

STRATEGI PENGUATAN INKUBATOR BISNIS DALAM PENGEMBANGAN USAHA KECIL DAN MENENGAH

M. Farid Wajdi¹, Liana Mangifera², Muzakar Isa³
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis^{1,2,3}
Universitas Muhammadiyah Surakarta^{1,2,3}

Email: Farid.wajdi@ums.ac.id¹, Liana.mangifera@ums.ac.id², Muzakar.isa@ums.ac.id³

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis permasalahan dan kendala pelaksanaan inkubator bisnis dalam pengembangan usaha kecil dan menengah, dan merumuskan strategi penguatan inkubator bisnis dalam pengembangan usaha kecil dan menengah. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Pengambilan data menggunakan wawancara mendalam dan focus group discussion (FGD) terhadap beberapa keyperson yang memahami perkembangan usaha kecil dan menengah dan inkubator bisnis. Alat analisis yang digunakan analisis Diskriptif dan content analysis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaksanaan inkubasi terhadap usaha kecil dan menengah belum optimal. Perlu berbagai penguatan pada pemilihan tenant, pelaksanaan inkubasi dan pasca kegiatan. Kolaborasi dan koordinasi academic, business, government dan community (ABGC) dalam pelaksanaan inkubasi harus dimaksimalkan dalam pengembangan usaha kecil dan menengah.

Kata Kunci: *Inkubasi, Bisnis, UKM, Strategi*

Pendahuluan

Daya saing usaha kecil dan menengah (UKM) menjadi perhatian pemerintah pusat maupun daerah (1). Pengembangan UKM merupakan bagian dari pembangunan ekonomi jangka panjang untuk mencapai struktur ekonomi yang seimbang. Pengembangan UKM didasarkan untuk mengatasi permasalahan pada unit usaha. Permasalahan umum UKM di Indonesia dalam pengembangan usahanya antara lain (a) terbatasnya pendanaan untuk pengembangan usaha; (b) kurangnya informasi dan akses bahan baku dan pasar; (c) rendahnya kualitas sumber daya manusia; (d) rendahnya kemampuan untuk menghasilkan produk yang inovatif; dan (e) lemahnya pendampingan (inkubasi) (2).

Sejalan dengan kebijaksanaan pembangunan UKM, Pemerintah mengeluarkan kebijakan nasional melalui peraturan presiden nomor 27 tahun 2013 tentang pengembangan inkubator wirausaha. Inkubator wirausaha adalah suatu lembaga intermediasi yang melakukan proses inkubasi terhadap peserta inkubasi (tenant, klien

inkubator, atau inkubasi) dan memiliki bangunan fisik untuk ruang usaha sehari-hari bagi peserta inkubasi (3, 4).

Inkubasi bisnis merupakan tuntutan dari *the new economy global*, yang terjadi karena adanya perubahan yang cepat dan signifikan di bidang teknologi, telekomunikasi, dan digitalisasi; adanya deregulasi dan globalisasi. Perubahan tersebut memaksa adanya perubahan pada setiap pelakunya mulai dari skala negara, perusahaan/ organisasi, dan individu. Inkubasi bisnis adalah proses pembinaan bagi UKM dan atau pengembangan produk baru yang dilakukan oleh inkubator bisnis dalam hal penyediaan sarana dan prasarana usaha, pengembangan usaha dan dukungan manajemen serta teknologi (5). Inkubator bisnis juga dimaknai sebagai suatu kegiatan organisasi dalam memberikan pelayanan pengembangan bisnis dan kewirausahaan serta pemberian akses sarana atau prasarana serta lokasi atau showroom dengan aturan yang fleksibel (5).

