

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1. *Startup*

Startup dapat diartikan sebagai sebuah perusahaan rintisan yang belum lama beroperasi. Di Indonesia sendiri keberadaan *startup* sudah sangat tidak asing bagi masyarakat, bahkan hingga kegiatan keseharian pun secara tidak sadar kita semua sudah sering menggunakan produk-produk teknologi yang diciptakan oleh *startup* dalam membantu pekerjaan yang mungkin bisa disebut kendala yang sering dialami oleh masyarakat pada umumnya.

Ries (2011) menyebutkan bahwa *startup* merupakan sebuah institusi yang dibuat untuk menciptakan produk, layanan yang inovatif di dalam kondisi ketidakpastian. *Startup* untuk saat ini secara umum dapat diartikan sebagai sebuah perusahaan rintisan yang belum lama beroperasi.

Startup bisa dikatakan sukses jika memenuhi aktivitas yang terkait dengan membangun institusi seperti mempekerjakan karyawan yang kreatif dapat mengkoordinir hingga menciptakan budaya perusahaan yang membuahkan hasil. Faktanya *startup* sendiri bukan hanya soal produk, teknologi atau bahkan inovasi, nyatanya sebuah *startup* lebih besar dari pada itu (Ries, 2011).

Inovasi yang digunakan dalam sebuah *startup* sangat beragam, dimulai dari penemuan ilmiah yang baru, penggunaan kembali teknologi yang tersedia untuk pengguna baru, menciptakan nilai baru yang sebelumnya tersembunyi, atau bahkan hanya membawakan produk atau inovasi layanan ke lingkungan baru atau sekumpulan pelanggan baru yang sebelumnya belum pernah mendapatkan pelayanan tersebut, dengan pernyataan tersebut bisa dikatakan bahwa inovasi adalah bagian terpenting dalam kesuksesan sebuah *startup* (Ries, 2011).

1.1.1.1 CreateIt



Gambar 1.1 Logo CreateIt

Sumber: createit.id (2020).

CreateIt merupakan sebuah platform penyedia jasa pembelajaran online, yang berdiri pada tahun 2020 didirikan oleh seorang mahasiswa Telkom University bernama Rea Qinthara Dikatio. CreateIt menyediakan tempat belajar skill seputaran Industri Kreatif dari mulai digital marketing hingga membuat asset NFT dan Metaverse (createit.id, 2020).

1.1.1.2 Magic Order



Gambar 1.2 Logo MagicOrder

Sumber: magicorder.id (2019).

Magic Order merupakan sebuah Plugin WordPress yang dikhususkan untuk memaksimalkan Caldera Form. Magic Order di desain berdasarkan kebiasaan orang Indonesia berbelanja, sehingga sangat cocok diterapkan dan dapat meningkatkan konversi penjualan. Magic Order hadir beresalkan dari permasalahan yang terjadi pada masyarakat, menurutnya sebanyak 69% pembeli online meninggalkan keranjang belanja mereka ditengah jalan sebelum menyelesaikan pembelian, dari 69% tersebut sebanyak 37% konsumen meninggalkan keranjang belanja karena merasa wajib membuat akun dan sisanya sebanyak 32% konsumen tidak menyelesaikan proses checkout karena frustrasi dengan proses yang panjang.

Sehingga untuk menyelesaikan permasalahan tersebut, hadirilah Magic Order. Magic Order telah berdiri sejak tahun 2019, dan didirikan oleh Ridwan sebagai pemilik Magic Order (magicorder.id, 2019).

1.1.1.3 YukCetak



Gambar 1.3 Logo YukCetak

Sumber: yukcetak.com (2017).

YukCetak merupakan usaha yang bergerak di bidang percetakan. Produk yang dibuat oleh YukCetak ialah pembuatan ID Card, member card, kartu anggota/KTA, kartu pelajar, kartu pasien, kartu magnetic, kartu emboss, kartu transparan, ID card holder/case dengan hasil yang cepat, berkualitas, murah dan bergaransi. YukCetak sudah berdiri sejak tahun 2017, dan didirikan oleh Lutfi Nurdianchah (yukcetak.com, 2017).

1.1.2. Bandung Techno Park



Gambar 1.4 Logo Bandung Techno Park

Sumber: btp.or.id (2021).

Bandung Techno Park adalah *Science and Technology Park* yang berada di bawah naungan Universitas Telkom dan merupakan bagian dari Yayasan Pendidikan Telkom sebagai wadah untuk riset, inovasi, dan inkubasi bisnis industri

digital dengan memberikan pendampingan, *coaching*, *mentoring*, seminar dan *workshop* untuk para *startup* di bawah binaan Bandung Techno Park.

Bandung Techno Park diciptakan atas kerjasama antara Institut Teknologi Telkom dengan Kementrian Perindustrian Republik Indonesia dalam rangka pengembangan ekonomi Indonesia melalui pertumbuhan ekonomi di Kawasan Bandung Selatan, selain dari itu pendirian Bandung Techno Park sendiri merupakan perwujudan atas harapan dari civitas akademik IT Telkom yang ingin mengembangkan *Technopark* sebagai jembatan antara Institusi pendidikan di bidang ICT (*Information and Communication Technology*) dengan dunia Industri.

