

Peran Inkubator Bisnis dalam Penguatan Sistem Operasional pada IKM “SEKOTAK DARI DAPUR BU’SARHAN” di Kota Palu

Ardhi Arilla Syah¹, Asngadi², Kadek Agus Dwiwijaya³, Saharuddin Kaseng⁴

Universitas Tadulako, Indonesia

ardhiarilla19@gmail.com¹, asngadyfeutd@gmail.com²

kadekagusdwiwijaya@gmail.com³, saharuddin.kfamily@gmail.com⁴

Submitted: 10th June 2024 | **Edited:** 26th August 2024 | **Issued:** 01st September 2024

Cited on: Syah, A. A., Asngadi, A., Dwiwijaya, K. A., & Kaseng, S. (2024). Peran Inkubator Bisnis dalam Penguatan Sistem Operasional pada IKM “SEKOTAK DARI DAPUR BU’SARHAN” di Kota Palu. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Ekonomi & Bisnis*, 4(3), 1155-1167.

ABSTRACT

In the rapidly evolving era of digitalization, digital business incubators have emerged as programs or institutions aiding the development and growth of startups or small businesses focused on digital technology. As part of these dynamic changes, Palu City has introduced a digital business incubator to facilitate the development of local businesses. While this program aims to enhance capabilities, it also faces numerous challenges that may arise during its implementation. Therefore, monitoring is crucial to assess the effectiveness of the mentoring provided, ensuring that the business support offered by the incubator improves business prospects for micro, small, and medium enterprises (MSMEs). Based on these considerations, the research aims to examine the role of Palu City's Business Incubator in strengthening operations at IKM Sekotak Dari Dapur Bu'Sarhan. This study adopts a quantitative approach utilizing SWOT Analysis and the Business Model Canvas (BMC) method to evaluate the outcomes of the incubator's activities for IKM Sekotak Bu'Sarhan. The findings indicate that Palu City's Business Incubator has effectively supported IKM Sekotak Dari Dapur Bu'Sarhan through initiatives such as product legality, digital marketing, branding, quality management, financial management, and awards during the incubation and intensive mentoring period, significantly benefiting the operational management of these businesses.

Keywords: Business Incubator, Operations, MSMEs

PENDAHULUAN

Di era digitalisasi yang semakin berkembang pesat, inkubator bisnis berbasis digital menjadi salah satu program atau lembaga yang membantu pengembangan dan pertumbuhan bisnis startup atau usaha kecil dengan fokus pada teknologi digital. Kota Palu, sebagai bagian dari perubahan dinamis ini, turut menghadirkan inkubator bisnis berbasis digital untuk memfasilitasi perkembangan bisnis lokal. Saat ini konsumen cenderung lebih cerdas membutuhkan banyak informasi mengenai produk dan tertarik untuk mengetahui asal usul produk yang akan dikonsumsi (Rombe, E., dkk, 2018).

Manajemen Operasional Produksi dalam konteks ini menjadi faktor untuk memastikan keberlanjutan, efektivitas, dan daya saing usaha tersebut.

Aktivitas bisnis yang semakin kompetitif dan dinamis saat ini, perlu adanya manajemen operasional yang efektif dapat menjadi kunci keberhasilan sebuah perusahaan. Minimnya pengetahuan pelaku IKM tentang manajemen bisnis yang baik mengakibatkan banyak pelaku IKM hanya fokus memproduksi barang, tanpa memikirkan bagaimana melakukan ekspansi bisnisnya lebih besar lagi serta dapat memahami fungsi manajemen produksi yang baik dari segi manajemen operasi, forecasting, perencanaan kapasitas dan aggregate desain barang dan jasa dibutuhkan solusi atas permasalahan tersebut.

Program Inkubator bisnis hadir sebagai organisasi yang mendukung proses kewirausahaan, membantu meningkatkan tingkat kelangsungan hidup bagi wirausahawan yang inovatif. Salah satu tujuan adanya program Inkubator Bisnis Berbasis Digital yaitu untuk meningkatkan perekonomian daerah dan yang menjadi tugas utama adalah bagaimana bisa melahirkan sebuah ide bisnis yang dibutuhkan dipasaran, menjawab kebutuhan pasar sehingga produk atau jasa yg dihasilkan dapat memenuhi kebutuhan atau disukai oleh masyarakat.

