

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan pada Incubator Indigo Creative Nation, lebih tepatnya kepada pengelola program-program dari Indigo Creative Nation.

1.1.1. Profil Perusahaan

Indigo Creative Nation

Indigo Creative Nation adalah suatu program yang di inisiasi oleh PT Telkom Indonesia untuk mendorong tumbuhnya startup dengan melakukan *nurturing creativity* atau mengembangkan kreativitas mereka, kemudian melakukan inkubasi untuk mempersiapkan para startup siap tumbuh besar. Tidak hanya itu para startup juga akan mendapatkan pendanaan.

Peranan Indigo Creative Nation untuk memacu dan memberikan dorongan kepada *startup* pemula hingga mampu berkembang. Dalam pembinaan digital talent (*startup*) dan akselerasi, *startup* nantinya diharapkan akan terbentuk ekosistem *digitalpreneur* di Indonesia. Caranya dengan melalui fasilitas kreatif digital, pendanaan dan akses pasar, guna mempercepat industri kreatif digital Indonesia.

Indigo Creative Nation yang biasa disebut Indigo berdiri pada tahun 2012. Sampai dengan saat ini Indigo Creative Nation telah membina 100(seratus) lebih *startup* dan kurang lebih 20(dua puluh) persen sudah mendapat pendanaan lebih lanjut. Pembinaannya sendiri Indigo memulai dengan program dasar setelah itu ada proses bertahap. Setelah itu program pembinaan ini juga akan menentukan apakah nanti akan menjadi *startup* atau menjadi *digital development*, itu bisa diatur ditahap *nurturing*.

1.1.2. Logo Perusahaan

Indigo Creative Nation memiliki Logo yang tetap. Logo tersebut dapat dilihat pada Gambar 1.1.



Gambar 1.1 Logo Indigo Creative Nation

Sumber: www.Indigo.id

1.1.3. Visi Misi Perusahaan

Indigo akan memberikan bimbingan baik dari segi teknis dan bisnis dalam pengembangan solusi berbasis konten dan aplikasi yang dapat bermanfaat baik bagi masyarakat maupun industri. Pendampingan teknis akan diberikan dalam bentuk pembelajaran maupun asistensi dalam melakukan pengembangan aplikasi, sosialisasi terhadap trend yang berkembang, melakukan pengujian aplikasi dan lain-lain. Bimbingan bisnis akan diberikan dalam bentuk pembelajaran bisnis seperti analisa peluang pasar, pembuatan business model, asistensi cara menjual dan lain-lain. yang memiliki misi untuk mendorong pertumbuhan industri kreatif digital di Indonesia

1.2. Latar Belakang Penelitian

Kewirausahaan dan pertumbuhan ekonomi memiliki hubungan yang erat, karena dengan adanya peningkatan jumlah wirausaha akan berpengaruh terhadap peningkatan pertumbuhan suatu negara (Schumpeter, 1911). Sejalan dengan itu, Raab et al. (2005) mengemukakan bahwa rendahnya intensitas kegiatan kewirausahaan di suatu negara merupakan faktor utama yang bertanggungjawab terhadap perkembangan ekonomi yang rendah. Oleh sebab itu pada era serba teknologi berkembang pesat saat ini, terobosan kewirausahaan dijadikan sebagai salah pendorong ekonomi yang penting dalam suatu negara (Muhammad, Akbar, & Dalziel; 2011: 433). Di China, Tse (2016, April 5) dalam artikelnya menyebutkan bahwa Perdana Menteri China Li Keqiang menjadikan kewirausahaan sebagai salah satu agenda utama dalam strategi perekonomian nasional China. Terbukti dengan saat ini China merupakan salah satu negara penguasa perekonomian dunia.

Oleh karena itu maka kewirausahaan sebagai aspek penting dalam pemikiran ekonomi modern, sering digambarkan sebagai yang memfasilitasi inovasi dan kemakmuran nasional (Audretsch dan Keilbach, 2005). Akibatnya dalam beberapa tahun terakhir kewirausahaan telah naik terus menuju agenda politik di semua negara-negara maju (North et al., 2001). Di banyak negara kewirausahaan dipandang sebagai agen revitalisasi untuk mengatasi masalah pengangguran, katalis potensial dan inkubator kemajuan teknologi, produk, dan inovasi pasar, sehingga eksistensinya perlu diperluas, terutama di negara-negara sedang berkembang (Ali et al., 2011).

