

Inkubator Bisnis Universitas Trilogi (INBISTRO) didirikan oleh Prof. Dr. Asep Saefuddin, M.Sc selaku rektor Universitas Trilogi pada tahun 2013 dan telah terdaftar sebagai anggota Asosiasi Inkubator Bisnis Indonesia (AIBI).

Dengan visi “Menciptakan perusahaan pemula yang inovatif, mandiri dan mampu memberi dampak pada terwujudnya keadilan sosial bagi seluruh rakyat Indonesia”, Inbistro menaungi kegiatan kewirausahaan dari seluruh Fakultas di Universitas Trilogi, yaitu Fakultas Ekonomi & Bisnis (FEB), Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan (FKIP), Fakultas Industri Kreatif dan Telematika (FIKT) dan Fakultas Bioindustri (FBIO), serta membina masyarakat umum dalam kegiatan wirausaha. Kami memberikan pelayanan seperti *Coworking & Office Facility, Business & Product Development, Knowledge & Skill Development, Financing Access, Business Networking*, serta *Commercialization & Marketing* untuk para tenant.

Pada tahun 2018, Inbistro mendapatkan kepercayaan dari Kementerian Riset Teknologi dan Pendidikan Tinggi berupa hibah Perusahaan Pemula Berbasis Teknologi dari Perguruan Tinggi (PPBT), Calon Perusahaan Pemula Berbasis Teknologi (CPPBT) dan Program Pengembangan Kewirausahaan (PPK) dengan total nilai 564 Juta Rupiah. Pada pemeringkatan Kategori Inovasi Tingkat Perguruan Tinggi Swasta/Negeri tahun 2018, Inbistro meraih peringkat ke-92 dari 4000 Perguruan Tinggi di Indonesia.



Kampus Universitas Trilogi d/h STEKPI
Jl. TMP Kalibata no. 1, Pancoran, Jakarta Selatan

Telp. 021-7980011
e-mail: info@trilogi.ac.id
<http://trilogi.ac.id>



UNIVERSITAS TRILOGI
Teknopreneur | Kolaborasi | Kemandirian



Inkubasi Bisnis dan Inovasi Tahun 2018

Inkubasi Bisnis dan Inovasi Tahun 2018

M. Lahandi Baskoro • Yaddarabullah •
Amelia Hidayah • Bayyinah Nurrul Haq • Rizka Ramayanti



Inkubasi Bisnis dan Inovasi Tahun 2018

Penulis :

M Lahandi Baskoro

Yaddarabullah

Amelia Hidayah

Rizka Ramayanti

Bayyinah Nurul Haq



UNIVERSITAS TRILOGI
2018



Inkubasi Bisnis dan Inovasi Tahun 2018

Diterbitkan pertama kali oleh Universitas Trilogi tahun 2018

Cetakan pertama Maret 2018

All Right Reserved

Hak cipta dilindungi undang-undang

Perpustakaan Nasional RI, Data Katalog dalam Terbitan (KDT)

Penulis: M Lahandi Baskoro, Yaddarabullah, Amelia Hidayah, Rizka Ramayanti, Bayyinah Nuruh Haq

Perancang Sampul: Erneza Dewi Krishnasari

Inkubasi Bisnis dan Inovasi Tahun 2018

73 halaman; 15x23 cm

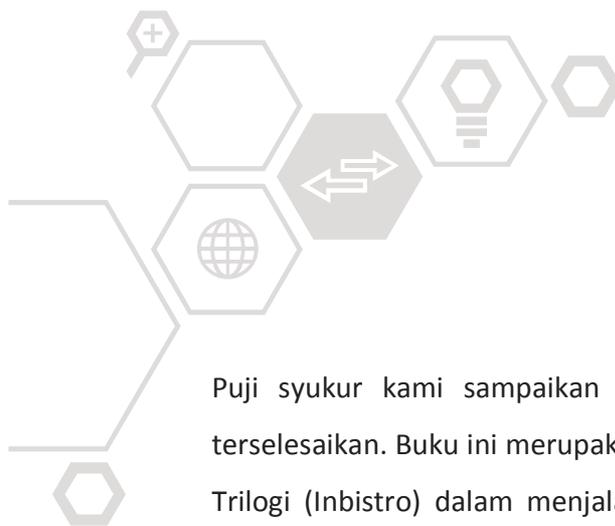
ISBN :

Penerbit Universitas Trilogi

Jl. TMP Kalibata, Jakarta 12760 Indonesia

Telp. (021) 7980011, 7981350, Faks. (021) 7981352

www.trilogi.ac.id



KATA PENGANTAR

Puji syukur kami sampaikan kepada Allah, atas rahmat-Nya maka buku ini bisa terselesaikan. Buku ini merupakan dokumentasi pencapaian Inkubator Bisnis Universitas Trilogi (Inbistro) dalam menjalankan visinya membina para tim yang menjadi tenant inkubator. Tugas utama inkubator bisnis adalah untuk membantu tenant atau binaannya, bisa tumbuh berkembang secara bisnis dan berhasil mendapatkan tempat di pasar. Tidak mudah, namun kami terus berusaha menyempurnakan sistem dan proses agar tujuan ini bisa tercapai. Upaya tersebut juga tidak terlepas dukungan dari berbagai pihak. Oleh karenanya ucapan terimakasih kami sampaikan kepada para pihak yang selama ini telah berkontribusi dalam proses pembinaan tenant dan membantu kelancaran operasional inkubator. Buku ini diharapkan bermanfaat sebagai referensi untuk mereka yang membutuhkan gambaran tentang pembinaan bisnis yang berbasis inovasi, terutama yang berasal dari kreativitas mahasiswa dan dosen. Tentunya buku ini tidak lepas dari kekurangan, untuk itu jika ada saran dan masukan silahkan disampaikan kepada pengurus Inbistro.

Terimakasih atas kesediaannya membaca buku ini.

M Lahandi Baskoro,
Direktur Inkubator Bisnis Universitas Trilogi



DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	3
DAFTAR ISI	4
BAB 1 PENDAHULUAN	6
1.1. Permasalahan dan Potensi	11
1.2. Peluang dan Keunggulan	11
BAB 2 PROFIL INKUBATOR BISNIS TRILOGI	13
2.1. Visi	13
2.2. Misi	13
2.3. Tujuan	13
2.4. Srtuktur Organisasi	14
2.5. Target	16
2.6. Potensi dan Nilai Ekonomi	17
2.7. Iptek Tenant	19
BAB 3 LAYANAN DAN FASILITAS	21
3.1. Pelayanan Inkubasi	21
3.2. Sumber Daya dan Fasilitas	22
3.3. Sumber Daya Fasilitas Pendukung	26
3.4. Sumber Daya Akses Pasar	26
BAB 4 METODE INKUBASI	28
4.1. Pola Rekrutment	29
4.2. Pola Inkubasi	30
BAB 5 PRODUK DAN INOVASI TENANT	32
5.1. Muztreat	32
5.2. Getcrew	33
5.3. IdCloud	40
5.4. Titipsaja	43
5.5. Egritech	46
5.6. Muma	49
5.7. Mopizza	53



5.8. Mostbreiner	56
5.9. Pesona Teluk Maranti	60
5.10. Escadot	62
BAB 6 REPUTASI DAN PUBLIKASI	66
6.1. Juara 1 Kompetisi Kewirausahaan USNI	66
6.2. Juara 3 Kompetisi Booth UMKM	66
6.3. Cluster 1 Bidang Inovasi Pendidikan Tinggi	67
6.4. Siaran Radio DFM 103.4 FM Jakarta	67
6.5. Liputan Wanita Indonesia Tahun 2018	68
6.6. Anggota Asosiasi Inkubator Bisnis Indonesia (AIBI)	69
6.7. Peraih Dana Hibah PPBT, CPPBT dan PPK Tahun 2018	69
6.8. Publikasi Buku	69
BAB 7 PENUTUP	71
BIOGRAFI	72

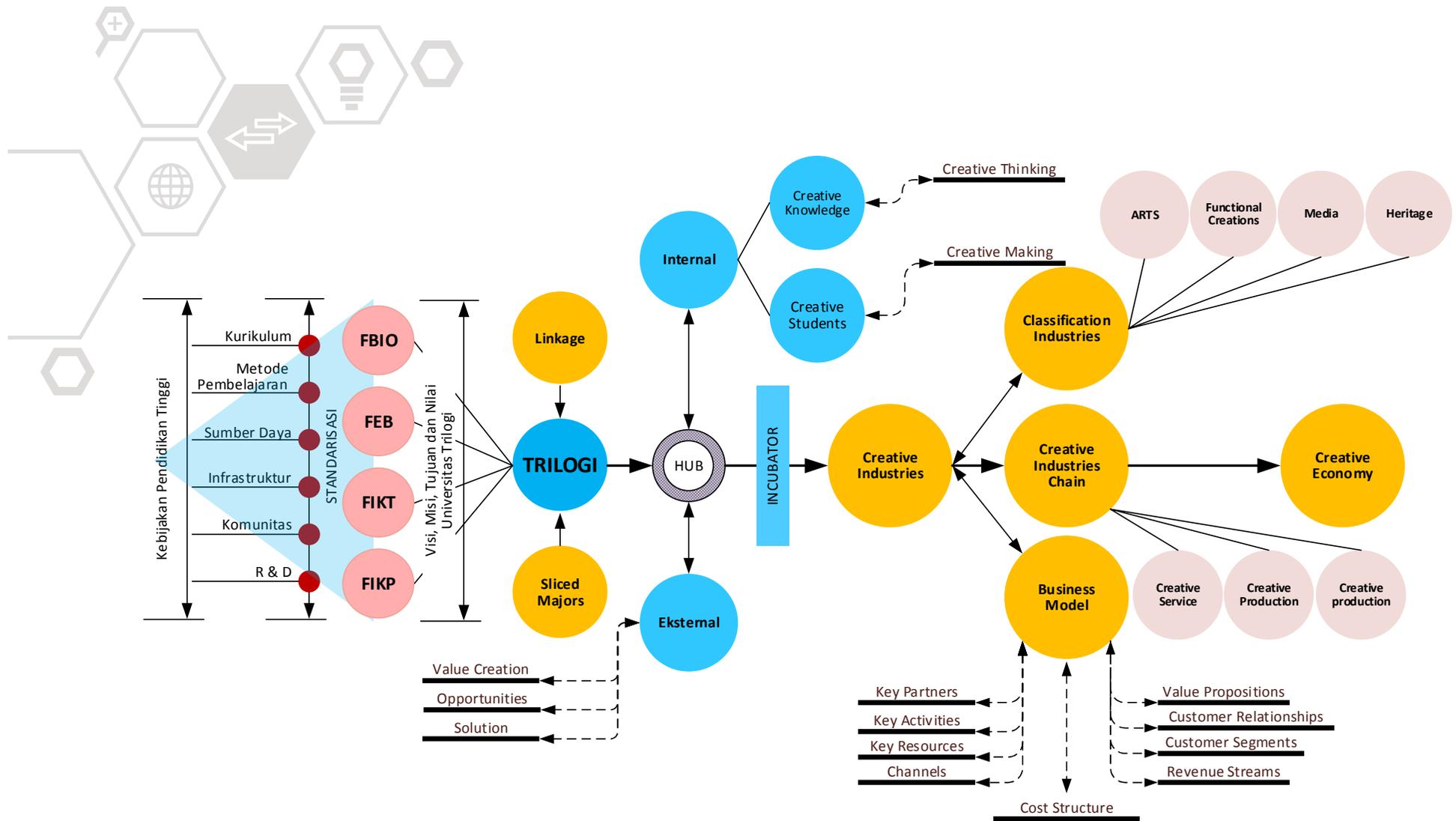


BAB 1

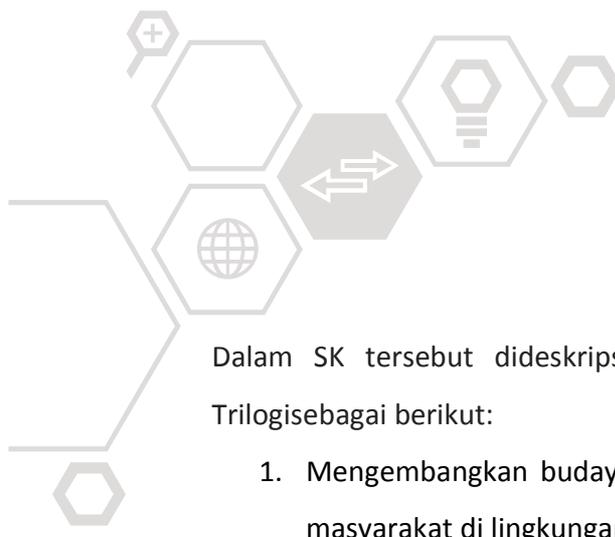
PENDAHULUAN

Tiga Pilar Universitas Trilogi (Keteknopreneran, Kolaborasi dan Kemandirian, dalam sistem ekonomi berdasar nilai-nilai Pancasila) yang tertuang dalam visi yang canangkan memiliki kekhasan atau ciri tersendiri. Ini adalah basis keunggulan komparatif yang berhubungan langsung dengan proses penyelenggaraan program pendidikan; 1) Tata Kelola Organisasi dan Manajemen, 2) Penjaminan Mutu Internal, 3) Sumber Daya Manusia dan Infrastruktur, 4) Mahasiswa dan Lulusan, 5) Kurikulum dan Proses Pembelajaran, 6) Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat. Hal ini bertujuan untuk membawa misi dan tujuan tertentu dalam meningkatkan kualitas pendidikan, hubungan dengan stakeholder, sampai pada upaya dalam memperbaiki dan mengembangkan atmosfir akademik dan penelitian. Basis keunggulan komparatif ini adalah konsep program-program inovatif yang bersifat unik/khas dan menjadi pembeda di Universitas Trilogi, diilustrasikan pada gambar 1.1.

Inkubator Bisnis Trilogi (INBISTRO) menjadi unit di bawah koordinasi dari Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) Universitas Trilogi untuk pusat yang bertugas untuk mengembangkan kewirausahaan untuk mahasiswa, dosen, alumni dan masyarakat di lingkungan Universitas Trilogi. Pada tahun 2013 Prof. Dr. Ir. Asep Saefuddin, M.Sc sebagai Rektor Universitas Trilogi mengeluarkan Surat Keputusan No: 24/TRILOGI/Rektor/KPTS/XI/2013 tentang Pembentukan Inkubator Bisnis Trilogi(INBISTRO).



Gambar 1.1. Keunggulan Komparatif Universitas Trilogi

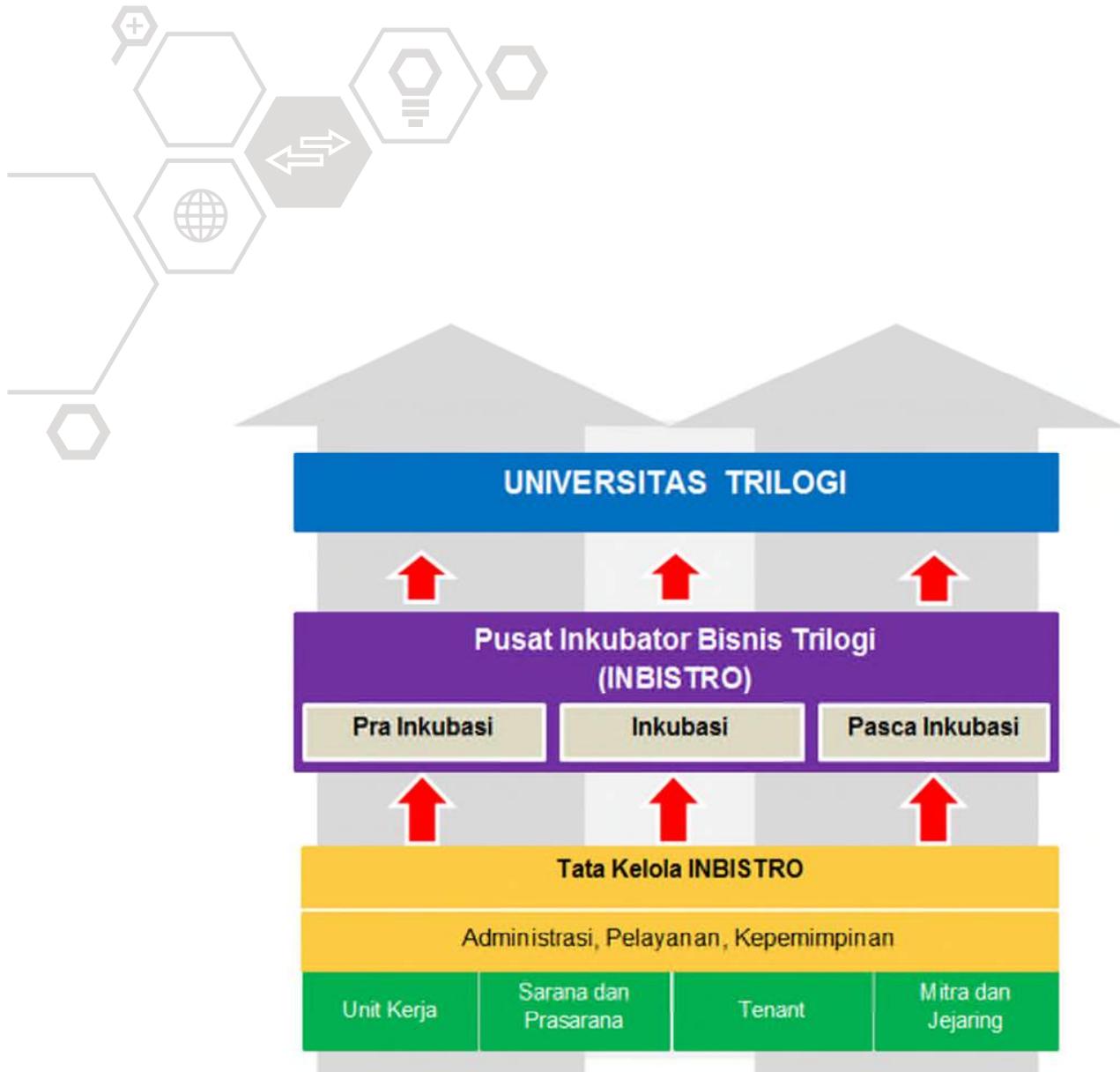


Dalam SK tersebut dideskripsikan tugas pokok dan fungsi dari Inkubator Bisnis Trilogi sebagai berikut:

1. Mengembangkan budaya kewirausahaan untuk mahasiswa, dosen, alumni dan masyarakat di lingkungan Universitas Trilogi;
2. Memfasilitasi hasil-hasil riset inovatif untuk pengembangan usaha;
3. Mengembangkan jejaring terkait peningkatan keberhasilan usaha;
4. Mengoptimalkan sumberdaya untuk menghasilkan pendapatan lembaga;
5. Menyiapkan konsep perusahaan pemula (startup company) untuk mahasiswa Universitas Trilogi.

