



## Rancangan Platform Galeri Bisnis Pada Inkubator Bisnis di Area Sub-Urban Dalam Meningkatkan Pemasaran UMKM

Syaifullah <sup>1\*</sup>, Tejo Nugroho <sup>2</sup>, Virginia Sarvatilova R S <sup>3</sup>

Pascasarjana Magister Manajemen, Universitas Paramadina, Jakarta

[nyaifullah1184@gmail.com](mailto:nyaifullah1184@gmail.com), [tejo0811@gmail.com](mailto:tejo0811@gmail.com), [virginiasarva@gmail.com](mailto:virginiasarva@gmail.com)

### INFO ARTIKEL

#### Histori Artikel

Tanggal Submit

Tanggal revisi

Tanggal Accepted

#### Key words:

SME Incubator, SME Entrepreneur, SME Marketing, Social Entrepreneur, Social Business

### ABSTRACT

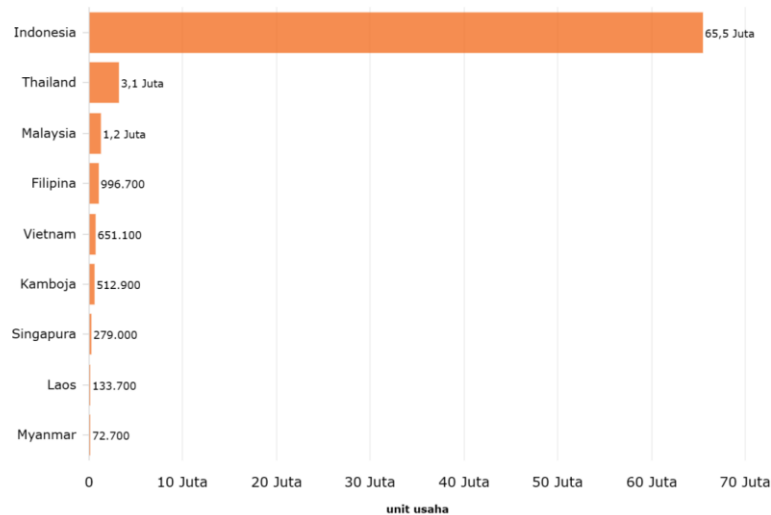
Indonesia has the highest number SMEs in the ASEAN region. Employ 97% of the workforce, contribute 60.3% to GDP and 14.4% of national exports. However, the condition of Indonesian SMEs is still suboptimal, particularly in terms of access to financing and markets. This remains a major challenge for SMEs in expanding their businesses. **SME incubator gallery platform** is one solution to enhance collaboration with SME. Through this, SME can promote and market their products more widely and effectively. The platform facilitates connections with potential partners such as suppliers, distributors, and investors, who can assist in business development and expansion. The **Canvas Business Lean** method was employed in designing this platform. The outcome of this research is the **Incubator Platform**, which SME can utilize to enhance their business competencies. To join this platform, SME participants register through the platform and upon verification by the administrative team, they gain access to the provided features.

### ABSTRAK

Indonesia memiliki jumlah **Usaha Kecil dan Menengah (UKM)** terbanyak di kawasan **ASEAN**. UKM ini mempekerjakan **97% tenaga kerja**, berkontribusi sebesar **60,3% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB)**, dan menyumbang **14,4% dari total ekspor nasional**. Namun, kondisi UKM di Indonesia masih belum optimal, terutama dalam hal akses ke **pendanaan dan pasar**. Hal ini menjadi tantangan besar bagi UKM dalam mengembangkan bisnis mereka. **Platform galeri inkubator UKM** merupakan salah satu solusi untuk meningkatkan kolaborasi dengan UKM. Melalui platform ini, UKM dapat mempromosikan dan memasarkan produk mereka secara lebih luas dan efektif. Platform ini memfasilitasi koneksi dengan mitra potensial seperti pemasok, distributor, dan investor, yang dapat membantu dalam pengembangan dan perluasan bisnis. Metode **Canvas Business Lean** digunakan dalam merancang platform ini. Hasil dari penelitian ini adalah terciptanya **Platform Inkubator versi xxx**, yang dapat dimanfaatkan oleh UKM untuk meningkatkan kompetensi bisnis mereka terutama di daerah Sub-urban sebagai penyangga aktifitas area Megapolitan. Untuk bergabung dengan platform ini, peserta UKM mendaftar melalui platform dan setelah diverifikasi oleh tim administrasi, mereka mendapatkan akses ke fitur yang disediakan.

## 1. Pendahuluan

Berdasarkan ASEAN Investment Report yang dirilis September 2022 (ASEAN Investment Report , 2022), Indonesia memiliki usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) terbanyak di kawasan ASEAN. tercatat jumlah UMKM di Indonesia pada tahun 2021 mencapai sekitar 65,46 juta unit. Jumlah ini jauh lebih tinggi dibanding negara-negara tetangga seperti terlihat pada grafik.



Sumber, (ASEAN Investment Report , 2022).

