

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Profil Perusahaan

Awal berdirinya Inkubator Cubic pada November 2014 yang didirikan oleh Faris Sundara Putra (CEO), Krisnanta Y.P (CTO), Febriyan (COO) dan Wahyu Eko (CFO), terletak di jalan Naripan No.53 Kota Bandung, Jawa Barat. Cubic Incubator atau dikenal dengan sebutan Inkubator Cubic merupakan perusahaan swasta yang bergerak dalam pembinaan *startup* khususnya bidang ICT. Faris Sundara Putra selaku CEO Cubic Inc mengatakan Inkubator Cubic diciptakan karena melihat peluang dunia *startup* Indonesia pada masa ini sedang mengalami pertumbuhan yang meningkat dan tujuannya untuk membangun inkubator *startup* lokal karena kegiatannya bersentuhan dengan bisnis digital. Inkubator Cubic memiliki logo perusahaan dapat dilihat pada gambar 1.1 sebagai berikut.



Gambar 1.1 Logo Inkubator Cubic

Sumber: Cubic.id (2019)

Cubic berpengalaman lebih dari 5 tahun dalam menjalankan Inkubator dan sudah menjadi anggota AIBI (Asosiasi Inkubator Bisnis Indonesia) serta calon anggota ABI-Net (ASEAN Business Incubator Network). Program yang ditawarkan adalah : *Incubator Consultation*, Cubic menawarkan kepada para *startup* kerjasama untuk pembuatan inkubator di perusahaan, peran Inkubator penting bagi *startup* yang sedang melakukan pengembangan produk digital (R&D).

Incubation Program Consulting and organize, yang mana Cubic menawarkan kerjasama dalam menjalankan program pembinaan baik pada *Startup* dan UMKM. Cubic berpengalaman bekerjasama dengan Pemkot Cimahi serta Inkubator Enhaiipreneur dalam program pembinaan *Startup*.

Dengan konsep “*Business Highway*” yang mana perusahaan Inkubator Cubic (Cubic Inc.) membentuk ekosistem bisnis yang menjadi jembatan bagi *Startup* untuk berkembang dan bekerjasama dengan investor, pemerintah, swasta, media, dan komunitas serta potensial klien dengan memiliki slogan “Komitmen kami untuk membangun ekosistem bisnis industri 4.0 dalam menghadapi persaingan Global” (cubic.id, 2019). Nilai yang dijual dalam Inkubator Cubic yaitu ada tiga nilai antara lain: *work*, lingkungan kerja produktif untuk meningkatkan potensi untuk berkarya, *socialize* yaitu kolaborasi dan *networking* berbagai *stakeholder*, dan yang terakhir *grow* yang memiliki arti bisnis yang solutif terhadap permasalahan didukung oleh teknologi inovatif yang akan meningkatkan pertumbuhan ekonomi. Kantor Inkubator Cubic berlokasi di jalan Naripan nomor.53 Inkubator Cubic mempunyai empat program dan dua *service* yang mereka berikan kepada *startup* binaannya, antara lain:

1. *Startup incubation program*, satu tahun program inkubator dengan kesempatan pendanaan sampan Rp 350.000.000/ Perusahaan.
2. *Workshop Activities*, perdalaman ilmu melalui *Cubic’s class* dan *Cubic’s Startup Talk*.
3. *Investor Network*, berkesempatan *networking* dan *business matching* Bersama *investor*.
4. *Creative workspace*, mendapatkan ekosistem kerja nyaman di *coworking space* (Workspace.53).
5. *Event Consulting*, dapat merencanakan *event* dengan Cubic sebagai *event organizer*nya dan dapat berkonsultasikan konsep acara, target audien, pembicara dan fasilitator.
6. *Research Labs*, berfokus dalam penelitian para *startup*.

Selain dari program dan layanan, Cubic juga memberikan tiga nilai bagi *startup* binaannya yaitu, *Work* dengan arti lingkungan kerja yang produktif demi meningkatkan potensi. *Socialize*, kolaborasi dan jaringan dengan berbagai pemangku kepentingan. *Growth* yaitu solusi terhadap permasalahan bisnis dengan inovasi untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi. Cubic memiliki coworking space yang beralamat di Jalan Nariipan No.53 Bandung. Workspace53 memiliki fasilitas yang cukup lengkap seperti ruang *meeting*, *virtual office*, meja kerja untuk tim ataupun untuk individual, ruang kantor, serta dapat digunakan untuk menyelenggarakan *public event*. Untuk info lebih lengkap bisa mengunjungi Workspace53.com.

