

## Program Inkubasi Bagi Tenant Inwall Di Pusat Kewirausahaan, Inovasi Dan Inkubator Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Gustina Siregar<sup>1\*</sup>, Dewi Andriany<sup>2</sup>, Lila Bismala<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Fakultas Agribisnis, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Indonesia

<sup>2</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Indonesia  
Jl. Jenderal Sudirman Blok A No.1-3 Pematangsiantar

\* Korespondensi: [gustinasiregar@umsu.ac.id](mailto:gustinasiregar@umsu.ac.id)

**Abstrak.** Program Kewirausahaan di Perguruan Tinggi dilaksanakan dalam bentuk Inkubator Bisnis yang merupakan suatu program dengan misi menghasilkan mahasiswa wirausaha yang mandiri berbasis ipteks, melalui program yang terintegrasi dengan melibatkan para dosen pengelola Inkubator, Stakeholder baik itu perbankan, investor serta Perusahaan dan Institusi kewirausahaan di luar kampus. Tenant membentuk dan meningkatkan ketrampilan untuk menunjang manajemen dan pemasaran produk di Inkubator Perguruan Tinggi yang telah dipersiapkan. Untuk memperluas wawasan dan jaringan pemasaran, Inkubator Bisnis juga berkolaborasi dengan lembaga-lembaga yang terkait dengan pengembangan kewirausahaan, yaitu Dinas Koperasi dan UKM, Dinas Perindustrian dan perdagangan, asosiasi wirausaha, dan lain-lain. Pelatihan skills dan manajemen dilaksanakan untuk memberikan pengetahuan kewirausahaan, mendorong tumbuhnya motivasi berwirausaha, meningkatkan pemahaman manajemen (organisasi, produksi, keuangan, dan pemasaran) serta membuat rencana bisnis atau studi kelayakan usaha. Metode pendampingan yang dilakukan yaitu melakukan pembinaan dengan memberikan dukungan pembinaan di bidang administrasi keuangan, manajemen, pemasaran, teknologi dan pencarian dana. Selanjutnya memberikan pelatihan dan konsultasi serta pendampingan.

**Kata kunci:** Inkubasi, Kewirausahaan, Inovasi, Inkubator, Bisnis

**Abstract.** The Entrepreneurship Program in Higher Education is carried out in the form of a Business Incubator which is a program with the mission of producing independent entrepreneurial students based on science and technology, through an integrated program involving managers managing Incubators, Stakeholders be it banking, investors and also companies engaged in entrepreneurship off campus. Tenants create and improve skills to support the management and marketing of products in the Higher Education Incubator that has been prepared. To expand marketing horizons and networks, the Business Incubator also collaborates with institutions related to entrepreneurship development, namely the Office of Cooperatives and SMEs, the Office of Industry and Trade, entrepreneurial associations, and others. Skills and management training is carried out to provide knowledge about entrepreneurship, encourage entrepreneurship motivation, improve management understanding (organization, production, finance, and marketing) and make business plans or business feasibility studies.

The assistance method used is to provide guidance by providing support in the areas of financial administration, management, marketing, technology and fund raising. Furthermore, provide training and consultation with assistance.

**Keywords:** Incubation, Entrepreneurship, Innovation, Incubator, Business

## PENDAHULUAN

Inkubator bisnis merupakan salah satu hal penting bagi perekonomian lokal sebagai akibat dari penciptaan nilai, di mana dapat menyalurkan wirausaha dan memungkinkan mereka untuk melepaskan ide dan usaha bisnis mereka ke pasar. (Ramkissoon-babwah & Mc David, 2014; Oliveira & Vieira, 2016) Peranan Inkubator adalah 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).

Proses dalam inkubator adalah inkubasi bisnis yaitu 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) Kegiatan-kegiatan Inkubator Bisnis antara lain: pengembangan jiwa wirausaha, pelatihan manajemen dan skills usaha bagi tenant, konsultasi bisnis, peninjauan di perusahaan yang sudah mapan serta memfasilitasi tenant dalam berwirausaha untuk menghasilkan wirausaha baru.

