

BAB I

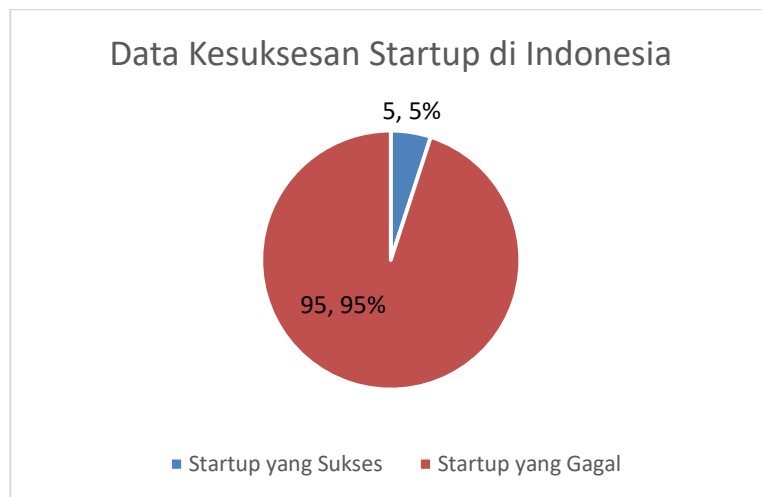
PENDAHULUAN

1. 1. Latar Belakang Penelitian

Entrepreneurship merupakan kekuatan penting dalam perekonomian pada suatu negara (S. Wibowo & Pramudana, 2016). Kesiapan industri di Indonesia sendiri salah satunya dapat diukur melalui penelitian tahunan yang dilakukan oleh *The Global Entrepreneurship and Development Institute (GEDI)* (Faghieh et al., 2019). Penelitian tahunan tersebut dapat mengukur sebuah indikator gabungan yang mengukur sehat atau tidaknya ekosistem *entrepreneurship* di sebuah negara. GEDI mengukur kualitas dari *entrepreneurship* dan jauh lebih dalam mengukur tentang apa saja yang mendukung ekosistem *entrepreneurship* itu sendiri (Saber & Hamdan, 2019). Ada 14 indikator yang dipercayai menjadi tolak ukur sehat atau tidaknya sebuah ekosistem *entrepreneurship*. Hasil dari data tersebut akan dikalkulasikan dan diberikan nilai untuk negara tersebut. Berikut adalah 14 indikatornya: *opportunity perception, startup skills, risk acceptance, networking, cultural support, opportunity perception, technology absorption, human capital, competition, product innovation, process innovation, high growth, internationalization, risk capital.* (Ács et al., 2019).

Berdasarkan penelitian tersebut dapat diketahui bahwa pada tahun 2019 dari 137 negara Indonesia menduduki peringkat 75 dengan skor GEI (Global Entrepreneurship Index) 26%. Negara tetangga di Asia Tenggara seperti Malaysia dan Brunei masih mengungguli Indonesia di posisi 43 (Malaysia) dan 48 (Brunei). Belum lagi jika dibandingkan dengan beberapa negara maju di Asia Pasifik seperti Singapura (27) dan Australia (6) Indonesia masih tertinggal jauh. Kondisi ini diperburuk dengan turunnya skor GEI yang diperoleh Indonesia (Ács et al., 2019; Ortega-Argilés et al, 2015; Faghieh et al, 2019; Saber & Hamdan, 2019)

Perkembangan kewirausahaan terdapat dua tahap yaitu tahap awal (*startup*) dan tahap pertumbuhan (*growth*). Sebagian besar *Startup* adalah organisasi organik dengan tingkat sentralisasi yang tinggi (Zimmerer and Scarborough 2008). Seorang wirausahawan yang bergerak di bidang industri mikro kreatif harus mampu berkreasi dan berinovasi, dengan selalu menampilkan inovasi produk sehingga dapat menarik pelanggan dan kebutuhan yang memiliki nilai tambah sesuai keinginan pelanggan pada industri mikro kreatif (Nurgraha & Mulyadi, 2018). Tujuan Tahap *startup* adalah tercapainya kesinambungan tujuan dan menciptakan ide-ide ke pasar Tahap *startup* meliputi fokus pada masa yang akan datang dibandingkan masa sekarang sedangkan usaha menengah diarahkan untuk jangka panjang, Perkembangan startup di Indonesia sedang berkembang tetapi tidak sedikit startup yang gagal berikut adalah data keberhasilan *startup* di Indonesia:



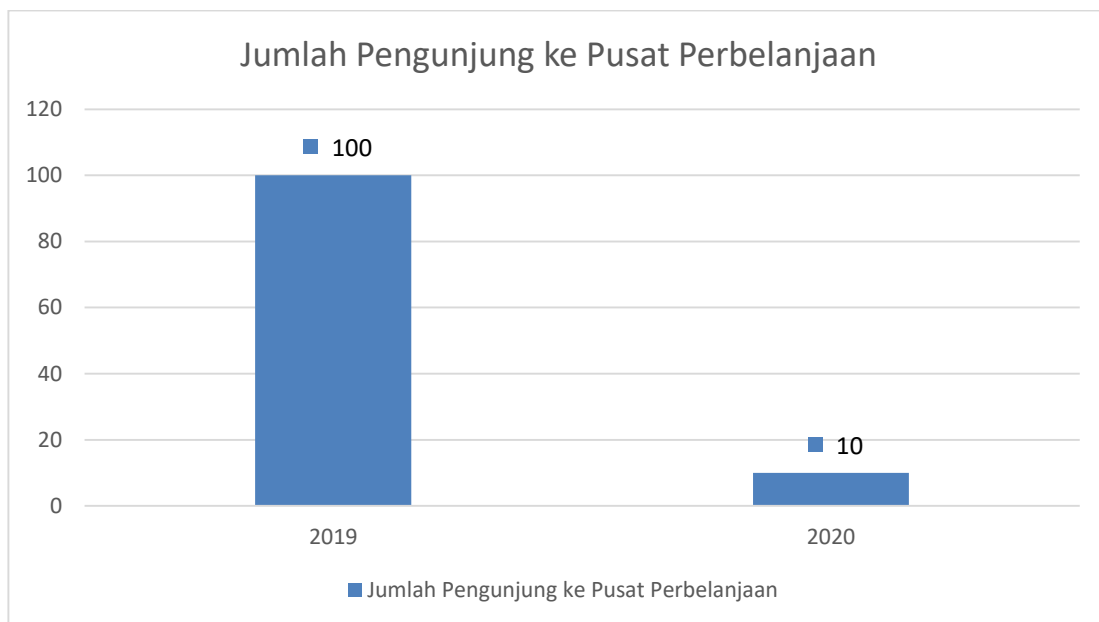
Sumber: (Keminfo 2019)

Gambar 1.1
Data Kesuksesan *Startup* di Indonesia

Tingkat kesuksesan mendirikan startup di Indonesia masih sangat rendah dengan angka 5% dan 95% untuk *startup* yang gagal (Keminfo 2019). Perkembangan *startup* di Indonesia semakin tersendat dengan adanya pandemi yang menyerang seluruh negara di dunia (Kinne et al., 2020).

A novel coronavirus atau yang lebih sering didengar dengan sebutan Covid-19 atau virus corona telah menyebar ke berbagai penjuru dunia (Pohran et al., 2020).

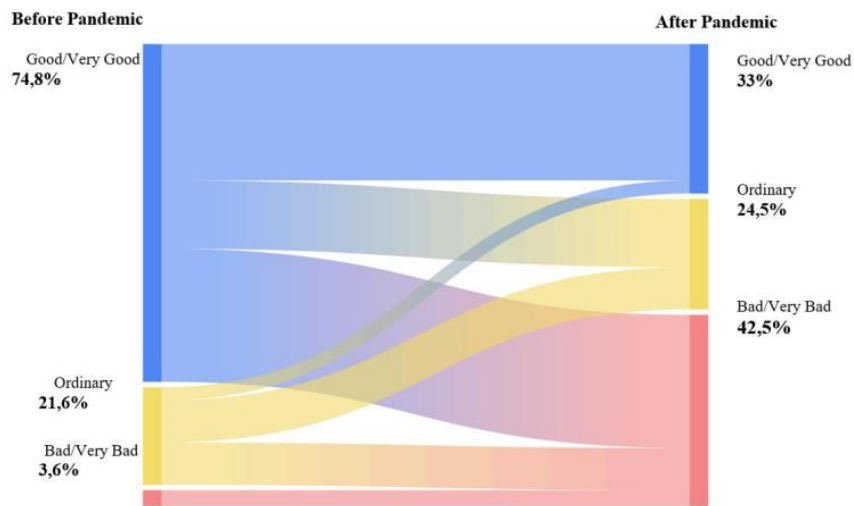
Pemberlakuan kebijakan pembatasan sosial di Indonesia menjadikan dunia usaha melesu, hal ini disebabkan segala gerak harus dibatasi sehingga para pelaku usaha tidak lagi dapat beraktivitas seperti biasanya (Muttaqin et al., 2020) .



Gambar 1. 2
Jumlah Pengunjung Pusat Perbelanjaan

Dapat dilihat pada gambar di atas, menurut Wakil Ketua Umum Asosiasi Persatuan Pusat Belanja Indonesia (APPBI) Alphonzus Widjaja mengatakan bahwa pandemi membuat jumlah pengunjung ke mal-mal di seluruh wilayah Indonesia harus anjlok hingga mencapai 90 persen, jumlah kunjungan ke pusat perbelanjaan menurun drastis dari 80-90 persen, termasuk ribuan hotel di Indonesia harus tutup akibat pandemi Covid-19. Data ini membuat *startup* yang bergerak di bidang perhotelan dan yang sudah mempunyai toko di pusat perbelanjaan pun menjadi terhambat (Ilham et al., 2020).

