

PENGUATAN PENGUSAHA PEMULA BERBASIS TEKNOLOGI JAWA BARAT MELALUI PENDAMPINGAN INKUBATOR BISNIS POLITEKNIK STIA LAN BANDUNG

STRENGTHEN TECHNOLOGY-BASED STARTUP ENTREPRENEURS IN WEST JAVA THROUGH ASSISTANCE ACTIVITIES BY POLITEKNIK STIA LAN BANDUNG'S BUSINESS INCUBATOR

¹Siti Widharetno Mursalim, ²Nanda Ravenska, ³Reni Wijayanti

^{1,2,3}Business Incubator Center (Bicube), Politeknik STIA LAN Bandung
e-mail: ¹sitiwidharetno.mursalim@gmail.com; ²nandaravenska@gmail.com;
³reniwijayanti89@gmail.com

ABSTRAK

Kegagalan dalam usaha merupakan hal yang ditakutkan oleh para pengusaha, termasuk pengusaha pemula. Keberadaan inkubator bisnis sudah sejatinya dapat turut berkontribusi terhadap perkembangan usaha baru/pemula sehingga dapat memberikan nilai tambah bagi perekonomian di Indonesia. Selama tahun 2019, *Business Incubator Center* (Bicube) Politeknik STIA LAN Bandung sebagai salah satu inkubator bisnis teknologi telah melakukan beberapa kegiatan pendampingan terhadap pengusaha pemula berbasis teknologi di Jawa Barat. Bentuk kegiatan yang dilakukan adalah berupa pendampingan pembuatan *Business Model Canvas* (BMC), proposal pendanaan, strategi pemasaran, dan fasilitasi perluasan jejaring melalui pelaksanaan *Business Matching*. Metode pelaksanaan kegiatan diawali dengan proses seleksi yang menghasilkan 20 pengusaha pemula berbasis teknologi yang berdomisili di Jawa Barat. Selanjutnya, 20 pengusaha pemula yang telah lolos tersebut berhak mengikuti empat bentuk kegiatan pendampingan yang dilaksanakan oleh Bicube. Seluruh kegiatan pendampingan ini akan memberikan pengetahuan dan keterampilan yang terkait dengan penguatan manajemen bisnis kepada pengusaha pemula sehingga mereka dapat berkembang serta meningkatkan daya saing produk dan usaha mereka.

Kata kunci—
Pendampingan,
Inkubator Bisnis,
Pengusaha Pemula
Berbasis Teknologi

Keywords—
Assistance, Business
Incubator,
Technology-Based
Startup
Entrepreneurs

ABSTRACT

Business failure is feared by entrepreneurs, including new entrepreneurs. The existence of a business incubator can actually contribute to the development of new businesses so it can provide added value to the Indonesian economy. During 2019, the Business Incubator Center (Bicube) Politeknik STIA LAN Bandung as one of the technology business incubators has conducted several assistance activities for technology-based startup entrepreneurs in West Java. The activities are assistance in making Business Model Canvas (BMC), funding proposals, marketing strategies, and facilitating network expansion through the implementation of Business Matching. The activities begin with a selection process that generates 20 technology-based startup entrepreneurs who are domiciled in West Java. Furthermore, those 20 selected entrepreneurs have the right to participate in assistance activities carried out by Bicube. All of these assistance activities will provide new entrepreneurs with the knowledge and skills to strengthen business management so that they can develop and improve the competitiveness of their products and businesses.

1. PENDAHULUAN

Penciptaan produk inovasi merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari pembangunan nasional. Pertumbuhan ekonomi dan kemajuan suatu negara berakar pada cara pandang terhadap inovasi teknologi yang dimiliki suatu bangsa. Dengan kemampuan inovasi teknologi, maka pemanfaatan sumber daya yang dimiliki dapat dioptimalkan secara efektif dan efisien, sehingga dapat memberikan kontribusi terhadap perekonomian. Hal ini sejalan dengan paradigma baru yaitu *innovation and technology-based economy*, inovasi teknologi menjadi faktor yang berkontribusi penting terhadap peningkatan kualitas hidup suatu bangsa (Setianto, 2020).

