



YAYASAN PRIMA AGUS TEKNIK

ETOS KERJA TECHNOPRENEURSHIP



Dr. Ir. Agus Wibowo, M.Kom, M.Si, MM

ETOS KERJA TECHNOPRENEURSHIP

Dr. Ir. Agus Wibowo, M.Kom, M.Si, MM

BIO DATA PENULIS

Penulis memiliki berbagai disiplin ilmu yang diperoleh dari Universitas Diponegoro (UNDIP) Semarang dan dari Universitas Kristen Satya Wacana Salatiga (UKSW). Disiplin ilmu itu antara lain teknik elektro, komputer, manajemen dan ilmu sosiologi. Penulis memiliki pengalaman kerja pada industri elektronik dan sertifikasi keahlian dalam bidang Jaringan Internet, Telekomunikasi, Artificial Intelligence, Internet Of Things (IoT), Augmented Reality (AR), Technopreneurship, Internet Marketing dan bidang pengolahan dan analisa data (komputer statistik).

Penulis adalah pendiri dari Universitas Sains dan Teknologi Komputer (Universitas STEKOM) dan juga seorang dosen yang memiliki Jabatan Fungsional Akademik Lektor Kepala (Associate Professor) yang telah menghasilkan puluhan Buku Ajar ber ISBN, HAKI dari beberapa karya cipta dan Hak Paten pada produk IPTEK.

Penulis juga terlibat dalam berbagai organisasi profesi dan industri yang terkait dengan dunia usaha dan industri, khususnya dalam pengembangan sumber daya manusia yang unggul untuk memenuhi kebutuhan dunia kerja secara nyata.



YAYASAN PRIMA AGUS TEKNIK

PENERBIT :

YAYASAN PRIMA AGUS TEKNIK

JL. Majapahit No. 605 Semarang
Telp. (024) 6723456. Fax. 024-6710144
Email : penerbit_ypat@stekom.ac.id

ISBN 978-623-6141-81-6



9 786236 141816

ETOS KERJA TECHNOPRENEURSHIP

Dr. Ir. Agus Wibowo, M.Kom, M.Si, MM



YAYASAN PRIMA AGUS TEKNIK

PENERBIT :

YAYASAN PRIMA AGUS TEKNIK

JL. Majapahit No. 605 Semarang

Telp. (024) 6723456. Fax. 024-6710144

Email : penerbit_ypat@stekom.ac.id

ETOS KERJA TECHNOPRENEURSHIP

Penulis :

Dr. Ir. Agus Wibowo, M.Kom., M.Si., MM.

ISBN : 978-623-6141-81-6

Editor :

Dr. Joseph Teguh Santoso, S.Kom., M.Kom.

Penyunting :

Dr. Mars Caroline Wibowo. S.T., M.Mm.Tech

Desain Sampul dan Tata Letak :

Irdha Yudianto, S.Ds., M.Kom

Penebit :

Yayasan Prima Agus Teknik Bekerja sama dengan
Universitas Sains & Teknologi Komputer (Universitas STEKOM)

Redaksi :

Jl. Majapahit no 605 Semarang
Telp. (024) 6723456
Fax. 024-6710144
Email : penerbit_ypat@stekom.ac.id

Distributor Tunggal :

Universitas STEKOM

Jl. Majapahit no 605 Semarang
Telp. (024) 6723456
Fax. 024-6710144
Email : info@stekom.ac.id

Hak cipta dilindungi undang-undang
Dilarang memperbanyak karya tulis ini dalam bentuk dan dengan cara
apapun tanpa ijin dari penulis

Kata Pengantar

Puji syukur ke hadirat Tuhan yang Maha Esa, bahwa buku yang berjudul “Etos Kerja Tecnopreneurship” dapat diselesaikan dengan baik.

Technopreneurship adalah kata kunci terbaru di bidang kewirausahaan. Ini dianggap sebagai hal besar berikutnya dalam ekosistem start-up. Saat ini perkembangan teknologi “memaksa” setiap orang mau tak mau berbaur dan diatur oleh teknologi. Para pebisnis muda dan para pemula harus mampu memanfaatkan teknologi yang ada untuk menjabarkan ide-ide bisnisnya.

Buku ini berfungsi sebagai panduan yang unik, yaitu memberi peluang dan memungkinkan para wiraswata konvensional beralih menjadi wirausahawan berbasis teknologi - seorang *tecnopreuner* - yang tangguh dan tidak gampang menyerah. Buku ini dikemas secara menarik dan dibumbui dengan kata-kata penyemangat pembangkit motivasi sehingga pembaca di kalangan pebisnis pemula, mahasiswa dan khalayak umum dapat memahami dengan mudah isi buku ini.

Semoga penjelasan dan uraian materi dalam buku ini dapat memberikan manfaat. Terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu tersusunnya buku ini.

Semarang, 16 Agustus 2021

Dr. Agus Wibowo, M.Kom., M.Si., MM.

Penulis

DAFTAR ISI

BAB 1	Pendahuluan	1
1.1	Definisi Etos Kerja dan Technopreneurship	2
1.1.1	Etos kerja	3
1.1.2	Technopreneurship	5
1.2	Sejarah Perkembangan Technopreneurship	9
1.2.1	Silicon Valley : Pusat Technopreneurship Dunia	10
1.2.2	Perkembangan Technopreneurship di Indonesia	14
1.2.3	Bukit Algoritma : Silicon Valley Versi Indonesia	15
1.3	Alasan Terjun ke Dunia Technopreneurship	16
BAB 2	Menjadi Technopreneur Yang Tangguh	26
2.1	Membangun Motivasi Diri	27
2.1.1	Sadari Bakat dan Kemampuan serta Terus Berlatih	28
2.1.2	Memompa Semangat Kerja Keras	31
2.1.3	Selalu Berpikir Positif	35
2.1.4	Menghargai Hal-Hal Kecil dalam Hidup	38
2.1.5	Mengembangkan Daya Imajinasi dan Bergaul dengan Ahlinya	42
2.1.6	Pantang Menyerah dan Selalu Ceria dalam Bekerja	47
2.2	Keterampilan Diri	49
2.2.1	Kemampuan Komunikasi	51
2.2.2	Aspek Keteknikan	55
2.2.3	Pembuatan Bisnis Plan	56
2.2.4	Ketrampilan Teknis (Hard Skill)	58
2.2.5	Memanajemen dan Memotivasi Orang	60
BAB 3	Pengembangan dan Masa Depan Tecnopreneurship	64
3.1	Membangun Ide	66

3.1.1	Karakteristik Ide	67
3.1.2	Kunci Menjalankan Ide	71
3.2	Manajemen Sumber Daya Manusia	78
3.2.1	Pemikir, Pembuat Ide, dan Inovator	78
3.2.2	Tenaga Pelaksana - Yang Memiliki Potensi	83
3.2.3	Tenaga Pemasaran	84
3.2.4	Pengelola Keuangan / Akuntan	93
3.2.5	Investor : Mencari Modal Usaha	98
3.3	Inovasi Model Bisnis	108
3.3.1	Nine Building Blocks	109
3.4	Media Digital	114
3.4.1	Pemanfaatan Media Sosial	115
BAB 4	Etos Kerja : Kunci Sukses Technopreneur	126
4.1	Menciptakan Etos Kerja dalam Diri Pribadi	128
4.1.1	Ciri - Ciri Technopreneur yang Memiliki Etos Kerja	130
4.1.2	Delapan Etos Kerja Profesional	141
BAB 5	Kisah Sukses Technopreneurship	148
5.1	Belajar Dari Ahlinya	150
5.2	Belajar Dari Orang-Orang Sukses	153
5.2.1	Mark Zuckerberg : Sang Penemu Facebook	154
5.2.2	Steve Jobs : Sang Pendiri Apple	157
5.2.3	Bill Gates : Pendiri Microsoft	162
5.3	Tokoh Technopreneurship Indonesia	167
5.3.1	Nadiem Makarim : Pendiri GOJEK	168
5.3.2	William Tanuwijaya : Pendiri Tokopedia	172
5.3.3	Achmad Zaky : Pendiri BukaLapak	178
	Daftar Pustaka	189
	Lampiran : Contoh Business Plan	191

Bab 1

Pendahuluan



Teknologi di dunia semakin berkembang. Kini semua lini kehidupan manusia dikuasai oleh teknologi dan kemajuan zaman. Tidak ada yang dapat membendung modernitas yang semakin cepat. Sekarang, perkara kecil hingga perkara besar selalu identik dengan penggunaan teknologi. Manusia memanfaatkan teknologi untuk memudahkan kehidupannya. Zaman yang semakin canggih harus bisa dimanfaatkan dengan baik. Apalagi pengguna media elektronik saat ini semakin banyak. Para pengguna tersebut tentu sibuk dengan berbagai media, terutama media sosial dimana media tersebut dapat di gunakan menjadi sarana promosi yang efektif. Sehingga diharapkan dengan memanfaatkan teknologi saat ini dapat mempermudah siapapun dalam

berwirausaha demi mewujudkan kemadirian dalam pemenuhan kebutuhan agar tercipta kesejahteraan bagi masyarakat Indonesia. Hal ini menjadi penting agar tidak ada lagi ketergantungan hidup terhadap suatu pekerjaan yang disediakan orang asing, karena kita juga dapat mengembangkan inovasi dalam menggapai perubahan ekonomi yang dapat memajukan taraf kepuasan. Terlebih lagi dengan adanya pangsa pasar sebagai wadah marketing yang memudahkan, pastilah sangat menjanjikan dan menguntungkan.