INBISTRO dalam tugas pokok dan fungsinya menaungi kegiatan kewirausahaan dari seluruh Fakultas yaitu: (1) Fakultas Ekonomi, Bisnis (FEB) yang terdiri dari Prodi Manajemen, Prodi Akuntansi, Prodi Ekonomi Pembangunan; (2) Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan (FKIP) yang terdiri dari Prodi PGSD dan Prodi PG-PAUD; (3) Fakultas Industri Kreatif dan Telematika (FIKT) yang terdiri dari Prodi Desain Komunikasi Visual, Prodi Desain Produk Industri, Prodi Teknik Informatika dan Prodi Sistem Informasi; dan (4) Fakultas Bioindustri (FBIO) yang terdiri dari Prodi Agribisnis, Prodi Agroekoteknologi dan Prodi Ilmu Teknologi Pangan.

Sasaran-sasaran yang sudah dicanangkan dan menjadi fokus dalam rangka mendukung dan memberikan kontribusi sebesar-besarnya untuk mewujudkan visi Universitas Trilogi yaitu melahirkan generasi teknopreneur. Dalam pencapaian sasaran Inkubator Bisnis Trilogi (INBISTRO) dapat digambarkan seperti gambar 1.2, Framework Pengembangan dan Pengelolaan Inkubator Bisnis Trilogi.



Gambar 1.2. Framework Pengembangan Inkubator Bisnis Trilogi

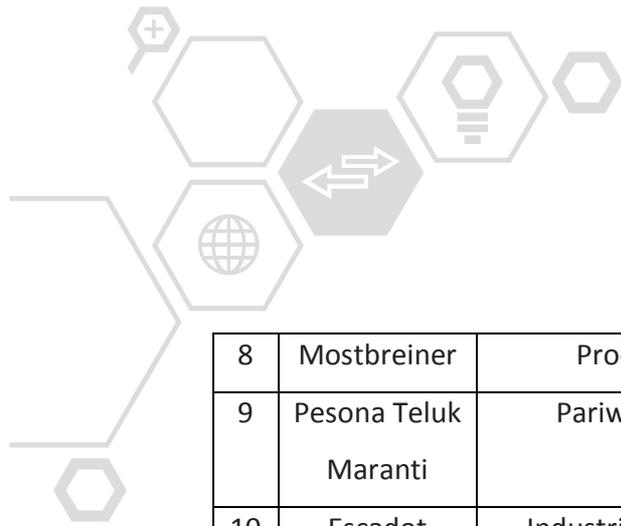
Fokus utama INBISTRO adalah terdiri dari tiga kegiatan yaitu pra-inkubasi, inkubasi dan pasca inkubasi, dalam pelaksanaannya berpedoman pada mekanisme tata kelola INBISTRRO termasuk didalamnya adalah; administratif, pelayanan dan kepemimpinan yang kesemuanya didukung oleh setiap unit kerja, sarana dan prasarana, tenant serta mitra dan jejaring dari INBISTRO maupun dari Universitas Trilogi. RKAT, STATUTA dan RENSTRA Universitas Trilogi menjadi dasar yang kemudian diturunkan menjadi RENSTRA



dan program kerja dan kinerja INBISTRO yang kemudian akan dievaluasi setiap semester dan akhir tahun. Sejak didirikan Inkubator Bisnis Trilogi (INBISTRO) pada tahun 2013 sampai dengan tahun 2017, saat ini telah membina sebanyak 20 tenant inwall dengan terhitung rata-rata pertahun INBISTRO membina 5 tenant. Berikut adalah tenant yang dibina INBISTRO.

Tabel 1.1. Tenant Inkubator Bisnis Trilogi(INBISTRO)

No	Nama Tenant	Bidang Usaha	Produk
1	Muztreat	Teknologi Informasi dan Komunikasi	Aplikasi mobile layanan treatment salon muslimah <i>on-demand</i>
2	GetCrew	Teknologi Informasi dan Komunikasi	Aplikasi mobile sebagai platform mempertemukan employer dengan salesforce
3	IdCloud	Teknologi Informasi dan Komunikasi	Jasa penyewaan cloud server
4	Titipsaja	Teknologi Finansial	Aplikasi mobile untuk penitipan kendaraan bermotor
5	Egritech	Teknologi Informasi dan Komunikasi	Platform untuk penjualan produk hasil pertanian berbasis marketplace
6	Muma	Pangan	Bumbu dasar dengan fortifikasi vitamin A
7	Mopizza	Teknologi Informasi dan Komunikasi	Pizza low carbo dengan bahan baku keju mozarella



8	Mostbreiner	Produk	Sepatu kulit <i>handmade</i>
9	Pesona Teluk Maranti	Pariwisata	Agriwisata Pulau Sumatra
10	Escadot	Industri Kreatif	Game edukasi berbasis aplikasi mobile

1.1. Permasalahan dan Potensi

RPJP tahun 2005-2025 mengamanatkan bahwa Pembangunan Jangka Menengah Nasional tahap III (2015-2019) ditujukan untuk memantapkan pembangunan secara menyeluruh dengan menekankan pembangunan keunggulan kompetitif perekonomian yang berbasis Sumber Daya Alam (SDA) yang tersedia, Sumber Daya Manusia (SDM) yang berkualitas serta Kemampuan Iptek. Ketiga elemen tersebut (SDA, SDM dan Kemampuan Iptek) menjadi terkait satu sama yang lain. Oleh karena itu, searah dengan moto Universitas Trilogi yaitu Teknopreneur, Kolaborasi dan Kemandirian, maka tantangan INBISTRO kedepan adalah menjadi unit yang dapat memfasilitasi sumber daya manusia yang saling berkolaborasi dan dapat memanfaatkan sumber daya untuk meningkatkan kemampuan iptek yang berdampak kepada kemandirian serta mampu melahirkan para teknopreneur.

1.2. Peluang dan Keunggulan

Kondisi saat ini di Inkubator Bisnis Trilogitelah resmi dan legal sesuai dengan SK RektorNo:24/TRILOGI/Rektor/KPTS/XI/2013 dan memiliki sumber daya manusia dari berbagai Program Studi yang ada di Universitas Trilogi sesuai SK Rektor No.28-A/TRILOGI/Rektor/KPTS/VIII/2014. Dengan demikian Inkubator Bisnis Trilogidapat menjalankan tugas dan fungsi dalam melaksanakan inkubasi bisnis. Selain itu Inkubator



Bisnis Trilogi telah terdaftar di Asosiasi Inkubator Bisnis Indonesia (AIBI) dan di Kemeristekdikti, sehingga Inkubator Bisnis Trilogi dapat mengikuti program-program inkubasi yang diselenggarakan dari AIBI, Kemenristekdikti dan lembaga lainnya.

Peluang saat ini yang telah dimiliki oleh Inkubator Bisnis Trilogi adalah kemitraan strategis dengan Workout.ID, Asosiasi Pedagang Besar Indonesia, Code Maargonda, PT. Badr Interactive dan PT. Indonatura. Manfaat yang diperoleh dari kemitraan tersebut adalah membantu para tenant sebagai untuk memperluas jejaring tenant dan membuka peluang pasar bagi para tenant.

Adapun peluang kemitraan dengan industri sangat terbuka dengan difasilitasi oleh pimpinan Universitas Trilogi yang dapat membantu menghubungkan dengan industri dan BUMN/BUMD. Kedepan INBISTRO juga akan membangun kemitraan dengan Litbang dan komunitas-komunitas. Untuk sumber pendanaan yang dimiliki oleh Inkubator Bisnis Trilogi saat ini bersumber dari Universitas Trilogi dan Yayasan Damandiri. Peluang kedepan, sumber pendanaan dapat diperoleh dari dana CSR Perusahaan Swasta, BUMN/BUMD dan Investor, tentunya hal ini membutuhkan dukungan dan support yang penuh dari pimpinan Universitas Trilogi.



BAB 2

PROFIL INKUBATOR BISNIS TRILOGI

2.1. Visi

Visi Inkubator Bisnis Trilogi (INBISTRO) di susun oleh pengurus Inkubator Bisnis Trilogi dan pimpinan Universitas Trilogi dengan mengacu kepada Visi Universitas Trilogi. Visi Inkubator Bisnis Trilogi adalah sebagai berikut.

“Menciptakan perusahaan pemula yang inovatif, mandiri dan mampu memberi dampak pada terwujudnya keadilan sosial bagi seluruh rakyat Indonesia”

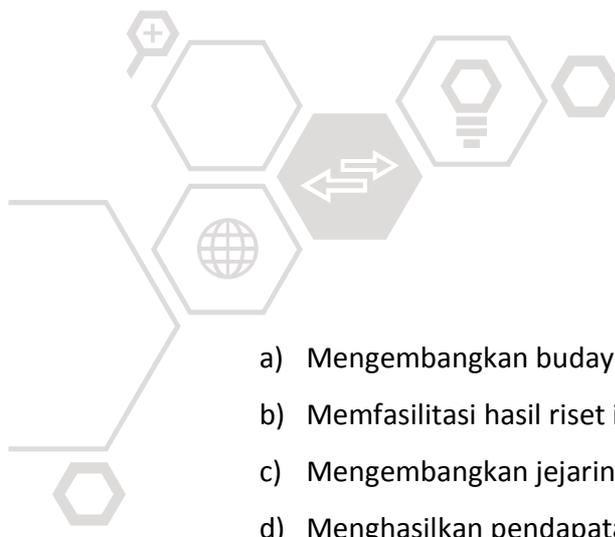
2.2. Misi

Misi Inkubator Bisnis Trilogi dirumuskan untuk mencapai visi Inkubator Bisnis Trilogi, maka ditetapkan misi sebagai berikut:

- a) Memfasilitasi pengembangan ide untuk produk inovatif yang mampu memberikan dampak, baik sosial maupun lingkungan.
- b) Membangun kerjasama strategis dengan berbagai pihak yang dibutuhkan sehingga mampu menciptakan bisnis yang mandiri serta berkelanjutan.
- c) Menumbuhkan semangat wirausaha melalui penciptaan iklim kewirausahaan yang kondusif di lingkungan Universitas Trilogi.

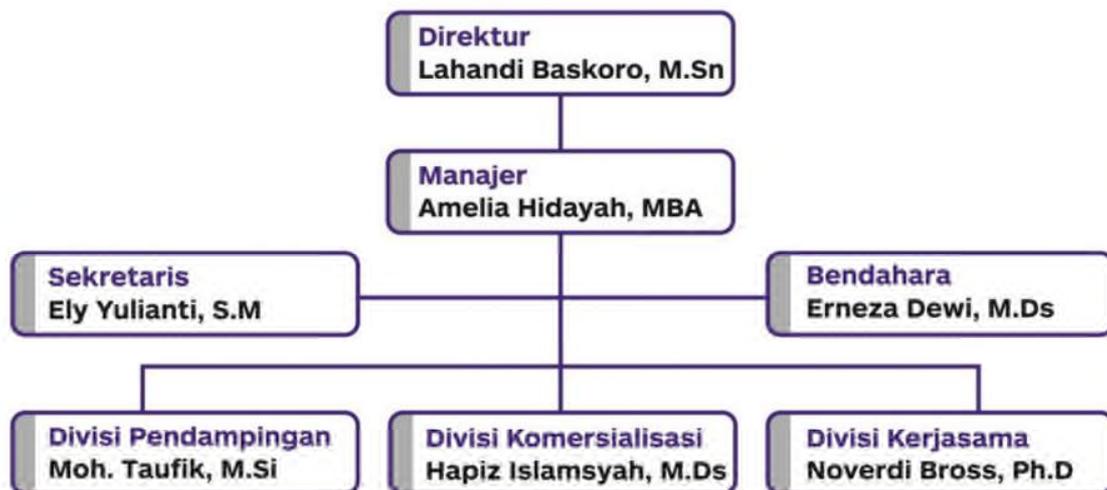
2.3. Tujuan

Tujuan Pusat Inkubasi Bisnis Trilogi disusun berdasarkan SK Rektor mengenai pembentukan Pusat Inkubasi Bisnis Trilogi No:24/TRILOGI/Rektor/KPTS/XI/2013 yaitu sebagai berikut :

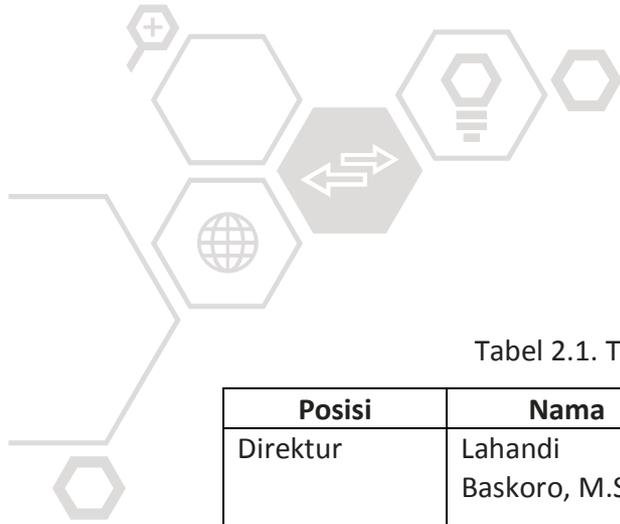
- 
- a) Mengembangkan budaya wirausaha untuk mahasiswa, dosen dan alumni
 - b) Memfasilitasi hasil riset inovatif untuk pengembangan usaha
 - c) Mengembangkan jejaring untuk peningkatan keberhasilan usaha
 - d) Menghasilkan pendapatan dengan pengoptimalan sumberdaya
 - e) Mempersiapkan mahasiswa agar mampu memulai suatu perusahaan pemula

2.4. Struktur Organisasi

Inkubator Bisnis Trilogi dikelola oleh 7 orang dosen yang terdiri dari berbagai Program Studi. Struktur organisasi terdiri dari Direktur, Manajer, Sekretaris, Bendahara, Divisi Komersialisasi, Divisi Kerjasama dan Divisi Pendampingan.



Tabel 2.1. Pengelola Inkubator Bisnis Trilogi



Tabel 2.1. Tugas dan Fungsi Pengurus INBISTRO

Posisi	Nama	Tugas dan Fungsi
Direktur	Lahandi Baskoro, M.Sn	Bertanggungjawab terhadap keberhasilan lembaga inkubator menjalankan fungsi inkubasi bisnisnya sesuai dengan visi dan misi.
Manajer	Amelia Hidayah, MBA	Mengatur kegiatan harian lembaga inkubator dan melakukan koordinasi dengan para tenant baik in-wall maupun out-wall.
Sekretaris	Elly Yulianti, S.E	Melakukan administrasi rutin yang dibutuhkan agar fungsi lembaga inkubator bisa berjalan dengan baik, termasuk pengarsipan, dan knowledge management.
Bendahara	Erneza Dewi Krishnasari, M.Ds	Melakukan pengaturan aspek finansial yang dibutuhkan agar fungsi lembaga inkubator bisa berjalan dengan baik, termasuk penganggaran, pengaturan arus kas, dan pelaporan keuangan.
Bagian Pendampingan	Moh. Taufik, M.Si	Menjalankan fungsi membantu penyempurnaan produk tenant dari aspek desain yang dibutuhkan termasuk tampilan visual, komposisi material, dan ergonomi produk.
Bagian Kerjasama	Noverdi Bross, Ph.D	Menjalankan fungsi kerjasama dengan pihak-pihak strategis untuk lembaga inkubator dan utamanya para tenant dalam bidang akses pasar dan akses permodalan.
Bagian Komersialisasi	Hapiz Islamsyah, M.Ds	Menjalankan fungsi membantu produk tenant agar terlindungi HAKI, aspek legal dan masuk ke pasar.



2.5. Target

Misi INBISTRO untuk membangun iklim berwirausaha sejalan dengan Visi dan Misi Universitas Trilogi yaitu menghasilkan lulusan yang berperan sebagai teknopreneur, yang mandiri sekaligus mampu berkolaborasi. Hal ini dicapai dengan adanya program mata kuliah teknopreneur yang menjadi mata kuliah wajib bagi semua program studi di Universitas Trilogi. Matakuliah Teknopreneur sebagai matakuliah yang dapat memberikan bekal bagi mahasiswa untuk terjun menjadi wirausahawan muda.