Secara umum, tipe perkembangan kewirausahaan terdiri dari dua tahap (Zimmerer & Scarborough, 2005) yaitu tahap awal (*startup*) dan tahap pertumbuhan (*growth*). Tujuan tahap *startup* adalah tercapainya kesinambungan tujuan dan rencana untuk menciptakan ide-ide. Pada tahap ini *startup* berfokus pada masa yang akan datang dan usaha diarahkan untuk jangka panjang. *Startup* pada tahap ini mempertimbangkan risiko perubahan dan kegagalan yang terjadi. Untuk itu, pada tahapan ini *startup* terus menggali ide dan berinovasi. Sedangkan pada tahap pertumbuhan (*growth*) sudah tercipta desain organisasi yang matang, proses perencanaan disertai perhitungan yang baik serta didukung oleh manajemen dan skill pengetahuan yang tinggi.

Mirisnya hampir 80% pengusaha pemula di Indonesia gagal pada tahun pertama (Lupiyoadi, 2004). Untuk itu, peran Inkubator Bisnis Teknologi Bicube Politeknik STIA LAN Bandung sangat penting dalam pengembangan *startup*/pengusaha pemula berbasis teknologi^[1] karena pada umumnya perusahaan pemula berbasis teknologi masih pada tahap *startup* yang sangat rentan terhadap kegagalan atau kebangkrutan terutama di fase awal pendirian (Bank Indonesia, 2006). Kegagalan tersebut disebabkan antara lain karena kekurangan modal, kesulitan implementasi teknologi, manajemen bisnis yang belum baik dan minimnya pengalaman di dunia bisnis. Disinilah peran inkubator begitu dibutuhkan melalui pendampingan, pelatihan, fasilitasi pengembangan produk serta akses ke lembaga keuangan dan pemasaran sehingga akhirnya dapat meningkatkan daya saing produk dan usaha mereka.

Atas dasar hal tersebut, maka Bicube Politeknik STIA LAN Bandung melakukan pengabdian kepada masyarakat khususnya yang berada di Jawa Barat pada Tahun 2019 dalam bentuk pendampingan. Pendampingan dipilih karena pada dasarnya dapat membantu memperbaiki usaha masyarakat yang disertai oleh tindakan-tindakan kolektif (Twelvetrees, 1991). Untuk itu dalam pelaksanaannya, Bicube Politeknik STIA LAN Bandung melakukan empat buah pendampingan yang saling berhubungan satu sama lainnya, yaitu pendampingan proposal pendanaan, pendampingan Business Model Canvas (BMC), pendampingan strategi pemasaran dan terakhir pendampingan dalam pelaksanaan Business Matching. Pendampingan ini merupakan kegiatan yang bersifat jangka panjang, dimulai dari pemberian pelatihan, praktik, konsultasi hingga pada akhirnya menghasilkan BMC, proposal pendanaan, *company profile* yang digunakan dalam kegiatan business matching. Hal ini dilakukan sebagai upaya untuk menghindari kegagalan pada fase awal pada pengusaha pemula berbasis teknologi di Jawa Barat.

2. METODE PELAKSANAAN

Secara umum, metode pelaksanaan kegiatan pendampingan yang dilakukan adalah pelatihan, konsultasi, dan fasilitasi praktek. Adapun sasaran pendampingan ini adalah pengusaha pemula berbasis teknologi yang berdomisili di Jawa Barat. Sebelum masuk ke proses pendampingan, terlebih dahulu dilakukan proses seleksi terhadap calon tenant inkubator. Proses seleksi dilakukan dalam 3 tahap yaitu sosialisasi, *desk evaluation* dan wawancara. Dari hasil seleksi ini, diperoleh 20 tenant yang kemudian berhak mengikuti seluruh kegiatan pendampingan yang disediakan oleh Bicube Politeknik STIA LAN Bandung. Selama tahun 2019, terdapat empat bentuk kegiatan pendampingan yang telah dilaksanakan, berikut penjelasannya.