Ketua Umum Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia (PHRI) Hariyadi Sukamdani mengatakan terdapat 1.226 hotel yang telah melaporkan melakukan penutupan sementara waktu, termasuk penutupan pada sektor restoran turut dilakukan. Hasil survei yang dilakukan Bank Indonesia terhadap 3.719 pelaku usaha yang tersebar diseluruh wilayah Indonesia menunjukkan jika memang telah terjadi penurunan pada kegiatan dunia usaha di Kuartal I 2020. Penurunan kegiatan usaha tersebut terjadi pada sejumlah sektor ekonomi seperti sektor industri pengolahan, perhotelan dan restoran termasuk pada sektor perdagangan yang diakibatkan dampak atas Pandemi Covid-19. Hal ini sangat menutup ruang kerja para *startup* (Ramadhani, 2020).



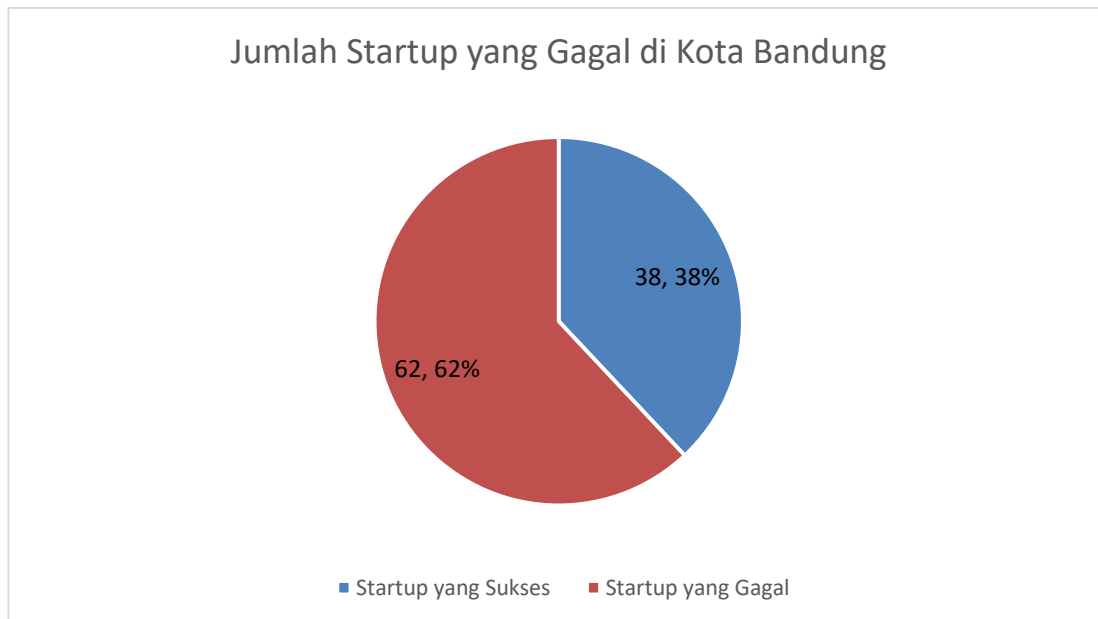
Sumber: (Farid & Widjaja, 2020)

Gambar 1.3
Kondisi *Startup* Sebelum Dan Setelah Pandemi

Data di atas dikemukakan oleh Katadata Insight Center (2020) yang merupakan salah satu perusahaan media dan studi online terkemuka di bidang ekonomi dan bisnis. Hasil survey tersebut memperlihatkan bahwa pada akhir tahun 2019 diketahui terdapat 74,8% startup yang dalam kondisi baik dan sangat baik, 3,6% jumlah startup yang mengalami kondisi buruk dan sangat buruk. Namun setelah wabah Covid-19 merebak di Indonesia startup yang awalnya baik-baik saja menjadi turun ke angka 33%. Fakta ini diperparah dengan naiknya jumlah startup yang kondisinya sedang buruk ke angka

42,5%. Tentunya perlu perhatian khusus untuk menganggulangi masalah yang dihadapi oleh para pebisnis *startup* (Farid & Widjaja, 2020).