1.1

Definisi Etos Kerja dan Technopreneurship



Tuntutan masalah yang beragam dalam masyarakat akhirnya melahirkan konsep yang disebut entrepreneurship. Konsep entrepreneurship adalah seni mengubah masalah atau peluang yang ada di tengah masyarakat sehingga memunculkan suatu ide kreatif baru yang dapat menciptakan suatu solusi yang bermanfaat bagi orang lain. Masalah-masalah yang ada pada masyarakat diamati dan dianalisa, kemudian mengambil solusi untuk memenuhi kebutuhan masyarakat tersebut.



Beberapa tahun terakhir konsep ini semakin berkembang, bahkan kini telah muncul banyak entrepreneur muda yang hadir dengan ide-ide cemerlangnya. Banyak ide, produk, atau jasa yang biasa kemudian dimodifikasi dan dikombinasi dengan kecanggihan teknologi sehingga menghasilkan ide, produk, dan jasa yang baru. Kreatifitas melahirkan berbagai produk yang tidak biasa-biasa saja namun sangat inovatif dan modern menyesuaikan perkembangan teknologi terkini.

Semua kreatifitas dan inovasi bentuk usaha dari para wirausahawan tersebut membutuhkan semangat bekerja yang dapat diperoleh dari adanya etos kerja pada diri seseorang. Seringkali seseorang melakukan sebuah tindakan sebab adanya dorongan, baik dari dalam diri sendiri ataupun dari luar. Etos Kerja yang baik akan membuat seseorang menjadi lebih percaya diri dalam melaksanakan tanggung jawab yang diberikan padanya.

Memasuki dunia bisnis tidak semudah yang dibayangkan. Sebelum memasuki dunia pekerjaan dan berwirausaha, Anda terlebih dahulu harus bersaing dengan pelaku bisnis yang lain. Maka dari itu, ketika telah mendapatkan memulai dan memiliki sebuah usaha alangkah lebih baik jika melakukan yang terbaik dalam bisnis yang dijalani.

1.1.1 Etos Kerja

Setiap perusahaan pasti selalu menerapkan etos kerja bagi para karyawannya untuk menciptakan lingkungan kerja yang baik. Etos berasal dari bahasa Yunani yaitu 'ethos' yang berarti sikap, kepribadian, watak, karakter, dan keyakinan akan sesuatu. Pengertian etos kerja adalah sikap yang muncul atas kehendak sendiri dan tanggung jawab sebagai seorang pekerja. Penting bagi kita untuk menyadari ini agar karir kita bisa berkembang.



Etos berasal dari bahasa Yunani, yaitu ethos yang memiliki arti kepribadian, sikap, karakter, keyakinan terhadap sesuatu dan juga watak. Beberapa tokoh atau ahli memiliki perbedaan dalam mendefinisikan hal ini, seperti Max Weber yang menjelaskan bahwa etos kerja adalah perilaku kerja yang etis atau sesuai aturan, serta menjadi kebiasaan dalam bekerja dan berporos pada etika.

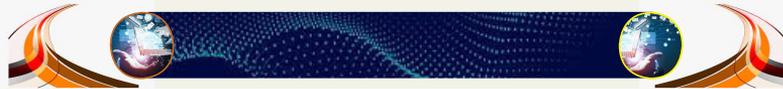
Etos Kerja Menurut Para Ahli

- K.H. Toto Tasmara berpendapat bahwa etos kerja merupakan totalitas seseorang dalam kepribadian, ekspresi, memandang dan meyakini sesuatu serta memberikan makna terhadap permasalahan tertentu yang mendorong untuknya bertindak secara optimal atau high performance.
- Sedangkan, Clifford Geertz menjelaskan bahwa yang dimaksud etos dalam bekerja adalah sikap dasar terhadap diri dan dunia yang dipancarkan oleh hidup.
- Menurut Jansen Sinamo, work ethic adalah seperangkat perilaku positif yang berakar pada keyakinan fundamental yang disertai dengan komitmen total pada paradigma kerja yang integral.

Dari definisi-definisi yang telah dijelaskan di atas, dapat diambil kesimpulan bahwa etos kerja merupakan sebuah keyakinan seseorang atau kelompok dalam melakukan kehendak atau pekerjaannya, yang sesuai etika, dipenuhi dengan semangat dan cita-cita tinggi. Ia juga tercermin dari sikap atau kepribadian seseorang terhadap tanggung jawab yang dibebarkannya.



"Pilihan dan keputusan harus didukung oleh semangat, tekad, dan etos kerja yang produktif. Jika ini bertemu peluang - kesuksesanmu akhirnya datang."



1.1.2 Technopreneurship

Sebelum kita memahami apa itu technopreneurship ada baiknya kita memahami pengertian dari kewirausahaan (entrepreneur) dan kata teknologi. Kata entrepreneur memiliki makna seseorang yang pandai atau berbakat dalam mengenali produk atau ide baru, memahami langkah-langkah produksi, mampu menyusun operasi untuk pengadaan produk baru, cermat dalam memasarkannya, serta handal mengatur permodalan operasinya. Sehingga seorang wirausaha harus mempunyai karakteristik khusus yang melekat pada diri seorang wirausaha seperti percaya diri, mempunyai banyak minat, bisa bersepakat, mempunyai ambisi, berjiwa penjelajah, suka mencoba sesuatu, dll. Sedangkan menurut wikipedia teknologi adalah keseluruhan sarana untuk menyediakan barang-barang yang diperlukan bagi kelangsungan dan kenyamanan hidup manusia. Penggunaan teknologi oleh manusia diawali dengan perubahan sumber daya alam menjadi alat-alat sederhana.

Istilah technopreneur itu sendiri adalah gabungan antara technology dan entrepreneur. Singkatnya, seorang technopreneur adalah seorang entrepreneur yang menggunakan aspek teknologi sebagai keunggulannya. Antara technopreneur dan entrepreneur keduanya memiliki persamaan yaitu peduli profit. Namun seorang technopreneur juga harus peduli teknologi. Bentuk keperdulianya itu bisa berupa pengembangan ide-ide invensi yang ada menjadi solusi teknis teruji melalui riset-riset. Percuma jika seorang mahasiswa hanya mendalami suatu ilmu pengetahuan untuk mendapatkan nilai A saja. Mereka harus mengaplikasikan ilmu yang mereka dapatkan dengan sebuah kontribusi nyata yang berguna bagi diri sendiri dan orang lain.



Technopreneurship adalah pengusaha yang menghasilkan uang di bidang teknologi, seperti perangkat lunak/perangkat keras komputer, jejaring sosial, dan bisnis berbasis internet. Technopreneurship adalah kewirausahaan di bidang teknologi. Menggunakan teknologi yang ada dan menyesuaikannya dengan aplikasi baru. Menciptakan atau mengembangkan produk baru.

Mereka yang disebut teknopreneur adalah seorang “Entrepreneur Modern” yang berbasis teknologi. Inovasi dan kreativitas sangat mendominasi mereka untuk menghasilkan produk yang unggulan sebagai dasar pembangunan ekonomi bangsa berbasis pengetahuan (*Knowledge Based Economic*). (Nasution, Arman Hakim et al, 2007).