Pada awal tahun 2007, Institut Teknologi Telkom sudah dipercaya oleh Kementrian Perindustrian RI untuk mengembangkan kegiatan UPT Telematika dalam rangka menumbuhkan dan membina Industri Kecil Menengah (IKM) di bidang ICT. Sejak 2007 hingga saat ini, Institut Teknologi Telkom di *supply* sejumlah perangkat modern yang di fasilitasi oleh Departemen Perindustrian, dan untuk kegiatan UPT Telematika nya sendiri didukung oleh Desperindag Jabar. Kegiatan yang dilakukan oleh UPT Telematika sendiri yaitu mencakup pelatihan bidang ICT dalam rangka membina Industri Kecil Menengah (IKM), dengan tujuan untuk mengangkat Industri Nasional. Selanjutnya di tahun 2009 Institut Teknologi Telkom dipercaya untuk mengembangkan Pusat Disain Telekomunikasi (PDT) oleh Kementrian Perindustrian RI. Seiring berjalannya waktu Pusat Disain Telekomunikasi (PDT) diresmikan langsung oleh Menteri Perindustrian RI pada tanggal 12 Januari 2010 dan sekaligus juga di hari yang sama akan dilakukan peletakan batu pertama Kawasan Bandung Techno Park di lingkungan Kampus Institut Teknologi Telkom.

Dari kedua Lembaga tersebut merupakan cikal bakal dari *Technopark* dengan nama Bandung Techno Park yang diresmikan oleh Mentri Perindustrian pada tanggal 19 Januari 2010. Bandung Techno Park memiliki tujuan untuk menghasilkan produk inovasi berkelanjutan yang berbasis teknologi untuk kemudian melahirkan perusahaan-perusahaan *startup* di bidang teknologi lalu mengkomersialisasikan produk-produk hasil riset yang sudah diciptakan oleh para *startup* sehingga nantinya dari produk yang dikomersialisasikan akan berdampak

pada perekonomian khususnya di wilayah Bandung Selatan. Untuk peran Bandung Techno Park sendiri berfokus untuk membantu para *startup* melaksanakan *research & business development* secara berkelanjutan, membantu para *startup* melakukan pengembangan di bidang teknologi dan menarik industri/bisnis untuk masuk ke dalam inkubator bisnis atau Kawasan *Techno Park*. Dan pada tahun 2009 sebelumnya Kementerian Diknas sudah mempercayakan Bandung Techno Park sebagai pengembangan Inkubator Bisnis.

Sejak dideklarasikan berdirinya Bandung Techno Park pada tahun 2010, saat itu beberapa *startup* telah tumbuh, produk inovasi pun telah komersial dan relasi kerjasama dengan industri telah terbentuk.

1.1.3. Visi dan Misi Bandung Techno Park

Bandung Techno Park sendiri memiliki visi “*Become an excellent science and technology park in Indonesia in 2023 in order to develop innovation and entrepreneurship using technology, science, and information technology-based art to improve the economy growth*” dan untuk misi Bandung Techno Park yaitu terdiri dari:

1. Menciptakan sinergitas antara pendidikan, bisnis, pemerintah serta komunitas di dalam pengembangan inovasi, kewirausahaan dan enterprise berbasis teknologi.
2. Mengembangkan wirausaha baru berbasis teknologi dari kalangan mahasiswa, alumni dan masyarakat.
3. Menyediakan fasilitas dan layanan mengenai pendidikan dan solusi yang berbasis teknologi bagi masyarakat.
4. Memfasilitasi pengembangan inovasi dan komersialisasi dari hasil penelitian.
5. Memberikan pelayanan perizinan industri, hak paten, dan teknologi untuk meningkatkan daya saing industri yang berbasis inovasi.

1.1.4. Tujuan Bandung Techno Park

Bandung Techno Park memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Produk Inovasi
Menghasilkan produk inovasi berkelanjutan yang berbasis teknologi.

2. Melahirkan *Startup*

Melahirkan perusahaan-perusahaan *startup* di bidang teknologi.

3. Komersialisasi Hasil Riset

Mengkomersialisasikan produk-produk hasil riset sehingga berdampak ekonomi.

1.1.5. Peran Bandung Techno Park

Bandung Techno Park memiliki peran sebagai berikut:

1. R&BD Berkelanjutan

Melaksanakan *Research & Business Development* secara berkelanjutan.

2. Pengembangan *Startup*

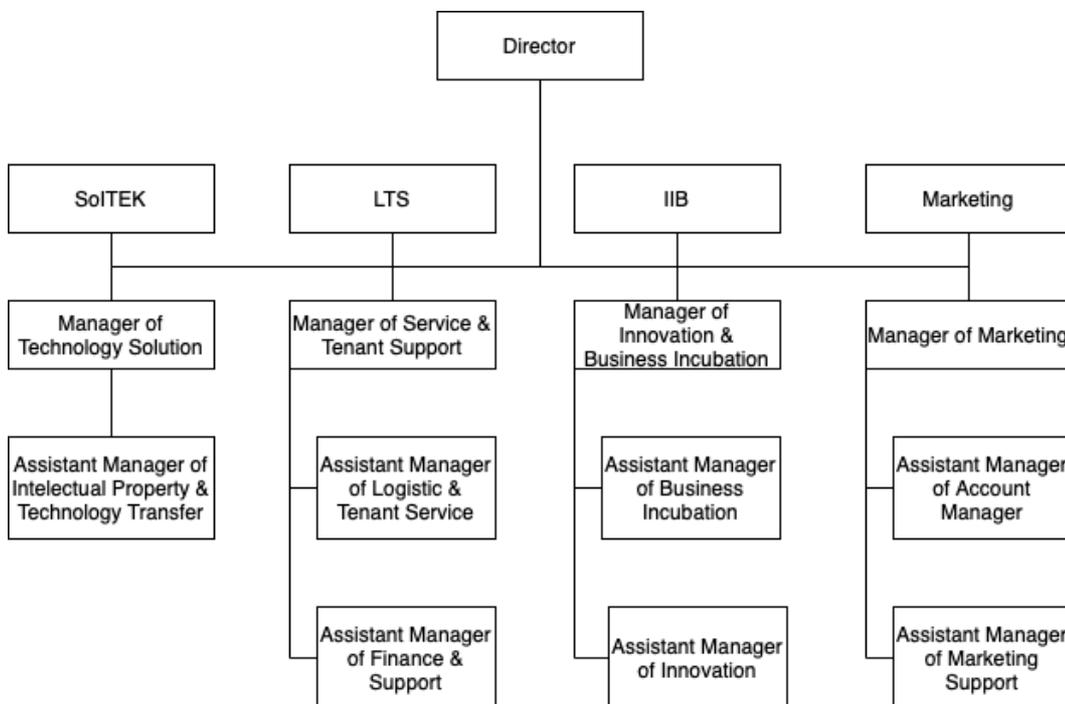
Mengembangkan *startup-startup* di bidang teknologi.