Menurut presiden Republik Indonesia Joko Widodo, hampir disetiap negara maju, standarnya itu memiliki penduduk berwirausaha sekitar 14 persen, sementara di Indonesia angkanya masih 3,1 persen, artinya perlu percepatan peningkatan kualitas dan kuantitas wirausahawan (*President Republik of Indonesia*, 2018).

Berikut merupakan tabel rasio jumlah perbandingan wirausaha dengan jumlah penduduk di beberapa negara Asia termasuk didalamnya Indonesia, dapat dilihat dalam tabel 1.1 berikut.

Tabel 1.1 Rasio Perbandingan Jumlah Wirausaha dengan Jumlah Penduduk

NO	Negara	Rasio
1	Indonesia	3,1 %
2	Malaysia	5 %
3	Singapura	7 %
4	China	10 %
5	Jepang	11 %

Sumber: BPS 2017

Data dari tabel menunjukan bahwa rasio perbandingan jumlah wirausaha dengan jumlah penduduk suatu negara di kawasan Asia, Indonesia merupakan negara dengan jumlah penduduk yang sangat banyak tetapi berbanding terbalik dengan jumlah wirausahanya yaitu sebesar 3,1 % artinya memang percepatan peningkatan kualitas dan kuantitas wirausahawan perlu dilakukan di Indonesia, karena negara tetangga seperti Malaysia dan Singapura dengan penduduk lebih sedikit dari Indonesia rasionya sudah diatas Indonesia dengan angka 5% sampai dengan 7%, lebih jauh lagi jika dibandingkan dengan negara maju di Asia seperti China dan Jepang, rasio perbandingan dengan jumlah penduduk dari kedua negara maju tersebut sudahlah besar yaitu mencapai angka 10% dan 11% dimana angka tersebut sudah mendekati target dari Presiden Republik Indonesia yang menginginkan rasio perbandingan jumlah tenaga kerja dengan jumlah penduduk Indonesia bisa mencapai angka 14%, sehingga ketika Indonesia sudah mencapai angka tersebut maka akan termasuk kedalam jajaran negara maju di kawasan Asia. (<https://www.cnnindonesia.com>, 2018)

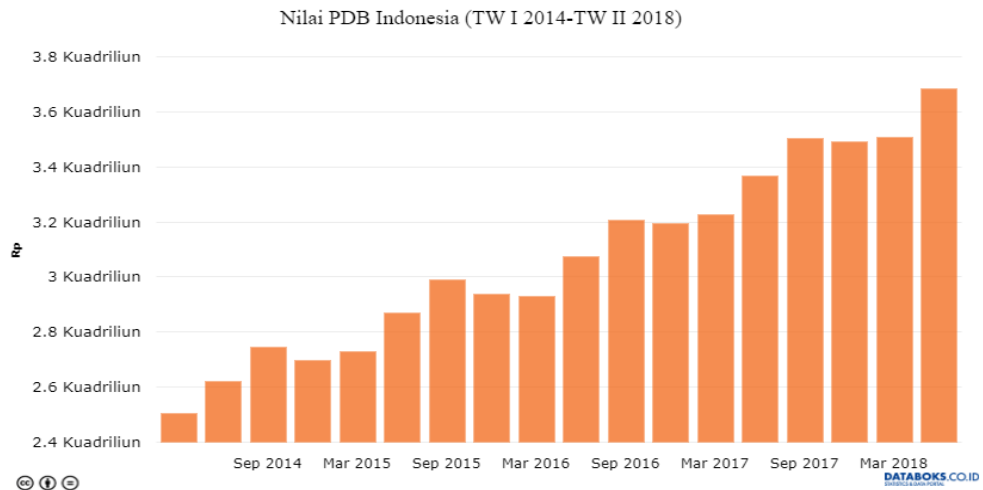
Dengan jumlah wirausaha yang masih kalah dibandingkan negara Asia lainnya karena masih di angka 3,1 % ,dengan kata lain jumlah wirausaha yang ada tersebut masih memberikan sumbangsih besar terhadap negara dengan melalui jumlah serapan tenaga kerja, dapat dilihat dalam tabel 1.2 berikut.