Peluang perkembangan *start up* secara global maupun dalam negeri tidak sejalan dengan tingkat keberhasilan *start up*. Sebuah *start up* dikategorikan gagal ketika tidak mampu tumbuh dan menghasilkan profit. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Shikar Ghosh seorang peneliti senior Harvard Schoool menyatakan bahwa tingkat kegagalan *start up* adalah sebesar 95% (Gage, 2012). Patel dalam Forbes.com menyebutkan bahwa dari 10 *start-up* digital yang berhasil dibuat, maka sembilan diantaranya akan mengalami kegagalan. Singkatnya ada 90% kemungkinan sebuah *start-up* untuk gagal. Kegagalan pertama adalah berada pada titik 120 hari (seratus dua puluh hari) pertama (Patel, 2015) (Prasetiawan & Tricahyono, 2017). Dukungan pemerintah dalam perkembangan *start up* digital bukan hanya melalui Gerakan Nasional 1000 *start up*, melalui Kemenristek Dikti, pemerintah memberikan dana hibah kepada *start up* melalui Inkubator. Inkubator yang menjadi penyalur dana hibah tersebut berada di Kota Bandung yakni CUBIC dan *Bandung Techno Park*. Pertumbuhan *start up* di Kota Bandung menurut data dari Komunitas *Start Up* Bandung tahun 2019 mencapai 250 *start up*. Namun tingkat kegagalan *start up* digital di Kota Bandung juga masih cukup tinggi. Berikut adalah jumlah *startup* kota Bandung yang gagal:



Sumber: (Anggara, 2018)

Gambar 1. 4
Jumlah Keberhasilan Startup di Kota Bandung

Salah satu inkubator di Kota Bandung melaporkan bahwa tingkat kegagalan start up mencapai 62% (Anggara, 2018). Bahkan data dari inkubator lain di Kota Bandung melaporkan tingkat keberhasilan yang hanya 14% (Hardiansyah & Tricahyono, 2019).

Ada beberapa buku yang menjelaskan ketiga topik penelitian tersebut dan menjadi acuan. Salah satu contohnya teori dari (Oliveira et al., 2019). Buku kewirausahaan tersebut memfokuskan topik pembahasan kepada inkubator bisnis yang berbasis teknologi dan *startup*. Inkubator Bisnis Teknologi merupakan sebuah lembaga yang dapat membantu mengidentifikasi aset strategis yang paling relevan untuk mendorong inovasi teknologi yang mengarahkan *startup* yang sedang meluncurkan produk baru. Sedangkan Startup didefinisikan sebagai sekelompok orang yang mencari model bisnis yang dapat diulang dan dapat berkembang, yang bekerja dalam kondisi yang sangat tidak pasti (Oliveira et al., 2019). Adapun buku lain yang membahas tentang Kepercayaan Diri Wirausaha (Baum, Baron, M. Frese, 2012). Buku tersebut menjelaskan bahwa Kepercayaan Diri Wirausaha yang tertanam dalam diri individu ini cenderung mendatangkan keyakinan atas kemampuannya untuk menemukan

peluang usaha secara kreatif dan inovatif; keyakinan atas kemampuannya untuk mengkonversi gagasan yang diciptakan menjadi rencana bisnis yang bersifat teknis; keyakinan akan kemampuannya untuk mengintegrasikan sumber daya yang dibutuhkan dalam proses berwirausaha; serta keyakinan akan kemampuannya untuk mengubah konsep bisnis atau rencana bisnis menjadi kenyataan (Baum, Baron, M. Frese, 2012).

Agar dapat meningkatkan Keberhasilan *Start-up*, banyak jurnal yang menjelaskan terkait hal tersebut diantaranya adalah mengembangkan *creative thinking skill*, dan menerapkan di bisnis *startup*-nya, membuat keadaan yang mendukung bagi kreativitas dan inovasi, dan menuai manfaat dari keadaan tersebut dengan memanfaatkan ide-ide kreatif mereka dengan baik (Amabile 1998:78). Selain itu ada juga kreativitas kewirausahaan yang tercermin dalam produk dan layanan inovatif yang mereka tawarkan melalui metode produksi dan pengiriman yang inovatif (Desiana and Sari 2016). Adapun peneliti yang menjelaskan bahwa pengusaha yang menghasilkan, mengembangkan, dan mengimplementasikan ide-ide baru dapat mencapai keberhasilan *startup* lebih cepat (Lipi 2013). Sedangkan *startup* menggunakan keterampilan *creative thinking skill* untuk mengkompensasi kekurangan, mengatasi hambatan dan menciptakan peluang untuk mencapai Keberhasilan *startup* (Amabile 1998; Zimmerer and Scarborough 2008). Beberapa peran ekonomi kreatif dalam memajukan Indonesia mulai dari memberikan kontribusi ekonomi, menciptakan nilai tambah, mengukuhkan citra dan identitas bangsa, melestarikan sumber daya alam (SDA) dan sumber daya budaya hingga memberi dampak sosial bagi masyarakat (Irawan & Mulyadi, 2016)

Startup yang mengambil tindakan yang mengarah pada tujuan yang spesifik pun akan mempercepat bisnisnya dalam mencapai Keberhasilan *Start-up*. (Blank and Dorf 2012). Di sebuah penelitian di jelaskan bahwa motivasi berhubungan positif dengan keberhasilan *startup* (Locke, Collins, and Hanges 2004). Motivasi pengusaha menunjukkan bahwa semakin besar hubungan yang dirasakan antara strategi dan manajerial, semakin besar motivasi untuk melanjutkan untuk bertindak sebagai pengusaha, baik dalam menggapai Keberhasilan *Start-up* (Blank and Dorf 2012;131; Ries 2011).