UMKM Indonesia menyerap 97% tenaga kerja, menyumbang 60,3% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB), serta berkontribusi 14,4% terhadap ekspor nasional. Proporsi serapan tenaga kerja UMKM Indonesia itu merupakan yang terbesar di ASEAN. Di negara-negara ASEAN, UMKM hanya menyerap tenaga kerja di kisaran 35%-85%. Tapi, jika dilihat dari kinerjanya, Indonesia masih kalah dari Myanmar yang UMKM-nya mampu menyumbang hingga 69,3% terhadap PDB setempat. (ASEAN Investment Report , 2022).

Terbitnya Peraturan Pemerintah No 7 Tahun 2021 (Pemerintah Indonesia, 2021) tentang kemudahan, perlindungan dan pemberdayaan koperasi dan usaha mikro kecil dan menengah, kegiatan perekonomian di Indonesia menggeliat ditengah badai perekonomian dunia yang sedang mengalami gejolak (Hardum, 2021). Dalam pasal 132 berisi tentang penyelenggaraan inkubasi bertujuan untuk menciptakan usaha baru, menguatkan dan mengembangkan kualitas usaha mikro, kecil dan menengah yang mempunyai nilai ekonomi dan berdaya saing tinggi serta mengoptimalkan pemanfaatan sumber daya manusia terdidik dalam menggerakkan perekonomian dengan memanfaatkan ilmu pengetahuan dan teknologi.

Pada tahun 2023, kondisi makro ekonomi Indonesia diprediksi akan mengalami pertumbuhan yang lebih baik dan stabil. Hal ini didukung oleh berbagai kebijakan pemerintah yang fokus pada peningkatan sektor investasi dan ekspor non-migas. Peningkatan kinerja ekonomi Indonesia diharapkan akan memberikan dampak positif pada sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) (Hardum, 2021).

Namun, kondisi UMKM Indonesia masih belum optimal, terutama dalam hal akses terhadap pembiayaan dan pasar. Hal ini menjadi kendala utama bagi UMKM dalam mengembangkan usahanya. Terutama di Jawa Barat, dimana terdapat banyak UMKM yang beroperasi, namun masih menghadapi banyak kendala. Selain terkendala akses pembiayaan, UMKM juga mengalami kesulitan dalam mengembangkan jaringan dan memperluas pasar, terutama di era digitalisasi saat ini (Amani, 2023)

Kondisi UMKM di Jawa Barat juga dipengaruhi oleh kendala pemerintah daerah dalam mengembangkan sektor ini. Terbatasnya anggaran dan sumber daya manusia yang memadai menjadi salah satu hal yang perlu diperhatikan oleh pemerintah daerah dalam upaya mendorong pertumbuhan UMKM di wilayahnya. Selain itu, regulasi yang masih kompleks dan tidak terpadu juga menjadi kendala bagi UMKM lokal untuk berkembang secara optimal (Kantor Perwakilan Bank Indonesia Jawa Barat, 2023).

Salah satu upaya yang dapat dilakukan oleh pemerintah daerah untuk membantu UMKM adalah dengan meningkatkan sistem kemitraan yang ada. Kemitraan antara UMKM dengan perusahaan besar dapat memberikan akses pasar dan teknologi yang lebih baik bagi UMKM. Namun, implementasi sistem kemitraan ini masih perlu diperkuat dan diperbaiki agar dapat berjalan efektif dan terukur sehingga dapat memberikan dampak yang signifikan bagi UMKM (Nurulliah, 2023).

Perlu ada sinergi yang kuat antara pemerintah, pelaku usaha, dan aktor lainnya dalam mengembangkan sektor UMKM di Jawa Barat. Pemerintah daerah perlu terus melakukan inovasi dan keberpihakan terhadap UMKM agar dapat menjadi motor penggerak utama dalam pertumbuhan ekonomi regional (Nurulliah, 2023). Dengan begitu, diharapkan pada tahun 2024, kondisi UMKM di Jawa Barat sudah lebih baik dan berkontribusi dalam pemulihan ekonomi nasional.

Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu kunci dalam memperkuat perekonomian di Indonesia. Namun, masih banyak kendala yang dihadapi oleh pelaku UMKM, salah satunya adalah kesulitan dalam mencari mitra untuk meningkatkan pemasaran produk mereka. Untuk mengatasi hal ini, dibutuhkan adanya platform galeri inkubator UMKM yang dapat mempertemukan para pelaku UMKM dengan berbagai mitra potensial (Pratiwi, 2022).

Pembuatan platform galeri inkubator UMKM merupakan salah satu solusi untuk meningkatkan peningkatan pasar UMKM. Melalui platform ini, para pelaku UMKM dapat mempromosikan dan memasarkan produk mereka secara lebih luas dan efektif. Dengan adanya platform ini, para pelaku UMKM juga dapat terhubung dengan mitra potensial seperti supplier, distributor, hingga investor yang dapat membantu dalam pengembangan dan ekspansi usaha mereka (Abdila, 2021). Platform ini dapat diakses secara online, sehingga para pelaku UMKM meningkatkan pemasaran secara luas. Dengan adanya platform ini, mereka dapat menghemat waktu dan biaya dalam mencari mitra yang sesuai dengan kebutuhan dan target pasar produk mereka. Selain itu, platform ini juga dapat memberikan edukasi dan pelatihan kepada pelaku UMKM untuk meningkatkan kualitas dan daya saing produk mereka (Abdila, 2021).