Technopreneurship (Kewirausahaan Berbasis Teknologi) adalah sebuah inkubator bisnis berbasis teknologi, yang memiliki wawasan untuk menumbuh-kembangkan jiwa kewirausahaan di kalangan generasi muda, khususnya mahasiswa sebagai peserta didik dan merupakan salah satu strategi terobosan baru untuk mensiasati masalah pengangguran intelektual yang semakin meningkat (+/- 45 Juta orang). Dengan menjadi seorang usahawan terdidik, generasi muda, khususnya mahasiswa akan berperan sebagai salah satu motor penggerak perekonomian melalui penciptaan lapangan-lapangan kerja baru. Semoga dengan munculnya generasi technopreneurship dapat memberikan solusi atas permasalahan jumlah pengangguran intelektual yang ada saat ini. Selain itu juga bisa menjadi arena untuk meningkatkan kualitas SDM dalam penguasaan IPTEK, sehingga kita bisa mempersiapkan tenaga handal ditengah kompetisi global.



Ada beberapa hal tertentu yang menjadi ciri Technopreneurship. Ciri khas ini diuraikan di sebagai berikut:

Peluang Potensi Tinggi

Sebuah usaha baru berbasis teknologi digambarkan memiliki peluang potensial tinggi jika mampu menciptakan nilai baru bagi pelanggannya, memiliki tingkat pemahaman teknologi yang signifikan yang sulit untuk ditiru dan seringkali dapat dilindungi (dipatenkan), memiliki keuntungan penggerak pertama yang signifikan, memiliki tingkat skalabilitas, menciptakan penghalang untuk masuk, dan juga memiliki tingkat risiko awal yang tinggi yang dapat diterjemahkan ke dalam tingkat pengembalian yang tinggi.

Peluang Intensif

Kewirausahaan teknologi digambarkan sebagai peluang intensif teknologi yang melibatkan proses pemecahan masalah, meningkatkan dan menjaga kualitas hidup, membutuhkan keterampilan teknis dan aplikasi, mengidentifikasi pasar potensial, peningkatan kualitas produk dalam rangka meningkatkan daya saing. perusahaan dengan harapan menghemat biaya proses. Selanjutnya, alasan yang cukup untuk memulai kewirausahaan teknologi lahir dari kebutuhan untuk mengkomersialkan inovasi signifikan yang diharapkan dapat menjamin pemasok bahan, stabilitas jangka panjang perusahaan dan meningkatkan output.

Teknologi Unik yang Mampu Mendorong Bisnis Baru

Sebagai perusahaan dapat dilihat sebagai penawaran dan bersaing untuk pembelian pelanggan, dan pasar dapat dievaluasi berdasarkan sejauh mana profitabilitas perusahaan bergantung pada pemenuhan permintaan konsumen jika memungkinkan, lebih baik daripada para pesaingnya. Akibatnya, selain memiliki lebih banyak pangsa pasar melalui perubahan estetika, penurunan harga, kinerja yang lebih

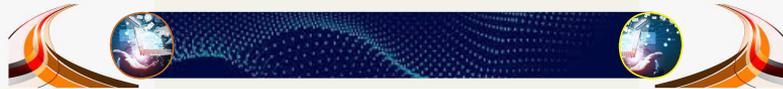


baik dan sebagainya, kewirausahaan teknologi memiliki karakteristik mampu memajukan teknologi baru yang dapat melembagakan usaha baru yang cukup memenuhi kebutuhan konsumen.

Risiko Kegagalan yang Tinggi

Salah satu ukuran keberhasilan yang sebenarnya bagi wirausahawan teknologi adalah sejauh mana mereka mampu mengembangkan dan membawa produk baru yang inovatif secara radikal ke pasar. Mengembangkan produk baru terutama merupakan usaha bisnis yang berisiko, karena inovasi yang layak secara teknis mungkin tidak menguntungkan secara ekonomi, dan produk mungkin tidak bertahan dalam proses komersialisasi. Literatur melaporkan bahwa tingkat keberhasilan untuk penemuan baru berkisar antara 1% sampai 85%. Dari pengamatan mereka, kurang dari 2% potensi ide usaha berbasis teknologi (inovasi teknologi) akhirnya terdaftar sebagai paten atau kekayaan intelektual. Juga kurang dari 1% dari rencana bisnis yang diterima oleh modal ventura didanai. Bahkan, banyak inovasi yang seharusnya dikomersialkan menjadi usaha berbasis teknologi berakhir di rak.

“Bahan terpenting adalah dengan melakukan sesuatu. Banyak orang punya ide, tapi hanya sedikit orang yang memutuskan untuk melakukan sesuatu terhadap ide-ide tersebut. Bukan besok. Tidak minggu depan. Tapi hari ini. Pengusaha sejati adalah pelaku, bukan pemimpi.”
Nolan Bushnell (entrepreneur)



Waktu yang Lebih Lama untuk Pasar

Ini mengacu pada ketidakpastian seputar keberhasilan komersial suatu inovasi karena sulit untuk memprediksi jeda waktu antara peluncuran produk di pasar dan pertumbuhan penjualan karena keadaan tak terduga yang dapat mempengaruhi permintaan produk.

Tuntutan Infrastruktur, Sarana dan Sumber Daya

Pengusaha teknologi dihadapkan pada beberapa tantangan pembangunan. Literatur berpendapat bahwa tantangan yang dihadapi wirausahawan inovatif disebabkan oleh sumber daya yang tidak memadai, paten yang mahal, dan tidak tersedianya ekuitas.

1.2 Sejarah Perkembangan Technopreneurship



Amerika Serikat merupakan negara yang berperan penting dalam sejarah technopreneurship dunia. Silicon Valley, lembah yang terletak di negara bagian California, AS, menyimpan banyak cerita sukses tentang technopreneurship. Budaya inovasi dan technopreneurship yang berkembang di lembah yang menjadi markas bagi kampus-kampus ternama dan perusahaan-perusahaan teknologi kelas dunia itu tak hanya menginspirasi anak-anak muda di negeri Paman Sam, tetapi juga anak-anak muda di seluruh dunia.

Memiliki bisnis sendiri sudah menjadi sebuah “American dream” - mimpi orang Amerika. Belum lama ini, perusahaan software Intuit mengumumkan hasil studinya. Pada tahun 2020, lebih dari 40 persen tenaga kerja produktif di AS atau sekitar 60 juta orang akan bekerja sendiri. Dikutip dari BusinessInsider, menurut hasil studi tersebut, kebanyakan penduduk di AS lebih memilih untuk bekerja sebagai

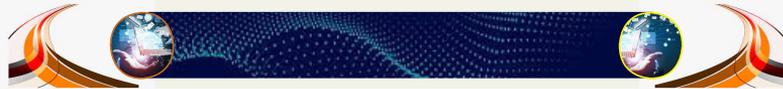


freelancer, kontraktor, atau pengusaha. Studi itu pun menyimpulkan bahwa dalam tujuh tahun mendatang, jumlah usaha kecil di AS akan meningkat lebih dari 7 juta.

Istilah technopreneurship ini diciptakan dari kata technology dan entrepreneur atau “teknologi” dan “kewirausahaan”. Istilah ini pertama kali digunakan pada tahun 1987, pada saat itu, penggunaan kata technopreneurship mendapatkan popularitas dan mulai booming di tahun 2000-an semenjak teknologi Internet sudah mulai merambah ke pelosok-pelosok negara, yang kemudian disusul dengan penggunaan internet yang luas selama milenium kedua hingga sekarang ini di tahun 2021. Ditambah lagi dengan eksisnya perusahaan-perusahaan Information Technology (IT) raksasa seperti Microsoft, Yahoo, Google, Apple dan sebagainya yang income perusahaannya mencapai milyaran dolar per bulan. Hingga muncul seorang technopreneur sejati bernama Bill Gates sebagai orang terkaya nomor satu di dunia versi majalah Forbes.