Inkubator diharapkan tidak hanya menjadi organisasi yang melakukan serangkaian

kegiatan rutin pengembangan bisnis berupa penyewaan fasilitas, pembinaan, pelatihan dan jaringan, namun hendaknya lebih ke perspektif strategis (6). Inkubator bertujuan agar dapat meningkatkan kemandirian ekonomi masyarakat. Perluasan jaringan dan kualitas hubungan kerjasama antar actor (pelaku bisnis, pemerintah dan akademisi), unit usaha (*tenants*) dengan skala dan bidang usaha yang berbeda dalam satu inkubator bisnis menjadi pendorong keberhasilan wirausaha baru (7). Inkubator bisnis diharapkan menjadi salah satu solusi dalam permasalahan UKM dan pengembangan UKM untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi suatu daerah (8).

Pertumbuhan ekonomi daerah di Kota Surakarta mencapai 5% lebih tinggi dibanding kota-kota lain di Propinsi Jawa Tengah. UKM menjadi salah satu pendorong pencapaian target pertumbuhan ekonomi 7% pada tahun 2025 mendatang. Perkembangan UKM sangat pesat dan tahun 2019 mencapai 43.000 Unit usaha.

Guna mewujudkan keberhasilan pengembangan UKM di Kota Surakarta tersebut, perlu adanya strategi pengembangan UKM melalui inkubator bisnis. Maka tujuan penelitian adalah menganalisis permasalahan pelaksanaan incubator bisnis dalam pengembangan UMKM, dan merumuskan strategi pelaksanaan inkubator bisnis untuk pengembangan UKM.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Key person pada penelitian ini pelaku UKM dan stakeholder yang mengetahui informasi tentang inkubator bisnis di Kota Surakarta. Pengambilan data menggunakan survei, wawancara mendalam dan *focus group discussion* (FGD) terhadap key person.

Alat analisis yang digunakan adalah Analisis Deskriptif Kualitatif dan content analysis. Analisis deskriptif menggambarkan dan menjelaskan tentang kondisi dan permasalahan pelaksanaan inkubator bisnis dalam pengembangan UKM di Kota

Surakarta. Analisis Konten (*content analysis*) merupakan suatu metode untuk mempelajari dan menganalisis komunikasi secara sistematis, objektif, dan kuantitatif terhadap pesan yang tampak (Berelson & Kerlinger).

Hasil dan Pembahasan

a. Inkubasi

Berdasarkan Keputusan Menteri Koperasi dan UKM No. 81.3/Kep/M.KUKM/VIII/2002 dijelaskan inkubasi merupakan proses pembinaan bagi usaha kecil dan menengah atau pengembangan produk baru yang dilakukan oleh inkubator bisnis dalam hal penyediaan sarana dan prasarana usaha, pengembangan usaha dan dukungan manajemen serta teknologi. Sedangkan inkubator adalah lembaga yang bergerak dalam bidang penyediaan fasilitas dan pengembangan usaha, baik manajemen maupun teknologi bagi usaha kecil dan menengah untuk meningkatkan dan mengembangkan kegiatan usahanya dan atau pengembangan produk baru agar dapat berkembang menjadi wirausaha yang tangguh dan atau produk baru yang berdaya saing dalam jangka waktu tertentu.

Hasil survei lapangan menyebutkan bahwa kegiatan inkubasi UKM dilakukan oleh lembaga swasta, Pemerintah Kota Surakarta dan perguruan tinggi dengan modelnya masing-masing. Berikut uraian jenis incubator yang ada di Kota Surakarta.

1. Inkubasi oleh lembaga inkubator swasta

Daerah Solo dan sekitarnya memiliki banyak Lembaga yang bergerak dalam kegiatan inkubasi. Lembaga Pengembangan Teknologi Pedesaan (LPTP), Solotechnopark (STP) dan lain sebagainya.