Pusat Kewirausahaan, Inovasi dan Inkubator Bisnis (Puskiibi) sebagai inkubator di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, melakukan proses inkubasi kepada tenant inwall dan outwall. Setelah mengikuti capacity building yang diadakan oleh Kemenristekdikti tahun 2018, Puskiibi mulai berbenah dalam proses inkubasinya. Puskiibi memiliki Standar Operasional Prosedur dalam setiap proses inkubasi, yang dijadikan pedoman dalam menginkubasi tenant. Tenant Puskiibi adalah mahasiswa, dosen, alumni dan masyarakat luas, dengan berbagai bidang fokus, seperti kreatif, pangan, bahan baku.

Beberapa permasalahan mendasar yang dihadapi tenant saat ini meliputi: kurangnya kemampuan manajemen (pemasaran, produksi, keuangan), tidak mampu menciptakan produk kreatif yang bernilai jual, rendahnya kualitas packaging produk, kurangnya kemampuan membuat bisnis plan dan bisnis model canvas, di mana hal ini sangat diperlukan untuk pengajuan bantuan dari berbagai pihak, kurangnya pemanfaatan teknologi, di mana beberapa usaha dapat menggunakan teknologi tepat guna untuk meningkatkan kapasitas produksi. Tenant membutuhkan pendampingan dari instansi pemerintahan, swasta dan perguruan tinggi untuk membantu mengimplementasikan strategi bersaing. (Bismala & Handayani, 2017) Keunggulan bersaing diperoleh dengan menerapkan aktivitas strategis, seperti manajemen produksi, manajemen pemasaran, manajemen sumber daya manusia, pengembangan teknologi, dan aktivitas lainnya. Ketika sudah diimplementasikan secara efektif, maka mereka akan mampu mengurangi biaya dan dapat menyediakan produk dengan harga murah (Bismala, Handayani, & Andriany, 2018) Hal ini disebut sebagai model manajemen usaha, ditambah dengan melakukan analisis SWOT, sehingga benar-benar mengetahui posisinya di pasar (Bismala, 2016). Permasalahan ini akan dapat diselesaikan dengan melakukan pendampingan bagi tenant untuk mengimplementasikan strategi bersaing.

## METODE DAN BAHAN

Dalam inkubator bisnis, proses inkubasi dilakukan dengan melakukan pendampingan bagi tenant, sehingga mampu menyelesaikan permasalahan yang dihadapinya dan pada akhirnya dapat mandiri dan memiliki daya saing. Dalam kegiatan ini, tenant yang dijadikan sampel adalah Bonle Gemill (Abon Lele Generasi Millennial) dan My catfish (budidaya lele). Adapun kondisi tenant adalah sebagai berikut:

1. Mitra Bonle Gemill (Abon Lele Generasi Millennial)
  - a. Mitra merupakan pengusaha kecil yang bergerak di bidang makanan (abon lele)
  - b. Sudah ada kegiatan administratif, yang berupa pencatatan/ laporan keuangan
  - c. Pemasaran yang dilakukan hanya di sekitar wilayah Medan, berdasarkan prinsip kekerabatan dengan konsumen, dan belum meluas.
  - d. Terbatasnya inovasi produk baik rasa maupun kualitas produk karena keterbatasan pengetahuan
  - e. Manajemen produksi dilakukan dengan sekeadarnya, seperti persediaan bahan baku yang dibeli ketika banyak uang, bukan dengan pembelian jumlah optimal
  - f. Produk ikan-ikan sedang menjalani proses pembuatan P-IRT (Perizinan Industri Rumah Tangga)
2. Mitra My Catfish yang bergerak di bidang budidaya lele
  - a. Mitra merupakan pengusaha kecil menengah yang bergerak di bidang pembesaran ikan lele
  - b. Pemasaran yang dilakukan hanya di sekitar wilayah Medan, berdasarkan prinsip kekerabatan dengan konsumen, dan belum meluas.
  - c. Masih belum mampu melakukan manajemen usaha secara efektif

Metode Pendekatan yang akan dilaksanakan meliputi:

