pada masa depan	Pandangan luas ke depan

Daftar ini meliputi sifat-sifat seyogyanya dimiliki dan dikembangkan jika anda menjadi wirausahawan. Mungkin anda tidak membutuhkan sifat-sifat ini tetapi semakin banyak yang anda miliki semakin besar menjadi wiraswastawan yang berhasil. Memang sulit untuk mendapatkan wirausahawan yang mendapat angka tinggi untuk semua sifat-sifat itu, namun besar kemungkinan menemukan wirausahawan yang mempunyai angka tinggi pada sifat-sifat kepercayaan pada diri sendiri. Kemampuan mengambil resiko, fleksibel, keinginan untuk mencapai sesuatu dan keinginan tidak tergantung pada orang lain.

5. Kendala Legalitas

Aspek legalitas inkubator bisnis sangat menentukan kinerja suatu inkubator bisnis. Aspek ini sangat tergantung pada status perguruan tinggi. Legalitas sebuah lembaga inkubator bisnis harus jelas, baik pada tatanan status universitas maupun kaitannya dengan organisasi pemerintahan daerah. Legalitas ini selain memberikan kejelasan status dan peranan inkubator bisnis dalam suatu perguruan tinggi, maka juga akan berkaitan dengan keberlanjutan inkubator tersebut. Aspek legalitas merupakan salah satu dari kata

1. Tantangan dalam Inkubator Bisnis

Meskipun inkubator bisnis menyediakan lingkungan yang mendukung dan berbagai sumber daya untuk membantu wirausahawan, mereka juga dihadapkan pada beberapa tantangan yang perlu diatasi agar tetap efektif dan berkelanjutan. Berikut adalah beberapa tantangan umum dalam inkubator bisnis:

1. **Keberlanjutan Keuangan:**
Salah satu tantangan utama bagi inkubator bisnis adalah menjaga keberlanjutan keuangan. Inkubator seringkali bergantung pada pendanaan eksternal, dan memastikan sumber pendanaan ini berkelanjutan dapat menjadi tantangan, terutama jika terjadi fluktuasi ekonomi atau perubahan dalam kebijakan pendanaan.
2. **Seleksi Wirausahawan yang Tepat:**
Proses seleksi wirausahawan yang efektif merupakan aspek kritis untuk keberhasilan inkubator. Memilih bisnis yang memiliki potensi untuk berhasil dan sesuai dengan fokus inkubator dapat menjadi tantangan, dan membuat keputusan yang tepat dalam memilih kandidat yang memiliki visi dan keberlanjutan bisnis yang kuat memerlukan kebijaksanaan dan pengalaman.
3. **Keberagaman Industri dan Model Bisnis:**
Inkubator sering mendukung berbagai bisnis dari berbagai industri dan model bisnis. Menyediakan dukungan yang sesuai dengan keberagaman ini dapat menjadi tantangan. Masing-masing bisnis memiliki kebutuhan unik, dan inkubator perlu memastikan bahwa sumber daya dan mentor yang tersedia dapat mengakomodasi perbedaan ini.
4. **Keterbatasan Sumber Daya:**
Sumber daya terbatas, seperti ruang kantor, mentor yang berkualitas, dan dukungan finansial, dapat menjadi tantangan. Membaginya secara adil di antara bisnis yang diinkubasi

seringkali memerlukan kebijakan dan manajemen sumber daya yang cermat.

5. **Kesesuaian dan Ketersediaan Mentor:**
Memastikan ketersediaan dan kesesuaian mentor yang berkualitas untuk memberikan bimbingan kepada wirausahawan bisa menjadi tantangan. Mentor yang tepat memiliki pengalaman industri yang relevan dan pemahaman yang mendalam tentang tantangan yang dihadapi oleh bisnis awal.
6. **Monitoring dan Evaluasi Kinerja:**
Mengukur dan mengevaluasi kinerja bisnis yang diinkubasi adalah tantangan lain. Menentukan indikator kinerja yang relevan, melibatkan pemantauan yang efektif, dan memberikan umpan balik yang konstruktif memerlukan sistem manajemen yang baik.
7. **Perubahan Pasar dan Teknologi:**
Inkubator bisnis perlu tetap responsif terhadap perubahan pasar dan teknologi. Memahami tren terbaru dan memastikan bahwa wirausahawan mendapatkan dukungan yang sesuai dengan perubahan ini dapat menjadi tantangan, terutama dalam lingkungan yang berubah dengan cepat.
8. **Pengelolaan Hubungan dengan Pemodal dan Mitra:**
Menjaga hubungan yang baik dengan pemodal, mitra, dan lembaga pendukung lainnya merupakan hal yang krusial. Tantangan dapat muncul dalam menjaga keseimbangan dan memastikan bahwa kepentingan semua pihak terjaga.

Dengan kesadaran dan strategi manajemen yang baik, inkubator bisnis dapat mengatasi tantangan-tantangan ini untuk terus mendukung dan menghasilkan bisnis yang sukses.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahyari, Agus. 1999. *Manajemen Produksi Perencanaan Sistem Produksi*. Buku 2. Yogyakarta: BPFE.
- Assauri, Sofyan, 1993, *Manajemen Produksi dan Operasi Edisi Ketiga*, Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, Jakarta.
- Beck, R. C. 1990. *Motivation*. Englewood Cliffs. New Jersey: Prentice Hall.
- Birzea, C., Cecchini, M. 2005. *Tool fo Quality Assurance of Education for Democratic Citizenship ini Schools*. France: UNESCO.
- Frederick, H., Kuratko, D., Hodgetts, R. (2006). *Entrepreneurship: Theory, Process. Practice*, Melbourne: South Melbourne Vic.
- Gredler, Margaret E. Bell. 1991. *Belajar dan Membelajarkan*. Jakarta: Rajawali.
- Griffin, Jill. 2003. *Customer Loyalty: Menumbuhkan Dan Mempertahankan Pelanggan*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Harefa, (1998). *Sukses Tanpa Gela*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Heru, Kristanto. 2009. *Kewirausahaan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sinamo, Jansen H. 1999. *8 Etos Kerja Profesional*, Jakarta: PT. Malta Printindo.
- Juran, J.M. 1989. *Juran on Quality By Design*. New York: Free Press.
- McClelland, David C, et al. *The Achievement Motive*. New York: Appleto-Century Crofts. Irvington Publisher Inc, 1976.

- Prawirosentono, Sujadi. 1997. *Manajemen Produksi Dan Operasi*. Jakarta: Bumi Aksara,
- Probatmodjo (1996
- Reksohadiprojo, Sukanto., Gitosudarmo, Indriyo. (2000. *Manajemen Produksi*, Edisi Keempat. Yogyakarta: BPFE.
- Steers & Porter. 1991. *Motivation and Work Behavior*. 5th Ed. USA: McGraw-Hill Book Co.
- Suryana, 2003. *Kewirausahaan: Pedoman Praktis, Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Jakarta: PT. Salemba Empat.
- Tenner, A.R. dan DeToro, I.J. 1992. *Total Quality Management: Three Steps To Continuous Improvement*. Reading, MA: Addison-Wesley Publishing Company.
- Travers, Robert M.W. 1982. *Essentials of Learning*. Fifth Ed. New York: macmillan Publishing Coy. Inc.