Solo Technopark (STP) merupakan kawasan terpadu di bawah pengelolaan Pemerintah Kota Surakarta, yang merupakan kawasan berbasis ilmu pengetahuan dan teknologi (iptek) memadukan unsur pengembangan iptek, kebutuhan pasar industri dan bisnis serta penguatan daya saing daerah. Solo Technopark juga merupakan pusat vokasi dan inovasi teknologi, pusat

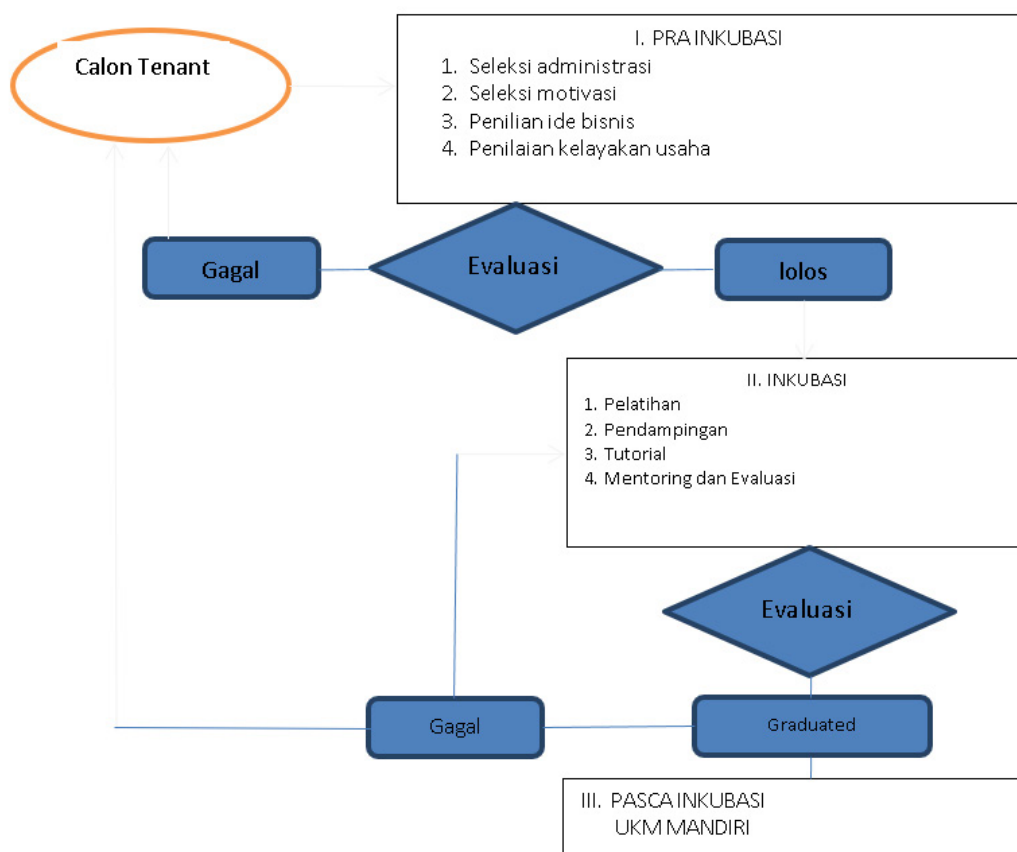
riset teknologi terapan di Kota Surakarta, yang dibangun dari sinergi dan hubungan yang kokoh antara dunia pendidikan, bisnis, dan pemerintahan (*The Triple Helix Model of Innovation*) serta komunitas masyarakat. STP memberikan layanan pendidikan bidang industri, inkubator bisnis, jasa produksi dan penelitian, pengembangan teknologi untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia (SDM), meningkatkan daya saing dan kinerja dunia usaha dan industri, meningkatkan pertumbuhan ekonomi daerah, serta memperluas lapangan pekerjaan melalui pertumbuhan ekonomi berkelanjutan.

Solo Technopark memiliki divisi inkubator bisnis teknologi, di bawah koordinasi bagian Pelayanan dan Pengembangan Solo Technopark yang mempunyai visi “Menjadi Inkubator Bisnis Teknologi yang Mandiri dan Berkelanjutan tahun 2021”. Dalam mewujudkan visi di atas, misi yang dijalankan adalah (1) pendampingan Tenant Secara Teknis dan Non Teknis, (2) Fasilitasi Pengembangan Tenant, dan (3) Mengembangkan jaringan bisnis dan kewirausahaan (*Business and Networked*

Entrepreneurship) untuk mendukung *Start-Up Company*.

