

## **PENGEMBANGAN MODEL INKUBATOR BISNIS PERGURUAN TINGGI**

**Oleh**

**Suwandi**

**Tenaga Fungsional Peneliti Balitbang Depdiknas Jakarta**

### **Abstract**

*This research aims at describing business incubator models in university. It uses a grounded research method. The research is conducted in 20 state universities. Initially, it is conducted by strategic study, exploration study, crystallization of the study, and model dissemination. Data are obtained through questionnaire and interview. Data are analyzed by the following processes: coding, data entry, and tabulating.*

*From the findings, it can be concluded that business incubator is commonly carried out in relation to society services and tends to be conducted out of university (out will). Along with campus autonomy, internal elements need to develop through business unit incubator in university. There are typologies related to incubator model in university. They are (1) not yet exist, (2) is pioneered, (3) exist, but undeveloped, (4) no business incubator, but there are commercial incubator units (in wall), (5) business incubators exist but they are 'out' oriented (out will), and (6) complete business incubators (in wall and out wall). To develop, it needs some processes in relation to the typologies: (1) preparation, (2) forming, (3) re-running, (4) completing, (5) in wall forming and developing, (6) in wall and out wall developing.*

*Keywords: business incubator, university, education autonomy*

### **PENDAHULUAN**

Otonomi dan desentralisasi pendidikan di Indonesia menuntut seluruh perguruan tinggi negeri beralih bentuk menjadi Badan Hukum Milik Negara (BHPT). Dalam bentuk yang baru tersebut, perguruan tinggi diharapkan mampu mengelola dana penyelenggaraan pendidikan secara mandiri. Otonomi juga memiliki arti bahwa dengan bentuk yang baru tersebut perguruan tinggi harus secara mandiri membiayai berbagai kebutuhan yang diperlukan, termasuk

mencari alternatif biaya selain subsidi dari pemerintah yang selama ini menjadi andalan.

Dampak yang ditimbulkan dengan adanya BHMN perguruan tinggi adalah naiknya biaya pendidikan yang harus ditanggung oleh mahasiswa. Hal tersebut nampak dari SPP dan sumbangan masyarakat yang setiap tahun cenderung naik pada beberapa perguruan tinggi yang sudah menerapkan. Fenomena ini berakibat pada anggapan sebagian besar masyarakat akan terjadinya kapitalisme dan komersialisme perguruan tinggi di Indonesia.

Beberapa cara yang ditempuh untuk memenuhi kebutuhan bagi perguruan tinggi dan sekaligus meningkatkan kualitas pendidikan di antaranya adalah adanya fasilitas dari Departemen Pendidikan Nasional untuk memperoleh program *blockgrant competitive*, baik yang dibiayai dana dari dalam maupun luar negeri. Berdasarkan pengalaman selama ini, program tersebut hanya dapat diraih oleh perguruan tinggi besar yang sumber dananya telah memenuhi syarat. Untuk perguruan tinggi kecil dan menengah yang jumlahnya dominan di Indonesia masih belum semuanya dapat meraih program tersebut.

Alternatif jangka panjang yang dapat ditempuh untuk mampu mengadakan biaya pendidikan secara mandiri adalah dengan membentuk badan yang mampu mengelola kemampuan profesional dan bisnis yang disebut Inkubator Bisnis (Inbis) perguruan tinggi. Inkubator Bisnis tersebut selain diharapkan sebagai media inisiasi pelatihan dan akses bisnis, juga diharapkan mempunyai fungsi ganda yaitu mampu digunakan sebagai ajang pendidikan kewirausahaan bagi mahasiswa, praktik kerja lapangan (PKL) dan juga sebagai fasilitas *teaching company* yang selama ini lemah di Indonesia. Oleh karena itu, Inbis selain sebagai unit *income generating*, juga mampu mendukung fasilitas proses belajar mengajar, sehingga dalam sistem pendidikan dapat menghasilkan sarjana yang profesional dapat tercapai dengan baik.

Permasalahan bersama yang dihadapi oleh hampir seluruh perguruan tinggi di Indonesia untuk mengaplikasikan Inkubator

Bisnis Perguruan Tinggi hingga kini adalah belum adanya pemahaman tentang Inkubator Bisnis. Oleh sebab itu, untuk mengembangkan Inkubator Bisnis bagi perguruan tinggi di seluruh Indonesia diperlukan adanya mekanisme penumbuhan dan pengembangan Inkubator Bisnis yang ideal. Untuk menghasilkan mekanisme tersebut diperlukan adanya penelitian evaluasi berbagai Inbis yang dilakukan oleh PTN dan PTS, sekaligus untuk mendapatkan masukan yang dapat digunakan untuk penyempurnaan Panduan Inbis Perguruan Tinggi di Indonesia.

Inkubator Bisnis Perguruan Tinggi merupakan wadah inkubasi bisnis yang diharapkan mampu menumbuhkembangkan bisnis yang ada di masyarakat dan perguruan tinggi, berupa fasilitas dan penyiapan unit bisnis perguruan tinggi yang mengarah sebagai *profit center*.

Inkubasi yang dimaksud mencakup kegiatan: (1) seleksi hasil riset dan inovasi teknologi yang layak komersial; (2) sosialisasi hasil riset dan inovasi kepada pihak yang memerlukan; dan (3) inisiasi dan akses jaringan pemasaran produk-produk yang berasal dari perguruan tinggi.

Berbagai fungsi yang dapat diperankan oleh Inbis di perguruan tinggi adalah sebagai (1) pengembangan bisnis masyarakat melalui pendidikan, pengembangan, dan pendampingan; (2) peningkatan manfaat sumber perguruan tinggi; (3) peningkatan fasilitas Iptek agar bermanfaat secara maksimal; (4) penyiapan sumber manusia yang memadai dengan penguasaan manajemen dan Iptek; dan (5) mendesain fasilitas Inkubasi bagi pengembangan bisnis.