Melalui program Inbis, pelaku usaha dapat mengembangkan keterampilan dan pengetahuan mereka. Ini dapat mencakup pelatihan teknis, pengembangan sumber daya manusia dan penguasaan keterampilan yang dibutuhkan untuk berkontribusi secara maksimal pada pertumbuhan bisnis di inkubator. Meskipun program ini mempunyai tujuan yang dapat meningkatkan kapabilitas dari Sumber daya manusia yang ada pada IKM, tidak sedikit tantangan yang nantinya akan menjadi masalah dalam program tersebut. Oleh karena itu, perlu dilakukan monitoring untuk melihat sejauh mana efektifitas dari pelaksanaan pendampingan yang dilakukan. Sehingga, tujuan dari pendampingan usaha yang dilakukan oleh inkubator bisnis dapat meningkatkan prospek bisnis pada IKM.

Salah satu IKM yang terdaftar program Inkubasi Kota Palu ialah IKM sekotak dari Dapur Bu'sahran, berdiri sejak tahun 2020 sampai dengan saat ini dinilai belum begitu mengoptimalkan oprasionalnya seperti halnya melakukan perhitungan HPP, melakukan kegiatan promosi dari sisi *digital marketing*, pencatatan keuangan, dan pengurusan legalitas yang dapat mendukung administrasi usaha. Berdasarkan Hal tersebut di atas,

tujuan penelitian yang akan dicapai ialah untuk mengetahui bagaimana peranan Inkubator Bisnis Kota Palu dalam penguatan Operasional pada IKM SEKOTAK DARI DAPUR BU'SARHAN DI KOTA PALU

LANDASAN TEORI

Ruang Lingkup Manajemen Operasional

Pengertian manajemen operasional menurut Daft (2006) adalah "Bidang manajemen yang memfokuskan pada proses produksi barang, serta penggunaan alat-alat dan teknik khusus untuk memecahkan masalah-masalah yang terjadi pada proses produksi". Russel & Taylor (2011) pun menyatakan bahwa manajemen operasional meliputi mendesain, mengoperasikan, dan memperbaiki sistem produksi, yaitu sistem yang dioptimisasi untuk menyelesaikan pekerjaan. Operasi merupakan proses transformasi masukan menjadi keluaran dengan memperbesar nilai tambah. Hal ini yang menjadi pendukung terciptanya operasional yang kuat dalam menjalankan aktifitas produksi pada suatu usaha. Operasional produksi merupakan seperangkat definisi, konsep, dan proposisi yang telah disusun secara rapi dan sistematis mengenai variabel-variabel dalam kegiatan produksi. Landasan teori ini menjadi dasar yang kuat dalam memahami dan menjelaskan berbagai aspek operasional produksi. Frederick W. Taylor (1856-1915) Taylor dikenal sebagai Bapak Manajemen Ilmiah. Ia terkenal dengan sistem Taylornya yang menekankan pada efisiensi dan efektivitas dalam proses produksi. Taylor berfokus pada pengukuran waktu dan gerakan untuk mengidentifikasi metode kerja yang paling efisien. Ia juga mengembangkan sistem upah diferensial untuk memotivasi pekerja agar lebih produktif.

Manajemen produksi adalah proses yang melibatkan perencanaan, organisasi, arah, dan pelaksanaan kegiatan produksi. Tujuan akhir dari setiap solusi dan proses produksi adalah untuk mengubah koleksi bahan baku menjadi produk jadi. Beberapa orang menyebut manajemen produksi sebagai penyatuan 6 M di antaranya Men (Manusia), Money (Uang), Machines (Mesin), Materials (Material), Methods (Metode), dan Markets (Pasar).

Konstituen-konstituen ini berpadu untuk memberi konsumen dan bisnis produk yang mereka butuhkan atau inginkan. Prinsip-prinsip manajemen ini sering disebut sebagai prinsip-prinsip manajemen operasi, dan prinsip-prinsip tersebut dirancang untuk

memfasilitasi produksi barang yang berkualitas dan kuantitas yang diperlukan. Tujuan utama manajemen produksi adalah untuk menghasilkan barang dan jasa dengan kualitas yang tepat, jumlah yang tepat, pada waktu yang tepat dan dengan biaya minimum, untuk meningkatkan efisiensi. Organisasi yang efisien dapat menghadapi persaingan secara efektif. Manajemen produksi memastikan pemanfaatan penuh atau optimal dari kapasitas produksi yang tersedia.

