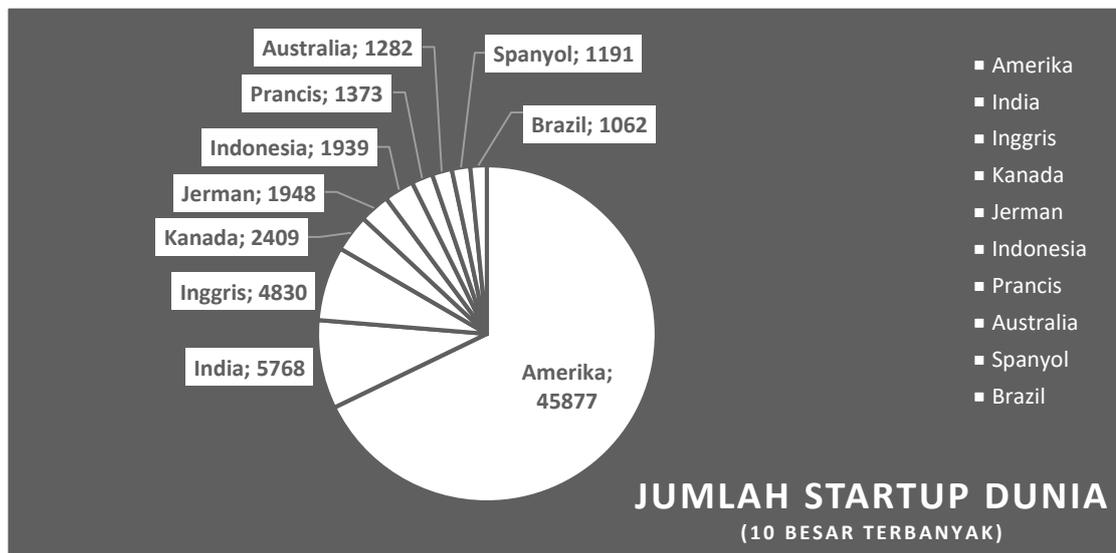


BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang

Fenomena Start-Up berbasis digital mulai bermunculan sejak fenomena *bubble dot-com* pada periode 1998-2000. Pada periode tersebut masa dimana orang-orang mulai mengenal Internet dan mulai mengakses *Website*. Selain hanya sekedar membuka, perusahaan juga sudah mulai membuka *website* untuk bisnisnya. Startup merupakan suatu organisasi yang dirancang untuk menemukan model bisnis yang tepat agar dapat menghasilkan keuntungan yang maksimal menurut Blank (2013) dalam Afdi & Purwanggono (2018). Persepsi yang telah tertanam jika dikaitkan dengan start up adalah perusahaan yang berkaitan dengan teknologi. Namun pada kenyataannya, startup tidak hanya perusahaan baru yang bersentuhan dengan teknologi, aplikasi, dunia maya akan tetapi juga termasuk dalam hal yang berhubungan dengan produk, jasa dan hal yang berhubungan dengan gerakan ekonomi dengan bantuan dari pihak lain (korporasi- korporasi) maupun tidak. (IDCloudHost, 2017).



Gambar 1.1 Jumlah Start-Up Dunia Berdasarkan Negara (10 Besar Terbanyak)

Sumber : *Startup Ranking (data diolah)*, 2018

Pada grafik diatas menunjukkan data jumlah start-up dari 10 besar negara dengan jumlah start-up berbasis teknologi terbanyak di Dunia. Pada peringkat pertama diduduki oleh Amerika dengan jumlah start-up sebanyak 45.877 start-up. Kemudian di peringkat kedua diduduki oleh India dengan 5.768 start-up. Sementara Indonesia menempati peringkat ke enam dengan jumlah start-up sebanyak 1.939. Hal ini menunjukkan partisipasi pengembangan dan penciptaan start-up di Indonesia cukup besar.

