



INSTITUT TEKNOLOGI SEPULUH NOPEMBER  
ITS 100

## PROSIDING

SEMINAR NASIONAL  
TEKNOLOGI DAN PERUBAHAN SOSIAL

30 September 2014

"Dinamika dan Tantangan Technopreneurship  
dalam Menghadapi  
ASEAN Economic Community (AEC) 2015"

Editor:  
Hermanto, S.S., M.Pd.  
Adi Suryani, S.S., M.Ed., Ph.D.

UPT PENYELENGGARA MATA KULIAH SOSIAL HUMANIORA  
(UPT PMK SOSHUM)  
INSTITUT TEKNOLOGI SEPULUH NOPEMBER  
SURABAYA  
2014




**PROSIDING**  
**SEMINAR NASIONAL**  
**TEKNOLOGI DAN PERUBAHAN SOSIAL**  
*30 September 2014*

**"Dinamika dan Tantangan Technopreneurship  
dalam Menghadapi  
ASEAN Economic Community (AEC) 2015"**

**Editor :**  
**Hermanto, S.S., M.Pd.**  
**Adi Suryani, S.S., M.Ed., Ph.D.**

**UPT PENYELENGGARA MATA KULIAH SOSIAL HUMANIORA  
(UPT PMK SOSHUM)  
INSTITUT TEKNOLOGI SEPULUH NOPEMBER  
SURABAYA  
2014**

 **itspress**

**2014**

# PROSIDING

SEMINAR NASIONAL TEKNOLOGI DAN PERUBAHAN SOSIAL

Penulis : Hermanto, S.S., M.Pd.  
Adi Suryani, S.S., M.Ed., Ph.D

Desain Sampul :  
© 2014, ITS Press, Surabaya

Hak cipta dilindungi undang-undang

Diterbitkan pertama kali oleh  
Penerbit ITS Press, Surabaya 2014

ISBN 978-602-0917-11-5



## Anggota IKAPI

### Sanksi Pelanggaran Pasal 22 Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2002 Tentang Hak Cipta:

1. Barangsiapa dengan sengaja dan tanpa hak melakukan perbuatan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2 ayat (1) atau Pasal 49 ayat (1) dan ayat (2) dipidana dengan pidana penjara masing-masing paling singkat 1 (satu) bulan dan/ atau denda paling sedikit Rp. 1.000.000,00 (satu juta rupiah), atau pidana penjara paling lama 7 (tujuh) tahun dan / atau denda paling banyak Rp. 5.000.000.000,00 (lima milyar rupiah).
2. Barangsiapa dengan sengaja menyiarkan, memamerkan, mengedarkan atau menjual kepada umum suatu ciptaan atau barang hasil pelanggaran Hak Cipta atau Hak Terkait sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dipidana dengan pidana paling lama 5 (lima) tahun dan / atau denda paling banyak Rp. 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).

Dilarang keras menerjemahkan, memfotokopi, atau memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini tanpa izin tertulis dari penerbit.

Dicetak oleh Percetakan ITS Press  
Isi di luar tanggung jawab percetakan

## Kata Pengantar

Puji syukur yang sebesar-besarnya kehadirat Tuhan YME atas terselenggaranya Seminar dan Lokakarya Nasional Teknologi dan Perubahan Sosial yang kedua ini. Terima kasih yang tak terhingga kepada Bapak Rektor ITS Prof. Dr. Tri Yogi Yuwono, DEA; kepada seluruh panitia; dan juga kepada para pihak secara langsung atau tidak langsung turut serta membantu untuk dapat terselenggaranya semiloka ini. Terima kasih pula khususnya kepada Program Studi Manajemen Bisnis Fakultas Teknologi Industri ITS atas kerjasamanya untuk mendatangkan pembicara nasional yang sangat terkemuka di bidang bisnis yakni Dr (H.C.) Hermawan Kertajaya (Presiden Direktur MarkPlus, Inc.). Semiloka ini juga merupakan bagian dari peringatan Dies Natalis ITS ke 54.

SEMATEKSOS (Seminar dan Lokakarya Nasional: Teknologi dan Perubahan Sosial) merupakan kegiatan rutin 2 tahun sekali. SEMATEKSOS ke-1 berlangsung pada tanggal 2 Oktober 2012 dengan tema: "Peran Sositoteknologi dalam Menghadapi Perubahan Nilai-nilai Sosial Budaya dan Perilaku Masyarakat". SEMATEKSOS ke-2 kali ini yang berlangsung pada tanggal 30 September 2014 bertema: "Dinamika dan tantangan Technopreneurship dalam Menghadapi Asean Economic Community (AEC) 2015".

Tema SEMATEKSOS kali ini tentu sangat dikaitkan dengan situasi kekinian yang tengah di hadapi masyarakat dan bangsa Indonesia, yang sebentar lagi memasuki era perdagangan bebas kawasan ASEAN (AEC) mulai tahun 2015. Melalui SEMATEKSOS 2 ini diharapkan akan terkumpul berbagai pandangan dan masukan yang berharga, agar masyarakat dan bangsa Indonesia semakin siap menghadapi AEC 2015. Meskipun kristalisasi dari pandangan-pandangan yang dapat dihimpun melalui semiloka ini lebih bersifat teoritik-akademik, namun tetap dapat diperlakukan sebagai sumber pertimbangan bagi pengambilan kebijakan, khususnya di bidang technopreneurship; agar para technopreneur kita tidak kalah bersaing dengan para kompetitornya setidaknya di kawasan ASEAN.