Tujuan Strategis dari Inkubator Bisnis Teknologi Solo Technopark adalah (1) menghasilkan wirausaha Muda Berbasis Teknologi yang tangguh, Mandiri dan Berdaya Saing, dan (2) mendorong Hasil Riset Menjadi Produk atau Usaha Yang bermanfaat Bagi Masyarakat.

Tujuan pelaksanaan program Inkubator Bisnis dan Teknologi di Solo *Technopark* yaitu mendorong komersialisasi hasil penelitian dan pengembangan (Litbang) baik dari Perguruan Tinggi, Lembaga Pemerintah maupun masyarakat serta mendorong tumbuhnya *tenant* yang dibina oleh Inkubator Bisnis dan Teknologi Solo *Technopark* untuk menjadi Industri/Perusahaan Pemula Berbasis Teknologi (PPBT) (INBISTEK, 2016). Sasaran dari program ini adalah terwujudnya komersialisasi hasil Litbang dari Perguruan Tinggi, Lembaga Pemerintah maupun masyarakat serta menghasilkan *tenant* binaan menjadi industri/Perusahaan Pemula Berbasis Teknologi (PPBT) (INBISTEK, 2016).



Adapun program yang dijalankan oleh Inkubator Bisnis Teknologi Solo Technopark antara lain :

- 1) Program Perusahaan Pemula Berbasis Teknologi, kerjasama dengan kementerian Riset Teknologi dan Pendidikan Tinggi, Direktorat Jenderal Penguatan Inovasi
- 2) Program Inkubasi Bisnis Teknologi Swakelola, kerjasama dengan kementerian Riset Teknologi dan Pendidikan Tinggi, Direktorat Jenderal Kelembagaan Ilmu Pengetahuan Teknologi dan Pendidikan Tinggi
- 3) Program Pra Inkubasi Bisnis Teknologi, kerjasama dengan Pemerintah Kota Surakarta
- 4) Program Fasilitasi Hilirisasi Hasil Riset Perguruan Tinggi, kerjasama dengan Pemerintah Kota Surakarta dalam hal ini Bappeda Kota Surakarta dengan 4 Perguruan Tinggi (UNS, UMS, UNISRI, ATMI Surakarta)
- 5) Program Implementasi Hasil Lomba Krenova, kerjasama dengan Pemerintah Kota Surakarta dalam hal ini Bappeda Kota Surakarta

Pelaksanakan program Inkubasi berbasiskan pada produk atau jasa hasil komersialisasi berbasis teknologi berfokus pada bidang ilmu pengetahuan dan teknologi yang didalamnya meliputi Pangan; Kesehatan dan Obat; Lingkungan dan Pengolahan Air; Energi Baru dan Terbarukan; Kemaritiman; Material Maju dan Rekayasa Manufaktur; Transportasi; ICT/TIK; dan Pertahanan dan Keamanan.

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 (INBISTEK, 2016).

Jumlah *tenant* yang lolos seleksi di Inkubator Bisnis Solo *Technopark* sebanyak delapan *tenant* namun hanya ada enam *tenant* yang aktif dalam menjalankan usahanya. *Tenant* Inkubator Bisnis Teknologi Solo *Technopark* terdiri dari empat *tenant inwall* dan dua *tenant outwall*. Selama dua tahun masa inkubasi, Inkubator Bisnis dan Teknologi Solo *Technopark* 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* (INBISTEK, 2016). Perjanjian oleh kedua belah pihak diatas, meliputi tentang sewa ruang kantor atau usaha, ruang rapat atau pertemuan bisnis, akses internet, dan sarana telekomunikasi (INBISTEK, 2016).