Pengembangan dan penciptaan start-up di Indonesia dinilai cukup besar semakin diperkuat oleh penelitian yang dilakukan oleh *Center for Human Genetic Research (CHGR)* memprediksi perkembangan Start-Up di Indonesia akan semakin massif. Hasil riset yang dimuat dalam DaLYIsocial.id memprediksi perkembangan start-up dari segi jumlah di Indonesia akan mengalami peningkatan sebesar 6,5 kali. Jumlah start-up yang akan meuncil pada tahun 2020 adalah sebanyak 13.000 start-up berbasis digital. (DaLYIsocial, 2016)

Jika ditinjau lebih jauh lagi, perkembangan industri digital di Indonesia memberikan dampak positif pada perekonomian di Indonesia. Industri ini semakin hari menunjukkan pertumbuhan signifikan sebagai kontributor dalam perekonomian Indonesia. Maka dari itu, jika industri digital dapat berkembang dengan baik pada kemudian hari dapat memberikan dampak yang luar biasa bagi perekonomian Indonesia. (Saputra, 2015)

Menurut data yang dihimpun oleh Badan Ekonomi Kreatif atau BEKRAF melalui dokumen yang terbitkan pada awal 2019 dengan judul Mapping and Database Start Up Indonesia 2018, jumlah start up di Kota Bandung mencapai 40 start up. Start up tersebut bergerak pada empat pilar utama yakni *e-commerce*, *fintech*, *game* dan *general*. Sementara menurut Muhammad Ajie Santika yang dikutip dari Tribunjabar.id menjelaskan bahwa kota Bandung merupakan satu diantara penyumbang start up terbanyak di Indonesia. Hingga saat ini menurut data dari Komunitas Start up Bandung bentuknya Muhammad Ajie Santika jumlah start up di Kota Bandung mencapai 250 start up dan yang telah berdiri lebih dari 3

tahun mencapai 80 start up. Menurut start up ranking, jumlah start up di Kota Bandung mencapai 71 start up hingga tahun 2019.

Dukungan dari pemerintah terkait perkembangan start-up di Indonesia juga sudah cukup baik. Dengan membentuk Gerakan Nasional 1000 Start Up melalui Kementerian Komunikasi dan Informatika bekerja sama dengan sebuah perusahaan yang bertujuan untuk membangun ekosistem digital di Indonesia bernama KIBAR. Gerakan tersebut adalah sebuah gerakan untuk mewujudkan potensi Indonesia menjadi The Digital Energy of Asia di tahun 2020 dengan mencetak 1000 startup yang menjadi solusi atas berbagai masalah dengan memanfaatkan teknologi digital.

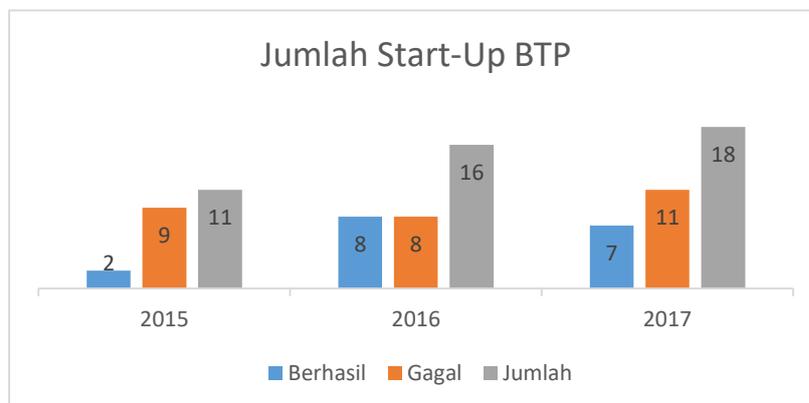
Dalam kegiatannya peserta akan mendapatkan pengetahuan dan materi yang dibutuhkan untuk membuat suatu startup digital yang berkelanjutan. Mulai dari pembentukan pola pikir, membangun sebuah tim, sampai nantinya bagaimana mengembangkan produk, membangun *business model*, memetakan target pasar, hingga strategi untuk meluncurkan produk di pasar. (Gerakan Nasional 1000 Startup Digital, 2017)

Pemerintah dapat dikategorikan sangat mendukung perkembangan start-up digital di Indonesia. Namun, dukungan pemerintah yang cukup tidak menjadi satu satunya faktor bahwa sebuah start-up digital akan berhasil. Bahkan perusahaan start-up berbasis digital masih mempunyai kemungkinan gagal yang sangat tinggi.