[1] Istilah yang kami gunakan dalam penyebutan *startup*, mengacu kepada hasil pendampingan kelembagaan IBT dari Kemenristekdikti Tahun 2019.

Pendampingan *Business Model Canvas* (BMC), pendampingan proposal pendanaan, dan pendampingan strategi pemasaran dilaksanakan dalam bentuk workshop dengan mengundang narasumber dan praktisi yang kompeten dan berpengalaman di dunia bisnis dan kewirausahaan. Selama kegiatan pendampingan, para peserta diberikan kesempatan untuk tanya-jawab, diskusi dan konsultasi. Selain itu, para peserta didorong untuk praktek secara langsung dalam bentuk kertas kerja sesuai dengan tema pendampingan yang sedang diikuti sehingga dapat diaplikasikan terhadap bisnis yang sedang dijalankan.

Kegiatan pendampingan terakhir yang dilakukan adalah pendampingan dan pelaksanaan *Business Matching*. Dalam kegiatan pendampingan ini, tenant dilatih dan diberikan tips presentasi yang singkat namun efektif sebagai persiapan menghadapi kegiatan *Business Matching* dimana peserta akan dipertemukan dengan para investor, akselerator, supplier, distributor, calon buyer, pihak perbankan, dan mitra lainnya yang penting bagi bisnis mereka. Kegiatan *Business Matching* diawali dengan pemaparan setiap tenant di hadapan para mitra, kemudian dilanjutkan dengan diskusi lanjutan untuk berbicara aspek yang lebih rinci lagi terkait kerjasama antar kedua belah pihak.

Keseluruhan kegiatan pendampingan yang telah dilaksanakan merupakan hasil kerjasama yang baik antara seluruh pengurus inkubator bisnis Bicube Politeknik STIA LAN Bandung, yang juga tentunya mendapat dukungan penuh dari lembaga dan juga mitra lainnya.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan pendampingan dilakukan selama dua bulan dengan metode on dan off, artinya ada yang diberikan secara langsung dan ada juga yang dilakukan secara online. Pendampingan yang dilakukan terdiri dari empat buah pendampingan yang saling berhubungan satu sama lain, terdiri dari pendampingan proposal pendanaan, pendampingan Business Model Canvas (BMC), pendampingan strategi pemasaran dan terakhir pendampingan dalam pelaksanaan Business Matching.

Pendampingan yang dilakukan bukan hanya sebatas memberikan pelatihan, namun setelahnya diberikan fasilitas praktek, konsultasi dan mentor hingga tujuan dari pendampingan tercapai yaitu dapat pengusaha pemula berbasis teknologi dapat menghasilkan proposal pendanaan, BMC, *company profile*, dan *tools* lainnya yang digunakan saat Business Matching. Setelah produk tersebut selesai, Bicube Politeknik STIA LAN Bandung memfasilitasi pertemuan antara pengusaha pemula berbasis teknologi dengan para investor, akselerator, buyer, distributor dan mitra lainnya melalui *Business Matching* sehingga produk yang dihasilkan dalam pendampingan dapat langsung digunakan dalam mencari mitra melalui *Business Matching*.

Sebelum masuk ke dalam tahap pendampingan, dilakukan seleksi terlebih dahulu terhadap calon peserta pendampingan. Mengingat kuota pendampingan ini hanya sebanyak 20 orang. Hal ini dilakukan agar pendampingan dapat dilakukan secara efektif. Seleksi calon peserta pendampingan dilakukan di Politeknik STIA LAN Bandung. Tujuan seleksi ini untuk menjaring peserta yang dapat dinyatakan sebagai Pengusaha Pemula Berbasis Teknologi. Pengusaha Pemula Berbasis Teknologi adalah startup yang sudah masuk pada tingkat kesiapan teknologi (TKT) minimal 6 yaitu pengusaha yang sudah melakukan uji coba pada lingkungan relevan sebagaimana digambarkan sebagai berikut:

Tabel 1 Tingkat Kesiapan Teknologi

1	2	3	4	5	6	7	8	9
Observasi konsep dasar	Formulasi konsep teknologi	Pembuktian konsep	Validasi teknologi di lab	Validasi teknologi pada lingkungan yang relevan	Uji coba pada lingkungan yang relevan	Uji coba pada lingkungan operasional	Sistem dinyatakan selesai dan siap	Produksi berjalan sukses
Riset Dasar		Riset Teknologi			Uji Coba Produksi			Proses Komersial

Tahapan seleksi dimulai dengan melakukan sosialisasi kegiatan melalui poster, media sosial, website dan juga radio untuk menginformasikan kepada masyarakat umum tentang pembukaan pendaftaran calon tenant Bicube. Setelah terkumpulnya calon peserta pendampingan lalu dilanjutkan dengan melakukan desk evaluasi terhadap deskripsi usaha yang dikirimkan pada saat

pendaftaran. Setelah itu dilakukan wawancara sebagai tahap akhir. Wawancara dilakukan dengan mengundang tim penyeleksi yang memiliki keahlian di bidang bisnis. Dari hasil wawancara maka dipilihlah 20 orang peserta yang akan mendapatkan pendampingan.



Gambar 1 Proses Seleksi Calon Peserta Pendampingan

3.1 Pendampingan Business Model Canvas (BMC)

Business Model Canvas (BMC) yaitu kerangka kerja dalam manajemen strategi yang digunakan untuk menggambarkan sebuah model bisnis. BMC memvisualisasikan dalam bentuk bagan dengan elemen-elemen yang menggambarkan proposisi nilai perusahaan, produk, infrastruktur, pelanggan dan keuangan (Osterwalder, 2010). Dengan BMC mempermudah para pelaku usaha dalam menerapkan beberapa aspek penting dalam aktivitas bisnis dan dapat memastikan apakah aktivitas bisnisnya telah berjalan sesuai sistem. BMC terdiri dari 9 komponen diantaranya *Value Proposition*, *Customer Segment*, *Customer Relationship*, *Channel*, *Key Activities*, *Key Resources*, *Key Partners*, *Cost Structure* dan *Revenue Stream*.

Bicube memberikan pendampingan dalam bentuk *workshop* pembuatan BMC bagi pengusaha pemula berbasis teknologi di awal masa pendampingan. Target awal para pengusaha pemula berbasis teknologi tersebut adalah memiliki BMC yang lengkap dan jelas. *Workshop* pembuatan BMC dilakukan dengan tujuan membantu para pelaku usaha untuk memiliki pemahaman terhadap bisnis yang dijalankannya dan dapat mengetahui kinerja bisnis yang dijalankan. Selain itu, diharapkan BMC dapat menjadi tools dalam mengembangkan bisnisnya. *Workshop* ini diawali dengan pemaparan dari narasumber yang menjelaskan secara rinci mengenai BMC, seperti pengertian, pentingnya BMC, 9 komponen BMC, tahapan pembuatan BMC dan forum diskusi. Setelah pemaparan selesai, *workshop* dilanjutkan dengan pembagian kelompok dan mentor untuk setiap kelompok. Tugas mentor yaitu mendampingi pembuatan BMC masing-masing peserta di kelompoknya, sehingga dipastikan seluruh peserta selesai membuat BMC usahanya. Pada hari selanjutnya, setiap peserta wajib membuat BMC usahanya dan mempresentasikan hasilnya di depan peserta lainnya sebagai bahan pembelajaran bersama.



Gambar 2 Pendampingan Business Model Canvas (BMC)

Pelatihan adalah serangkaian aktivitas yang dirancang untuk meningkatkan keahlian-keahlian, pengetahuan, pengalaman ataupun perubahan sikap seorang individu (Santoso, 2010). Berdasarkan hasil penelitian, dengan pelatihan menggunakan metode *workshop* dapat meningkatkan kompetensi profesional (Johannes, 2018). Hasil dari *workshop* BMC yaitu berupa BMC masing-masing usaha para peserta. Selain itu, manfaat lain yang diperoleh dari *workshop* dan pengerjaan BMC dalam kelompok yaitu para *tenant* saling belajar dari pengalaman peserta lain dalam menjalankan usaha.

