

Model Pendampingan Inkubator Bisnis terhadap Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Di Kota Medan

Lila Bismala^{1)*}, Dewi Andriany²⁾ Gustina Siregar³⁾

^{1,2,3}Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan, Indonesia
Jl. Kapten Mukhtar Basri NO. 3 Medan

* Korespondensi: lilabismala@umsu.ac.id

Abstrak. Keberadaan Usaha Menengah Kecil dan Mikro dalam perekonomian Indonesia mempunyai peran dalam membangun perekonomian nasional maupun sektoral. Lebih dari satu dasawarsa, masih ada banyak kendala dihadapi oleh para pelaku UKM. Telah banyak program pendampingan kepada para UKM yang dilakukan oleh pemerintah, namun pelaksanaan pendampingan tersebut berjalan dengan pola yang monoton. Maka diperlukan model pendampingan yang tepat, salah satunya lembaga yang berperan dalam pendampingan usaha adalah Inkubator Bisnis. Beberapa strategi yang dapat dirumuskan adalah Strategi Strength-Opportunity meliputi: (1) melakukan kerjasama antara unsur ABG (akademik, business, government), (2) mendampingi UKM agar produk yang dapat terjual di pasar. Strategi Weakness-Opportunity meliputi: (1) program kerja yang di dukung CSR Swasta, (2) mendampingi UKM yang berpotensi agar mendapatkan pendanaan dari CSR, (3) menjaring tenaga profesional, (4) memperkuat sarana prasarana. Strategi Strength-Threat meliputi: (1) mengeluarkan regulasi yang mendukung program kerja incubator, (2) memperkuat SDM, (3) regulasi yang mempercepat pengembangan incubator. Strategi Weakness-Threat meliputi: (1) melengkapi sara prasarana, (2) merekrut tenaga profesional, (3) memperkuat struktur incubator.

Kata kunci: *Strategi Pendampingan, Inkubator Bisnis Teknologi, Pengembangan Kapasitas*

Abstract. The existence of Small and Micro Medium Enterprises in the Indonesian economy has a role in building national and sectoral economies. More than a decade, there are still many obstacles faced by SMEs. There have been many mentoring programs for SMEs carried out by the government, but the implementation of the assistance runs in a monotonous pattern. Then the right assistance model is needed, one of which is the institution that plays a role in business assistance is the Business Incubator. Some strategies that can be formulated are the Strength-Opportunity Strategy which includes: (1) cooperating between ABG elements (academics, business, government), (2) assisting SMEs so that products that can be sold on the market. The Weakness-Opportunity Strategy includes: (1) work programs supported by Private CSR, (2) assisting SMEs that have the potential to obtain funding from CSR, (3) recruiting professional workers, (4) strengthening infrastructure. The Strength-Threat strategy includes: (1) issuing regulations that support the incubator work program, (2) strengthening human resources, (3) regulations that accelerate the development of incubators. The Weakness-Threat Strategy includes: (1) completing the infrastructure, (2) recruiting professionals, (3) strengthening the incubator structure.

Keywords: *Mentoring Strategy, Technology Business Incubator, Capacity*

PENDAHULUAN

Usaha kecil dan menengah (UKM), sejak beberapa dekade terakhir ini telah menjadi obyek diskusi dan penelitian yang sangat menarik. Kegagalan sektor korporasi dalam perannya sebagai soko guru perekonomian nasional di masa lalu telah menjadikan UKM sebagai primadona baru yang pantas dijadikan isu sentral oleh berbagai kalangan dan pusat penelitian.