Menurut penelitian dari seorang peneliti senior Harvard Business Scholl bernama Shikar Ghosh dengan jumlah responden sebanyak 2.000 perusahaan yang menerima investasi sebesar \$1 juta dari tahun 2004 hingga tahun 2010. Menemukan hasil jika kegagalan didefinisikan sebagai kegagalan dalam meraup keuntungan atau bahkan tidak bisa kembali pada titik BEP maka tingkat kegagalan start-up sebesar 95% dari total seluruh responden dalam penelitian tersebut. (Gage, 2012)

Sementara menurut penelitian yang dilakukan oleh forbes.com menunjukkan hasil yang kurang lebih sama dengan apa yang dilakukan oleh Shikar Gosh. Forbes.com menyebutkan bahwa dari 10 start-up digital yang berhasil dibuat, maka sembilan diantaranya akan mengalami kegagalan. Singkatnya ada 90% kemungkinan sebuah start-up untuk gagal. Kegagalan pertama adalah berada pada titik 120 hari (seratus dua puluh hari) pertama. (PRASETIAWAN, 2016) (Patel, 2015)

Peran pemerintah dalam membantu kesuksesan start up bukan hanya melalui gerakan 1000 Start Up digital saja. Pemerintah melalui kemenristek dikti memberikan dana hibah kepada start up digital. Dana hibah tersebut disalurkan melalui beberapa cara salah satunya adalah melalui Inkubator Strat Up. Kota Bandung, terdapat beberapa inkubator yang menjadi kepercayaan Kemenristek dikti untuk menyalurkan dana tersebut. Inkubator tersebut adalah CUBIC.Inc dan Bandung Techno Park. CUBIC.Inc menerima dana hibah sejak tahun 2015 atau awal berdiri CUBIC.Inc itu sendiri. Dana yang diterima CUBIC.Inc sebesar 300 juta dalam satu periode. Sementara, Bandung Techno park oleh Kemenristek Dikti sejak tahun 2015, dijadikan sebagai *Role Model Sciene Technology Park* se Indonesia sejak 23 Januari 2015. Bahkan melalui inkubator kepercayaan Kemenristek Dikti saja, tingkat kegalalan start up digital di Kota Bandung masih cukup tinggi.



Gambar 1.2 Garfik keberhasilan start-up pada incubator Bandung Techno Park

Sumber : Anggara (olahan penulis), 2018

Dari data yang didapatkan penulis, tingkat kegagalan di start-up di Kota Bandung dan sekitarnya masih cukup tinggi. Data pertama berasal dari salah satu incubator start-up yakni Bandung Techo Park. Pada grafik yang menunjukkan jumlah start-up yang dibina oleh BTP dari tahun 2015-2017. Pada tahun 2015, hanya dua dari 11 start-up yang dikategorikan berhasil oleh BTP. Sedangkan pada tahun 2016, presentasi dan jumlah start-up yang berhasil meningkat menjadi delapan start-up dengan presentasi keberhasilan 50%. Pada tahun 2017, mengalami penurunan dari segi jumlah maupun presentasi keberhasilan. Hanya terdapat tujuh dari 18 start-up yang dikategorikan berhasil oleh BTP. Secara keseluruhan presentasi kegagalan start-up menurut standar BTP cukup besar yakni 62,2%.