1.2.1 Silicon Valley : Pusat Technopreneurship Dunia

Silicon Valley merupakan pusat inovasi di Amerika Serikat (AS) yang berhasil mencetak banyak perusahaan teknologi raksasa. Melansir Investopedia, Silicon Valley berada di sisi selatan Teluk San Francisco, negara bagian California. Meskipun perbatasan wilayahnya tidak terlalu jelas, namun Silicon Valley umumnya mencakup semua wilayah Santa Clara dan San Mateo, tepi barat Alameda County, dan Lembah Scotts di Santa Cruz County. Baca juga: Inggris Kembangkan Robot untuk Temani Lansia di Panti Jompo Silicon Valley menjadi terkenal karena banyak perusahaan teknologi yang memulai bisnis dan bermarkas di sana, termasuk Apple, Google, Facebook, Oracle, Intel, Nvidia, dan Netflix. Karena ada banyak perusahaan besar



yang lahir di Silicon Valley, kawasan ini menjadi target yang menarik bagi perusahaan pemodal ventura dan juga investor. Tidak hanya itu, separuh dari miliarder teknologi dunia tinggal di Silicon Valley, dan kawasan tersebut saat ini menjadi salah satu daerah terkaya di dunia. Pada Mei 2012, The New York Times melaporkan bahwa 14 persen rumah tangga di Santa Clara County dan San Mateo County berpenghasilan lebih dari 200.000 dollar AS per tahun.



Sumber : <https://sukabumiupdate.com/>

Melansir Business Insider, pada awal 1900-an, kawasan tempat Silicon Valley sekarang berada disebut sebagai “Valley of Heart’s Delight”. Nama itu disematkan karena kawasan tersebut dipenuhi dengan berhektar-hektar kebun buah-buahan, yang saat musim panen menghasilkan pemandangan menakjubkan. Akan tetapi pada 1950-an, industri baru mulai tumbuh di kawasan tersebut, yakni produsen dan inovator chip silikon.

Chip silikon merupakan komponen integral dari industri semikonduktor. Hingga hari ini, komponen tersebut digunakan di hampir semua perangkat digital, termasuk telepon seluler, komputer, printer, konsol

<https://www.mentionlytics.com/>



video game, dan bahkan kalkulator. Chip silikon memegang peran fundamental dalam industri digital, sehingga kawasan yang dipenuhi oleh produsen dan inovator chip silikon itu akhirnya menjadi magnet alami bagi siapa pun yang bekerja di bidang teknologi. Kendati demikian, kawasan tersebut belum mendapat julukan Silicon Valley, hingga setidaknya 20 tahun kemudian.

Don Hoefler, reporter berita teknologi untuk tabloid Electronic News, dianggap sebagai orang pertama yang mempopulerkan nama Silicon Valley, dalam kolom yang dia tulis tentang industri semikonduktor di sebuah lembah Santa Clara pada tahun 1971. Namun, tidak ada yang tahu siapa persisnya yang pertama kali memunculkan istilah tersebut. Hoefler pertama kali mendengar istilah Silicon Valley digunakan, saat jamuan makan siang dengan seorang agen pemasaran, yang menyebut Lembah Santa Clara sebagai Silicon Valley atau Lembah Silikon. Beberapa orang mengatakan, julukan Silicon Valley telah ada selama bertahun-tahun, sebelum Hoefler menulis tentang itu. Diduga, julukan itu sudah beredar di antara kontraktor pertahanan East Coast yang melakukan perjalanan bisnis ke Teluk San Francisco.

Mengapa Silicon Valley bisa sukses?

Melansir The Balance, ada beberapa hal yang mendorong kesuksesan Silicon Valley, dan hal-hal tersebut belum tentu berhasil ditiru oleh tempat lain. Misalnya, banyak pendiri perusahaan teknologi terkenal merupakan teman sekolah. Seperti duo pendiri Google, Sergey Brin dan Larry Page, yang sama-sama kuliah di Universitas Stanford. Kedekatan personal membuat orang-orang yang berada di Silicon Valley, lebih mungkin mempromosikan satu sama lain, terlepas dari afiliasi perusahaan. Loyalitas pribadi mereka mengalahkan loyalitas perusahaan.



Kemudian, jaringan profesional yang dibangun dengan baik juga menghasilkan pertukaran informasi yang mudah. Perusahaan-perusahaan di Silicon Valley menemukan bahwa kolaborasi di antara mereka membuat mereka semua lebih sukses. Alasan lain adalah, Negara Bagian California melarang klausul non-kompetisi. Klausul non-kompetisi adalah sebuah klausul yang mengatur bahwa pekerja setuju untuk tidak akan bekerja sebagai karyawan atau agen perusahaan, yang dianggap sebagai pesaing atau bergerak pada bidang usaha yang sama. California melarang klausul itu. Artinya, pekerja dapat meninggalkan perusahaan untuk bergabung dengan perusahaan lain yang sejenis, atau memulai perusahaan mereka sendiri guna menguji ide-ide baru.

Kemajuan di bidang teknologi Kesuksesan Silicon Valley juga didukung oleh banyak universitas terkemuka di sekitar kawasan tersebut. Banyak pendiri perusahaan merupakan lulusan Universitas Stanford. Universitas lain seperti, Universitas California di Berkeley, San Jose State, dan Community College, juga menyumbang lulusan yang bekerja sebagai staf serta tenaga teknis terlatih. Lalu, alasan yang sering diabaikan adalah keragaman budaya yang ada di Silicon Valley. Antara tahun 1995 hingga 2005, lebih dari separuh perusahaan baru di kawasan tersebut didirikan oleh para imigran.

Kawasan tersebut menjadi magnet bagi para insinyur top dari seluruh dunia, terutama India dan China. Keberagaman budaya mengarah pada inovasi selama semua orang berfokus pada tujuan bersama mereka. Pada intinya, Silicon Valley bukan hanya tempat perusahaan-perusahaan teknologi besar berkantor, melainkan sebuah ekosistem yang saling mendukung untuk mendorong terciptanya kemajuan di bidang teknologi. *Sumber <https://www.kompas.com>*



1.2.2 Perkembangan Technopreneurship di Indonesia

Perkembangan teknologi di berbagai sektor di Indonesia terus berlangsung, tidak terkecuali dalam bidang teknologi informasi yang sangat pesat sekarang. Pemerintah Indonesia menekankan agar masyarakat menjadi seorang entrepreneur yang ketinggalan zaman, dengan menggunakan teknologi sebagai pendongkrak usahanya, seperti penggunaan website online. Pada sisi jumlah dan kualitas harus diakui wirausahawan Indonesia masih kalah jumlah dan kapasitas. Hal itu lebih disebabkan minimnya dukungan dari ekosistem pemungkin pertumbuhan wirausahawan. Padahal menurut Tech In Asia, 95% bisnis di Indonesia adalah startup di bidang teknologi informasi dan komunikasi. Saat ini perusahaan-perusahaan e-commerce, salah satu technopreneur yang sedang tumbuh pesat, mulai dari toko online sampai startup. Perkembangan technopreneur di Indonesia sejak 2014 masih terbilang kecil. Tercatat, baru ada 1.56% technopreneur dari total keseluruhan populasi masyarakat Indonesia. Hal itu tentu sangat jauh dengan jumlah entrepreneur Indonesia yang sudah mencapai angka 56.5 juta orang.

Dirjen Aplikasi Telematika Kementerian Komunikasi dan Informatika, Bambang Heru Tjahjono juga mengakui fenomena itu, namun ia mengungkapkan bahwa technopreneur memiliki potensi yang besar untuk terus berkembang di masa mendatang. Ditambah lagi dengan semakin banyaknya pengusaha muda di bidang teknologi kreatif, membuktikan bahwa potensi besar dimiliki bangsa Indonesia.

Perkembangan bisnis di bidang teknologi, sebagian besar dihasilkan dari sinergi antara technopreneur yang umumnya berpartisipasi dengan berbagai pusat riset, bersama penyedia modal yang akan digunakan dalam berbisnis. Hubungan tersebut akan mendorong



pertumbuhan bisnis teknologi yang ada di beberapa negara. Jika kita perhatikan, di negara kita saat ini, telah banyak penemuan baru yang diciptakan oleh teknopreneur.

Sekarang banyak entrepreneur yang menciptakan inovasi baru, sangat bermanfaat dari segi ekonomi maupun teknologi. Technopreneur di Indonesia berkembang dengan pesat melalui dua proses kunci, yaitu para pengusaha muda yang melakukan inovasi dan memaksimalkan penggunaan teknologi.