Henry Ford (1863-1947) yang dikenal sebagai pelopor sistem produksi massal, berpendapat Ford mengembangkan sistem produksi massal yang menggunakan jalur perakitan untuk memproduksi mobil dengan cepat dan murah. Sistem Ford merevolusi industri manufaktur dan menjadi standar bagi banyak perusahaan di seluruh dunia.

Inkubator Bisnis

Inkubator bisnis dapat dianggap sebagai strategi pengembangan usaha yang bertujuan untuk membantu dan mempercepat proses pembentukan, pengembangan, dan kemampuan bertahan hidup dari perusahaan baru dan yang sudah ada di masyarakat. Ini dilakukan dengan mengumpulkan sumber daya potensial termasuk bisnis potensial (klien) dari masyarakat dalam fasilitas inkubator bisnis dan kemudian menyediakan klien dengan berbagai layanan bantuan bisnis. Inkubator bisnis adalah organisasi yang mendukung proses kewirausahaan, membantu meningkatkan tingkat kelangsungan hidup bagi wirausahawan yang inovatif. Secara spesifik perlu adanya pengaruh pengelolaan lingkungan, dukungan sosial, dan kinerja keuangan terhadap inovasi pada manajerial usaha (Thahir, H., Hadi, dkk 2022). Pengusaha dengan proyek layak dipilih dan dimasukkan ke dalam inkubator, di mana mereka ditawarkan menu khusus sumber daya dukungan dan layanan. Sumber daya dan layanan yang terbuka untuk wirausahawan dapat mencakup beragam elemen seperti:

1. Pembinaan manajemen
2. Membantu dalam menyiapkan rencana bisnis yang efektif
3. Layanan administratif
4. Dukungan teknis
5. Jaringan bisnis dan membantu dalam menemukan sumber daya keuangan.

Analisis SWOT

Analisis SWOT dalam menjalankan sebuah usaha, sebuah tujuan dan sasaran harus ditetapkan, dan strategi harus disusun untuk mencapai tujuan dan sasaran tersebut.

Untuk itu, seorang pemilik usaha atau pemilik perusahaan harus menjalankan analisa lingkungan. Alasannya adalah (Wahyudi, 1996, hlm. 49):

1. Karena sebuah usaha atau perusahaan tidak dapat berdiri sendiri tanpa melibatkan interaksi dengan lingkungannya yang berubah setiap saat, baik lingkungan internal maupun lingkungan eksternal.
2. Pengaruh lingkungan yang rumit dan kompleks tersebut akan mempengaruhi kinerja usaha atau perusahaan.

Salah satu bentuk analisis lingkungan adalah menggunakan analisis SWOT. Analisis SWOT dijelaskan oleh Nazarudin (2020, hlm. 32) sebagai suatu metode perencanaan strategis untuk mengevaluasi faktor-faktor yang mempengaruhi usaha untuk mencapaitujuan, baik jangka pendek maupun jangka panjang. Analisis SWOT terdiri dari (Wahyudi, 1996, hlm. 68-69):

1. *Strengths* (Kekuatan), yaitu keunggulan sumber daya, keterampilan atau kemampuan yang mampu memenuhi pasar yang tidak dimiliki oleh pesaing.
2. *Weaknesses* (Kelemahan), yaitu keterbatasan sumber daya, keterampilan, dan kemampuan yang menghalang efektivitas usaha.
3. *Opportunities* (Peluang), yaitu situasi diluar usaha yang menguntungkan atau berpotensi menguntungkan usaha.
4. *Threats* (Ancaman), yaitu situasi diluar usaha yang merugikan atau berpotensi merugikan usaha.

Apabila analisis SWOT telah dilakukan, dan setiap bagian dari analisis tersebut diketahui, maka dapat disusun strategi yang dapat mendukung usaha tersebut sekaligus mengetahui kondisi saat ini dan ancaman yang dapat menghalang tujuan usaha. Penyusunan strategi menggunakan hasil analisis SWOT disebut sebagai Matriks SWOT, yang merupakan alat untuk mengembangkan empat jenis strategi, yaitu (Umar, 2020, hlm. 83):

1. *Strategi SO* (Strengths-Opportunities), yaitu strategi yang menggunakan kemampuan internal usaha untuk memanfaatkan peluang eksternal.
2. *Strategi WO* (Weaknesses-Opportunities), yaitu strategi yang bertujuan untuk meningkatkan kelemahan internal dengan memanfaatkan peluang eksternal.
3. *Strategi ST* (Strengths-Threats), yaitu strategi yang menggunakan kekuatan internal untuk menghindari ancaman eksternal.

