

TINJAUAN MODEL INKUBATOR BISNIS RINTISAN (*BISNIS START UP*) DI INDONESIA

Oleh
Septiana Ayu Estri Mahani
Dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Email : estrimahani@gmail.com

ABSTRAK

Inkubasi Bisnis merupakan tuntutan dari *the new economy global*, yang terjadi karena adanya perubahan yang cepat dan signifikan di bidang teknologi, telekomunikasi, dan digitalisasi; adanya deregulasi dan globalisasi. 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. Peran Inkubator Bisnis sangat strategis dalam menumbuh kembangkan UKM Inovatif, karena melalui Inkubator calon-calon wirausaha baru berbasis IPTEK dapat ditingkatkan kapasitas dan kinerja usahanya.

Kata Kunci: Inkubator Bisnis, UKM, Strategi

I. PENDAHULUAN

1.1. Definisi 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* mendefinisikan 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 organization that accelerates and systematises the process of creating successful enterprises by providing them with a comprehensive and integrated range of support, including: incubator 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 incubators significantly improve the survival and growth prospects of new start-ups. A successful business incubator will generate a steady flow of new business with aboveaverage job and wealth creation potential. Differences in stakeholder objectives for incubators, admission and exit criteria, the knowledge intensity of projects, and the precise configuration of facilities and services, will distinguish one type of business incubator from another”.

Menurut Harley (2010:4) Inkubator Bisnis dapat diartikan sebagai sebuah organisasi yang mengsystemasi 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.

1.2. Pengertian Inkubasi Bisnis

Inkubasi Bisnis merupakan tuntutan dari *the new economy 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).

Konsep inkubasi bisnis lahir diantara masa ekonomi kapitalisme klasik dan neoklasikal. Kapitalisme klasik menurut Adam Smith (1776) merupakan sistem ekonomi dengan karakteristik kepemilikan atas sumberdaya secara individual untuk menciptakan laba bagi dirinya sendiri. Teori ini memiliki kecenderungan individualistik tanpa memperhatikan relasi dan integrasi. Sedangkan neoklasik memandang bahwa pasar terdiri dari banyak pembeli dan penjual yang saling berintegrasi sehingga menciptakan rumusan penawaran sama dengan permintaan atau "*equilibrium*". Teori ini memandang individu sebagai bagian dari sistem ekonomi pasar yang senantiasa harus melakukan pengembangan dan perubahan guna memenuhi penawaran atau permintaan.

Pada era *the new economy* yaitu suatu era ekonomi yang terdiri dari banyak fenomena yang saling berinteraksi dan ber-relasi dalam mewujudkan tujuan, maka salah satu wujud dari inkubasi bisnis adalah SOHO (*Small Office Home Office*). Merupakan sebuah konsep bisnis kontemporer yang lahir karena adanya perkembangan di bidang teknologi, telekomunikasi, dan digitalisasi, yang dapat memberikan kemudahan bagi para pengambil keputusan dari mana saja. Selain itu kehadiran dan keberadaan inkubator bisnis dalam *new economy* mampu membantu menciptakan mekanisme pasar yang persuasif dan kondusif, karena berbisnis melalui proses inkubasi yang pada gilirannya menjadikan persaingan sebagai sebuah kemutlakan.

Pola penciptaan *new entrepreneur* dan pembinaan usaha kecil, menengah dan koperasi 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, 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*).

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.

1.3. 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*).