Adapun cara meningkatkan Keberhasilan *Start-up* yang dibahas dalam penelitian (Saputra, 2015), meneliti tentang peran inkubator bisnis dalam mengembangkan *digital startup* lokal di Indonesia. Penelitian dengan topik sama dilakukan oleh (Hillemane et al., 2019) yang dilakukan di *startup* Amerika. Adapun peneliti lain yang meneliti tentang pengaruh inovasi dan Kepercayaan Diri Wirausaha terhadap keberhasilan *digital startup* (Dessyana & Riyanti, 2017). Pada penelitian ini menggunakan Inkubator Bisnis Teknologi dan Kepercayaan Diri Wirausaha sebagai dua variabel yang digunakan karena ketiga variabel ini sedang banyak diteliti sesuai dengan penelitian terdahulu dan sesuai dengan keadaan lapangan objek yang dipilih yaitu di Inkubator Bisnis LPiK ITB.

Penelitian yang menyatakan bahwa inkubator bisnis mempunyai hubungan yang sangat kuat dengan Kepercayaan Diri Wirausaha dalam proses penciptaan wirausaha baru yang sukses (Martínez et al., 2017). Adapun ahli yang mengemukakan bahwa inkubator bisnis dapat meningkatkan profesionalisme wirausaha, meningkatkan keterampilan manajemen bisnis dan mempunyai hubungan erat dengan Kepercayaan Diri Wirausaha (Stephens and Onofrei, 2012)

Lembaga Pengembangan Inovasi dan Kewirausahaan ITB (LPiK-ITB) merupakan lembaga yang didirikan untuk mendorong pemanfaatan hasil-hasil penelitian di perguruan tinggi. Perguruan Tinggi sebagai lembaga yang memiliki sumber daya manusia unggul memiliki kemampuan dalam menyelesaikan persoalan-persoalan yang dihadapi bangsa Indonesia melalui inovasi. Untuk mendorong inovasi LPiK ITB berupaya melakukan berbagai program kegiatan yang terkait dengan inovasi diantaranya program pengembangan kewirausahaan, kesadaran pada hak kekayaan intelektual, dan membangun ekosistem inovasi yang diwujudkan secara kelembagaan dalam bentuk divisi-divisi dalam organisasi LPiK. Lembaga ini merupakan lembaga di bawah koordinasi Wakil Rektor bidang Riset dan Inovasi (WRRI) yang ditetapkan melalui SK Rektor 104/SK/K01/OT/2010, 5 Maret 2010. Bersama dengan Lembaga Penelitian dan Pengabdian pada Masyarakat ITB (LPPM ITB), sebagai sisi lain yang mendorong proses lahirnya penelitian-penelitian bermutu di lingkungan ITB (LPiK ITB, 2021).

Dede Akhmad Nawawi, 2022

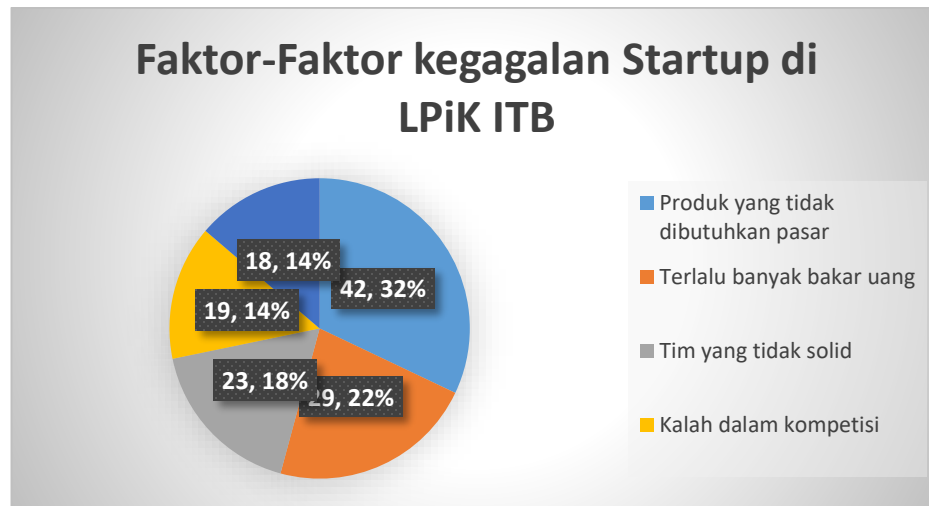
**PENGARUH INKUBATOR BISNIS TEKNOLOGI DAN KEPERCAYAAN DIRI WIRAUSAUSAHA TERHADAP
KEBERHASILAN START-UP**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Inkubator bisnis memiliki peran dalam membantu keberhasilan usaha-usaha baru. kemajuan teknologi serta perubahan dalam kebutuhan dan keinginan pasar, yang menuntut para pemasar untuk mengubah strategi dan taktiknya dari product oriented menjadi market oriented (Mulyadi & Susanti, 2018). Konsep ini sangat relevan untuk diimplementasikan di Indonesia. Karena itu arah dan pengembangan inkubator bisnis ditujukan untuk membantu pelaku usaha baru dan pelaku usaha lama yang memiliki usulan produk dan jasa yang baru. Pengembangan inkubator bisnis secara praktis mendorong penciptaan dan membantu pertumbuhan usaha baru secara khusus berkaitan dengan tema-tema inovasi dari suatu produk. Salah satu program LPiK ITB adalah inkubator bisnis (LPiK ITB, 2021).