Tabel 1.2 Presentase Sektor Serapan Tenaga Kerja di Indonesia

No	Sektor	Presentase
1	Pertanian, Kehutanan dan Perikanan	30,46 %
2	Perdagangan	18,53 %
3	Industri Pengolahan	14,11 %

Sumber : Data BPS 2018

Data dari tabel menunjukkan bahwa serapan tenaga kerja di Indonesia masih dipengaruhi oleh 3 sektor yang memiliki sumbangsih kuat terhadap angka serapan tenaga kerja, dimana sektor Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan memberikan sumbangsih 30,46 % terhadap jumlah serapan tenaga kerja, artinya masyarakat Indonesia masih banyak yang bekerja di 3 bidang sektor tersebut, selanjutnya sektor Perdagangan memberikan sumbangsih terhadap serapan tenaga kerja negara sebesar 18,53 %, karena berdasarkan tabel 1.1 jumlah wirausaha di Indonesia masih diangka 3,1% sehingga masih dikategorika sedikit dibandingkan negara lain, artinya dengan angka yang masih sedikit sektor wirausaha justru berarada di peringkat 2 sebagai sektor yang memberikan sumbangsih terhadap lapangan kerja di Indonesia, dengan kata lain semakin meningkatnya jumlah wirausaha di Indonesia maka semakin besar juga sumbangsih terhadap lapangan kerja di Indonesia, bahkan jika presentase jumlah tenaga kerja mencapai angka 14% sesuai dengan cita-cita Presiden Republik Indonesia dikemudian hari, maka sektor wirausaha ini tidak menutup kemungkinan menjadi sektor yang paling tinggi sumbangsihnya dalam memberikan lapangan pekerjaan di Indonesia. Selanjutnya Industri pengolahan juga termasuk dari 3 sektor yang meberikan sumbangsih terhadap angka serapan tenaga kerja di Indonesia yaitu dengan presentase sebesar 14,1, oleh karena itu ke 3 sektor tersebut juga tentunya akan berpengaruh terhadap perkembangan perekonomian di Indonesia karena semakin banyaknya lapangan pekerjaan di Indonesia maka akan mempengaruhi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) negara, dapat dilihat dalam data gambar 1.2 berikut.



Gambar 1.2 Nilai PDB Indonesia Tahun 2014-2018

Sumber : databoks.co.id

Data dari gambar menunjukkan bahwa menurut data BPS Perekonomian Indonesia yang diukur berdasarkan besaran Produk Domestik Bruto (PDB) atas dasar harga berlaku triwulan II 2018 mencapai Rp 3.683,9 triliun, tumbuh 9,43% dari triwulan yang sama tahun sebelumnya dan juga tumbuh 5,05% dibanding triwulan sebelumnya. Sehingga secara akumulasi, sepanjang semester pertama PDB nasional mencapai Rp 7,19 triliun. Sementara jika diukur atas dasar harga konstan 2010, PDB Indonesia pada triwulan kedua tahun ini mencapai Rp 2.603,7 triliun, tumbuh 5,27% dari triwulan yang sama tahun lalu dan juga meningkat 4,21% dari bulan sebelumnya. Adapun penyumbang terbesar perekonomian nasional adalah lapangan industri pengolahan dengan nilai PDB mencapai Rp 730,7 triliun atau sebesar 19,83% dari PDB. Lalu diikuti sektor pertanian dengan PDB mencapai Rp 502,15 triliun atau 13,63% serta perdagangan besar dan eceran Rp 477,72 triliun atau 12,97% . Sementara besaran PDB triwulan II 2018 menurut pengeluaran atas dasar harga berlaku terbesar disumbang dari pengeluaran konsumsi rumah tangga, yakni mencapai Rp 2.042,1 triliun atau sekitar 55% dari total PDB. Kemudian diikuti pembentukan modal tetap bruto dengan nilai Rp 1.147,4 triliun. Sedangkan pengeluaran pemerintah hanya mencapai Rp 313,1 triliun. (Badan Pusat Statistik,2018).