3.2 Pendampingan Proposal Pendanaan

Pendampingan proposal pendanaan diberikan kepada para peserta mengingat salah satu bentuk kegagalan dalam mengembangkan usaha adalah ketidakmampuan dalam membuat proposal pendanaan. Proposal pendanaan ini dapat digunakan pengusaha pemula berbasis teknologi untuk mendapatkan pendanaan dari pihak lain seperti investor, hibah, pinjaman, dana CSR dan lain sebagainya. Untuk itu, mekanisme pendampingan diawali dengan memberikan pelatihan terkait fungsi dari proposal pendanaan itu untuk apa, lalu dijelaskan bagaimana sistematika dalam penulisan penyusunan proposal pendanaan beserta tips untuk meloloskan proposal pendanaan tersebut serta lembaga-lembaga yang bisa diakses dalam mendapatkan permodalan.

Dalam penyusunan ini, dikuatkan dengan bagaimana pengusaha pemula dapat mendeskripsikan dengan jelas dan singkat terkait aspek produk inovasi teknologi yang dilakukannya (keunikan dan kebermanfaatan produk) dan aspek pengembangan produk. Produk menjadi pembahasan dalam pendampingan ini mengingat produk merupakan salah satu strategi bisnis (Ishak, 2010). Produk yang inovatif akan menarik perhatian pasar dan juga penyedia dana/modal. Lalu dijelaskan pula bagaimana aspek potensi pasar, tim pelaksana kegiatan, rencana kegiatan, output kegiatan dan terakhir rencana penggunaan anggaran.

Setelah selesai pemaparan tentang proposal pendanaan, peserta dibagi menjadi kelompok-kelompok kecil dan setiap kelompok diberikan mentor untuk membantu peserta. Peserta diminta membuat proposal pendanaan dengan template yang sudah disediakan (secara garis besar). Selanjutnya, dalam waktu dua minggu diberikan kesempatan untuk menyelesaikan proposal tersebut secara lengkap, tentunya dengan mendapatkan pendampingan dari mentor untuk selanjutnya dilakukan review secara online.



Gambar 3 Pendampingan Proposal Pendanaan

3.3 Pendampingan Pemasaran

Pemasaran merupakan ujung tombak perusahaan dalam mempertahankan eksistensinya di masyarakat. Keberhasilan perusahaan mencapai tujuan bisnisnya tergantung pada kemampuan menjalankan fungsi pemasaran sebagai departemen yang penting karena merupakan fungsi bisnis yang berhubungan langsung dengan konsumen (Dharmmesta, 2014). Philip Kotler dan Gary Armstrong mendefinisikan manajemen pemasaran dan menguji bagaimana pemasar mengatur permintaan dan membangun hubungan dengan pelanggan yang menguntungkan (P Kotler dan G Armstrong, 2008). Jadi, yang harus dilakukan oleh pelaku usaha yaitu mendapatkan pelanggan dan mempertahankan pelanggan. Hal itu bergantung pada keahlian pelaku usaha dalam berbagai bidang salah satunya yaitu pemasaran.

Dalam masa pendampingan oleh Bicube, para pengusaha pemula berbasis teknologi juga memperoleh pendampingan terkait pemasaran. Pendampingan difasilitasi dalam bentuk konsultasi para pengusaha pemula dengan expert, pelatihan dan fasilitas siaran radio bagi para pengusaha pemula sebagai ajang promosi kepada masyarakat khususnya di Bandung. Bicube bekerja sama dengan beberapa pihak dalam memfasilitasi para pengusaha pemula. Seperti mengundang expert dari eksternal untuk mengisi pelatihan, bekerja sama dengan radio MNC Trijaya FM, serta instansi pemerintah dan swasta.

