



## BOOK REVIEW

### ENTREPRENEURSHIP: MEMBANGUN SPIRIT TEKNOPRENEURSHIP

**M. Mustakim,**

*Staf Pengajar Fakultas  
Sainstek UIN Sunan  
Kalijaga Yogyakarta.*

Judul : Entrepreneurship, Membangun Spirit Teknopreneurship  
Pengarang : Ir. Arman Hakim Nasution, M.Eng., Ir. Bustanul Arifin Noer, M.Sc., Ir. Mokh. Sufi, M.Sc.  
Penerbit : C.V Andi Offset  
Tahun : 2007  
Tebal : xii + 276 Halaman

#### **Pendahuluan**

Buku membangun spirit tekopreneur disusun dengan maksud sebagai bacaan praktis bagi para calon wirausahawan untuk dapat menjadi entrepreneur yang berbasis pengetahuan (*knowledge based entrepreneur*). Adanya spirit wirausaha yang berbasis pengetahuan, yang menekankan pada

sifat inovatif dan kreatif sesuai bidang pendidikannya diharapkan akan menciptakan teknopreneur- teknopreneur yang tangguh dan mampu berkompetisi di era global.

Dari buku karya Ir. Arman Hakim Nasution, M.Eng, Ir. Bustanul Arifin Noer, M.Sc dan Ir. Mokh. Suef, M.Sc ini diharapkan dapat menjadi bahan bagi para calon wirausahawan untuk dapat menjadi wirausahawan yang tangguh dan berdaya saing. Di dalam buku ini dijelaskan bagaimana cara membangun spirit teknopreneurship dan kiat-kiat membangun usaha yang baik dan berorientasi ke depan. Buku ini menjelaskan bagaimana memulai peluang usaha, membuat proposal usaha, membuat perencanaan keuangan dan bagaimana kiat-kiat manajemen usaha. Selain tema di atas dijelaskan pula dalam buku ini bagaimana kiat pemasaran usaha sehingga tercipta suatu usaha yang tangguh dan dinamis.

## Entrepreneur dan Entrepreneurship

Entrepreneur adalah padanan dari kata *Entrepreneur* (bahasa Inggris) yang berasal dari bahasa Perancis '*entreprendre*' yang artinya menjalankan, melakukan, memulai, mencoba, berusaha. Dalam bahasa Indonesia *entrepreneur* diartikan sebagai wirausaha yang merupakan gabungan dari dua suku kata *wira* (gagah, berani, perkasa dan usaha (bisnis) sehingga dapat diartikan sebagai orang yang berani dan perkasa dalam usaha/bisnis. *Entrepreneur* juga diartikan oleh sebagian orang sebagai orang yang pandai melihat peluang usaha serta menerjemahkannya menjadi usaha nyata yang memiliki nilai tambah.

Dalam buku ini *entrepreneur* didefinisikan sebagai orang yang berani memulai, menjalankan dan mengembangkan usaha dengan cara memanfaatkan segala kemampuan dalam hal membeli bahan baku dan sumber daya yang diperlukan, membuat produk dengan nilai tambah yang sesuai dengan kebutuhan konsumen dan menjual produk sehingga bisa memberikan manfaat yang sebesar-besarnya bagi para karyawan, dirinya sendiri, perusahaan dan masyarakat sekitarnya. Dalam pengertian tersebut mencakup keseluruhan sikap, perilaku, orientasi *entrepreneurial* dan keunggulan operasional yang diperlukan untuk menjalankan kegiatan usaha.

*Entrepreneurship* adalah segala hal yang berkaitan dengan sikap, tindakan dan proses yang dilakukan oleh para *entrepreneur* dalam me-

rintis, menjalankan dan mengembangkan usaha mereka. Entrepreneurship tidaklah dimulai dengan menjual produk dan jasa, tetapi dimulai dengan adanya kesempatan atau peluang yang berasal dari lingkungan. Faktor lingkungan itu terdiri dari faktor ekonomi, politik, hukum dan sosial.