- a. Melakukan pendataan berkaitan dengan sarana dan prasarana pada usaha mitra, sehingga dapat mengetahui kondisi sesungguhnya dan dapat melakukan pengambilan keputusan
- b. Memberikan pelatihan manajemen (pemasaran, produksi, keuangan)
- c. Memberikan pelatihan packaging produk
- d. Memberikan pelatihan bisnis plan dan bisnis model canvas
- e. Melakukan pendampingan wirausaha dalam menciptakan produk kreatif yang bernilai jual
- f. Melakukan pendampingan tentang pemanfaatan teknologi sehingga wirausaha dapat menggunakan teknologi tepat guna untuk meningkatkan kapasitas produksi
- g. Evaluasi kegiatan

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan program Pengabdian kepada masyarakat ini dibagi dalam 6 tahap yaitu:

- a. Tahap persiapan dan observasi lapangan
- b. Tahap pelatihan manajemen (pemasaran, keuangan)
- c. Tahap pelatihan packaging hasil produksi
- d. Tahap Pelatihan Business Plan
- e. Tahap pelatihan Business Model Canvas

### 1. Tahap Persiapan dan Observasi Lapangan

Observasi lapangan dilakukan secara bersama-sama antara team dengan mitra di lokasi usaha. Mitra menjelaskan beberapa permasalahan usaha yang dihadapi selama menjalankan bisnis. Dari hasil diskusi maka disusun rencana pelatihan yang akan diikuti oleh mitra selama kegiatan pengabdian. Permasalahan utama yang harus diselesaikan antara lain; manajemen pemasaran dan

keuangan, packaging yang belum layak, pengusaha belum mempunyai business plan dan business model canvas dalam menjalankan usahanya. Selanjutnya dirasa perlu untuk melakukan pendampingan terhadap tenant sehingga permasalahan yang dihadapi dapat segera ditanggulangi.

## 2. Tahap Pelatihan Manajemen

Pada tahapan ini incubator Puskiibi mengundang tenant untuk melakukan pelatihan yang berkaitan dengan aspek manajemen dalam pengelolaan bisnis. Pelatihan dilaksanakan di kantor Puskiibi dengan nara sumber team puskiibi.

Materi pelatihan terdiri dari:

- a. Perencanaan, menyangkut pendekatan dalam perencanaan, fungsi perencanaan, membuat program kerja, perencanaan anggaran yang terdiri dari anggaran produksi, anggaran bahan baku, anggaran tenaga kerja.
- b. Pengorganisasian, diawali dengan penjelasan dalam pembuatan/penyusunan visi, misi dan tujuan bisnis dari masing-masing tenant. Selanjutnya menyusun struktur organisasi dengan mempertimbangkan, jumlah karyawan dan spesialisasi masing-masing.
- c. Penggerakan, hal yang diprioritaskan kepada tenant untuk fungsi manajemen ini lebih kepada teknik mempengaruhi seseorang dalam menjalankan bisnis seperti, cara berkomunikasi, pemberian motivasi, kemampuan memimpin, kemampuan dalam pengambilan keputusan.
- d. Pengendalian yang berkaitan dengan informasi, prioritas pelatihan untuk tenant dalam fungsi pengendalian focus pada system pengendalian yang efektif antara lain, akurat, tepat waktu, objektif dan komprehensif, ekonomis, fleksibel, realistis, fleksibel, perspektif dan operasional.

## 3. Tahap Pelatihan Packaging

Tahapan ini merupakan pelatihan dan pendampingan yang membutuhkan ahli bidang desain dalam kemasan sehingga menarik dari segi penampilan dan mudah dalam penggunaan produk yang diproduksi oleh tenant. Dalam hal ini puskiibi memfasilitasi tenant dengan cara kerjasama dengan dinas perindustrian dan dinas koperasi sebagai nara sumber.

Pelatihan dimulai dengan penjelasan tentang manfaat dan keunggulan dalam desain packaging yang disesuaikan dengan produk tenant. Dalam hal ini pakan ikan lele dan abon ikan lele sesuai dengan brand dan segmen pasar masing-masing.

Nara sumber menjelaskan tujuan packaging untuk menjaga produk dari cuaca, guncangan dan benturan terhadap benda lain. Sehingga dapat berfungsi sebagai cara menghadapi kompetisi pasar dengan kriteria mudah dibawa, mudah dipasarkan sehingga membutuhkan perubahan dan inspirasi dalam penyajian produk. Untuk itu dibutuhkan inovasi sesuai perkembangan dan perubahan selera konsumen.