Melalui platform galeri inkubator UMKM, diharapkan dapat terbentuk kemandirian wirausaha yang saling menguntungkan antara pelaku UMKM. Hal ini akan berdampak positif pada pertumbuhan dan perkembangan UMKM di Indonesia. Selain itu, platform ini juga dapat menjadi wadah untuk mempromosikan keberagaman produk UMKM Indonesia yang kaya akan kebudayaan dan keunikan (Abdila, 2021).

Dengan adanya pembuatan platform galeri inkubator UMKM, diharapkan dapat meningkatkan daya saing UMKM di pasar global. Pelaku UMKM akan semakin mampu bersaing dengan produk impor yang marak di pasaran. Hal ini juga akan membawa dampak positif pada perekonomian Indonesia secara keseluruhan.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana membuat sebuah platform yang dapat menciptakan usaha baru, menguatkan dan mengembangkan kualitas usaha mikro, kecil dan menengah yang mempunyai nilai ekonomi dan berdaya saing tinggi serta mengoptimalkan

pemanfaatan sumber daya manusia terdidik untuk membuka peluang pasar yang lebih luas, baik lokal maupun nasional, bahkan internasional.

## 2. Tinjauan Pustaka

### 2.1. Inkubator UMKM

Inkubator bisnis atau inkubator UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) adalah suatu entitas yang berperan dalam membantu pertumbuhan dan pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (Febriani, Machfud, & Elisa, 2023). Dalam pelaksanaannya, inkubator bisnis seringkali menghadapi berbagai keterbatasan terkait sumber daya manusia, modal, fasilitas, pembinaan, teknologi, potensi pasar, dan regulasi (Febriani, Machfud, & Elisa, 2023). Inkubator bisnis memiliki peran penting dalam membantu UMKM mengatasi berbagai tantangan dan hambatan tersebut. Oleh karena itu, sangat penting bagi inkubator bisnis untuk terus mengembangkan program pendampingannya agar dapat memfasilitasi dan mendampingi UMKM sesuai dengan kebutuhan mereka (Alifah, Aprinaldi, & Tita, 2020). Beberapa strategi yang dapat diterapkan oleh inkubator bisnis dalam mendukung pengembangan UMKM antara lain pengembangan platform pemasaran online, pengembangan program inkubasi yang dapat meningkatkan daya saing tenant, dan membangun kerjasama dengan berbagai pihak baik di tingkat nasional maupun internasional (Febriani, Machfud, & Elisa, 2023).

### 2.2. Platform Galeri Digital

Platform galeri UMKM Digital adalah platform online yang memungkinkan UMKM untuk memamerkan dan menjual produk mereka. Platform ini menyediakan berbagai fitur yang dapat membantu UMKM untuk menjangkau lebih banyak audiens dan meningkatkan penjualan produk mereka (Tim Ginee, 2021).

Fitur-fitur yang biasanya tersedia di platform galeri UMKM Digital antara lain:

- Fitur manajemen produk, yang memungkinkan UMKM untuk mengunggah, menyimpan, dan mengelola produk mereka.
- Fitur pemasaran, yang membantu UMKM untuk mempromosikan produk mereka kepada audiens yang lebih luas.
- Fitur penjualan, yang memudahkan UMKM untuk menjual produk mereka.

Platform galeri UMKM Digital dapat dikategorikan menjadi dua jenis, yaitu:

- Platform galeri UMKM Digital umum, yang terbuka untuk semua UMKM.
- Platform galeri UMKM Digital khusus, yang fokus pada jenis produk tertentu, seperti makanan, kerajinan, atau fashion.

Platform galeri UMKM Digital memiliki beberapa manfaat bagi UMKM, antara lain:

- Meningkatkan visibilitas produk. Platform galeri UMKM Digital memungkinkan UMKM untuk memamerkan produk mereka kepada audiens yang lebih luas.
- Meningkatkan peluang penjualan. Platform galeri UMKM Digital menyediakan fitur-fitur yang memudahkan UMKM untuk menjual produk mereka.
- Meningkatkan efisiensi. Platform galeri UMKM Digital dapat membantu UMKM untuk mengelola produk dan pemasaran mereka secara lebih efisien.

Platform galeri UMKM Digital telah menjadi semakin populer dalam beberapa tahun terakhir. Hal ini disebabkan oleh meningkatnya popularitas e-commerce dan kemudahan akses ke internet.

Berikut adalah beberapa contoh platform galeri UMKM Digital:

- Shopee
- Tokopedia
- Bukalapak
- Lazada

Platform-platform ini menawarkan berbagai fitur dan layanan yang dapat membantu UMKM untuk memasarkan produk mereka secara online.