Demikian maksud semiloka ini, semoga secara keseluruhan SEMATEKSOS dapat selalu memberikan sumbangan-sumbangan yang segar bagi sinergi yang positif antara teknologi dan perubahan sosial. Segala saran dan perbaikan untuk perbaikan SEMATEKSOS juga sangat diharapkan, sehingga SEMATEKSOS akan semakin berkembang dan memberi kontribusinya yang nyata di masa-masa mendatang.

Surabaya, 30 September 2014  
Kepala UPT PMK Sosial Humaniora ITS

Dr. Soedarso, M.Hum.  
NIP. 197307312002121001

## DAFTAR ISI

Kata Pengantar .....	i
Daftar Isi .....	ii
Pebisnis dalam Islam .....	1
<b>Achmad</b>	
Peran Asimilasi Pendidikan Technoleadership dan Technopreneurship dalam Pembentukan Karakter “Sustainable Strategic Technopreneur” .....	8
<b>Adi Suryani</b>	
Teknologi dan Masyarakat Ilusif-Imajiner .....	23
<b>Aurelius Ratu</b>	
Analisis Jaringan CPM-PERT untuk Optimalisasi Perencanaan Waktu dan Biaya Produksi Pembangunan Wahana "Kids Kingdom" Suroboyo Carnival.....	31
<b>Dana Aditya</b>	
Inovasi Teknologi Menyongsong MEA 2015: Agenda Aksi Teknologik Maritim Rendah-Energi .....	45
<b>Daniel Mohammad Rosyid</b>	
Peranan Teknopreneur Beroreintasi pada Strategi Internal dan Eksternal Keunggulan Nilai Pelanggan .....	51
<b>Endah Yuswarini, Triaswati</b>	
Menumbuhkan Jiwa Wirausaha yang Ramah Lingkungan(Ekopreneurship) pada Mahasiswa ITS Melalui Kurikulum Pendidikan .....	58
<b>Endang Susilowati, Kartika Nuswantara</b>	
Mengembangkan Kepribadian Wirausaha Melalui Perilaku Bahasa Positif .....	72
<b>Fuad Cholisi</b>	
Fly Over An- Nahl sebagai Sistem Transportasi Beranalogi Kegotong-royongan Lebah <b>Gunawan</b>	81
Penguatan Peran dan Penguasaan Bahasa dalam Menyambut Pelaksanaan ASEAN Economic Community (AEC) 2015.....	92
<b>Hermanto</b>	
Pemberdayaan Masyarakat Melalui Program-Program Pusat Kegiatan Belajar Masyarakat (PKBM) Berbasis Kewirausahaan di Kabupaten Bojonegoro .....	105
<b>I Ketut Atmaja J.A.</b>	

Nilai Tambah bagi Seorang Wirausaha ..... <b>Jeffy Baharuddin</b>	127
Tantangan Bahasa Indonesia sebagai Pemersatu Bangsa Indonesia di Era Globalisasi..... <b>Marsudi</b>	135
Optimalisasi Peran Pemangku Kepentingan dalam Pengembangan Potensi Pariwisata di Kabupaten Bojonegoro ..... <b>Muchammad Nurif, Soedarso, Windiani</b>	145
Peran Keluarga sebagai Pendukung Keterampilan Kecakapan Hidup dalam Rangka Membangun Spirit Technopreneurship ..... <b>Ni Gusti Made Rai</b>	160
Sistem Ekonomi Islam, Perkembangan dan Penerapannya di Indonesia ..... <b>Moh. Saifulloh, Wahyuddin</b>	173
Meningkatkan Ketahanan Pangan Rumah Tangga melalui Pendidikan Kewirausahaan ..... <b>Ni Wayan Suarmini, Edy Subali, Usman Arief</b>	181
✓ Entrepreneurship Investor dan Wirausaha Yang Memanfaatkan Teknologi Sebagai Tools untuk Melakukan atau Menciptakan Peluang ..... <b>P. Julius F. Nagel, Moch. Kalam Mollah, Aloisius Kristiadi Santoso</b>	192
Peranan Bahasa Global dalam Dunia Technology Enterpreneur di Era Ascan Economic Community ..... <b>Ratna Rintaningrum</b>	203
Peran Bahasa Indonesia sebagai Sarana Menumbuhkembangkan Jiwa Enterpreneurship ..... <b>Siti Zahrok, Suprapti</b>	212
Sukses Berbisnis Berawal dari Hobi yang Kreatif and Inovatif ..... <b>Sukrianti Mukhtar, Sukriyah Kustanti Moerat</b>	220
Etos Kerja dalam Kewirausahaan ..... <b>Suto Prabowo</b>	228
Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Masyarakat Pedesaan melalui Peningkatan Jumlah Wirausaha ..... <b>Suyanto, Sri Warjiyati</b>	234
Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual sebagai Strategi Peningkatan Daya Saing UMKM dalam Menghadapi AEC ..... <b>Tony Hanoraga</b>	250
Pelatihan Pembuatan Produk Laboratorium Biosains Tumbuhan Jurusan Biologi FMIPA ITS Bagi Siswa SMK Surabaya dalam Pembekalan Jiwa Berwirausaha ..... <b>Tutik Nurhidayati, Sri Nurhatika, Dini Ermavitalini, Kristanti Indah Purwani,</b>	260

**Wirdathul Musliatin, Triono Bagus Saputro**

Aspek Spiritualitas dalam Etika Bisnis Menjadi Unsur Penting Pembentuk Pribadi  
Pebisnis Bermartabat ..... 269