Kenyataannya menjadi *entrepreneur* menyenangkan namun tidaklah mudah. Hampir setiap hari kita harus berpikir kreatif, membuat keputusan dan lain sebagainya. Adapun beberapa kendala yang pasti akan dihadapi seorang *entrepreneur* mulai dari permasalahan manajemen sampai dengan masalah permodalan. Seorang *entrepreneur* harus mampu untuk mengatur keuangannya dengan tertib, baik keuangan bisnis maupun keuangan pribadi. Statistik mengatakan bahwa lebih dari 50% bisnis, akan tumbang di tahun pertama. Hal tersebut terjadi karena *entrepreneur* tidak memiliki kendali atas kondisi keuangan mereka. Kendala lainnya yakni tidak memiliki tempat usaha, harga sewa tempat yang semakin mahal kerap menjadi kendala usaha. Beberapa *entrepreneur* memanfaatkan dunia maya untuk berbisnis namun, tidak semua orang dapat mengoperasikan teknologi tersebut masih banyak yang tidak mengerti bagaimana cara yang baik dan benar memanfaatkan internet untuk keperluan bisnis. Kendala lainnya yaitu *networking* dan kesulitan menghadapi karyawan maupun *customer*. (<https://www.wartaekonomi.co.id>, 2018)

Dikutip dari Zimerrer (2005) beberapa potensi yang menjadikan seseorang mundur dari berwirausaha yaitu karena pendapatan yang tidak menentu artinya pada masa *startup* atau pertumbuhan tidak ada yang dapat memastikan pendapatan yang tetap artinya sewaktu-waktu bisa rugi ataupun untung, kerugian akibat hilangnya modal investasi, perlu kerja keras dan waktu yang lama, kualitas kehidupan yang tetap rendah meskipun usahanya berjalan dengan baik.

Sebagai upaya untuk meningkatkan jumlah usaha yang mapan, Pemerintah Indonesia di semua tingkatan pusat dan daerah dalam kurun hampir sepuluh tahun terakhir ini telah memberikan perhatian dan alokasi anggaran yang cukup besar untuk menciptakan lebih banyak wirausaha, karena besarnya peran yang dimainkan oleh wirausaha di dalam mengatasi berbagai problematik pembangunan ekonomi nasional seperti masalah pengentasan kemiskinan, tingginya jumlah pengangguran, rendahnya daya beli, sulitnya penciptaan lapangan usaha dan lapangan kerja, serta peningkatan pertumbuhan ekonomi. Pada akhirnya, Pendidikan kewirausahaan telah muncul sebagai cara yang paling hemat biaya dan paling cepat untuk

meningkatkan kualitas dan kuantitas wirausahawan untuk bisa siap memasuki dunia ekonomi yang semakin pesat (Matlay, 2005a, 2005b; Pittway dan Cope, 2007a).

Kebijakan pemerintah yang berpihak pada pengembangan budaya kewirausahaan sudah dimulai sejak tahun 1995 dan terus berkembang hingga kini. Di awal kebijakan tersebut Presiden RI saat itu menginstruksikan kepada seluruh masyarakat dan bangsa Indonesia untuk mengembangkan program-program kewirausahaan. Sejak saat itu gerakan pendidikan kewirausahaan mulai diprogramkan oleh berbagai organisasi, baik organisasi bidang pendidikan dasar, menengah dan pendidikan tinggi, serta organisasi pemerintah dan swasta. Melalui gerakan ini diharapkan budaya kewirausahaan dapat menjadi bagian etos kerja masyarakat dan bangsa Indonesia, yang pada akhirnya dapat dilahirkan wirausaha-wirausaha baru yang terdidik.