### 2.3. Lean Business Canvas

Lean Business Canvas adalah suatu alat yang digunakan dalam membangun dan mengembangkan model bisnis (Suharto, 2022). Lean Canvas dirancang untuk memandu

pengusaha melalui proses berpikir lean, menggunakan '9 blok bangunan' yang mencakup elemen-elemen kunci dari suatu usaha atau produk (Suharto, 2022).

Lean Business Canvas terdiri dari sembilan blok bangunan utama:

- a. **Masalah (Problem):** Mengidentifikasi masalah utama yang ingin diselesaikan oleh produk atau layanan (Suharto, 2022).
- b. **Solusi (Solution):** Menjelaskan bagaimana produk atau layanan akan menyelesaikan masalah tersebut (Suharto, 2022).
- c. **Metrik Utama (Key Metrics):** Menentukan metrik yang akan digunakan untuk mengukur kesuksesan (Suharto, 2022).
- d. **Proposisi Nilai Unik (Unique Value Proposition):** Menyatakan nilai unik yang ditawarkan kepada pelanggan.
- e. **Saluran (Channels):** Menjelaskan bagaimana produk atau layanan akan mencapai pelanggan (Suharto, 2022).
- f. **Segmen Pelanggan (Customer Segments):** Mendefinisikan kelompok pelanggan yang akan dilayani (Suharto, 2022).
- g. **Struktur Biaya (Cost Structure):** Menguraikan biaya utama yang terlibat dalam operasi bisnis (Suharto, 2022).
- h. **Aliran Pendapatan (Revenue Streams):** Menentukan bagaimana bisnis akan menghasilkan pendapatan (Suharto, 2022).
- i. **Keuntungan Tidak Adil (Unfair Advantage):** Mengidentifikasi keunggulan yang tidak dapat dengan mudah ditiru atau dibeli oleh pesaing (Suharto, 2022).

*Lean Business Canvas* membantu bisnis untuk fokus pada apa yang paling penting dan menghindari pemborosan waktu dan sumber daya pada aspek yang kurang relevan. Ini juga memfasilitasi komunikasi yang lebih baik antara anggota tim dan pemangku kepentingan dengan menyediakan gambaran yang jelas dan ringkas tentang model bisnis (Bhima & Ilham, 2023).

Dalam konteks internasional, *Lean Business Canvas* telah digunakan oleh startup dan perusahaan di seluruh dunia untuk merampingkan proses inovasi dan mempercepat pengembangan produk. Ini telah menjadi alat yang sangat berharga dalam lingkungan bisnis global yang dinamis dan kompetitif (Moshood, Nawansir, & al., 2022; Moshood, Nawansir, & al., 2022).

Penggunaan *Lean Business Canvas* telah berkontribusi pada peningkatan kejelasan strategis, pengambilan keputusan yang lebih cepat, dan penyesuaian yang lebih baik terhadap perubahan pasar. Ini telah membantu banyak bisnis dalam mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan dan menciptakan nilai jangka panjang bagi pelanggan dan pemangku kepentingan (Moshood, Nawansir, & al., 2022).

### 3. Metode Penelitian

Untuk menentukan kebutuhan UMKM terhadap platform, penelitian kualitatif dapat digunakan sebagai metode yang efektif untuk menentukan kebutuhan UMKM terhadap Platform yang dirancang (Yordanova, Dana, Manolova, & Pergelova, 2024). Berikut adalah metode yang digunakan pada penelitian ini:

- a. **Wawancara Mendalam:** Wawancara mendalam dengan pemilik atau manajer UMKM dapat memberikan pemahaman yang mendalam tentang kebutuhan mereka terhadap platform. Pertanyaan yang diajukan dapat berkisar dari fitur apa yang mereka cari dalam platform, hambatan apa yang mereka hadapi saat menggunakan platform, dan bagaimana platform ideal bagi mereka (Yordanova, Dana, Manolova, & Pergelova, 2024).

- b. **Studi Kasus:** Studi kasus dapat digunakan untuk memahami secara mendalam bagaimana UMKM menggunakan platform dalam operasional sehari-hari mereka. Ini dapat melibatkan observasi langsung dan wawancara dengan berbagai pemangku kepentingan dalam UMKM (Yordanova, Dana, Manolova, & Pergelova, 2024).
- c. **Analisis Konten:** Analisis konten dari data sekunder seperti ulasan pengguna, forum diskusi, dan media sosial dapat memberikan wawasan tentang bagaimana UMKM berinteraksi dengan platform dan apa kebutuhan mereka (Yordanova, Dana, Manolova, & Pergelova, 2024).
- d. **Grup Diskusi:** Mengumpulkan sekelompok UMKM untuk mendiskusikan pengalaman mereka dengan platform dapat memberikan wawasan berharga tentang kebutuhan umum dan tantangan yang mereka hadapi (Yordanova, Dana, Manolova, & Pergelova, 2024).