Untuk menghasilkan wirausahawan muda yang akan menjadi tenant bagi INBISTRO dibutuhkan program terpadu yang lebih tepat sasaran agar tercapainya target untuk melahirkan tenant – tenant baru dari mahasiswa Trilogi. Adapun target INBISTRO untuk tahun pertama Program Penjaringan dan Pengembangan calon Tenant internal adalah sebagai berikut :

- Menjaring mahasiswa calon tenant yang memiliki proposal wirausaha berbasis IPTEKS.
- Mempersiapkan calon tenant untuk fokus dalam pengembangan wirausaha berbasis IPTEKS yang sesuai dengan ciri khas Universitas – Program studi yang ada di Universitas Trilogi.
- Memetakan fokus wirausaha yang berorientasi basis IPTEKS yang menjadi ciri khas Fokus keilmuan Universitas.
- Mempersiapkan sistem pendampingan tenaga ahli dari dosen Universitas untuk pengembangan bersifat teknis sehingga terjadi timbal balik antara mahasiswa sebagai tenant dan pengembangan keilmuan/keahlian dosen.



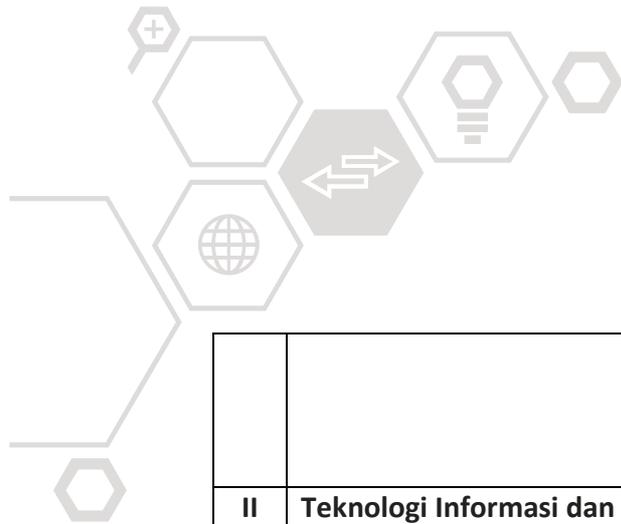
Program Penjaringan Tenant Inbistro akan menghasilkan minimal lima wirausaha mandiri berbasis IPTEKS yang merupakan ciri khas keilmuan yang di kembangkan di Universitas Trilogi. Wirausahwan yang siap berkontribusi di masyarakat. Program terintegrasi diharapkan 70% peserta siap terjun sebagai wirausahawan baru, atau siap mengikuti seleksi kandidat tenant INBISTRO di tahun berikutnya. Untuk calon tenant yang tidak lulus seleksi dapat mendaftar lagi di seleksi tahun depan.

2.6. Potensi dan Nilai Ekonomi

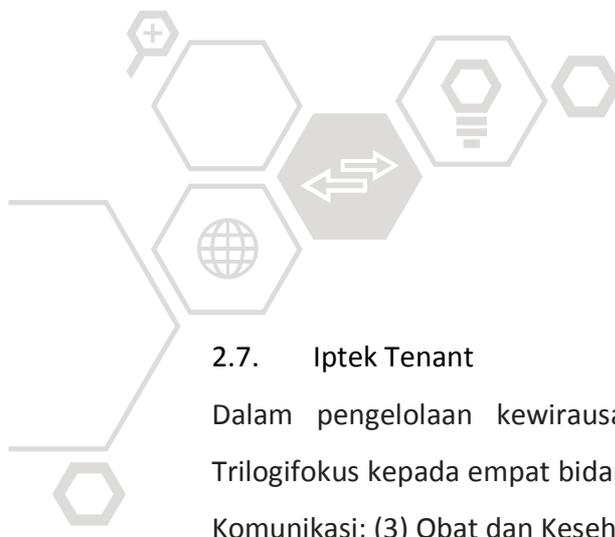
Mayoritas mahasiswa mengisi sebagai tenant inwall, sedangkan tenant outwall bersumber dari masyarakat umum. Potensi produk para mahasiswa sangat bagus dan setelah melalui riset pasar dan analisa riset pasar dan *financial forecasting*, produk-produk para tenant memiliki nilai ekonomi yang layak untuk diwujudkan menjadi *startup company*.

Tabel 2.2. Potensi dan Nilai Ekonomi

No	Kegiatan Usaha	Potensi Nilai Ekonomis
I	Industri Kreatif	1. Yayasan Damandiri yang membina Universitas Trilogi memiliki Posdaya binaan sejumlah 30.000, disetiap Posdaya minimal memiliki 1 UKM yang membutuhkan jasa branding, endorsment produk. 2. 186 RPTRA, 5500 PAUD dan 3047 SD di wilayah DKI Jakarta yang membutuhkan media pembelajaran dalam bentuk <i>game board</i> dan animasi. 3. 200 jumlah <i>startup company</i> di DKI
1.	Pembuatan <i>Game Board</i>	
2.	Produk Interior	
3.	Jasa Branding & Endorsment	
4.	Animasi	
5.	Desain	



		Jakarta membutuhkan branding, endorsment dan desain template produk.
II	Teknologi Informasi dan Komunikasi	277.009 jumlah perusahaan swasta (sumber: data.go.id) memiliki potensi untuk dikembangkan aplikasi pengolahan data ERP (<i>enterprise resource planning</i>); web company profile; jasa instalasi dan maintainance jaringan; dan pembuatan aplikasi mobile.
1.	Web Aplikasi	
2.	Web CMS <i>Content Management System</i>	
3.	Jasa Instalasi Jaringan	
4.	Aplikasi Mobile	
III	Olahan Pangan	1. 2.948.768 jumlah kaum muda di wilayah DKI Jakarta (sumber: BPS tahun 2015) menginginkan produk olahan minuman yang praktis, <i>ready-to-drink</i> dan produk makanan yang mengikuti trend masa kini. 2. 2.108.460 jumlah wanita karir dan ibu rumah tangga di wilayah DKI (sumber: BPS tahun 2016) Jakarta menginginkan/membutuhkan produk untuk bumbu dapur yang sehat alami, tepung fermentasi yang cocok untuk olahan berbagai jenis kue. 3. Meningkatnya para pelaku wirausaha untuk bergabung ke dalam sistem waralaba.
1.	Olahan produk jamu a. Jamu <i>ready-to-drink</i> b. Jamu Iceblend c. Jamu serbuk	
2.	Olahan produk tempe a. Tempe siap saji	
3.	Olahan produk pisang a. Tepung Pisang b. Masker Berbahan Pisang	
4.	Olahan produk dapur a. Bumbu dapur bahan alami b. Sambal cabai dan tomat	
IV	Industri Makanan, Minuman dan Kuliner	
1.	Penjualan makanan siap saji	
2.	Penjualan minuman <i>ready-to-drink</i> dan serbuk	
3.	Bisnis Waralaba	

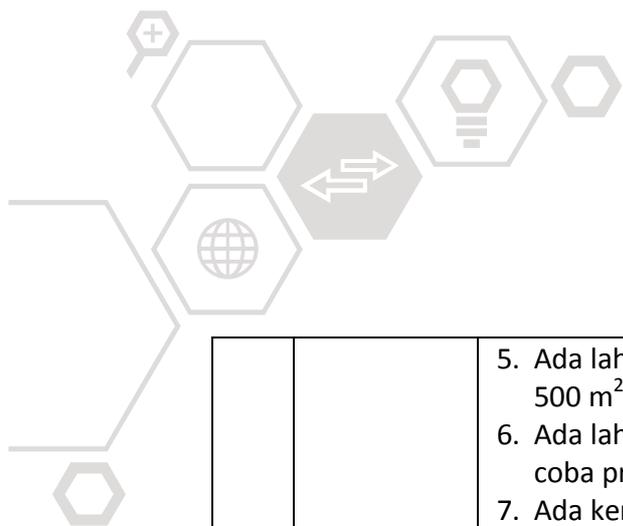


2.7. Iptek Tenant

Dalam pengelolaan kewirausahaan di Universitas Trilogi maka Inkubator Bisnis Trilogifokus kepada empat bidang yaitu: (1) Industri Pangan; (2) Teknologi Informasi dan Komunikasi; (3) Obat dan Kesehatan; (4) Industri Makanan, Minuman dan Kuliner.

Tabel 2.3. Keunggulan Ipteks Tenant

No	Jenis Usaha	Kesiapan Lembaga	Keunggulan Ipteks
1	Industri Kreatif	<ol style="list-style-type: none">1. Ada Lab desain kreatif2. Ada Lab komputer editing dan animasi3. Ada studio fotografi4. Ada kerjasama dengan UKM5. Ada mentoring pembuatan produk kreatif6. Ada kerjasama dengan asosiasi desain indonesia	<ol style="list-style-type: none">1. Mempercepat pengenalan produk-produk UKM di media fisik dan media online.2. Menambahkan nilai dari produk-produk UKM3. Menjadi bahan konten iklan di media fisik dan daring.4. Diusulkan HAKI (Paten, Hak Cipta, Merek Dagang)
2	Teknologi Informasi dan Komunikasi	<ol style="list-style-type: none">1. Ada Lab eksperimen2. Ada Lab rekayasa perangkat lunak3. Ada Lab jaringan komputer4. Ada mentoring pengembangan produk IT dan digital	<ol style="list-style-type: none">1. Mempermudah mengolah data perusahaan2. Meningkatkan nilai kinerja perusahaan3. Diusulkan HAKI (Paten, Hak Cipta, Merek Dagang)
3	Olahan Pangan	<ol style="list-style-type: none">1. Ada Lab mikrobiologi2. Ada Lab kimia3. Ada Lab pengolahan pangan	<ol style="list-style-type: none">1. Menjamin nutrisi pangan2. Menjaga produk pangan bersumber dari bahan baku alami
4	Industri Makanan, Minuman dan Kuliner	<ol style="list-style-type: none">4. Ada peralatan produksi: oven, blender, mesin sealer	<ol style="list-style-type: none">3. Menjamin kualitas produksi pangan sesuai standar <i>food-safety</i>



		<ul style="list-style-type: none"> 5. Ada lahan pertanian seluas 500 m² 6. Ada lahan riset dan uji coba produk hidroponik 7. Ada kerjasama dengan suplier bibit 8. Ada kerjasama pengujian produk pangan dengan Lab terakreditasi KAN di IPB dan Univ Pancasila 9. Ada kerjasama dengan Pusat Jajanan Pancoran sebagai tempat promosi produk industri makanan, minuman dan kuliner 	<ul style="list-style-type: none"> 4. Menjamin kualitas kemasan produk yang higienis 5. Membuka peluang yang besar untuk pelaku wirausaha untuk memulai usaha dengan bergabung ke waralaba. 6. Diusulkan HAKI (Paten, Hak Cipta, Merek Dagang)
--	--	--	---

BAB 3

LAYANAN DAN FASILITAS

3.1. Pelayanan Inkubasi



Inkubator Bisnis Trilogi memberikan fasilitas kepada para tenant untuk operasional dan peningkatan bisnisnya antara lain:

1. *Coworking & Office Facility*: Menyediakan ruang kerja dan fasilitas kantor untuk tenant mengembangkan produk tenant.
2. *Business & Product Development*: Membantu tenant dalam menyempurnakan model bisnis dan inovasi produk tenant.
3. *Knowledge & Skill Development*: Membuka wawasan dan meningkatkan kapabilitas tenant dalam bisnis dan teknis.
4. *Financing Access*: Membantu tenant mendapatkan akses permodalan ke investor, dana hibah Kementrian, swasta dan CSR BUMN.
5. *Business Networking*: Membantu tenant untuk mendapatkan partner, supplier, mentor, advisor dan pihak-pihak lain yang bisa mempercepat pertumbuhan bisnis tenant.



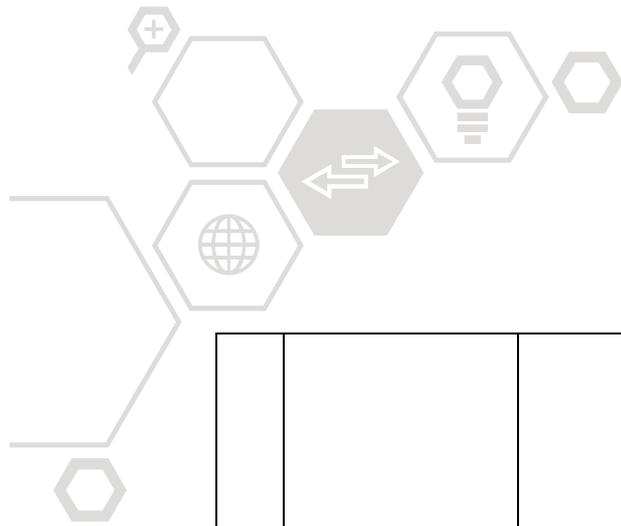
6. *Commercialization & Marketing*: Membantu tenant dalam komersialisasi inovasi, perancangan brand dan strategi pemasaran.

3.2. Sumberdaya dan Fasilitas

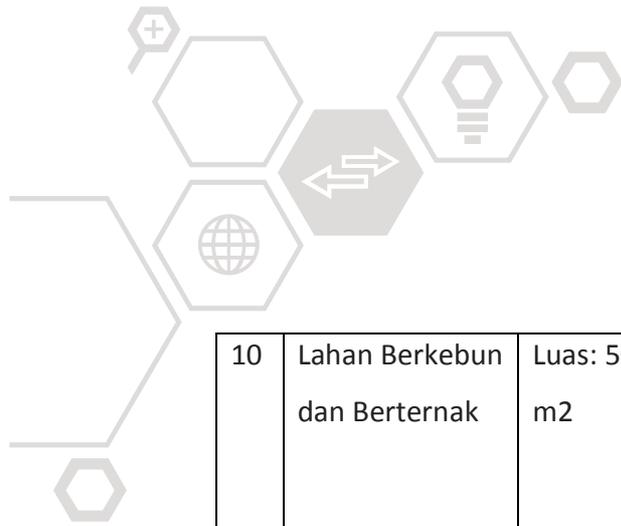
Ruang tenant digunakan oleh tenant dalam memproduksi dan berkoordinasi dengan timnya. Ruang tenant digunakan juga sebagai tempat/area kerja. Ruang rapat tenant digunakan untuk temu bisnis dengan calon klien tenant.

Tabel 3.1. Ketersediaan Ruang dan Lab

No	Fasilitas	Ukuran	Keterangan
1	Ruang Pengelola Inkubator	Luas: 50 m ²	1. Fasilitas kantor 2. Ruang rapat 3. Tempat konsultasi
2	Ruang Usaha Tenant	Luas: 35 m ²	1. Ruang kantor 2. Tempat produksi 3. Ruang rapat
3	Lab Kimia, Mikrobiologi dan Biokimia	Luas: 20 m ²	1. Timbangan analitik, alat analisa glass, buret, desikator. 2. Isolasi Mikroba 3. Alat uji total mikroba, total kapang khamir, uji penduga ecoli 4. Mesin laminar air flow, Mesin Sealer, Blender



			<ul style="list-style-type: none"> 5. Laboran 6. Asisten lab 7. Tempat praktek (maks 15 orang) 8. Tempat pembuangan limbah
6	Lab Rekayasa Perangkat Lunak	Luas: 50 m ²	<ul style="list-style-type: none"> 1. Komputer untuk rekayasa perangkat lunak (40 unit) 2. Perangkat lunak pendukung (Web Server, Share Folder, Editor Web Apps, Editor Desktop App dan Mobile App) 3. Jaringan internet
7	Lab Desain	Luas: 40 m ²	<ul style="list-style-type: none"> 1. Komputer Mac (11 Unit) 2. Aplikasi desain. 3. Jaringan internet
8	Ruang Gambar	Luas: 70 m ²	<ul style="list-style-type: none"> 1. Tempat praktek menggambar (maks 20 orang) 2. Alat-alat gambar dan meja gambar
9	Lab Eksperimen	Luas: 20 m ²	<ul style="list-style-type: none"> 1. Tempat perakitan alat-alat elektronik 2. Tempat pengujian alat dan jaringan internet



10	Lahan Berkebun dan Berternak	Luas: 500 m ²	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tempat untuk berkebun tanaman hortikultura dan budidaya lele. 2. Tempat untuk Net House (tanaman dengan sistem hidroponik).
11	Atrium	Luas: 600 m ²	Tempat untuk pameran produk teknopreneur
12	Auditorium	Luas: 200 m ²	Tempat untuk seminar dan workshop teknopreneur



Gambar 3.1. Ruang Tenant



Gambar 3.2. Ruang Rapat Tenant



Gambar 3.3. Ruang Inkubator



Gambar 3.4.

Lahan Penanaman dan Peternakan



Gambar 3.5. Lab Kimia



Gambar 3.6. Lab Mikrobiologi



Gambar 3.7. Lab Komputer

3.3. Sumberdaya Fasilitas Pendukung

Sumber pendukung lainnya adalah koneksi internet berbasis jaringan LAN dan Wireless; koneksi telepon, penggunaan email dengan brand Trilogi dan kartu anggota tenant dengan co-branding Bank Mandiri.

3.4. Sumberdaya Akses Pasar

Untuk kemudahan akses ke pasar, relasi bisnis dan teknologi maka kami telah membangun kemitraan strategis dengan lembaga pemerintah, swasta, BUMN dan asosiasi. Lembaga pemerintah adalah sebagai mitra yang selalu memberikan bimbingan dan arahan serta pemberi bantuan dana hibah. Berikut adalah jejaring yang dibangun oleh INBISTRO untuk membantu mempermudah akses ke pasar.

