



## RENCANA STRATEGIS

### 1.Strategi Promosi

Strategi promosi yang dilakukan oleh Lembaga Inkubator Bisnis BLKK Yayasan Gondang dalam rangka mempromosikan Inkubator Bisnis sebagai berikut:

- 1) Penyebaran informasi melalui media *online* seperti *website* (<https://yayasan-gondang.com/>) dan jejaring sosial (*twitter*, *instagram*, dan *facebook*);
- 2) Melakukan sosialisasi keberadaan Lembaga Inkubator Bisnis BLKK Yayasan Gondang, seperti contoh melalui mata kuliah kewirausahaan dengan melaksanakan magang di inkubator;
- 3) Aktif mengikuti kegiatan *workshop*, pameran, dan bazar di lingkungan Universitas maupun luar Universitas;
- 4) Menampilkan logo Lembaga Inkubator Bisnis BLKK Yayasan Gondang dalam kegiatan seminar/*expo* kewirausahaan di Pekalongan

### 2. Kebijakan Strategi Rekrutmen dan Eksit Start Up

Tahapan rekrutmen yang dilakukan oleh Lembaga Inkubator Bisnis BLKK Yayasan Gondang adalah:

- 1) Sosialisasi, dilakukan sosialisasi tentang nama Lembaga/BLK Komunitas kepada calon tenant;
- 2) Calon tenant mengisi formulir permohonan dan melengkapi persyaratan;
- 3) Pengecekan kebenaran dan kelengkapan berkas calon tenant;
- 4) Pengajuan proposal bisnis oleh calon tenant;
- 5) *Evaluation*, evaluasi yang dilakukan mengenai:
  - a. Motivasi pelaku
  - b. Persyaratan administrasi
  - c. Ide bisnis yang dikembangkan, dan
  - d. *Bisnis plan* yang disusun calon tenant
- 6) Penilaian ide bisnis, indikator yang dinilai meliputi:
  - a. Produk (barang/jasa) yang *marketable* (harga jual dan peluang pasar)

- b. Motivasi dan kemampuan untuk melaksanakan ide bisnis (manajerial)
  - c. Dukungan dan kesesuaian dengan program Inkubator unit bisnis
  - d. Mengandung unsur inovasi dan pengembangan teknologi, dan
  - e. Memiliki sumberdaya yang minimal untuk mengimplementasikan ide bisnis
- 7) *Desk Evaluation* rencana bisnis, dilakukan dengan menganalisis dan memberikan pembobotan pada indikator berikut:
- a. Produk
  - b. Pasar dan pemasaran
  - c. Perencanaan keuangan
  - d. Organisasi
- 8) Wawancara
- 9) *Visit Site*

Inkubator Unit Bisnis Lembaga Inkubator Bisnis BLKK Yayasan Gondang menginkubasi tenant selama 1 tahun. Salah satu indikator penting dalam proses inkubasi ini adalah ukuran keberhasilan tenant. Tenant yang diinkubasi oleh Lembaga Inkubator Bisnis BLKK Yayasan Gondang dianggap berhasil (lulus) apabila:

1. Tenant telah mampu menjalankan usahanya secara mandiri;
2. Sehat secara finansial (tanpa dukungan subsidi);
3. Mampu menghasilkan produk dengan kualitas dan kuantitas yang sesuai dengan permintaan pasar secara kontinu;
4. Skala usaha semakin meningkat;
5. Unit bisnis semakin berkembang;
6. Mampu menciptakan lapangan pekerjaan baru,
7. Tenant mampu memberikan kontribusi pendanaan (*income generating*) bagi Lembaga Inkubator Bisnis BLKK Yayasan Gondang.

Sedangkan tenant yang diinkubasi oleh Lembaga Inkubator Bisnis BLKK Yayasan Gondang dianggap perlu di *drop out* apabila:

1. Melanggar kontrak perjanjian kerjasama dengan inkubator;
2. Tidak melakukan aktivitas bisnis;
3. Tidak mengikuti monev selama 3 ka

### 3. Monitoring dan Evaluasi

Kegiatan monitoring dilakukan setiap caturwulan sekali oleh Inkubator Unit Bisnis Lembaga Inkubator Bisnis BLKK Yayasan Gondang. Monitoring 1 dilaksanakan pada caturwulan pertama (bulan Januari - April) mengenai customer development dan aspek produksi tenant. Monitoring 2 dilaksanakan pada caturwulan kedua (bulan Mei - Agustus) mengenai customer validation dan legalitas usaha. Monitoring 3 dilaksanakan pada caturwulan tiga (bulan September - Desember) mengenai omset pemasaran tenant.

#### 1. Monitoring I

##### a. *Customer Development* (ICT)

Melakukan monitoring terhadap aspek *customer* yaitu tenant sudah dapat mengetahui mengenai seberapa jauh produk yang telah mereka buat dapat memberikan solusi terhadap permasalahan *customer* dan sejauh mana *customer* membutuhkan produk yang dibuat.

##### b. Aspek Produksi (Bidang Fokus Teknologi, Multimedia, & Digital)

Melakukan monitoring terhadap kegiatan produksi yang dilakukan oleh tenant terutama dalam hal: (a) pengendalian biaya (*Cost Control*), bertujuan agar produk yang dihasilkan memberikan harga yang bersaing (*Competitive price*); (b) pengendalian produksi (*Production Control*) bertujuan agar proses produksi (proses pelaksanaan berjalan) bisa lancar, cepat dan jumlahnya sesuai dengan rencana pencapaian target; (c) pengendalian standar spesifikasi produk meliputi aspek kesesuaian, keindahan, kenyamanan; (d) pengendalian waktu penyerahan produk (*delivery control*) terkait dengan pengaturan untuk menghasilkan jumlah produk yang tepat waktu pengiriman dan tepat waktu diterima.

#### 2. Monitoring II:

##### a. *Customer Validation* (Bidang Fokus ICT)

Melakukan monitoring mengenai *feedback* dari customer mengenai *prototype* yang telah dirancang, apakah produk tersebut diterima oleh pasar (*customer*).

b. Legalitas (Bidang Fokus Teknologi, Multimedia, & Digital)

Melakukan monitoring terhadap legalitas kegiatan usaha tenant terkait badan hukum, izin usaha, izin edar, merk dagang, izin BPOM, logo halal, HAKI, dll.

3. Monitoring III: Omset Pemasaran

Melakukan monitoring apakah omset pemasaran tenant telah sesuai dengan target awal atau belum.

Selain kegiatan monitoring, Inkubator Unit Bisnis Lembaga Inkubator Bisnis BLKK Yayasan Gondang juga melakukan evaluasi terhadap tenant *inwall* maupun *outwall* dengan menilai laporan kemajuan dan laporan akhir yang dibuat oleh tenant.