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif Rancangan Platform Galeri Bisnis pada Inkubator UMKM yang memberikan gambaran secara jelas, sistematis, dan komprehensif dengan menggunakan analisis Lean model Canvas. Alat analisis Lean model Canvas membantu Inkubator dalam menemukan komponen penting untuk Inkubator berbasis pelanggan melalui visualisasi, penilaian, dan perubahan model bisnis secara menyeluruh. Selanjutnya dibuatkan platform berdasarkan hasil tersebut.

#### 4. Hasil dan Pembahasan

Karakteristik Data: Data yang dikumpulkan mencakup informasi tentang karakteristik UMKM seperti jenis produk, model bisnis, dan segmentasi pasar. Data ini memberikan gambaran tentang bagaimana UMKM di area sub urban beroperasi dan tantangan yang mereka hadapi.

##### 4.1 Profil Responden UMKM Binaan Inkubator CV. KVAST LIMA MADINA.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan instrumen berupa kuesioner dan wawancara terstruktur secara mendalam. Ada 40 pernyataan dalam kuesioner dan wawancara. Penulis menyebarkan kuesioner kepada 12 anggota UMKM binaan melalui kuisoner online (google form) dan Offline.

Para UMKM binaan mengisi google form secara daring, yang dilakukan selama 1 bulan. Karena beberapa ada beberapa UMKM terkendala akses digunakan pula kuisoner Luring dengan mengisi form menggunakan kertas. Profil responden dibedakan berdasarkan Lokasi, Jenis Usaha, Produk, Omzet dan market.

Identitas Responden	Kategori	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
Lokasi	Karawang	8	66.67%
	Cikarang	4	33.33%
Jenis Usaha	F&B	7	58.33%
	Pakaian	2	16.67%
	Waralaba	3	25.00%
Produk	Makanan	3	25.00%
	Snack	4	33.33%
	Sablon	2	16.67%
	Sembako	3	25.00%
Omzet/Bulan	0 - Rp. 3.000.000	2	16.67%
	Rp. 3.000.001 s/d Rp. 6.000.000	5	41.67%
	Rp. 6.000.001 - Rp. 9.000.000	3	25.00%
	diatas Rp. 9.000.000	2	16.67%
Market	Lokal	9	75.00%
	Luar Daerah	1	8.33%
	Keduanya	2	16.67%

(Sumber: diolah Peneliti, 2024)

**Pengolahan Data:** 8 kategori data yang diambil dari wawancara dan kuisioner, dianalisa berdasarkan lean bussines Canvas untuk menentukan kebutuhan platform yang dibutuhkan UMKM.

Kategori 1 terkait dengan Hambatan UMKM, 50 % menyatakan bahwa terkendala dalam sisi permodalan, 33,3% terkait Pemasaran, 16,7 % terkait manajerial. Seluruh profil responden omzet dibawah Rp.6.000.000,- yang menyatakan permasalahan dimodal. Menjadikan problem utama di kolom Lean Canvas adalah permodalan.

Kategori 2 terkait Pemasaran produk 83,3 % responden melakukan pemasaran luring, 16,7 % secara daring dan 66,7 % melakukan keduanya.

Kategori 3 terkait Legalitas dan Perizinan 83,3 % responden belum melengkapi legalitas usaha dan merasakan kendala birokrasi dan waktu dalam mengurus perizinan, 16,7 % sudah memiliki legalitas usaha.

Kategori 4 terkait Dukungan Pemerintah 75% responden belum merasakan dukungan pemerintah, 25 % responden mendapatkan Fasilitas berupa permodalan, dan 8,3 % mendapatkan pelatihan dari pemerintah

Kategori 5 terkait Inkubator UMKM 100% responden tidak mengetahui tentang inkubator UMKM, 100% Responden ingin masuk ke dalam Inkubator, 100% ingin ikut pelatihan incubator.

Kategori 6 terkait Harapan terhadap Inkubator 83,3% responden ingin dibantu permodalan, 100 % pemasaran, 75% terkait managerial bisnis

Kategori 7 terkait Pasar Digital 75 % dapat mengakses digital, 100 % mengetahui pasar Digital, 91,7 % ingin ikut pasar digital.

Kategori 8 Terkait Platform Inkubator 100% responden butuh platform digital pemasaran produk, 100% ingin Peran inkubator digital, 100% bersedia untuk mengikuti Platform digital Inkubator KVASt.