Kerangka pemikiran yang digunakan dalam pembentukan model inkubator bisnis perguruan tinggi (IBPT) secara rinci adalah sebagai berikut. Sinergi antara faktor eksternal (teknologi, investor dan pasar) dengan kebijakan pemerintah (kelembagaan dan hukum) yang akan mendorong kepada kondisi internal perguruan tinggi (SDM, potensi ekonomi, potensi teknologi, potensi pasar, dan kebijakan perguruan tinggi) untuk menghasilkan sebuah output kegiatan bisnis di perguruan tinggi. Output tersebut terdiri dari: (1)

sinkronisasi pasar Tridharma, (2) perubahan perilaku SDM, (3) Bisnis Plan Perguruan Tinggi, (4) bisnis di tingkat universitas dan fakultas, (5) magang, (6) usaha binaan dan usaha baru; membutuhkan sebuah kelembagaan yang disebut sebagai Inkubator Bisnis Perguruan Tinggi (IBPT).

Secara umum kita mengenal adanya tiga permodelan, yaitu model ikonik, model matematis, model analogis. Studi ini cenderung menggunakan model analogis dengan menganalogikan antara inkubator yang digunakan di rumah sakit untuk meningkatkan ketahanan hidup bayi, dan bayi kali ini adalah “sistem bisnis di perguruan tinggi”. Inkubator adalah sebuah alat yang digunakan untuk meningkatkan ketahanan tubuh bayi yang lahir prematur dalam rumah bersalin atau rumah sakit. Istilah ini kemudian secara analogis untuk meningkatkan ketahanan sebuah usaha kecil yang baru tumbuh maupun usaha lama yang memerlukan ketahanan usaha, terutama pada dukungan aspek managerial dan permodalan.

Inkubator bisnis di perguruan tinggi pada awalnya dimulai dari program inkubator wirausaha baru (Inwub) yang dikembangkan di sejumlah perguruan tinggi (Fatchi, 2000). Tujuan dibentuknya inkubator bisnis berdasarkan inwub adalah: (1) menciptakan UKM yang mandiri dan berlandaskan Iptek untuk memperkuat Struktur Ekonomi Nasional, (2) menciptakan lapangan kerja baru sehingga meningkatkan standar hidup golongan ekonomi lemah, (3) membantu alih teknologi dari teknologi konvensional ke teknologi mutakhir yang tepat guna termasuk teknologi hasil putaran industri besar, perguruan tinggi, atau lembaga penelitian, (4) mempercepat perkembangan kewirausahaan di Indonesia untuk mencapai pengembangan ketahanan ekonomi yang berkelanjutan dalam menghadapi perdagangan bebas. Beberapa inkubator lain dikembangkan untuk pengembangan masyarakat antara lain adalah pengembangan inkubator industri kecil yang dikembangkan oleh Wikantiyoso (1996-1998), maupun perkembangan inkubator pada kelembagaan akomodatif dalam kaitannya dengan kolaborasi antara Unit Simpan Pinjam (USP) sebuah KUD-Mina dengan *Patron-*

*Client Relationship* yang dilakukan oleh Susilo, dkk (1996-1998). Selain itu perlu dipertimbangkan adanya lembaga ekonomi di perguruan tinggi sebagaimana yang pernah terbentuk di masyarakat pesisir Prigi yang membentuk lembaga ekonomi masyarakat (Tjahjono, dkk, 2003).

Perguruan tinggi yang memiliki daya dukung sumber daya manusia, teknologi, jasa dan lainnya mempunyai peluang tinggi untuk membangun sebuah inkubator bisnis. Inkubator ini tidak saja untuk mengembangkan kewirausahaan dalam internal kampus, tetapi juga dapat menjadi jembatan bagi tumbuhnya bisnis masyarakat sekitar kampus maupun dunia bisnis secara luas. Desa-desa binaan yang masa lalu menjadi kajian ilmiah pokok sebuah perguruan tinggi yang hanya berorientasi pada kajian ilmiah murni, dapat didayagunakan secara seimbang bagi pengembangan ilmu dan teknologi dan pengembangan ekonomi.

Sementara itu, perguruan tinggi dalam menjalankan perannya masih terikat pada tridarma perguruan tinggi, yang terfokus pada pendidikan, penelitian dan pengabdian pada masyarakat dalam kerangka pengembangan keilmuan. Meskipun dalam akhir-akhir ini pengembangan kewirausahaan telah dilakukan namun belum direspon positif untuk pengembangan bisnis, kecuali oleh perguruan tinggi tertentu, misalnya ITB, UGM, USU, UNUD, dan sejumlah perguruan tinggi lainnya. Pengembangan perguruan tinggi menjadi BHPMN juga direspon dengan kenaikan biaya kenaikan pendidikan bagi mahasiswa yang tentu saja menimbulkan isu “penolakan” PT BHPMN oleh sejumlah kalangan. Dengan demikian, agar budaya kewirausahaan yang telah dimulai dapat terimplementasikan dengan baik di perguruan tinggi, maka diperlukan sebuah Inkubator bisnis perguruan tinggi (IBPT).