Pengembangan inkubator bisnis di perguruan tinggi memiliki sasaran dalam membantu proses komersialisasi produk-produk penelitian di perguruan tinggi yaitu membangun usaha baru yang berasal dari hasil penelitian dan mendorong mahasiswa dan alumni untuk menjadi pelaku usaha. Konsep pengembangan inkubator bisnis harus dibedakan dengan konsep-konsep pengembangan *startup* pada umumnya.

Bisnis *startup* yang notabeneanya adalah bisnis yang baru dirintis pun menjadi salah satu korban dari keganasan pandemi ini. Banyak para pelaku *startup* yang gulung tikar. Faktanya, angka kegagalan startup di seluruh dunia bisa mencapai 90%. CB Insight merilis 20 hal yang menjadi penyebab kegagalan startup dalam membangun bisnisnya, lima diantaranya paling umum ditemukan sebagai penyebab kegagalan startup khususnya *tenant* di inkubator bisnis LPiK ITB

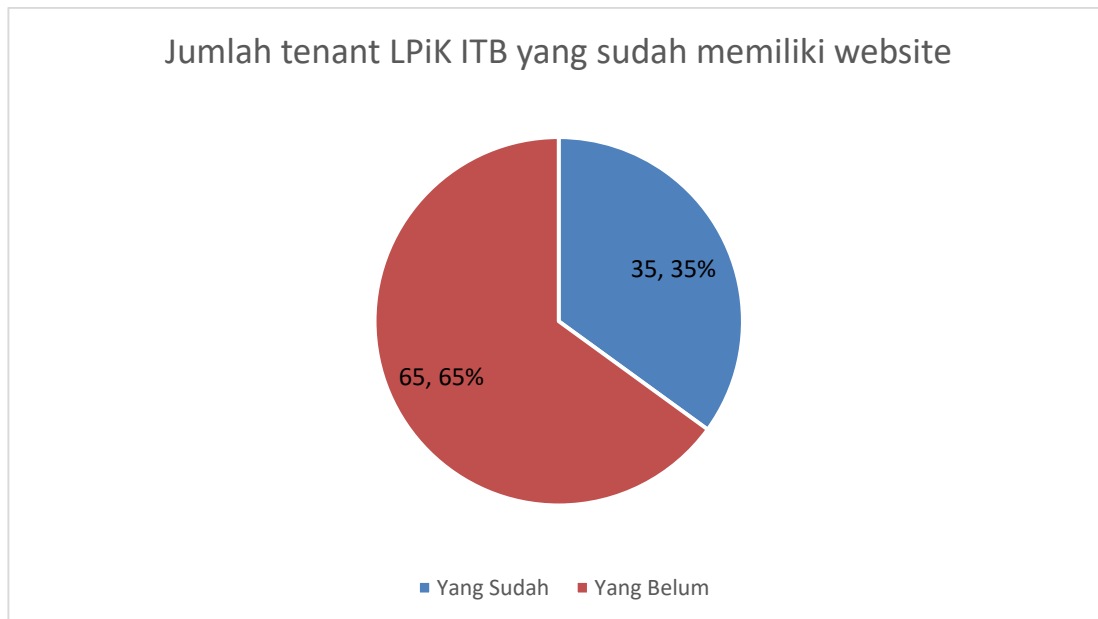


Gambar 1. 5
Faktor-Faktor Kegagalan Startup

Faktor yang paling mempengaruhi kegagalan *startup* adalah produk yang tidak dibutuhkan pasar. Hal ini selaras dengan dimensi Keberhasilan *Start-up* (Santamaría & Gidumal, 2021) *environment* di mana lingkungan luar perusahaan mempengaruhi dari keberhasilan perusahaan tersebut, salah satunya *market condition*. Indikator ini mengukur produk apa yang dibutuhkan oleh kondisi pasar saat ini.

Selain itu, terlalu banyak pengeluaran pun menjadi faktor yang juga mempengaruhi kegagalan *startup*. Fakta ini sejalan dengan dimensi Keberhasilan *Start-up* (Santamaría & Gidumal, 2021) yaitu *strategy and characteristic* yang didalamnya ada indikator tentang strategi mengelola keuangan. Tidak hanya itu, seorang CEO atau founder pun menjadi peran penting dalam membangun tim yang solid karena ini menjadi faktor yang juga mempengaruhi kegagalan *startup*. Data ini pun searah dengan salah satu dimensi Keberhasilan *Start-up* yaitu *entrepreneur profile* yang membahas tentang kemampuan manajerial seorang pengusaha.