Layanan program inkubasi tersebut antara lain:

- 1) Infrastruktur Bisnis (*Business Physical Infrastructures*) seperti Ruang Kantor atau Usaha; Ruang Rapat atau Pertemuan Bisnis; Akses Internet; dan Sarana Telekomunikasi.
- 2) Pengembangan Bisnis (*Business Development Sevices*) seperti: Konsultasi Bisnis dan Pelatihan; Pembuatan Bisnis Plan atau Studi Kelayan Usaha; Pendirian Legalitas Usaha; Standarisasi Produk; Sertifikasi Produk; Pengembangan Sumber Daya Manusia; Pendaftaran Hak Kekayaan Intelektual; Mentoring Bisnis; Pengujian Produk; Manajemen Bisnis; Pengujian dan Riset Pasar; dan Promosi Produk.
- 3) Akses Pemodaln Bisnis (*Fund Rising*) Kemenristekdikti memberikan pendanaan kepada *tenant* yang telah lolos seleksi.

Penyertaan modal untuk peningkatan produktivitas dan daya saing *tenant* maksimal Rp. 300.000.000,- (tiga ratus juta rupiah) masing-masing *tenant* dengan ketentuan 75% untuk *tenant* dan 25% untuk jasa dan operasional Inkubator Bisnis dan Teknologi Solo *Technopark*. Dana tersebut dapat digunakan oleh *tenant* untuk hal-hal sebagai berikut : Barang Habis Pakai (contoh : komponen produksi); Sewa Peralatan dan Uji Laboratorium; Promosi (contoh : Mengikuti Pameran); Honor/Gaji Tenaga Kerja; Konsultasi Tenaga Ahli; Perjalanan dalam atau Luar Negeri; Pendaftaran Legalitas Usaha; Sertifikasi dan Standarisasi; Tes Pasar; Alokasi dana untuk keseluruhan kegiatan usaha *tenant* minimal sebesar 75% dari total pendanaan yang diberikan oleh Kemenristekdikti. Besaran alokasi dana untuk setiap program tidak ditentukan.

- 4) Jejaring Bisnis dan Kolaborasi Bisnis (*Networking and Business Collaboration*); Temu Bisnis; Kerja sama dengan Lembaga Penelitian; Kemitraan Bisnis dengan Pengusaha; dan Pameran dan Promosi.

Pelaksanaan program Inkubasi dimulai pada tahap seleksi *tenant*. Setelah dinyatakan lolos seleksi, *tenant* akan memasuki tahap awal inkubasi selama 6 enam bulan. Pihak inkubator akan memberikan pelatihan teknis dan manajemen berupa rencana usaha (*business plan*), uji coba produksi, uji coba pasar; pendampingan pelaksanaan kegiatan berupa produksi awal dan pemasaran awal; legalitas usaha berupa sertifikasi dan standarisasi produk, serta HKI (INBISTEK, 2016).

Pihak Tim Inkubator Bisnis Solo *Technopark* mendatangkan narasumber untuk memberikan materi kepada para peserta inkubasi. Narasumber tersebut didatangkan dari berbagai instansi seperti DPRD Kota

Surakarta, ISI Surakarta, ATMI BIZDEC, KADIN Surakarta, PT ATMI Solo, HIPMI Surakarta, Spirtindo, BINSANI, ATMI IGI Centre, BPMPT Surakarta, Pasca Sarjana UNS, DINKOP Surakarta, dan DISPERINDAG Surakarta. Materi yang disampaikan dari masing-masing narasumber mengarah pada konsep bisnis, pemasaran, dan manajemen usaha. Setelah selama enam bulan menjalani tahap awal, *tenant* akan memasuki tahap pengembangan industri selama 18 bulan dimana dalam tahap ini *tenant* akan melakukan komersialisasi produk dan perluasan pasar. Pada tahap ini pihak inkubator akan membantu *tenant* untuk memperluas jaringannya (*network*) dan mendampingi para *tenant* dalam hal pemodalan. Setiap *tenant* yang telah mengikuti program inkubasi (pasca inkubasi) diharapkan dapat melakukan perluasan jaringan usaha dalam skala nasional maupun internasional serta menjadi *tenant* yang inovatif, mandiri, dan berdaya saing tinggi.