1.1.2 Visi dan Misi

Inkubator Cubic dalam menjalankan dan mengembangkan bisnisnya memiliki visi dan misi sebagai berikut (cubic.id, 2019):

Visi

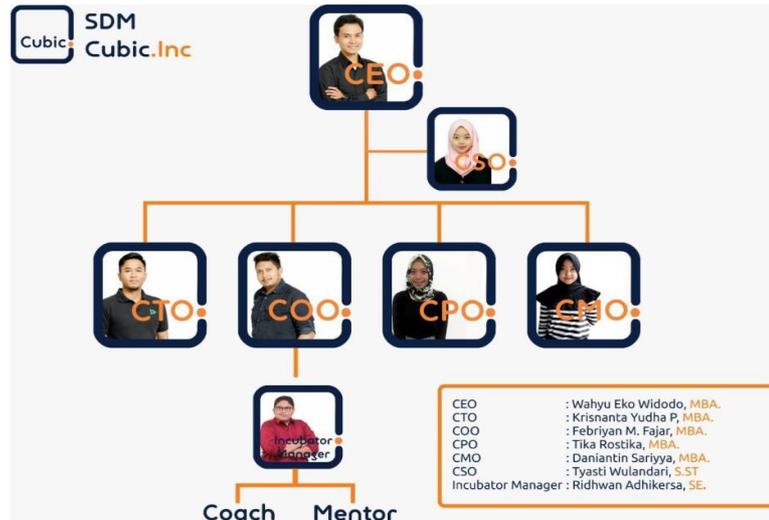
Menjadi Inkubator bisnis *ICT* terbaik di Indonesia.

Misi

1. Menyelenggarakan program inkubator dengan “*Metode Lean Startup*” yang fokus pada solusi dan inovasi berkelanjutan.
2. Menyediakan dan mengelola fasilitas fisik lingkungan kreatif dan produktif kerja bagi *entrepreneur* yang menghubungkan dengan *stakeholders* bisnis di Indonesia (akademi, bisnis, komunitas, pemerintah dan media).
3. Mengelola pendanaan dan modal pertumbuhan yang menguntungkan investor dan *startup*.
4. Membangun sinergi program dengan pemerintah, perusahaan, pendidik, media, dan komunitas.

1.1.3 Struktur Inkubator Cubic

Struktur organisasi pada Inkubator Cubic (Cubic Inc.) yang mana terdiri dari CEO, CTO, COO, CPO, CSO, CMO, dan *Incubator Manager* dapat dilihat pada gambar 1.2 di bawah ini.



Gambar 1.2 Struktur Inkubator Cubic

Sumber: Data Inkubator Cubic (2019)

CEO (Chief Executive Officer) merupakan jabatan tertinggi pada perusahaan Inkubator Cubic (Cubic Inc) ini. Tugas dari CEO pada Incubator Cubic adalah mengembangkan kualitas strategi bisnis yang baik serta membuat beberapa perencanaan untuk mengembangkan bisnis yang sedang dijalankan (Cubic Inc.). Setelah melakukan perencanaan yang sudah disusun tugas selanjutnya memberikan arahan kepada para *manager* yang bersangkutan untuk melakukan kegiatan sesuai dengan perencanaan CEO.

CTO (Chief Technology Officer) memiliki tugas untuk mengembangkan serta memperbaiki sistem informasi pada perusahaan, contohnya seperti, mengembangkan website Inkubator Cubic (Cubic Inc.) dengan menambahkan fitur-fitur menarik didalam website tersebut. CTO juga memiliki perencanaan untuk melakukan inovasi terhadap perkembangan teknologi-teknologi perusahaan.