Kelemahan ukm dari aspek manajemen produksi meliputi: rendahnya kualitas produk, tidak adanya manajemen persediaan, tidak memiliki kemampuan berinovasi, tidak memadainya kondisi lingkungan fisik kerja, tidak memperhatikan kualitas bahan baku (Bismala, 2016). Permasalahan umum yang dihadapi UMKM di Indonesia dalam pengembangan usahanya antara lain adalah: (1) terbatasnya pendanaan untuk pengembangan usaha; (2) kurangnya informasi dan akses bahan baku dan pasar; (3) rendahnya kualitas sumber daya manusia; (4) rendahnya kemampuan untuk menghasilkan produk yang inovatif; dan (5) lemahnya pendampingan (inkubasi). Keberhasilan UKM yang baru (start up SMEs) hanya 20% pada tahun pertama dan 10% pada tahun kedua, sehingga keberhasilannya perlu ditingkatkan lagi. Beberapa lembaga baik yang berasal dari pemerintah, perguruan tinggi, swasta, Non Government Organization (NGO) dan lain sebagainya memiliki peran yang signifikan dalam membantu menumbuh-kembangkan UKM.

Inkubator bisnis sebagai salah satu model penumbuhan unit usaha baru memiliki kelebihan tersendiri, yaitu UKM binaan/calon pengusaha dididik untuk menguasai semua aspek bisnis, dibekali dengan sarana dan modal kerja, serta didampingi secara intensif. Sebagaimana dalam penelitian (Bismala & Handayani, 2017) bahwa faktor yang mempengaruhi kompetensi inti meliputi: manusia, harga, produk, penilaian kinerja, perawatan/ pemeliharaan, pengembangan, kapasitas, tempat, pencatatan/ administrasi dan promosi. Sasaran utama inkubator bisnis adalah menghasilkan perusahaan-perusahaan sukses yang mandiri. (Elmansor & Arthur, 2015).

Program inkubator pusat dirancang untuk mempercepat pengembangan wirausaha muda yang sukses dan bisnis mereka melalui berbagai dukungan sumber daya dan jasa (Elmansor & Arthur, 2015). Berbagai dukungan diberikan oleh inkubator bisnis, dengan menjalin kemitraan dengan beberapa pihak, seperti akademik, bisnis dan pemerintahan, sebagai penanggung jawab akselerasi bisnis.

Layanan yang diberikan inkubator bisnis kepada para tenant menurut Kementerian KUKM (2012) harus meliputi lingkup 7 S, yaitu: (1) *Space*, yaitu penyediaan ruang untuk kegiatan usaha tenant; (2) *Shared office facilities*, yaitu penyediaan sarana perkantoran yang bisa dipakai bersama. Misalnya sarana fax, telepon, foto copy, ruang rapat, komputer, dan sekretaris; (3) *Service*, yaitu melakukan bimbingan dan konsultasi manajemen: marketing, finance, production, technology, dan sebagainya; (4) *Support*, yaitu memberikan bantuan dukungan penelitian dan pengembangan usaha dan akses penggunaan teknologi; (5) *Skill Development*, yaitu meningkatkan kemampuan SDM tenant melalui pelatihan, penyusunan rencana usaha, pelatihan manajemen dan sebagainya; (6) *Seed capital*, yaitu penyediaan dana awal usaha serta upaya memperoleh akses permodalan kepada lembaga-lembaga keuangan; dan (7) *Sinergy*, yaitu penciptaan jaringan usaha baik antar usaha baik usaha lokal maupun internasional (Kementerian KUKM 2012).

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah : Mengidentifikasi potensi UKM di Kota Medan yang memiliki kemampuan pengelolaan dan mengembangkan pasar, Membuat model pendampingan inkubator bisnis kepada para UKM agar usahanya mengalami kemajuan.

METODE

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif, dengan melakukan wawancara dan focus group discussion. Pada kajian ini data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Untuk memperoleh data primer digunakan teknik pengumpulan data melalui wawancara langsung pada sasaran penelitian dengan menyediakan suatu daftar pertanyaan terstruktur dalam bentuk kuesioner kepada responden. Sampel dalam penelitian ini adalah ukm di wilayah Medan Deli. Teknik analisis data meliputi: 1) Deskriptif yang bermaksud menjelaskan hasil penelitian secara umum, 2) Analisis kualitatif untuk perumusan model pendampingan inkubator bisnis terhadap kemajuan ukm.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Usaha Kecil dan Menengah di Kecamatan Medan Deli terbagi menjadi 32 jenis usaha yaitu usaha roti ikan, bakso, roti, aneka kue, catering, sepatu, tas, gorden, bengkel, cuci mobil, aksesoris, salon, mainan anak, bordir, mukena, jajanan, kerupuk, rempeyek, keripik, sabun cuci piring, boneka, telur asin, hewan peliharaan, tanaman hias, perabot, baju, frame foto, souvenir, tahu tempe, kompos, tenak lele, daur ulang. Sampel diambil dari pelaku ukm di kecamatan Medan Deli, yaitu sejumlah 65 pelaku ukm.