2. Inkubasi oleh Pemerintah Daerah

Pemerintah daerah secara tidak langsung juga melakukan kegiatan inkubasi bagi UKM. Inkubasi UKM yang dilakukan pemerintah daerah pelaksanaannya secara parsial parsial oleh beberapa organisasi perangkat daerah (OPD), seperti dinas tenaga kerja dan perindustrian, dinas koperasi dan UKM, dan dinas perdagangan.

3. Inkubasi Oleh Perguruan Tinggi

Perguruan tinggi melalui lembaga penelitian dan pengabdian masyarakat dan personal masing-masing dosen juga melaksanakan berbagai kegiatan inkubasi secara parsial parsial, dengan sumberdana dari internal perguruan tinggi dan pemerintah pusat.

b. Permasalahan Pelaksanaan Inkubasi

Pelaksanaan inkubasi UKM memiliki banyak permasalahan yang menyebabkan inkubasi belum optimal.

Tabel 1. Pemasalahan Unkubasi UKM

Aspek	Permasalahan
Sosialisasi	Belum optimalnya informasi tentang kegiatan inkubasi karena menysar pada target UKM
Seleksi	Kualitas input masih rendah
Pelatihan	Pelatihan kurang sesuai dengan kondisi dan kebutuhan UKM
Pengembangan Produk	Inovasi belum begitu berkembang
Proses produksi	Masih menggunakan peralatan manual
Standarisasi Produk	Proses standarisasi belum menjadi hal yang urgent
Komersialisasi	Pemilihan segmen dan target pasar yang akan dilayani
Akses Modal	Akses kepada permodalan masih terbatas
Legalitas	Kemampuan pengurusan badan hukum dan produk masih rendah
Perluasan Pasar	Belum didukung pemasaran online

Sumber: data primer diolah (2020)

c. Strategi Pelaksanaan Inkubasi

Pelaksanaan inkubasi UKM harus ditingkatkan kualitasnya secara rutin, berkala dan berkesinambangan. Untuk itu, perlu dirumuskan strategi peningkatan pelaksanaan inkubasi UKM. Strategi yang dirumuskan digunakan untuk mengatasi permasalahan pelaksanaan inkubasi UKM yang dihadapi para inkubator. Aspek aspek utama yang dirumuskan strateginya adalah sosialisasi pra-kegiatan inkubasi, seleksi tenant, pelaksanaan pelatihan, pengembangan produk, proses produksi, standarisasi produk, komersialisasi, akses modal, legalitas dan perluasan pasar.

Sosialisasi pra-kegiatan inkubasi sebaiknya dilakukan menggunakan media online dan juga offline, sosialisasi juga dilakukan kepada berbagai lembaga pendidikan, seperti perguruan tinggi, SMK dan lembaga kursus atau pelatiba kerja. Setelah dilakukan sosialisasi informasi tentang rencana inkubasi, tahap selanjutnya adalah selesksi tenant. Seleksi peserta hendaknya dilakukan melalui berbagai cara, yaitu seperti Program Business Camp untuk membekali kemampuan menyusun rencana bisnis, merekrut calon usahawan yang potensial masuk proses inkubasi, dan nominasi Kreanova.

Pelatihan hendahnya dilakukan dengan melakukan integrasi pelatihan pra inkubasi dan proses inkubasi. UKM difasilitasi dengan layanan dan konsultasi bisnis, bidang pelatihan disesuaikan dengan kebutuhan UKM dan

stakeholder, potensi industri kreatif yang sedang berkembang, dan desain pelatihan yang berjenjang dan berkelanjutan dimulai dari level dasar berada di OPD leading sektor kemudian berlanjut melalui pelatihan kewirausahaan dan masuk ke layanan dan konsultasi bisnis.