Dari data yang didapat dimasukkan ke bagan Lean Canvas dan didapat bagan terlampir:

The Lean Canvas		Designed for:	Designed by:	Date:	Version:
		KVASt	Syaifulah, Tejo, Virginia	30 April 2024	IX
<b>Problem</b> UMKM di Indonesia masih menghadapi berbagai tantangan untuk mengembangkan usaha dan pasar mereka: akses permodalan, akses pasar aspek manajerial.	<b>Solution</b> Membangun platform digital yang terintegrasi dengan inkubator umkm, yang memungkinkan UMKM untuk mendaftar, mengunggah produk, menerima pesanan, dan mendapatkan bimbingan. Membangun platform digital yang memungkinkan konsumen untuk mencari, membandingkan, dan membeli produk-produk UMKM dengan mudah dan aman.	<b>Unique Value Prop.</b> Menyediakan platform yang mudah, aman, dan terpercaya untuk memasarkan dan menjual produk-produk UMKM, serta memberikan layanan pendukung seperti pengiriman, pembayaran, dan garansi. Menyediakan akses ke inkubator umkm yang dapat memberikan fasilitas, pelatihan, pendanaan, dan jaringan untuk meningkatkan kapasitas dan kompetensi UMKM.	<b>Unfair Advantage</b> Platform pertama dan satu-satunya yang terintegrasi dengan inkubator umkm, yang memberikan nilai tambah bagi UMKM dan konsumen. Platform yang memiliki jaringan kerjasama yang luas dengan pemerintah, swasta, dan komunitas. Platform yang memiliki tim yang profesional, kreatif, dan berpengalaman di bidang teknologi, pemasaran, dan bisnis.	<b>Customer Segments</b> UMKM yang membutuhkan bantuan untuk mengembangkan usaha dan pasar mereka, serta konsumen yang tertarik dengan produk-produk UMKM lokal dan berkualitas.	
<b>Existing Alternatives</b> Tokopedia, Bukalapak, Shopee, Instagram, Facebook, dan pasar tradisional.	<b>Key Metrics</b> Jumlah UMKM dan konsumen yang bergabung dengan platform, jumlah transaksi dan nilai transaksi yang terjadi di platform, tingkat kepuasan dan loyalitas UMKM dan konsumen, jumlah UMKM yang naik kelas setelah mengikuti program inkubator umkm.	<b>High-Level Concept</b> "Aplikasi untuk UMKM kreatif" atau "Platform inkubasi dan investasi online untuk UMKM kreatif".	<b>Channels</b> Website, aplikasi mobile, media sosial, email, SMS, dan telepon.	<b>Early Adopters</b> - UMKM kreatif yang sudah memiliki produk unggulan, tetapi belum memiliki pasar yang luas atau stabil. - UMKM kreatif yang ingin meningkatkan kualitas produk mereka, tetapi tidak memiliki akses ke sumber daya atau bantuan profesional. - UMKM kreatif yang berminat untuk mendapatkan pendanaan dari investor, tetapi tidak tahu cara membuat proposal atau negosiasi yang baik.	
<b>Cost Structure</b> Biaya pengembangan dan pemeliharaan platform digital. Biaya pemasaran dan promosi. Biaya layanan pendukung seperti pengiriman, pembayaran, dan garansi. Biaya kerjasama dengan inkubator umkm dan pihak-pihak terkait.			<b>Revenue Streams</b> Komisi dari setiap transaksi yang terjadi di platform, baik dari penjual maupun pembeli. Layanan berbayar seperti iklan, promosi, dan fitur premium. Layanan berlangganan untuk mengikuti program inkubator umkm.		

Hasil pemodelan Lean Canvas pada Galeri Inkubator KVASt

- **Masalah (Problem)** pada kolom masalah memuat mengenai permasalahan yang sering terjadi pada pengelolaan UMKM di Sub-Urban masih menghadapi berbagai tantangan untuk mengembangkan usaha dan pasar mereka: akses permodalan, pasar dan aspek manajerial.