**Zainul Muhibbin**

Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual Sebagai Upaya Perlindungan dalam  
Menghadapi Tantangan AEC 2015 ..... 280

**Niken Prasetyawati**

Peranan Bahasa Inggris dalam Interaksi dan Komunikasi Global untuk Meningkatkan  
Daya Saing Antar Negara ASEAN di Berbagai Lapangan Kerja dalam Menghadapi  
AEC (Asean Economic Community)..... 291

**Umi Trisyanti**

# ENTREPRENEURSHIP INVESTOR DAN WIRAUSAHA YANG MEMANFAATKAN TEKNOLOGI SEBAGAI TOOLS UNTUK MELAKUKAN ATAU MENCIPTAKAN PELUANG

P. Julius F. Nagel  
Moch. Kalam Mollah  
Aloisius Kristiadi Santoso

Universitas katolik Widya Mandala Surabaya  
*juliusnagel@ymail.com*

## Abstrak

*Salah satu kelemahan Entrepreneur di Indonesia yaitu: tingkat inovasi yang masih sangat rendah. Rata – rata dari mereka hanya menjual produk atau jasa yang sudah banyak ada di pasar. Hal ini dapat dilihat dari jumlah paten di Indonesia yang masih jauh di bawah negara – negara lain. Pertanyaannya, bagaimana cara meningkatkan jumlah entrepreneur yang inovatif di Indonesia? Mereka yang hendak mengawali langkah sebagai pengusaha harus sadar bahwa ketangguhan jiwa dan tak cengeng adalah syarat utama. Entrepreneur investor, apa pula maksudnya? Untuk menjadi investor hakikatnya mesti memiliki jiwa entrepreneurship. Apa saja perilaku – perilaku yang harus dimiliki entrepreneur sejati? Kementerian pariwisata dan ekonomi kreatif mendorong pertumbuhan wirausaha di bidang digital. Sebab, arah perkembangan teknologi digital ke depan adalah aplikasi bergerak. Dewasa ini memanfaatkan kemajuan teknologi dan internet untuk mempromosikan dan menawarkan produk adalah bukan hal yang baru. Ada banyak hal yang bisa dilakukan oleh sebuah kecanggihan teknologi yang berkembang begitu cepat. Diantaranya penciptaan bisnis online. Menjadi seorang technopreneur dibutuhkan sikap mental yang kuat. Apa peranan technopreneurship bagi masyarakat?*

**Kata kunci:** *entrepreneurship, entrepreneurship investor, technopreneurship, sikap mental yang kuat*

## Pendahuluan

**Dulu Tugas Kuliah, Sekarang Jadi Bisnis.** Data 2012 menunjukkan jumlah *entrepreneur* di Indonesia hanya 1,5 persen dari total penduduk. Angka ini cukup memprihatinkan jika dibandingkan negara seperti Malaysia dan Thailand yang jumlah *entrepreneur*-nya mencapai 4 persen. Bahkan, Singapura memiliki *entrepreneur* hingga 7,2 persen. Menurut Ketua Program Studi S-1 Business Prasetya Mulya Shanti Kusumawardhani MBus.Sys. padahal, untuk bisa menjadi negara maju, suatu negara harus memiliki jumlah *entrepreneur* minimal 2 persen dari total penduduk. Selain itu, dia menyoroti salah satu kelemahan *entrepreneur* di Indonesia yaitu tingkat inovasi yang masih sangat rendah.



Pertanyaannya, bagaimana cara meningkatkan jumlah *entrepreneur* yang inovatif di Indonesia? (Kompas, 5 – 1 – 2014)

## Landasan Teori

**Entrepreneurship.** Menurut Edvarson tahun 1994 (Dalam Makalah Wahid Ciptono tahun 1999), adalah sebuah kata yang digunakan untuk menjelaskan perilaku-perilaku pemikiran strategis dan berani mengambil resiko yang akan memberikan hasil peluang bagi individu dan organisasi. Seorang *entrepreneur* harus memiliki semangat dan kemampuan penting, yaitu :

**Kompetitif.** Semangat kompetitif akan membawa usaha yang dipimpinnya terus berkembang dan memicu adrenalin dalam menuangkan ide penyelesaian solusi dari masalah yang timbul. **Persisten.** Semangat akan konsistensi dan keyakinan dari proses bisnis yang dikerjakannya. **Inovatif.** Kemampuan untuk menciptakan terobosan, baik dalam pelayanan maupun dalam produk bisnis yang dihasilkannya. **Fokus.** Ketrampilan untuk secara penuh terjun dalam setiap aspek yang terkait dalam bisnis yang didalamnya. Tidak mudah terbawa arus situasional, melainkan terus mencurahkan konsentrasinya untuk pemenuhan konsep dasar yang telah dicetuskan. **Visioner.** Memiliki pandangan jauh ke depan, terutama terkait dengan *life time* bisnis yang digelutinya. **Interpersonal Skill.** Kemampuan dalam berinteraksi secara sosial, baik dalam hubungan dengan pengguna bisnis maupun dengan segenap anggota *team* bisnis proses. **Managerial.** Kemampuan dasar dalam mengatur pemasaran, produksi dan finansial. Sehingga **Technopreneurship** merupakan sinergi yang kuat antara penerapan teknologi sebagai instrumen dan inti dari produk bisnis yang dihasilkan serta jiwa usaha mandiri yang merupakan spirit dari berjalannya bisnis secara kontinu. **Technopreneurship** memiliki semangat untuk membangun suatu usaha yang secara karakter adalah integrasi dari kompetensi penerapan teknologi. Sehingga diharapkan munculnya suatu unit usaha yang bersifat teknologis: unit usaha yang secara nyata memanfaatkan teknologi aplikatif dalam proses inovasi, produksi, pemasaran bahkan dalam internal operasi usahanya.