Pendidikan kewirausahaan di perguruan tinggi telah difasilitasi oleh Dikti sejak tahun 1997 dengan adanya program pengembangan kewirausahaan di perguruan tinggi yang menawarkan berbagai kegiatan yaitu Kuliah Kewirausahaan (KWU), Magang Kewirausahaan (MKU), Kuliah Kerja Usaha (KKU), Konsultasi Bisnis dan Penempatan Kerja (KBPK), dan Inkubator Wirausaha Baru (INWUB). Dalam perkembangannya Dikti menawarkan program yang dikemas sebagai program kreativitas mahasiswa (PKM) yang memfasilitasi mahasiswa untuk berkreasi dalam berbagai bidang meliputi bidang penelitian, pengabdian kepada masyarakat, penerapan teknologi, artikel ilmiah, gagasan tertulis, karsa cipta, dan kewirausahaan. Tahun 2009, pemerintah melalui perguruan tinggi juga telah mencanangkan program pembelajaran kewirausahaan bagi mahasiswa yang dikenal dengan Program Mahasiswa Wirausaha (PMW) dan Program Kreatifitas Mahasiswa Kewirausahaan (PKMK). Tujuan program ini adalah agar para lulusan perguruan tinggi tidak hanya sebagai *job seeker* tetapi juga menjadi *job creator*. Konsep pembelajaran kewirausahaan bagi mahasiswa muncul ketika ada wacana program bantuan dalam bentuk PMW dan PKMK ini, mahasiswa dilatih menjadi wirausaha dengan dana hibah Dirjen Dikti yang besarnya berkisar antara Rp. 4–25

juta per kelompok. Kemudian, karena sesuatu hal, program PMW dihentikan dan hanya ada program PKMK saja.

Dalam operasionalisasinya inkubator bisnis juga memiliki permasalahan yang dihadapi, mulai dari rendahnya jumlah tenant yang berhasil lulus dan berbagai masalah lain, seperti (1) Masih lemahnya kemampuan dan ketrampilan bisnis yang dimiliki tenant, (2) Pembinaan dilakukan secara *outwall* (diluargedung), padahal idealnya dilakukan *secarainwall* (dalam satu gedung), (3) Fasilitas terbatas / teknologi masih sederhana, (4) Kurangnya komitmen dan dukungan semua pihak (inkubator, tenant, dunia usaha dll), (5) Dana operasional masih sangat terbatas, (6) Masih sangat sedikit tenant yang berhasil lulus dengan baik menurut Panggabean dalam (Boy Andrian, 2015).

Keberadaan inkubator diharapkan dapat menjadi jawaban beberapa permasalahan startup atau tenant seperti kegagalan berbisnis karena tidak terdapatnya pasar potensial yang artinya wirausaha belum bisa melihat kebutuhan pasar, kurangnya kemampuan manajerial (*managerial skills*) dimana inkubator bisnis dapat memberikan pelatihan dan pengembangan yang bersifat terapan, kerja sama antar lembaga yang masih kurang yang artinya wirausaha dapat bekerja sama demi menciptakan solusi imbal balik (*win-win solution*), pembentukan unit bisnis dalam hal mengarahkan dan membimbing, pengembangan *startup* tersebut. (Agustina, 2011)

Menurut Panggabean (2005), permasalahan-permasalahan yang umumnya ditemui pada pengelola inkubator perguruan tinggi terdiri dari permasalahan inkubator dalam menginkubasi tenant diantaranya yaitu belum memiliki sarana atau prasarana yang mendukung, manajer belum dapat bekerja *fulltime*, lembaga yang menangani inkubator belum otonomi, teknologi masih pada tingkat sederhana, belum memiliki jaringan yang luas dalam hal pemasaran, pembinaan masih ada yang dilakukan secara *out wall*, administrasi seperti kontrak masih belum dibuat secara tertulis, dana operasional masih sangat terbatas, belum menjadi komitmen bagi semua pihak.