4. *Strategi WT* (Weaknesses-Threats), yaitu strategi defensif yang diarahkan untuk mengurangi kelemahan internal dan ancaman eksternal.

Analisis Model Bisnis Canva

Analisis yang dilakukan terhadap usaha kuliner adalah analisis business model canvas (BMC). BMC merupakan model bisnis yang memiliki 9 elemen area aktivitas bisnis yang memetakan strategi untuk membangun bisnis yang kuat agar dapat memenangkan persaingan dan sukses dalam jangka panjang. Sembilan elemen kunci tersebut terdiri dari *Customer Segments*, *Value Propositions*, *Channels*, *Customer Relationships*, *Revenue Streams*, *Key Resources*, *Key Activities*, *Key Partnerships*, dan *Cost Structure* (Osterwalder dan Pigneur, 2012). Elemen-elemen tersebut dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. *Customer Segment* adalah kelompok orang atau organisasi yang ingin dijangkau oleh perusahaan dengan memperhatikan kebutuhan customer;
2. *Value Proposition* adalah keunggulan dari produk dan layanan yang dimiliki perusahaan untuk menciptakan nilai bagi segmen pelanggan tertentu;
3. *Customer Relationship* adalah hubungan yang dibangun antara sektor usaha dengan customer untuk meraih kesetiaan customer;
4. *Channel* adalah cara dan bagaimana perusahaan berkomunikasi dan menjangkau customer;
5. *Revenue Stream* adalah representasi jalur penerimaan uang dari setiap customer segment;
6. *Key Resource* adalah sumber daya utama yang mencakup aset terpenting yang diperlukan dalam membuat model bisnis;
7. *Key Activities* adalah kegiatan utama usaha yang berhubungan dengan produksi, distribusi, dan pelayanan;
8. *Key Partners* adalah kunci kemitraan yang menjelaskan jaringan pemasok dan mitra usaha;
9. *Cost Structure* adalah struktur biaya yang mencakup semua biaya yang dikeluarkan untuk menunjang kegiatan bisnis.

Menurut Joyce dan Paquin (dalam Yusuf et al. 2020) elemen area aktivitas dalam BMC dapat digunakan untuk merumuskan nilai yang akan diberikan kepada pelanggan; merumuskan hubungan dalam organisasi dan rantai pasokan dalam pengadaan bisnis

serta merumuskan bagaimana hubungan tersebut dapat menghasilkan nilai dan menciptakan laba bagi pemilik usaha.

METODE PENELITIAN

Metode Penelitian ini menggunakan paradigma positivistik dengan pendekatan kuantitatif. jadi paradigma dalam penelitian ini diartikan sebagai pola pikir yang menunjukkan hubungan antara variabel yang akan diteliti yang sekaligus mencerminkan jenis dan jumlah rumusan masalah yang perlu dijawab melalui penelitian, teori yang digunakan dalam merumuskan hipotesis, dan teknik analisis statistik yang digunakan (Sugiyono, 2015: 42). Penelitian ini menggunakan pendekatan Analisis SWOT dan *Business Model Canvas* (BMC) untuk mengetahui hasil dari aktivitas Inkubator Bisnis pada IKM Sekotak Bu'Sarhan.

Key person pada penelitian ini pelaku IKM Sekotak dari Dapur Bu'Sarhan yaitu Pemilik selaku stakeholder yang mengetahui informasi tentang inkubator bisnis di Kota Palu. Pengambilan data menggunakan survei, wawancara mendalam. Teknik observasi adalah peneliti langsung turun ke lapangan untuk mengamati perilaku dan aktivitas individu-individu di lokasi penelitian. Dalam pengamatan ini, peneliti merekam dan mencatat baik dengan cara terstruktur maupun semi terstruktur. Misalnya, dengan mengajukan sejumlah pertanyaan (Creswell, 2016). Tujuan dari observasi agar peneliti dapat mengetahui aktivitas apa saja yang dilakukan oleh para partisipan di tempat penelitian, sekaligus berbaur dengan partisipan sehingga memudahkan peneliti dalam mengumpulkan informasi yang lebih banyak.