Data pada inkubator CUBIC juga menunjukkan hal yang sama dengan apa yang terjadi pada inkubator BTP. CUBIC terbentuk pada tahun 2015 hingga sekarang membina start up digital dengan jumlah 27 start up. Tingkat kegagalan start up binaan CUBIC juga masih cukup tinggi. Dari 27 binaan secara keseluruhan, hanya 12 yang berhasil lulus dari CUBIC sampai dengan tahun 2019. Binaan yang lulus dari CUBIC hanya empat yang dinilai berhasil oleh CUBIC dan sisanya masuk dalam kategori gagal. Secara presentase, hanya 14% dari total keseluruhan jumlah start up digital yang telah berhasil.

Perlu diingat, standart keberhasilan start-up di BTP yakni dibatasi pemantauan pada tiga bulan pertama. Jika dalam tiga bulan tidak memiliki perkembangan dari segi produk maupun pasar maka dinyatakan gagal namun jika memiliki perkembangan yang baik maka akan diberikan workspace dan bantuan legalisasi.(Anggara, 2018)

Tabel 1.1. Progress Start-Up Pada Inkubator Indigo

Tahun	Jumlah Proposal	Hasil Seleksi	Tahapan Inkubasi				Follow On Funding
			<i>Idea Development</i>	<i>Product Development</i>	<i>Business Model Development</i>	<i>Market Acceleration</i>	
2013	439	15	3	2	7	3	
2014	398	17		5	9	3	
2015	709	23	5	6	9	3	3

Sumber : *PRASETIAWAN, 2016*

Selain dukungan pemerintah, Telkom Indonesia sebagai pemain lama dalam dunia Telekomunikasi merespon perkembangan ICT dengan membentuk Divisi Digital Services. Melalui divisi ini, terbentuklah inkubator start up yakni Indigo. Indigo sendiri merupakan salah satu inkubator start up yang dinilai baik bagi perkembangan start up digital. Pada tahun 2015, Meski program inkubasi masih belum selesai, namun tiga startup hasil inkubasi Indigo Incubator, yaitu Goers, PowerCube dan Apaja, telah sukses mendapatkan *follow-on funding* dari beberapa *angel investor*, dan private equity. Hal ini mengindikasikan inkubator indigo merupakan inkubator yang mengerti start up seperti apa yang dapat menarik investor dan secara tidak langsung dapat melihat founder yang seperti apa yang dapat menjadi pengusaha di dunia digital, hal tersebut di ungkapkan oleh Nico Widjaja seorang pemain lama di dunia start up dan dikutip dari Daylisocial.id. Nico Widjaja merekomendasikan kepada start up untuk bergabung dengan Inkubator Indigo jika ingin belajar dan menggali wawasan untuk menjadi pemimpin di industri digital Indonesia.

Namun, pada incubator start-up Indigo, jumlah start-up yang mencapai tahap *market acclearation* masih sangat rendah. Pada tahun 2013, jumlah proposal

yang masuk berjumlah 439 namun yang berhasil masuk ke incubator hanya 15 proposal. Start-up yang berhasil mencapai tahap *market acceleration* hanya 33,3% dengan tingkat kegagalan mencapai 66,6%, dari 15 start-up hanya tiga yang berhasil mencapai tahapan *market acceleration*.

Tahun 2014, jumlah proposal yang masuk mengalami penurunan hanya 398 proposal. Proposal yang masuk kualifikasi dan berhasil masuk kedalam incubator mengalami peningkatan yakni 17 start-up. Start-up yang mencapai *market acceleration* mengalami stuck dari tahun sebelumnya yakni tiga start-up dengan tingkat kegagalan mencapai 82%.

Pada tahun 2015, jumlah proposal yang masuk mengalami peningkatan yakni 709 proposal. Jumlah proposal yang berhasil masuk kedalam start-up meningkat menjadi 23 proposal. Start-up yang berhasil mencapai tahapan *market acceleration* tetap pada jumlah yang sama yakni tiga start-up. Tapi pada tahun 2015, ada tiga start-up yang berhasil mendapatkan pendanaan.

Melihat fenomena pada kedua incubator start-up tersebut, dapat ditarik kesimpulan bahwa tingkat kegagalan start-up untuk mencapai keberhasilan atau tahap dimana produk start-up dapat diterima di pasar masih sangat tinggi. Tingkat kegagalan masih diatas 50%, tentu saja ini merupakan masalah yang harus dipecahkan. Hal ini berdasarkan karena fenomena digitalisasi secara global mengalami penetrasi yang cukup massif.