3. Menarik Industri ke Kawasan

Menarik industri/bisnis ke dalam Kawasan *Techno Park*.

1.1.6. Struktur Organisasi Bandung Techno Park

Bandung Techno Park memiliki struktur organisasi sebagai berikut:

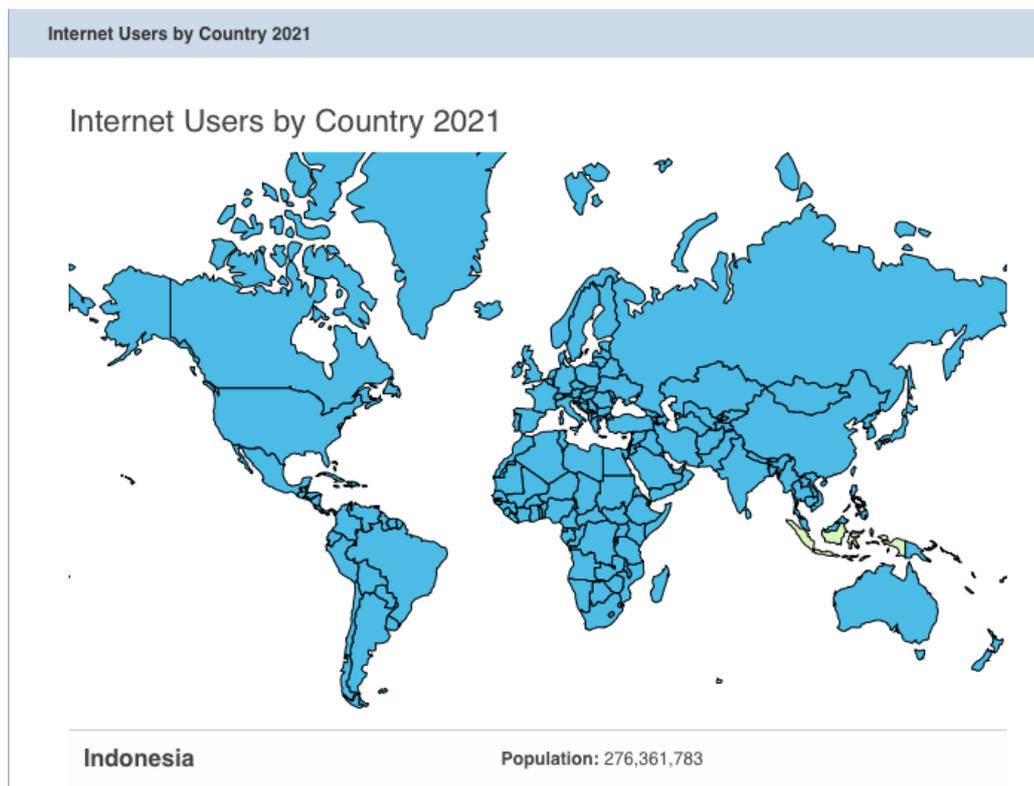


Gambar 1.5 Struktur Organisasi Bandung Techno Park

Sumber: btp.or.id (2021).

1.2 Latar Belakang Penelitian

Survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menunjukkan bahwa pengguna internet di Indonesia meningkat secara signifikan setiap tahunnya. Tercatat bahwa jumlah pengguna internet di Indonesia bertambah menjadi 196,7 juta per kuartal II 2020 hal tersebut mengalami kenaikan 8,95 dibandingkan dengan tahun 2018 (Setyowati, 2020). Jika dilihat dari data terupdate gambar 1.3 bahwa pada tahun 2021 Indonesia mencapai 276,3 juta pengguna internet (Review, 2021).



Gambar 1.6 Internet Users by Country

Sumber: worldpopulationreview.com (2021).

Jumlah pengguna internet yang dimiliki Indonesia saat ini cukup tinggi, Indonesia memasuki peringkat 5 besar populasi pengguna internet terbesar di dunia. Jelasnya dapat dilihat pada gambar 1.4 terlihat bahwa posisi Indonesia berada pada baris ke 4 untuk populasi pengguna Internet dengan jumlah terbanyak (Review, 2021).

Internet Users by Country 2021	
Country	2021 Population
China	1,444,216,107
India	1,393,409,038
United States	332,915,073
Indonesia	276,361,783
Pakistan	225,199,937
Brazil	213,993,437
Nigeria	211,400,708
Bangladesh	166,303,498
Russia	145,912,025
Mexico	130,262,216
Japan	126,050,804
Ethiopia	117,876,227
Philippines	111,046,913
Egypt	104,258,327
Vietnam	98,168,833
DR Congo	92,377,993

Gambar 1.7 Ranking Internet Users by Country

Sumber: worldpopulationreview.com (2021).