McClelland merinci karakteristik entrepernuer sebagai berikut :

- Lebih menyukai pekerjaan dengan resiko yang realistis
- Bekerja lebih giat dalam tugas-tugas yang memerlukan kemampuan mental
- Tidak bekerja lebih giat hanya karena adanya imbalan uang
- Ingin bekerja pada situasi dimana dapat diperoleh pencapaian pribadi (*personal achievement*)
- Menunjukkan kinerja yang lebih baik dalam kondisi yang memberikan umpan balik yang jelas dan positif
- Cenderung berfikir ke masa depan serta memiliki pemikiran jangka panjang

**Orientasi Entrepreneur**

Ada tiga pendekatan yang dapat digunakan untuk mengukur orientasi entrepreneur, yaitu persepsi manajerial, perilaku perusahaan dan alokasi sumber daya. Entrepreneur tidak menganggap diri mereka sebagai pengambil resiko, tetapi sering memandang keadaan bisnis secara lebih positif dibandingkan dengan yang bukan entrepreneur. Ada lima dimensi orientasi sikap yang melekat pada entrepreneur yaitu otonomi, sikap inovatif, pengambil resiko, sikap proaktif dan sikap bersaing secara agresif. Pembentukan lima dimensi orientasi ini sangat dipengaruhi oleh faktor budaya dan lingkungan.

Secara lebih gamblang, pembentuk orientasi entrepreneur dan spirit entrepreneur sebagaimana tampak pada tabel 1.

**Tabel 1.** Pembentukan Orientasi Entrepreneur dan Spirit Entrepreneur

| Pembentuk orientasi entrepreneur | Pembentuk spirit entrepreneur                    | Keterangan                                                                               |
|----------------------------------|--------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------|
| Otonomi (kemandirian)            | Kemandirian ( <i>Locus of control internal</i> ) | Jiwa/spirit entrepreneurial dibentuk oleh sikap kemandirian dan kendali diri yang mantap |
| Sikap Inovatif                   | Kreativitas dan Inovasi                          | Kreativitas dan inovasi merupakan faktor penentu keberhasilan dalam dunia bisnis         |

|                               |                            |                                                                                                  |
|-------------------------------|----------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Sikap proaktif                | Perencanaan                | Adanya perencanaan dan sikap proaktif akan menjamin kesuksesan dan keunggulan dalam banyak aspek |
| Pengambilan Resiko            | Pengambilan Resiko Moderat | Berani mengambil resiko yang telah diperhitungkan adalah sikap cermat dan cerdas dalam bersaing  |
| Sikap Berani Bersaing Agresif | Pengejaran Prestasi        | Pencapaian prestasi dalam persaingan yang makin ketat menjadi tujuan utama para entrepreneur     |

## Entrepreneurship dan Teknopreneurship

Ada sedikit perbedaan antara entrepreneur dan teknopreneur, meskipun secara esensi seseorang dikatakan sebagai entrepreneur apabila secara ekonomi ia mampu memberikan nilai tambah ekonomis bagi komoditas yang dijualnya sehingga mampu menciptakan kesejahteraan bagi dirinya. Berbeda dengan entrepreneur, teknopreneur adalah entrepreneur yang mendasarkan ke"entrepreneuran"-nya berdasarkan keahlian berbasis pendidikan dan pelatihan yang bersifat formal. Secara umum perbedaan antara pelaku usaha kecil, entrepreneur tradisional dan teknopreneur sebagaimana tampak pada tabel 2.

**Tabel 2.** Perbedaan Pelaku Usaha Kecil, Entrepreneur Tradisional dan Teknopreneur

|                 | Usaha kecil                                                                                                                                                                              | Entrepreneur Tradisional                                                                                                                                           | Teknopreneur                                                                                                                                                                            |
|-----------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Motivasi        | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sumber hidup</li> <li>• Tingkat keamanan</li> <li>• Bekerja sendiri</li> <li>• Ide khusus</li> <li>• Personality pemilik</li> </ul>             | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Motivasi mendominasi</li> <li>• Ide dan konsep</li> <li>• Eksploitasi kesempatan</li> <li>• Akumulasi kekayaan</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pola pikir revolusioner</li> <li>• Kompetisi dan resiko</li> <li>• Sukses dengan teknologi baru</li> <li>• Finansial dan nama harum</li> </ul> |
| Kepemilikan     | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pendiri/rekan bisnis</li> </ul>                                                                                                                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Saham pengendali</li> <li>• Maksimalisasi keuntungan</li> </ul>                                                           | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Penguasaan pasar</li> <li>• Saham kecil dari kue besar</li> <li>• Nilai perusahaan terus bertambah</li> </ul>                                  |
| Gaya Manajerial | <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Trial and error</i></li> <li>• Lebih personal</li> <li>• Orientasi lokal</li> <li>• Menghindari resiko</li> <li>• Arus kas stabil</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mengikuti pengalaman</li> <li>• Profesionalisme</li> <li>• Resiko pada manajemen</li> </ul>                               | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pengalaman terbatas</li> <li>• Fleksibel</li> <li>• Target strategi global</li> <li>• Inovasi produk berkelanjutan</li> </ul>                  |
| Kepemimpinan    | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Jalan hidup</li> <li>• Hubungan baik</li> <li>• Dengan contoh</li> <li>• Kolaborasi</li> <li>• Kemenangan kecil</li> </ul>                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Orientasi tinggi</li> <li>• Kekuatan lobi</li> <li>• Imbalan untuk kontribusi</li> <li>• Manajemen baru</li> </ul>        | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Perjuangan kolektif</li> <li>• Visioner</li> <li>• Membagi kemajuan bisnis</li> <li>• Menghargai kontribusi dan pencapaian</li> </ul>          |