1.2.3 Bukit Algoritma : Silicon Valley Versi Indonesia

Indonesia akan membangun kawasan ekonomi khusus (KEK) di Sukabumi, Jawa Barat. Kawasan itu akan dijadikan pusat industri teknologi di Tanah Air. Proyek yang diberi nama Bukit Algoritma itu disebut bakal menyerupai kawasan tempat berkumpulnya perusahaan teknologi di Amerika Serikat, Silicon Valley.

Bukit Algoritma direncanakan akan menjadi kawasan dengan fungsi yang sama seperti Silicon Valley AS. Rencananya, kawasan ini akan dibangun di atas lahan seluar 888 hektare, yang berlokasi di Cikidang dan Cibadak, Sukabumi. Rencana pembangunan proyek bernilai total sekitar satu miliar euro atau setara Rp 18 triliun ini diinisiasi oleh Kiniku Bintang Raya. Perusahaan konstruksi Badan Usaha Milik Negara (BUMN) PT Amarta Karya (AMKA) (Persero) dipercaya sebagai mitra infrastruktur Bukit Algoritma pada tahap pertama selama tiga tahun ke depan.

Ketua Pelaksana PT Kiniku Bintang Raya KSO Budiman Sudjatmiko mengatakan bahwa laksana Silicon Valley, Bukit Algoritma akan menjadi pusat riset dan pengembangan dan sumberdaya manusia

berbasis teknologi 4.0. “Kawasan ini (Bukit Algoritma Sukabumi) akan menjadi salah satu pusat untuk pengembangan inovasi dan teknologi tahap lanjut, seperti misal kecerdasan buatan, robotik, drone (pesawat nirawak), hingga panel surya untuk energi yang bersih dan ramah lingkungan,” ujar Budiman.

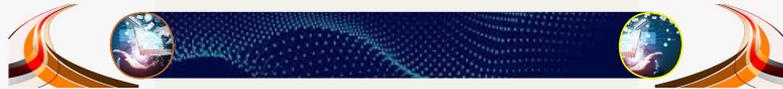
Budiman menjelaskan, tujuan pembangunan kawasan ini yakni untuk meningkatkan kualitas ekonomi 4.0, meningkatkan pendidikan dan penciptaan pusat riset dan pengembangan, meningkatkan sektor pariwisata di kawasan setempat, serta meningkatkan infrastruktur pertumbuhan tangguh berkelanjutan dan pembangunan sumber daya manusia berbasis IPTEK.

Dalam jangka waktu tiga tahun, infrastruktur yang dibangun di kawasan itu antara lain akses jalan raya, fasilitas air bersih, pembangkit listrik, gedung konvensi dan fasilitas pendukung lainnya. Selain itu, kawasan ini akan dekat dengan akses Tol Bocimi (Seksi 2 Cibadak) dan Pelabuhan Laut Pengumpan Regional (PLPR) Wisata dan Perdagangan Pelabuhan Ratu, Bandara Sukabumi yang akan segera dibangun, serta jalur ganda KA Sukabumi. *Sumber : <https://www.republika.co.id>*

1.3 Alasan Terjun ke Dunia Technopreneurship



Technopreneurship telah memainkan peran penting dalam penggunaan teknologi untuk memenuhi berbagai tujuan. Pertama, memudahkan orang untuk tetap berhubungan satu sama lain dan menghasilkan beberapa produk yang tidak dapat diprediksi serta solusi yang bermanfaat bagi banyak orang. Dan kedua, Technopreneur



juga memberikan manfaat lain bagi masyarakat dan bangsa yang memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi dan manusia.

Di zaman milenial ini para technopreneur umumnya didominasi anak-anak muda. Mereka pelaku technopreneur banyak merintis bisnis atau perusahaannya berbasis internet sehingga disebut startup company. Di tahun 2018 ini, jumlah startup di Indonesia semakin menjamur dan menawarkan berbagai produk dan jasa pada konsumen via internet. Contohnya seperti Tiket.com, Bukalapak.com, Freelancer.com, dan lain-lain.

Technopreneur sejatinya adalah orang yang punya kompetensi dan ide cemerlang dalam membuat, berkreasi, & berinovasi atas suatu produk/jasa yang akan dijual ke pasar. Secara umum, ada dua jenis bisnis yang dapat membentuk technology entrepreneur (technopreneur), yaitu: bisnis lifestyle dan bisnis pertumbuhan tinggi (high growth businesses).

Bisnis lifestyle lazimnya tidak tumbuh dengan cepat sehingga kurang menarik bagi pemodal atau investor profesional. Sedangkan bisnis pertumbuhan tinggi memiliki potensi/peluang menghasilkan kekayaan yang besar dengan cepat, berisiko tinggi, tetapi di lain sisi mampu memberikan imbalan atau profit yang besar sehingga menarik bagi pemodal ventura (venture capitalist). Dell, adalah contoh perusahaan yang bisa dikategorikan bisnis pertumbuhan tinggi.

Para technopreneur sebagian besar memulai dan mendirikan usahanya pada usia yang masih muda, sekitar usia 20-an tahun. Mereka sebagian besar memilih untuk fokus mengelola usahanya di bidang teknologi informasi ketimbang harus menyelesaikan studi kuliahnya. Tapi mereka semua termasuk orang-orang yang punya visi & misi yang terarah, tajam, pintar melihat peluang, berani



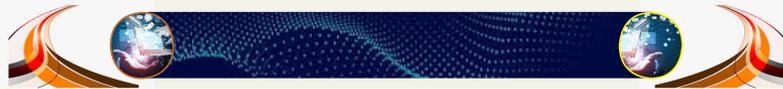
mengambil resiko, tanggap terhadap perubahan zaman dan pastinya ulet dan pekerja keras untuk mewujudkan cita-citanya.

Meski bisnis ini sering dianggap “iseng-iseng berhadiah”, namun omsetnya yang didapat cukup menjanjikan. Untuk itu, kini pengelolaan startup company tak bisa dianggap sebelah mata apalagi main-main. Dikarenakan para pelaku technopreneur kebanyakan anak muda atau generasi milenial, mereka dituntut untuk selalu berani berbeda dan mencoba sesuatu yang baru. Tak jarang beberapa startup company rintisan para technopreneur muda mengalami kegagalan. Alasannya, karena sang pemilik sudah merasa sukses dengan pencapaian bisnisnya, sehingga malas untuk berkarya dan mencoba hal baru.

Mengapa Generasi Milenial?

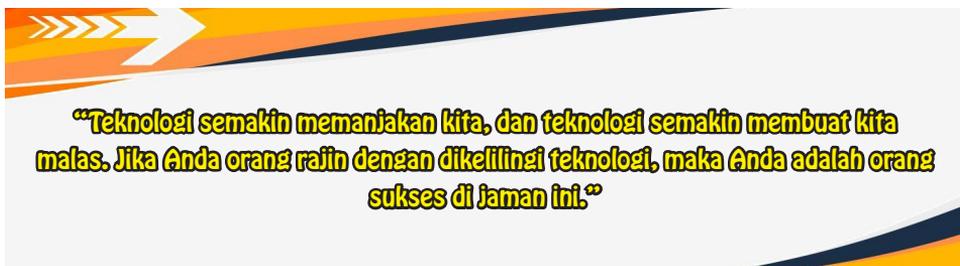
Mengapa era milenial? Untuk menjawab pertanyaan tersebut, terdapat lansiran laporan riset National Chamber Foundation (NCF, 2013) yang dimuat oleh Detik, menjelaskan, bahwa generasi milenial adalah generasi yang kontradiksi, dengan ciri karakter begitu ambisius mengejar tujuan utama mereka. Di sisi lain generasi Y (Young Technopreneur / istilah sebutan Y-tech) sangat terbuka dalam menghadapi perbedaan. Hasil riset yang menjelaskan generasi milenial atau Young Technopreneur memiliki motivasi dan mental yang kuat, tidak sedikit yang sudah membuahkan hasil dengan produk layanan startup menjanjikan. Sehingga startup akan cukup memuaskan untuk membantu keseharian masyarakat di era digital. Walau, dari generasi Y memiliki karakter tidak mau bersusah payah, namun dalam kajian penelitian NCF, generasi Y sangat senang untuk melakukan pekerjaan dianggap banyak orang remeh.

Sejalan dengan hal tersebut, jika dikaji lebih dalam lagi mengenai alasan mengapa di generasi milenial yang memegang peranan penting soal kondisi “wajah” digital nasional. Seorang tokoh ekonomi



yang pernah meraih nobel perekonomian dunia, Herbert Simon pun meramalkan bahwa di tahun generasi Y akan sangat dipenuhi dengan luapan banjir informasi teknologi maupun pengetahuan secara mudah.