COO (*Chief Operation Officer*) memiliki tugas untuk merancang dan melakukan implementasi terhadap operasional bisnis perusahaan Inkubator Cubic (Cubic Inc.) dan COO berkewajiban untuk melaporkan segala tugasnya kepada CEO. Harapan dari COO tentunya adalah untuk keberlangsungan perusahaan dan juga pertumbuhan bisnis perusahaan Inkubator Cubic.

CSO (*Customers Service Officer*) memiliki tugas untuk melayani para customers Inkubator Cubic (Cubic Inc.) apabila ada keluhan ataupun pertanyaan menyangkut perusahaan. Tugas lain dari CSO sebagai divisi yang mengurus segala administrasi antara Inkubator Cubic dan pihak lainnya seperti tenant, dan *partner*. CMO (*Chief Marketing Officer*) memiliki tugas sebagai pengawas operasional marketing pada Inkubator Cubic (Cubic Inc.).

Incubator Manager pada Inkubator Cubic bertugas untuk membuat kurikulum-kurikulum untuk kegiatan inkubator bisnis *startup* selama periode satu tahun. Kemudian selain itu *Incubator Manager* juga bertugas untuk mengatur kegiatan rutin inkubasi seperti “*Startup Class*” dan “*Startup Talk*” yang mana kedua ini merupakan kegiatan rutin dalam sebulan sekali yang bertujuan agar memberikan edukasi dan pengetahuan kepada *startup* yang sedang inkubasi.

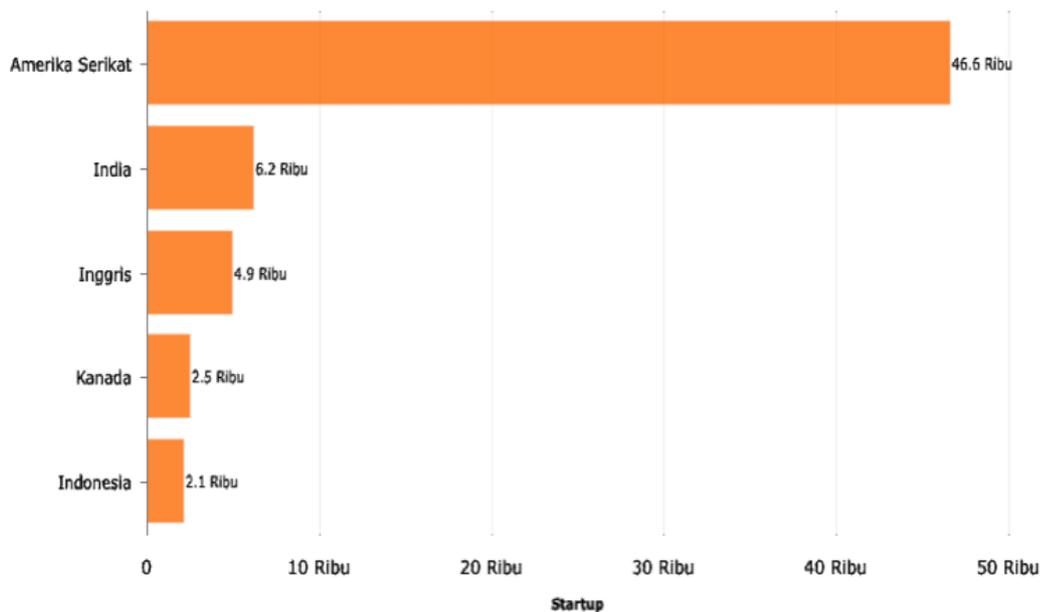
1.2 Latar Belakang

Perkembangan teknologi merupakan suatu hal yang tidak dapat dihindari oleh setiap pihak. Akibatnya berdampak hampir terhadap seluruh aspek kegiatan sehari-sehari, termasuk kegiatan dari pagi hari hingga malam hari. Tidak hanya terhadap kegiatan sehari-hari, dampaknya juga mengakibatkan terjadinya perubahan bisnis yang sudah dialami seperti munculnya banyak bisnis digital yang melibatkan teknologi untuk setiap prosesnya. Perkembangan ini juga berdampak terhadap perkonomian suatu negara, dimana apabila tidak dapat menyeimbangi atau mengikuti perkembangan tersebut maka negara tersebut akan tertinggal dibandingkan negara-negara lain yang sudah mengadopsi teknologi tersebut terlebih dahulu. Seperti yang disampaikan oleh Mochtar Riady pada Indonesia *Digital Conference* 2019, menyatakan bahwa mengikuti perkembangan teknologi merupakan kunci menuju kemajuan dan perubahan di sebuah negara maupun perusahaan. Bila tak mengikuti perubahan teknologi, maka sebuah negara maupun perusahaan-perusahaan akan tertinggal dan tergusur oleh perubahan zaman (nasional.kontan.co.id).