|                                       |                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                          |
|---------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| R & D dan Inovasi                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mempertahankan bisnis</li> <li>• Pemilik bertanggung jawab</li> <li>• Siklus waktu yang lama</li> <li>• Akumulasi teknologi yang kecil</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bukan prioritas utama</li> <li>• Mengandalkan franchise, lisensi</li> </ul>                                                           | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Memimpin dalam riset dan inovasi</li> <li>• Akses ke sumber teknologi</li> <li>• Bakat sangat tinggi</li> <li>• Kecepatan peluncuran produk ke pasar</li> </ul> |
| <i>Outsourcing</i> dan Jaringan Kerja | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sederhana</li> <li>• Lobi bisnis langsung</li> </ul>                                                                                              | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Penting tapi sulit mendapatkan tenaga ahli</li> <li>• Kemampuan umum</li> <li>• Tidak selalu tersedia pada tingkat global</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pengembangan bersama tim <i>outsourcing</i></li> <li>• Banyak penawaran <i>Science and technology park</i></li> </ul>                                           |
| Potensial Pertumbuhan                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Siklus ekonomi</li> <li>• Stabil</li> </ul>                                                                                                       | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Penetrasi nasional cepat, global lambat</li> <li>• Pemimpin pasar dalam waktu singkat dengan proteksi, monopoli, oligopoly</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pasar berubah dengan teknologi baru</li> <li>• Akuisisi teknologi</li> <li>• Aliansi global untuk mempertahankan pertumbuhan</li> </ul>                         |
| Target Pasar                          | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lokal</li> <li>• Kompetisi dengan produk pasar</li> <li>• Penekanan biaya</li> </ul>                                                              | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Penguasaan pasar nasional</li> <li>• Penetrasi pasar memerlukan waktu lama</li> <li>• Produk baru untuk pelanggan baru</li> </ul>     | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pasar global sejak awal</li> <li>• Penekanan <i>time to market, pre-sale dan post-sale</i></li> <li>• Mendidik konsumen teknologi baru</li> </ul>               |

## Membangun Spirit Teknopreneurship

Aspek yang signifikan sebagai acuan dalam identifikasi spirit teknopreneur adalah

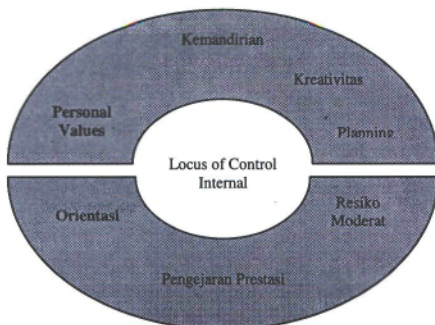
- Lebih suka resiko yang moderat
- Menyenangi pekerjaan yang berkaitan dengan proses mental dengan tujuan utama pencapaian prestasi pribadi
- *Locus of control internal*
- Kemampuan kreatif dan inovasi
- Cenderung berfikir panjang, memiliki potensi untuk melakukan visi yang jauh kedepan
- Kemandirian

Faktor-faktor yang dianggap mempengaruhi spirit teknopreneur adalah sebagai berikut :

- Intelegensia
- Latar belakang budaya
- Jenis kelamin
- Tingkat pendidikan

- Usia
- Pola asuh keluarga

Krisna R Purnomo (1994) merumuskan model spirit teknopreneur dengan melakukan analisis faktor terhadap enam unsur utama spirit teknopreneur sebagaimana tampak pada Gambar 1.