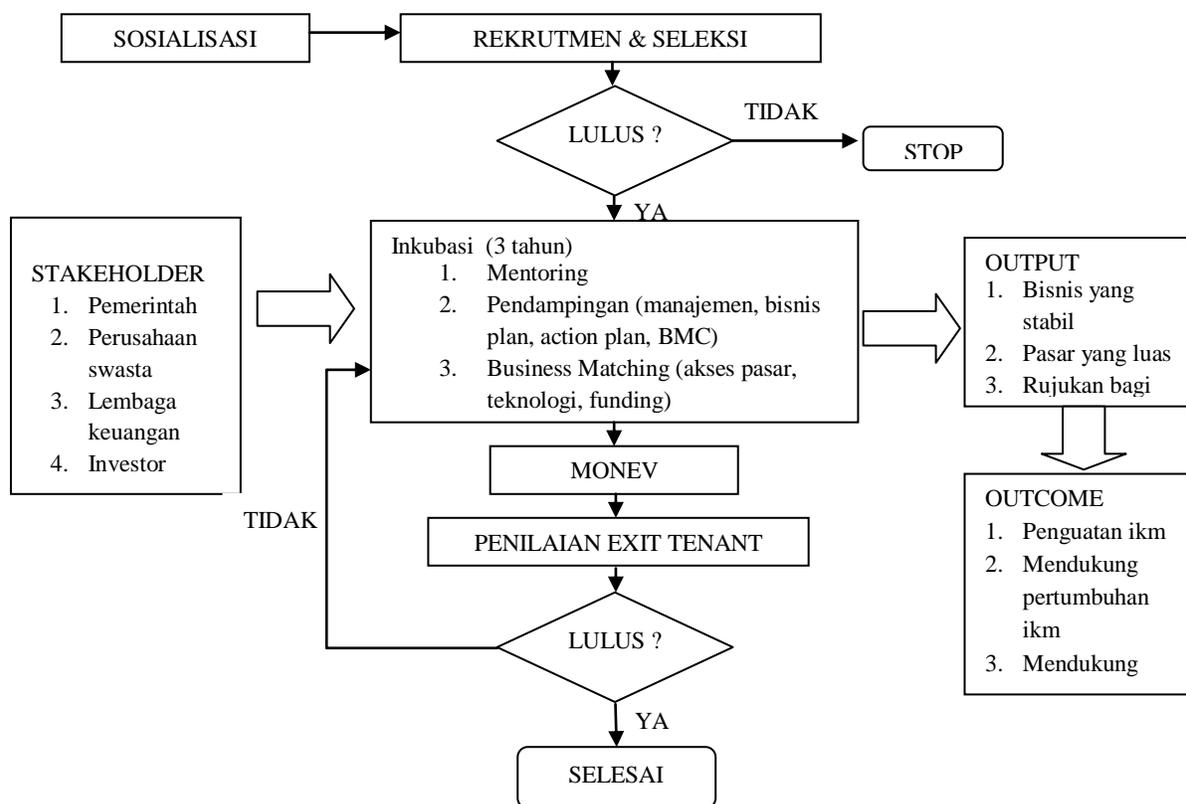
Karakteristik pelaku ukm dari aspek jenis kelamin, didominasi oleh laki-laki, yaitu sebanyak 54 orang (83%) dan perempuan sebanyak 11 orang atau sebesar 17%. Hal ini dapat dipahami karena laki-laki sebagai tokoh sentral dalam mencari nafkah. Sedangkan dari segi pendidikan, hanya 17 orang pelaku ukm yang berpendidikan S1 (26%), sedangkan sisanya berpendidikan SMA ke bawah. Hal ini dikarenakan kesulitan mencari pekerjaan dengan tingkat pendidikan yang tidak sarjana, sehingga pelaku ukm memutuskan untuk menggeluti kewirausahaan, dengan mendirikan usaha secara mandiri.

