

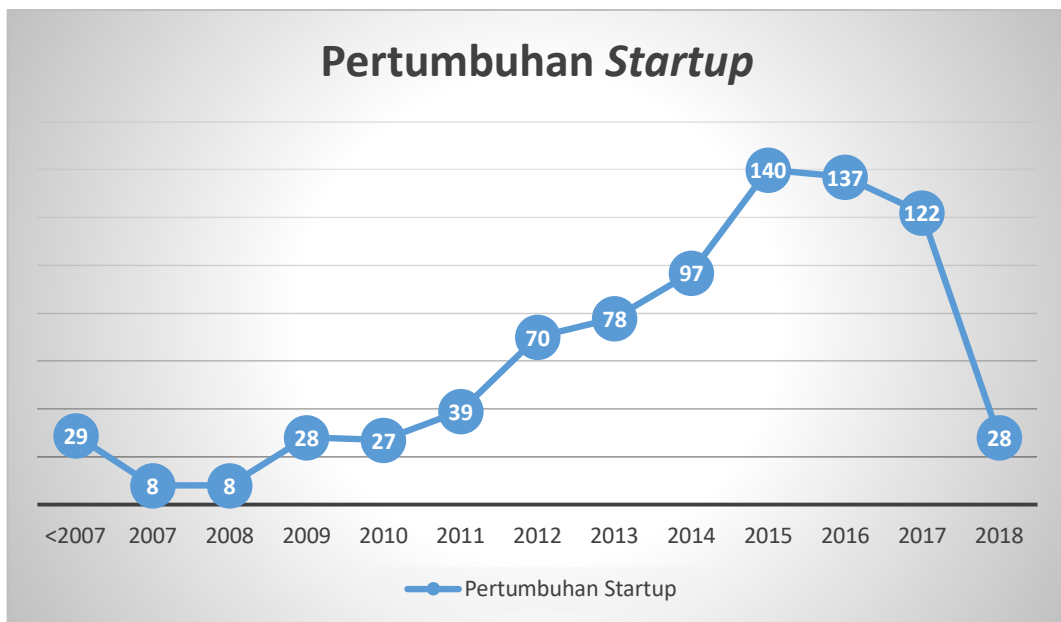
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 *Startup*

Salah satu dampak positif dari transformasi digital di Indonesia adalah pertumbuhan *startup* yang cukup pesat yang didirikan oleh anak bangsa. Pertumbuhan *startup* di Indonesia mencapai 992 *startup* pada tahun 2018 berdasarkan data dari *Mapping Database Startup Indonesia*. Pada gambar 1.1 menunjukkan pertumbuhan *startup* di Indonesia mulai dari tahun <2007 – 2018.



Gambar 1.1 Pertumbuhan *Startup* di Indonesia

Sumber : *Mapping Database Startup Indonesia 2018*

Dari data diatas terlihat bahwa terdapat adanya pertumbuhan *startup* di Indonesia yang semakin meningkat setiap tahunnya, termasuk kehadiran *startup unicorn* di dalamnya.

1.1.2 Inkubator Bisnis

Bisnis *startup* dan ekosistem digital dapat tumbuh karena adanya program inkubator dan akselerator di Indonesia. Menurut data dari *Angel Investment Network* Indonesia (ANGIN) inkubasi bisnis disebut sebagai program pendukung perkembangan *startup* yang terbagi menjadi dua jenis yaitu inkubator dan akselerator. Inkubator merupakan organisasi yang menawarkan dukungan untuk *startup* yang masih berada dalam tahap awal (*early stage*) atau pembuatan ide (*idea stage*). Sedangkan akselerator merupakan program yang ditujukan untuk *startup* tahap awal (*early stage*) hingga tahap menengah (*mid stage*). Pada tabel 1.1 berikut merupakan beberapa inkubator bisnis di Indonesia .