Selain observasi lapangan, peneliti juga melakukan metode wawancara untuk pengumpulan data. Tujuan dilakukannya metode ini yaitu untuk memperoleh data dan informasi yang valid dan akurat, terhadap informan-informan yang dijadikan sumber informasi. Lebih lanjut (Iskandar, 2009) mengemukakan, wawancara merupakan teknik pengumpulan data kualitatif dengan menggunakan instrumen yaitu pedoman wawancara. Wawancara dapat dilakukan beberapa kali sesuai dengan keperluan peneliti yang berkaitan dengan hal yang sedang diteliti.

Instrumen dalam penelitian kualitatif adalah peneliti itu sendiri (*human instrument*) yang disertai alat bantuan berupa *tape recorder* dan kamera. Dalam penelitian kualitatif peneliti memiliki kedudukan penting, ia sekaligus merupakan

perencana, pelaksana pengumpulan data, analisis, penafsiran data, dan pada akhirnya ia menjadi pelapor hasil penelitiannya Moleong (2017).

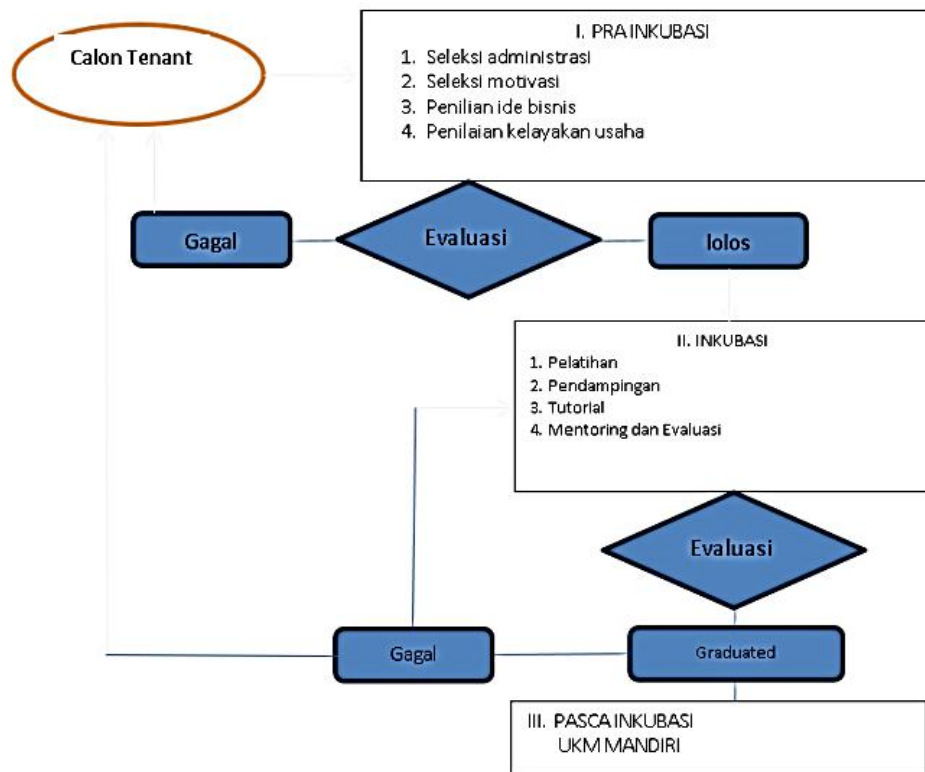
Data atau informan harus ditelusuri seluas-luasnya sesuai dengan keadaan yang ada. Hanya dengan demikian peneliti mampu mendeskripsikan fenomena yang diteliti secara utuh Bungin (2012). Penentuan informan dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik ini digunakan peneliti dalam penentuan informan untuk mengambil informasi terkait untuk mengetahui sejauh mana Inkubator Bisnis Kota Palu dalam melakukan program dan peranan dari Inkubasi terhadap penguatan operasional pada IKM Sekotak Bu'Sarhan yang berlokasi di Jalan Banteng BTN Bumi Anggur Blok B1 No.2. Waktu penelitian ini dimulai pada tanggal 21 Februari 2024 – 30 Juni 2024.