1. Pemerintah

Kementrian Ristekdikti, Kementrian Koperasi dan UMKM dan Jakarta Smart City.



2. Swasta

Yayasan Damandiri, Inapen Indonesia, Inotek, Workout, IBM Indonesia, Tech in Asia, PT. Indonesia Comnet Plus, PT. Portege CLD Teknologi, PT. Indonesia Comnet Plus (Icon+), Dampu Design, UKM Market, Buka Lapak, AfraKids Clothing.

3. Organisasi dan Komunitas

Asosiasi Inkubator Bisnis Indonesia, Asosiasi Pedagang Besar Indonesia, Asosiasi Pengusaha Protein Hewani Indonesia, Forum Internet of Things Indonesia, The Local Enablers dan Komunitas Depok Kreatif.

4. Media

Wanita Indonesia, Tech in Asia, Jawa Pos dan Teknojurnal, Travel Club, Radio DFM 103.4 FM Jakarta.



BAB 4

METODE INKUBASI

Metode pelaksanaan program pengembangan kewirausahaan oleh Pusat Inkubator Bisnis Trilogi (INBISTRO) didasari oleh Peraturan Menteri Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Republik Indonesia Nomor:11/Per/M.KUM/XII/2013 tentang Norma, Standar, Prosedur dan Kriteria Penyelenggaraan Inkubator pada Pasal 14 yaitu: (1) Pra Inkubasi, (2) Inkubasi dan (3) Pasca Inkubasi, yang kemudian dikolaborasikan dengan sistem perkuliahan di Universitas Trilogi.

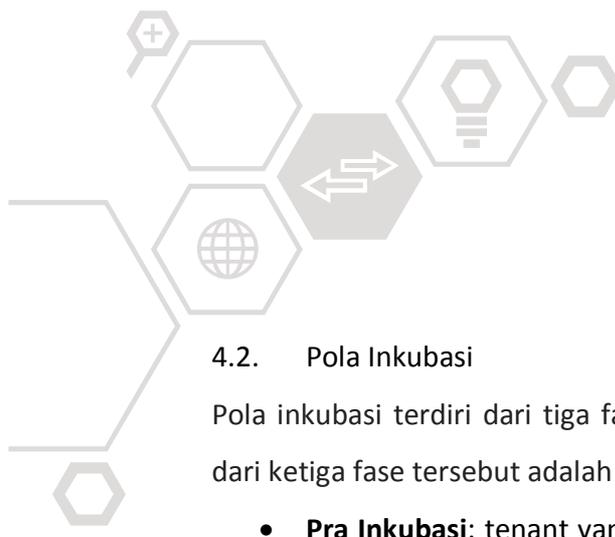
Program Pengembangan Inkubasi Bisnis terintegrasi dan berkaitan dengan matakuliah Teknopreneur. Setiap mahasiswa yang mengikuti matakuliah Teknopreneur diwajibkan membuat tim yang terdiri dari 4 orang dan menyusun proposal bisnis plan. Pada saat UAS setiap tim tersebut mempresentasikan proposal bisnis plan dan disediakan 1 hari untuk mendemokan karya/produk dalam acara Technopreneur Expo. Setelah lulus matakuliah Teknopreneur, semua tim tersebut berhak untuk mengikuti proses rekrutmen menjadi tenant inwall yang akan diinkubasi oleh INBISTRO. Syarat untuk mengikuti proses rekrutmen melalui pengajuan proposal yang merupakan bagian dari tugas mata kuliah. Diharapkan 100% mahasiswa peserta mata kuliah Teknopreneur mengikutinya, dan akan dipilih 75 % untuk diseleksi dari segi kelayakan bisnis dan kesesuaian dengan ciri khas keilmuan yang menjasi fokus Universiats Trilogi. Adapun tahapan proses inkubasi sebagai berikut.

1. Sosialisasi Program Inkubasi
2. Rekrutment Tenant
3. Pola Inkubasi (Pra Inkubasi, Inkubasi dan Pasca Inkubasi)
4. Monitoring dan Evaluasi



4.1. Pola Rekrutment

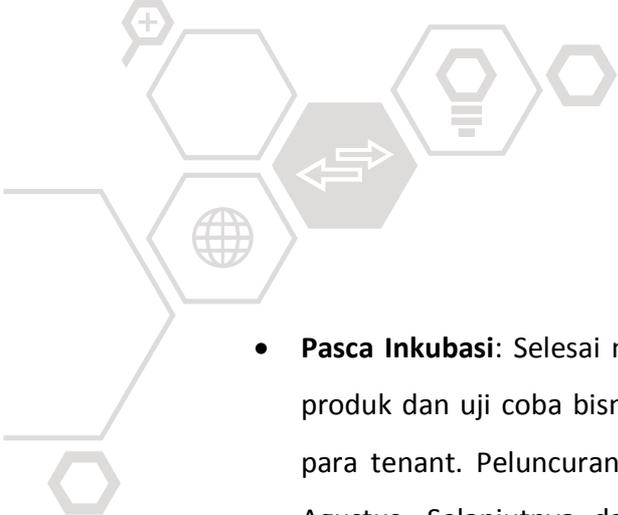
Pola rekrutment tenant inwall dilakukan setelah masa perkuliahan untuk matakuliah Teknopreneur selesai. Para mahasiswa yang mengambil matakuliah Teknopreneur diwajibkan membuat proposal bisnis plan sebagai syarat penilaian UAS. Proposal bisnis plan yang dihasilkan setelah selesai matakuliah Teknopreneur adalah sejumlah minimal 30 proposal, dimana 1 proposal terdiri dari 4 Mahasiswa. Selanjutnya proposal bisnis plan tersebut akan di seleksi tim yang dibentuk oleh Pusat Inkubator Bisnis Trilogi. Hasil seleksi tersebut akan mendapatkan sejumlah 20 proposal terdiri dari 80 peserta untuk diinkubasi.

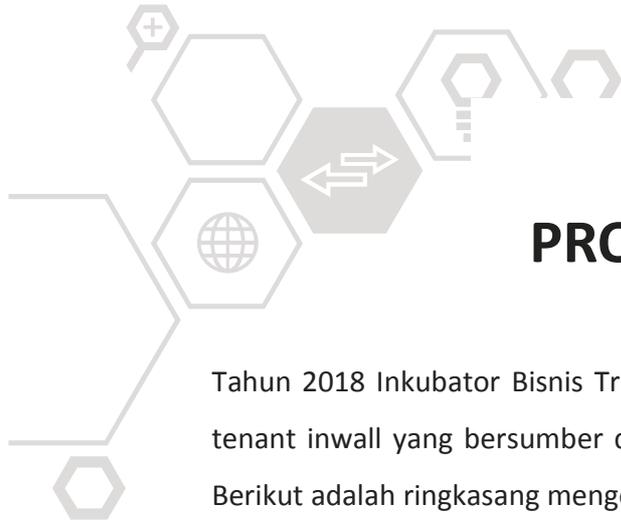


4.2. Pola Inkubasi

Pola inkubasi terdiri dari tiga fase : Pra Inkubasi – Inkubasi – Pasca Inkubasi. Kegiatan dari ketiga fase tersebut adalah sebagai berikut.

- **Pra Inkubasi:** tenant yang sudah lolos seleksi akan mendapatkan pendampingan dan pelatihan pengembangan bisnis dalam bentuk: (1) Kunjungan ke Industri, (2) Pelatihan Penyusunan Business Plan, (3) Pelatihan Financial Forecast, (4) Pelatihan Pemasaran, (5) Pengenalan Standarisasi Produk, Hukum dan Legalitas Usaha. INBISTRO bertindak sebagai penyelenggara acara/pelatihan dan menyediakan narasumber. Kegiatan Pra Inkubasi membutuhkan waktu 2 minggu, dimulai dari minggu awal bulan Februari.
- **Inkubasi:** Fase Inkubasi dilakukan setelah tenant yang sudah mendapatkan pelatihan mengenai membangun usaha dan mendapatkan sertifikat pelatihan. Pada fase inkubasi lebih mengarah dan menitikberatkan pada (1) Proses Pengembangan Produk (R&D), (2) Uji Kelayakan Produk, (3) Simulasi Pemasaran Produk, (4) Simulasi Produksi/Prototipe. INBISTRO akan mempersiapkan pendampingan dari tenaga ahli yang berhubungan dengan produk dan bisnis yang akan dikembangkan oleh tenant. Setiap tenant akan didampingi oleh satu pendamping yaitu dari dosen Universitas Trilogi. Disamping itu, para tenant mendapatkan akses untuk melakukan *benchmark* kepada mitra dari INBISTRO untuk melakukan audiensi dan asistensi dalam rangka finalisasi pengembangan produk. Kegiatan Pra Inkubasi membutuhkan waktu 4 bulan dimulai dari bulan Maret sampai Juni.

- 
- **Pasca Inkubasi:** Selesai masa inkubasi para tenant akan melakukan peluncuran produk dan uji coba bisnisnya. INBISTRO akan bertindak sebagai fasilitator bagi para tenant. Peluncuran produk dan penjualan dimulai dari bulan Juli sampai Agustus. Selanjutnya dalam fase pasca inkubasi akan diadakan Sidang dan Yudisium dilaksanakan pada bulan September. INBISTRO akan mengadakan evaluasi kegiatan inkubasi lalu dilanjutkan dengan sidang dan yudisium. Pada bulan Oktober akan diumumkan tenant yang layak untuk melanjutkan bisnis nya dengan target minimal 5 tenant dan akan diajukan untuk akses pendanaan ke program PKM-K, KBMI, CPPBT dan PPBT dari Kemenristekdikti, program LPKP Kemenpora serta akses permodalan ke BUMN, *Angel Investor* dan *Venture Capital*. Untuk tenant yang dinyatakan belum layak akan diberikan kesempatan untuk mengikuti kembali proses inkubasi dari awal.



BAB 5

PRODUK DAN INOVASI TENANT

Tahun 2018 Inkubator Bisnis Trilogi telah membina sebanyak 20 tenant terdiri dari 18 tenant inwall yang bersumber dari mahasiswa Universitas Trilogi dan 2 tenant outwall. Berikut adalah ringkasang mengenai produk-produk mahasiswa yang telah dibina.

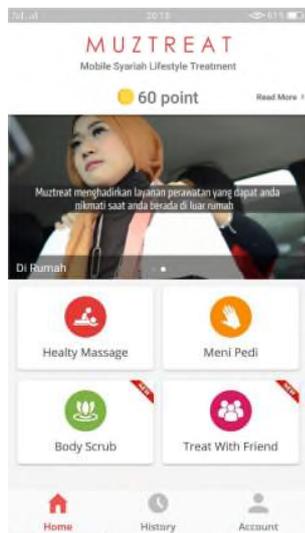
5.1. Muztreat

Tim : Hafid Hadinata

Mentor : Amelia Hidayah, M.B.A

Dari aspek teknologi, aplikasi muztreat sudah bisa di download di play store (khusus android), dengan tampilan yang responsif dan disain yang menarik serta sangat mudah untuk digunakan, untuk registrasi pada aplikasi muztreat juga sudah sangat mudah, jika tidak ingin mengisi formulir pendaftaran cukup login dengan menggunakan akun facebook. Dari Aspek Keunggulan, layanan muztreat merupakan layanan mobile salon kecantikan khusus muslimah pertama di indonesia, dengan mengusung konsep syariah. selain itu kami juga menyediakan akademi muzterat untuk menjamin kualitas dari terapis, sehingga kami bisa memberi garansi GRATIS jika layanan yang diterima tidak memuaskan. Dari Aspek Manfaat, sebagai seorang muslimah tentunya tidak bisa sembarangan melakukan perawatan kecantikan, harus yang sesuai syariah, halal dan baik. Kenyataannya disalon salon masih banyak beredar produk yang belum berlabel halal belum lagi masalah syariah, tempat yang tertutup tidak bercampur dengan laki laki. Dan yang paling krusial adalah pandangan orang terhadap salon kecantikan masih lebih banyak berbau negatif.

- Produk berupa Mobile Aplikasi, dapat melakukan pemesanan secara online dan menentukan sendiri waktu dan tempatnya.
- Sudah tersedia di playstore (android)
- Aplikasi ringan sehingga mudah di download



5.2. Getcrew

Tim : Jefri Yushendri

Mentor : Yaddarabullah, M.Kom

Sektor usaha informal merupakan bentuk usaha yang paling banyak kita temukan di masyarakat. Bentuk usaha ini banyak dilakukan oleh masyarakat yang berpendidikan rendah, bermodal kecil, masyarakat golongan bawah dan tidak mempunyai tempat usaha yang tetap. Sektor usaha informal terbuka bagi siapa saja sehingga jumlahnya



tidak dapat di hitung, dengan banyaknya usaha ini berarti akan menyerap tenaga kerja dan mengurangi pengangguran. Salah satu usaha dalam sektor informal adalah Sales Promotion. Sales Promotion merupakan suatu profesi yang bergerak dalam bidang pemasaran atau promosi suatu produk. Secara umum tugas Sales Promotion adalah mempromosikan dan menjual produk kepada customer dengan sebaik-baiknya. Sales Promotion pada sebuah Event Marketing merupakan salah satu bagian terpenting dari strategi Direct Promotion yang harus dilakukan oleh suatu perusahaan. Dengan menggunakan Jasa Sales Promotion, akan membuat volume penjualan perusahaan semakin meningkat. Berdasarkan data BPS, jumlah angkatan kerja dengan tingkat pendidikan SMA/SMK keatas di Indonesia mencapai 43.3 juta jiwa. Dari angkatan kerja tersebut, biasanya kesulitan atau terlewat untuk menemukan pekerjaan pada sektor informal, khususnya Sales Promotion karena kurangnya informasi yang tersedia. Perusahaan agency sebagai employer merupakan perusahaan jasa yang bergerak dibidang marketing, promotion activity, dan event management. Perusahaan ini seringkali memiliki permasalahan terkait sulitnya menemukan crew atau sales force. Mencari crew sales promotion yang sesuai mempunyai tingkat kesulitan yang berbeda-beda, kualifikasi yang dimiliki oleh setiap individu tentunya cukup beragam. Sering kali agency hanya melakukan sms blast dan sosial media broadcast, namun hal itu dinilai kurang efektif untuk menemukan crew sales promotion yang sesuai. GetCrew mempertemukan antara “employer” sebagai pemberi kerja dengan “crew” sebagai pencari kerja sehingga dapat dengan mudah dalam merekrut, mengatur dan mendokumentasikan suatu pekerjaan di bidang marketing atau dalam menjalankan suatu event. Ruang lingkup kerja dibatasi pada kegiatan marketing, promotion activity, dan event management. Fitur dasar GetCrew adalah perekrutan oleh employer yang



digunakan untuk mencari crew yang tepat sesuai dengan kebutuhan perusahaan agency. Selain itu, Get Crew juga digunakan oleh crew untuk mencari kerja yang sesuai dengan minat dan potensinya.

Permasalahan

Dari sisi employer (perusahaan / agency pemberi kerja):

1. Minimnya sumber daya manusia yang dapat dengan segera direkrut menjadi crew sales promotion diantara banyaknya permintaan akan kegiatan-kegiatan promosi yang akan diselenggarakan.
2. Sulit dan memakan waktu yang lama untuk membangun tim yang tepat dan sesuai kebutuhan untuk kegiatan promosi tertentu. Tim sales force yang dibutuhkan harus kompeten dalam bidang pemasaran/penjualan, seseorang dengan pengalaman di bidang pemasaran dan dalam industry yang sama sangat dibutuhkan untuk sebuah kegiatan promosi tertentu. Jika tidak, employer harus melakukan perekrutan lebih detail melalui tahapan yang lebih panjang: collecting CV, screening, wawancara, dan dealing kompensasi.
3. Timeline yang ketat juga menjadi kendala utama bagi employer untuk membangun tim yang tepat dan sesuai kebutuhan.

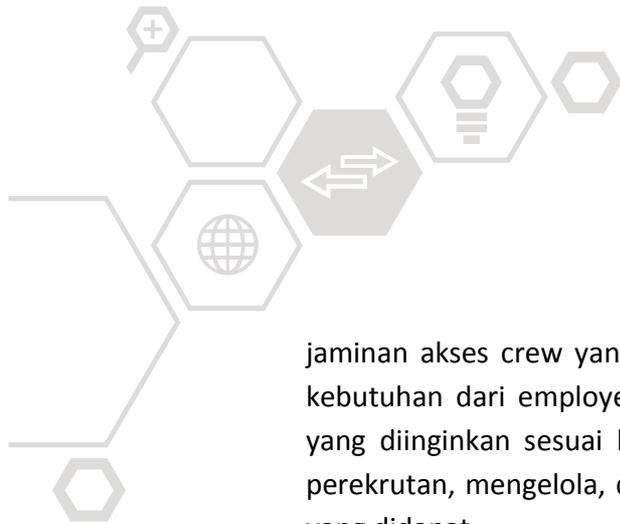
Dari sisi crew (individu pencari kerja):

1. Kurangnya informasi tentang pekerjaan pada sektor informal, karena biasanya info hanya disebarikan melalui networking pribadi menggunakan media social maupun broadcast sms/whatsapp/LINE.
2. Tingkat pendidikan setara SMA/SMK yang saat ini sangat kurang diserap oleh lapangan pekerjaan.
3. Oleh karena faktor tingkat pendidikan tersebut, menyebabkan crew memiliki skill yang terbatas.