Penulis belum melihat adanya penelitian spesifik yang menyoroti peran dari Indigo Creative Nation dalam menginkubasi startup, mulai dari fase seleksi, fase inkubasi, dan fase setelah inkubasi. Sebagai upaya untuk meningkatkan jumlah usaha yang mapan, Pemerintah Indonesia di semua tingkatan pusat dan daerah dalam kurun hampir sepuluh tahun terakhir ini telah memberikan perhatian dan alokasi anggaran yang cukup besar untuk menciptakan lebih banyak wirausaha, karena besarnya peran yang dimainkan oleh wirausaha di dalam mengatasi berbagai problematik pembangunan ekonomi nasional seperti masalah pengentasan kemiskinan, tingginya jumlah pengangguran, rendahnya daya beli, sulitnya penciptaan lapangan usaha dan lapangan kerja, serta peningkatan pertumbuhan ekonomi. Hal ini menjadi perhatian penulis untuk mencari tahu bagaimana proses *pre, main, post incubation* di Indigo Creative Nation dalam menciptakan startup yang kompeten.

1.3. Perumusan Masalah

Indigo Creative Nation merupakan program inkubator dan akselerator yang diprakarsai oleh Telkom, Indigo membuka pendaftaran bagi para *startup* yang ingin mengikuti program mereka setiap 6 bulan. Setiap *startup* yang masih berupa ide, maupun yang sudah berupa produk maupun bisnis yang mempunyai banyak pengguna, bisa mendaftar untuk bergabung dengan program Indigo.

Setiap *startup* yang bergabung dengan Indigo akan menjalani masa inkubasi selama tujuh bulan, serta mendapat fasilitas seperti pendampingan bisnis dan teknis dari Telkom. Mereka juga akan diizinkan untuk menggunakan tempat yang disediakan Telkom untuk bekerja, seperti di Jakarta Digital Valley, Bandung Digital Valley, dan Jogja Digital Valley.

Ery Punta Hendraswara, Deputy EGM Coherence & Innovation Mgt TELKOM menyampaikan “Terkait pendanaan startup Indigo, mulai tahun 2012 formatnya berubah yaitu dengan memberlakukan kurikulum dan metodologi lean startup untuk memonitor bagaimana penggunaan dana bantuan tersebut tepat sasaran atau tidak,” dan Ternyata, setelah dievaluasi, tahun 2013 Telkom menyadari bahwa susah sekali mencari startup yang sesuai kriteria. “Dari 900

startup yang mendaftar program indigo, hanya sekitar 15 saja yang lolos seleksi. (beritasatu.com, 2016). Sedangkan menurut Herry Fahrur Rizal, *Deputy Head of Digital Startup & Community Engagement* yang ditulis website (viva.co.id) sejak tahun 2013, program Indigo Creative Nation juga telah menginkubasi 111 startup. Dari angka tersebut, sekitar 37 startup telah menghasilkan secara komersial dan 16 startup diantaranya telah mendapatkan pendanaan tambahan dari para Investor dalam dan luar negeri. Tetapi startup lainnya masih memiliki kendala. dapat dilihat bahwa dari 111 startup hanya terdapat 37 startup yang dapat menghasilkan yang artinya hanya 33,3% startup yang dapat berkesinambungan.

Berdasarkan fenomena tersebut, belum adanya penelitian spesifik yang pernah dilakukan di Indigo Creative Nation, mengenai identifikasi peranan inkubator bisnis untuk menciptakan inovasi. Oleh karena itu penelitian ini akan melakukan identifikasi terhadap peranan Indigo untuk menciptakan startup yang unggul dan berkesinambungan. Sehingga dapat dijadikan sebagai salah satu bahan evaluasi terhadap program inkubator bisnis yang diselenggarakan oleh Indigo Creative Nation. Hasil penelitian ini juga dapat membantu untuk mewujudkan target Indigo yaitu komitmen Indigo membawa startup ke pasar internasional dan menjadi Inkubator bisnis yang unggul.

1.4. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan fakta dilapangan dari para pengelola inkubator bisnis dan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, peneliti mengangkat beberapa pertanyaan yang akan menjadi dasar serta batasan penelitian yang akan dilakukan peneliti. Pertanyaan tersebut diantaranya adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana proses seleksi yang dilakukan pada program Indigo Creative Nation?
2. Bagaimana proses inkubasi yang dilakukan pada program Indigo Creative Nation (*Main Incubation*)?
3. Bagaimana program yang diberikan oleh Indigo Creative Nation terhadap *tenant* yang telah menyelesaikan program inkubasi (*Post Incubation*)?