<http://saujana-ti.blogspot.com/2013/10/technopreneurship7335.html>

**“Entrepreneur” Investor.** Entrepreneur Investor? Apa pula maksudnya. Sederhana saja. Investor yang berhasil bisa dikategorikan dalam beberapa jenis. Ada yang berhasil karena keberuntungan. Ada yang berhasil karena memang memiliki perencanaan dan strategi bagus, serta faktor pasar yang mendukung. Namun, banyak juga yang berhasil sesekali saja, selanjutnya malah gagal. Nah, yang bisa berhasil secara berkepanjangan itulah yang disebut

sebagai *entrepreneur investor*. Untuk menjadi investor hakikatnya mesti memiliki jiwa *entrepreneurship*. *Entrepreneur* sejati harus berdasarkan perilaku – perilaku tertentu, misalnya kompetensi. Contohnya, tidak bisa seorang wirausaha langsung besar tanpa ada kompetensi. Kompetensi dimulai dengan belajar, berlatih, mencoba atau *action*. Dari situ muncul pengalaman. Hal yang sama juga selayaknya dimiliki investor. Memahami dan menguasai investasi yang mesti dilakukan merupakan hal mendasar. Setelah itu berlatih dan memulai berinvestasi. Tentu dalam skala yang kecil lebih dahulu. Lalu apa, kompetensi *entrepreneur* yang lain? Setidaknya ada lima elemen kompetensi yang lazimnya dimiliki seorang *entrepreneur* sejati. Pertama, kepemimpinan (*leadership*). Kedua, pengambil risiko (*risk taker*). Ketiga, *opportunity hunter*. Keempat, inovasi dan kreativitas. Kelima, *survival*. (Kompas, 7 – 4 – 2013)

**Apa Technopreneurship?** Untuk mendefinisikan *technopreneurship* (*technology entrepreneurship*), hal yang harus diperhatikan adalah penelitian dan komersialisasi. Penelitian merupakan penemuan dan penambahan pada ilmu pengetahuan. Komersialisasi dapat didefinisikan sebagai pemindahan hasil penelitian atau teknologi dari laboratorium ke pasar dengan cara yang menguntungkan. Ada sejumlah jalan untuk mengkomersialisasi teknologi, yakni: lisensi, berpartner, atau menjualnya kepada pihak lain yang akan mengkomersialisasikannya.

Teknologi merupakan cara atau metode untuk mengolah sesuatu agar terjadi efisiensi biaya dan waktu, sehingga dapat menghasilkan produk yang lebih berkualitas. Dasar-dasar penciptaan teknologi adalah: kebutuhan pasar, solusi atas permasalahan, aplikasi berbagai bidang keilmuan, perbaikan efektivitas dan efisiensi produksi, serta modernisasi.

Di dunia ini banyak *technopreneur* yang berhasil melakukan komersialisasi teknologi sehingga menjadi produk yang diterima secara luas di pasar. Contoh pengalaman empiris *technopreneur* sukses antara lain adalah Henry Ford yang menciptakan mobil *Ford* dan Soichiro Honda yang menciptakan mobil dan sepeda motor merk *Honda*. Mereka secara individu melakukan penelitian karena hobi dan keinginannya sendiri. Tidak semua hasil penelitiannya langsung sukses secara komersial. Bahkan menurut Soichiro Honda, 99% perjalanan kariernya adalah kegagalan, 1% membawanya menjadi sukses.

Di Indonesia, masyarakat sangat mengenal teh botol *Sosro* yang diciptakan oleh Soetjipto Sosrodjojo menciptakan teh botol *Sosro*. Produk ini merupakan contoh sukses inovasi yang luar biasa, karena memberikan nilai tambah, diterima oleh masyarakat luas, dan menciptakan pasar baru yang belum ada pesaingnya.

**Technopreneurship vs Entrepreneurship Biasa.** Terdapat perbedaan antara entrepreneurship biasa dan technopreneurship (technology entrepreneurship). Technology entrepreneurship harus sukses pada dua tugas utama, yakni: menjamin bahwa teknologi berfungsi sesuai kebutuhan target pelanggan, dan teknologi tersebut dapat dijual dengan mendapatkan keuntungan (profit). Entrepreneurship biasa umumnya hanya berhubungan dengan bagian yang kedua, yakni menjual dengan mendapatkan profit.

**Bisnis Lifestyle vs Bisnis Pertumbuhan Tinggi.** Secara umum, ada dua jenis bisnis yang dapat membentuk *technology entrepreneur (technopreneur)*, yakni: bisnis *lifestyle* dan bisnis pertumbuhan tinggi (*high growth businesses*). Bisnis *lifestyle* adalah suatu usaha yang umumnya tidak tumbuh dengan cepat. Bisnis seperti ini biasanya tidak menarik bagi investor profesional seperti *angel investor* atau pemodal ventura (*venture capitalist*). Bisnis tersebut tidak mempunyai potensi yang cukup untuk menghasilkan kekayaan yang signifikan. Mengapa seseorang memulai bisnis *lifestyle*? Seseorang mungkin ingin menjadi *boss* sendiri, mengatur jadwal sendiri, dan ingin memiliki kendali yang lebih besar.