Solusi

Dari sisi employer (perusahaan / agency pemberi kerja):

1. Talent Management Expert System. Dengan adanya talent management expert system, GetCrew akan memberikan rekomendasi crew / sales force dengan



- jaminan akses crew yang telah diseleksi dan diverifikasi sesuai dengan kriteria kebutuhan dari employer. Hal tersebut memudahkan untuk membentuk crew yang diinginkan sesuai kebutuhan. Employer akan lebih mudah dalam proses perekrutan, mengelola, dan mendokumentasikan kegiatan dari crew/sales force yang didapat.
2. Membuat tugas kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh employer menjadi lebih efektif dan efisien dengan pelaporan sales yang dapat dipantau secara real time. Fitur Integrated with Sales App. Yang ditawarkan GetCrew sebagai additional fitur, memungkinkan employer dan crew terhubung dengan aplikasi sales pihak ketiga yang telah didukung oleh GetCrew yang menghasilkan real time sales report.

Dari sisi crew (individu pencari kerja):

1. Memudahkan crew mendapatkan informasi tentang pekerjaan yang sesuai kriteria dan pengalaman. Notification Job System pada GetCrew, merupakan fitur yang berguna untuk crew agar selalu mendapatkan notifikasi setiap kali ada pekerjaan yang sesuai dengan kriteria yang dimasukkan.
2. Memudahkan crew mendapatkan akses lapangan kerja yang memungkinkan mereka untuk bergerak secara dinamis dan mengatur jadwal kerjanya. Job Location Based Service pada GetCrew merupakan fitur yang dapat memberikan daftar pekerjaan pada crew sesuai dengan lokasi crew berada saat ini.

Dari sisi keduanya (Crew dan Employer):

1. Group Chat. Fitur Group Chat pada aplikasi GetCrew akan membantu employer dalam hal berkomunikasi dan memberi arahan terhadap crew dalam satu daftar pekerjaan. Dengan adanya Group Chat yang tersedia dalam GetCrew, employer tidak perlu lagi menggunakan dan membuat group chat dengan aplikasi pihak ketiga. Group Chat akan otomatis terbentuk ketika employer menyatakan bahwa pekerjaan sudah siap untuk dijalankan. Hal tersebut juga membantu memudahkan para crew yang sudah direkrut untuk mendapatkan pengetahuan



tambahan terkait skill penjualan yang dapat digunakan untuk pekerjaan selanjutnya (upgrading skill).

Produk

GetCrew merupakan sistem yang membantu para employer (pemberi kerja) dalam merekrut, mengelola, dan mendokumentasikan crew (sales force atau pencari kerja) dalam kegiatan marketing dan penyelenggaraan event. GetCrew memanfaatkan expert system sehingga dapat memberikan rekomendasi crew, dengan jaminan akses crew yang telah diseleksi dan diverifikasi sesuai dengan deskripsi dan kriteria pekerjaan yang diajukan oleh employer. GetCrew menyasar employer perusahaan agency di seluruh Indonesia yang aktif dalam kegiatan marketing , promotion activity dan event management sebagai customer. Platform GetCrew juga membuka kesempatan kerja pada sektor informal bagi masyarakat yang ingin menambah penghasilan, pada platform ini akan disebut sebagai crew atau sales force. Crew atau sales force tersebut akan menjadi user GetCrew dan akan dipilih berdasarkan pertimbangan dari customer (employer) yang menggunakan aplikasi GetCrew untuk mencari pekerja. Sistem GetCrew terdiri dari Mobile App Platform dan Web based Platform. Mobile App akan digunakan oleh End-User, baik crew maupun employer untuk mencari kerja dan perekrutan. GetCrew mendukung platform mobile Android dan IOS sebagai basis platform untuk mobile. Sementara Web based Platform digunakan oleh admin untuk melakukan verifikasi serta memantau transaksi pada sistem GetCrew. GetCrew memiliki dua Entitas End-User, yaitu Crew sebagai User dan Employer sebagai Customer/Client. Crew sebagai User harus melalui autentifikasi login untuk menggunakan fitur yang ada pada sistem GetCrew. User yang tidak memiliki akun dapat mendaftarkan diri terlebih



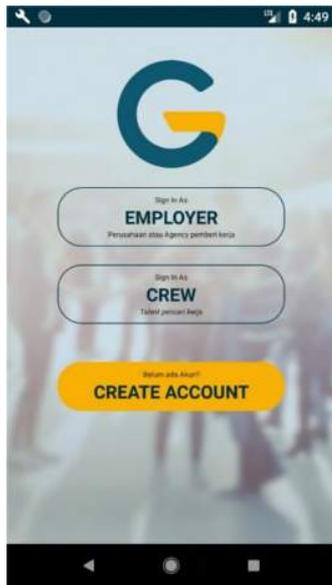
dahulu. Setelah User berhasil Login, user dapat mencari pekerjaan yang sesuai dengan kriterianya dan melamar pekerjaan tersebut. Pekerjaan yang telah dilamar tersebut harus menunggu persetujuan dari Client sebelum bisa diterima. Setelah User diterima sebagai Crew, untuk menjalankan suatu pekerjaan User akan di-brief oleh klien, dapat secara online menggunakan groupchat yang terdapat pada fitur aplikasi GetCrew atau secara offline (bertemu langsung). User yang telah menyelesaikan pekerjaannya akan mendapatkan review dan rating dari client.

Employer sebagai Client juga harus melalui autentifikasi login untuk menggunakan GetCrew. Client yang berhasil login dapat membuat pekerjaan baru yang membutuhkan salesforce. Pekerjaan yang telah dibuat akan tampil pada daftar pekerjaan di sisi user. Client dapat mencari crew yang sesuai dengan kriteria pekerjaan yang telah dibuat. Client dapat memilih crew yang kemudian crew sebagai user dapat menerima maupun menolak tawaran tersebut. Client juga dapat menerima atau menolak jika ada User yang melamar sebagai Crew dari pekerjaan yang telah di post pada GetCrew. Jika tawaran atau lamaran diterima, Client berhasil mendapatkan salesforce untuk menjalankan pekerjaan tersebut. Client harus mengubah status pekerjaan menjadi “on-going” ketika perekrutan berakhir dan pekerjaan siap untuk dijalankan. Client dapat melakukan brief pekerjaan baik melalui Groupchat maupun bertemu secara langsung. Setelah pekerjaan selesai, Client dapat mengubah status pekerjaan menjadi “done” dan Client wajib memberikan rating terhadap Crew / User. Seluruh transaksi yang terjadi antara User (Crew) dan Client (Employer) tercatat di database yang kemudian dapat dipantau oleh admin melalui dashboard. GetCrew sebagai sistem yang membantu mempertemukan



antara crew / sales force dan employer memiliki Unique Value Proposition (keunggulan produk), diantaranya :

- 1) Talent Management Expert System. Dengan adanya talent management expert system, GetCrew akan memberikan rekomendasi crew / sales force dengan jaminan akses crew yang telah diseleksi dan diverifikasi sesuai dengan kriteria kebutuhan dari employer.
- 2) Job Location Based Service merupakan fitur yang dapat memberikan daftar pekerjaan pada crew sesuai dengan lokasi crew berada saat ini.
- 3) Integrated with Sales App. Fitur ini memungkinkan employer dan crew terhubung dengan aplikasi sales pihak ketiga yang telah didukung oleh GetCrew yang menghasilkan real time sales report.
- 4) Group Chat. Fitur Group Chat akan membantu employer dalam hal berkomunikasi dan memberi arahan terhadap crew dalam satu daftar pekerjaan. Dengan adanya Group Chat yang tersedia dalam GetCrew, employer tidak perlu lagi menggunakan dan membuat group chat dengan aplikasi pihak ketiga. Group Chat akan otomatis terbentuk ketika employer menyatakan bahwa pekerjaan sudah siap untuk dijalankan.
- 5) Notification Job System merupakan fitur yang berguna untuk crew agar selalu mendapatkan notifikasi setiap kali ada pekerjaan yang sesuai dengan kriteria yang dimasukkan.



5.3. IdCloud

Tim : Tata Suharta

Mentor : Rudi Setiawan, M.Cs

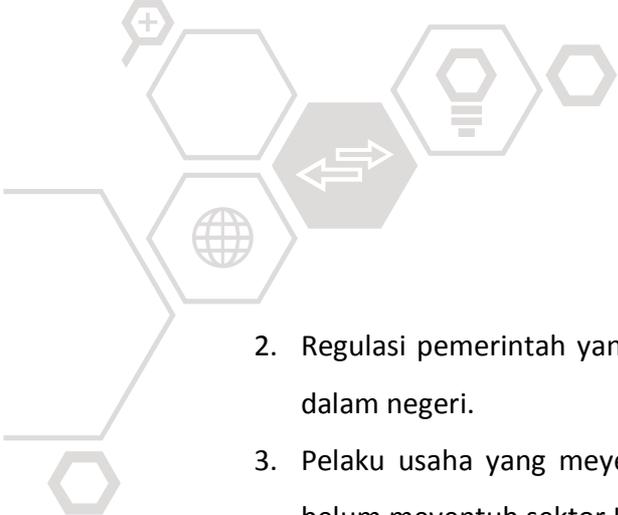
Cloud Computing dilatarbelakangi oleh kebutuhan dunia industri dan komputerisasi akan pemanfaatan bersama sumber daya komputasi yang tersebar namun dapat digunakan sesuai keperluan. kebutuhan para pelaku usaha UMKM-K, perusahaan dan startup yang memindahkan fungsi usahanya ke awan ini yang mendukung munculnya teknologi Cloud computing di Indonesia. Seperti diberitakan ANTARA News, pada tanggal 9 Januari 2018, “Teknologi komputasi awan dinilai semakin menggiurkan di pasar Indonesia karena pemerintah sudah menerbitkan banyak regulasi yang mendorong pelaku usaha ke arah komputasi awan di dalam negeri”. Di seluruh wilayah



Asia Pasifik, tahun lalu sektor UKM tercatat telah menghabiskan \$2 miliar dalam adopsi cloud computing. Dalam penelitian Asia Cloud Computing Association (ACCA) berjudul “SMEs in Asia Pacific: The Market for Cloud Computing 2015” diungkapkan bahwa teknologi berbasis cloud sangat cocok untuk diimplementasikan oleh UMKM-K di Asia guna merangkul dan mengembangkan pangsa pasar. Riset Asia Cloud Computing Association memperlihatkan baru 3 persen pemilik bisnis di Indonesia benar-benar memahami esensi pemanfaatan cloud, Sumber dailysocial.id. Dan saat ini didukung perkembangan perangkat keras termasuk juga perangkat jaringan komputer dan perangkat keras komputer, perangkat lunak termasuk juga sistem operasi, aplikasi, metode pengembangan perangkat lunak , library, serta perkembangan internet dengan kemunculan 4G dan 5G yang menandai kemajuan kecepatan internet di dunia, turut mendukung lahirnya cloud computing sebagai sebuah teknologi dan layanan komputasi dan sumber daya komputasi. Indonesia dinilai menjadi tempat pengembangan teknologi kumputasi awan karena tingkat pengembalian modal investasi (ROIC) yang mencapai 11,6 persen, atau tertinggi di Asia Pasifik. Peluang ini terutama didorong oleh para UKM yang memindahkan fungsi usahanya ke awan, dengan didorong oleh ketersediaan alat bantu dan solusi yang disediakan oleh idcloud24.com, yang mendukung pangsa pasar untuk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM), Koperasi dan Startup yang ingin merambah pasar digital.

Permasalahan

1. Lemahnya UMKM-K dan startup dalam investasi teknologi digital dalam rangka mengembangkan usahanya.

- 
2. Regulasi pemerintah yang mendorong pelaku usaha kearah komputasi awan di dalam negeri.
 3. Pelaku usaha yang meyediakan layanan komputasi di awan masih sedikit dan belum meyentuh sektor UMKM-K dan kebutuhan pelaku bisnis terutama startup.

Solusi

1. Memfasilitasi UMKM-K pelaku usaha dan startup didalam pengelolaan hardware, software, system, sumber daya dan infrastrukturnya secara komprehensif.
2. Keamanan data bahkan disaat terjadi bencana alam
3. Target Layanan utama saat ini adalah pebisnis yang berada di seluruh Indonesia dan tentu saja harapan Kami adalah mendapat tempat pada pasar Asia Tenggara.
4. Mendaatkan aplikasi untuk meningkatkan usaha dengan apikasi open source.

Layanan

1. Software as a Service (SaaS)
Software untuk UMKM, Koperasi dan Startup berupa penyediaan Software untuk kebutuhan penjualan, Akuntansi, POS, penunjang bisnis dan masih banyak lagi.
2. Platform as a Service (PaaS)
Peyediaan tempat untuk penyimpanan data untuk lingkungan sistem (sistem operasi, network, database engine, framework aplikasi, dll)
3. Cloud Hosting
4. Registrasi Nama Domain
5. Manage Service



IDCLOUD24 Login | Daftar | [Lihat Keranjang](#)

[Home](#) [Store](#) [Announcements](#) [Knowledgebase](#) [Status Jaringan](#) [Hubungi Kami](#) Akun

Open Source Point Of Sale

Program kasir online untuk kerja usaha Open Source Point of Sale (OSPOS) adalah software POS gratis untuk toko atau ritel. Software ini sangat berguna untuk toko kecil dan menengah yang membutuhkan osomasi dalam hal pembelian, penjualan dan inventory yang tidak membutuhkan banyak kustomisasi.

Plan	Price	Features
POS Demo DAPATKAN YANG TEPAT UNTUK APLIKASI ANDA DI AWAN (CLOUD). DIDUKUNG SUPPORT 24/7 GRATIS SELAMA 30 HARI GRATIS SUB DOMAIN Resources: Disk Quota 200MB Monthly Bandwidth 1000MB FTP Accounts 1 Email Accounts Unlimited Email Lists Unlimited Databases 1	Rp0 IDR	Pesan Sekarang
POS Basic DAPATKAN YANG TEPAT UNTUK APLIKASI ANDA DI AWAN (CLOUD). DIDUKUNG SUPPORT 24/7 GRATIS SETUP OSPOS GRATIS SUB DOMAIN Resources: Disk Quota 200MB Monthly Bandwidth 1000MB FTP Accounts 1 Email Accounts Unlimited Email Lists Unlimited Databases 1	Rp40,000 IDR Bulanan	Pesan Sekarang
POS Deluxe DAPATKAN YANG TEPAT UNTUK APLIKASI ANDA DI AWAN (CLOUD). DIDUKUNG SUPPORT 24/7 GRATIS SETUP OSPOS GRATIS SUB DOMAIN Resources: Disk Quota 500MB Monthly Bandwidth 5000MB FTP Accounts Unlimited Email Accounts Unlimited Email Lists Unlimited Databases Unlimited Sub Domains Unlimited Parked Domains 2 Addon Domains 2 Hourly Email by Domain Relayed Unlimited	Rp60,000 IDR Bulanan	Pesan Sekarang
POS Business DAPATKAN YANG TEPAT UNTUK APLIKASI ANDA DI AWAN (CLOUD). DIDUKUNG SUPPORT 24/7 GRATIS SETUP OSPOS GRATIS SUB DOMAIN Resources: Disk Quota 1000MB Monthly Bandwidth 10000MB FTP Accounts Unlimited Email Accounts Unlimited Email Lists Unlimited Databases Unlimited Sub Domains Unlimited Parked Domains Unlimited Addon Domains Unlimited Hourly Email by Domain Relayed Unlimited	Rp80,000 IDR Bulanan	Pesan Sekarang

5.4. Tipsaja

Tim : Anisah Suryani

Mentor : Yaddarabullah, M.Kom

Parkir merupakan kegiatan yang dilakukan untuk menata kendaraan sesuai pada tempatnya. Tempat- tempat parkir terdapat banyak tempat antara lain, di pinggir jalan,



didalam gedung atau mall, dan di area lapangan yang sudah disediakan. Jika membahas tentang area parkir pasti memerlukan area yang sangat luas bahkan jika area tersebut juga termasuk area parkir mobil yang memiliki ukuran cukup besar. Permasalahan muncul ketika dalam area gedung atau mall yang luas kita tidak tahu dimana parkiran yang kosong atau kita bahkan tidak tahu kalau parkiran sudah penuh. Terkadang kita terlanjur membayar parkir waktu masuk, tapi ternyata parkiran penuh dan akhirnya terpaksa harus mencari parkiran yang yang lain. Mobil merupakan salah satu objek parkir yang perlu perhatian khusus dalam hal parkir, karena mobil dalam ukuran lebih besar dari motor roda dua dan dimensi dalam penempatan dalam area parkir lebih banyak memakan tempat, dalam 1 area dimensi mobil bisa diisi antara 3 atau 4 motor. Sehingga membutuhkan penataan yang rapi dan jika parkir mobil tidak ditata dengan baik maka area parkir yang tersedia semakin sempit dan menyebabkan orang – orang parkir di mana mereka bisa menemukan area yang kosong meskipun bukan area kusus parkir. Penataan dan informasi parkir yang masih manual yang masih memiliki beberapa kelemahan sehingga memerlukan pengembangan dalam 1 2 hal penyampaian informasi terhadap konsumen parkir. Dalam perencanaan ini kita menemukan ide untuk membantu orang orang yang kesusahan mecari lahan parkir. Apalagi di Jakarta susah sekali ditemui lahan parkir yang kosong dan akibatnya banyak pengguna kendaraan parkir kendaraannya di ruas jalan sehingga membuat macet . Disini kita menciptakan sebuah aplikasi yang bernama TITIPSAJA.COM. Karena muncul beberapa permasalahan yang terjadi dalam hal parkir, maka dibuatlah Alat Sistem Penunjuk Area Parkir Kosong Pada Tempat Parkir Mobil Dengan Metode untuk mempermudah seseorang dalam menata mobilnya pada parkiran mobil.