1.5. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian identifikasi masalah yang dikemukakan pada perumusan masalah dan juga pertanyaan penelitian yang diajukan, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui, menganalisis, dan mengidentifikasi proses tahapan dan seleksi yang dilakukan pada program Indigo Creative Nation.
2. Untuk mengetahui, menganalisis, dan mengidentifikasi proses inkubasi yang dilakukan pada program Indigo Creative Nation (Main Incubation).
3. Untuk mengetahui, menganalisis, dan mengidentifikasi program yang diberikan oleh Indigo Creative Nation terhadap tenant yang telah menyelesaikan program inkubasi (Post Incubation).

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 2 (dua) aspek berikut:

1.6.1. Aspek Teoritis

- a. Melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap inkubator perguruan tinggi negeri dalam menentukan prioritas variabel peranan inkubator bisnis yang akan dikembangkan.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan gambaran penelitian selanjutnya dalam meneliti inkubator lainnya.
- c. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran faktor apa saja yang mempengaruhi kesuksesan inkubator bisnis.

1.6.2. Aspek Praktis

- a. Inkubator Bisnis

Inkubator Bisnis, khususnya Indigo Creative Nation, Penelitian ini diharapkan dapat membantu Indigo Creative Nation dalam menginkubasi

tenant. Hal tersebut dengan mengevaluasi efektifitas dan efisiensi peran dari inkubator bisnis.

b. Pemerintah

Dengan adanya penelitian mengenai peran inkubator maka diharapkan dapat berdampak pada penetapan peranan yang ada sebagai standar untuk pengelola inkubator.

1.7. Ruang Lingkup Penelitian

Dalam penelitian ini diperlukan batasan-batasan penelitian yang bertujuan untuk menjaga konsistensi tujuan dari penelitian, sehingga masalah yang dihadapi tidak meluas dan pembahasan lebih terarah. Batasan-batasan tersebut diantaranya:

1. Peneliti memfokuskan penelitian hanya pada inkubator bisnis Indigo Creative Nation. Hal ini dimaksudkan agar peneliti dapat fokus dalam satu objek penelitian, sehingga data yang diperoleh valid, spesifik, mendalam dan memudahkan peneliti untuk menganalisis data yang diperoleh.
2. Peneliti memfokuskan penelitian pada peranan yang dilakukan oleh Indigo Creative Nation.

1.8. Lokasi dan Objek Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah pengelola aktif pada program Indigo Creative Nation yang diprakarsai oleh Telkom Indonesia. Terletak di Bandung Digital Valley berada di Jalan Gegerkalong Hilir nomor 47, Kelurahan Sukarasa, Kecamatan Sukasari, Kota Bandung, Jawa Barat.

1.9. Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Bab I Pendahuluan

Pada bab ini diuraikan tentang gambaran umum objek penelitian, latar belakang penelitian, perumusan masalah, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab II Tinjauan Pustaka

Pada bab ini diuraikan mengenai kajian pustaka dari penelitian-penelitian terdahulu sehingga dapat menemukan kesenjangan penelitian dan menentukan posisi penelitiannya. Dalam bab ini juga membahas proses pembentukan kerangka pemikiran dari penelitian ini.

Bab III Metodologi Penelitian

Pada bab ini diuraikan mengenai jenis penelitian, operasional variabel, tahapan penelitian, situasi sosial, pengumpulan data beserta sumber data, validitas dan reliabilitas, serta teknik analisis data.

Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan

Pada bab ini diuraikan mengenai karakteristik responden dan hasil penelitian. Data tersebut dianalisis dalam pembahasan hasil penelitian.

Bab V Kesimpulan dan Saran

Pada bab ini diuraikan kesimpulan dari hasil penelitian dan usulan saran dalam aspek akademis dan praktis.