Tim peneliti melakukan FGD dan penyebaran angket untuk mengetahui bagaimana dukungan yang diberikan terhadap pengembangan ukm, khususnya yang dilakukan oleh inkubator bisnis. Dari hasil angket, banyak pelaku ukm tidak mengetahui tentang inkubator bisnis. Pelaku ukm mengetahui bahwa mereka dibina oleh suatu instansi tertentu, namun tidak memahami bagaimana mekanisme pendampingan yang semestinya. Pelaku ukm merasa bahwa mereka diperkenalkan kepada manajemen keuangan, manajemen pemasaran dan beberapa aspek teknis lainnya yang mendukung perkembangan usaha. Setelah diperkenalkan dengan istilah inkubator bisnis, pelaku ukm menyadari pentingnya peran inkubator bisnis dalam pendampingan dan sangat berminat untuk memperoleh pendampingan dari inkubator bisnis.

Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara memiliki inkubator bisnis yang bernama Pusat Kewirausahaan, Inovasi dan Inkubator Bisnis (PUSKIIBI). PUSKIIBI telah menghasilkan 1 Perusahaan Pemula Berbasis Teknologi, dengan pendanaan dari Kemenristekdikti sebesar Rp 366.714.000,- yaitu perusahaan pakan lele. PUSKIIBI berdiri sejak tahun 2016 dan telah memperoleh capacity building (penguatan lembaga) dari Kemenristekdikti pada tahun 2018. PUSKIIBI sebagai inkubator bisnis, fokus pada bidang agroindustri, dengan menyediakan ruang usaha tenant, pendampingan dalam pengurusan perijinan dan legalitas yang diperlukan tenant, pendampingan pemasaran, keuangan dan produksi. PUSKIIBI telah memiliki 12 Standar Operasional Prosedur (SOP) yaitu: SOP rekrutmen, SOP kontrak tenant, SOP kerja sama dengan pihak ketiga, SOP pendampingan, SOP pengelolaan keuangan, SOP pembiayaan tenant, SOP

money, SOP fasilitasi pengurusan sertifikasi, SOP pengurusan halal, SOP pengurusan legal tenant, SOP fasilitasi pengurusan PIRT, SOP eksit tenant.

Inkubator bisnis dianggap penting bagi perekonomian lokal sebagai akibat dari penciptaan nilai. Inkubator bisnis dipandang sebagai pusat wirausaha yang dapat menyalurkan wirausaha dan memungkinkan mereka untuk melepaskan ide dan usaha bisnis mereka ke pasar. (Ramkissoon-babwah & Mc David, 2014; Oliveira & Vieira, 2016) Inkubator bisnis telah dibuat untuk mendukung ide bisnis yang layak dan untuk membantu pengusaha agar berhasil melewati tahap kritis dalam kehidupan perusahaan mana pun dan tumbuh di pasar. (Moraru & Rusei, 2012) Inkubasi bisnis adalah salah satu yang paling penting mekanisme untuk membantu mendukung perusahaan startup untuk kelangsungan hidupnya dan pertumbuhan dalam lingkungan bisnis yang kompetitif. Proses inkubasi yang sukses dapat menghasilkan startup yang lebih kuat dan UKM yang pada gilirannya akan menciptakan lebih banyak pekerjaan dan memperkuat pertumbuhan ekonomi negara. (Munkongsujarit, 2016)



Gambar 1. Model Pendampingan inkubator Bisnis

Usaha rintisan berbasis inovasi yang banyak ditemui oleh Puskiibi meliputi agrobisnis/ budidaya, industry kreatif, manufacturing, serta green energy, dengan bidang-bidang usaha yang telah disebutkan sebelumnya. Model ini dirasa sesuai untuk digunakan oleh usaha rintisan dengan karakteristik di atas.