Tabel 1.1 Inkubator Bisnis di Indonesia

No	Nama
1	GnB Accelerator
2	Ideabox
3	Indigo Accelerator
4	Kinara
5	Foodlab Indonesia
6	Smartplus
7	Plug and Play
8	Alpha <i>Startups</i> Bootcamp (1337 Accelerator)
9	Binus <i>Startup</i> Accelerator
10	Jakarta Founder Institute
11	Start Surabaya
12	Batavia Incubator
13	GEPI (Global Entrepreneurship Program Indonesia)
14	Inkubator Bisnis Primakara
15	Kolaborasi
16	Merah Putih Incubator
17	Skystar Ventures
18	Innovative Academy
19	IDX Incubator
20	UI Incubator
21	Mandiri Digital
22	UPT Incubator
23	Ruangreka

Sumber: Adiningsih et al (2019)

1.2 Latar Belakang Penelitian

Transformasi digital telah banyak diadopsi oleh perusahaan-perusahaan di Indonesia untuk menunjang kegiatan bisnisnya. Bisnis yang awalnya bersifat tradisional yaitu terdapat interaksi antara penjual dan pembeli secara langsung dan bertatap muka, sekarang berubah menjadi berbasis digital, dimana penjual dan pembeli dapat berinteraksi dari mana saja dan kapan saja. Transformasi digital juga secara perlahan telah merubah sudut pandang masyarakat tentang bisnis yang biasanya hanya dilakukan oleh orang-orang yang memiliki modal yang cukup besar, harus memiliki kantor, perlengkapan dan sebagainya sehingga dapat mengurangi biaya transaksi untuk mendirikan sebuah perusahaan.

Menurut riset Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) Indonesia memiliki jumlah pengguna internet sebanyak 171,17 juta orang, angka ini menyesuaikan dengan jumlah penduduk sesuai Badan Pusat Statistik yaitu 264,16 juta orang. Kondisi seperti ini yang membuat Indonesia menjadi pasar yang tumbuh dan berkembangnya perekonomian berbasis internet (APJII, 2018). Tak dapat dipungkiri semua organisasi pemerintahan, institusi pendidikan, maupun Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) harus mampu memanfaatkan fenomena digital. Transformasi digital merupakan transformasi yang mendalam dari bisnis dan aktivitas organisasi, kemampuan sepenuhnya untuk memanfaatkan perubahan dan peluang dari perpaduan teknologi digital serta dampak di masyarakat dalam pergeseran pemikiran saat ini ke masa yang akan datang (i-scoop, 2018).

Presiden Jokowi menginginkan untuk memperbanyak usaha rintisan kecil atau *startup* untuk merambah ke ekosistem *online* tidak hanya *offline* saja karena ekonomi digital telah memberikan kontribusi yang signifikan kepada Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia menurut laporan yang termuat di dalam laporan Sekretariat Kabinet Republik Indonesia. “Ini sebuah pekerjaan besar yang harus dikerjakan bersama” kata Presiden Jokowi pada pembukaan *Digital Connect 2018*. Presiden Jokowi berharap Badan Ekonomi Kreatif (BEKRAF) bisa mengorganisir *startup* secara baik dan sementara Kementerian Komunikasi dan Informatika (KOMINFO) bisa memberikan wadah ekosistem *online* (Fitri, 2018). Sedangkan

menurut Menteri Perekonomian, Darmin Nasution mengatakan bahwa transformasi digital akan mendorong pertumbuhan ekonomi lebih berkualitas dengan salah satu ukuran yakni menciptakan kesempatan kerja, menurunkan tingkat kemiskinan, serta mengupayakan pemerataan pembangunan (Jeko I. R., 2019).

Berdasarkan hasil wawancara dengan *Chief Executive Officer* (CEO) Vutura yaitu Riztama Prawita mengatakan bahwa dengan adanya gerakan 1000 *startup* yang dicanangkan oleh presiden membuat masyarakat semakin bersemangat untuk mendirikan sebuah *startup*, karena ada dukungan dari pemerintah. Namun terdapat perbedaan persepsi mengenai hal yang menjadikan orang mendirikan *startup*, yaitu ada yang murni karena ingin berbisnis, mengembangkan ide-ide kreatifnya, serta membantu menyelesaikan permasalahan yang ada dari lingkungan sekitar. Didukung dengan bermunculan pusat-pusat komunitas digital seperti *Digital Valley*, *Digital Innovation Lounge* dan *Creative hub* telah menunjukkan bahwa ekosistem digital sudah tidak asing lagi di Indonesia (Adiningsih *et al*, 2019: 69).

Hubungan *strartup* dan inkubator merupakan bagian dari ekosistem bisnis, karena inkubator merupakan tempat berkembangnya sebuah ide, adanya mentoring, pendanaan dan yang lainnya sehingga menjadi sebuah *startup*, tidak hanya itu inkubator bisnis juga dijadikan sebagai tempat berkumpulnya para perintis *startup* dengan mayoritas anak muda dan memberikan fasilitas kepada mereka untuk mengembangkan kreativitas mereka. Menurut Moore (1996) yang dikutip oleh Tricahyono dan Purnamasari (2017) mengatakan bahwa istilah ekosistem bisnis tidak hanya mencakup pemangku kepentingan namun juga terdiri dari semua produsen, organisasi, komunitas, lembaga pemerintah, lembaga non pemerintah, konsumen, media, supplier, research institution dan pihak pemangku kepentingan lainnya.

