

RENCANA STRATEGIS

1. Strategi Promosi

Strategi promosi yang dilakukan oleh Inkubator Bisnis Kampoeng Indonesia Peduli dalam rangka mempromosikan Inkubator Bisnis sebagai berikut:

- 1) Penyebaran informasi melalui media *online* seperti *website* (Inkubator Bisnis Kampoeng Indonesia Peduli) dan jejaring sosial (*twitter*, *instagram*, dan *facebook*);
- 2) Melakukan sosialisasi keberadaan Inkubator Bisnis Kampoeng Indonesia Peduli, 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 Inkubator Bisnis Kampoeng Indonesia Peduli dalam kegiatan seminar/ *expo* kewirausahaan difraer

2. Kebijakan Strategi Rekrutmen dan Eksit Start Up

Tahapan rekrutmen yang dilakukan oleh Inkubator Bisnis Kampoeng Indonesia Peduli adalah:

- 1) Sosialisasi, dilakukan sosialisasi tentang Inkubator Bisnis Kampoeng Indonesia Peduli 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 Inkubator Bisnis Kampoeng Indonesia Peduli menginkubasi tenant selama 3 tahun. Salah satu indikator penting dalam proses inkubasi ini adalah ukuran keberhasilan tenant. Tenant yang diinkubasi Inkubator Bisnis Kampoeng Indonesia Peduli 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 Inkubator Bisnis Kampoeng Indonesia Peduli.

Sedangkan tenant yang diinkubasi oleh Inkubator Bisnis Kampoeng Indonesia Peduli 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 Inkubator Bisnis Kampoeng Indonesia Peduli. Monitoring 1 dilaksanakan pada caturwulan pertama (bulan Desember 2024) mengenai customer development dan aspek produksi tenant. Monitoring 2 dilaksanakan pada caturwulan kedua (bulan April 2025) mengenai customer validation dan legalitas usaha. Monitoring 3 dilaksanakan pada caturwulan tiga (bulan Agustus 2025) 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 Seni Kriya)

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 Seni Kriya)

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 Kampoeng Indonesia Peduli juga melakukan evaluasi terhadap tenant *inwall* maupun *outwall* dengan menilai laporan kemajuan dan laporan akhir yang dibuat oleh tenant.