**Gambar 1.** Model Spirit Teknopreneur

**Faktor 1** yang terdiri dari kemandirian, kreativitas dan *planning* (disebut *personal values*) merupakan aspek kepribadian dasar dalam spirit teknopreneur. Teknopreneur dituntut untuk memiliki kemandirian, kreativitas dan *planning* dalam pelaksanaan tugas-tugas mereka. Ketiga unsur tersebut saling berkaitan satu dengan yang lainnya

**Faktor 2** yang terdiri dari aspek prestasi dan resiko moderat (disebut faktor orientasi) merupakan orientasi individu yang akan mengarahkan individu tersebut dalam pemilihan pekerjaan. Faktor itulah yang membedakan teknopreneur dengan yang lainnya. Mereka selalu berkeinginan untuk maju dan berprestasi dengan lebih baik lagi.

**Locus of control internal** dapat diartikan sebagai inti spirit teknopreneur. Individu yang demikian lebih cocok untuk pekerjaan yang membutuhkan inisiatif dan kemandirian. Crider berpendapat bahwa individu yang *locus of control internal* cenderung suka bekerja, berinisiatif tinggi dan berusaha mengatasi masalah yang dihadapi dengan mencari akar penyebab secara efektif.

## Pola Asuh Orang Tua dan Spirit Teknopreneur

Pola asuh orang tua yang kondusif dalam pembentukan spirit teknopreneur sejak masa kanak-kanak adalah sebagai berikut :

- Secara konsisten orang tua seharusnya selalau bersikap demokratis dan memberikan kesempatan anak untuk mengemukakan pendapatnya
- Pemberian kebebasan yang bersifat dinamis. Anak-anak yang telah memiliki prestasi dan perencanaan hendaknya diberikan kebebasan lebih untuk membangun kemandirian
- Penerapan pola permisif/non-permisif harus didukung oleh pola-pola yang demokratis

## Watak, Spirit dan Ciri Teknopreneur

Watak teknopreneur ditunjukkan oleh ciri sebagai berikut :

- Berwatak maju (tidak cupet nalar)
- Bergairah dan mampu menggunakan daya penggerak dirinya
- Berpandangan positif dan kreatif
- Selalu mengutamakan memberi daripada meminta, apalagi mengemis
- Ulet dan tekun, tidak lekas putus asa
- Pandai bergaul
- Memelihara kepercayaan yang diberikan kepadanya
- Berkepribadian yang menyenangkan (ramah banyak senyum)
- Selalu ingin meyakinkan diri sebelum bertindak
- Menolak cara berpikir, bersikap, dan berbuat negatif, dan mengutamakan benih kebiasaan cara berpikir, bersikap mental dan berbuat positif
- Sangat menghargai waktu
- Memelihara seni berbicara dan kesopanan
- Tidak ragu atau khawatir akan saingan yang datang dari bawah maupun atas
- Bersedia melakukan pekerjaan rendahan (pengorbanan)
- Tidak akan pernah mementingkan diri sendiri, rakus atau serakah
- Jujur dan setia kawan
- Menghormati hukum dan aturan
- Tidak berlebihan dalam hal apapun (*over acting*)
- Tidak gila pangkat dan gelar

- Tidak gila kekuasaan
- Selalu tepo seliro (memiliki sikap empati)
- Selalu mengejar martabat dan kehormatan diri yang makin menjulang tinggi (bukan menjualnya)
- Menahan diri untuk membeli, tetapi meningkatkan kegiatan menjual
- Selalu mensyukuri hal-hal kecil yang ada pada dirinya
- Beriman dan berbuat kebaikan sebagai syarat kejujuran pada diri sendiri

Spirit teknopreneur dapat ditunjukkan dengan 10 hal sebagai berikut :

- Beriman dan berbuat kebaikan (apa yang diniatkan sebagai ibadah kepada Tuhannya)
- Percaya pada diri sendiri
- Tahu menimbang antara ketergantungan dan kemandirian
- Berinisiatif dengan disiplin yang tinggi
- Rasa tanggung jawab yang tebal atas tugasnya dalam berkehidupan
- Bertekad untuk berusaha mengutamakan kemajuan kemanusiaan dan lingkungan
- Berani mengambil resiko yang diperhitungkan
- Bertekad menyebarluaskan segala yang baik bagi kepentingan umum
- Rasa keadilan yang seimbang
- Tahu cita-cita hidup

