

## BAB V

### PENUTUP

#### A. KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah diadakan di INWINOV Jateng terkait dengan implementasi BMC pada tenant *Magic Ring*, dapat disimpulkan bahwa :

1. Dalam indikator *Value Proposition* dapat disimpulkan bahwa, INWINOV memiliki posisi tawar yang cukup tinggi dan menarik mengingat posisinya juga merupakan sebagai inkubator pemerintah dan berada pada organisasi yang tugas pokok fungsinya melaksanakan urusan perencanaan pembangunan sekaligus penelitian dan pengembangan. Sedangkan *Magic Ring* memiliki keunggulan dibidang penghematan energi dan ramah lingkungan. Sebelum bergabung dengan INWINOV Jateng *Value Proposition Magic Ring* hanya sebatas inovasi dari masyarakat saja. Sejak bergabung dengan INWINOV Jateng, *Magic Ring* penjualannya meningkat dari Rp.593.052.000 di tahun 2015 menjadi Rp.850.500.000 di tahun 2018.
2. Pada indikator *Customer Segments*, dapat disimpulkan bahwa INWINOV Jateng mendapatkan tenant melalui lomba krenova dan informasi dari masyarakat. Dalam memilih tenant INWINOV Jateng mengutamakan inovasi yang memiliki manfaat yang tinggi bagi masyarakat dan bernilai komersialisasi tinggi. Sebelum bergabung dengan INWINOV Jateng,

Customers Segment dari Magic Ring sangat terbatas namun setelah bergabung, maka Magic Ring telah memiliki Customers Segment yang lebih luas.

3. Di indikator *Channels*, INWINOV Jateng memiliki beberapa kegiatan rutin antara lain kegiatan pameran, bussiness matching dan link and match. Sebelum bergabung dengan INWINOV Jateng, media promosi Magic Ring hanya sebatas mulut ke mulut saja. Namun semenjak bergabung dengan INWINOV Jateng, tenant *Magic Ring* ditahun 2016-2018 mengikuti lebih dari sepuluh pameran ditingkat regional Jawa Tengah maupun Nasional dan berhasil melakukan kerjasama dengan PT. Triangle Motorindo.
4. Dalam indikator *Customer Relationships*, INWINOV Jateng membagi kegiatan kedalam tiga bagian, yaitu kegiatan pra inkubasi, kegiatan inkubasi dan kegiatan pasca inkubasi. Sebelum masuk di INWINOV Jateng, kegiatan tenant *Magic Ring* tidak terarah, karena tidak memiliki *Action Plan*. Setelah melaksanakan serangkaian kegiatan dari INWINOV Jateng yang diterapkan dalam proses pembinaan tenant *Magic Ring*, maka hal ini menghasilkan action plan untuk bisnis *Magic Ring* dan berhasil untuk melakukan kerjasama dengan PT. Triangle Motorindo.

5. Pada indikator *Revenue Streams* dapat disimpulkan bahwa INWINOV Jateng mendapatkan income dana untuk pembinaan tenant inkubator hanya dari dana APBD dan APBN. Dana APBD melekat kepada kegiatan pengelolaan inkubator dan dana APBN melekat kepada program PPBT/IBT. INWINOV Jateng tidak memungut biaya lain untuk menggunakan fasilitas di kantor dan hingga saat ini INWINOV Jateng belum dilengkapi dengan ruang produksi. Sebelum bergabung dengan INWINOV Jateng, modal bisnis tenant *Magic Ring* hanya berasal dari modal pribadi. Setelah bergabung dengan INWINOV Jateng, modal untuk pengembangan bisnis tenant *Magic Ring* juga berasal dari APBD dan APBN.
6. Di indikator *Key Resources* dapat disimpulkan bahwa fasilitas di INWINOV Jateng tergolong telah cukup lengkap namun sayang belum ada fasilitas untuk tempat produksi dan belum ada pengelola yang penuh waktu bekerja untuk INWINOV. INWINOV saat ini hanya dikelola oleh pegawai paruh waktu. Sebelum bergabung dengan INWINOV, tenant *Magic Ring* tidak memiliki seorang *business konsultant*, namun semenjak bergabung dengan INWINOV Jateng, maka staf INWINOV Jateng bisa dijadikan *business konsultant* pribadi bagi tenant *Magic Ring*.

7. Dalam indikator *Key Activities*, kegiatan yang harus ada di INWINOV Jateng mencakup peningkatan kapasitas sumberdaya dan pelaporan. Kemudian hal ini diwujudkan dengan pelaksanaan kegiatan-kegiatan wajib inkubator yaitu kegiatan pra inkubator, kegiatan inkubasi dan pasca inkubasi. Sebelum bergabung dengan INWINOV Jateng, Magic Ring tidak memiliki kegiatan yang terarah untuk bisnisnya, tidak mencukupi pengetahuan bisnisnya serta tidak memiliki kerjasama bisnis. Semenjak bergabung dengan INWINOV Jateng, banyak kegiatan yang dilakukan oleh *Magic Ring* seperti membuat *business plan*, *action plan*, *link and match* bahkan hingga berhasil menjalin kerjasama dengan PT Triangle Motorindo.
8. Dalam indikator *Key Partners*, disimpulkan bahwa pihak yang bekerjasama dengan INWINOV Jateng berasal dari pemerintah dan pihak swasta. Kerjasama pemerintah dilakukan antara INWINOV Jateng dengan Kemenristekdikti sementara pihak swasta dengan PT. Triangle Motorindo. Sebelumnya, *Magic Ring* tidak memiliki kerjasama dengan pihak manapun.
9. Di indikator *Cost Structure* dapat disimpulkan bahwa INWINOV Jateng ditahun 2018 berada pada angka Rp.654.133.500 yang merupakan gabungan anggaran dari APBD dan PPBT Kemenristekdikti. Modal bisnis tenant *Magic Ring* berasal dari modal pribadi. Setelah bergabung dengan INWINOV Jateng, modal untuk pengembangan bisnis tenant *Magic Ring* juga berasal dari APBD dan APBN dan pengelolaannya sangat baik.

10. Ada tujuh indikator di INWINOV Jateng yang dapat digolongkan sebagai faktor pendorong dari Implementasi BMC di INWINOV Jateng terhadap *Magic Ring*. Tujuh indikator tersebut adalah *Customers Segments, Value Proportion, Channels, Customers Relationship, Key Activities, Key Partners dan Cost Structure*. Sedangkan indikator yang tergolong sebagai faktor penghambat adalah *Revenue Streams dan Key Resources*.

## **B. SARAN**

Berdasarkan hasil penelitian tersebut kami menyarankan :

1. INWINOV Jateng diharapkan untuk memberikan fasilitas ruang produksi untuk para tenant, sehingga proses produksi barangnya bisa langsung mendapatkan kontrol dari Staf INWINOV Jateng.
2. INWINOV Jateng diharapkan menyediakan personil yang bisa bekerja secara penuh waktu, utama untuk pembinaan tenant INWINOV Jateng. Hal ini dibutuhkan mengingat para tenant Inkubator merupakan wirausahawan baru, sehingga perlu dipantau perkembangannya secara berkala dan lebih fokus.