Pelatihan pemasaran dilaksanakan dengan mengundang narasumber perwakilan dari *Global Reporting Initiative* (GRI) Indonesia. GRI yaitu organisasi internasional yang independen berpusat di Amsterdam, Belanda. Pelatihan dilaksanakan selama dua hari dengan tema “Strategi

Branding & Marketing dengan Prinsip Sustainability: Membangun Loyalitas Konsumen & Identitas Bisnis Anda”. Pelatihan dimulai dengan identifikasi usaha peserta, pengetahuan dan pemahaman terkait pemasaran dan apa saja yang sudah dilakukan oleh peserta dalam pemasaran. Kemudian dilanjutkan dengan sesi pemaparan materi oleh narasumber. Materi pemaparan yang diberikan yaitu membahas secara general mengenai pemasaran, *company profile* sebagai alat pemasaran dan sedikit *highlight* mengenai pelaporan keberlanjutan bagi UKM.



Gambar 4 Pengurus Bicube bersama Narasumber Pendampingan Strategi Pemasaran

Pada hari kedua, narasumber melibatkan peserta secara aktif dalam pelatihan. Peserta diminta menceritakan kisah-kisah unik yang dialami dalam praktik pemasaran dan branding usahanya. Selanjutnya peserta dibagi dalam kelompok dan praktik membuat *company profile* yang menarik. Sesi terakhir pelatihan di hari kedua, peserta mempresentasikan hasil pekerjaannya membuat *company profile*. Narasumber memberikan masukan yang sangat membantu dan memotivasi peserta. Peserta pun antusias dalam mengikuti pelatihan pemasaran tersebut.

Melalui pelatihan pemasaran yang telah dilaksanakan mampu meningkatkan pengetahuan dan praktik dalam memanfaatkan *company profile* sebagai alat pemasaran, serta peserta memperoleh pengetahuan dasar mengenai laporan keberlanjutan bagi UKM. Inti dari pembuatan pelaporan keberlanjutan UKM cukup hanya untuk menunjukkan bahwa aktivitas bisnis UKM mendukung konsep keberlanjutan (Kurniawan, 2017).

3.4 Pendampingan Business Matching dan Pelaksanaan Business Matching

Business matching merupakan upaya untuk mempertemukan pengusaha pemula berbasis teknologi dengan para mitra yang terdiri dari investor, akselerator, supplier, distributor, calon buyer dan perbankan untuk dapat melakukan kerjasama. *Business matching* ini dilakukan agar pengusaha pemula berbasis teknologi dapat langsung mempraktekan hasil pendampingan yang sudah dilakukan agar mendapatkan kerjasama dengan para mitra. Selain itu, tujuan *business matching* lainnya adalah untuk memperluas *networking* karena banyak pengusaha yang kesulitan dalam mendapatkan kesempatan untuk memperluas usahanya, dikarenakan keterbatasan jejaring dan pengalaman karena salah satu bentuk dukungan penting bagi usaha kecil termasuk penyediaan inkubasi bisnis dan akses ke jaringan bisnis formal (Allen & Rahman, 1985) (Dubini & Aldrich, 1991) (Atherton & Hannon, 2006) (Stephens & Onofrei, 2012). Salah satu faktor penentu keberhasilan dalam berwirausaha adalah adanya akses ke jaringan sosial (Zampetakis & Kanelakis, 2010). Foley (2008) mengusulkan bahwa jaringan sosial dapat memiliki pengaruh yang kuat pada aktivitas kewirausahaan. Disini juga, pengusaha pemula berbasis teknologi dapat menambah wawasan tentang tren bisnis dan perdagangan sehingga diperoleh inspirasi untuk meningkatkan terobosan dan berbisnis.

