



**MODEL INKUBASI  
INOTEK FOUNDATION**

## **1. KERANGKA MODEL INKUBASI**

Model ini menggabungkan pendekatan:

- **Business incubation** → validasi bisnis & scale
- **Applied innovation** → teknologi tepat guna
- **Market-driven approach** → fokus penjualan
- **Impact-driven (ESG)** → keberlanjutan

## **2. STRUKTUR MODEL (END-TO-END PIPELINE)**

### **A. SCOUTING & SELECTION**

**Tujuan:** Menemukan UMKM potensial

**Sumber:**

- Collaborator Hub (daerah)
- Komunitas UMKM
- Program pemerintah/mitra

**Kriteria Seleksi:**

- Produk sudah ada (bukan ide)
- Ada traction awal
- Potensi scale
- Komitmen founder

**Output:**

- Cohort inkubasi (20–50 UMKM/batch)

### **B. DIAGNOSTIC & BASELINE**

**Tujuan:** Menentukan level kesiapan bisnis

**Tools:**

- Business Health Check
- Product readiness assessment
- Market readiness index

**Aspek yang dinilai:**

- Produk (kualitas, kemasan)
- Branding
- Operasional
- Keuangan
- Digital presence

**Output:**

- Skor baseline
- Individual roadmap UMKM

**C. CORE INCUBATION (3–6 BULAN)****1. Product Strengthening**

- Standardisasi kualitas
- Packaging upgrade
- Value proposition

**2. Branding & Marketing**

- Visual identity
- Foto & konten produk
- Storytelling

**3. Sales & Market Access**

- Marketplace onboarding
- Strategi distribusi
- B2B matching

**4. Financial & Operation**

- Costing & pricing
- SOP produksi
- Cashflow management

**5. Digital & AI Adoption**

- AI untuk konten marketing
- Tools operasional sederhana
- Automasi ringan

## **D. MENTORING & COACHING**

Pendampingan intensif berbasis kebutuhan

### **Tipe Mentor:**

- Praktisi bisnis
- Industri spesifik (kuliner, waste, teknologi)
- Digital & branding expert

### **Model:**

- 1 mentor : 5–10 UMKM
- Weekly check-in
- Problem-solving based

## **E. MARKET VALIDATION**

**Fokus: apakah produk benar-benar laku**

### **Aktivitas:**

- Soft launching produk baru
- Penjualan di marketplace
- Pameran / bazar
- Uji pasar langsung

### **KPI utama:**

- Penjualan real (bukan simulasi)
- Repeat order
- Customer feedback

## **F. DEMO DAY / BUSINESS SHOWCASE**

**Tujuan: membuka akses pasar & peluang kolaborasi**

### **Peserta:**

- Buyer
- Investor
- Distributor
- Pemerintah

## Output:

- Deal bisnis
- Partnership
- Exposure brand

## G. POST-INCUBATION (ACCELERATION)

### Fokus:

- Ekspansi pasar
- Produksi skala besar
- Akses pembiayaan
- Ekspor

## H. KPI & IMPACT MEASUREMENT

### KPI Bisnis:

- Growth omzet (%)
- Jumlah transaksi
- Channel penjualan aktif

### KPI Operasional:

- Produk terstandarisasi
- Packaging upgrade
- SOP berjalan

### KPI Impact:

- Penyerapan tenaga kerja
- Pengurangan limbah (untuk sektor waste)
- Peningkatan pendapatan UMKM

## I. ALUR SEDERHANA (VISUAL LOGIC)

Scouting → Diagnostic → Inkubasi → Validasi Pasar → Demo Day → Scale-up