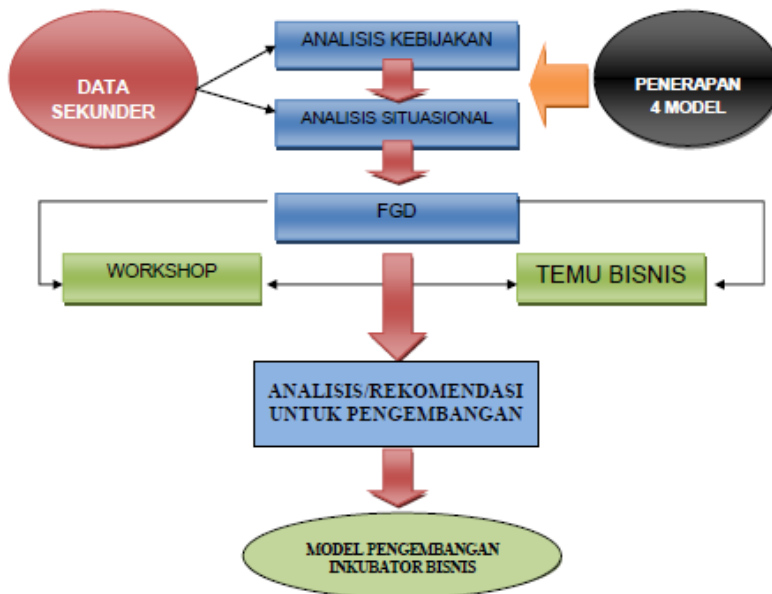
Kegiatan rintisan penerapan model inkubator pada tahun 2012 ditujukan pada sosialisasi dan menginformasikan rintisan model yang telah dilakukan inkubator 4 perguruan tinggi dalam rangka pengembangan:

Inkubator Model *Green Energy*/Energi ramah lingkungan(IPB), Inkubator Model *Manufacturing* (ITB), Inkubator Model Industri Kreatif/ICT(ITS), dan Inkubator Model Agrobisnis (UB) yang telah dicobakan pada tahun sebelumnya.

Sosialisasi dan informasi rintisan model dilakukan dalam bentuk *workshop* sebanyak 4 kali, 2 kali di Jawa Timur dan 2 kali di Jawa Barat, Temu Bisnis di Malang (Jawa Timur) dan di Bandung (Jawa Barat) dan peningkatan kapasitas bagi pengelola/calon pengelola inkubator bagi perguruan tinggi negeri/swasta dan instansi terkait di Malang (Jawa Timur) dan di Jatinangor (Jawa Barat).

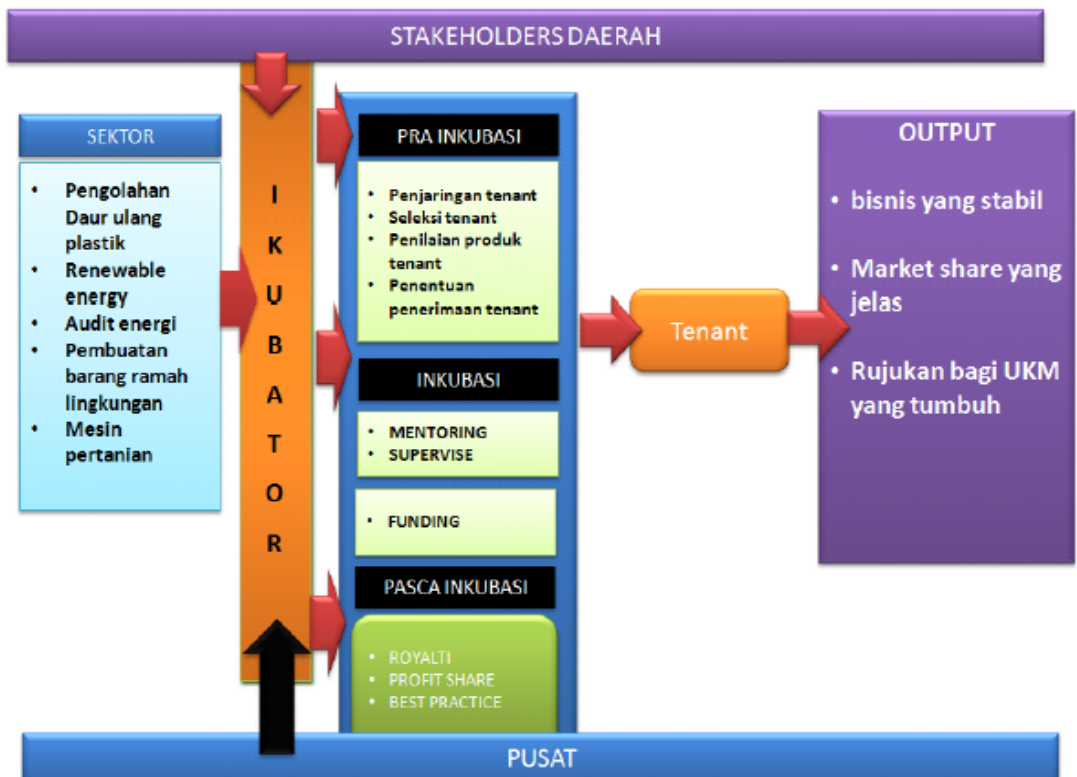
Pengalaman dan permasalahan dalam penerapan model dibahas bersama dengan *stakeholders* terkait. Proses sosialisasi dan pemecahan berbagai masalah dilakukan melalui pendekatan FGD sehingga diperoleh kesamaan persepsi serta sinergitas dalam pengembangan inkubator bisnis sebagai lembaga yang dapat menghasilkan UKM inovatif. Adapun metode pendekatan dalam penyusunan model inkubator rintisan mengikuti tahapan berikut :