Jenis bisnis yang lain adalah bisnis pertumbuhan tinggi. Bisnis pertumbuhan tinggi memiliki potensi untuk menghasilkan kekayaan yang besar dengan cepat. Jenis bisnis ini umumnya berisiko tinggi namun juga memberikan imbalan yang tinggi, sehingga menarik bagi pemodal ventura (*venture capitalists*). Contoh-contoh perusahaan dengan bisnis pertumbuhan tinggi adalah: Dell, Genzyme, EMC, Amgen, dan Biogen-Idec.  
<http://ono.suparno.staff.ipb.ac.id/articles/technopreneurship-2/>

**Sikap mental yang kuat.** Menjadi Pengusaha Enak Didengar, Pahit Dicoba. Para pakar ataupun pengusaha papan atas yang sudah menikmati berpuh – puluh tahun keringatnya sepakat, siapa pun yang terjun ke bidang wirausaha adalah mereka yang memaparkan diri pada risiko. Risiko itu akan datang dan membanting mereka, berkali – kali, betapa pun gesit dan piawai usaha mereka untung menghindar. Karena itu, mereka yang hendak mengawali langkah sebagai pengusaha harus sadar bahwa ketangguhan jiwa dan tak cengeng adalah syarat utama. Mental seperti itu harus ditanamkan bukan untuk setahun atau dua puluh tahun, melainkan selamanya. Selain itu, menarik apa yang disampaikan Bob Sadino, tokoh *entrepreneur* dan pelopor bisnis di beragam bidang pangan. Menurut dia, syarat pertama untuk bisa menjadi pengusaha adalah memerdekakan pikiran, seliar – liarnya, smerdeka – merdekanya. Sangat masuk akal, kreativitas dan kejelian di setiap detik atau di setiap tarikan napas menentukan jatuh bangunnya seorang dalam berusaha. (Kompas, 24 – 09 – 2012, hal 2)

## Metode Penelitian

Metode riset sekunder (*secondary research*) menggunakan data riset yang telah dikumpulkan oleh orang lain dan dilaporkan dalam buku, artikel dalam jurnal profesional, atau sumber dari internet.

## Pembahasan

**Pemerintah Dorong Wirausaha Digital.** Kementerian pariwisata dan Ekonomi Kreatif mendorong pertumbuhan wirausaha di bidang digital. Sebab arah perkembangan teknologi digital ke depan adalah aplikasi bergerak. “Kami berharap pelaku kreatif terus mengembangkan produk kreatif digital berbasis aplikasi *mobile (bergerak)* sehingga memunculkan *digitalpreneur* yang mampu menciptakan lapangan kerja baru. Pemerintah akan mendorong pertumbuhannya melalui berbagai kebijakan,” kata Direktur Jenderal Ekonomi Kreatif Berbasis Media, Desain dan Iptek Kemenpar dan EK Harry Waluyo di Jakarta, Senin (7/7). Sementara itu, sejumlah pelaku UKM di Kabupaten Kudus, Jawa Tengah, mulai mempromosikan produknya menggunakan jasa desainer dan teknologi informasi (TI). UKM Muria Batik Kudus misalnya, menggandeng sejumlah mahasiswa teknologi informasi dan desain untuk membuat laman dan desain seragam batik. Pemilik UKM Muria Batik Kudus Yuli Astuti mengatakan, sekitar 30 persen pembeli batik mendapat informasi motif batik Kudus dari laman Muria Batik Kudus. Setelah tertarik, mereka berkomunikasi lewat surat elektronik ataupun datang langsung ke galeri. Yuli menambahkan, saat ini jasa tenaga TI dan desainer sangat diperlukan. (Kompas 8 – 7 – 2014, hal 18)

**Awali Wirausaha dari Bangku Kuliah.** Mata kuliah kewirausahaan kini bukanlah hal yang baru. Banyak perguruan tinggi mulai menyadari, menekan angka pengangguran kini tidak dapat hanya menggantungkan diri pada pemerintah agar membuka lapangan kerja. Orientasi lulusan sebagai pkerja pun bukan satu – satunya proyeksi perguruan tinggi dalam memandang masa depan mahasiswanya. Paradigma perguruan tinggi saat ini adalah mencetak lulusan yang tidak hanya siap kerja, tetapi juga dapat membuka lapangan kerja.

**Menentukan bisnis.** Untuk mengawali sebuah usaha, ide adalah kata kunci pertama. Buatlah sebuah bisnis atau usaha yang berbeda dari sebelumnya. Sesuatu yang baru mungkin ditanggapi negatif oleh sebagian orang. Namun, jika produk Anda memiliki nilai guna yang cukup tinggi dan mampu menjawab salah satu kebutuhan masyarakat, produk yang dihasilkan bisa banyak digemari.

**Strategi Promosi.** Anda mempunyai sebuah produk buatan sendiri, tetapi belum percaya diri untuk menjualnya dan memberikan jaminan kualitas? Cobalah tawarkan mulai dari teman – teman, keluarga, kerabat, atau lingkungan terdekat Anda

lainnya. Galilah informasi tentang barang yang mereka inginkan atau butuhkan dan kesesuaian produk Anda. **Aplikasi teknologi.** Bukan zamannya lagi jika Anda masih menggunakan cara lama untuk berjualan seperti datang dari rumah ke rumah untuk menawarkan dagangan. Saatnya Anda memanfaatkan kemajuan teknologi dan internet untuk mempromosikan dan menawarkan produk. Selain memanfaatkan sistem jejaring sosial, Anda dapat membuat situs tersendiri untuk memasarkan produk. (Kompas 17 Juli 2013).