- **Solusi yang ditawarkan (*solutions*)**, Membangun platform digital yang terintegrasi dengan inkubator umkm, yang memungkinkan UMKM untuk mendaftar, mengunggah produk, menerima pesanan, dan mendapatkan bimbingan. Membangun platform digital yang memungkinkan konsumen untuk mencari, membandingkan, dan membeli produk-produk UMKM dengan mudah dan aman.
- **Segmen konsumen (*customer segments*)**, kolom segmen konsumen berisi mengenai target konsumen yang akan disasar yaitu UMKM yang membutuhkan bantuan untuk mengembangkan usaha dan pasar mereka, serta konsumen yang tertarik dengan produk-produk UMKM lokal dan berkualitas.
- **Pengadopsi Awal (*Early adopters*)** Segmen pelanggan yang berperan sebagai pionir dalam mengadopsi produk atau layanan baru. Mereka dengan antusias memeluk inovasi dan memberikan umpan balik serta validasi yang sangat berharga bagi startup. UMKM kreatif yang sudah memiliki produk unggulan, tetapi belum memiliki pasar yang luas atau stabil, UMKM kreatif yang ingin meningkatkan kualitas produk mereka, tetapi tidak memiliki akses ke sumber daya atau bantuan profesional, UMKM kreatif yang berminat untuk mendapatkan pendanaan dari investor, tetapi tidak tahu cara membuat proposal atau negosiasi yang baik.
- **Alternatif yang Ada (*Existing Alternatives*)** Layanan atau produk yang sudah ada atau serupa, Tokopedia, Bukalapak, Shopee, Instagram, Facebook, dan pasar tradisional.
- **Proposisi nilai unik (*unique value proposition*)**, Menyediakan platform yang mudah, aman, dan terpercaya untuk memasarkan dan menjual produk-produk UMKM, serta memberikan layanan pendukung seperti pengiriman, pembayaran, dan garansi. Menyediakan akses ke inkubator umkm yang dapat memberikan fasilitas, pelatihan, pendanaan, dan jaringan untuk meningkatkan kapasitas dan kompetensi UMKM.
- **Jaringan (*Channels*)** merupakan cara yang ditempuh perusahaan dalam memasarkan produk akan terlihat dari channel mana saja yang akan diambil. Dalam kata lain, channel yang dimaksud bisa berupa media perusahaan menggapai pelanggannya. Berupa: Website, aplikasi mobile, media sosial, email, SMS, dan telepon.
- **Arus pendapatan (*revenue stream*)** Komisi dari setiap transaksi yang terjadi di platform, baik dari penjual maupun pembeli. Layanan berbayar seperti iklan, promosi, dan fitur premium. Layanan berlangganan untuk mengikuti program inkubator umkm.
- **Struktur Biaya (*Cost structure*)** biaya yang dibutuhkan untuk menjalankan program ini : Biaya pengembangan dan pemeliharaan platform digital, Biaya pemasaran dan promosi, Biaya layanan pendukung seperti pengiriman, pembayaran, dan garansi, Biaya kerjasama dengan inkubator umkm dan pihak-pihak terkait.
- **Parameter Kunci (*Key metrics*)**, untuk mengetahui apakah bisnis berjalan sesuai apa yang direncanakan, harus ada semacam indikator atau parameter sebagai ukuran sukses. Parameter biasanya berbentuk aktivitas yang ditujukan untuk membantu perkembangan bisnis, termasuk juga memonitor perkembangannya. Yaitu : Jumlah UMKM dan konsumen yang bergabung dengan platform, jumlah transaksi dan nilai transaksi yang terjadi di platform, tingkat kepuasan dan loyalitas UMKM dan konsumen, jumlah UMKM yang naik kelas setelah mengikuti program inkubator umkm.
- **Keunggulan utama (*Unfair advantage*)** komponen ini berbicara seputar keunggulan yang tidak dimiliki kompetitor. Dengan memiliki keunggulan tersebut, bisnis diharapkan mampu memaksimalkan peluang guna mendongkrak popularitas. Platform pertama dan satu-satunya yang terintegrasi dengan inkubator umkm, yang memberikan nilai



tambah bagi UMKM dan konsumen. Platform yang memiliki jaringan kerjasama yang luas dengan pemerintah, swasta, dan komunitas. Platform yang memiliki tim yang profesional, kreatif, dan berpengalaman di bidang teknologi, pemasaran, dan bisnis.

- **Konsep Tingkat Atas (*High-Level Concept*)** adalah konsep secara singkat dan jelas tentang produk atau layanan. “KVASt Key of Vast - Kunci Untuk Maju”

## 5. Kesimpulan

Platform galeri inkubator UMKM KVASt memiliki peran strategis dalam meningkatkan kompetensi pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) serta menggerakkan perekonomian daerah Sub-Urban. Berdasarkan penelitian, berikut adalah kesimpulan terkait pembuatan platform ini:

- **Kontribusi UMKM** pada area **Suburban**: UMKM memiliki kontribusi besar dalam perekonomian Indonesia.
- **Tantangan UMKM**: Meskipun memiliki potensi besar, UMKM di Indonesia menghadapi beberapa tantangan dalam mengembangkan dan meningkatkan bisnis mereka.
- **Pentingnya Platform Galeri Inkubator**: Platform ini bertujuan untuk meningkatkan kompetensi pelaku UMKM melalui inkubator bisnis. Dengan kompetensi yang sesuai dengan kebutuhan saat ini, diharapkan UMKM Indonesia dapat bersaing dan memperbaiki kinerja ekonomi.

### Strategi Pengembangan Platform Galeri Inkubator UMKM:

**Pemasaran Online**: Inkubator perlu mengembangkan platform online marketing yang membantu pemasaran produk tenant secara online.

**Program Inkubasi**: Pengembangan program-program inkubasi yang meningkatkan daya saing tenant.

**Kerjasama**: Membangun kerjasama dengan berbagai pihak, baik nasional maupun internasional, untuk memperluas jaringan inkubator bisnis.

Dengan demikian, platform galeri inkubator UMKM dapat menjadi sarana yang efektif untuk memperkuat UMKM dan mendorong pertumbuhan ekonomi di area Sub-Urban.