Hasil statistik di atas menjadi bukti bahwa peningkatan pengguna internet mengalami kenaikan secara terus menerus setiap tahunnya. Hal tersebut muncul seiring dengan meningkatnya kebutuhan informasi masyarakat yang mengakibatkan perubahan gaya hidup masyarakat menjadi gaya hidup digital dengan selalu menggunakan akses data internet. Facebook dan Bain and Company telah memperkirakan kenaikan jumlah konsumen digital di Indonesia dari 119 juta tahun lalu hingga menjadi 137 juta di tahun 2020. Jumlah persentasenya pun meningkat dari 58% menjadi 68% terhadap total populasi (Setyowati, 2020).

Meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap penggunaan internet memunculkan persaingan yang sangat ketat dalam bisnis berbasis digital atau

teknologi. Pertumbuhan era digital juga memunculkan tantangan baru bagi para pelaku bisnis agar selalu dapat menciptakan hal baru yang bisa membantu permasalahan masyarakat untuk beralih ke dalam bentuk digital. Faktor utama yang membuat bisnis *startup* sangat laku di Indonesia disebabkan oleh perkembangan teknologi yang sangat pesat. Terlebih pun saat ini masyarakat Indonesia sudah semakin melek dengan adanya teknologi yang baru, hal ini dibuktikan dengan jumlah pengguna internet di Indonesia yang meningkat dari tahun ke tahun seperti yang sudah disebutkan sebelumnya (Accurate, 2021). Partner di East Ventures Melisa Irene menyebutkan, semenjak pembatasan aktivitas diberlakukan karena adanya pandemi *Covid-19* menyebabkan penduduk Indonesia lebih sering melakukan kegiatan dengan mencoba berbagai aplikasi untuk bekerja dari jarak jauh dan lebih banyak mengonsumsi konten yang berbasis digital (Setyowati, 2020). Dilihat dari hal tersebut tidak dipungkiri bahwa prediksi untuk masa depan bisnis *startup* bisa dibilang sangat menguntungkan, karena jika dilihat dari jumlah pengguna internet yang akan terus dan selalu meningkat dari tahun ke tahunnya. Kedua fenomena yang sudah disebutkan turut menjadi pelaku pendorong berkembangnya *startup* di Indonesia.

Selain dari pertumbuhan teknologi yang berkembang dengan dibuktikannya peningkatan pengguna internet di Indonesia, faktor lain yang menjadi pendorong berkembangnya *startup* juga dibuktikan dengan banyaknya penduduk yang ada di Indonesia. Terhitung sejak tahun 2017 penduduk Indonesia terdata menyentuh angka 264 juta, jumlah tersebut bahkan lebih besar dari negara maju seperti Jepang (Accurate, 2021). Hingga saat ini berdasarkan data Administrasi Kependudukan bahwa per Juni 2021, jumlah penduduk Indonesia sudah mencapai 272.229.372 jiwa (Kependudukan, 2021). Banyaknya jumlah penduduk yang terhitung hingga saat ini menjadi sasaran empuk untuk siapapun dapat melakukan berbagai bisnis, termasuk bisnis *startup*. Ditambah jika perusahaan dapat mengetahui apa yang menjadi kebutuhan masyarakat dan mampu menawarkan solusi yang terbaik untuk mereka maka dapat dipastikan perusahaan *startup* yang didirikan dapat menjadi besar dan sukses (Accurate, 2021).

Adapun faktor pendorong yang membuat bisnis *startup* terus berkembang, faktanya pelayanan yang dibuat oleh *startup* bisa disebut sangat baik. Perusahaan *startup* yang identik dengan teknologi melakukan segala bentuk kegiatannya secara *online*, hal tersebut yang membuat banyak masyarakat memandang bahwa perusahaan *startup* jauh lebih efektif dan efisien dalam melakukan pelayanannya (Accurate, 2021).

Faktor terakhir yang membuat bisnis *startup* berkembang pesat di Indonesia yaitu para investor dan pemerintah yang selalu saling mendukung. Hal tersebut dibuktikan dengan adanya program yang dibuat oleh pemerintah yaitu Gerakan Nasional 1000 *startup* digital, program ini merupakan pembinaan bagi siapapun yang ingin membuat solusi teknologi bagi berbagai permasalahan di Indonesia melalui membangun *startup* digital dalam rangka mencari bibit-bibit yang unggul, dan Indonesia ditetapkan menjadi salah satu negara yang berpotensi untuk perkembangan perusahaan *startup* (techfor.id, 2019). Maka dari itu banyak investor yang berminat dan semangat menanamkan modalnya pada perusahaan-perusahaan *startup*, bahkan beberapa perusahaan besar di dunia sudah ada yang turut serta ikut menanamkan modalnya pada *startup* berkelas di tanah air (Accurate, 2021).