Sebagian besar wacana di negara kita mengarahkan Technopreneurship seperti dalam definisi kedua di atas. Baik dalam seminar, lokakarya dan berita, maka bisa dijumpai bahwa pemakaian teknologi Informasi dapat menunjang usaha bisnis. Terlebih dimasa krisis global seperti sekarang ini, maka peluang berbisnis lewat Internet semakin digembar-gemborkan. Ada kepercayaan bahwa Technopreneurship menjadi solusi bisnis dimasa lesu seperti ini. Sebagai contoh, penggunaan Perangkat Lunak tertentu akan mengurangi biaya produksi bagi perusahaan Meubel. Jika sebelumnya, mereka harus membuat prototype dengan membuat kursi sebagai sample dan mengirimkan sample tersebut, maka dengan pemakaian Perangkat Lunak tertentu, maka perusahaan tersebut tidak perlu mengirimkan sample kursi ke pelanggan, namun hanya menunjukkan desain kursi dalam bentuk soft-copy saja. Asumsi ini tidak memperhitungkan harga lisensi software yang harus dibeli oleh perusahaan meubel tersebut.

Jadi Technopreneurship adalah juga merupakan wirausaha yang memanfaatkan teknologi sebagai tools untuk melakukan atau menciptakan peluang, khususnya dalam penggunaan teknologi informasi. Ada banyak hal yang bisa dilakukan oleh sebuah kecanggihan teknologi yang berkembang begitu cepat, salah satu diantaranya penciptaan bisnis online. Bisnis online adalah sebuah penciptaan dimana peluang perkembangan IT benar-benar bisa dimanfaatkan. Pasar yang begitu besar dan tren dari penggunaan teknologi yang semakin meningkat di masyarakat adalah sebuah peluang yang harus dimanfaatkan. Di Indonesia penggunaan teknologi informasi saat ini merupakan salah satu penunjang sukses dari sebuah bisnis, artinya jika perusahaan-perusahaan itu memanfaatkan teknologi maka perusahaan itu akan tambah berkembang dan tumbuh. Bukan lagi khusus untuk pengembangan teknologi sebagai bisnisnya tapi lebih cenderung sebagai media untuk penunjang bisnis. Jika menilik dari pengertian technopreneurship, bahwa bisnis yang khusus membuat komputer misalnya dia akan mengembangkan untuk membuat aksesoris-aksesories yang lainnya, mulai pendingin komputer, mouse yang berwarna-warni, pembuatan tas-tas laptop yang full design, dan yang lain sebagainya. Ambil contoh lagi adalah Google, perusahaan yang dulunya hanya berkecimpung dibidang search engine atau mesin pencari

utama di dunia maya belakangan ini mulai pengembangan software android, kemudian mulai merambah sisi hardwarenya dengan berkolaborasi dengan perusahaan hardware ternama. Inilah sebenarnya peluang yang ada di *technopreneurship* yang memanfaatkan penelitian sebagai peluang yang sesungguhnya sehingga bisa dijadikan sebuah bisnis yang maju.

Pemanfaatan teknologi sebagai syarat utama disebut *technopreneurship* bisa kita lihat juga dalam bisnis parkir yang ada di mall ataupun di instansi pemerintah yang ramai dikunjungi oleh masyarakat misalnya rumah sakit. Bagaimana dia full menawarkan teknologi sebagai solusi untuk mengatasi manajemen parkir kendaraan bermotor, memanfaatkan sistem informasi parkir, kemudian memanfaatkan cctv dan lain sebagainya sehingga jasa layanan parkir menjadi lebih tertata, aman dan nyaman. Sehingga manajemen parkir akhirnya bisa difranchise kan. Kemudian *technopreneurship* di bidang perbankan adalah penggunaan teknologi yang ada di ATM-ATM bank, bagaimana ia membuat sistem informasi yang benar-benar aman kemudian dia pasang di mesin ATM, kemudian ditawarkan lagi sistem yang sudah jadi tersebut ke bank-bank yang lainnya akhirnya ada yang disebut jaringan ATM LINK dan jaringan ATM PLUS. Dan hal ini menjadi sebuah tren bisnis *technopreneurship* di bidang perbankan. Dan ada banyak lagi contoh *technopreneurship* yang berkembang di berbagai bidang.

Bagaimana *technopreneurship* itu bisa diterapkan sebagai sebuah bisnis Einstein mengatakan bahwa imajinasi lebih penting daripada pengetahuan itu sendiri karena pengetahuan meliputi yang kita tahu sementara imajinasi termasuk kita tahu maupun yang tidak kita tahu. Sehingga kunci kreativitas adalah kunci untuk mendorong inovasi seseorang sehingga melatih kreativitas sebagai sebuah isu utama. Belajarlah kreativitas, belajarlah berinovasi dari yang terkecil sampai yang besar.