Menurut data dari MIKTI penilaian terhadap aspek dalam ekosistem di berbagai wilayah di Indonesia dapat dilihat pada tabel 1.2.

Tabel 1.2. Penilaian terhadap Aspek dalam Ekosistem di Indonesia

Wilayah	Aspek yang dinilai baik	Aspek yang dinilai buruk	Persentase baik	Persentase buruk
Sumatera	Regulasi dan perundangan, Lembaga Pendidikan, Mentor	Market, inkubator dan akselerator, komunitas dan asosiasi industri	23.64%	76.36%
Kalimantan	Regulasi dan Perundangan, Lembaga Pendidikan, Funding	Talenta, Mentor, Komunitas dan Asosiasi Industri	25%	75%
Sulawesi	Regulasi dan Perundangan, Lembaga Pendidikan, Funding	Talenta, Market, Mentor	26.32%	73.68%
Jabodetabek	Regulasi dan Perundangan, Lembaga Pendidikan, Funding	Inkubator dan Akselerator, Komunitas dan Asosiasi industri, Media	37.04%	62.96%
Jawa Barat	Regulasi dan Perundangan, Lembaga Pendidikan, Market	Komunitas dan Asosiasi Industri, Media, Talenta	26.67%	73.33%
Jawa Tengah	Talenta, Regulasi dan Perundangan, Lembaga Pendidikan	Market, Komunitas dan Asosiasi Industri, Media	21.88%	78.13%
Jawa Timur	Regulasi dan Perundangan, Lembaga Pendidikan, Funding	Talenta, Market, Komunitas dan Asosiasi Industri	28.26%	71.74%
Bali	Regulasi dan Perundangan, Lembaga Pendidikan, Funding	Market, Inkubator dan Akselerator, Media	33.33%	66.67%

Sumber : Mapping Database Startup Indonesia 2018

Tidak seperti bisnis konvensional dimana produk diproduksi terlebih dahulu lalu didistribusikan kepada konsumen, interaksi berbasis digital ini dibuat bersama, yaitu ketika konsumen menginginkan sebuah produk maka dapat langsung memesan dan bahkan melakukan *customized* sebuah produk yang diinginkan ke produsen dan kemudian dikirim. Dengan adanya teknologi yang dapat menghubungkan pasar dua sisi dengan biaya yang murah, cepat dan lincah maka banyak *startup* yang tumbuh menjadi kekuatan dominan di pasar masing-masing seperti Gojek, Tokopedia, Traveloka, Bukalapak, dan lain-lain.

Isu kesuksesan dari *startup* ini merambah keseluruhan masyarakat Indonesia dan memberikan motivasi untuk mendirikan sebuah perusahaan yang berbasis pada digital. Menurut Paul Graham (2012) *startup* merupakan sebuah perusahaan yang didesain sedemikian rupa untuk berkembang dengan cepat, perusahaan yang baru dirintis pun tidak semua dapat dikatakan sebuah *startup*, tidak harus bergerak dalam bidang teknologi, dan memperoleh dana dari investor.

Startup tidak dapat langsung tumbuh dan berkembang sendiri seperti layaknya bisnis pada umumnya, namun membutuhkan sebuah wadah yang dapat menampung ide-ide bisnis yang memberikan arahan bagaimana cara mengembangkan serta bagaimana cara agar *startup* dapat mengeluarkan produk-produk yang nantinya akan bermanfaat untuk siapa saja. *Startup* yang baru memunculkan ide diharuskan mengikuti proses inkubasi terlebih dahulu agar bisnisnya tumbuh dan berkembang dengan cepat. Proses inkubasi merupakan proses pengembangan bisnis dalam waktu tertentu yang jenis usahanya masih baru dan skala usahanya kecil. Menurut Deeb (2015) *startup* yang bergabung ke proses inkubasi akan berbagi fasilitas seperti lokasi dan kantor juga berbagi pelatihan dan mentoring bersama dengan *startup* lainnya yang ada didalam satu inkubator.