Ada beberapa hal yang menjadi pekerjaan rumah untuk pihak pengelola inkubator bisnis LPiK ITB. Salah satunya membantu para *tenant startup*-nya mengembangkan strategi, contohnya *digital marketing*. Tidak lebih dari setengah jumlah *tenant* inkubator yang memiliki website untuk memasarkan produknya.

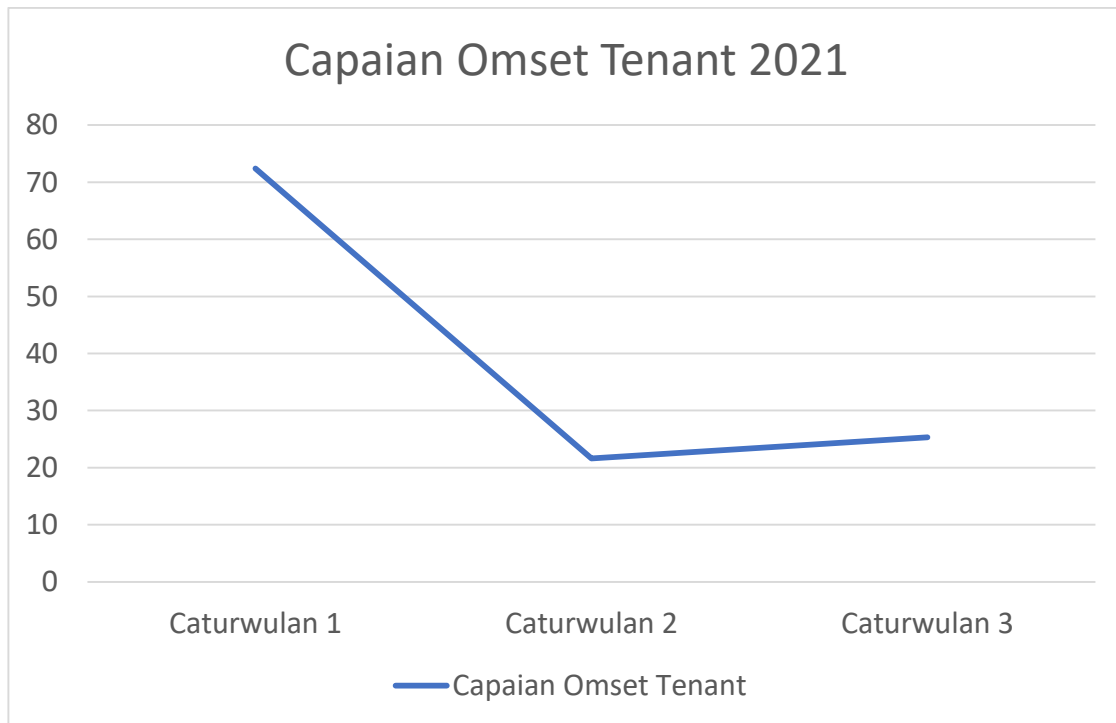


Sumber: Data LPiK ITB 2021

Gambar 1.6
Jumlah Tenant LPiK ITB Yang Sudah Memiliki Website

Data di atas didukung oleh pernyataan dari salah satu peneliti (A. Wibowo et al., 2018) yang menyatakan bahwa inkubator bisnis LPiK ITB masih kurang soal perencanaan dan pertimbangan dalam proses pengembangan sistem informasi. Maka dari itu, inkubator tersebut masih kurang dalam pemanfaatan teknologi, membuat operasional inkubator kurang efektif dan efisien.

Fakta tersebut diperparah dengan adanya data yang menunjukkan penurunan omset para *tenant* inkubator bisnis LPiK ITB. Jika dirata-ratakan dari total keseluruhan *startup* yang dibina, terjadi penurunan omset dari tahun 2019 sampai tahun 2021. Setiap tahunnya terjadi penurunan dari target omset yang telah ditentukan oleh masing-masing *tenant*.



Sumber: Data Internal Inkubator Bisnis LPiK ITB 2021

Gambar 1. 7
Data Omset Tenant LPiK ITB

Terlihat dari data internal LPiK ITB, target omset dari masing-masing *tenant* belum tercapai 100%. Omset merupakan salah satu indikator dari dimensi *entrepreneur profile* (Santamaría & Gidumal, 2021). Caturwulan 1 mencapai target omset 72.4%, namun trend positif ini menurun di Caturwulan 2 ke angka 21.6% karena hantaman pandemi. Sempat naik di Caturwulan 3 ke angka 25.3% namun belum terlalu signifikan, dikarenakan situasi COVID-19 yang belum terkendali penuh.