HASIL PENELITIAN

Inkubator Bisnis Berbasis Digital adalah lembaga/wadah yang dibentuk berdasarkan Peraturan Wali Kota Palu No. 31 Tahun 2023 Tentang Penyelenggaraan Inkubasi di Daerah, yang berfokus pada penumbuhan, pengembangan wirausaha dan inovasi daerah, serta sebagai pusat verifikasi data pelaku usaha di kota palu dalam pengentasan kemiskinan. Inkubator Bisnis Berbasis Digital Kota Palu merupakan satu dari 53 program prioritas Pemerintah Kota Palu guna peningkatan kapasitas dan sumberdaya pelaku usaha dalam berbagai sektor. Selain untuk penguatan, inkubator bisnis berbasis digital atau INBIS Palu juga fokus pada penguatan kelayakan dan optimasi penerimaan dukungan pelaku usaha.

Berdasarkan Peraturan Wali Kota Palu No. 31 Tahun 2023 Tentang Penyelenggaraan Inkubasi di Daerah, bahwa Inkubator Bisnis adalah suatu lembaga/wadah yang berguna untuk membina dan mengembangkan calon pengusaha/usaha baru (tenant) menjadi pengusaha/usaha yang mandiri melalui proses inkubasi/pembinaan secara terpadu yang meliputi bantuan pelatihan, bimbingan dan konsultasi, penelitian dan pengembangan wirausaha, bantuan permodalan, serta penciptaan jaringan usaha. Salah satu tujuan adanya program Inkubator Bisnis Berbasis Digital yaitu untuk meningkatkan perekonomian daerah dan yang menjadi tugas utama adalah bagaimana bisa melahirkan sebuah ide bisnis yang dibutuhkan dipasaran, menjawab kebutuhan pasar sehingga produk atau jasa yg dihasilkan dapat memenuhi

kebutuhan atau disukai oleh masyarakat, dan bagaimana pendampingan selanjutnya dari usaha tersebut mulai dari branding, desain produk, manajemen mutu produksi, manajemen keuangan, hingga digital marketingnya. Berdasarkan data yang hadir pada penelitian ini Inkubator Bisnis Kota Palu melukan program pada Calon Tenant yang akan di ikutkan pada alur Inkubasi sebagai berikut.



Gambar 1. Alur Inkubasi

Adapun program yang dijalankan oleh Inkubator Bisnis Teknologi Kota Palu antara lain :

1. Legalitas produk: NIB (Nomor Induk Berusaha), HKI (Hak Kekayaan Intelektual), Sertifikasi Halal, dan PT Perorangan.
2. Digital Marketing: Aset Digital, Sosmed ADS, dan Digital Marketplace.
3. Branding: Foto Produk, Logo, Desain (Flyer, brosur, X-banner, Packaging).
4. Manajemen Mutu dan Keuangan: Standarisasi Manajemen & Mutu Produksi, Manajemen Keuangan.
5. Awarding: bantuan peralatan dan dana bagi Pelaku Usaha yang terverifikasi.

Program inkubasi diawali dengan kegiatan sosialisasi. Selanjutnya calon tenant mengajukan proposal kepada pihak inkubator untuk dievaluasi oleh Tim yang ditunjuk