Gambar 1.1. Metode Pendekatan dalam penyusunan model inkubator bisnis



Diawali dengan menelaah dan menganalisis kebijakanyang terkait dengan pokok bahasan.Kemudian mencermatifakta penerapan di lapangan secara situasional berdasarkandata dan informasi kegiatan sebelumnya. Melaluipendekatan analisis secara deskriptif dan diskusi terbataspada penyelenggaraan *Workshop* dan Temu Bisnis, makadisusun model rintisan untuk pengembangan 82ncubator bisnis kedepan. Adapun empat model Inkubator rintisan yang telah dirumuskan dapat dilihat pada gambar berikut:

Gambar 1.2. Empat model inkubator rintisan



II. LANDASAN TEORI

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 fasilitas *tenant* pada proses inkubasi dan pasca inkubasi.

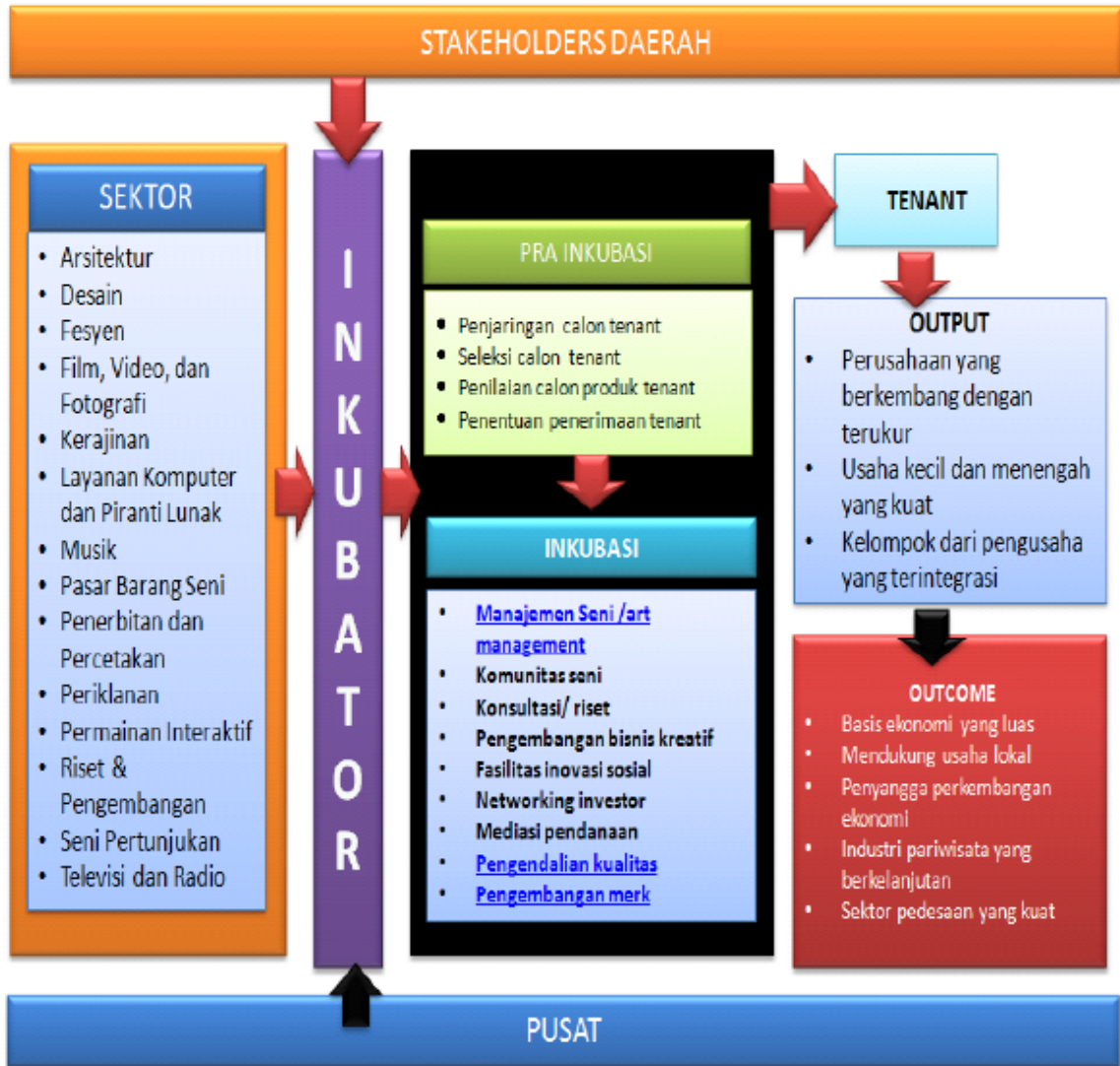
Bagi pengembangan Inkubator *Manufacturing* terdapat 12 sektor usaha yang dapat dipilih untuk difasilitasi atau bisa memilih hanya beberapa sektor saja sesuai dengan dukungan SDM pengelola dan infrastruktur pendukung yang dimiliki dan dikuasai. Selanjutnya inkubator bisa membina dan mengembangkan *tenant* 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