Oleh karenanya pada era sekarang ini, salah satu yang dapat dilakukan untuk memajukan perekonomian suatu negara adalah melalui pengadopsian teknologi untuk setiap proses operasional bisnis yang akan dilakukan. Sebagai salah satu bentuk bisnis yang melibatkan teknologi adalah *financial technology*. Menurut *Financial Stability Board* (FSB), Fintech adalah suatu bentuk inovasi finansial

berbasis teknologi yang dapat dapat menghasilkan model bisnis, aplikasi, proses atau produk baru dengan efek material terkait pada pasar keuangan, institusi, dan penyedia layanan keuangan. Salah satu cara yang bisa dilakukan untuk memajukan perekonomian di Indonesia yaitu dengan cara meningkatkan jumlah bisnis *startup*. Bisnis *startup* secara global tidak terlepas dari tempat yang sering di juluki dengan Silicon Valley.

Silicon Valley merupakan julukan untuk wilayah sekitar San Fransisco, AS dan sebuah nama yang dijadikan sebagai rujukan *startup* di seluruh dunia termasuk juga Indonesia (Kurnia, 2016). Kawasan Silicon Valley berkembang sebagai pusat perusahaan teknologi dunia karena banyak dijadikan tempat penelitian yang dilakukan oleh para pelajar dari Stanford University. Ekosistem *startup* di Silicon Valley begitu mendukung perkembangan setiap *startup* untuk mencapai kesuksesan, sudah banyak sekali Sillicon Valley melahirkan *startup* yang kini menjadi enterprise dunia, seperti *Google, Facebook, Microsoft, YouTube* dan lain sebagainya (Ibid). Pada saat ini Indonesia termasuk lima besar sebagai negara penghasil *startup* terbanyak di dunia. Untuk lebih jelasnya ditunjukkan oleh gambar berikut ini.



Gambar 1.3 Top 5 Negara Penghasil *Startup* Terbanyak di Dunia

Sumber: Databoks (2019)

Berdasarkan data yang diperoleh dari gambar diatas menunjukkan bahwa negara dengan *startup* terbanyak adalah Amerika Serikat dengan jumlah *startup* mencapai 46.600, yang kedua negara dengan *startup* terbanyak adalah India yang mencapai 6.181 *startup*, kemudian diikuti Inggris sebanyak 4.909 *startup*, lalu Kanada sebanyak 2.489 *startup* dan yang terakhir negara dengan *startup* terbanyak adalah Indonesia, yang mana Indonesia mencapai 2.074 *startup*. (databoks, 2019).

Pada saat ini perkembangan *startup* yang terjadi di Indonesia berkembang sangat pesat pada lima tahun belakangan ini, hal ini dapat terlihat dari *startup* di Indonesia yang telah mendapatkan pengakuan dari dunia, bahkan beberapa diantara bisnis *startup* di Indonesia sudah meningkat menjadi perusahaan rintisan yang memiliki kapitalisasi diatas USD 1 miliar yang disebut dengan *Unicorn* seperti perusahaan Go-Jek. Pertumbuhan bisnis *startup* di Indonesia selama beberapa tahun belakangan ini sangat berkaitan dengan inovasi dan teknologi internet, hal tersebut menjadi tunjangan baru untuk meningkatkan ekonomi suatu negara. Berdasarkan *Managing Patner East Ventures* Wilson Cuaca menyatakan bahwa Indonesia kini punya julukan baru, yakni sebagai negara penghasil *startup* unicorn dunia dengan lima *startup unicorn* yaitu, Gojek, Tokopedia, Bukalapak, OVO dan Traveloka (cnbcindonesia.com)

Menurut (Anggeraeni, 2019) kehadiran *startup* seperti Grab, Traveloka, Go-Jek, BukaLapak, Tokopedia, Shopee dan lain-lain di era serba teknologi ini akan menjadikan Indonesia sebagai negara terbesar dengan lebih dari 2000 *startup*, hal ini menjadikan Indonesia berada diperingkat kelima terbesar didunia. Karena kemajuan *startup* buatan Indonesia yang penuh dengan inovatif.