Lebih detail narasumber lebih menekankan fungsi packaging sebagai berikut:

1. Sebagai tempat produk yang ingin dijual. Untuk menentukan besar kemasan tersebut, mengetahui berat serta jenis produk yang akan ditempatkan dalam kemasan merupakan hal yang paling utama oeh karena itu, dalam menentukan jenis kemasan yang tepat untuk suatu produk membutuhkan kejelian agar kemasan berfungsi secara maksimal.
2. Sebagai identifikasi. Mengenal produk yang dijual yang pada dasarnya banyak produk lain yang sejenis yang dijual bersamaan dengan produk yang dimiliki tenant. Dalam hal inilah kegunaan kemasan, yakni membedakan produk kita dengan produk lain yang sejenis sehingga konsumen kita akan tahu bahwa produk yang ingin dibelinya merupakan produk kita.

3. Sebagai alat komunikasi. Secara tidak langsung, namun dapat dijadikan alat komunikasi dengan konsumen kita. Kemasan tersebut akan menunjukkan pada konsumen merk gambar maupun pesan yang akan menimbulkan rasa ingin tahu para konsumen, petunjuk penggunaan, komposisi produk serta keterangan maupun hal yang lainnya. Pada intinya kemasan tersebut akan memberikan informasi kepada pelanggan yang hendak membeli produk kita.
4. Memudahkan penggunaan. Kemasan juga berfungsi untuk memudahkan penggunaan atau pemakaian para konsumen yang telah membeli produk kita. Kemudahan ini dapat berarti kemudahan saat membuka, mudah mengeluarkan isi, serta keudaha dalam membawa dan menyimpan.
5. Mempromosikan Produk. Kemasan yang menarik, aman serta memudahkan para konsumen untuk menggunakan produk tersebut dapat menambah nilai jualnya. Memperbaiki kemasan dapat mempengaruhi efek penjualan produk kita, karena sering berdampingan dengan produk sejenis apabila dipasarkan pada supermarket ataupun outlet tertentu.

Hal yang sudah terlihat setelah pelatihan ini adalah *packaging* atau kemasan dari tenant yang sudah lebih baik dari kondisi sebelum pelatihan. Tenant telah membedakan ukuran produk sesuai segmen pasar khususnya size yang bervariasi sesuai harga yang dapat dijangkau konsumen.

#### 4. Tahap Pelatihan *Business Plan*

Pelatihan *Business Plan* dilaksanakan di kantor Puskiibi dengan narasumber team Puskiibi. Pelatihan dimulai dengan pengertian bisnis plan, fungsi dan teknik penyusunannya.

Business Plan atau Rencana Bisnis adalah pernyataan formal atas tujuan berdirinya suatu bisnis, serta alasan mengapa pendirinya yakin bahwa tujuan tersebut dapat dicapai, serta strategi atau rencana-rencana apa yang akan dijalankan untuk mencapai tujuan tersebut. Dalam bisnis plan sudah tersusun secara lengkap Visi, Misi dan Tujuan perusahaan. Sehingga dapat membantu melakukan sejumlah tugas sehingga bisnis berjalan dengan tepat dan terarah.

Pada pelatihan ini metode lebih diarahkan pada keterampilan menyusun bisnis plan dengan workshop. Pada ahir pelatihan tenant sudah harus mempunyai bisnis plan yang lengkap dan operasional. Adapun materi bisnis plan terdiri dari:

- a. Aspek Pemasaran
  - a. Segmen Pasar
  - b. Target Pasar
  - c. Positioning
  - d. Rencana Penjualan dan Pangsa Pasar
  - e. Strategi Pemasaran (product, price, promotion, placement)
- b. Aspek Manajemen Sumber Daya Manusia
  - a. Struktur Organisasi
  - b. Deskripsi Kerja dan Spesifikasi kerja
- c. Aspek Produksi/Operasional
  - a. Proses produksi
  - b. Produk dan kapasitas produk
  - c. Sumber Daya Manusia
- d. Aspek Keuangan
  - a. Analisa Kelayakan usaha (*Payback* period dan Break Even Point (BEP))