Menurut Pauwels *et al* (2015) model inkubasi secara luas didefinisikan sebagai cara entitas inkubasi memberikan dukungan kepada *startup* untuk meningkatkan kemungkinan kelangsungan hidup perusahaan dan mempercepat perkembangan mereka. Terdapat generasi baru dari sebuah bisnis inkubasi yaitu akselerator yang merupakan sebuah bisnis inkubasi turunan dari inkubator bisnis. Menurut pendapat Bramann yang dimuat dalam artikel David-west *et al*: Bramann (David-west *et al*, 2018) mengemukakan bahwa pusat teknologi, inkubator memberikan efek yang memungkinkan untuk membangun ekosistem *techno-entrepreneurial* dalam konteks sumber daya yang lengkap dan tetap meluncurkan *startup*.

Salah satu cara untuk mengatasi tantangan-tantangan yang muncul pada tahap awal untuk mengembangkan *startup* adalah dengan mencari dukungan dari inkubator bisnis (Bollingtoft, 2012). Memang dengan adanya proses inkubasi maka *startup* akan merasa lebih aman karena adanya sumber dana yang dapat digunakan

dan adanya proses *mentoring* untuk pengembangan usaha dan keterampilan dari sumber daya manusia, sebab inkubator dengan pelayanan ideal biasanya mampu untuk menghasilkan *startup* terbaik sehingga meminimalisir kegagalan *startup*.

AirBnB merupakan *startup* asal Sanfransisco, Amerika Serikat yang sukses dengan mengikuti program inkubasi bisnis yaitu *Y Combinator*, yang bernilai lebih dari US\$ 30 miliar (Natalia, 2018). Selain itu terdapat juga Dropbox yang merupakan *startup* dari hasil program inkubasi *Y Combinator* yang sukses dengan nilai lebih dari US\$ 10 miliar (Clark, 2018).

Menurut Batistella *et al* (2016) *startup* yang masuk ke dalam proses inkubasi akan mendapatkan interaksi yang intens dengan kumpulan mentor berkualitas tinggi yang akan menawarkan dukungan dan berbagai pengalaman berwirausaha yang dapat diterapkan *startup* dalam meningkatkan produk dan strategi bisnis mereka. Namun karakteristik dari sebuah inkubator harus diperhatikan, karena dengan mempertimbangkan karakteristik inkubator bisnis teknologi maka akan mempercepat konvergensi ekonomi secara nasional (Hong *et al*, 2016). Bukan jumlah *startup* yang harus dibanggakan, tetapi kualitas dari *startup* itu sendiri yang menentukan efek terhadap pembangunan ekonomi. Oleh karena itu kebijakan yang bertujuan merangsang pertumbuhan ekonomi melalui kewirausahaan harus fokus pada *startup* yang berkualitas tinggi (Fritsch dan Schroeter, 2009). Sedangkan menurut Al-Mubarak *et al* (2015) pertumbuhan ekonomi yang tinggi menunjukkan tingkat kelangsungan hidup *startup* yang tinggi, sejumlah besar pekerjaan yang telah diciptakan dan lulusan perusahaan *startup*, mengarah pada dampak positif dari sebuah inkubator sebagai alat vital perkembangan ekonomi.

Namun seperti yang diketahui bahwa *startup* unicorn di Indonesia seperti Gojek, Traveloka, Tokopedia dan Bukalapak merupakan *startup* yang berdiri secara mandiri dan bukan merupakan *startup* hasil dari inkubator bisnis, padahal kemunculan *startup-startup* ini dikatakan masih tergolong baru dibandingkan dengan kemunculan inkubator bisnis yang sudah ada sejak tahun 1994 (Soba *et al*, 2018). Menurut van Weele (2016) pendiri *startup* yang mengikuti program inkubasi hanya menginginkan fasilitas dari *tangible resource* saja seperti *co-working space* dan pendanaan. Sedangkan menurut Pauwels *et al* (2015) inkubator hanya sebagai

pendukung hidup *startup* dan menjaganya agar tetap di dalam sebuah inkubator dan mengisi ruang inkubasi, hal ini menjadi landasan mengapa para pendiri *startup* lebih memilih untuk mendirikan startup secara mandiri. Maka dari itu saya melakukan penelitian untuk mengetahui karakteristik *startup* yang diadopsi dan layanan dari inkubator bisnis di Indonesia dengan judul **“Karakteristik *Startup* dan Peran Inkubator Bisnis di Indonesia”**

1.3 Perumusan Masalah

Pertumbuhan bisnis *startup* di Indonesia cukup pesat yaitu dengan jumlah 992 *startup* sesuai dengan tujuan dari gerakan 1000 *startup* yang didukung oleh presiden. Maka dari itu perlu untuk mengetahui dan memahami karakteristik *startup* yang ada di Indonesia apakah merupakan *startup* yang berdiri sendiri atau merupakan alumni dari inkubator bisnis.