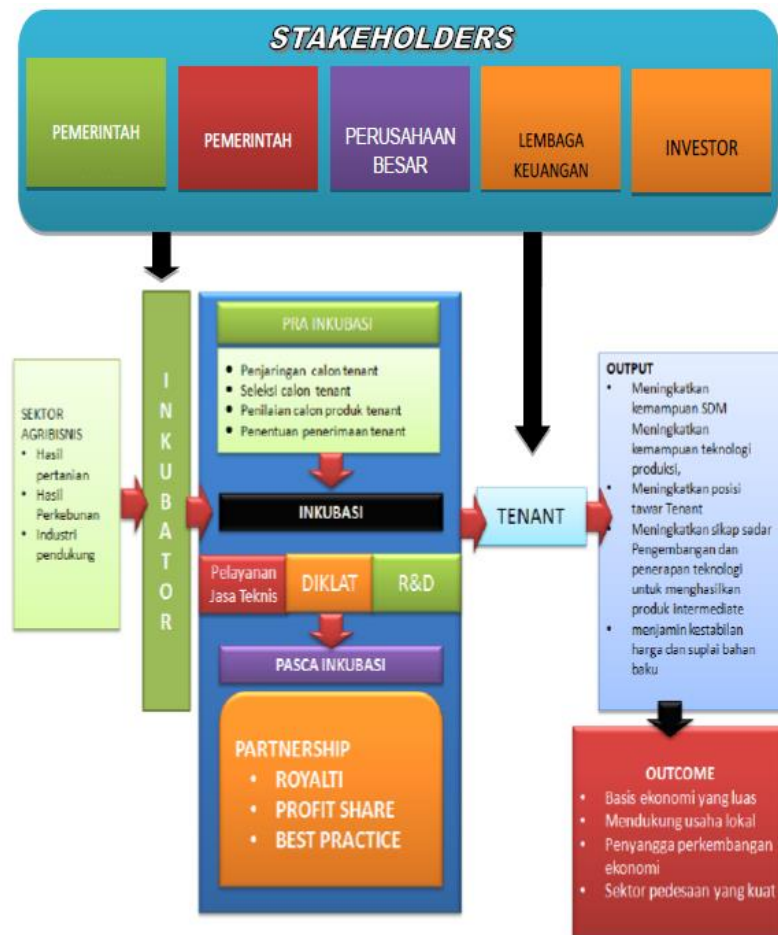


Dukungan pemerintah pusat/daerah, swasta dan perguruan tinggi (*triple helix*) sangat diperlukan terutama dalam infrastruktur pendukung seperti peralatan termasuk dukungan tenaga ahli. Bagi yang ingin mengembangkan inkubator ini bisa memilih beberapa sektor sesuai dengan dukungan SDM, infrastruktur dan 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.