Di dalam melakukan pengembangan model sebaiknya menggunakan beberapa tahapan yaitu:

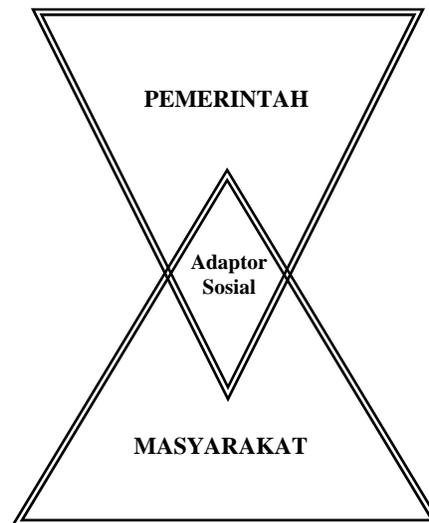
1. Menyusun model hipotik. Dalam melakukan penyusunan model sebaiknya melakukan asumsi-asumsi dasar pembentukan kelembagaan. Tiga asumsi dasar yang melatarbelakangi Pengem-

bangun Model Inkubator Bisnis Perguruan Tinggi adalah sebagai berikut: (1) Adanya kesenjangan antara Perguruan Tinggi dengan Masyarakat luas. Hasil-hasil dari perguruan tinggi tidak secara transparan dimonitor oleh masyarakat, sehingga mengurangi kadar “kepercayaan” terhadap kualitas hasil. Kita sebaiknya menghargai kepada Prof. Noegroho Notosusanto yang ingin mengubah Perguruan Tinggi dari “menara gading” menjadi “menara air”. Hanya saja sayang waktu itu Normalisasi kehidupan kampus terlalu bernuansa politis, sehingga mengubur spirit akademis yang akan dibangun. (2) PT BHPMN akan semakin meningkatkan kualitas pendidikan, sebab ada kontrol yang ketat terhadap aktivitas dosen yang tinggi, sebab sebuah lembaga yang diharapkan mampu menghasilkan manusia yang unggul dan jujur. (3) banyak aktivitas “bisnis” yang dilakukan oleh civitas akademika, tetapi masih dalam kerangka usaha individual dan kelompok, sehingga belum memberikan input positif kepada institusi perguruan tinggi. Perguruan tinggi harus menerapkan kebijakan strategis untuk mengubah perilaku “bisnis” individual dan kolegiat, menjadi perilaku “bisnis” institusional.

2. Menyusun model operasional, dengan mengumpulkan data dan pendiskusian model untuk menuju tahapan selanjutnya, yaitu tahap uji coba model, implimentasi dan evaluasi

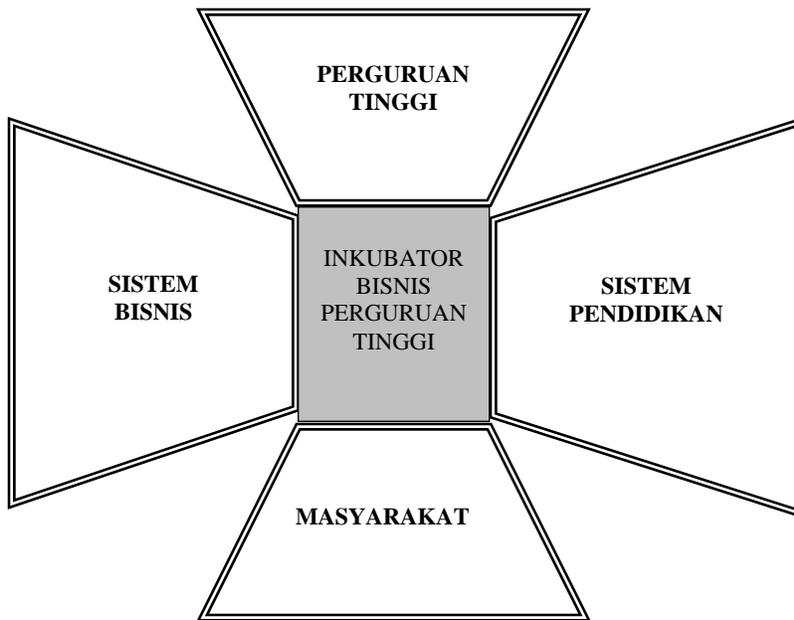
Berikut ini ada beberapa modul yang dapat dipakai di perguruan tinggi seperti adaptor sosial.

Adaptor sosial adalah sebuah contoh pendekatan model analogis bentuk menyambungkan dua kutub budaya yang berbeda. Model adaptor sosial ini telah dilakukan terutama untuk menyambungkan pendekatan pembangunan kelembagaan masyarakat yang diintroduksi oleh pemerintah dengan kelembagaan yang telah menjadi dasar budaya masyarakat sasaran pembangunan.gambaran umum model adaptor sosial adalah sebagai berikut.



Gambar1. Model adaptor sosial yang diubah menjadi Inkubator (Susilo dkk,1997)

Model ini merupakan sebuah adaptor yang digunakan untuk menyatukan aliran listrik dari AC (versi pemerintah ) ke DC (versi masyarakat), sehingga aliran listrik yang digunakan tidak membuat hangus kepada barang yang dialiri. Sementara, inkubator adalah sebuah alat yang digunakan untuk meningkatkan daya tahan sesuatu yang baru lahir agar dapat hidup sesuai harapan. Model Inkubator yang akan dihasilkan memiliki dwi fungsi yaitu, *pertama*, sebagai adaptor sosial yang menjembatani perguruan tinggi dengan masyarakat luas, dan *Kedua*, mampu menjadi Inkubator terhadap sistem pendidikan dalam perguruan tinggi dengan sistem ekonomi dalam masyarakat luas. Model ini dapat disebut juga sebagai model baling-baling, akan mampu memutar secara sinergi terhadap komponen pendidikan dan bisnis dalam perguruan tinggi dan dalam masyarakat dengan pusat perputaran adalah Inkubator bisnis perguruan tinggi gambar 2.



Gambar 2. Model Baling-Baling Inkubator Bisnis Perguruan Tinggi

### **Permodelan Inkubator Bisnis Perguruan Tinggi**

Model Inkubator Bisnis Inwub pada awalnya dikembangkan oleh Direktorat Perguruan Tinggi adalah sebagai model yang didesain sesuai dengan berbagai fungsi dari Tridarma Perguruan Tinggi, yaitu pengabdian kepada masyarakat. Oleh karena itu, di dalam struktur organisasi universitas berkecenderungan berada di LPM.