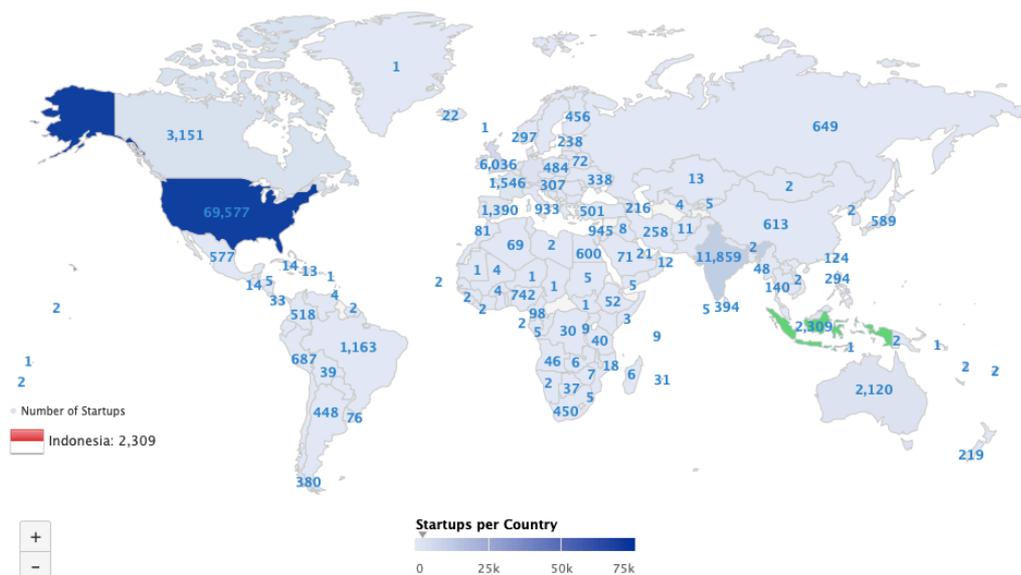
Startup merupakan sebuah usaha atau bisnis rintisan. Bisnis atau perusahaan rintisan merupakan perusahaan yang baru berjalan dan masih berada pada fase pengembangan dalam mendapatkan pasar serta mengembangkan produk. *Startup* bisa disebut sebagai perusahaan rintisan yang bisnisnya berbasis teknologi. *Startup* dapat dinilai keberhasilannya dilihat dan dibagi ke dalam 3 kategori yaitu: *Unicorn*, *Decacorn* dan *Hectacorn*. *Startup* dalam kategori *Unicorn* adalah perusahaan yang memiliki nilai valuasi lebih dari 1 miliar dollar AS sedangkan pada kategori *Decacorn* nilai valuasi mencapai sebesar 10 miliar dollar AS dan pada kategori *Hectacorn* mencapai 100 miliar dollar AS (Mulachela, 2021).

Startup sendiri merupakan bisnis yang berbeda dibanding bisnis lainnya, semisal ambil contoh perbandingan *startup* dengan UMKM, pada umumnya *startup* merupakan perusahaan rintisan yang di desain agar dapat menjadi perusahaan yang besar nantinya dan mungkin hingga ke ranah internasional sedangkan UMKM merupakan bisnis yang mungkin skalanya lebih kecil lalu bersifat lokal dan di

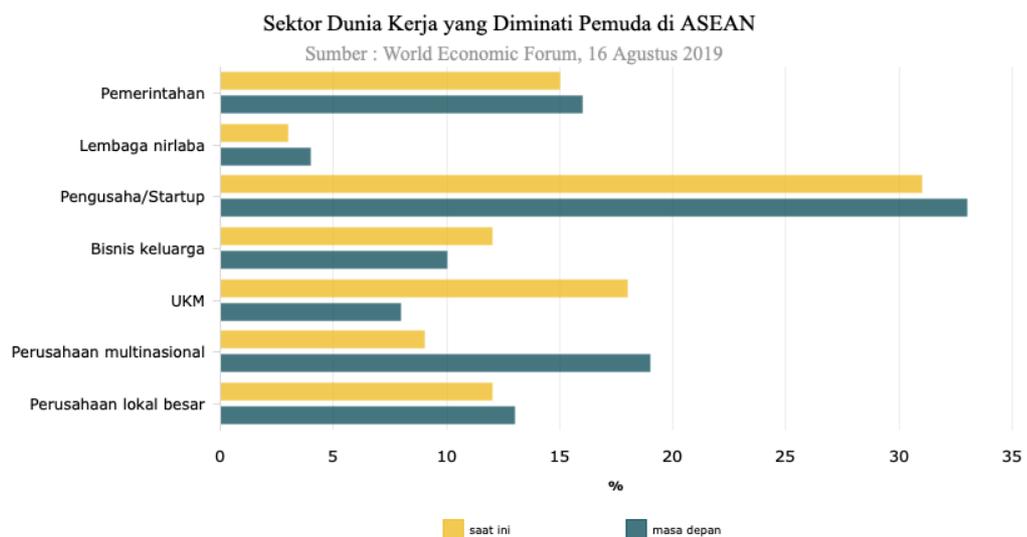
desain bukan untuk menjadi perusahaan besar. Jika dilihat dari sisi produk yang dihasilkan tentunya produk dari *startup* dengan UMKM sangatlah berbeda, produk yang dihasilkan oleh UMKM umumnya berbentuk fisik dapat dilihat dan dinikmati langsung oleh konsumen, sedangkan produk yang dihasilkan oleh *startup* yaitu berbentuk digital seperti *software* atau aplikasi. Melalui aplikasi atau *software* tersebut konsumen dapat membeli produk/jasa yang ditawarkan oleh perusahaan *startup* (Studio, 2021).

Pada beberapa tahun terakhir ini tentunya masyarakat sudah tidak asing lagi dengan berbagai nama bisnis *startup* di Indonesia, berbagai macam perusahaan *startup* sudah mampu mengubah kebiasaan atau gaya hidup sehari-hari masyarakat Indonesia dengan penawarannya yang begitu memudahkan berbagai kendala yang dialami sehari-hari oleh masyarakat. Perkembangan *startup* di Indonesia mengalami kenaikan yang cukup signifikan. Para perusahaan *startup* yang sukses pun turut menjadi pelaku perkembangan *startup* di Indonesia, kesuksesannya akan menjadi faktor penggerak utama pada tren bisnis *startup* di Indonesia, bahkan para pelaku bisnis *startup* selalu bertambah tiap tahunnya.