Pada saat ini perusahaan *startup* sering menggunakan konsep bakar uang (*Burn Money*) yang diartikan sebagai kegiatan menghabiskan uang banyak dengan menggunakan startegi untuk menarik minat konsumen, mendapatkan informasi data serta proses pengembangan bisnis. Dalam menjalankan kondisi bakar uang (*Burn Money*) yang dialami sebuah perusahaan bisnis *startup* memang tidak dapat dipastikan perusahaan tersebut akan berhasil atau gagal.

jika *startup* tidak mendapatkan dana investasi yang mana akan mengakibatkan kehabisan uang yang sering disebut dengan *CB Insight* sebagai faktor terbesar bangkrutnya *startup* (Wulandari, 2016). Meskipun banyak para perusahaan bisnis *startup* yang telah menjadi *Unicorn* ada pula perusahaan bisnis *startup* yang justru gagal berkembang hingga mencapai di titik kebangkrutannya(Wulandari, 2016).

Menurut Wisono (2019) dari 1.500 hingga 1.700 *startup* yang berada di Indonesia, hanya 1% saja yang memiliki tingkat keberhasilan dalam menjalankan bisnis *startuptnya*, 99% nya lagi terbilang gagal dalam mengembangkan bisnis *startup* tersebut hal itu masih relatif kecil. Kegagalan itu kebanyakan *startup* di Indonesia tidak menghadirkan solusi yang benar-benar baru atau inovatif dalam menjawab kebutuhan masyarakat. Contohnya seperti Lojek, Tripy di Pontianak, Bloon di Bengkulu, dan M-Jek di Mataram yang Indonesia sudah memiliki *Platform ride haiding* sebesar Gojek hal itu sama dengan bunuh diri (Ibid).

Salah satu kasus kegagalan yang dihadapi oleh perusahaan *startup* Alikolo yang merupakan sebuah situs *e-commerce* yang diciptakan Danny Taniwan berasal dari kota Medan. Kegagalan tersebut dilatarbelakangi oleh beberapa faktor, antara lain kurangnya pengalaman dan menyerahkan mayoritas saham pada angel investor yang bahkan tidak lebih berpengalaman dari dirinya (Oetomo, 2017). Kasus kedua oleh perusahaan *startup* FoodPanda, FoodPanda merupakan layanan pengantaran makanan yang berdiri pada tahun 2012, kegagalannya dikarenakan tidak mampu bersaing dalam menghadapi kompetitor seperti Go-Jek dan Grab, dan menutup layanannya pada tahun 2016. (Bhaskara, 2016)

Menurut (Damar, 2016) setidaknya ada lima hal yang membuat sebuah *startup* berada di ambang kehancuran pertama, performa atau kinerja Co - Fonder tidak maksimal melanjutkan ide yang buruk, tidak memperhatikan data yang berasal dari konsumen, jumlah rencana yang tidak sebanding dengan jumlah uang dan yang terakhir *founder* tidak meminta bantuan dari investor sejak awal.

Perlunya peranan dari pihak luar untuk membantu masalah yang dihadapi oleh para *startup*, agar dapat meningkatkan daya saing dan daya tahan dalam menghadapi permasalahan yang akan datang.

Bisnis *startup* harus menjadi perusahaan profesional dengan pengelola yang memiliki kemampuan kewirausahaan yang dapat dikembangkan antara lain salah satunya dukungan dari pemerintah yaitu melalui inkubator bisnis. Inkubator bisnis sebagai salah satu institusi lembaga pemerintah yang berperan untuk pembinaan dan penetas para wirausahawan baru (Gunadi, 2018).