Dalam rangka menunjang PTN ke BHPMN diperlukan sebuah lembaga penunjang pengelolaan pembiayaan penyelenggaraan sistem perguruan tinggi, yaitu dalam bentuk OBPT. Kelembagaan ini dirancang untuk memberikan ketahanan hidup bagi usaha/bisnis di perguruan tinggi dan masyarakat sekitar dan dunia usaha, sehingga terdapat sebuah sinergi antara kepentingan akademis dan kebutuhan bisnis. Berbagai riset dasar tetap diperlukan sebagai

pondasi bagi pengembangan riset-riset terapan yang berfungsi untuk dikembangkan menjadi satuan bisnis.

IBPT merupakan sebuah kelembagaan integral perguruan tinggi yang menjembatani berbagai unit usaha yang tumbuh dalam tubuh sebuah perguruan tinggi (level universitas dan level fakultas) dengan lingkungan dunia usaha (perusahaan besar maupun UKM). Pengembangan usaha harus tergantung kepada sumberdaya dan pola ilmiah pokok yang dikembangkan oleh perguruan tinggi yang bersangkutan.

Bentuk model hipotesis IBPT adalah sebuah Inkubator bisnis yang berfungsi membangun bisnis yang ada dalam sebuah perguruan tinggi dan juga secara sinergi mengembangkan bisnis dengan masyarakat sekitarnya dan dunia usaha. Pengembangan bisnis ini dirancang untuk tetap menjaga kualitas lulusan perguruan tinggi dengan secara maksimal mampu mendayagunakan potensi bisnis yang ada untuk memberikan dukungan pembiayaan pengelolaan pendidikan di satu sisi dan di sisi lain mampu meningkatkan kesejahteraan bagi masyarakat luas dan internal perguruan tinggi.

Mekanisme kerja kelembagaan adalah sebagai berikut. Perguruan tinggi membentuk sebuah IBPT dengan Surat Keputusan Pimpinan Perguruan Tinggi. Surat keputusan ini berisi tentang bentuk kelembagaan, kedudukan kelembagaan dalam struktur kelembagaan perguruan tinggi, dan struktur kelembagaan internal IBPT. Mekanisme kerja yang perlu diatur antara lain (1) kewajiban dan hak IBPT terhadap PT, (2) kewajiban dan hak IBPT terhadap unit usaha binaan dan pembentukan usaha baru, (3) sistem dan proses inkubasi terhadap *tenant*, (4) sistem fasilitas dan pembagian hasil usaha, (5) sistem rekrutmen pengelolaan IBPT. Mekanisme kerja kelembagaan secara rinci akan disampaikan pada uraian bentuk model IBPT yang akan dihasilkan dari studi ini.

Beberapa prasyarat yang harus dipenuhi di dalam pembentukan IBPT adalah: (1) Seluruh bisnis individu atau kelompok yang sudah berjalan dalam perguruan tinggi harus terintegrasi dengan IBPT; (2) perguruan tinggi memberikan kekhususan bidang bisnis

yang dikembangkan dengan merujuk kepada potensi diri; (3) Berbagai penelitian dasar perlu dikembangkan untuk memperkuat riset terapan yang potensial dalam mengembangkan bisnis; (4) Kesepadanan antara pola ilmiah pokok perguruan tinggi dengan pola pengembangan IBPT dan kurikulum; (5) Keseimbangan antara pengembangan pendidikan dengan bisnis. Berbagai prasyarat ini sangat diperlukan agar IBPT yang akan terbentuk dapat berjalan dengan baik. Apalagi bagi perguruan tinggi yang belum memiliki IBPT, sebab ada dua level pengembangan yaitu, membangun IBPT dan memfungsikan IBPT sebagai seluruh inkubator.

### **Cara Penelitian**

Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah *grounded research*. *Grounded research* dipilih karena merupakan suatu metode penelitian yang mendasarkan diri pada fakta dan menggunakan analisis perbandingan bertujuan untuk mengadakan generalisasi empiris, menetapkan konsep-konsep, membuktikan teori dan mengembangkan teori di mana pengumpulan data dan analisis data berjalan pada waktu yang bersamaan. Salah satu tujuan dari *grounded research* adalah mengadakan generalisasi empiris, menetapkan konsep-konsep dan model.

Kegiatan analisis data diperlukan agar dapat menjawab tujuan penelitian. Tahap kegiatan analisis data diawali dengan kegiatan pengolahan data yang meliputi *coding*, *entry data*, dan *tabulating*.

Data hasil tabulasi dikelompokkan berdasarkan kategori sesuai dengan tujuan penelitian. Setelah itu dilakukan kegiatan pendeskripsian atas data yang telah dikelompokkan tersebut. Dalam rangka merealisasikan kegiatan ini ditempuh beberapa langkah sebagai berikut.

1. Kajian strategis. Sub aktivitas ini dilaksanakan dengan melakukan serangkaian panel ahli, diskusi, seminar, dan lokakarya yang melibatkan unsur-unsur para pengambil kebijakan di perguruan tinggi negeri maupun perguruan tinggi negeri berbentuk

- BHMN. Sub kegiatan ini ditujukan untuk menginventarisasi peluang bisnis dan kebutuhan terhadap mekanismenya.
2. Studi Eksplorasi. Sub aktivitas ini dilaksanakan dengan terlebih dahulu membentuk panitia-panitia kerja yang ditujukan untuk melakukan serangkaian studi terhadap model pengelolaan dana di perguruan tinggi berbentuk BHMNPT.
  3. Kristalisasi Kajian. Dari berbagai kajian dan studi yang telah dilaksanakan seluruh temuan yang didapatkan kemudian di-sistematisasi ke dalam bentuk model pengembangan inkubator bisnis dan mekanisme yang mengaturnya. Untuk mendukung hal ini, panitia kerja yang merepresentasikan unsur perguruan tinggi negeri dan PTBHMN terlebih dahulu dibentuk.
  4. Diseminasi Model. Model yang telah didapatkan kemudian di-sosialisasikan kepada seluruh perguruan tinggi di Indonesia, serta lembaga terkait dengan cara melakukan serangkaian program sosialisasi dan publikasi.