2.4. Model Pengembangan Inkubator Agribisnis

Gambar 2.2. Model Pengembangan Inkubator Agribisnis



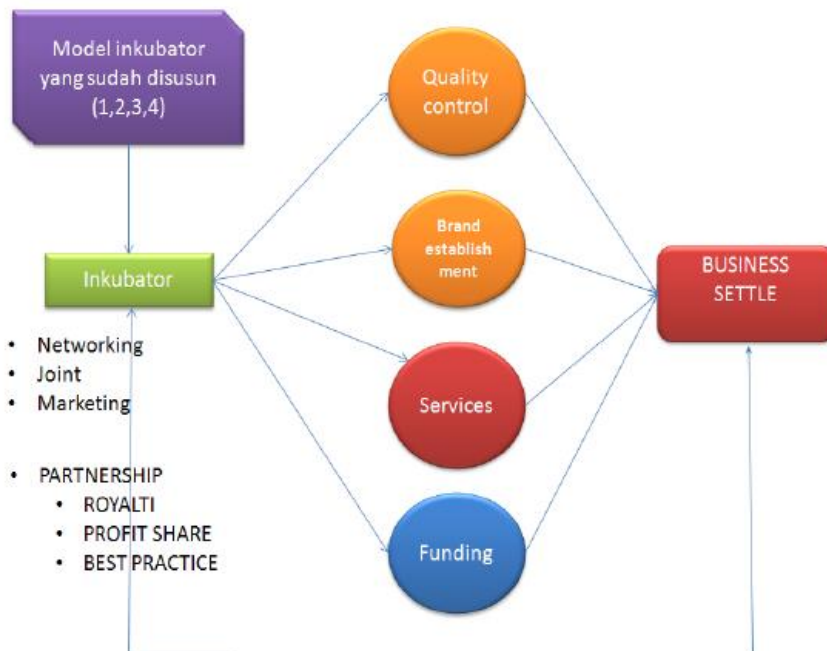
Dalam pengembangan Inkubator Agribisnis peran *stakeholders* sangat diperlukan sebagaimana diperlihatkan pada gambar di atas. Terdapat tiga sektor utama yang dapat dipilih oleh lembaga inkubator untuk difasilitasi atau bisa memilih salah satu diantaranya sesuai dengan dukungan SDM dan infrastruktur pendukung 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 gejolak 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