Inkubator bisnis di Indonesia sudah cukup banyak bermunculan namun apakah dengan adanya inkubator bisnis yang bermunculan tersebut telah memberikan pelayanan yang ideal dan dapat melahirkan *startup-startup* baru. Penelitian mengenai karakteristik dan pelayanan dari inkubator bisnis ini nantinya dapat digunakan pemerintah sebagai landasan untuk menentukan suatu perencanaan agar dapat mengembangkan atau menumbuhkan *startup* sehingga target 1000 *startup* tersebut tercapai.

1.4 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan penjabaran latar belakang tersebut, maka permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Model *startup* seperti apa yang mendominasi bisnis di Indonesia?
2. Apa saja jenis kepemilikan *startup* terkait dengan model *startup* yang diadopsi di Indonesia?
3. Darimana asal *startup* terkait model *startup* yang diadopsi di Indonesia?
4. Bagaimana pelayanan inkubator yang diberikan kepada *startup* di Indonesia?

1.5 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui

1. Model *startup* seperti apa yang mendominasi bisnis di Indonesia.
2. Jenis kepemilikan *startup* terkait dengan model *startup* yang diadopsi di Indonesia.
3. Asal *startup* terkait model *startup* yang diadopsi di Indonesia.
4. Pelayanan dari inkubator yang diberikan kepada *startup* di Indonesia.

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara langsung maupun tidak langsung kepada pihak-pihak yang berkepentingan, dalam hal ini dapat dilihat dari dua aspek berikut ini:

1.6.1 Aspek Teoritis

a. Ilmu pengetahuan

Penelitian ini diharapkan dapat memperluas wawasan dan memberikan sumbangan informasi bagi para ilmuwan ekonomi dan manajemen sehingga dapat memperkaya dan mengembangkan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang strategi bisnis digital.

b. Penelitian selanjutnya

Penelitian ini dapat dijadikan rujukan bagi peneliti lain terkait dengan pengukuran model *startup* yang mendominasi bisnis di Indonesia dan bagaimana peran inkubasi bisnis.

1.6.2 Aspek Praktis

a. Perguruan tinggi

Penelitian ini diharapkan mampu memotivasi perguruan tinggi untuk menciptakan serta mengembangkan potensi mahasiswa dalam penciptaan bisnis berbasis digital.

b. Pemerintah

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi sebuah kajian strategis bagi pemerintah untuk memberikan kemudahan legalitas dan pelayanan akses internet yang baik untuk proses bisnis berbasis digital.

c. Masyarakat

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi bahan masukan ataupun pertimbangan masyarakat yang ingin mendirikan sebuah perusahaan *startup* di Indonesia.

1.7 Sistematika Penulisan Tesis

a. BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan penjelasan secara umum, ringkas dan padat yang menggambarkan dengan tepat isi penelitian. Isi bab ini meliputi: Gambaran Umum Objek Penelitian, Latar Belakang Penelitian, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, dan Sistematika Penulisan Tugas Akhir.

b. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini akan menjelaskan teori-teori terkait penelitian yang sedang dilakukan dan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan topik, masalah, variabel penelitian dan dilanjutkan dengan kerangka pemikiran penelitian yang diakhiri dengan hipotesis untuk mendukung penelitian ini.

c. BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan pendekatan, metode dan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis data yang dapat menjawab atau menjelaskan masalah penelitian, meliputi uraian tentang: Jenis Penelitian, Operasionalisasi Variabel, Populasi dan Sampel, Pengujian Data serta Teknik Analisis Data.

d. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan dijelaskan bagaimana hasil yang telah diperoleh dari penelitian serta menjabarkan dan membahas secara terperinci mengenai model *startup* yang diadopsi di Indonesia dan bagaimana peran inkubator bisnis dilihat dari segi pelayanan yang ideal.

e. BAB V KESIMPULAN

Pada bab ini penulis akan menyajikan penafsiran dari hasil penelitian yang dibuat dalam bentuk kesimpulan penelitian serta dapat dijadikan sebagai saran untuk *startup-startup* dalam mengembangkan bisnis ke arah yang baik dan tidak salah langkah dalam menentukan model *startup* serta kepemilikannya, dan juga untuk perusahaan inkubator bisnis agar mengetahui apakah layanan yang mereka berikan sudah ideal atau belum.