## **PEMBAHASAN**

### **Tipologi Inkubator Bisnis di Perguruan Tinggi**

Dari berbagai profil inkubator bisnis yang ada ternyata dapat dibuat sebuah klasifikasi atau tipologi, yaitu yang didasarkan pada arah pengembangan bisnis yaitu ke luar dan ke dalam, ke luar saja, pernah dibentuk tetapi kurang aktif, sedang melakukan perintisan dan belum ada. Berdasarkan pada kondisi di atas, maka ditemukan adanya enam model inkubator bisnis dengan klasifikasi sebagai berikut

**Tabel 1. Tipologi Inkubator Bisnis di Perguruan Tinggi**

No.	Klasifikasi Model	INBIS	SUK	Pola usaha In dan Out	Kontribusi dana pada PT	Perguruan Tinggi	Pola Pengembangan Model
1	Belum Terbentuk	0-	0-	0-	-	UNHALU, UNDANA, UNAND, UNMUL, UNTAD	Persiapan
2	Perintisan	0	0	0	-	UNY, UNRAM	Bentuk
3	Ada, Belum berkembang	0+	0	0+	-	UNPAR, UNLAM, UNJAM, UNBENG	Hidupkan/bentuk
4	Tiada	0	1	2	+	UGM	Bentuk/Kembangkan
5	Ada	1	0	1	+	UNIBRAW, UNUD, UNHAS	Kembangkan/Bentuk
6	Lengkap	1	1	2	++	USU, ITB, UNRI, UNESA, UNS	Kembangkan

### **Model dan mekanisme Inkubator Bisnis Perguruan Tinggi**

Belajar dari kondisi inkubator bisnis yang telah berkembang di luar negeri maupun yang yang sudah berjalan di dalam negeri dengan berbagai tipologinya, maka permodelan inkubator bisnis perguruan tinggi adalah sebagai berikut.

Model Inbis perguruan tinggi yang akan dikembangkan paling tidak memiliki komponen-komponen sebagai berikut: (1) Nama Inbis; (2) Kedudukan Inbis dalam statuta Universitas struktur organisasi internal inbis (aspek legalitas); (3) Visi, misi, dan tujuan; (4) Fasilitas yang harus ada; (5) Mekanisme kerja Inbis (internal dan Eksternal); (6) Khalayak sasaran di dalam univesitas dan di luar universitas; (7) Sumber-sumber pendanaan Inbis; (8) Rencana strategis dan desain fasilitas layanan bisnis; (9) Jejaring sesama Inbis dan pelaku bisnis; (10) Jejaring dengan pemerintah setempat dan pusat; (11) Sistem pengawasan dan evaluasi internal

Mekanisme kerja Inbis perguruan tinggi terdiri dari berbagai unsur, yaitu; (1) mekanisme kerja eksternal dalam organisasi Inbis, (2) mekanisme kerja dengan berbagai struktur organisasi universitas (3) mekanisme kerja dengan tenent (4) mekanisme kerja dengan sesama inbis (asosiasi inbis) (5) mekanisme kerja dengan kelembagaan inbis, dan (6) mekanisme kerja dengan kelembagaan pemerintah daerah dan pusat.

### **Kendala Pengembangan Inkubator Bisnis Perguruan Tinggi**

Berdasarkan hasil penelitian, didapat berbagai kendala dalam pengembangan model dan mekanisme pengembangan inkubator bisnis di perguruan tinggi. Berbagai kendala tersebut antara lain: (1) Kendala jejaring; (2) Kendala pemasaran (3) Kendala birokrasi (4) Kendala mental kewirausahaan (5) Kendala legalitas.

#### **1. Kendala Jejaring (*Net work*)**

Jejaring yang dimaksud ke dalam inkubator bisnis adalah jejaring usaha yang dapat dijelaskan sebagai suatu bentuk organisasi di bidang ekonomi yang dimanfaatkan untuk mengatur koordinasi serta mewujudkan kerjasama antarunsur organisasi. Unsur-unsur tersebut pada umumnya berupa unit usaha. Dapat juga berupa non-unit usaha, tetapi merupakan unsur dalam rangkaian yang memfasilitasi penyelenggaraan unit usaha. Organisasi yang dimaksud dapat bersifat sangat longgar, tetapi juga sebaliknya sangat ketat atau bentuk di antara keduanya. Bentuk keterkaitan yang longgar dapat berupa misalnya komunikasi informal di antara unit usaha. Bentuk yang ketat dapat berupa kerjasama usaha *joint venture*. Sedangkan yang berada di antara kedua bentuk tersebut dapat berupa asosiasi atau konsorsium. Bentuk keterkaitan dapat juga bersifat horisontal maupun vertikal.

Jejaring usaha ini diasumsikan jaringan kerja antara sumberdaya internal dan sumberdaya eksternal perguruan tinggi. Sumberdaya internal adalah mahasiswa, civitas akademika, dan organi-

sasi kampus. Sumberdaya eksternal adalah UKM, Perbankan, pengusaha yang telah kuat dan alumni.