Permasalahan

- Meningkatnya jumlah mobil.
- Parkir sembarangan.
- Generasi milenial invest dengan beli mobil.
- PERDA No 5 Tahun 2014 yang mewajibkan orang mempunyai garasi jika mempunyai mobil.

Solusi

- Membuat aplikasi jasa lahan parkir titipsaja.com untuk mempermudah pengguna lahan parkir mencari lahan parkir yang kosong sekitar area tersebut yang jarak nya tidak jauh dari destinasi nya.
- Menawarkan kemitraan kepada perorangan/intansi yang memiliki lahan kosong layak parkir mobil.

Produk

aplikasi mobile ini merupakan aplikasi jasa lahan parkir mobil, dimana dengan adanya aplikasi ini dapat memberi kemudahan bagi user/ pengguna lahan parkir untuk mencari sport parkir yang kosong disekitar area destinasi yg dituju. Dan membuka peluang usaha bagi mitra yang mempunyai lahan parkir untuk bisa bergabung dengan titipsaja.com ini agar sport parkir mitra tersebut bisa terisi oleh user yang membutuhkan lahan parkir tersebut.

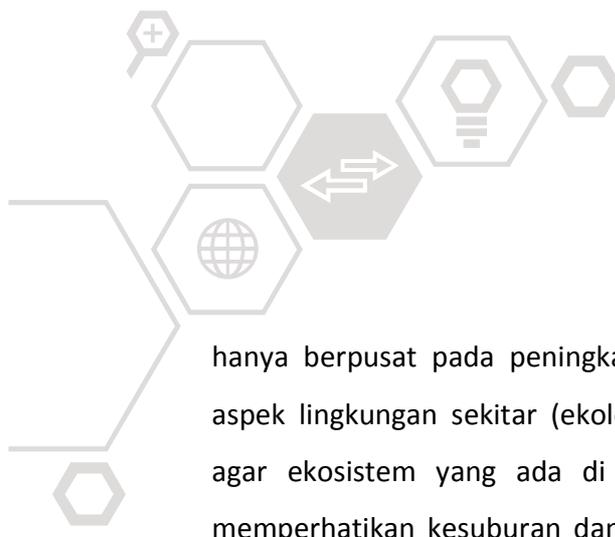


5.5. Egritech

Tim : Fujika Lestari

Mentor : M Lahandi Baskoro, M.Sn

Indonesia merupakan negara agraris dengan total 36 juta petani. Tetapi petani di Indonesia masih hidup dalam garis kemiskinan. Hal ini dikarenakan kurangnya kesejahteraan yang dimiliki petani. Kenyataannya pangan Indonesia bertopang pada pertanian. Petani di Indonesia kurang sejahtera karena masih rendahnya nilai tambah bagi produk pertanian Indonesia. Sehingga produk pertanian yang dihasilkan oleh petani dihargai dengan murah. Perlu adanya peningkatan nilai tambah bagi produk yang dihasilkan petani. Salah satunya adalah petani beras. Petani beras di Indonesia dapat memberikan nilai tambah bagi berasnya dengan membudidayakan padi organik. Pertanian organik adalah kegiatan bercocok tanam (membudidayakan tanaman) yang tidak

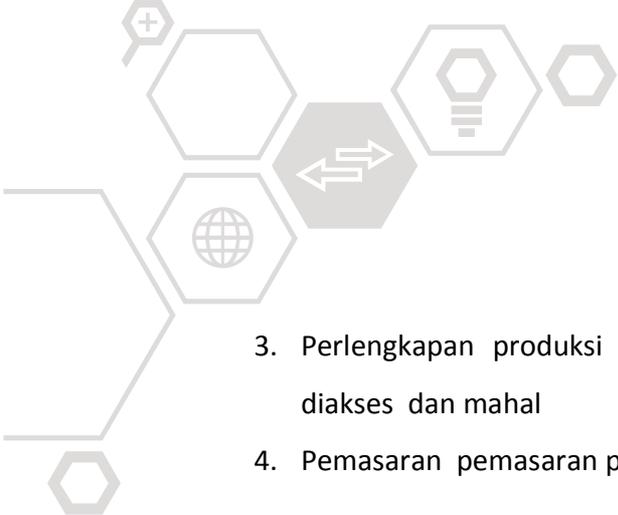


hanya berpusat pada peningkatan hasil produksi tetapi juga memperhatikan aspek-aspek lingkungan sekitar (ekologi), tanah, dan manusia. Pertanian organik bertujuan agar ekosistem yang ada di lingkungan sekitar penanaman tetap terjaga, selalu memperhatikan kesuburan dan kesehatan tanah, dan tentunya menjaga kualitas dari hasil produksi agar aman dikonsumsi oleh manusia. Sistem pertanian organik mengkombinasikan tradisi, inovasi, dan sains yang mampu menguntungkan lingkungan hidup. Dengan total 8 juta hektar sawah tapi hanya 2% yang merupakan sawah untuk produksi padi organik (bps.go.id), hal ini menjadi salah satu peluang dan tantangan. Kenapa jumlah pertanian organik masih sangat sedikit hal ini disebabkan oleh beberapa faktor. Seperti kurangnya pengetahuan, modal, peralatan dan kelengkapan serta akses pemasaran itu sendiri. Untuk menjawab berbagai tantangan diatas maka teknologi digital saat ini bisa berperan dalam membantu mewujudkan pertanian yang memiliki nilai tambah.

Teknologi, Informasi dan Komunikasi mampu menghubungkan berbagai akses yang lebih baik. Maka dari itu Egritech.com sebagai salah satu usaha berbasis TIK yang bertujuan untuk membantu memberikan keberlanjutan dan nilai tambah bagi pertanian di Indonesia, khususnya pertanian padi organik.

Permasalahan

1. Keterampilan Produksi
Keterampilan produksi padi organik masih rendah
2. Kesulitan Modal
Modal awal untuk produksi padi organik cukup besar

- 
3. Perlengkapan produksi perlengkapan dan peralatan produksi yang susah diakses dan mahal
 4. Pemasaran pemasaran produk beras organik yang tidak tetap sasaran.

Solusi

1. Edukasi Produksi
Menyediakan video dan konsultasi edukasi tentang cara produksi padi organik secara online melalui egritech.com
2. Akses Peralatan
Menghubungkan petani padi organik dengan supplier peralatan dan kelengkapan produksi. Melalui website sehingga petani dapat menemukan produk berkualitas namun terjangkau.
3. Akses Pendanaan
Menghubungkan petani padi organik dengan lembaga pemilik dana secara online melalui website. Untuk meningkatkan modal produksi.
4. Akses pemasaran
Memasarkan hasil produksi berupa produk beras organik secara langsung kepada konsumen melalui website dan diintegrasikan dengan marketplace dan sosial media.

Produk

Egritech adalah platform yang menyediakan akses perdagangan dan pengembangan produksi untuk pertanian padi organik. Platform egritech berupa marketplace berbasis

website. Egritech percaya bahwa produktivitas dan peningkatan nilai tambah dapat memperbaiki kualitas hidup dan peningkatan ekonomi bagi petani.



5.6. Muma

Tim : Nadhilah Lahabibah

Mentor : Maulidian, S.Hut., MM

Indonesia sebagai salah satu negara dengan wilayah tropis, menjadikan tanaman hortikultura dapat tumbuh dengan baik. Tanaman hortikultura merupakan subsektor pertanian yang memiliki peran penting dalam pembangunan nasional. Berdasarkan data (Pusdatin Pertanian 2017) Peningkatan PDB sub sektor hortikultura meningkat dari Rp 174.454 miliar tahun 2015 menjadi Rp 189.909 miliar pada tahun 2014 dan Rp 151.651 miliar pada tahun 2017.



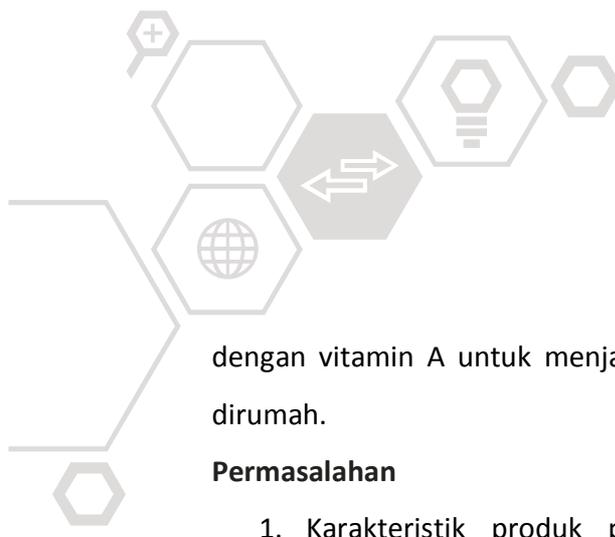
Tanaman hortikultura memiliki beberapa ciri umum yaitu membutuhkan ruang yang luas (*bulky*), mudah busuk, musiman, tanaman hanya dapat ditanam di wilayah yang spesifik, dan memiliki fluktuasi harga yang tidak stabil. (Salim 2016). Ciri umum tanaman hortikultura yang mudah busuk menjadi persoalan dalam penanganan pasca panen, sehingga petani bisa saja mengalami kerugian. Alternatif dalam menghadapi persoalan penanganan pasca panen tersebut salah satunya dengan memberikan nilai tambah pada komoditas hortikultura, sehingga dapat meningkatkan harga jual dan menambah daya simpan yang lebih lama. Bumbu merupakan salah satu produk dengan upaya memberikan nilai tambah terhadap komoditas hortikultura.

Bumbu merupakan kebutuhan sehari-hari karena bumbu adalah bagian terpenting dari suatu masakan. Bumbu dapat memperkaya, mengubah dan menyembunyikan cita rasa masakan. Namun pembuatan bumbu tidak praktis karena harus dibuat setiap kali membuat masakan. Untuk itu diperlukan bumbu yang dapat digunakan untuk berbagai macam resep dan dapat disimpan selama beberapa waktu sehingga dapat menghemat waktu dalam pembuatannya. Bumbu yang memiliki semua sifat itu disebut bumbu dasar. (Farah 2008) Budaya masyarakat sekarang, dengan segala macam kesibukan yang ada, cenderung menginginkan sesuatu yang serba praktis, efektif, dan efisien untuk membantu memudahkan pekerjaan. Terutama bagi wanita yang berprofesi sebagai wanita karir sekaligus menjadi ibu rumah tangga, mereka harus mampu membagi waktu antara pekerjaannya sebagai wanita karir maupun sebagai ibu rumah tangga. Padatnya kegiatan di kantor menyebabkan terbatasnya waktu untuk memasak di rumah. Hadirnya produk bumbu dalam kemasan akan membantu wanita karir dalam menyajikan makanan untuk keluarga.



Berdasarkan data Kementerian Perindustrian Indonesia tahun 2016, perkembangan jumlah unit usaha industri bumbu masak dan penyedap masakan hingga saat ini berjumlah 56 unit usaha yang tersebar diseluruh Indonesia dengan persentase peningkatan jumlah usaha sebesar 5.40%. Tercatat, serapan tenaga kerja industri bumbu masak 9700 orang, sedangkan untuk produk *savoury (non MSG)* pasarnya tumbuh sekitar 9-10%.(kemenperin.go.id 2016).

Rata-rata pengeluaran konsumsi bumbu-bumbuan penduduk Indonesia pada bulan Maret tahun 2017 yaitu sebesar Rp 9.656/kapita/bulan atau 0.93% dari total pengeluaran sebulan.(BPS 2017). Berdasarkan data tersebut dikalikan dengan jumlah penduduk Indonesia yang berjumlah 258.7 juta jiwa (BPS 2017), maka didapatkan *market size* bumbu secara nasional dalam setahun sebesar Rp 29.976.086.400.000. Angka tersebut merupakan angka yang menjadi peluang sangat besar untuk industri bumbu masak.Tingginya tingkat produksi dan konsumsi terhadap bumbu masak di Indonesia, usaha bumbu dalam kemasan menjadi peluang bisnis yang besar dalam dunia masak, didukung dengan banyaknya jumlah ibu rumah tangga yang menjadi wanita karir, sehingga penulis memanfaatkannya untuk membangun sebuah usaha bisnis yang prospektif. Seiring dengan kemajuan teknologi digital, penggunaan gadget salah satunya *smartphone* saat ini meningkat sangat pesat. Sekitar 100 juta lebih pengguna *smartphone* di Indonesia saat ini, dibalik itu terdapat dampak negatif. Beberapa penelitian menyebutkan bahwa penggunaan *smartphone* yang terlalu sering dapat mengurangi kesehatan mata. Oleh karena itu, Bumbu dasar Muma ini hadir sebagai ide bisnis yang memproduksi bumbu dasar terdiri dari bumbu dasar merah, putih, dan kuning. Selain memudahkan konsumen dalam memasak, bumbu dasar ini difortifikasi



dengan vitamin A untuk menjaga kesehatan mata keluarga tercinta melalui masakan dirumah.

Permasalahan

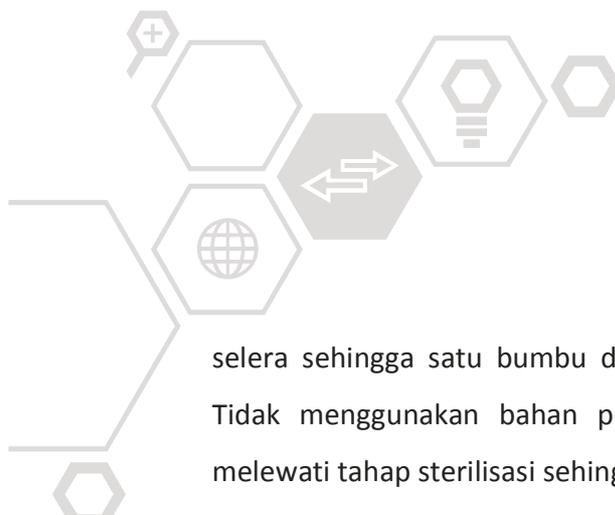
1. Karakteristik produk pertanian yang mudah busuk memerlukan adanya pengolahan pasca panen untuk memberikan nilai tambah, sehingga dapat meningkatkan harga jual dan menambah daya simpan yang lebih lama.
2. Memasak memerlukan langkah yang panjang, padahal waktu untuk memasak di rumah sangat terbatas bagi wanita karir.
3. Kesehatan mata yang berkurang disebabkan oleh penggunaan gadget atau smartphone yang terus menerus.

Solusi

1. Pengolahan pasca panen untuk memberikan nilai tambah melalui produksi bumbu, untuk meningkatkan harga jual dan menambah daya simpan produk pertanian yang lebih lama.
2. Dalam satu bumbu dapat divariasikan untuk beberapa masakan, dan dapat ditambahkan kombinasi bumbu lainnya sesuai selera
3. Penjagaan kesehatan mata keluarga melalui masakan

Produk

Bumbu dasar Muma terdiri dari tiga jenis yaitu bumbu merah, bumbu putih dan bumbu kuning yang masing-masing bumbu tersebut diracik kemudian difortifikasi dengan Vitamin A. Bumbu dasar Muma ini bertujuan untuk memudahkan konsumen dalam memasak dan membuat keluarga terjaga kesehatannya. Bumbu dasar hajar memiliki beberapa keunggulan, yaitu dapat divariasikan dengan tambahan bumbu lainnya sesuai



selera sehingga satu bumbu dasar dapat diaplikasikan ke beberapa menu makanan. Tidak menggunakan bahan pengawet kimia, kemasan dari jar plastik dan sudah melewati tahap sterilisasi sehingga mampu membuat produk tahan lama.



5.7. Mopizza

Tim : Nabila Maha Rani

Mentor : Maulidian, S.Hut., MM

Dengan kemajuan zaman yang semakin pesat, para pengusaha muda mencoba menciptakan produk-produk yang kreatif dan inovatif terbaru untuk merintis usaha mereka agar memperoleh keuntungan maksimal. Bisnis makanan memang tidak ada habisnya bahkan dapat dijadikan sebagai peluang bisnis yang menjanjikan. Berbagai macam jenis makanan bermunculan dengan ragam kreatifitas yang menarik dan unik.

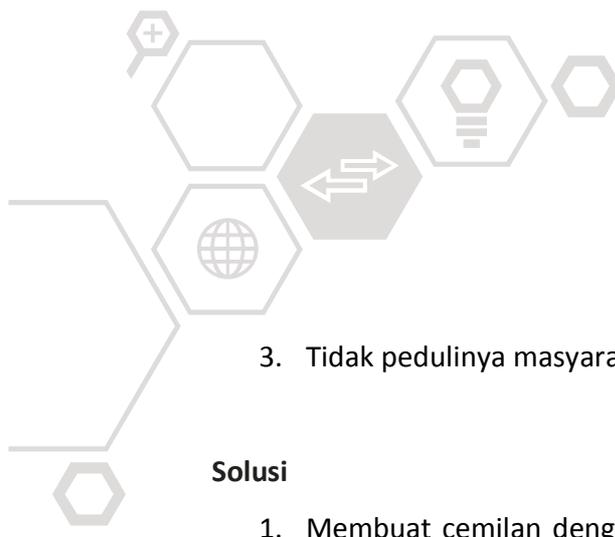


Sebagai contoh yaitu MoPizza. MoPizza merupakan singkatan dari “Mozzarella Pizza” yaitu jenis olahan makanan yang terbuat dari bahan dasar yaitu keju mozzarella.