Beberapa lansiran laporan jurnal yang dilakukan Accenture, menyebutkan, bahwa generasi milenial yang berkisar umur 18–34 tahun, cenderung aktif dalam mobilitas teknologi. Dalam temuan penelitian Accenture, untuk generesi milenial diyakini akan menentukan tren, yang kemudian mereka memiliki karakter untuk selalu menjadi yang terdepan dalam penggunaan produk atau layanan terbaru. Ini artinya, generasi Y di tahun kelahirannya sudah dimulainya perkembangan infrastruktur teknologi dan media sosial yang kian tahun makin meningkat. Yang akhirnya ditandai dengan hadirnya seperti Facebook sebagai media sosial terbesar untuk saling berkomunikasi satu sama lainnya.



Di era teknologi-informasi seperti saat ini, sulit dibayangkan jika ada orang yang masih menutup diri pada kemajuan teknologi. Pasalnya, teknologi sangat membantu untuk kegiatan transaksi dalam usaha. Jadi, inilah beberapa alasan yang perlu kamu ketahui kenapa belajar dan mulai terjun ke dunia Technopreneurship menjadi penting. Bagi yang memiliki minat di bidang entrepreneurship atau kewirausahaan, harus mulai melirik usaha yang berbasis teknologi alias technopreneurship. Di era teknologi-informasi seperti saat ini, sulit



dibayangkan jika ada orang yang masih menutup diri pada kemajuan teknologi. Bagi para pengusaha, teknologi sangat membantu untuk kegiatan transaksi dalam usaha. Meskipun technopreneurship tidak melulu bicara tentang teknologi. Karena sejatinya, teknologi hanyalah salah satu solusi dalam dunia usaha. Mengapa technopreneurship penting buat generasi saat ini?

Berikut ini beberapa alasan kenapa belajar Technopreneurship itu sangat penting dalam menghadapi masa depan.

Teknologi itu Memudahkan

Penggunaan teknologi dalam mengembangkan usaha bertujuan untuk memudahkan segala aktifitas bisnismu. Dengan memanfaatkan teknologi, kamu dapat melakukan efisiensi untuk meningkatkan produktifitas. Kuasailah teknologi. Teknologi akan memberimu peluang untuk memudahkan proses produksi hingga distribusi produk dan jasa yang sedang kamu tekuni. Tidak perlu menunggu dalam waktu yang lama, teknologi membuat semuanya menjadi lebih cepat. Produktivitas pun akan meningkat.

Hidup di Era Teknologi-Informasi

Saat ini, kita hidup di era Teknologi-Informasi, di mana segala sesuatunya serba cepat dan tidak terbatas. Dengan kata lain, tidak terbatas antara jarak, waktu, tempat, dsb. Nah, buat kamu yang baru memulai usaha, kamu bisa mencoba menjalankan technopreneurship dengan memanfaatkan internet untuk mendongkrak usahamu. Misalnya untuk men-display produk yang kamu jual. Tidak perlu menunggu memilih bangunan toko secara fisik, kamu bisa membuat toko online-mu terlebih dahulu. Ingat, informasi yang kita sebar lewat internet akan meluas lebih cepat daripada berpromosi secara offline.



Tinggalkan Cara Manual

Saatnya kamu meninggalkan cara lama dalam melakukan kegiatan usaha. Jadilah seorang entrepreneur yang cerdas. Manfaatkan segala macam teknologi di sekitarmu untuk menjalankan usaha. Misalnya saja, jika kamu biasanya memproduksi kripik secara manual dengan menggunakan pisau dapur sebanyak 10 kg per hari, dengan menggunakan mesin/alat pemotong kamu bisa memproduksi 50 bahkan 100 kg perhari! Wow!

Mengembangkan Inovasi

Inovasi merupakan hal yang wajib bagi pengusaha. Tidak ada usaha tanpa adanya inovasi. Jika kamu masih bingung saat memulai bisnis, mulailah dengan sistem ATM yaitu Amati, Tiru, Modifikasi. Modifikasi di sini tentunya membutuhkan inovasi-inovasi baru yang dapat menghasilkan produk yang lebih berkualitas dari produk sebelumnya. Jangan berinovasi dengan kualitas atau hasil yang lebih buruk! Jadi, teknologi akan membantumu mengembangkan inovasi dalam bisnis, sehingga perlu adanya pengetahuan tentang technopreneurship.

Memperluas Jaringan

Hal terakhir adalah teknologi akan membantumu memperluas jaringan. Misalnya saja dengan memanfaatkan media sosial, kamu akan menemukan ceruk pasar yang tepat untuk menjual produkmu. Lewat pintu tersebut, kamu akan terhubung dengan lebih banyak lagi orang dalam rangka memperluas jaringan bisnismu. Kamu tidak perlu capek-capek mendatangi orang satu persatu untuk menawarkan produkmu, juga menunggu pembeli datang seperti di toko atau mal. Kamu bisa menerapkan sistem jempot bola alias menawarkan langsung ke calon konsumenmu,



tentunya tanpa harus bertatap muka. Manfaatkan pula berbagai kemudahan komunikasi seperti smartphone yang dilengkapi aplikasi chatting (WhatsApp, BBM, Line, Sosial Media, dst.).

Tidak membutuhkan modal besar

Para pendiri perusahaan berbasis teknologi awalnya tidak langsung membuat perusahaan sebesar sekarang yang kita lihat. Sebut saja Facebook awalnya hanya diciptakan mahasiswa di kamar kos-kosannya. Apple kantor awalnya hanya bermodalkan garasi.

Tidak perlu sumber daya yang banyak

Perusahaan EduTech terbesar di Indonesia, Ruangguru tidak merekrut guru-guru tetap melainkan orang yang ingin menjadi guru bisa mendaftar secara online melalui aplikasinya. Begitu juga dengan Gojek, mereka tidak mempunyai armada. Jadi mereka hanya menyediakan aplikasi untuk menghubungkan antara guru dengan murid atau driver dengan penumpang.

Tidak perlu kantor yang besar

Bisnis berbasis teknologi umumnya bisa dikerjakan dimana saja, asalkan ada laptop/PC dan koneksi internet. Tim yang mendukung pun bisa diatur untuk bekerja secara remote dari rumah masing-masing, jadi menghemat biaya sewa gedung untuk operasional bisnis di awal-awal perusahaan berkembang.

Berpotensi mendapatkan Valuasi Besar

Jumlah valuasi perusahaan teknologi di Indonesia maupun di dunia sangat besar jumlahnya. Bahkan jika perusahaan teknologi tersebut benar-benar bisa memberikan dampak ekonomi untuk masyarakatnya akan sangat cepat memiliki nilai valuasi yang tinggi. Contohnya perusahaan Gojek yang saat ini bernilai triliunan.



Bisa dimulai dari rumah

Perusahaan-perusahaan raksasa sekelas Apple, Microsoft, Google, atau Amazon awalnya hanya dimulai dari garasi rumah. Oleh karena itu, Technopreneurship pun bisa dimulai dengan bermodalkan prinsip dan inovasi sehingga perusahaan bisa dijalankan sesederhana itu.

“Teknologi telah menggantikan peran para pekerja. Lalu kemana para pekerja itu? Yakni ikut bereabung dalam dunia kenikmatan yang dulunya hanya dinikmati para penguasa dan orang bermodal.”

Kesimpulan

Menurut Gregory (2003) sejarah membuktikan negara yang dewasa ini menjadi negara maju, dan terus berpacu dengan teknologi/informasi tinggi pada dasarnya dimulai dengan suatu etos kerja yang sangat kuat untuk berhasil. Maka tidak dapat diabaikan etos kerja merupakan bagian yang patut menjadi perhatian dalam keberhasilan suatu perusahaan, perusahaan besar dan terkenal telah membuktikan bahwa etos kerja yang militan menjadi salah satu dampak keberhasilan perusahaannya. Etos kerja seseorang erat kaitannya dengan kepribadian, perilaku, dan karakternya. Setiap orang memiliki internal being yang merumuskan siapa dia. Selanjutnya internal being menetapkan respon, atau reaksi terhadap tuntutan



external. Respon internal being terhadap tuntutan external dunia kerja menetapkan etos kerja seseorang (Siregar, 2000 : 25)

Technopreneur adalah perpaduan dari dua kata technology dan entrepreneur yang dapat diartikan adalah bisnis berbasis teknologi. Technopreneur tentang bagaimana memanfaatkan perkembangan teknologi sedang berkembang pesat menjadi sebuah peluang bisnis. Technopreneur bukan berbicara tentang 'penemuan' namun berbicara soal 'inovasi' dalam rangka menggapai kesuksesan. Dalam ruang technopreneur, bukan penemuan melainkan inovasi adalah kunci untuk mencapai kesuksesan. Ini berarti menemukan solusi untuk masalah dengan menggunakan alat yang sudah ada untuk melayani dunia.