- b. Laporan Keuangan ( Neraca dan laporan laba rugi )
  - e. Rencana Pengembangan Usaha  
Setelah workshop setiap tenant melakukan presentase bisnis plan yang telah disusun yang kemudian secara bersama-sama dilakukan penyempurnaan.
5. Tahap Pelatihan Bisnis Model Canvas (BMC)

Pelatihan dilaksanakan bersamaan dengan pelatihan Bisnis Plan. Bisnis Model Canvas yang sering disingkat dengan BMC merupakan cara mudah untuk membuat bisnis plan. Materi pelatihan terdiri dari penjelasan, pengertian *Business Model Canvas*, tujuan dan fungsinya serta cara mengisi 9 sel dalam model tersebut yang terdiri dari:

1. *Customer segment*, merupakan target konsumen yang akan atau sedang kita targetkan untuk menjadi pelanggan.
2. *Value proposition*, merupakan hal yang ditawarkan ke target konsumen.
3. *Chanel*, cara yang digunakan untuk memberikan value proposition kita agar sampai pada konsumen.
4. *Customer relationship*, merupakan wadah untuk terus berhubungan dan semakin mempererat hubungan dengan pelanggan
5. *Revenue stream*, merupakan sumber atau cara memperoleh pendapatan dari bisnis yang kita jalankan.
6. *Key activities*, Kegiatan utama organisasi untuk dapat menciptakan Proposisi Nilai
7. *Key resources*, sumberdaya milik organisasi yang digunakan untuk mewujudkan proposisi nilai
8. *Key partnership*, merupakan sumberdaya yang diperlukan oleh perusahaan untuk mewujudkan proposisi nilai, tetapi tidak dimiliki perusahaan tersebut
9. *Cost structure*, merupakan komposisi biaya untuk mengoperasikan perusahaan mewujudkan proposisi nilai yang diberikan kepada pelanggan.

Pada saat pelaporan ini Tenant masih terus mendapatkan pendampingan berupa pengurusan ijin edar, pengurusan badan usaha, PIRT dan sertifikat halal untuk tenant dengan produk makanan.

## SIMPULAN

Pelaksanaan pelatihan tenant yang dilaksanakan mencakup aspek manajemen yang terdiri dari manajemen organisasi, pemasaran dan keuangan. Tenant telah mempunyai struktur organisasi perusahaan, system pencatatan keuangan yang sederhana, mempunyai kemampuan pemasaran secara online, memiliki business plan dan businis model canvas. Perlu menjalin kemitran antar lembaga yang mempunyai keterkaitan tupoksi dengan Puskiibi yaitu LP2M, SRCC dan CDAC.

## REFERENSI

Buku Panduan Penyusunan Inkubator Bisnis. (2012)

Badan Pusat Statistik. (2014). Medan Dalam Angka, Badan Pusat Statistik Kota Medan

Dandan Irawan , Pembentukan Inkubator Bisnis. (2014)

- \_\_\_\_\_ (2013) Laporan Akhir Pengembangan Inkubator Bisnis Kerjasama dengan Perguruan Tinggi Tahun 2013 Pusat Studi Pendampingan Koperasi dan UMKM LPPM UNS
- Murbanto Sinaga. (2001). *Inkubator Bisnis*, Departemen Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Sumatera Utara.
- Riana Panggabean. (2008). *Profil Inkubator Penciptaan Wirausaha baru*, Deputi Bidang Pengkajian Sumberdaya UKMK.
- Tamriatin Hidayah, Agustin Hariprasetyowati, Zainollah Zainollah. 2015. Ipteks Bagi Masyarakat (PKM) Kelompok Pengrajin Batik. *Jurnal Relasi* . 21.
- Bismala, L. (2016). Model Manajemen Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Untuk Meningkatkan Efektivitas Usaha Kecil Menengah. *Jurnal Entrepreneur Dan Entrepreneurship*, 5(1), 19–26.
- 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>
- Bismala, L., Handayani, S., & Andriany, D. (2018). Conceptual Model Of Intermediate Small Business Competition Strategy: Strategy Review In Management Perspective. *European Journal of Business and Management*, 10(23), 16–21.
- 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>