Ada masalah yang terjadi saat ini yaitu banyak orang yang menyukai makanan pizza namun takut jika terlalu banyak mengkonsumsi akan berdampak kepada berat badan karena pizza pada umumnya memiliki kandungan karbohidrat yang tinggi yang berasal dari tepung. Pada dasarnya pizza terbuat dari tepung, tetapi berbeda dengan MoPizza. Kali ini MoPizza hadir dengan bahan dasar tanpa tepung dan diganti dengan bahan dasar keju mozzarella yang dikombinasi dengan telur. Dengan adanya berbagai bahan utama yang digunakan terdapat manfaat dan kandungan yang baik untuk tubuh diantaranya telur yang memiliki protein. Selain, itu keju mozzarellanya sendiri memiliki kandungan lemak yang tinggi yang baik untuk orang-orang yang sedang menjalankan program diet. Sesuai dengan berbagai bahan yang digunakan, makan MoPizza memang layak untuk dikonsumsi. Bukan hanya sebagai camilan saja, tetapi MoPizza juga kaya akan berbagai manfaat karena terkandung protein, lemak dan lain-lainnya. Berdasarkan hal tersebut, perlu dibentuk suatu usaha berupa usaha kecil makanan, MoPizza ini termasuk dalam kategori industry makanan, lebih tepatnya lagi yaitu industry makanan siap saji. Makanan siap saji ini adalah makanan yang praktis dan mudah diolah dengan cara yang sederhana yang dapat di kemas dengan kemasan yang menarik.

Permasalahan

1. Bagaimana membuat makanan atau camilan yang enak untuk orang yang sedang menjalani program diet tanpa takut berat badan menjadi naik.
2. Membantu orang untuk mengurangi makan karbohidrat.

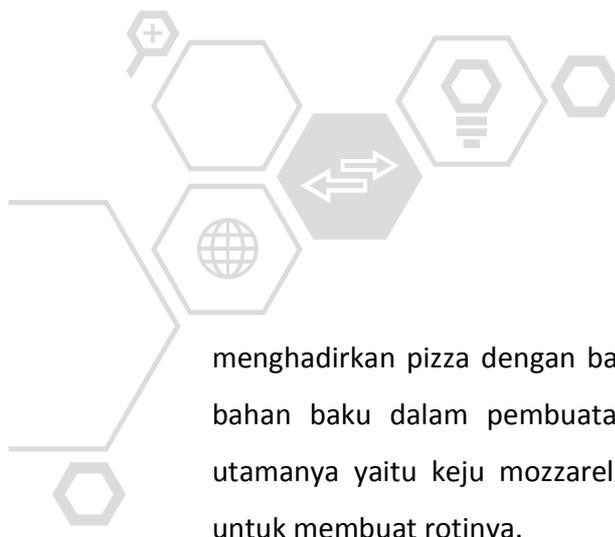
- 
3. Tidak peduli masyarakat akan kesehatan makanan terutama cemilan.

Solusi

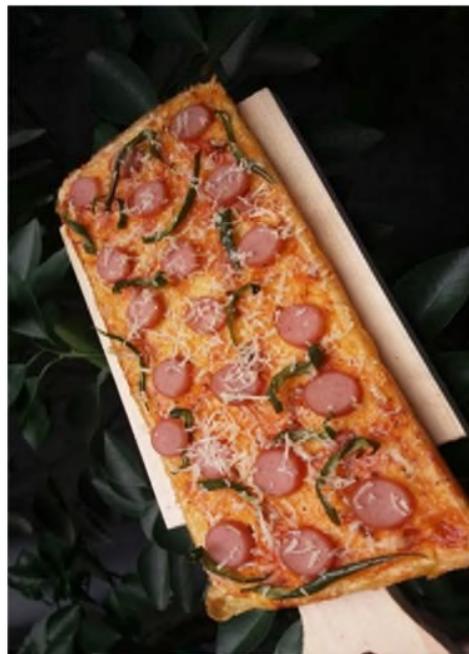
1. Membuat cemilan dengan menggunakan bahan yang mengandung protein dan lemak untuk orang-orang yang sedang menjalankan diet keto
2. Menciptakan inovasi baru
3. Membuat kemasan yang mudah di bawa

Produk

Pada saat ini pizza menjadi salah satu makanan yang sedang banyak di sukai oleh orang-orang tetapi pizza yang ditawarkan memiliki rasa dan tampilan yang begitu biasa saja yaitu pizza yang menggunakan bahan dasar dari tepung untuk rotinya serta diberi topping seperti daging, jamur, sosis, keju dan juga diberi saus sambal dan tomat. Selain itu banyak orang yang sedang melakukan program diet keto tetapi tidak bias mengkonsumsi pizza karena memiliki kandungan karbohidrat yang cukup tinggi, karena mereka takut berpengaruh terhadap berat badannya. Dengan itu maka terbentuklah ide sebuah olahan dari bahan baku keju mozzarella yaitu “ MoPizza” atau biasa disebut Mozzarella Pizza. Pizza dengan bahan dasar keju mozzarella sebagai rotinya dengan bentuk yang berbeda dari biasanya dengan diberi topping sayuran, buah-buahan dan daging. Maka dari itu kami ingin membuat makanan olahan produk pizza yang tidak hanya lezat dari segi cita rasa namun juga memiliki nilai lebih dengan penggunaan bahan baku mozzarella yang dapat membantu orang-orang yang sedang menjalankan program diet tetapi masih dapat makan makanan yang enak tanpa harus takut berat badannya bertambah. MoPizza hadir untuk menjawab keresahan konsumen selamaini dengan



menghadirkan pizza dengan bahan dasar keju mozzarella . Dalam pendirian usaha ini, bahan baku dalam pembuatan MoPizza yang akan kami gunakan adalah sumber utamanya yaitu keju mozzarella. Keju mozzarella sebagai bahan dasar yang penting untuk membuat rotinya.



5.8. Mostbreiner

Tim : Rizam Zahmi

Mentor : Amel Hidayah , MBA

Sepatu adalah alat untuk menutupi atau sebagai alas kaki yang terbuat dari kulit maupun kain. Di Jakarta Timur terdapat sentra industri sepatu yang berada di PIK(Pusat



Industri Kecil) Penggilingan raya. Sentra industri ini telah dikenal sejak tahun 1990an, tidak hanya di Jakarta timur tetapi juga terkenal hingga ke luar kota. Di kawasan PIK ini juga hadir pelopor sepatu lokal yang dahulu berhasil meningkatkan kualitas dan kuantitas produk sepatu kulit lokal yang diberi nama dengan nama Mostbreinner. Pada saat ini produk Mostbreinner berlokasi di Jl. Kp Bulak Jaya RT 12/08 No 65. Produk Mostbreinner ini dimiliki oleh Bapak. Abdul Nazir yang telah merintis usahanya sejak tahun 1996 dan sudah memiliki legalitas merek di HAKI (Hak Kekayaan Intelektual). Sebagai salah satu pelopor sepatu lokal buatan Indonesia yang mengedepankan kualitas, seharusnya produk Mostbreinner ini dapat bersaing dengan berbagai macam produk toko sepatu yang ada di Indonesia khususnya di Bandung atau Surabaya terutama dengan produk-produk sepatu ternama, seharusnya hal inilah yang terjadi dengan produk-produk sepatu lokal PIK terutama produk sepatu Mostbreinner, karena kebanyakan produk-produk sepatu ternama juga membuat produk sepatu di Indonesia yang kemudian setelah di ekspor ke luar negeri mereka mengganti label sepatu tersebut dengan label mereka sendiri yang kemudian dijual kembali di Indonesia.

Hal ini juga pernah dialami oleh Mostbreinner yang pernah menerima pesanan dari luar negeri, bahkan ada yang memesan sengaja dengan tidak menggunakan label. Produk Mostbreinner pernah dipercaya juga atau bekerja sama dengan merek ternama LOUIS dan FLADEO, Ini juga membuktikan bahwa produk Mostbreinner memiliki kualitas yang baik sehingga dipercayakan.

Dikutip dari website Kemenperin tahun 2017 lalu Industri kulit, produk kulit dan alas kaki menunjukkan kinerja yang positif. Hingga menjelang akhir tahun 2017,



investasi sektor ini telah mencapai Rp7,62 triliun atau naik empat kali lipat dibandingkan tahun lalu. “Di sektor industri alas kaki, Indonesia berhasil menduduki posisi kelima sebagai eksportir dunia setelah Tiongkok, India, Vietnam, dan Brasil dengan market share-nya di pasar internasional mencapai 4,4 persen,” kata Kepala Badan Penelitian dan Pengembangan Industri (BPPI) Ngakan Timur Antara pada pembukaan Pameran Kulit, Produk Kulit, dan Alas Kaki 2017 di Plasa Pameran Industri, Kementerian Perindustrian, Jakarta, Selasa (7/11). Ngakan menyampaikan, industri kulit, produk kulit dan alas kaki dalam negeri perlu mempertahankan desain, suplai bahan baku serta keberlanjutan industri untuk meningkatkan daya saingnya. “Kendati produk kulit dari Indonesia telah masuk ke pasar ekspor, sektor ini masih harus mengejar produk negara lain dari segi desain serta *branding*,” tuturnya. Lebih lanjut, menurutnya, salah satu tantangan utama di sektor ini adalah kecenderungan konsumen memilih produk branded. “Karenanya, kita perlu mendorong agar produk lokal kita merajai di tingkat nasional,” ujar Ngakan. Namun di era digitalisasi pasar dengan memanfaatkan teknologi, produk sepatu Mostbreinner masih menggunakan cara cara tradisional atau konvensional, bahkan tidak memiliki Tim Manajemen sama sekali, karena lebih menerapkan sistim dagang bukan bisnis. hal ini lah yang menyebabkan produk Mostbreinner sulit berkembang. Untuk itulah alasan kenapa saya (Rizam Zahmi) anak dari Bpk. Abdul Nazir selaku pemilik mostbreinner bergabung di Inkubasi Bisnis Trilogi (INBISTRO), agar saya bisa dibimbing dan diarahkan serta dapat menemukan cara mengubah pola bisnis sebelumnya dengan yang modern dan memanfaatkan digitalisasi dengan cermat dan mampu bersaing dan bergairah kembali. Karena melihat dari potensi pasar alas kaki kulit sangat tinggi.



Permasalahan

1. Sistem Manajemen Belum ada
2. Manajemen Produksi (Inventory Control, Flow Chart, Rencana produksi)
3. Manajemen Pemasaran (Data base pelanggan, Publikasi Media, Katalog, Website)
4. Manajemen Keuangan (Laporan keuangan, Sistem penggajian, SOP Perusahaan)
5. Branding serta Ciri khas.

Solusi

Membuat Sistem manajemen tersebut dan saat ini prosesnya sudah akan selesai dan memasuki tahap akhir.

Produk

Produk sepatu Mostbreinner adalah produk sepatu berbahan kulit asli yang dibuat dengan tenaga tenaga kerja yang berpengalaman. Mostbreinner tergolong dalam kategori sepatu santai atau Casual Mens dan memang untuk saat ini dikhususkan untuk laki-laki saja. Produk Mostbreinner ada beberapa jenis sepatu, diantaranya; Boots, Pantofel, Slip on, dan Semi sneakers. Mostbreinner memiliki range harga yang murah dari pada sepatu kulit di pasaran. Karena menariknya adalah Mostbreinner mengolah bahan bahan kulit dari Limbah kulit sisa dari pabrik pabrik besar yang tidak terpakai, namun masih sangat sangat baik kualitasnya, hal ini dilakukan karena permintaan dari konsumen yang menginginkan sepatu kulit tapi dengan harga yang murah. Akan tetapi Mostbreinner juga bisa menyediakan sepatu kulit kelas premium (dan ini rancangan pengembangan kedepan juga). Mostbreinner selalu mengeluarkan Model model sepatu



terbaru setiap bulannya sekitar 7 model dan langsung didesain oleh Bpk Abdul Nazir. Sampai saat ini produk mostbreinner sudah tersebar hamper merata di Indonesia.



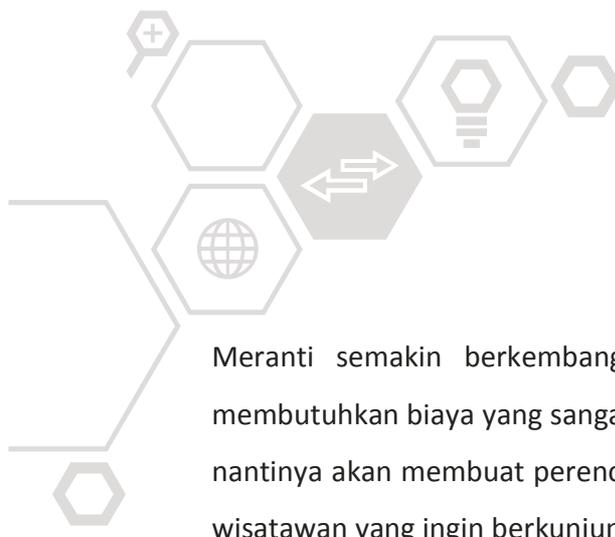
5.9. Pesona Teluk Maranti

Tim : Tia Robby Rahayu

Mentor : Dr. Rizal Taufikkurohman

Pariwisata merupakan salah satu kegiatan yang sangat dibutuhkan manusia, karena manusia cenderung memiliki sikap mudah bosan dan ingin mencari suasana baru dalam beberapa waktu, terkhusus pada hari-hari besar. Teluk meranti merupakan salah satu daerah yang memiliki potensi wisata yang cukup bagus. Minat wisatawan teluk meranti tidak hanya wisatawan nusantara tetapi juga diminati oleh wisatawan mancanegara. Potensi wisata yang dimiliki oleh teluk meranti berupa pertemuan antara air laut dan air sungai yang menghasilkan gelombang ombak yang sangat besar, yang memiliki ketinggian sekitar ± 15 meter dengan jarak tempuh hingga 60 km, dari fenomena alam tersebut maka minat para surfer nasional dan mancanegara semakin meningkat untuk berkunjung.

Bermula dari potensi pariwisata ini lah menemukan suatu tujuan untuk mengembangkan kegiatan agrowisata, yang memiliki tujuan agar pariwisata di Teluk



Meranti semakin berkembang. Namun karena dalam pengembangan agrowisata membutuhkan biaya yang sangat banyak dan waktu yang lama, dalam kegiatan bisnis ini nantinya akan membuat perencanaan bisnis berupa penyediaan jasa berupa web untuk wisatawan yang ingin berkunjung ke Teluk Meranti.

Permasalahan

- Kegiatan wisata yang belum mampu dikembangkan dengan baik
- Pemanfaatan sumber daya alam yang melimpah tidak mampu diolah dengan benar agar menambah pendapatan masyarakat dan membuka lapangan pekerjaan baru.
- Masyarakat di Teluk Meranti belum siap jika daerah tersebut menjadi desa wisata

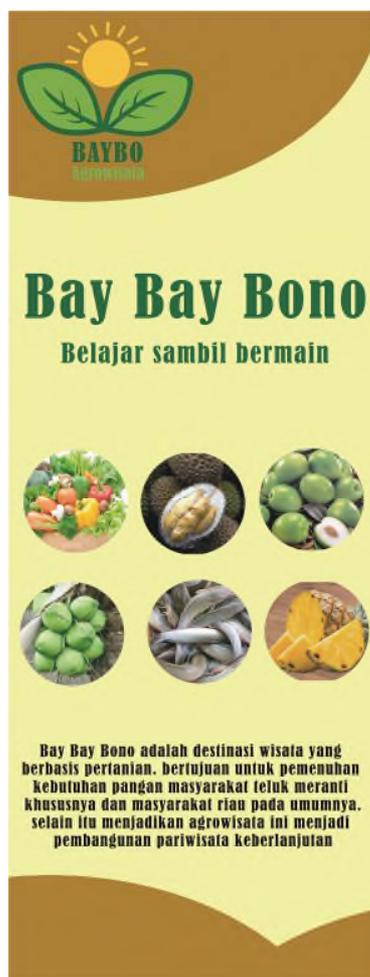
Solusi

- Menyediakan jasa berupa web, bagi wisatawan yang ingin berkunjung ke teluk meranti agar mempermudah akses para wisatawan untuk berkunjung.
- Membuat suatu kegiatan agrowisata di Teluk Meranti agar, memanfaatkan lahan atau alam di teluk meranti agar memberikan manfaat yang baik untuk masyarakat sekitar
- Menjadikan kecamatan teluk meranti sebagai desa wisata, dengan cara membina para masyarakat yang siap jika rumahnya dijadikan sebagai wisma untuk wisatawan yang akan berkunjung, hingga nantinya akan memberikan wisata berupa wisata budaya.



Produk

Jasa yang ditawarkan berupa web, tujuan dari adanya web ini agar mempermudah para wisatawan untuk berkunjung dengan menyediakan fasilitas antar jemput ke bandara terdekat, adanya wisata masyarakat dengan cara menjadikan rumah-rumah warga sebagai wisma untuk wisatawan dan pada kegiatan desa wisata ini menawarkan *authrntic story* kepada wisatawan asing.





5.10. Escadot

Tim : Dhiah Eko W

Mentor : Sulistyani Puteri Ramadhani,S.Pd.,M.Pd.

Indonesia adalah negara yang memiliki banyak pulau yang di kelilingin oleh lautan dan setiap daerah memiliki kesenian dan kebudayaan yang berbeda-beda pula. Ibukota Indonesia adalah Jakarta. Rata-rata penduduk Jakarta adalah orang-orang yang berasal dari Jakarta atau suku betawi. Walaupun dikenal sebagai kota metropolitan, Jakarta memiliki banyak kesenian dan kebudayaan yang ada di dalamnya khususnya adalah budaya betawi. Kesenian dan kebudayaan Indonesia khususnya Jakarta atau betawi mulai tergantikan dengan kebudayaan barat.