Adapun model pendampingan dari inkubator bisnis yang akan mendorong pada kemajuan usaha kecil menengah sebagai berikut :

Tahap Pra Inkubasi

1. Sosialisasi rekrutmen calon tenant. Kegiatan ini dimulai dengan pembuatan brosur (terlampir) tentang keberadaan Pusat Pengembangan Kewirausahaan, visi misi, tujuan dan sasaran kegiatan.
2. Rekrutmen calon tenant. Adapun persyaratan dalam rekrutmen adalah: Menyertakan contoh produk/ jasa, Menyertakan foto lokasi usaha, Bisnis plan.
3. Seleksi calon tenant. Jika calon tenant dapat memenuhi persyaratan tersebut, maka calon tenant tersebut dapat mengikuti seleksi yaitu tahap pertama adalah desk evaluation/ seleksi administrasi, di mana incubator melakukan penilaian atas bisnis plan yang dibuat oleh calon tenant, tahap kedua adalah wawancara, untuk menilai sejauh mana kebutuhan inkubasi oleh calon tenant, kemudian pengumuman penetapan tenant.
4. Penilaian produk tenant. Usaha rintisan yang akan diinkubasi adalah usaha rintisan berbasis inovasi. Maka calon tenant yang akan diterima untuk diinkubasi adalah calon tenant yang memiliki produk yang berbasis inovasi. Inovasi yang dimaksud adalah dapat dari proses produksi (mesin dan peralatan, standard mutu), pemasaran, produk itu sendiri dan aspek lain yang memiliki nilai inovasi
5. Penentuan penerimaan tenant, akan dilakukan setelah melalui serangkaian proses di atas.

Tahap Inkubasi

1. Mentoring. Mentoring merupakan proses pembimbingan, pelayanan dan pendampingan incubator kepada tenant, yang dapat berupa pelatihan, workshop, seminar dan lain-lain kegiatan yang dianggap dapat membantu capacity building usaha rintisan berbasis inovasi.
2. Supervise. Merupakan proses monitoring yang dilakukan oleh incubator, untuk memastikan bahwa tenant mengimplementasikan hasil inkubasi dalam kegiatan usahanya.
3. Penilaian. Penilaian ini akan dilakukan setiap bulan setelah tenant mengikuti program inkubasi. Penilaian ini dilakukan pada aspek keuangan, pemasaran, produksi.
4. Funding. Inkubator akan menjalin kemitraan lebih banyak, baik dari perbankan maupun perusahaan yang memiliki CSR sehingga dapat memberikan akses permodalan, baik berupa dana hibah maupun dana bergulir.

Tahap Pasca Inkubasi

1. Profit Share. profit share kepada incubator. Besaran dari profit share ini bervariasi sesuai dengan besaran laba yang dihasilkan oleh tenant.
2. Best practice. Hasil ini dapat dibandingkan antara usaha yang sama, sehingga menjadi best practice dari proses inkubasi.

Output yang Diharapkan

1. Bisnis yang stabil. Setelah mengikuti inkubasi ini, bisnis tenant diharapkan dapat berjalan stabil, dalam arti keberlanjutan usaha secara kontinu dapat dipertahankan. Pendapatan dan laba usaha diharapkan berkesinambungan.
2. Pasar yang luas. Inkubasi dalam aspek pemasaran, dapat membantu tenant untuk memperluas jangkauan pasar. Kemudahan ini diperoleh dari pemasaran berbasis teknologi informasi dan komunikasi.
3. Rujukan bagi UKM yang tumbuh. Keberhasilan tenant dapat menjadi rujukan bagi usaha rintisan lainnya dan juga ukm yang sedang bertumbuh. Hal ini juga menjadi penguatan incubator, di mana keberhasilan ini dapat menjadi pilot project bagi inkubator-inkubator baru yang juga ingin membina ukm.