Countries



Hingga saat ini sudah tercatat bahwa data yang didapat dari (Ranking, 2021), pada tahun 2021 Indonesia sudah memiliki jumlah perusahaan rintisan di bidang teknologi (*startup*) mencapai 2.309 jumlah *startup* yang bisa dilihat pada gambar 1.3 diatas. Jumlah tersebut tergolong besar jika dibandingkan dengan negara tetangga kawasan Asia Tenggara lainnya seperti, Singapura (975), Malaysia (297), Vietnam (190), Thailand (140) dan Filipina (294).



Gambar 1.9 Sektor Dunia Kerja yang Diminati Pemuda di ASEAN

Sumber: *databooks.katadata.id* (2019).

Tren bisnis *startup* di Indonesia saat ini memicu generasi muda untuk saling berlomba-lomba dalam mendirikan perusahaan rintisan (*startup*), adapun survey dari *World Economic Forum* (WEF) yang dilakukan pada 65.000 generasi muda dengan rentan usia 15-35 tahun di ASEAN mengatakan bahwa keinginan anak generasi muda saat ini memiliki keinginan yang kuat pada sektor teknologi. Dari hasil survey tersebut terdapat pada gambar 1.6 mayoritas responden dengan persentase 33% mereka ingin bekerja pada perusahaan rintisan (*startup*) atau bahkan mendirikan sendiri perusahaan rintisan di masa depan (Widowati, 2019).

Peran *startup* di Indonesia sendiri sudah banyak membantu menyelesaikan permasalahan di kalangan masyarakat, tidak hanya sebatas itu *startup* pun turut

berperan dalam menciptakan lapangan kerja baru bagi seluruh masyarakat di Indonesia. Menteri Komunikasi dan Informatika Rudiantara mengatakan bahwa ekonomi digital di Indonesia akan mencapai Rp 1.831 triliun pada 2020. (Kominfo.go.id, 2019) mengatakan hal tersebut cukup berkontribusi sebesar 11% terhadap PDB Indonesia. Bahkan Indonesia telah diprediksi bahwa valuasi ekonomi digital pada tahun 2025 nanti akan mencapai \$13 miliar menurut laporan yang bertajuk e-Conomy Sea (Sanjaya, 2020). Dikatakan menurut Tech in Asia memperkirakan bahwa pasar Indonesia akan berkontribusi hingga 50% dari *Gross Merchandise Value* (GMV) di Asia Tenggara di tahun 2025 nanti (Accurate, 2021). Potensi besar yang dimiliki Indonesia serta diiringi adaptasi teknologi yang terus berjalan, akan menciptakan inovasi teknologi yang nantinya akan menjadi pendorong kemandirian ekonomi di Indonesia.

Namun dengan besarnya jumlah *startup* di Indonesia serta kontribusi positif yang dilakukan oleh *startup* di Indonesia, tidak semua bisnis *startup* mempunyai hasil akhir yang memuaskan. Pada realitanya, hampir semua bisnis *startup* mengalami kegagalan (Accurate, 2021). *Co-Founder* Bukalapak Fajrin Rasyid sekaligus Direktur Bisnis Digital Telkom Indonesia mengatakan bahwa persentase tingkat kegagalan perusahaan rintisan (*startup*) di Indonesia cukup tinggi yaitu mencapai 90% (Mediana, 2021). Selain itu menurut Fajrin Rasyid, CEO PT Duta Sukses Dunia Yudi Candra yang sekaligus sebagai pengamat ekonomi digital juga mengatakan bahwa sekitar 1.500 sampai 1.700 perusahaan rintisan bidang teknologi (*startup*) di Indonesia mengalami persentase 99% kegagalan dan sisanya 1% peluang untuk sukses yang relatif sangat kecil (Ekonomi, 2021).

Disebutkan bahwa berdasarkan riset CB *Insight* yang berjudul *Top 20 Reasons Startup Fail* terdapat 5 faktor utama yang menjadi penyebab kegagalan perusahaan rintisan diantaranya yaitu produk yang tidak sesuai dengan kebutuhan pasarnya, kurangnya pendanaan, tim yang tidak solid, kalah bersaing dan penetapan harga produk/layanan serta biaya operasional yang tidak akurat (Syarizka, 2019). Adapun pendapat lain berdasarkan para ahli dan riset yang dilakukan oleh IDN *Times* menyebutkan bahwa ada 7 faktor penyebab kegagalan *startup* yang paling umum dilakukan, diantaranya yaitu merasa kekurangan dana untuk memulai

mengoperasikan *startup*, belum cukup koneksi untuk menjalankan, tujuan utama yang kurang konkrit, visi petinggi yang tidak sejalan sehingga saling memaksakan ide masing-masing, terlalu ingin instant sehingga tidak mau menjalankan bisnisnya secara bertahap, para *stakeholder* di dalam *startup* perlu memiliki speed yang serupa dan tidak mampu memprioritaskan kepentingan *startup* yang sudah dijalankan (Wicaksono, 2018). Banyaknya *startup* baru yang mengalami kegagalan dalam perkembangannya itu dikarenakan perencanaan bisnis yang salah, ketatnya persaingan pasar serta minimnya pendanaan dari investor. Berdasarkan statement tersebut banyak yang beranggapan bahwa *startup* membutuhkan program inkubator bisnis agar bisnis yang akan dijalankan menjadi lebih matang dan siap diluncurkan ke masyarakat banyak (Konsultanku, 2021).