Seorang technopreneur adalah seorang wirausahawan yang melibatkan inovasi teknologi dalam berbisnis. Bagaimana menjadi seorang technopreneur? Kunci di dalam technopreneur adalah bukan penemuan tapi inovasi. Artinya mencari solusi untuk masalah dengan memanfaatkan sumber daya teknologi, dan itu berarti seorang technopreneur harus kreatif, inovatif, dinamis, yang juga paham teknologi karena teknologi memang menjadi pusat perhatian. Dan terakhir dengan etos kerja yang dipunyai niscaya akan menjadikan mereka menjadi tecnopreuner yang tangguh dan penuh inovasi dan kemampuan memanfaatkan teknologi yang terus berkembang.

Technopreneurship sebagai usaha yang sangat terikata dengan ilmu dan teknologi, ketika negara menggunakan pendekatan peningkatan kemampuan teknologi sebagai pendorong peningkatan produksi nasional dan dalam banyak negara sebagai strategi competitive advantage, maka technoprenuersip adalah program yang termasuk didalamnya sebagai bagian integral dari peningkatan kultur kewirausahaan.



Technopreneurship juga harus di bangun dengan pendekatan menyeluruh dan integral, yang dilakukan dengan mengkolaborasikan “budaya” (budaya inovasi, kewirausahaan dan kreativitas), “konsepsi” (konsep inkubator bisnis, penelitian dan pengembangan, knowledge managemen dan learning organization), yang didukung oleh kapabilitas wirausahanya sendiri, koneksitas dan koberatif.

Bab 2

Menjadi Technopreneur Yang Tangguh



Jalan menuju Technopreneur terbuka sangat lebar dengan adanya perkembangan teknologi saat ini, sebuah proses belajar yang begitu mudah dan gampang karena ketersediaan sarana dan prasarana yang begitu mudah, namun hal yang paling mendasar yang harus dimiliki seorang technopreneur sejati adalah memiliki 'motivasi'. Motivasi diri tidak diajarkan di bangku sekolah ataupun bangku kuliah, sikap harus dipelajari dan didapatkan saat kita berbaur dengan lingkungan sekitar, maka ada beberapa ciri dan watak mendasar yang harus dimiliki seseorang untuk bisa berhasil menjadi technopreneur,



“Janganlah pernah menyerah ketika Anda masih mampu berusaha lagi. Tidak ada kata berakhir sampai Anda berhenti mencoba.”
Brian Dyson

2.1

Membangun Motivasi Diri



Berbagai istilah digunakan untuk menyebut kata ‘motivasi’ (motivation) atau motif, antara lain kebutuhan (need), desakan (urge), keinginan (wish), dan dorongan (drive). Dalam hal ini, akan digunakan istilah motivasi yang diartikan sebagai keadaan dalam pribadi seseorang yang mendorong keinginan individu untuk melakukan kegiatan-kegiatan tertentu guna mencapai tujuan.

Setiap manusia pasti pernah merasakan yang namanya kehilangan arah hidup. Penyebabnya bermacam-macam; mulai dari kegagalan meraih sesuatu, kemalasan yang berkepanjangan, sampai putus cinta.

Sebagai manusia biasa rasa lelah dan penat terkadang membuat semangat seseorang menurun. Motivasi dalam diri kurang sehingga penyelesaian sebuah pekerjaan menjadi tertunda. Sebaliknya, seseorang yang memiliki dorongan kuat secara psikologis akan



memacu semangat dan motivasi untuk mengerjakan tugas tersebut. Manfaat dan pentingnya motivasi yang perlu diketahui agar setiap orang bisa melakukan semua pekerjaan yang menjadi tanggung jawabnya dengan baik.

Motivasi juga berpengaruh sebagai pendorong perbuatan dan mengarahkan Anda mencapai tujuan. Meski merasa lelah, penat dan stress, berkat motivasi yang kuat membuat Anda tidak pantang menyerah dan menyelesaikan pekerjaan. Alam bawah sadar akan terus mengingatkan diri sendiri untuk bekerja mencapai tujuan yang diinginkan. Manfaat dan pentingnya motivasi yang diterapkan ini akan mendorong jiwa yang lebih positif dan produktif.

Motivasi dapat diartikan sebagai kekuatan (energi) seseorang yang dapat menimbulkan tingkat persistensi dan entusiasmenya dalam melaksanakan suatu kegiatan, baik yang bersumber dari dalam diri individu itu sendiri (motivasi intrinsik) maupun dari luar individu (motivasi ekstrinsik).

2.1.1 Sadari Bakat dan Kemampuan serta Terus Berlatih

Terkadang tantangan dalam hidup kita bisa dibilang “biasa” bila dibandingkan tantangan yang dialami oleh orang lain yang terus berusaha lebih keras dari kita menghadapi masalah yang lebih besar. Semua usaha yang Anda lakukan tidak akan sia-sia asalkan Anda tidak menyerah dan mampu menghadapinya sampai akhir. Jangan sampai berhenti berusaha karena Anda berpikir bahwa usaha Anda akan sia-sia. Ingat bahwa masih banyak orang-orang di luar sana yang memiliki masalah lebih berat dari Anda namun tidak pernah menyerah untuk menghadapinya.



Sumber : republika.co.id

Ada beberapa alasan yang orang kemukakan mulai dari malas sampai merasa sudah hebat, sudah berada di atas, bahkan sudah merasa maksimal. Namun, tahukah Anda bahwa untuk menjadi seorang achiever sejati kita tidak bisa melepaskan latihan dari hidup kita? Lihatlah bagaimana orang-orang di bawah ini meskipun mereka sudah menjadi yang teratas, tetapi tidak lantas berpuas diri dan terus berlatih.

Sebagai pelari tercepat di dunia sepanjang masa, kualitas Usain Bolt di lintasan lari memang tidak perlu diragukan lagi. Tapi tahukah kamu bahwa dulunya Usain Bolt adalah seorang pemain kriket bukan pelari seperti saat ini? Ya, pada saat di SMA, Bolt bermain kriket untuk klub di sekolahnya itu. Tetapi, sang pelatih menyadari bahwa Bolt memiliki kemampuan berlari yang luar biasa.

Dengan sedikit nasehat dari pelatihnya, Bolt banting setir dan mulai mempercayai bahwa bakat lari yang dimiliki dapat merubah masa depannya. Hingga pada akhirnya Bolt memulai debutnya sebagai seorang pelari profesional pada tahun 2001 dalam kejuaraan Dunia Yuniior di Hongaria.

Walau belum meraih keberhasilan pada saat itu, Usain Bolt terus berlatih keras dan mengubah gaya hidup karena menyadari bakatnya tidak boleh disia-siakan. Sekarang, Atlet lari asal Jamaika tersebut berhasil merengkuh sembilan medali emas olimpiade dan mencetak berbagai rekor dalam olahraga lari.



Apapun profesi kita saat ini, salesman, pelajar, dokter, ibu rumah tangga, atau apapun itu, semua orang selalu mengharapkan yang terbaik. Atasan, guru, pelanggan, pasangan, serta keluarga tentunya tidak ingin hanya mendapatkan hasil yang biasa-biasa saja dari diri kita. Dan untuk mempersembahkan hasil yang sempurna maka suka atau tidak kita harus terus melatih diri.