Dengan karakteristik diatas dapat dikatakan ciri-ciri dari teknopreneur adalah sebagai berikut :

- Bertanggung jawab
- Memilih akibat yang moderat
- Rasa percaya diri akan keberhasilan perorangan
- Keinginan untuk memenuhi umpan balik secara cepat
- Bersemangat tinggi
- Berorientasi masa depan
- Mampu mengorganisasi
- Mendasarkan tindakan pada perolehan pendapatan

## Kreativitas

Kreativitas merupakan salah satu unsur utama pembentukan spirit teknopreneur. Kreativitas menurut Joko Siswanto didefinisikan sebagai kemampuan untuk mengkombinasikan elemen-elemen dari beberapa pengetahuan dan pengalaman dengan meninggalkan pola dan struktur berpikir tradisional untuk menemukan ide-ide baru yang berguna.

Kreativitas dibedakan dari inovasi dalam hal proses/hasilnya. Kreativitas berhubungan dengan penemuan ide/gagasan baru, sedangkan inovasi lebih kepada implementasi ide/gagasan tersebut. Kreativitas lebih berasosiasi dengan efek organisasi terhadap individu, sedangkan inovasi lebih berasosiasi dengan struktur kebijakan organisasi serta pengaruhnya terhadap kemampuan untuk menghasilkan produk/jasa yang inovatif.

## Inovasi

Inovasi menurut *Webster's College Dictionary* adalah introduksi/pengenalan akan sesuatu yang baru. Orang yang inovatif ditandai oleh kecenderungan untuk memperkenalkan gagasan, metode, peralatan, prosedur dan produk/jasa baru yang lebih baik dan bermanfaat. Inovasi merupakan kelanjutan dari penemuan (*invention*) yang merupakan bagian dari proses kreatif.

Drucker menyimpulkan bahwa inovasi yang sukses dihasilkan dari suatu usaha yang sistematis, sadar dan memiliki maksud tertentu. Hal-hal yang dapat memacu timbulnya inovasi adalah sebagai berikut:

- Kejadian tidak terduga
- Ketidakserasian
- Kebutuhan proses
- Perubahan pasar
- Perubahan demografi
- Perubahan persepsi
- Munculnya pengetahuan baru

## Komitmen

Komitmen adalah suatu pengikat antara individu dengan institusi, gagasan atau proyek. Individu yang memiliki komitmen akan mendedikasikan dirinya untuk mencapai suatu misi tertentu yang dianggap baik. Ada kaitan langsung antara komitmen dengan besarnya usaha/tenaga yang diberikan oleh individu. Semakin besar tenaga, waktu dan pikiran yang diberikan, semakin tinggi tingkat komitmennya.

Komitmen dapat dibagi menjadi tiga tingkatan yaitu komitmen organisasi, komitmen sosial dan komitmen individu. Komitmen organisasi dipengaruhi oleh hal-hal sebagai berikut, *Goal Structure, Permeability, Leadership* dan *Progressiveness*. Komitmen sosial mengacu pada proses interaksi antar individu dalam kelompok baik disengaja atau tidak yang ditentukan oleh faktor *Uniqueness, Support Reality Congruence, Status* dan *Task Identification*. Komitmen individu lebih berbasis pada sistem nilai yang dianut yang dipengaruhi oleh faktor *Transcendence, Autonomy, Achievement, Esteem* dan *Power*.

## Kompetensi

Kompetensi adalah sifat dasar seseorang yang ditunjukkan oleh bagaimana individu berperilaku dan berpikir secara konsisten dalam berbagai situasi pada periode yang cukup panjang. Ada lima sumber kompetensi individu yaitu :

- Bawaan  
Apa yang melekat pada individu merupakan faktor bawaan yang menjadi penentu sukses hidupnya
- Motivasi  
Keberhasilan individu dipengaruhi oleh hal-hal yang mendorong perilaku tertentu dalam melakukan tindakan untuk mencapai tujuan tertentu
- Konsep Diri  
Sukses individu ditentukan oleh sikap, nilai-nilai dan citra dirinya
- Pengetahuan  
Faktor penentu keberhasilan adalah karena individu tersebut memiliki dan menguasai informasi dalam bidang yang spesifik
- Ketrampilan  
Kemampuan untuk melakukan tugas-tugas mental atau fisik yang dapat membuat sukses individu.