Berdasarkan fenomena yang terjadi dan pendapat para ahli di atas, peneliti mengambil salah satu faktor yang mempengaruhi keberhasilan sebuah *startup* yaitu Inkubator Bisnis Teknologi. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian pada anggota Inkubator Bisnis LPiK ITB dengan judul **”Pengaruh Inkubator Bisnis Teknologi Dan Kepercayaan diri wirausaha Terhadap Keberhasilan *Start-up*”**

1. 2. **Identifikasi Masalah**

Anggota Inkubator Bisnis LPiK ITB perlu meningkatkan keberhasilan *startup* yang menjadi *tenant* agar dapat bisnis tersebut bisa terus bertahan di tengah era pandemi. Maka dari itu LPiK ITB harus mengoptimalkan model inkubator bisnis berbasis teknologi yang relevan dan meningkatkan Kepercayaan Diri Wirausaha agar keberhasilan *startup* terus meningkat.

Persaingan dunia bisnis di era pandemi begitu berat, maka dari itu para pelaku *startup* harus dididik dengan baik salah satunya dengan mengikuti program inkubator bisnis berbasis teknologi dan meningkatkan Kepercayaan Diri Wirausaha yang dilaksanakan di Inkubator Bisnis LPiK ITB. Melalui program yang tepat akan menjadikan para pelaku *startup* kuat di internal dan eksternalnya dan dapat mempunyai daya saing ketika sudah tidak menjadi *tenant* lagi.

Melihat permasalahan tersebut, salah satu cara yang dapat dilakukan agar dapat bersaing di era pandemi ini yaitu dengan membuat inkubator bisnis berbasis teknologi dan meningkatkan Kepercayaan Diri Wirausaha. Berdasarkan latar belakang tersebut, maka yang menjadi masalah penelitian ini diidentifikasi masalah ke dalam tema sentral sebagai berikut:

LPiK ITB mempunyai penghalang dalam meningkatkan keberhasilan *startup*, dikarenakan kurang optimalnya program inkubator bisnis berbasis teknologi yang diselenggarakan dan rendahnya Kepercayaan Diri Wirausaha. Ini membuat *tenant* LPiK ITB kurang bersaing ketika kelak lulus dari program inkubator bisnisnya. Faktor penghalang meningkatnya keberhasilan *startup* diperkirakan oleh kurang optimalnya program inkubator bisnis berbasis teknologi yang dilakukan dan rendahnya Kepercayaan Diri Wirausaha.

1. 3. **Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana gambaran Inkubator Bisnis Teknologi pada anggota LPiK ITB
2. Bagaimana gambaran Kepercayaan Diri Wirausaha pada anggota Inkubator Bisnis LPiK ITB

3. Bagaimana gambaran Keberhasilan *Start-up* pada anggota Inkubator Bisnis LPiK ITB
4. Apakah Inkubator Bisnis Teknologi dan Kepercayaan Diri Wirausaha berpengaruh terhadap Keberhasilan *Start-up* pada anggota Inkubator Bisnis LPiK ITB baik secara simultan maupun parsial

1. 4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini yaitu untuk memperoleh hasil temuan sebagai berikut:

1. Mengetahui gambaran Inkubator Bisnis Teknologi pada anggota LPiK ITB
2. Mengetahui gambaran Kepercayaan Diri Wirausaha pada anggota Inkubator Bisnis LPiK ITB
3. Mengetahui gambaran Keberhasilan *Start-up* pada anggota Inkubator Bisnis LPiK ITB
4. Mengetahui pengaruh Inkubator Bisnis Teknologi dan Kepercayaan Diri Wirausaha terhadap Keberhasilan *Start-up* pada anggota Inkubator Bisnis LPiK ITB baik secara simultan maupun parsial

1. 5. Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian tentang pengaruh Inkubator Bisnis Teknologi dan Kepercayaan Diri Wirausaha terhadap Keberhasilan *Start-up* ini mencakup dua kalangan yaitu kalangan Akademisi (Teoritis) dan Praktisi (Praktis).

1. Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah hasanah pengetahuan ilmu kewirausahaan khususnya Inkubator Bisnis Teknologi, kepercayaan diri wirausaha dan keberhasilan *Start-up* sehingga dari hasil penelitian ini dapat memberikan masukan bagi penelitian sejenis dalam mengembangkan Inkubator Bisnis Teknologi, kepercayaan diri wirausaha dan keberhasilan *Start-up*.

2. Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi *start-up* bisnis agar dapat menerapkan Inkubator Bisnis Teknologi dan kepercayaan diri wirausaha

sehingga dapat meningkatkan keberhasilan *start-up*. Informasi tersebut semoga dapat berguna bagi pengambilan kebijakan berkaitan dengan keberhasilan *start-up* yang berkaitan dengan Inkubator Bisnis Teknologi dan kepercayaan diri wirausaha.