## Daftar Pustaka

- Abdila, R. (2021, 05 25). *Kominfo susun strategi dorong UMKM masuk platform digital*. Retrieved 12 26, 2023, from [https://www.tribunnews.com/https://www.tribunnews.com/bisnis/2021/05/25/kominfo-susun-strategi-agar-umkm-segera-onboarding-ke-pasar-digital?lgn\\_method=google](https://www.tribunnews.com/https://www.tribunnews.com/bisnis/2021/05/25/kominfo-susun-strategi-agar-umkm-segera-onboarding-ke-pasar-digital?lgn_method=google)
- Alifah, F., Aprinaldi, P., & Tita, N. (2020). Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dengan Program Pemasaran Desa Jambu Raya di Desa Jambu, Kabupaten Sumedang. *Jurnal Pusat Inovasi Masyarakat*, 493–498.
- Amani, N. K. (2023, 8 29). *Sederet Tantangan UMKM: Kualitas Produk Rendah hingga Pemasaran Terbatas*. Retrieved 12 26, 2023, from <https://www.liputan6.com/https://www.liputan6.com/bisnis/read/5383077/sederet-tantangan-umkm-kualitas-produk-rendah-hingga-pemasaran-terbatas#:~:text=%22%20UMKM%20di%20Indonesia%20masih%20menghadapi%20tantangan%20antara,yang%20digelar%20Asian%20Development%20Bank%20%28ADB%29%2C%2>

- ASEAN Investment Report . (2022). *ASEAN Investment Report 2022 - Pandemic Recovery and Investment Facilitation*. Jakarta: ASEAN Secretariat.
- Bhima, S., & Ilham, P. B. (2023). STRATEGI PENGEMBANGAN STARTUP DENGAN MENGGUNAKAN PENDEKATAN LEAN CANVAS. *Jurnal Kewirausahaan dan Inovasi*.
- Febriani, S. G., Machfud, & Elisa, A. (2023). STRATEGI PENGEMBANGAN INKUBATOR BISNIS DALAM PENDAMPINGAN . *Jurnal Aplikasi Manajemen dan Bisnis*, 988.
- Hardum, S. E. (2021, 2 3). <https://www.beritasatu.com/ekonomi/727959/pemerintah-beri-kemudahan-pelindungan-dan-pemberdayaan-bagi-pelaku-koperasi-dan-umkm>. Retrieved 12 26, 2023, from <https://www.beritasatu.com/ekonomi/727959/pemerintah-beri-kemudahan-pelindungan-dan-pemberdayaan-bagi-pelaku-koperasi-dan-umkm>
- Kantor Perwakilan Bank Indonesia Jawa Barat. (2023, 11 27). *LAPORAN PEREKONOMIAN PROVINSI JAWA BARAT NOVEMBER 2023*. Retrieved 12 26, 2023, from <https://www.bi.go.id/>: <https://www.bi.go.id/id/publikasi/laporan/lpp/Pages/Laporan-Perekonomian-Provinsi-Jawa-Barat-November-2023.aspx>
- Menteri Koperasi dan UKM. (2012). *Peraturan Menteri Negara Koperasi dan UKM No. 11 /Per/M.KUKM/ XII /2013*. Jakarta: Kementrian Koperasi dan UKM.
- Moshood, T., Nawansir, G., & al., N. A. (2022). Lean business model canvas and sustainable innovation business model based on the industrial synergy of microalgae cultivation. *Environmental Challenges*.
- Nurulliah, N. (2023, 11 17). *Stigma Proses Sulit dan Berbiaya Jadi Kendala Dorong UMKM Jawa Barat Mendaftar NIB*. Retrieved 12 26, 2023, from <https://www.pikiran-rakyat.com/>: <https://www.pikiran-rakyat.com/jawa-barat/pr-017368904/stigma-prosesnya-sulit-dan-berbiaya-jadi-kendala-dorong-umkm-jawa-barat-mendaftar-nib>
- Pemerintah Indonesia. (2008). *UNDANG-UNDANG REPUBLIK INDONESIA NOMOR 20 TAHUN 2008 TENTANG USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH*. Jakarta: DPR RI.
- Pemerintah Indonesia. (2013). *Peraturan Presiden Nomor 27 Tahun 2013 Tentang Pengembangan Inkubator Wirausaha*. Jakarta: Pemerintah Indonesia.
- Pemerintah Indonesia. (2021). *PERATURAN PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA no 7 2021 TENTANG KEMUDAHAN, PELINDUNGAN, DAN PEMBERDAYAAN KOPERASI DAN USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH*. Jakarta: Pemerintah Indonesia.
- Pratiwi, G. (2022, 10 18). *Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu kunci dalam memperkuat perekonomian di Indonesia*. Retrieved 12 26, 2023, from <https://kumparan.com/>: <https://kumparan.com/gungmas-pratiwi/pengembangan-umkm-sebagai-kunci-memajukan-ekonomi-nasional-1z4jegPAMxC>
- Suharto. (2022). Implementasi Lean Canvas Sebagai Upaya Meningkatkan Skill Entrepreneurship Mahasiswa Di Perguruan Tinggi . *Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis* , 149-161.
- Tim Ginee. (2021, 11 26). *Apa Itu Platform dan Platform Online? Kenali Semuanya, yuk!* Retrieved 16 26, 2023, from <https://ginee.com/>: <https://ginee.com/id/insights/apa-itu-platform/>
- Yordanova, D., Dana, L.-P., Manolova, T., & Pergelova, A. (2024). Digital Technologies and the Internationalization of Small and Medium-Sized Enterprises. *Sustainability* .