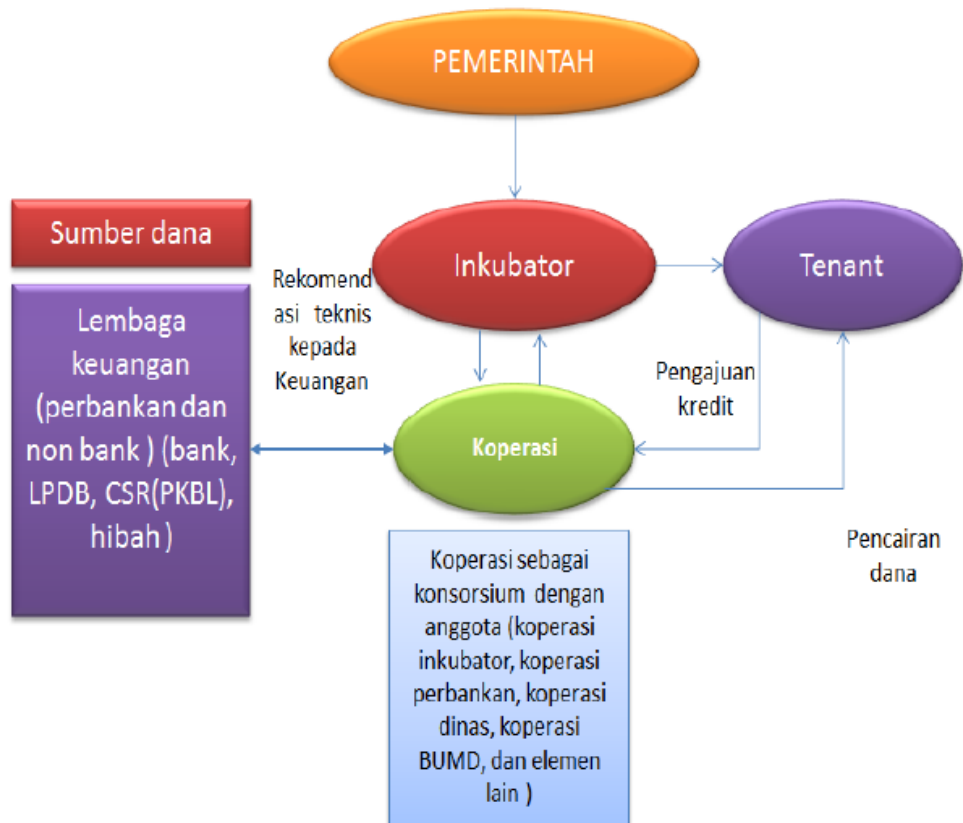
Model pendampingan dan penguatan inkubator yang digambarkan di atas menjelaskan beberapa penguatan yang mesti dilakukan inkubator terhadap *tenant*, antara lain: QC (*Quality Control*), *Brand Establishment*, *Services* dan *Funding*. Materi peningkatan *Quality Control* terhadap produk yang dihasilkan *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.

2.6. Model Pembiayaan *Tenant* Inkubator

Gambar 2.4. Model Pembiayaan *Tenant* Inkubator



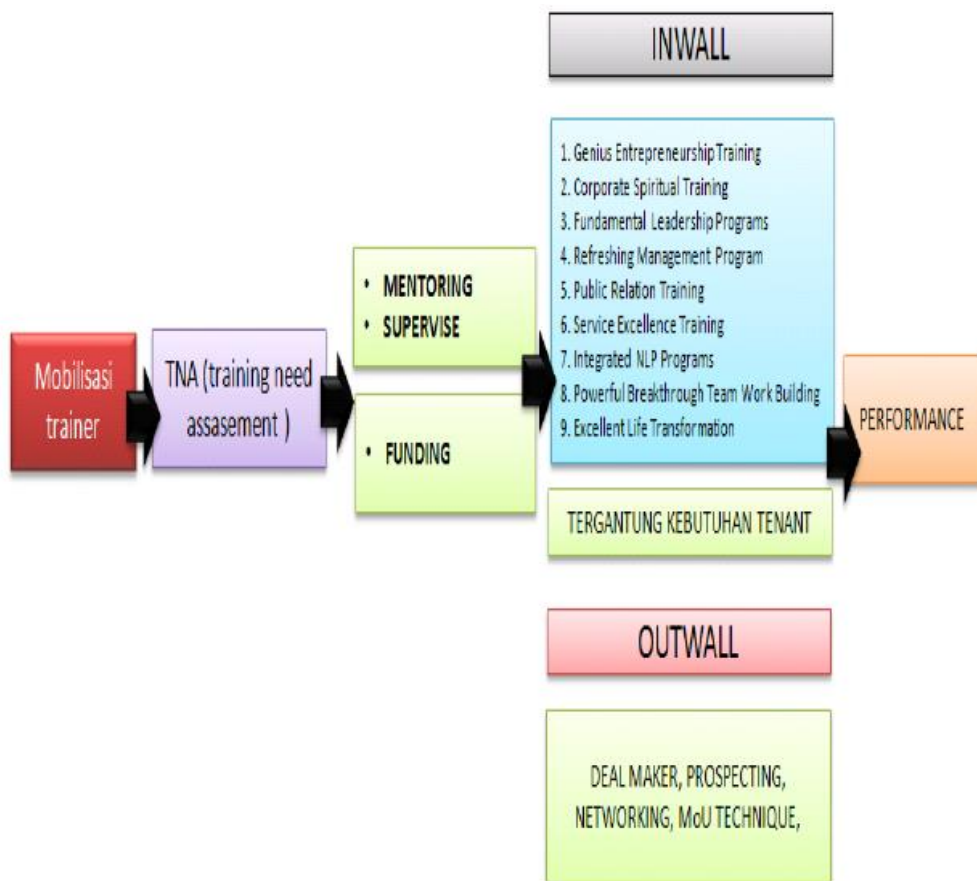
Pembiayaan *tenant* inkubator merupakan hal yang perlu diperhatikan dan dirancang dengan mengingat terkait dengan kepentingan banyak pihak. Model pendanaan yang digambarkan di atas melibatkan inkubator, *tenant*, LPDB dan perbankan. Model diatas menjelaskan bahwa pembiayaan *tenant* inkubator dapat diupayakan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