Banyak anak anak yang tidak mengetahui dan mengenail macam-macam kesenian dan kebudayaan Indonesia khususnya Jakarta atau betawi. Materi tentang kesenian dan kebudayaan sudahlah seringkali dibahas dari bangku sekolah dasar di mata pelajaran kesenian tetapi penyampaian materi sering kali tidak diperhatikan oleh anak-anak. Karena mereka lebih berminat pada hal-hal menarik seperti Permainan atau *Game*. *Game* adalah hiburan elektronik yang terdiri dari dua unsur yaitu visual dan audio. *Game* memiliki banyak jenis salah satunya adalah *Game* edukasi. *Game* edukasi adalah permainan yang digunakan dalam proses pembelajaran dan dalam permainan tersebut mengandung unsur mendidik atau nilai-nilai pendidikan.

Adapun jenis-jenis dari *Game* edukasi salah satunya adalah *Game Puzzle* yang menekankan pada cara pemecahan teka-teki dimana akan melatih kemampuan logika,



pengenalan pola dan urutan pemecahan. Android adalah sistem operasi *open-source* untuk perangkat mobile yang sekarang ini sedang populer, oleh karena itu android dipilih sebagai *platform* pengembangan *Game* edukasi. Selain itu perangkat android memiliki banyak pengguna dan sudah memiliki banyak *Game* tetapi masih kurang yang mengangkat tema kesenian dan budaya.

Permasalahan

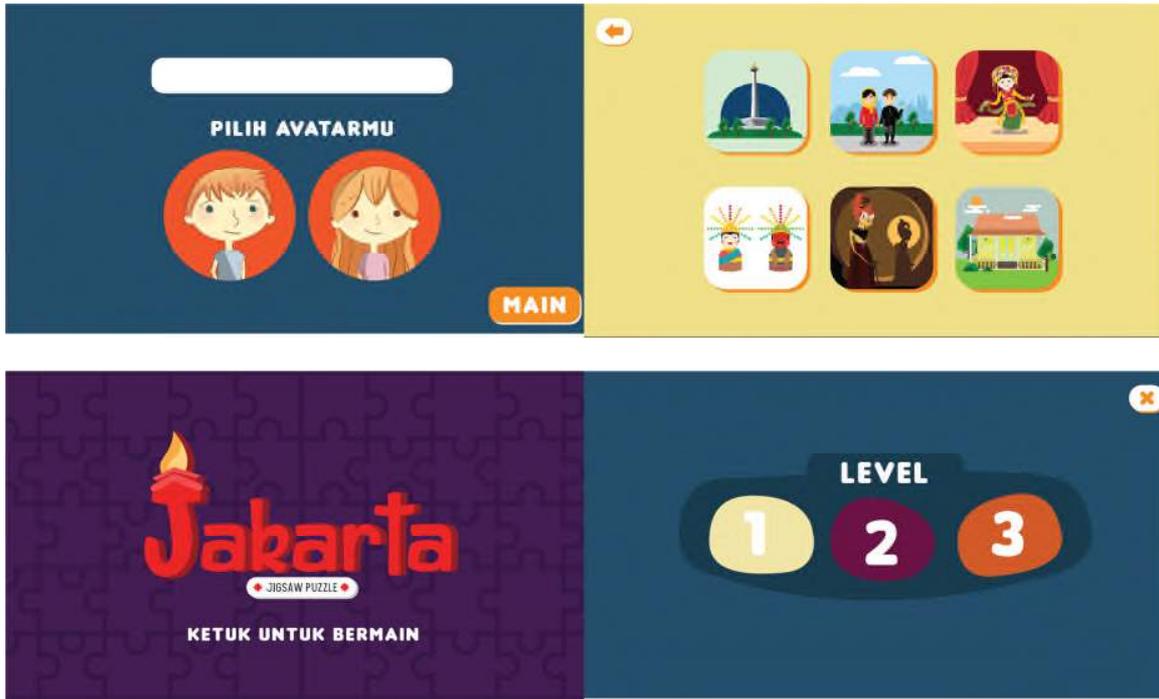
- Penyampaian materi tentang kesenian yang kurang menarik perhatian anak-anak
- Banyaknya anak-anak yang masih belum mengetahui tentang kesenian Indonesia khususnya Jakarta atau Betawi.
- Anak-anak lebih tertari bermain game

Solusi

- Meyampaikan kesenian Indonesia khususnya Jakarta atau Betawi dengan cara yang menarik
- Menciptakan game android bertema kesenian yang memberkan pendidikan untuk anak anak
- Menciptakan game dalam bentuk fisi yang bertemakan kesenia untuk menunjang game android agar anak tidak terlalu sering bermain gadget

Produk

Usaha ini bergerak dibidang perancangan dan pembuatan *game* digital berbasis edukasi dalam bentuk *puzzle*. *Game* ini bukan hanya menampilkan susunan *puzzle* tetapi juga menampilkan deskripsi tentang gambar pada *puzzle* yang ditampilkan dengan menarik dalam bentuk *motion graphic*.



BAB 6

REPUTASI DAN PUBLIKASI

Pada tahun 2018 Inkubator Bisnis Trilogi (INBISTRO) telah mendapatkan prestasi baik dalam memenangkan lomba tingkat nasional, mendapatkan hibah dari Kemenristekdikti dan diliput oleh media cetak dan media online. Berikut adalah reputasi dan publikasi yang diraih oleh Inkubator Bisnis Trilogi (INBISTRO).

6.1. Juara 2 Kompetisi Kewirausahaan USNI

Salah satu tenant INBISTRO meraih juara 2 pada kompetisi kewirausahaan di Universitas Satya Negara Indonesia (USNI) pada bulan maret 2018.



6.2. Juara 3 Kompetisi Booth UMKM

Salah satu tenant INBISTRO meraih juara 3 pada kompetisi booth tenant UMKM pancasila di Universitas Pancasila (UP) pada bulan Agustus 2018.



6.3. Cluster 1 Bidang Inovasi Pendidikan Tinggi

Pada tahun 2018 Universitas Trilogi melalui Inkubator Bisnis Trilogi (INBISTRO) dengan kriteria inovasi mendapatkan peringkat ke 92 dari 4000 Perguruan Tinggi se-Indonesia dan masuk kedalam Cluster 1 (<http://pemeringkatan.ristekdikti.go.id>)

6.4. Siaran Radio DFM 103.4 FM Jakarta

Inkubator Bisnis Trilogi (INBISTRO) memfasilitasi para tenant untuk memperkenalkan produknya melalui siaran di Radio DFM 103.4 FM Jakarta. Siaran dilaksanakan setiap hari senin pukul 10.00-10.30.



6.5. Liputan Wanita Indonesia dan Jawa Pos

Kegiatan yang dilaksanakan oleh Inkubator Bisnis Trilogi (INBISTRO) diliput oleh media nasional yaitu oleh Wanita Indonesia dan Jawa Pos.



Bekali 15 Tenan, Inbistro Gelar Klinik Bisnis

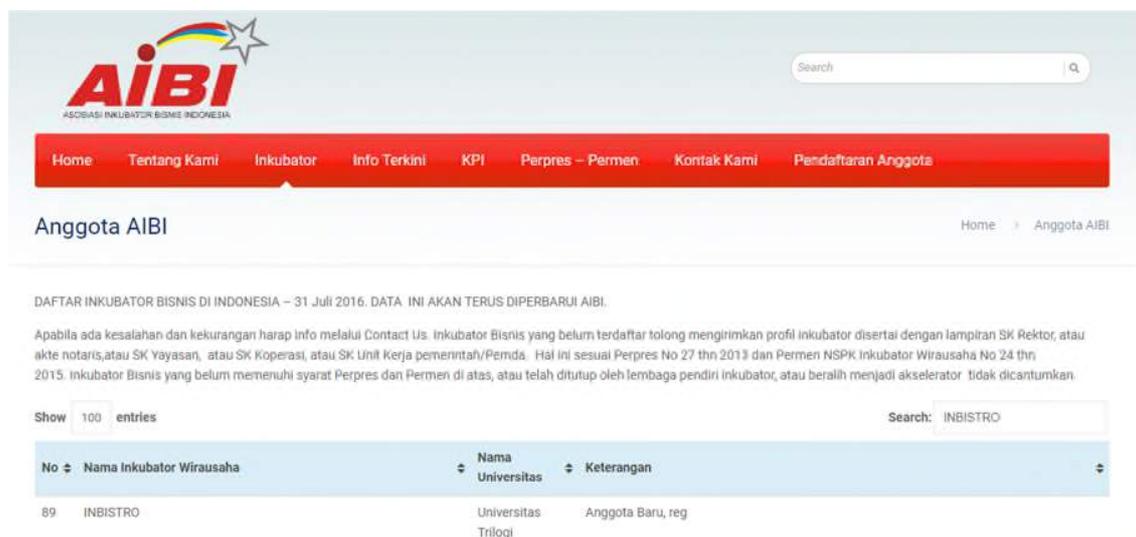
Oleh [radbogmin3](#) - 27 Juli 2018



Mentor dan Tenan binaan Inkubator Bisnis Trilogi (Inbistro) usai menggelar workshop di Code Margonda, Depok, Jawa Barat, kemarin. (1st/Jawapos.com)

6.6. Anggota Asosiasi Inkubator Bisnis Indonesia (AIBI)

Inkubator Bisnis Trilogi (INBISTRO) saat ini aktif terdaftar di Asosiasi Inkubator Bisnis Indonesia (AIBI).



The screenshot shows the AIBI website interface. At the top, there is a search bar and a navigation menu with items: Home, Tentang Kami, Inkubator, Info Terkini, KPI, Perpres – Permen, Kontak Kami, and Pendaftaran Anggota. Below the menu, the page title is 'Anggota AIBI'. A notice states: 'DAFTAR INKUBATOR BISNIS DI INDONESIA – 31 Juli 2016. DATA INI AKAN TERUS DIPERBARUI AIBI.' Below this, there is a paragraph of text explaining the registration process and requirements. A search bar shows 'Search: INBISTRO'. Below the search bar is a table with the following data:

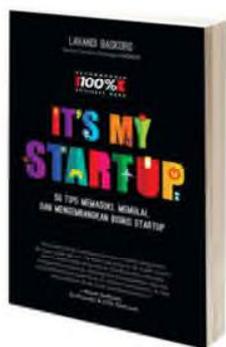
No	Nama Inkubator Wirausaha	Nama Universitas	Keterangan
89	INBISTRO	Universitas Trilogi	Anggota Baru, reg

6.7. Peraih Dana Hibah PPBT, CPPBT dan PPK Tahun 2018

Tahun 2018 ini Inkubator Bisnis Trilogi (INBISTRO) mendapatkan kepercayaan hibah dengan skema PPBT, CPPBT dan PPK dari Kemenristekdikti dengan nilai total 564 Juta Rupiah.

6.8. Publikasi Buku

Pengurus Inkubator Bisnis Trilogi (INBISTRO) juga aktif menulis literasi ilmiah dalam bentuk buku. Berikut adalah buku yang telah diterbitkan.



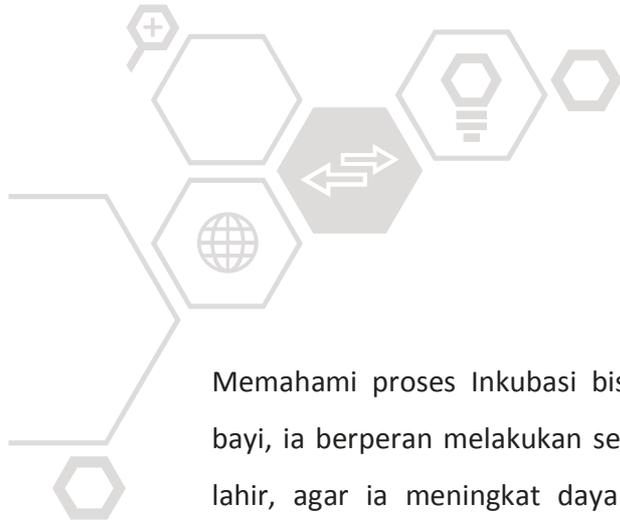
Practical Help untuk memulai startup. Berhasil menjadi National Bestseller kurang dari 6 bulan setelah penerbitannya



Inbistro menyumbang 1 chapter buku. Sudah masuk menjadi Recommended Books dan Best Seller Books di toko buku di Jabodetabek



Buku Panduan Praktis tentang Internet of Things, yang membantu pemula untuk belajar teknologi IoT.



PENUTUP

Memahami proses Inkubasi bisnis seperti melihat bagaimana sebuah alat inkubator bayi, ia berperan melakukan serangkaian treatment medis pada bayi – bayi yang baru lahir, agar ia meningkat daya tahan tubuhnya, sehingga siap hidup di lingkungan sebenarnya. Dalam proses treatment tersebut, selain melibatkan alat, yang bersifat melindungi si bayi, juga ada tim medis yang ahli dibidangnya.

Inbistro adalah Pusat Inkubator Bisnis Universitas Trilogi, merupakan unit dibawah koordinasi LPPM Universitas Trilogi . Berdiri sejak 2013, berfungsi sebagai pelaksana program inkubasi bisnis , yaitu pembinaan dan pengembangan kewirausahaan untuk mahasiswa, dosen, karyawan Universitas Trilogi juga masyarakat umum. Saat ini, InBistro telah terdaftar dalam asosiasi Inkubator Bisnis Indonesia dan dipercaya oleh KEMENRistek DIKTI dalam sosialisasi Program IBT dan PPBT 2017. Sudah diliput oleh media cetak dan online seperti Wanita Indonesia dan Jawa Pos.

Dalam buku ini dibahas bagaimana Inbistro sebagai bagian dari Universitas Trilogi yang bernaung di bawah Lembaga Penelitian dan Pengabdian (LPPM) membangun sistem inkubasi bisnis tahun 2018 yang mengacu pada ketentuan Kemenristek DIKTI dan Kementerian UKM. Proses inkubasi bisnis ini telah menghasilkan 20 tenant potensial dan diantaranya meraih pendanaan dari Kemenristekdikti melalui skema PPBT, CPPBT dan PPK. Kehadiran buku ini, semoga dapat menjadi bagi inspirasi bagi inovator–inovator calon technopreneur yang memiliki wawasan kolaborasi dan kemandirian.

BIOGRAFI

M Lahandi Baskoro, M.Sn



Lahir di Jakarta, 21 Mei 1984. Menamatkan S1 di IPB pada tahun 2005 dengan bidang Ilmu Tanah. Menyelesaikan pendidikan S2 di Institut Kesenian Jakarta pada tahun 2013 dengan bidang ilmu Creative and Media Enterprise. Penulis buku best seller dengan judul “Its My Startup”. Salah satu founder dari Code Margonda, saat ini aktif sebagai Dosen Desain Komunikasi Visual di Universitas Trilogi. Pada tahun 2016 hingga saat ini menjadi Direktur Inkubator Bisnis Trilogi (INBISTRO).

Yaddarabullah, M.Kom



Lahir di Kota Bekasi, 14 Januari 1990. Menyelesaikan pendidikan S1 di Sekolah Tinggi Teknologi Informasi NIIT (2009-2012) dengan program studi Teknik Informatika. Menyelesaikan pendidikan S2 di Universitas Budi Luhur dengan program studi Ilmu Komputer (2013-2015). Saat ini aktif menjadi Dosen di Program Studi Teknik Informatika Universitas Trilogi. Tahun 2017 dipercaya menjadi Manajer INBISTRO dan tahun 2018 dipercaya menjadi Kepala Bagian Penelitian LPPM Universitas Trilogi.

Rizka Ramayanti, M.Si



Lahir di Jakarta, 2 Juni 1985. Menyelesaikan pendidikan S1 dan S2 di Universitas Trisakti dengan bidang ilmu Akuntansi. Saat ini aktif sebagai Dosen Akuntansi di Universitas Trilogi dan sebagai sekretaris Program Studi Akuntansi. Selain itu sejak tahun 2016 mendapatkan kepercayaan sebagai bendahara di Inkubator Bisnis Trilogi (INBISTRO) dan tahun 2018 menjadi Sekretaris Program Studi Akuntansi.



Bayyinah Nurul Haq, S.Sn., M.Pd



Lahir di Bandung, 25 Juni 1979. Menyelesaikan pendidikan S1 di ITB dengan bidang ilmu Desain Produk. Pada tahun 2013 menamatkan pendidikan S2 di Universitas Pendidikan Indonesia dengan bidang ilmu Pendidikan Seni Rupa. Saat ini aktif sebagai dosen di Program Studi Desain Produk Industri di Universitas Trilogi. Selain itu pada tahun 2017 mendapatkan kepercayaan untuk menjadi Bagian Desain Produk di Inkubator Bisnis Trilogi (INBISTRO). Tahun 2018 ini menjadi Kepala Bagian Data dan Informasi Badan Penjaminan Mutu Universitas Trilogi.

Amelia Hidayah, MBA



Menyelesaikan pendidikan S2 di Sekolah Manajemen Bisnis ITB. Saat ini aktif sebagai dosen di Program Studi Manajemen Universitas Trilogi. Semenjak tahun 2017 mendapatkan kepercayaan sebagai sekretaris di Inkubator Bisnis Trilogi (INBISTRO). Pada tahun 2018 menjadi Manajer Inkubator Bisnis Trilogi (INBISTRO).