Start up merupakan perusahaan yang masih mencari bentuk menurut Ries (2011). Maka dari itu start up membutuhkan Inkubator untuk mempertajam ide bisnis yang akan dieksekusi. Inkubator merupakan program durasi tertentu untuk membantu mengidentifikasi lebih lanjut ide startup, memberikan dukungan mentor, dan penyediaan fasilitas. Program inkubator sangat cocok untuk membangun peluang agar dapat mempertajam ide dan model bisnis sebelum dipresentasikan depan investor. (Uzzaman, 2015: 52). Inkubator juga diharapkan mampu meningkatkan tingkat kesuksesan dari sebuah start up melalui program yang telah di canangkan sebelumnya. Dari data inkubator di Kota Bandung

menunjukkan tingkat kegagalan start up yang mengikuti proses pembinaan di Inkubator masih cukup tinggi dengan presentasi melebihi 50%. Maka perlu untuk mengetahui strategi inkubator untuk membantu start up dalam mencapai kesuksesan.

Menurut Liao (2008) dalam (PRASETIAWAN, 2016), bahkan sedikit yang diketahui tentang bagaimana mereka gagal dan pemahaman kita tentang Startup digital sebagai unit enterprenur tidak akan lengkap sampai kita memiliki pemahaman yang jelas tentang apa yang menyebabkan mereka bisa sukses. Maka akan lebih baiknya jika membahas mengenai faktor faktor yang mempengaruhi kesuksesan sebuah start-up.

Sebelum membahas mengenai faktor faktor keberhasilan sebuah start-up, lebih baik mengetahui terlebih dahulu mengenai indikator kesuksesan sebuah start-up. Menurut hasil wawancara dengan pengelola start-up di BTP, bapak Eko Rahayu menjelaskan sebuah startup akan sukses ketika berhasil mencapai *Product-Market-Fit*. Pencapaian ini menyebabkan start-up dapat menemukan kesesuaian dari produk yang ditawarkan dengan permintaan pasar yang ada.

Faktor faktor yang mempengaruhi sebuah start-up dalam mencapai keberhasilan dalam penelitian (PRASETIAWAN, 2016) menghasilkan 11 faktor utama. Faktor tersebut antara lain (1) *synergy*, (2) *product*, (3) *process*, (4) *managerial innovation*, (5) *communication*, (6) *culture*, (7) *experience*, (8) *information technology*, (9) *innovation skills*, (10) *funcional skills*, dan (11) *implementation skills*. Dengan fokus pada faktor faktor tersebut diharapkan start-up dapat dengan mudah mencapai jalan kesuksesan.

Dari fenomena diatas yang dimulai dari prediksi jumlah start-up yang akan muncul pada tahun 2020 kemudian dampak perkembangan bisnis digital bagi perekonomian Indonesia kemudian langkah responsive yang diambil oleh pemerintah untuk mendukung perkembangan start-up di Indonesia. Maka perlu diadakan pengujian faktor faktor keberhasilan pada start-up di Kota Bandung untuk mendukung keberhasilan sebuah start-up. Karena menurut Groenewegen

dan Langen pada tahun 2012 dalam Prasetiawan (2016), untuk menjadi sebuah start-up yang berhasil maka perlu dan dapat mengikuti jejak start-up sebelumnya sebagai acuan. Faktor faktor yang berpengaruh akan menjadi fokus start up dan pembinaan di inkubator untuk menunjang kesuksesan sebuah start up.

Maka penelitian ini berjudul “**Analisis Faktor Faktor kesuksesan pada start-up digital di Kota Bandung**”. Penelitian ini diharapkan dapat memperkuat penelitian sebelumnya dan dapat menjadi acuan pengembangan pada incubator start-up dan start-up berkembang itu sendiri.