- Sumber pendanaan *tenant* biasa diupayakan dari: lembaga keuangan (perbankan dan non bank). LPDB, CSR, PKBL, dan hibah;
- Dapat dibentuk koperasi konsorsium dengan anggota (koperasi inkubator, koperasi perbankan, koperasi dinas, koperasi BUMD);
- Tenant* dapat mengajukan kredit kepada koperasi;
- Inkubator : memberikan rekomendasi teknis kepada lembaga keuangan;
- 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 berkompoten. *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



III. PEMBAHASAN

3.1. 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.

Sejumlah hal yang dapat dikembangkan dalam rangka membangun jejaring inkubator bisnis di Indonesia adalah:

- 1) Pengembangan basis data hasil riset untuk memberikan peluang bagi setiap individu untuk menjajaki komersialisasi temuan secara lebih luas. Basis data memberikan manfaat bagi pelaku riset untuk menjual HAKI, dan memberikan manfaat bagi para calon pelaku usaha dalam menemukan ide-ide bisnis yang sesuai dengan kebutuhan saat ini dan masa depan,
- 2) Pengembangan basis data hasil riset agar tercipta jaringan kerjasama antara pemilik ide dan individu-individu yang memiliki minat, bakat dan pengalaman dalam membuka bisnis, komunikasi ini menimbulkan kebutuhan untuk menemukan rekanan yang tepat sehingga diperlukan media yang dapat mempertemukan pemilik ide dengan pelaku usaha baik dengan tujuan untuk mendirikan usaha baru atau dalam rangka memperluas pasar melalui pembukaan jaringan di berbagai daerah,
- 3) Pengembangan basis data Investor untuk memperoleh informasi terhadap individu yang memiliki ketertarikan untuk melakukan investasi pada produk-produk teknologi;
- 4) Pengembangan basis data konsultasi bisnis bagi pengembangan usaha, terutama penyedia jasa konsultasi untuk usaha-usaha baru yang masih sangat sedikit;
- 5) Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) yang belum maksimal, contoh: pada level yang paling sederhana yaitu pemanfaatan internet untuk memperkenalkan perusahaan/produk melalui situs internet belum banyak dilakukan.

3.2. Fasilitas Inkubator Bisnis

Fasilitas sebuah inkubator bisnis pada dasarnya merupakan fasilitas standar yang dimiliki sebuah pusat perkantoran yang kemudian didukung oleh fasilitas peningkatan sumber daya bisnis. Pada kenyataan yang ditemukan fasilitas-fasilitas yang tersedia biasanya berbeda-beda tergantung pada kemampuan dan daya dukung finansial yang dimiliki. Sebuah Inkubator Bisnis yang sudah maju umumnya memiliki fasilitas-fasilitas seperti ruang konferensi, kafetaria, keamanan, *furniture*,

perlengkapan kantor, dan telepon, serta perlengkapan lain seperti: perpustakaan, persewaan kendaraan, kebersihan dan perawatan, *child-care* dan akomodasi penginapan.

Sedangkan fasilitas peningkatan sumber daya mencakup layanan lainnya seperti : aspek legal perusahaan, hak atas kekayaan intelektual, akuntansi, *recruitment*, pendidikan dan pelatihan, dan litbang. Pada Inkubator Bisnis yang mengkhususkan pada pembentukan dan pengembangan *StartUp Enterprise* berbasis inovasi, teknologi dan seni, umumnya memberikan layanan berupa: akses permodalan, pendampingan usaha, penggunaan fasilitas bersama dan mediasi pelaku bisnis dengan pemilik modal. Sebuah Inkubator bisnis harus menetapkan bidang usaha yang akan diinkubasi dan tentunya hal ini sangat tergantung pada tujuan dari pendirian inkubator itu sendiri dan kebutuhan karakteristik usaha yang akan dikembangkan.