Dua hari sebelum pelaksanaan *business matching*, dilakukan pendampingan terhadap persiapan kegiatan tersebut. Dalam pendampingan ini, masing-masing peserta diminta untuk mempresentasikan hasil pendampingan sebelumnya, khususnya BMC. Disamping itu, peserta dibantu untuk mempersiapkan *marketing tools* seperti *company profile*, laporan keuangan, kartu nama, dan banner sebagai persiapan dalam menghadapi para mitra. Dalam pendampingan ini, masing-masing peserta diberikan tips dalam melakukan presentasi yang hanya berdurasi lima menit namun efektif, dapat memberikan gambaran jelas tentang usaha dan poin kerjasama kepada para mitra sehingga mitra menjadi tertarik dan mau melakukan kerjasama.

Kegiatan *business matching* yang diselenggarakan oleh Bicube Politeknik STIA LAN Bandung dihadiri oleh 75 orang yang terdiri dari investor, akselerator, supplier, distributor, calon buyer dan perbankan. Kegiatan diawali dengan presentasi dari pengusaha pemula berbasis teknologi dengan durasi selama 5 menit. Setelah presentasi berakhir, dilanjutkan dengan agenda kegiatan berupa diskusi lanjutan antara investor, akselerator, supplier, distributor, calon buyer dan perbankan dengan pengusaha pemula berbasis teknologi di ruangan terpisah yang sudah disediakan. Pada akhirnya sebagian besar pengusaha pemula berbasis teknologi dapat menjalin kerjasama dengan para mitra yang tertuang dalam form kerjasama.



Gambar 5 Pelaksanaan *Business Matching*

4. KESIMPULAN

Secara umum, proses pendampingan yang dilakukan oleh Bicube Politeknik STIA LAN Bandung selama dua bulan telah memfasilitasi pengusaha pemula berbasis teknologi Jawa Barat untuk dapat mengembangkan aktivitas bisnisnya. Dari hasil pendampingan ini, para peserta telah memiliki tools yang bermanfaat bagi pengembangan usahanya. Kegiatan pendampingan *Business Model Canvas* (BMC) membantu para pengusaha pemula untuk membuat dan mendeskripsikan bisnisnya masing-masing dalam bentuk *Business Model Canvas*. Kegiatan pendampingan proposal pendanaan melatih para pengusaha pemula untuk mampu menyusun proposal pendanaan dan mengetahui tips agar proposal tersebut dapat lolos akses permodalan. Kegiatan pendampingan strategi pemasaran meningkatkan pengetahuan dan praktik dalam memanfaatkan *company profile* sebagai alat pemasaran. Kegiatan pendampingan dan pelaksanaan *Business Matching* membantu para pengusaha pemula untuk mendapatkan kerjasama dengan para mitra, seperti investor, akselerator, supplier, distributor, calon buyer dan perbankan.

Dari keempat tools yang sudah dihasilkan melalui serangkaian proses pendampingan, tentunya sangat membantu pengusaha pemula berbasis teknologi dalam mengatasi permasalahan awal dalam fase awal bisnisnya. Diharapkan dari hasil kerjasama melalui kegiatan *business matching* dapat membawa keberlangsungan yang lebih baik bagi pengusaha pemula berbasis teknologi baik dari sisi permodalan, pasar, produk dan lain sebagainya. Sehingga masa awal yang kritis bagi mereka dapat terlewati dengan baik.

Kegiatan pendampingan kepada para pengusaha pemula berbasis teknologi tentunya diharapkan dapat terus dilakukan secara berkelanjutan oleh inkubator bisnis atau lembaga lainnya sehingga dapat membantu pengembangan dan memaksimalkan pertumbuhan usaha di Indonesia dan daerah pada khususnya.