Menurut Joko Siswanto, Kompetensi umum yang dibutuhkan bagi setiap individu adalah sebagai berikut :

- *Achievement Orientation* : Kemampuan menetapkan sasaran kerja
- *Impact and Influence* : Kemampuan meyakinkan orang lain
- *Analytical Thinking* : Kemampuan mengolah dan menginterpretasikan data atau informasi
- *Conceptual Thinking* : Kemampuan menarik kesimpulan atas informasi yang ada.
- *Initiative* : Kemampuan menghadirkan diri sendiri dalam kegiatan organisasi
- *Self Confidence* : Kemampuan meyakinkan diri sendiri atas tekanan lingkungan
- *Interpersonal Understanding* : Kemampuan memahami sikap, minat dan perilaku orang lain
- *Concern for Order* : Kemampuan menangkap dan mencari kejelasan informasi tugas
- *Information Seeking* : Kemampuan menggali informasi yang dibutuhkan
- *Team Cooperation* : Kemampuan bekerja sama dan berperan dalam kelompok
- *Expertise* : Kemampuan menggunakan dan mengembangkan keahlian
- *Customer Service Orientation* : Kemampuan menemukan dan memenuhi kebutuhan konsumen
- *Developing Others* : Kesediaan mengembangkan teman kerja secara sukarela

## Membangun peluang usaha

Seorang teknopreneur selalu berusaha mencari peluang-peluang yang bisa diambil dengan kemampuan teknologi dan sains yang ada pada dirinya maupun dengan menjalin kerjasama dengan orang lain. Peluang merupakan kesempatan yang dapat diraih dengan memperhatikan faktor resiko dan ketersediaan informasi. Dalam melihat peluang kita bisa memanfaatkan kebutuhan dari lingkungan maupun kebijakan pemerintah.

Dalam membangun peluang usaha, informasi dan resiko merupakan dua hal penting yang digunakan seorang teknopreneur. Seorang teknopreneur membutuhkan informasi untuk dapat mengukur

resiko. Oleh karena membutuhkan informasi, seorang teknopreneur akan melakukan usaha semaksimal mungkin untuk dapat memperoleh informasi tersebut.

Menurut G M Susetyo MBA, kata kunci pengembangan diri teknopreneur adalah sikap positif diri. Informasi relatif lebih mudah diperoleh bila orang terampil berkomunikasi, terampil menjadi pendengar yang baik, terampil melihat permasalahan dari sudut pandang orang lain, peka terhadap kebutuhan orang lain, ramah, murah senyum, menghargai pihak lain serta menganggap penting orang lain. Dengan semakin lengkapnya informasi yang dimiliki semakin mudah mengukur resiko yang muncul dalam proses penemuan peluang suatu usaha.

## Proposal Usaha

Apabila seseorang telah berketetapan hati pada sebuah peluang usaha, perlu dicari upaya yang lebih konkret untuk mewujudkan angan-angan tersebut. Salah satu upaya konkret adalah bagaimana memikirkan sumber dana untuk membiayai usaha yang direncanakan. Untuk mendapatkan dana bantuan ataupun pinjaman biasanya diperlukan suatu proposal usaha yang dapat meyakinkan pemilik dana akan prospek usaha yang akan didanai. Setiap pemilik dana biasanya memiliki kriteria yang berbeda dalam penentuan prospek usaha.

Ada dua kategori dana yang dibutuhkan oleh setiap usaha yaitu dana investasi dan dana operasi. Dana investasi adalah dana semua dana yang dibutuhkan untuk membuka/memulai suatu usaha. Dana ini biasanya bersifat tetap dan tidak bergantung pada volume kegiatan usaha. Termasuk dalam golongan tersebut adalah dana pembelian lahan, mesin, dana pendirian gedung dan lain-lain. Dana-dana tersebut biasanya diharapkan akan dapat dikembalikan melalui penarikan dana depresiasi. Dana operasi adalah dana yang diperlukan untuk menjalankan kegiatan usaha. Termasuk dalam kategori ini adalah biaya tenaga kerja, biaya pembelian bahan baku, biaya proses produksi dan lain sebagainya. Besar dana operasi sangat tergantung pada volume kegiatan usaha.

Sumber pendanaan untuk membiayai kegiatan usaha dapat diperoleh dari berbagai sumber seperti modal sendiri, hibah/pemberian, patungan maupun pinjaman. Seorang teknopreneur biasanya tidak mau hanya tergantung pada sumber dana yang ada saja. Seorang teknopreneur

biasanya memikirkan cara-cara lain untuk dapat merealisasikan ide-idenya.