Outcome yang Diharapkan

1. Penguatan UKM. Di masa mendatang, pertumbuhan ukm perlu mendapat dukungan dari berbagai pihak. Inkubator dengan perannya sebagai pembina dan pendamping ukm sebagai tenant, tentunya akan memberikan penguatan dalam eksistensi ukm/ tenant tersebut dalam usahanya. Penguatan ini dapat dinilai dari beberapa aspek, seperti adanya merk sendiri, manajemen yang lebih baik, inovasi teknologi produksi/ budidaya, dan aspek lainnya.
2. Mendukung pertumbuhan UKM. Incubasi yang dilakukan salah satunya adalah mendukung pertumbuhan ukm sebagai tenant. Pertumbuhan ukm/ tenant akan berpengaruh pada pendapatan daerah, menciptakan lapangan kerja, dan berakhir pada peningkatan kesejahteraan. Pencapaian ini tidak dapat dilakukan sendiri, namun harus didukung oleh berbagai pihak, yaitu pemerintah, swasta dan perbankan, serta sinergi dengan perguruan tinggi. Terlebih saat ini hasil penelitian di perguruan tinggi sudah banyak yang ditujukan untuk mengembangkan ukm.

Mendukung Usaha Lokal. Kelemahan usaha local adalah belum adanya merk, kualitas yang rendah, pemasaran yang terbatas. Dengan inkubasi yang dilakukan oleh incubator, diharapkan usaha rintisan yang dibina dapat menjadi brand image dari wilayah tertentu, sehingga usaha local menjadi lebih maju.

SIMPULAN

Dalam kegiatan inkubasi yang dilakukan inkubator bisnis teknologi, diperlukan kolaborasi antara ABG (academic, business, government) untuk mendorong percepatan usaha kecil menengah. Selain itu, dukungan institusi pendidikan berupa invensi dan sarana prasarana sangat diperlukan. Selanjutnya business matching dilakukan untuk memperoleh akses pasar, teknologi dan funding.

Untuk itu, inkubator diharapkan dapat meningkatkan keterlibatan ABG (academic, business, government) untuk mendorong percepatan usaha kecil menengah, serta melakukan lebih banyak sosialisasi secara proaktif untuk memperkenalkan inkubator bisnis teknologi.

REFERENSI

- Abdullahi, N. A. (2017). Technology Business Incubation As Strategy For Entrepreneurship And Sme Development In Kano, Nigeria. *Wukari Journal of Public Sector Management*, 1(1), 93–119.
- Bismala, L. (2016). Analisis Swot Pada Implementasi Manajemen Produksi Umkm Di Sumatera Utara. In *Seminar Nasional dan Call for Paper Dies Natalis FEB USU*.

- Bismala, L., & Handayani, S. (2017). Core Competency Factors And Sme's Competitive Strategy. *International Journal of Recent Scientific Research*, 8(9), 20257–20261. <https://doi.org/10.24327/IJRSR>
- Elmanson, E., & Arthur, L. (2015). Entrepreneurship and SMEs through Business Incubators in the Arab World : Case Study of Jordan. *Journal of Business and Economics*, 6(10), 1791–1800. [https://doi.org/10.15341/jbe\(2155-7950\)/10.06.2015/014](https://doi.org/10.15341/jbe(2155-7950)/10.06.2015/014)
- Moraru, C., & Rusei, A. (2012). Business Incubators – Favorable Environment for Small and Medium Enterprises Development. *Theoretical and Applied Economics*, 5(570), 169–176.
- Munkongsujarit, S. (2016). Business Incubation Model for Startup Company and SME in Developing Economy : A Case of Thailand. In *PICMET '16: Technology Management for Social Innovation Business* (pp. 74–81).
- Ramkissoon-babwah, N., & Mc David, J. (2014). Selecting the Right Clients for a Business Incubator- Lessons Learnt from the National Integrated Business Incubator System (IBIS) Programme in Trinidad and Tobago. *Journal of Small Business and Entrepreneurship Development*, 2(3), 13–26. <https://doi.org/10.15640/jsbed.v2n3-4a2>
- Theodorakopoulos, N., Kakabadse, N. K., & McGowan, C. (2014). What matters in business incubation? A literature review and a suggestion for situated theorising. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 21(4), 602–622.