1.2.Perumusan masalah

Perusahaan digital yang berperan cukup penting dalam perekonomian Indonesia. Prediksi tahun 2020 yang menyatakan Indonesia akan mengalami peningkatan jumlah start-up digital hingga 13.000 start-up digital. Namun, tingkat kegagalan sebuah start-up masih cukup tinggi. Tingkat kegagalan yang masih diatas 50% menjadi inti permasalahan.

Sebuah start-up dapat belajar pada kesuksesan start-up terdahulu sebagai acuan. Maka perlu diadakan uji validitasi faktor faktor yang menjadi kunci kesuksesan pada start-up digital pada pendahulu yang telah sukses. Sehingga start-up dapat fokus mengembangkan pada faktor faktor tersebut untuk mencapai kesuksesan. Selain start up, inkubator juga dapat memfokuskan pada faktor faktor tersebut selama dalam proses pembinaan start up. Sehingga secara tidak langsung dapat berkontribusi bagi perekonomian Indonesia.

1.3.Pertanyaan Penelitian

Dari penjelasan dan uraian pada latar belakang, maka dapat dirumuskan dalam pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Apa saja faktor faktor yang mempengaruhi keberhasilan start-up digital di Kota Bandung?

2. Bagaimana meningkatkan laju keberhasilan pembinaan start-up digital di Kota Bandung?

1.4.Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian diatas, maka dapat disimpulkan tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui faktor faktor yang mempengaruhi keberhasilan start-up digital di Kota Bandung.
2. Mengatahui startegi untuk meningkatkan laju keberhasilan pembinaan start-up digital di Kota Bandung.

1.5.Lingkup penelitian

Ruang lingkup penelitian ini adalah menguji faktor faktor kesuksesan sebuah start-up berbasis digital. Penelitian ini akan menggunakan objek penelitian yaitu beberapa start-up digital di Kota Bandung yang dinilai telah sukses.

1.6.Manfaat penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat memperkuat teori mengenai faktor faktor yang menjadi faktor keberhasilan bagi sebuah start-up. Sehingga dapat digunakan dalam penelitian selanjutnya dan bagi siapa saja yang mempunyai kepentingan secara akademik terkait hal ini.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat menjadi pedoman bagi start-up yang masih berkembang dalam menjalankan dan mengembangkan start-up mereka. Selain bagi start-up, penelitian ini juga dapat menjadi pedoman bagi para pelaku incubator start-up dalam membantu sebuah start-up untuk berkembang dan mencapai kesuksesan.

1.7.Sitematika Penulisan Tugas Akhir

Penulisan penelitian ini terdiri atas lima bab dimana setiap bab saling berkaitan dan tersusun secara berurutan seperti berikut:

1. BAB I PENDAHULUAN

Bab ini terdiri dari penjelasan latar belakang permasalahan yang diangkat sesuai dengan alasan yang mendasari peneliti untuk melakukan penelitian, lalu diikuti dengan perumusan, pernyataan, dan tujuan penelitian ini serta sistematika penulisan yang menjabarkan urutan dari penulisan penelitian ini.

2. BAB II KAJIAN PUSTAKA

Bab ini terdiri dari teori-teori serta pembahasan dari hasil penelitian sejenis sebelumnya yang mendukung dan dapat dijadikan landasan oleh peneliti dalam melakukan penelitian.

3. BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang karakteristik penelitian, objek penelitian, operasional variabel, jenis dan sumber data, responden penelitian, metode pengumpulan data, dan teknik analisis data.

4. BAB IV PEMBAHASAN

Bab ini memaparkan data penelitian serta hasil yang diperoleh dari penelitian kemudian disajikan dalam pembahasan yang menyeluruh sesuai dengan tujuan penelitian.

5. BAB V KESIMPULAN

Bab ini menyajikan kesimpulan yang diperoleh dari hasil pembahasan di bab sebelumnya yang disesuaikan dengan tujuan awal penelitian serta dilengkapi dengan saran yang disesuaikan dengan kekurangan yang masih ada dalam proses dan hasil dari penelitian.