Terbentuknya jejaring usaha itu dapat terjadi karena adanya latar belakang tertentu. Ada tiga latar belakang atau model yang dikemukakan Probatmodjo (1996), yaitu: (1) menurut perspektif pertukaran yang dikembangkan oleh Blau; (2) model ketergantungan sumberdaya; dan (3) model ekonomi biaya transaksi dari Williamson yang dikenal dengan "*transaction cost ekonomi*"

Menurut model pertama, jejaring usaha dapat dipandang sebagai suatu struktur sosial yang terbentuk karena adanya relasi sosial diantara para pelaku, misalnya melalui pertukaran secara langsung atau tidak langsung mengenai segala sesuatu (material maupun immateria) yang dianggap berharga.

Model kedua menjelaskan bahwa terbentuknya jejaring usaha adalah hasil usaha strategis unit usaha dalam mengamankan sumberdaya yang penting dilakukan pihak lain.

Menurut model ketiga, dengan jejaring usaha maka suatu perusahaan dapat memperoleh kebutuhannya secara efisien melalui "pasar" atau "hirarki" (Prabatmodjo, 1996: 42)

## **2. Kendala Pemasaran**

Pemasaran di inkubator bisnis perguruan tinggi masih merupakan kendala yang signifikan. Dalam pengertian pemasaran inkubator bisnis dapat dianalogkan dengan suatu perusahaan.

Pemasaran dapat diartikan pada kegiatan perusahaan yang sifatnya amat mendasar, sehingga tidak dapat dianggap sebagai fungsi sendiri. Pemasaran adalah cara memandang seluruh perusahaan dari hasil akhirnya, yaitu dari pandangan pelanggannya. Keberhasilan suatu bisnis bukan ditentukan oleh pelanggannya. Dari pernyataan tersebut dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut.

- a. Pertama, bahwa pemasaran merupakan bagian yang tidak dapat dipisahkan dari dunia usaha suatu perusahaan;
- b. Kedua, bahwa pemasaran harus disadari keberadaan dan fungsinya oleh setiap pihak yang berada di dalam perusahaan;

- c. Ketiga, bahwa pemasaran melibatkan pihak yang berada di dalam perusahaan;
- d. keempat, pemasaran menekankan pada pelanggan menentukan kelangsungan dan keberadaan perusahaan.

Secara lebih rinci pemasaran mencakup kegiatan sebagai berikut.

- a. Menyelidiki dan mengetahui apa yang diinginkan pelanggan
- b. Mengembangkan dan merencanakan sebuah produk barang atau jasa yang memenuhi keinginan tersebut
- c. Memutuskan cara terbaik untuk menentukan harga, promosi, dan mendistribusikan produk barang atau jasa yang dihasilkan.

Dengan kata lain, pemasaran adalah suatu sistem total dari kegiatan usaha yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang atau jasa yang dapat memuaskan pelanggan saat ini maupun pelanggan potensial.

Pengusaha telah menyadari bahwa pemasaran sangat penting bagi keberhasilan sebuah perusahaan, sebuah pemikiran bisnis yang benar-benar baru, sebuah filsafat baru berkembang dan disebutkan konsep pemasaran. Ada ketetapan pokok yang mendasari konsep pemasaran.

### **3. Kendala Birokrasi**

Pada awalnya birokrasi diciptakan untuk melakukan penataan dan pengaturan dalam rangka meningkatkan pelayanan kepada publik. Namun hal ini harus didukung oleh berbagai prasyarat, misalnya adanya sistem kerja yang berlangsung secara baik, keadaan sumberdaya manusia yang memadai (kecakapan dan kejujuran) dan prasyarat budaya tertentu.

Secara umum birokrasi di Indonesia masih belum mempunyai peran secara baik. Birokrasi tetap menjadi salah satu problem yang terbesar dihadapi Asia, meskipun reformasi dalam skala lumayan telah berlangsung di negara-negara yang paling parah terpuak oleh krisis finansial tahun 1997. Dari sejumlah negara yang diteliti Indonesia termasuk terpuak dan tak mengalami perbaikan dibandingkan tahun 1999, meskipun masih lebih baik dibandingkan

dengan Cina, Vietnam dan India. Demikian survei yang dilakukan oleh lembaga *tink-tank Political Risk Consultancy* (PERC) yang berbasis di Hongkong terhadap eksekutif bisnis asing. Indonesia memperoleh skor 8,0 atau tak bergerak dari skor 1999, dari kisaran skor yang dimungkinkan yakni untuk nol dari terburuk. Skor 8,0 atau jauh di bawah rata-rata ini didasarkan pertimbangan masih banyak pejabat tinggi pemerintah yang memanfaatkan posisi mereka untuk memperkaya diri sendiri dan orang-orang dekat mereka.

Simanjuntak, direktur Eksekutif Institut Manajemen Prasetia Mulya memberikan komentar atas hasil survei di atas, dengan menyampaikan pernyataan (1) Dalam kasus Indonesia masalahnya adalah mahalnyanya persetujuan atau lisensi. Beliau juga menyampaikan bahwa di Indonesia masih banyak pejabat senior pemerintah yang terjun ke bisnis. Mereka selalu menggunakan posisinya untuk melindungi dan mengangkat kepentingan bisnis pribadinya, (2) Kelemahan birokrasi Indonesia antara lain disebabkan karena banyak kegiatan yang tidak perlu dilakukan tetapi tetap untuk dilaksanakan oleh pemerintah. “ibarat seorang sopir yang membawa bus besar, tetapi penumpangnya hanya tiga orang” kata dia (3) Proram-program pelatihan di lingkungan birokrasi juga tidak kompetitif. Hal ini disebabkan oleh pelatihan di mana yang melaksanakan program pelatihan tersebut tidak lain adalah pemerintah sendiri. (4) Jenjang dalam birokrasi di Indonesia sebenarnya sudah ada sehingga program pelatihan menjadi sekedar formalitas.