Inkubator bisnis di Indonesia sedang menjadi pusat perhatian masyarakat Indonesia, mulai dari pelaku bisnis, sampai pada level kementerian dan Lembaga Pemerintah NonKementrian (LPNK). Hal ini dapat dipahami bahwa ditengah persoalan yang dihadapi oleh para *startup* di Indonesia, inkubator menjadi alternatif solusi pengembangan inkubator bisnis merupakan salah satu program alternatif yang dianggap berperan besar dalam pengembangan wirausaha baru. Inkubator bisnis merupakan salah satu model penumbuhan unit usaha baru, yaitu memberikan pelatihan dan pembinaan UKM binaan/calon wirausaha agar dapat menguasai semua aspek bisnis, dibekali dengan sarana dan modal kerja, serta didampingi secara intensif (Hasbullah et al., 2014).

Asosiasi Inkubator Bisnis Indonesia (AIBI) mengakui Pertumbuhan Lembaga inkubasi selama 5 tahun terakhir maju cukup pesat, baik dari sisi jumlah maupun kualitas. Dari sisi jumlah inkubator bisnis teknologi saat ini mencapai 150 lembaga, padahal 5 tahun lalu jumlahnya sangat minim. Dari sisi kualitas, inkubator bisnis kini sudah mampu melahirkan banyak pengusaha pemula berbasis teknologi di berbagai bidang (DIKTI, 2019). Tercatat, baru 48 perguruan tinggi negeri dan 32 perguruan tinggi swasta yang memiliki lembaga inkubasi bisnis. Padahal Indonesia memiliki 4.600 perguruan tinggi, dan 3.300 diantaranya dibawah koordinasi Kemenristekdikti. Hal ini masih sangat minim mengingat perguruan tinggi adalah gudangnya riset (Ibid).

Inkubator bisnis di Indonesia sedang menjadi pusat perhatian masyarakat Indonesia, mulai dari pelaku bisnis, sampai pada level kementerian dan Lembaga Pemerintah NonKementrian (LPNK). Pengembangan inkubator bisnis merupakan salah satu program alternatif yang dianggap berperan besar dalam pengembangan wirausaha baru. Inkubator bisnis merupakan salah satu model penumbuhan unit usaha baru, yaitu memberikan pelatihan dan pembinaan UKM binaan/calon wirausaha agar dapat menguasai semua aspek bisnis, dibekali dengan sarana dan modal kerja, serta didampingi secara intensif (Hasbullah et al., 2014).

Sebuah penelitian yang dilakukan oleh Hasbullah (2015) menjelaskan bahwa inkubator bisnis perguruan tinggi telah berperan dalam peningkatan kinerja UKM Pangan, dimana UKM tersebut terdapat peningkatan omzet, peningkatan jumlah tenaga kerja, peningkatan jumlah legalitas usaha, peningkatan akses ke sumber modal dalam satu tahun. Berdasarkan penelitian tersebut Hasbullah (2015) menarik kesimpulan bahwa inkubator bisnis perguruan tinggi masih perlu meningkatkan kinerjanya dengan berbagai cara diantaranya memperbaiki aspek manajemen inkubator, menambah tenaga pengelola dan pendamping yang berdedikasi, serta perlu bergabung dengan asosiasi inkubator bisnis maupun asosiasi lainnya untuk membangun kemitraan usaha tenant.

Dalam operasionalisasinya inkubator bisnis juga masih memiliki hal yang belum optimal dalam pelaksanaan program Inkubatornya antara lain, (1) kondisi perekonomian nasional yang masih memprioritaskan pemeliharaan stabilitas ekonomi daripada mendorong pertumbuhan industri; (2) belum adanya kebijakan yang mengatur secara khusus mengenai Inkubator Bisnis, termasuk bagaimana model pendampingan yang ideal, mapan, dan efektif dalam menginkubasi UMKM binaannya; (3) kurangnya pemahaman mengenai arti pentingnya peran Inkubator Bisnis dalam menciptakan lapangan kerja baru dan pertumbuhan dunia usaha; (4) Sumber dana yang terbatas dan bersifat jangka pendek; (5) belum memiliki SDM yang profesional dalam mengelola Inkubator Bisnis; (6) terbatasnya fasilitas fisik (sarana dan prasarana) dalam pelaksanaan fungsi inkubator (BI, 2006).