Untuk mendapatkan sumber dana diluar modal sendiri sangat diperlukan adanya dukungan proposal yang meyakinkan. Secara garis besar, dalam setiap proposal usaha harus dapat ditampilkan informasi-informasi sebagai berikut :

- Peluang usaha
- Rencana usaha
- Rencana penggunaan dana
- Prospek keuntungan usaha
- Laporan keuangan

### **Perencanaan Keuangan**

Setiap ide usaha baru ataupun usaha yang sudah berlangsung memerlukan perencanaan keuangan yang baik. Perencanaan keuangan untuk ide usaha baru dibuat dalam bentuk proyeksi kelayakan keuangan, sedangkan usaha yang sudah berlangsung disebut penganggaran keuangan. Proyeksi dan penganggaran keuangan memerlukan data-data sekunder dimasa lalu maupun data-data primer mengenai kondisi aktual yang sedang terjadi. Dengan adanya dukungan perencanaan keuangan yang baik dapat memperbesar peluang konsistensi dan perkembangan usaha yang dijalankan.

### **Manajemen Usaha**

Sebuah gagasan usaha tidak akan berguna bila tidak dilanjutkan dengan upaya merealisasikan gagasan usaha tersebut. Sebuah realisasi gagasan usaha akan selalu melibatkan pengerahan sumber daya manusia, modal dan waktu. Pendiri usaha harus memikirkan cara pengelolaan pengerahan sumber-sumber daya yang ada sedemikian rupa sehingga usaha dapat berjalan secara efektif dan efisien.

Untuk mendukung proses pengelolaan usaha perlu dibentuk struktur organisasi yang dapat mendukung operasional suatu usaha. Kompleksitas struktur organisasi suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh skala dan kompleksitas dari usaha itu sendiri.

Dalam menyusun proses pengelolaan usaha, perlu digambarkan deskripsi dari setiap entitas yang ada dalam kegiatan usaha. Setiap entitas yang muncul dalam struktur pengelola kegiatan usaha harus

memiliki deskripsi yang paling tidak memuat unsur-unsur sebagai berikut:

- Tugas pokok
- Tanggung jawab
- Wewenang
- Hubungan koordinasi

Kesuksesan dalam mendirikan suatu usaha tidak berarti secara otomatis akan sukses menjalankannya. Usaha yang baru berdiri belum memberikan nilai tambah. Nilai tambah baru akan muncul bila usaha tersebut dapat menjalankan operasinya dengan baik. Operasi usaha bukan suatu proses yang kebetulan. Harus ada upaya manajemen yang akan mengarahkan agar operasi usaha dapat berjalan sesuai rencana. Secara umum ada tiga hal yang harus diperhatikan oleh manajemen agar kinerja usaha dapat berjalan dengan baik :

- Membuat rencana operasi
- Melakukan kegiatan pengendalian (kontrol)
- Melakukan evaluasi terhadap semua kegiatan.

## Pemasaran Usaha

Untuk menjamin aktifitas usaha dapat berjalan dengan baik, perlu dipastikan bahwa *output* dari proses produksi dapat diserap oleh pasar. Untuk menjamin hasil produksi dapat diserap oleh pasar perlu dilakukan proses pemasaran usaha. Hal yang perlu diperhatikan dalam pemasaran adalah bahwa pemasaran dimulai dari segmentasi, *targeting* dan *positioning*. Penjualanlah yang menghasilkan uang. Volume penjualan lebih nyata dan berarti daripada pangsa pasar. Teknopreneur perlu menyadari kenyataan ini dan tidak terpaku pada mitos semata. Perbandingan mitos dan kenyataan dalam pemasaran sebagaimana tampak pada tabel 3.