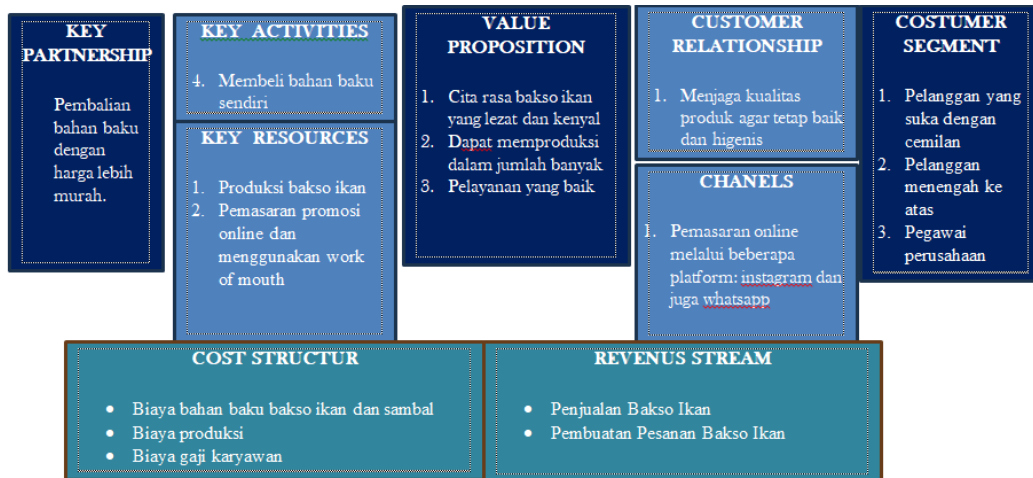
oleh Kemenristekdikti. Setelah melakukan pendaftaran dan pengajuan proposal peserta yang lulus pada seleksi administrasi akan mengikuti presentasi dan wawancara dengan tim juri. Tahapan ini bertujuan untuk melihat kesiapan dan kemampuan calon tenant, mengetahui lebih detail mengenai rencana usaha calon tenant, serta mengetahui komitmen calon tenant dalam mengembangkan usahanya. Tahap terakhir adalah pengumuman hasil seleksi yang dilakukan secara resmi melalui surat tertulis dan media publikasi. Dalam tahap ini dilakukan penandatanganan Perjanjian Kerjasama atau Perjanjian Inkubator dengan peserta yang lolos seleksi. Jumlah tenant yang lolos seleksi di Inkubator Bisnis Kota Palu sebanyak sepuluh tenant namun hanya ada tujuh tenant yang aktif dalam menjalankan usahanya termasuk IKM SEKOTAK DARI DAPUR BU'SARHAN. Selama dua tahun masa inkubasi, Inkubator Bisnis dan Teknologi Kota Palu memberikan layanan inkubasi kepada tenant yang tergabung. Selama dua tahun masa inkubasi layanan tersebut diberikan secara gratis namun setelah melewati masa inkubasi akan dilaksanakan perjanjian ulang oleh pihak inkubator dan tenant. Perjanjian oleh kedua belah pihak diatas, meliputi tentang sewa ruang kantor atau usaha, ruang rapat atau pertemuan bisnis, akses internet, dan sarana telekomunikasi.

Analisis SWOT IKM



Gambar 2. Analisis SWOT IKM

Analisis Busines Model Canvas (BMC)



Gambar 3. Analisis Busines Model Canvas (BMC)

Penyusunan dan Pemilihan Strategi

Rencana Implementasi Strategi

Rencana implementasi, disebut juga rencana strategis, menguraikan langkah yang harus diambil tim saat mencapai gol atau tujuan bersama. Rencana ini menggabungkan strategi, proses, dan tindakan serta akan mencakup semua bagian proyek, mulai cakupan hingga anggaran.

1. Menentukan pencapaian penjualan yang akan dibuat, dengan cara mempromosikan produk dengan upaya Foto Produk, Logo, Desain (Flyer, brosur, X-banner, Packaging yang dibuat lebih menarik.
2. Membuat varian baru pada produk yang akan dijual pada pelaku usaha
3. Melakukan riset lapangan tentang pendapat makanan yang disajikan oleh “Sekotak Dari Bu Sahran”.
4. Memberikan tanggung jawab dan tugas kepada anggota – anggota yang terlibat dalam usaha ini. Serta pengembangan peralatan yang dapat menjadikan proses produksi lebih efektif dan efisien.
5. Mebuat Legalitas produk: NIB (Nomor Induk Berusaha), HKI (Hak Kekayaan Intelektual), Sertifikasi Halal

Hasil Implementasi Strategi Dan Strategi Keberlanjutan

1. Dengan adanya promosi prduk dengan atribut yang menarik serta melibatkan influencer Kota Palu, maka Bakso Sekotak dari Bu Sahran mulai banyak dikenal Masyarakat luas.

2. Membuat varian baru pada produk membuat pelanggan yang datang dapat memilih menu yang beragam sesuai selera
3. Melakukan riset lapangan dapat membantu owner dalam mengetahui apa saja yang kurang dan yang harus ditambah dalam produk yang dijual atau dipasarkan
4. Memberikan tanggung jawab dan tugas kepada anggota – anggota yang terlibat sangatlah penting, dengan komunikasi yang lancar terhadap sesama karyawan dan owner dapat membantu usaha Sekotak dari Bu Sahran lebih maju.
5. Dengan adanya legalitas IKM Sekotak Bu'Sarhan memberikan pengaruh yang baik dalam hal administrasi usaha.