3.3. Tahap Pembentukan Inkubator Bisnis

Untuk mendirikan inkubator bisnis diperlukan kajian potensi guna melihat kekuatan, kelemahan, peluang, dan kesempatan (*SWOT Analysis*) yang dimiliki dengan tujuan:

- a. Memperkirakan kemampuan bisnis, mencakup konteks sumber daya yang dimiliki dan sumber daya yang harus disediakan, potensi pelaku bisnis, dan kepakaran bidang-bidang yang diperlukan;
- b. Mengetahui aktivitas ekonomi lokal yang mencakup aktivitas *entrepreneurial* dan potensial pasar.

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*. Misalnya, sebagai sebuah lembaga *profit* tentunya proses inkubasi selain untuk mengembangkan usaha *tenant*, juga bertujuan pada peningkatan keuntungan lembaga dalam memampukan dan membiayai keberlanjutan aktivitas;

- 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.

3.4. Indikator Keberhasilan Inkubator Bisnis

Menurut Supangkat (2011:19) Inkubator bisnis dengan berbagai tipe memerlukan pengukuran indikator keberhasilan, agar dapat diketahui sejauhmana keberhasilan yang telah dicapai dalam menjalankan proses inkubasi. Pengelolaan inkubator perlu memiliki kemampuan untuk melakukan evaluasi terhadap aktivitas yang telah dilakukan. Indikator-indikator keberhasilan yang dapat dinyatakan sebagai tolak ukur keberhasilan inkubator diantaranya adalah: (1) penambahan bisnis baru, (2) penciptaan lapangan kerja, (2) perputaran ekonomi, (3) tingkat kegagalan pengembangan bisnis baru, dan (4) kemampuan memperoleh dana investasi.

Meskipun demikian Supangkat (2011) tidak menetapkan ukuran keberhasilan secara spesifik pada penambahan lapangan pekerjaan dan perputaran ekonomi. Dalam hal ini, tim Inkubator bisnis perlu menetapkan parameter keberhasilan yang menitikberatkan pada *tenant*/calon *tenant* inkubator, antara lain parameter keberhasilan yang dinilai dari tingkat partisipasi terhadap program yang sedang dilakukan. Diperlukan penentuan target-target yang terukur, misalnya sasaran 100 peserta *coaching* per-tahun dengan parameter keberhasilan 60% kuota terisi pada satu termin program berjalan, sepuluh *tenant*/badan usaha dapat menjalankan bisnis setiap tahunnya dengan parameter keberhasilan 60% (sekitar lima atau enam badan usaha mampu beroperasi dengan baik).

IV. KESIMPULAN

1. Peran Inkubator Bisnis sangat strategis dalam menumbuh kembangkan UKM Inovatif, karena melalui Inkubator calon-calon wirausaha baru berbasis IPTEK dapat ditingkatkan kapasitas dan kinerja usahanya;
2. Pengembangan inkubator untuk menghasilkan UKM Inovatif tentunya tidak hanya terbatas pada empat perguruan tinggi yang telah melakukan rintisan, namun dapat dikembangkan pada perguruan tinggi, instansi pemerintah dan lembaga swasta lainnya;
3. Bagi Perguruan Tinggi negeri/swasta, lembaga/instansi pemerintah dan lembaga perbankan yang berminat untuk mendirikan dan mengembangkan lembaga inkubator bisnis, maka empat model rintisan yang telah diformulasikan : (a) Model Inkubator *Green Energy*/Energi Ramah Lingkungan; (b) Model Inkubator *Manufacturing*; (c) Model Inkubator Industri Kreatif; dan (d) Model Inkubator Agribisnis, dapat dijadikan panduan pengembangan ke depan.

DAFTAR PUSTAKA

- 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.
- 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*.
- Buku Panduan Penyusunan Inkubator Bisnis, 2012