Secara umum program inkubator bisnis merupakan organisasi atau lembaga tertentu yang didirikan guna untuk memberikan perlakuan khusus berupa arahan, pelatihan, pengembangan, bimbingan, fasilitas bahkan modal bagi *startup* baru dengan tujuan agar perusahaan rintisan menjadi lebih siap untuk diluncurkan (Konsultanku, 2021). Keberadaan program inkubasi merupakan faktor penggerak berkembangnya ekosistem perusahaan rintisan teknologi, maka dari itu penting bagi para *startup* untuk mengikuti sebuah inkubator bisnis guna untuk mempercepat pertumbuhan dan perkembangan bisnis yang didirikannya. Untuk mengetahui seberapa penting inkubator bagi *startup*, para pendiri perusahaan rintisan harus memahami peran program inkubator dalam membantu perusahaan rintisan mengembangkan ekosistemnya. Peran program inkubator bisnis menurut (Rahayu, 2019) ialah sebagai berikut:

1. Akses Jaringan
2. Dukungan Mentor Berpengalaman
3. Validasi Ide
4. Bantuan Infrastruktur
5. Akses ke Investor

Jika dilihat dari pernyataan tersebut, peran program inkubator sangat berkesinambungan untuk membantu permasalahan yang dialami oleh para pendiri

perusahaan rintisan untuk meminimalisir kegagalannya dan meraih kesuksesan dalam mendirikan *startup* di kemudian hari.

Saepulloh (2020) mengatakan bahwa Bandung *Techno Park* merupakan *Sains Techno Park* (STP) Indonesia yang berlokasi di area kampus Telkom University yang memiliki visi menjadi pusat inovasi serta kewirausahaan di bidang ICT, engineering dan energi untuk menumbuhkan ekonomi lokal. STP memiliki tiga peran utama yaitu melakukan penelitian dan pengembangan, membantu menumbuhkan dan mengembangkan *startup* berbasis teknologi, dan menumbuhkan kluster industri atau menarik industri ke wilayah tersebut sehingga nantinya ekosistem inovasi dapat menjadi kenyataan untuk diwujudkan. Bandung *Techno Park* juga menyediakan fasilitas guna mendorong produk lokal. Salah satunya yaitu membentuk inkubasi bisnis yang didalamnya terdapat pelatihan dan ruang usaha bagi para *startup*. Bandung *Techno Park* berperan sebagai inkubator bisnis yang memiliki tujuan salah satunya yaitu untuk melahirkan perusahaan *startup* di bidang teknologi. Para *startup* yang bergabung di BTP biasanya memiliki kendala dan membutuhkan bimbingan serta arahan agar program yang direncanakan lebih tersusun secara sistematis seperti validasi produk dan model bisnis lainnya.

Diketahui dari Profile Facebook milik Bandung Techno Park bahwa BTP menyediakan fasilitas dan layanan untuk *startup* yang mendaftar pada inkubasi bisnis BTP berupa *business class/workshop, free working space, coach dan mentor, access to founding, marketing support dan legal support*. Tentunya layanan dan fasilitas yang disediakan inkubator bisnis BTP guna untuk membantu para *startup* untuk menghindari kegagalan bisnisnya.

Hingga saat ini pada bulan Desember 2021 sudah tercatat 96 *startup* yang terdaftar dan terbagi menjadi 2 program, 70 *startup* pada program inkubator dan 26 *startup* pada program WRAP *Entrepreneurship* pada Bandung *Techno Park*. Para *startup* yang terdaftar diharuskan mengikuti segala kegiatan yang berkaitan dengan fasilitas dan layanan yang diberikan oleh BTP guna membangun usaha rintisannya. Sejalan dengan tujuan yang diinginkan oleh Bandung *Techno Park* yaitu salah satunya melahirkan perusahaan *startup* di bidang teknologi tentunya BTP

menginginkan bahwa *startup* yang sudah menjalani seluruh rangkaian inkubator didalamnya dapat terlahir sukses ketika masa inkubasi berakhir.

Berdasarkan uraian diatas, penulis ingin menganalisis faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi kesuksesan *startup* di Bandung *Techno Park*. Oleh karena itu, penelitian ini berjudul: **“ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KESUKSESAN *STARTUP* DI BANDUNG TECHNO PARK”**

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, dapat disimpulkan bahwa para perintis usaha bidang teknologi (*startup*) merupakan usaha dengan prospek bisnis yang sangat baik untuk masa mendatang dan generasi muda saat ini memiliki keinginan yang kuat pada sektor teknologi sehingga tidak menutup kemungkinan bahwa perusahaan rintisan (*startup*) akan dapat berkembang dan terus mengalami peningkatan yang signifikan pada masa mendatang.

Di dalam menentukan perkembangan kemampuan berdirinya *startup*, pelaku perlu mengidentifikasi apa saja faktor yang menjadi kunci keberhasilannya (Skawińska & Zalewski, 2020). Faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan *startup* dapat menciptakan inovasi layanan digital pada *startup* secara komprehensif (Prasetiawan & Tricahyono, 2017).