5. SARAN

Dari serangkaian proses pengabdian yang dilakukan melalui kegiatan pendampingan, penulis dapat merekomendasikan beberapa saran untuk kesempurnaan kegiatan pendampingan, antara lain: 1) Kegiatan pendampingan selanjutnya perlu menambah variasi materi pendampingan khususnya terkait dengan pengelolaan manajemen usaha. Karena seringkali kegagalan berkembangnya suatu bisnis disebabkan kegagalan dalam mengelola internal perusahaannya.; 2) Kegiatan pendampingan ini perlu untuk terus melibatkan *stakeholders* yang berhubungan langsung dengan pengembangan usaha dari pengusaha pemula berbasis teknologi; 3) Kegiatan pendampingan ini dapat dilanjutkan dengan melakukan penelitian lanjutan terkait dengan penguatan pengusaha pemula berbasis teknologi, sehingga dapat menambah khazanah keilmuan dari sudut akademisi; 4)

Dalam setiap aktivitas pengabdian, hendaknya membuat kuesioner kegiatan yang diberikan kepada para peserta sebagai bahan evaluasi tim dalam melakukan pengabdian selanjutnya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih disampaikan kepada segenap pimpinan Politeknik STIA LAN Bandung atas dukungan, kesempatan dan bantuan untuk terlaksananya kegiatan ini. Terima kasih juga diucapkan kepada Kemenristek-Brin atas bantuan pendanaan melalui Program Bantuan Pengembangan Kelembagaan Inkubator Bisnis tahun 2019. Terimakasih kepada *Global Reporting Initiative (GRI)*, HIPMI Kota Bandung, Kadin Jawa Barat, Pengurus Bicube dan seluruh pihak yang telah membantu dalam proses kegiatan pengabdian pada masyarakat ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Allen, D., & Rahman, S. (1985). Business incubator: assessing their role in enterprise development. *Economic Development Commentary*, Vol.9 No 4, 48-61.
- Atherton, A., & Hannon, P. (2006). Localised strategies for supporting incubation. *Journal of Small Business Enterprise Development*, Vol. 13 No.1, 221-238.
- Bank Indonesia. (2006). *Kajian inkubator bisnis dalam rangka pengembangan UMKM*. Jakarta: Bank Indonesia.
- Dharmmesta, B.S. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Universitas Terbuka.
- Dubini, P., & Aldrich, H. (1991). Personal and extended networks are central to the entrepreneurial process. *Journal of Business Venturing*, Vol. 6 No. 1,, 305-313.
- Foley, D. (2008). Does culture and social capital impact on the networking attributes of indigenous entrepreneurs? *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, Vol. 2 No. 3, 204-224.
- Johannes, J. (2018). Meningkatkan Kompetensi Profesional Guru Dalam Menyusun RPP Melalui Workshop. *JURNAL PENA EDUKASI*, 5(2), pp.95-98.
- Ishak, A. (2010). *Manajemen Operasi*. Jakarta: Graha Ilmu.
- Kotler, P. and Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Kurniawan, Putu. (2017). Pemodelan Proses Penyusunan Laporan Keberlanjutan pada Usaha Kecil dan Menengah (UKM). *AKUNTABEL*. 14. 29. 10.29264/jakt.v14i1.1153.
- Lupiyoadi, R. (2004). *Entrepreneurship, From Mindset to Strategy, Edisi Kedua*. Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Osterwalder, Alexander; Pigneur, Yves; Clark, Tim. (2010). *Business Model Generation: A Handbook For Visionaries, Game Changers, and Challengers*. Strategyzer series. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons. ISBN 9780470876411. OCLC 648031756. With contributions from 470 practitioners from 45 countries.
- Santoso, B. (2010). *Skema dan Mekanisme Pelatihan: Panduan Penyelenggaraan Pelatihan*. Yayasan Terumbu Karang Indonesia.
- Setianto, B. (2020). *Kenali lebih dekat angel investor dan persiapkan startup anda menuju sukses*. Jakarta.
- Stephens, S., & Onofrei, G. (2012). Business incubation outcomes: an Irish case study. *International Journal of Entrepreneurship & Innovation*, Vol. 13 No. 4, 271-281.
- Twelvetrees, A. C. (1991). *Community Work, Edition 2*. Macmillan Education.
- Zampetakis, L., & Kanelakis, G. (2010). Opportunity entrepreneurship in the rural sector; evidence from Greece. *Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship* Vol. 12 No. 2, 122-142.

Zimmerer, & Scarborough. (2005). *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil, terjemahan, edisi keempat*. Jakarta: PT Indeks.