**Tabel 3. Mitos dan Kenyataan Pemasaran**

| <b>Mitos</b>                                       | <b>Kenyataan</b>                                                                   |
|----------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|
| Iklan ~ Pemasaran                                  | Komunikasi, target audiens, promosi penjualan, publisitas dan penjualan perorangan |
| Memuaskan keinginan dan kemauan                    | Memuaskan kebutuhan secara menguntungkan                                           |
| 4P = <i>Price, Product, Promotion, Place</i>       | Didahului oleh <i>Segmentation, Targeting, Positioning</i>                         |
| Riset Pasar                                        | Ditambah intuisi bisnis                                                            |
| Penjualan << Pemasaran                             | Penjualan = Penghasil uang<br>Pemasaran = Pengeluaran uang                         |
| <i>Unique Selling Proposition</i>                  | <i>Customer Value</i>                                                              |
| Pangsa pasar >> Volume Penjualan                   | Tergantung cakupan segmen, volume penjualan adalah masukan uang                    |
| <i>Positioning</i> = Diferensiasi                  | <i>Positioning</i> = Pernyataan Tunggal<br>Diferensiasi = elemen dari 4P           |
| <i>Public Relation</i> = Publisitas                | PR lebih dari sekedar publisitas                                                   |
| Pintar bergaul dan berkomunikasi dengan orang lain | Pemasaran = keahlian konseptual<br>Penjualan = pintar bergaul dan berkomunikasi    |

Menurut Grenville Kleiser, ketrampilan menjual produk memerlukan kemampuan komunikasi dan hubungan interpersonal yang baik. Ada 7 kiat untuk menjadi penjual yang baik, yaitu :

- Membantu para pelanggan : Bukan memaksa pelanggan untuk membeli
- Memiliki pengetahuan tentang produk : Ini merupakan syarat penting agar dapat menarik dan meyakinkan calon pembeli
- Memiliki kepribadian yang menarik : Jujur, komunikatif, empati, dan tulus membantu calon pembeli
- Mengemukakan argumen yang baik : Nilai lebih dan kondisi produk dapat disampaikan dengan jelas
- Mengenali diri sendiri : Harus tahu betul akan kemampuan diri
- Menggunakan akal sehat : Tanggap kapan pelanggan akan membeli atau tidak
- Meyakinkan para pelanggan : Memastikan bahwa pelanggan secara sukarela dan senang hati membeli produk yang ditawarkan

Untuk menjamin pemasaran produk dapat berjalan secara baik dan kontinyu, setiap teknopreneur dituntut untuk senantiasa memonitor

tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan yang diberikan perusahaan. Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang/kecewa pelanggan berkenaan dengan harapan dan kenyataan yang diterima dari produk yang dibelinya.

## Kesimpulan

Secara umum dalam buku ini penulis seolah ingin menyampaikan pesan bagi para calon usahawan untuk tidak hanya sekedar menjadi entrepreneur saja, tapi bergerak lebih tinggi dengan menjadi teknopreneur. Dalam buku ini penulis memberikan penekanan bahwa teknopreneur adalah entrepreneur yang melandasi kegiatan usahanya dengan dasar pengetahuan dan teknologi sehingga dapat tercipta usaha yang dinamis dan didasarkan pada analisa-analisa yang tajam dengan berbasis pengetahuan menuju ekonomi berbasis pengetahuan (*Knowledge Based economic*).

Penulis dalam buku ini tidak hanya memberikan motivasi bagaimana membangun spirit teknopreneurship, tapi juga memberikan petunjuk teknis bagaimana memulai membangun usaha dengan mengidentifikasi peluang usaha, mencari sumber pembiayaan usaha dengan memberikan tata cara pembuatan proposal usaha, perencanaan keuangan, manajemen usaha dan pemasaran usaha. Secara umum buku ini sudah cukup memberikan panduan bagi para calon usahawan bagaimana langkah-langkah untuk menjadi teknopreneur.

Namun yang menjadi sedikit kekurangan penulis dalam menyajikan buku ini adalah kurang terasanya penekanan secara emosional bagi pembaca untuk melanjutkan paparan tentang teknopreneurship ke dalam realisasi nyata. Walaupun penulis melengkapi buku ini dengan contoh-contoh dan kisah-kisah yang inspiratif, tetapi pemakaian kalimat yang ada di dalam buku ini kurang memberikan motivasi sehingga hanya seperti bahan untuk kuliah yang kurang memberikan bekas yang mendalam bagi pembacanya.

Pada akhirnya, bagi pembaca yang memang ingin memulai membangun usahanya sendiri, buku ini mungkin sudah dapat memberikan gambaran bagaimana peluang dan tantangan untuk menjadi teknopreneur. Buku ini cukup membantu secara teknis untuk merealisasikan ide pembangunan usaha bagi para calon teknopreneur. Untuk memperkuat spirit teknopreneurship mungkin perlu melengkapi diri dengan bacaan-bacaan lain yang berkaitan dengan motivasi membangun usaha.