Pengaruh dan peranan TI terhadap perkembangan bisnis online di Indonesia sangat besar. Contohnya dengan adanya pembuatan website, forum, dan blog inilah sebagai media yang bersifat sebagai jembatan antara penjual dan pembeli untuk saling memberi informasi sekaligus bertransaksi semakin hari semakin banyak saja, hal ini menunjukkan perkembangan situs-situs yang memiliki wadah untuk bisnis online semakin berkembang tiap waktu. Ditambah dengan berkembangnya dalam persaingan internet service provider yang memberikan fasilitas koneksi internet kepada penjual dan pembeli dalam bisnis online, supaya dapat terhubung secara online setiap saat dan dimanapun berada, sehingga calon konsumen dapat dengan mudah mengakses situs-situs yang menawarkan produk dan jasa yang ingin mereka dapatkan. Apalagi pengguna perangkat mobile di Indonesia juga semakin berkembang, hampir tiap tipe handphone yang dimiliki oleh masyarakat pada masa kini

memiliki fasilitas atau fitur untuk dapat koneksi ke internet, hal ini semakin memudahkan masyarakat supaya mendapatkan informasi-informasi terkini dalam bidang bisnis online.

Memang yang namanya bisnis online tidak dapat terlepas dari peranan dunia TI, karena diawali dari perkembangan teknologi informasi terutama yang namanya internet inilah sehingga berlanjut dan berkembangnya terhadap bisnis online khususnya di Indonesia. Bahkan beberapa pengguna bisnis online di Indonesia menggunakan perangkat lunak untuk chatting seperti yahoo messenger untuk bertransaksi, tentunya perbincangan bisnis di yahoo messenger tersebut berawal dari suatu blog atau forum yang menawarkan barang dan jasa, lalu di forum atau blog tersebut memasang banner berupa logo YM agar ketika suatu saat ada calon konsumen yang tertarik dapat memastikan lebih jauh dan keseriusan dalam bertransaksi kepada sang penjual selain penggunaan handphone untuk sms atau telepon. Tidak menutup kemungkinan juga bagi pebisnis online yang sudah masuk dalam skala bisnis yang besar memanfaatkan video conference sebagai sarana untuk berkomunikasi dan mempresentasikan produk atau jasa yang ditawarkan kepada klien. Hal seperti ini biasa terjadi untuk meminimalis kemungkinan pengeluaran biaya transportasi dan waktu yang terbuang dalam perjalanan.

<http://blogpunyaqy.blogspot.com/2011/01/pengaruh-dan-peranan-ti-terhadap.html>

<http://pressmukebakoe.wordpress.com/artikel/>

**Beberapa contoh bisnis berprospek di Indonesia: (Nagel, 2012). Berprospek: mendulang rupiah dari industri mobile.** Perangkat mobile menempati posisi teratas sebagai perangkat yang paling banyak digunakan di dunia. Bahkan, ada tendensi—seperti diprediksi oleh para ahli—bahwa sebagian besar teknologi akan beralih ke perangkat mobile. <http://www.tabloidpcplus.com/2011/02/berita-teknologi/berprospek-mendulang-rupiah-dari-industri-mobile/>

**Peluang Bisnis Online Tanpa Ribet.** Bisnis online paling TOP di Indonesia mulai ramai diminati, apalagi hadir sebuah produk **Peluang Bisnis Online Tanpa Ribet** dari ahli internet marketing Indonesia Joko Susilo.

<http://blogdokter.blogdetik.com/2011/07/25/peluang-bisnis-online-tanpa-ribet/>

**Internet Marketing, Proyeksi Peluang Bisnis di Indonesia.** Internet marketing adalah keyword yang menarik untuk jadi bahan riset, salah satu manfaat langsungnya adalah mendapatkan gambaran tentang proyeksi keyword tersebut. Hal ini bisa dijadikan bahan optimalisasi konten blog anda, tentu bagi anda yang blognya berkonsep seputar internet marketing, bisnis online, dan sejenisnya. Paparan ini untuk mereview tentang Bagaimanakah demam internet marketing di Indonesia terjadi, berkembang, dan menjadi sebuah profesi baru

di belantara perburuan peluang kerja. <http://www.shalimow.com/bisnis/internet-marketing-proyeksi-peluang-bisnis-di-indonesia.html>

**Peranan Technopreneurship bagi Masyarakat.** Inovasi dan inovasi yang dihasilkan, serta technopreneurship tidak hanya bermanfaat dalam pengembangan industri-industri besar dan canggih. Technopreneurship juga dapat diarahkan untuk memberikan manfaat kepada masyarakat yang memiliki kemampuan ekonomi lemah dan untuk meningkatkan kualitas hidup mereka. Dengan demikian, technopreneurship diharapkan dapat mendukung pembangunan berkelanjutan (sustainable development).

Technopreneurship dapat memberikan memiliki manfaat atau dampak, baik secara ekonomi, sosial, maupun lingkungan. Dampaknya secara ekonomi adalah: a. meningkatkan efisiensi dan produktivitas; b. meningkatkan pendapatan; c. menciptakan lapangan kerja baru; d. menggerakkan sektor-sektor ekonomi yang lain.

Manfaat dari segi sosial diantaranya adalah mampu membentuk budaya baru yang lebih produktif, dan berkontribusi dalam memberikan solusi pada penyelesaian masalah-masalah sosial. Manfaat dari segi lingkungan antara lain adalah: a. memanfaatkan bahan baku dari sumber daya alam Indonesia secara lebih produktif; b. meningkatkan efisiensi penggunaan sumber daya terutama sumberdaya energi.

Ada beberapa bidang inovasi dan inovasi yang dapat diprioritaskan untuk memberikan manfaat kepada masyarakat ekonomi lemah terdiri dari: air, energi, kesehatan, pertanian, dan keanekaragaman hayati (water, energy, health, agriculture, dan biodiversity, yang biasa disingkat WEHAB). Di bidang-bidang di atas masyarakat ekonomi lemah di Indonesia banyak menghadapi permasalahan. Pengembangan technopreneurship dapat diarahkan sebagai upaya untuk menyelesaikan permasalahan tersebut.