Sebelumnya telah banyak kajian atau survei-survei mengenai kondisi pemerintahan di Indonesia ini. Misalnya saja, tahun lalu PERC menempatkan Indonesia sebagai negara tingkat korupsi tertingi dan sarat kroni-isme di Asia, dengan skor 9,91 untuk korupsi dan 9,09 untuk koroni-isme, dari sekala penilaian antara nol hingga sepuluh. Survei tahun 1998, PERC juga menetapkan Indonesia sebagai negara nomor satu paling korup di Asia. Sementara Transparansy Internasional (TI) tahun 1998 mendudukan Indonesia di posisi keenam negara paling korup sedunia, setelah tahun 1995 menduduki peringkat pertama.

#### **4. Kendala Mental Kewirausahaan**

Tidak semua orang mempunyai kualitas pribadi yang diperlukan untuk menjadi seseorang wirausaha yang berhasil. Studi tentang profit yang berlaku yang menunjukkan bahwa kualitas pribadi berkaitan erat dengan kewirausahaan yang berhasil. Adapun ciri-ciri atau sifat dari kewirausahaan adalah sebagai berikut.

Tabel 2. Ciri-ciri dan sifat kewirausahaan yang berhasil

	<b>CIRI-CIRI</b>	<b>SIFAT-SIFAT</b>
1	Percaya diri	Keyakinan, ketidaktergantungan, individualisme, optimisme
2	Berorientasi tugas dan hasil	Kebutuhan akan prestasi berorientasi laba, ketekunan dan ketabahan, tekad kerja keras, mempunyai dorongan yang kuat, energik dan inisiatif
3	Pengambilan resiko	Kemampuan resiko, suka tantangan
4	Kepemimpinan	<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Bertingkah laku sebagai pemimpin</li><li>➤ Dapat bergaul dengan orang lain</li><li>➤ Menanggapi saran dan kritik</li></ul>
5	Keorisinilan	<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Inovatif dan kreatif</li><li>➤ Fleksibel</li><li>➤ Serba bisa</li><li>➤ Mengetahui banyak hal (universal)</li></ul>
6	Berorientasi pada masa depan	Pandangan luas ke depan

Daftar ini meliputi sifat-sifat seyogyanya dimiliki dan dikembangkan jika anda menjadi wirausahawan. Mungkin anda tidak membutuhkan sifat-sifat ini tetapi semakin banyak yang anda miliki semakin besar menjadi wiraswastawan yang berhasil. Memang sulit untuk mendapatkan wirausahawan yang mendapat angka tinggi untuk semua sifat-sifat itu, namun besar kemungkinan menemukan wirausahawan yang mempunyai angka tinggi pada sifat-sifat kepercayaan pada diri sendiri. Kemampuan mengambil resiko, fleksibel, keinginan untuk mencapai sesuatu dan keinginan tidak tergantung pada orang lain.

## **5. Kendala Legalitas**

Aspek legalitas inkubator bisnis sangat menentukan kinerja suatu inkubator bisnis. Aspek ini sangat tergantung pada setatus perguruan tinggi. Legalitas sebuah lembaga inkubator bisnis harus jelas, baik pada tatanan status universitas maupun kaitanya dengan organisasi pemerintahan daerah. Legalitas ini selain memberikan kejelasan status dan perenan inkubator bisnis dalam suatu perguruan tinggi, maka juga akan berkaitan dengan keberlanjutan inkubator tersebut. Aspek legalitas merupakan salah satu dari kata kunci bagi inkubator bisnis di dalam mengatasi berbagai kendala.

## **SIMPULAN**

Beberapa kesimpulan yang bisa disampaikan adalah sebagai berikut.

1. Inkubator bisnis sudah berkembang lama di sejumlah negara, namun di Indonesia pada umumnya berkaitan dengan salah satu Tridarma Perguruan Tinggi yaitu pengabdian kepada masyarakat, konsekuensi dari hal ini adalah inkubator bisnis yang dikembangkan cenderung menginkubasi kegiatan bisnis di luar perguruan tinggi (*out wiiil*). Selain itu juga dengan akan dilaksanakannya otonomi kampus dirasa perlu diberengi dengan pengembangan unsur internal melalui inkubasi unit bisnis (satuan usaha komersial) perguruan tinggi, bahkan ada universitas yang memiliki satuan unit komersial, namun tanpa melalui inkubator bisnis. Hal ini sangat tergantung pada kebijakan universitas.
2. Berkaitan dengan model inkubator bisnis di perguruan tinggi dalam negeri, dihasilkan sejumlah tipologi. Tipologi inkubator bisnis tersebut sangat terkait dengan model pengembangan yang akan ditempuh, yaitu: (1) belum ada; (2) akan dirintis; (3) ada tetapi kurang berkembang; (4) tidak ada inkubator bisnis tetapi ada satuan inkubator komersial (*in wall*) (5) ada inkubator bisnis namun hanya beroreantasi keluar (*out wall*); dan (6) lengkap inkubator bisnis *in wall* dan *out wall*. Dalam kaitannya dengan pola pengembangan perlu berapa hal yang dilakukan

sesuai tipologinya yaitu: (1) persiapan pembentukan, (2) pembentukan, (3) hidup kembali, (4) lengkapi dan tetap lengkap internal, (5) pembentukan dan pengembangan *in wall*, (6) pengembangan *in wall* dan *out wall*.

3. Pengembangan inkubator bisnis perguruan tinggi didasarkan pada sebuah buku pedoman umum yang telah disusun untuk hal itu. Untuk pedoman ini terdiri dari dua komponen utama, yaitu bagaimana melakukan pengembangan inkubator bisnis di perguruan tinggi dan dan yang kedua bagaimana model yang ditempuh untuk membangun unit bisnis perguruan tinggi baik secara internal maupun eksternal. Pedoman juga memuat sebuah kriteria tentang keberhasilan suatu inkubator bisnis maupun satuan usaha komersial yang dibangun.
4. Inkubator bisnis yang terbentuk memerlukan finalisasi, yang terdiri dari pemanfaatan (etika bisnis dan sistem bagi hasil) dukungan kebijakan dari perguruan tinggi, dan pengembangan jejaring dengan dunia usaha, alumni, dan pemerintah daerah maupun pusat.