1.3 Perumusan Masalah

Dari data Winoso (2019) dari 1.500 hingga 1.700 *startup* yang berada di Indonesia, hanya 1% saja yang memiliki tingkat keberhasilan dalam menjalankan bisnis *startup*nya, 99% nya lagi terbilang gagal dalam mengembangkan bisnisnya. dengan tingginya pertumbuhan *startup* di Indonesia akan tetapi *startup* memiliki permasalahan yaitu tingkat keberhasilan yang sangat kecil dibandingkan dengan tingkat kegagalan yang sangat besar dengan persetase yang sangat jauh. peranan pemerintah.

Dengan dibangunnya lembaga inkubator bisnis dalam menciptakan wirausaha baru serta dapat meningkatkan daya saing bangsa dalam pertumbuhan ekonomi yang mana saat ini inkubator tidak hanya dari pemerintah tetapi universitas, swasta dan lain-lain ikut berkontribusi dalam peranan inkubator tersebut. perlunya peranan dari luar seperti Inkubator Bisnis untuk membantu *startup* dalam masalah yang sedang mereka hadapi. Sebagai contoh inkubator yang memiliki strategi bisnis yaitu Inkubator Cubic, yang dilakukan oleh Inkubator Cubic adalah mengembangkan ekosistem bisnis yang Inkubator Cubic punya.

Pada saat sekarang ini Inkubator Cubic telah mempunyai anak perusahaan yang bernama Workspace 53 yang mana perusahaan ini bergerak pada bidang jasa yaitu lebih tepatnya *working space*. Workspace 53 juga merupakan sumber pendapat bagi Inkubator Cubic. Adapun startegi bisnis lainnya adalah menambah serta menjalin selalu hubungan yang baik dengan para *partnership* Inkubator Cubic dalam mencapai tujuan bisnis antara kedua belah pihak.

Startegi bisnis yang terakhir dari Inkubator Cubic adalah dengan melahirkan para *startup* baru dengan melakukan pelatihan-pelatihan kepada *startup* agar bisa melakukan pengembangan bisnis mereka. Sehingga dengan harapan nantinya semakin banyak para *startup* yang sukses ketika di inkubasi oleh Cubic maka mitra ataupun partner akan lebih percaya dengan jasa yang ditawarkan oleh Inkubator Cubic (Widodo, 2019). Namun wawancara yang telah peneliti lakukan kepada narasumber di Inkubator Cubic, narasumber tersebut menjelaskan masih ada kendala-kendala yang mereka hadapi tidak semua program inkubasi berjalan dengan lancar, dan juga para *startup* pada saat masa inkubasi maupun setelah masa inkubasi *startup-startup* binaan Inkubator Cubic masih ada beberapa *startup* yang usahanya tidak meningkat atau tidak berkembang seperti *startup* Cloid yang berdiri pada tahun 2019, *startup* Cowi yang berdiri pada tahun 2019, *startup* Inaventory yang berdiri pada tahun 2019 dan *startup* Talkabot yang berdiri pada tahun 2019. Oleh karenanya peneliti memutuskan untuk mengambil objek Inkubator Cubic dengan melakukan penelitian dengan judul “PENGARUH PROGRAM INKUBATOR BISNIS TERHADAP KINERJA *STARTUP* (STUDI KASUS PADA INKUBATOR CUBIC)” untuk melihat pengaruh sebuah program inkubator terhadap kinerja sebuah *startup*

1.4 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan dari perumusan masalah yang telah dipaparkan diatas, maka pertanyaan dalam penelitian skripsi ini dapat dilihat sebagai berikut:

1. Apakah program inkubasi berpengaruh secara positif terhadap kinerja startup dari binaan Inkubator Cubic?
2. Apakah *Infrastructure and Facilities* berpengaruh secara positif terhadap kinerja *startup* dari binaan Inkubator Cubic?
3. Apakah *Financial Support Services* berpengaruh secara positif terhadap kinerja *startup* dari binaan Inkubator Cubic?
4. Apakah *Network and Connectivity* berpengaruh secara positif terhadap kinerja *startup* dari binaan Inkubator Cubic?
5. Apakah *Busniess Management Advice* berpengaruh secara positif terhadap kinerja *startup* dari binaan Inkubator Cubic?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari pertanyaan penelitian yang telah dipaparkan diatas, maka tujuan dalam penelitian skripsi ini dapat dilihat sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah program inkubasi berpengaruh secara positif terhadap kinerja *startup* di Inkubator Cubic
2. Untuk mengetahui apakah *Infrastructure and Facilities* berpengaruh secara positif terhadap kinerja *startup* dari binaan Inkubator Cubic
3. Untuk mengetahui apakah *Financial Support Services* berpengaruh secara positif terhadap kinerja *startup* dari binaan Inkubator Cubic
4. Untuk mengetahui apakah *Network and Connectivity* berpengaruh secara positif terhadap kinerja *startup* dari binaan Inkubator Cubic
5. Untuk mengetahui apakah *Business Management Advice* berpengaruh secara positif terhadap kinerja *startup* dari binaan Inkubator Cubic

1.6 Manfaat Penelitian

Seperti karya ilmiah dan penelitian lainnya, seluruh hasil yang didapatkan digarapkan dapat memberikan manfaat bagi seluruh pihak yang memiliki kepentingan dan hubungan dengan objek penelitian sebagaimana:

Dari segi aspek Praktis penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengalaman langsung tentang program inkubator bisnis dan pengaruhnya terhadap kinerja startup dan bagi Inkubator Cubic, diharapkan dapat dijadikan bahan evaluasi dan serta mampu menjadi dasar bagi Inkubator Cubic untuk meningkatkan program inkubator seperti *Infrastructure and Facilities, Financial Support Services, Network and Connectivity*, dan *Business Management Advice*.

Dari segi aspek Akademis, penelitian ini diharapkan dapat menerapkan teori-teori dan mengembangkan ilmu pengetahuan yang diajarkan oleh Dosen Telkom University selama mengikuti perkuliahan, memberikan informasi mengenai seputar pengaruhnya program inkubator bisnis terhadap kinerja *startup*, memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan dibidang ilmu ekonomi pembangunan pada umumnya dan peran inkubator bisnis dalam kinerja *startup*, dan memberikan informasi bagi mahasiswa dan mahasiswi yang sedang mencari informasi mengenai pengaruhnya inkubator bisnis terhadap keberhasilan *startup* serta sebagai Tugas Akhir pada Pendidikan S1 di program studi Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika, Telkom University.

1.7 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa Batasan yang terujuan untuk mencegah permasalahan meluas dan menjaga konsistensi dari tujuan penelitian ini. Batasan-batasan tersebut adalah sebagai berikut:

1. Program inkubator bisnis yang digunakan adalah program di Inkubator Cubic dan kinerja *startup* yang dinilai adalah binaan dari Inkubator Cubic tersebut
2. Periode pengamatan pengaruh program inkubator bisnis Cubic terhadap kinerja *startup* adalah Agustus 2019- Juli 2020
3. *Startup* yang dijadikan responden adalah *startup* binaan Inkubator Cubic yang berada di Kota Bandung.

1.8 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan disusun untuk memberikan gambaran umum tentang penelitian dan hasil penelitian yang dilakukan. Berikut ini adalah penulisannya:

BAB I PENDAHULUAN

BAB I membahas mengenai objek penelitian, latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian serta kegunaan penelitian bagi peneliti dan objek penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

BAB II membahas tentang teori-teori yang berkaitan dengan penelitian, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, hipotesis penelitian, serta ruang lingkup penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

BAB III menegaskan pendekatan, metode, dan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis data yang dapat menjawab atau menjelaskan masalah penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

BAB IV menjelaskan mengenai pembahasan “Pengaruh Program Inkubator Terhadap Kinerja *Startup* (Studi Kasus Pada Inkubator Cubic)”. Hasil dari pengumpulan data, proses pengelolaan data, dan hasil pengelolaan data yang diperlukan untuk menyelesaikan masalah penelitian cara pengolahan data secara analisis data yang telah melalui proses pengelolaan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

BAB V menyajikan kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti dan menyajikan saran berdasarkan penelitian.