Berdasarkan penelitian-penelitian diatas, faktor-faktor keberhasilan memang perlu untuk diperhatikan sebagai langkah awal bagi para pelaku yang akan mendirikan *startup* untuk meminimalisir kegagalan yang kemungkinan terjadi masa mendatang pada *startup* yang akan didirikan. Sebagaimana pada penelitian yang dilakukan oleh (Skawińska & Zalewski, 2020) bahwa faktor yang dapat mempengaruhi keberhasilan pada *startup* adalah potensi pengembangan atau kompetensi. Selain itu menurut penelitian yang dilakukan oleh (Sari & Sitepu, 2016) menyebutkan bahwa faktor yang mempengaruhi keberhasilan *startup* yaitu ialah kompetensi. Sedangkan pada penelitian (Santisteban et al., 2021) menunjukkan bahwa ekosistem kewirausahaan dan inovasi teridentifikasi valid dalam menentukan keberhasilan *startup* berbasis teknologi. Pada penelitian Zaidi et al., (2021) menunjukkan bahwa kewirausahaan memiliki dampak yang sangat positif

terhadap faktor perkembangan *startup*. Lalu Hardiansyah & Tricahyono (2019) menunjukkan bahwa faktor inovasi dan informasi berpengaruh dalam kesuksesan sebuah *startup*.

Terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi keberhasilan *startup* menurut peneliti-peneliti terdahulu, namun masih terdapat inkonsistensi atau perbedaan variabel dari hasil penelitian-penelitian terdahulu yang didapatkan seperti yang sudah disebutkan diatas. Perbedaan hasil itulah yang membuat penulis termotivasi untuk meneliti kembali mengenai analisis faktor-faktor keberhasilan pada *startup*. Maka dari itu peneliti memiliki rumusan masalah bahwa, apa saja yang menjadi faktor-faktor kesuksesan pada *startup* di Bandung Techno Park.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan dengan perumusan masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka tujuan penelitian ini adalah untuk dapat mengetahui apa saja yang menjadi faktor kesuksesan pada *startup* di Bandung Techno Park.

1.5 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian yang dilakukan diharapkan dapat menjadi manfaat baik secara praktis maupun akademis. Adapun manfaat yang diharapkan penulis dapat tercapai setelah dilakukannya penelitian yang dibagi menjadi dua, yaitu:

1.5.1 Manfaat Akademis

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu menjadi acuan maupun referensi bagi peneliti selanjutnya dengan topik yang berhubungan dengan faktor kesuksesan *startup*. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan dampak positif serta kontribusi terhadap ilmu pengetahuan dan juga ilmu kewirausahaan yang berkaitan dengan pengambilan keputusan atau strategi di perusahaan rintisan (*startup*), serta memberikan pengetahuan dan informasi mengenai faktor-faktor apa saja yang paling berpengaruh atau berdampak terhadap kesuksesan sebuah *startup* sehingga dapat menjadi tambahan wawasan bagi mahasiswa, perusahaan rintisan (*startup*) maupun masyarakat.

1.5.2 Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu menjadi acuan, informasi dan bahan pertimbangan bagi para pelaku bisnis (*startup*) dibidang teknologi dalam

pengambilan keputusan atau strategi di perusahaan rintisan (*startup*) agar dapat mengetahui faktor-faktor yang dapat berpengaruh pada kesuksesan *startup*. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat membantu memberikan dampak positif kepada para perusahaan rintisan (*startup*) agar dapat meminimalisir kegagalan dikemudian hari.

1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Berikut merupakan sistematika penulisan tugas akhir yang bertujuan untuk memberikan gambaran secara umum mengenai isi dan hasil penelitian yang dijabarkan ke dalam beberapa bab, sebagai berikut:

a. BAB 1 PENDAHULUAN

Pada bab ini penulis memaparkan gambaran secara umum mengenai objek penelitian, latar belakang penelitian yang menjadi masalah atau fenomena penting sehingga layak untuk diteliti dengan disertai argumentasi teoritis, lalu untuk selanjutnya terdapat perumusan masalah yang didasari oleh latar belakang penelitian, tujuan penelitian yang berupa hal-hal apa saja yang ingin dicapai oleh peneliti berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah, manfaat penelitian yang didalamnya membahas manfaat akademis dan manfaat praktis, serta yang terakhir yaitu sistematika penulisan yang berisi uraian singkat mengenai pembahasan pada setiap bab di dalam penelitian.

b. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini berisi tentang penjelasan teori-teori yang selanjutnya akan digunakan sebagai dasar analisis bagi penelitian yang berkaitan dengan topik maupun variabel dalam penelitian. Maka dari itu, pada bab ini isinya disertai dengan penelitian terdahulu sebagai bentuk acuan penelitian yang dirasa relevan dan sudah teruji untuk dijadikan landasan dalam penelitian.

c. BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini berisi mengenai metode-metode yang digunakan dalam penelitian, jenis penelitian dan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan serta menganalisis data sehingga mampu menjawab masalah yang terdapat di dalam penelitian. Bab ini menjelaskan tentang tahapan penelitian, populasi dan sampel data, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

d. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisi mengenai pemaparan hasil penelitian yang diperoleh dari analisis data menggunakan metode yang telah digunakan. Dan untuk selanjutnya pembahasan atau analisis dari hasil penelitian hendaknya dimulai dari hasil analisis data, yang kemudian diinterpretasikan dan selanjutnya diikuti oleh penarikan kesimpulan. Dalam pembahasan sebaiknya dibandingkan dengan penelitian-penelitian sebelumnya atau landasan teoritis yang relevan.

e. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini berisi kesimpulan yang merupakan jawaban dari hasil penelitian dan jawaban dari perumusan masalah yang selanjutnya menimbulkan saran dari keterbatasan hasil penelitian agar kemudian dapat dimanfaatkan oleh peneliti berikutnya.