<http://ono.suparno.staff.ipb.ac.id/articles/technopreneurship-2/>

## Simpulan

**Pemerintah Dorong Wirausaha Digital.** Kementerian pariwisata dan Ekonomi Kreatif mendorong pertumbuhan wirausaha di bidang digital. Sebab arah perkembangan teknologi digital ke depan adalah aplikasi bergerak.

Paradigma perguruan tinggi saat ini adalah mencetak lulusan yang tidak hanya siap kerja, tetapi juga dapat membuka lapangan kerja. Saatnya Anda memanfaatkan kemajuan teknologi dan internet untuk mempromosikan dan menawarkan produk. Selain memanfaatkan sistem jejaring sosial, Anda dapat membuat situs tersendiri untuk memasarkan produk.



Ada banyak hal yang bisa dilakukan oleh sebuah kecanggihan teknologi yang berkembang begitu cepat, salah satu diantaranya penciptaan bisnis online. Bisnis online adalah sebuah penciptaan dimana peluang perkembangan IT benar-benar bisa dimanfaatkan.

Pengaruh dan peranan TI terhadap perkembangan bisnis online di Indonesia sangat besar. Contohnya dengan adanya pembuatan website, forum, dan blog inilah sebagai media yang bersifat sebagai jembatan antara penjual dan pembeli untuk saling memberi informasi sekaligus bertransaksi semakin hari semakin banyak saja, hal ini menunjukkan perkembangan situs-situs yang memiliki wadah untuk bisnis online semakin berkembang tiap waktu.

Beberapa contoh bisnis berprospek di Indonesia: (Nagel, 2012). Berprospek: mendulang rupiah dari industri mobile. Peluang Bisnis Online Tanpa Ribet. Internet Marketing, Proyeksi Peluang Bisnis di Indonesia.

Invensi dan inovasi yang dihasilkan, serta technopreneurship tidak hanya bermanfaat dalam pengembangan industri-industri besar dan canggih. Technopreneurship juga dapat diarahkan untuk memberikan manfaat kepada masyarakat yang memiliki kemampuan ekonomi lemah dan untuk meningkatkan kualitas hidup mereka. Dengan demikian, technopreneurship diharapkan dapat mendukung pembangunan berkelanjutan (sustainable development).

## **Saran**

Teknologi dan daya saing perusahaan dalam perspektif persaingan bisnis modern. Globalisasi ekonomi telah membawa dampak pada perubahan lingkungan bisnis menjadi makin bergejolak, kacau dan penuh ketidakpastian. Perubahan yang terjadi meliputi berbagai aspek baik perubahan teknologi, perubahan persepsi dan preferensi konsumen yang makin kompleks. Dalam kondisi ini, perusahaan dituntut untuk mampu meningkatkan kualitas produk dan pelayanan yang dihasilkan, meningkatkan produktivitas perusahaan, dan memenuhi tuntutan konsumen, serta mencapai efisiensi biaya produksi. Isu-isu persaingan mengalami perubahan tidak hanya sebatas dimensi tunggal seperti persaingan berdasarkan harga yang rendah, tetapi lebih mengarah pada multidimensi baik kualitas, pangsa pasar, maupun dimensi waktu. Penguasaan teknologi menjadi tuntutan yang mutlak harus dimiliki oleh perusahaan, karena teknologi berperan penting dalam mendukung inovasi produk perusahaan untuk memenuhi tuntutan konsumen akan nilai dan manfaat produk. (Nagel, 2014)

## Daftar Pustaka

<http://blogdokter.blogdetik.com/2011/07/25/peluang-bisnis-online-tanpa-ribet/>

<http://blogpunyaqy.blogspot.com/2011/01/pengaruh-dan-peranan-ti-terhadap.html>

<http://ono.suparno.staff.ipb.ac.id/articles/technopreneurship-2/>

<http://pressnukebakoe.wordpress.com/artikel/>

[http://saujana-ti.blogspot.com/2013/10/technopreneurship\\_7335.html](http://saujana-ti.blogspot.com/2013/10/technopreneurship_7335.html)

<http://www.shalimow.com/bisnis/internet-marketing-proyeksi-peluang-bisnis-di-indonesia.html>

<http://www.tabloidpcplus.com/2011/02/berita-teknologi/berprospek-mendulang-rupiah-dari-industri-mobile/>

Kompas, 24 – 09 – 2012, hal 2

Kompas, 7 – 4 – 2013

Kompas 17 Juli 2013

Kompas, 5 – 1 – 2014

Kompas 8 – 7 – 2014, hal 18

Nagel, P. Julius F. 2012. Problematika dan Prospek Bisnis Ekonomi Indonesia disampaikan dalam Seminar Nasional dan Call For Paper “Menilai Kinerja Bisnis dan Ekonomi Indonesia: Problematika, Prespektif, dan Prospek” diselenggarakan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Atmajaya Yogyakarta dan ISEI cabang Yogyakarta 15-16 Mei 2012.

Nagel, P. Julius F. 2014. Inovasi Bisnis dalam Perspektif Persaingan Bisnis Modern disampaikan dalam Seminar Nasional dan Call For Paper “Business in Society: Towards Asian Era” diselenggarakan oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret Surakarta 18-19 Maret 2014. ISBN 978-602-70189-0-7.