Sedangkan saran yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut.

1. Pengembangan model inkubator bisnis perguruan tinggi perlu diarahkan agar tidak hanya menginkubasi bisnis yang ada di luar perguruan tinggi (*out wall*) saja, akan tetapi perlu menginkubasi inter perguruan tinggi (*in wall*) itu sendiri melalui unit usaha komersial (unit-unit bisnis) sehingga otonomi perguruan tinggi perlu didukung dalam hal pendanaannya. Oleh karena itu, perlu dipikirkan kemungkinan adanya pergeseran orientasi dari yang hanya *research university* menjadi *interpreneur university*.
2. Mengingat bahwa pengembangan inkubator bisnis perguruan tinggi merupakan salah satu jalan keluar bagi otonomi perguruan tinggi dalam hal alternatif sumber pendanaan untuk semakin memberikan arti bagi masyarakat dan negara, maka diperlukan langkah-langkah penyebaran informasi maupun pelatihan-pelatihan untuk mengembangkannya. Penyebarluasan informasi

dapat hanya dilakukan melalui penerbitan buku. Pelatihan-pelatihan kepada calon pengelola inkubator bisnis perguruan tinggi sangat diperlukan sebagai upaya pemahaman lebih lanjut dalam hal pengembangan dan pengelolaan inkubator bisnis perguruan tinggi.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Fatch, Muhamad. (2000). *Inkubator Bisnis Universitas Brawijaya*. Lembaga Pengabdian Masyarakat. Universitas Brawijaya.
- Ndraha, Taliziduhu. 1987. *Pembangunan Masyarakat dalam Mempersiapkan Masyarakat Tinggal Landas*. Bina Aksara. Jakarta.
- P3KPK. (1998/1999). *Pembinaan Pengusaha Kecil Melalui Inkubator Bisnis Universitas Riau*, P3KPK-Fakultas Ekonomi Universitas Riau.
- P3KPK. (1999/2000). *Pembinaan Pengusaha Kecil Melalui Inkubator Bisnis Universitas Riau*, P3KPK-Fakultas Ekonomi Universitas Riau.
- PPK-LPM-UNS. (2003). *Prospek Inkubator Bisnis*. Universitas Sebelas Maret. Surakarta.
- Purdawaria, Hadi K., dan Dodi Nandika. (2005). *Pembentukan Pusat Inkubator di Perguruan Tinggi: Maniatur Tumbuhnya Wirausahawan di kampus dan Sinergi Dunia Akademisi dan Praktisi*. (download, 25/09/2005).
- Rahcman, Ali, MA. (1989). "Dana dan Simpul Sosiobudaya: Kasus Petani dan Nelayan Sukabumi. *Mimbar Sosek*. Departemen Ilmu Sosial Ekonomi Pertanian. Fakultas Pertanian. IPB
- Supangkat, Suhono Harso. (2005). Pengembangan Usaha dan Indutri Melalui Proses Inkubasi. *Jurnal Pusat Inkubator Bisnis*. ITB. Bandung.

- Supangkat, Suhono Harso dan Sigit Suharso. (2005). *Pengembangan Model dan Mekanisme Inkubator Bisnis di ITB*. Makalah disampaikan pada Lokakarya I Pengembangan Model dan Inkubator Bisnis Perguruan Tinggi, tanggal 11 Agustus 2005 di Hotel Regency Park. Malang.
- Susilo, Edi *et al.* (1999). Model kelembagaan Akomodatif Sebagai Upaya Mengujudkan Struktur “Masyarakat-Progresif” Guna Menunjang Pembangunan Pedesaan Pantai di Jawa Timur. *Laporan Penelitian Hibah Bersaing*. Pusat Penelitian Ilmu Sosial. Universitas Brawijaya. Malang.
- Susilo, Edi *et al.* (2003-2004). Peningkatan Adaptasi Manusia pada Lingkungan yang Sedang Berubah Cepat dan Multi-dimensional (Kasus pada Masyarakat Nelayan Tradisional) *Laporan Penelitian RUKK Tahun I dan II*. PPIS. Unibraw. Malang.
- Tim Unibraw. (2005a). *Desain Inkubator Bisnis Perguruan Tinggi*. Makalah disampaikan pada Lokakarya I Pengembangan Model dan Mekanisme Inkubator Bisnis Perguruan Tinggi, Tanggal 1 Oktober 2005 di Hotel Regency Park. Malang
- Tim Unibraw. (2005b). *Eksplorasi Model Inbis PT*. Makalah disampaikan pada Lokakarya II Pengembangan Model dan Mekanisme Inkubator Bisnis Perguruan Tinggi, Tanggal 1 Oktober 2005 di Hotel Regency Park. Malang.
- Tim Unibraw. (2005c). *Pengembangan Model Inkubator Bisnis di Indonesia*. Makalah disampaikan pada Lokakarya III Pengembangan Model dan Mekanisme Inkubator Bisnis Perguruan Tinggi, Tanggal 17 November 2005 di Hotel Regency Park. Malang.

Tjahjono, Agus, dkk. (2003). *Socio-Economi Assasment II (SEAI)*. Pesisir Prigi Trenggolek. Asian Deploment Bank (ADB).

Widodo, Andhy Prsetyo. (2005). "Model dan Mekanisme Bisnis UGM" Makalah disampaikan pada Lokakarya III Pengembangan Model dan Mekanisme Inkubator Bisnis Perguruan Tinggi, Tanggal 11 Agustus 2005 di Hotel Regency Park. Malang.