Pengembangan produk dilakukan melalui pemberian dukungan peralatan dan teknologi yang sesuai dengan kebutuhan UKM, pendampingan dari pengusaha yang sukses di bidangnya, dan melakukan kunjungan bisnis untuk meningkatkan pengetahuan. Selain itu perlu adanya hilirisasi hasil riset pengembangan teknologi untuk pelaku industri.

Salah satu kelemahan UKM adalah produk yang tidak standar dan belum memiliki badan hukum. UKM perlu melakukan standarisasi produk melalui penerapan standarisasi produk dan juga untuk pengurusan perijinan. Legalitas dilakukan melalui pelatihan dan pendampingan pengurusan perijinan, sosiliasasi dan fasilitasi kebutuhan perijinan bagi usaha dan produk, kemudahan dalam pelayanan pengurusan, dan penyediaan ruang khusus untuk pengurusan.

Komersialisasi produk dilakukan melalui pemahaman UKM ada business plan dan Business model canvas, aktif mengikuti kegiatan pameran, melakukan selalu inovasi produk sesuai trand permintaan atau pasar, dan membuat market place.

Penguatan modal juga dapat dilakukan

dengan memfasilitasi permodalan dan pelatihan manajemen usaha untuk mampu meraih dana dari lembaga keuangan.

Penutup

Pelaksanaan inkubasi bisnis dalam pengembangan UKM masih mengalami berbagai permasalahan dan kendala pada pra-inkubasi dan pelaksanaan inkubasi. Strategi penguatan inkubasi bisnis dapat dilakukan melalui peningkatan sosialisasi pra-kegiatan inkubasi, seleksi tenant, pelaksanaan pelatihan, pengembangan produk, proses produksi, standarisasi produk, komersialisasi, akses modal, legalitas dan perluasan pasar.

Selain itu, perlu ada penguatan kelembagaan melalui kolaborasi dan koordinasi *academic, business, government dan community (ABGC)* dalam pelaksanaan inkubasi UKM.

Ucapan Terimakasih

Kami mengucapkan terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Universitas Muhammadiyah Surakarta (LPPM UMS) yang telah memberikan dana hibah untuk pelaksanaan penelitian ini. Kami juga menyampaikan terima kasih kepada para reviewer LPPM UMS untuk koment dan sarannya.

Daftar Pustaka

- Mangifera L, Isa M. Development Model of Creative Industries: An Application of MACTOR. *KnE Soc Sci*. 2019;3(14):360.
- Hasbullah R, Surahman M, Yani A, Almada DP, Faizaty EN. Model Pendampingan Umkm Pangan Melalui Inkubator Bisnis Perguruan Tinggi. *J Ilmu Pertan Indones*. 2014;19(1):43–9.
- Lin D, Wood LC, Lu Q. Improving business incubator service performance in China: the role of networking resources and capabilities. *Serv Ind J*.
www.bi.go.id. Pengembangan Inkubator Bisnis : [WwwBiGoId](http://www.bi.go.id) [Internet]. 2017;80–93. Available from: www.bi.go.id
- Mahani SAE. Tinjauan model inkubator bisnis rintisan (bisnis start up) di indonesia. *J Manaj dan Bisnis* [Internet]. 2015;12(1):76–95. Available from: <https://ejournal.unisba.ac.id/index.php/performa/article/view/3044>
- Bøllingtoft A. The bottom-up business incubator: Leverage to networking and cooperation practices in a self-generated, entrepreneurial-enabled environment. *Technovation* [Internet]. 2012;32(5):304–15. Available from: <http://dx.doi.org/10.1016/j.technovation.2011.11.005>
- Obaji N. an Integrated Framework for the Critical Success Factors and an Integrated Framework for the Critical Success Factors and Incubator. *Acad Entrep J*. 2018;24(1):1–9.
- Bruneel J, Ratinho T, Clarysse B, Groen A. The evolution of Business incubators: Comparing demand and supply of business incubation services across different incubator generations. *Technovation* [Internet]. 2012;32(2):110–21. Available from: <http://dx.doi.org/10.1016/j.technovation.2011.11.003>