KESIMPULAN

Program Program Inkubator Bisnis merupakan salah satu upaya Pemerintah Kota Palu dalam peningkatan ekonomi masyarakat yang berfokus pada memberikan dukungan dan pengembangan serta penguatan dalam berbagai aspek bisnis dan manajemen. Peranan Inkubator Bisnis sangat berpengaruh terhadap Penguatan Operasional IKM Sekotak Ibu Sarhan melalui program inkubasi dan pendampingan intensif sehingga memberikan manfaat yang signifikan terhadap manajemen operasionalnya. Sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh proses pendampingan yang dilakukan INBIS telah memberikan manfaat dan telah diimplementasikan secara baik oleh IKM SEKOTAK DARI DAPUR BU'SAHRAN. Selain itu, perlu ada penguatan kelembagaan melalui kolaborasi dan koordinasi academic, business, government dan community dalam pelaksanaan inkubasi UKM.

DAFTAR PUSTAKA

- Bank Indonesia. 2006. Kajian Inkubator Bisnis dalam rangka Pengembangan UMKM. Jakarta (ID): Tim Penelitian dan Pengembangan Biro Kredit BI.
- Bungin, B. (2012). Analisis Data Penelitian Kualitatif. Rajawali Perss.
- Creswell, J. W. (2016). Research Design. Pustaka Pelajar.
- Daft, R. L. (2006). Manajemen (2nd ed.). Salemba Empat
- Dewi, Yovita Anggita. (2012). Inovasi Spesifik Lokasi untuk Inkubator Bisnis dan Teknologi Mendukung Pengembangan Ekonomi Lokal. Jurnal Analisis Kebijakan Pertanian vol. 10 No.4 Desember 2012: 299- 312.
- Ford Henry Ford, Kata Inspirasi, Diakses pada 26 Juni 2024. <https://cgkata.blogspot.com>.
- Hurriati, L., Ulafah, B. R. M., & Rosita, R. (2024). Peran Inkubator Bisnis Dalam Membantu Mengembangkan Pelaku Usaha Baru (Studi Pada UMKM Binaan

- Inkubator Bisnis Unizar). Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING), 7(3), 4493– 4502.
- Iskandar. (2009). Metodologi Penelitian Kualitatif. Gaung Prasada (GP Press).
- Istana UMKM. Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia. Diakses pada 26 Juni 2024, dari <https://istanaumkm.pom.go.id/id/instansi/umkm>
- Moleong, L. J. (2017). Metodologi Penelitian Kualitatif. PT. Remaja Rosdakarya.
- Nazarudin, H. (2020). Manajemen Strategik. Palembang: NoerFikri Offset.
- Supriyanto, A. S., & Maharani, V. (2013). Metodologi Penelitian Manajemen Sumberdaya Manusia: Teori, Kuesioner, dan Analisis Data. Malang: UIN-Maliki Press.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2012). Business model Generation (terjemahan). Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Pengembangan Inkubator Bisnis: 2017;80–93. Diakses pada 24 Juni 2024, Available from: www.bi.go.id
- Rombe, E., Mubaraq, R., Hadi, S., Adriansyah, R., & Vesakha, G. (2018). Barriers and drivers for applying fish traceability system in emerging market. International journal of engineering & technology, 7(4.15), 262-264.
- Rudiawan, H. (2021). Peranan Manajemen Produksi dalam Menyelaraskan Kinerja Perusahaan. Jurnal Manajemen, 09(02), 66-71.
- Rusdiana. (2014). Manajemen Operasi. Bandung: CV. Pustaka Setia
- Russel, R. S., & Taylor, B. W. (2011). Operations Management Creating Value Along The Supply Chain. Jon Willey and Sons
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan RdanD* (22 ed.). Bandung: CV. Alfabeta.
- Taylor, F. W. (1911). The Principles Of Scientific Management. New York and London: Harper & Brother.
- Thahir, H., Hadi, S., Zahra, F., Arif, I., & Rombe, E. (2022). Strengthening effects of managerial innovativeness in promoting sustainable supply chain management in tourism business. Uncertain Supply Chain Management, 10(3), 923-932.
- Umar, H. (2020). Manajemen Strategik: Konsep dan Analisis. Jakarta: The Jakarta Business Research Center. Retrieved from <http://eprints.kwikkiangie.ac.id/793/1/Buku%20MS%20draft.pdf>
- Wahyudi, A. S. (1996). Manajemen Strategik: Pengantar Proses Berpikir Strategik. Tangerang: Binarupa Aksara.
- Yusuf, R., Hendrayati, H., & Wibowo, L. A. (2020). Pengaruh Konten Pemasaran Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan. Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial, 1(2), 506-515.