“Berlatih ketika ia ingin berlatih dan berlatih ketika ia tidak ingin berlatih.” (Peter Vidmar Pemenang Medali Emas Olimpiade)

Seorang salesman yang melatih kemampuannya secara kontinyu akan dapat menjual lebih banyak dari rekannya. Seorang mahasiswa yang mau berlatih sebelum ujian akan mendapat nilai lebih baik dari yang lainnya. Seorang ibu rumah tangga yang mau melatih keahliannya dalam memasak, misalnya akan menjadi isteri yang lebih menarik daripada ibu-ibu lainnya. Ya, jika kita berlatih dulu sebelum kita memainkannya, kita tidak akan mengalami kesulitan ketika kita benar-benar memainkannya. Jika kita berlatih dulu sebelum menjual, kita tidak akan mengalami kendala ketika kita benar-benar berada di hadapan customer.

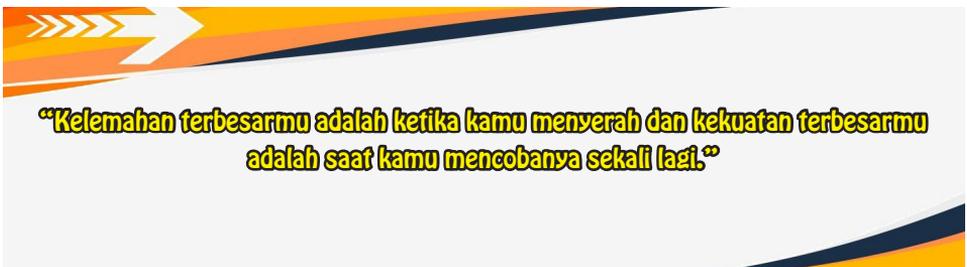
Sylvia Boorstein, seorang penulis juga berpesen, “Bila saya ingin memiliki otot kekar, saya harus tekun berlatih mengangkat beban. Bila saya menginginkan kehidupan penuh cinta, damai tanpa ketakutan, maka saya harus berlatih mengatasi kemarahan, keserakahan, dan ketidaktahuan. Hidup itu ibarat sebuah gedung olahraga yang lengkap. Dalam setiap keadaan, selalu ada kesempatan untuk berlatih.”



Zig Ziglar pakar motivator pernah ditanya, *"Kalau Anda berceramah, tentu tidak perlu banyak waktu untuk mempersiapkannya karena Anda akan sudah sering menyampaikan ceramah yang sama berulang-ulang?"*

Ia menjawab, *"Saya memerlukan sedikitnya persiapan sebanyak tiga jam untuk bahan yang sudah saya ketahui, kalau yang belum pernah saya bawakan lebih lama lagi."*

Latihan akan menjadi proses belajar yang ampuh untuk dapat meningkatkan kualitas diri. Ketika kita menemukan kesalahan dan kegagalan dalam proses latihan, kita akan menemukan proses belajar yang bermanfaat. Kita dapat memperbaikinya di kesempatan yang akan datang. Dengan berlatih kita akan tahu kesalahan-kesalahan yang harus dihindari. Dengan latihan kita juga akan menemukan ilmu-ilmu baru yang berguna untuk menjemput kesuksesan.



"Kelemahan terbesarmu adalah ketika kamu menyerah dan kekuatan terbesarmu adalah saat kamu mencobanya sekali lagi."

2.1.2 Memompa Semangat Kerja Keras

Sukses tidak terjadi secara kebetulan. Dibutuhkan tindakan strategis ke arah yang benar untuk sampai ke sana. Kesuksesan tidak terjadi dalam semalam juga. Ada lebih banyak kegagalan selama perjalanan daripada yang dibolehkan oleh sebagian besar orang untuk mengakuinya. Pada akhirnya, itu semua tentang seberapa keras Anda bekerja pada hal yang benar dan sesuatu yang akan



membuat Anda lebih dekat dengan tujuan Anda. Tetapi untuk mau menginvestasikan waktu, energi, dan fokus Anda yang berharga, Anda harus benar-benar memahami mengapa kerja keras itu penting. Inilah alasan utamanya.

Kerja keras tidak pernah membunuh siapa pun, tetapi terlalu banyak waktu luanglah yang kerap mengakibatkan kematian. Semua orang setuju bahwa bekerja membuat hidup kita lebih hidup. Karena dengan bekerja kita memiliki kesempatan untuk mengaktualisasikan diri, menyalurkan hobi dan kesenangan, menunjukkan bakat dan potensi kita, bertemu dengan banyak orang yang menyenangkan, mempelajari sesuatu yang belum pernah kita ketahui sebelumnya, mendapat penghasilan, dan masih banyak lagi hal yang kita dapat dan alami, hal yang tidak akan dijumpai oleh seorang pengangguran.

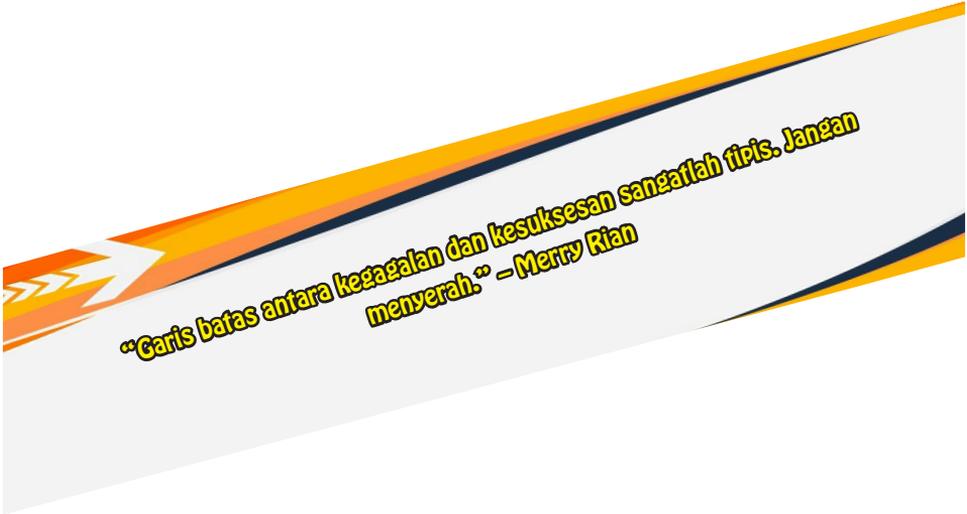
Kerja keras memberi Anda tujuan, itu membantu Anda mengatasi kemalasan, penundaan, keraguan Anda, ketakutan akan kegagalan, rasa tidak aman, dan kebiasaan buruk Anda.

Anda akan belajar untuk bertekun. Kerja keras membantu menemukan cara untuk menghargai setiap hal yang Anda miliki dan tekad untuk mendapatkan yang lebih baik. Anda akan belajar bersabar, mengambil tindakan daripada menunggu hal-hal baik terjadi. Kerja keras mengajarkan Anda untuk bisa bertanggung jawab atas semua yang Anda miliki atau tidak miliki dalam diri Anda.

Bekerja memang melelahkan, apalagi bagi Anda yang sering lembur. Bekerja juga memiliki risiko yang tidak kecil, kita bisa melakukan kesalahan fatal, ditegur, diwajibkan mengganti biaya kerugian, di-PHK, dan hal-hal lainnya yang dapat menguras emosi, energi, bahkan air mata. Namun, tidak bekerja pun memiliki risiko yang sama besarnya, yaitu tersiksa karena tidak dapat melakukan apa-apa (stres), tidak dapat mengekspresikan diri, dan tentu saja tidak



dapat menyejahterakan hidup kita sendiri. Bukankah lebih baik aus daripada berkarat? Lebih baik bekerja meskipun berat daripada hidup nyaman, tetapi tidak menghasilkan apa-apa.



“Garis batas antara kegagalan dan kesuksesan sangatlah tipis. Jangan menyerah.” – Merry Riana

Merry adalah motivator ulung Indonesia. Kiprahnya sudah tak asing lagi. Melalui kalimat motivasi di atas, Merry ingin membuatmu percaya bahwa kegagalan tak lantas menutup pintu suksesmu. Ketika kamu merasa gagal, padahal usaha maksimal sudah dilakukan untuk mendapatkan hasil terbaik, jangan langsung menyerah. Karena kata Merry Riana, garis antara kesuksesan dan kegagalan sangat tipis. Jangan sampai kamu memutuskan menyerah padahal kesuksesan tinggal selangkah lagi kamu raih.

Riset yang dilakukan oleh Gallup International yang menunjukkan bahwa hanya 1 dari 4 karyawan masuk kategori engaged. Artinya hanya 26 % karyawan yang merasa terlibat dengan pekerjaan dan perusahaannya. Mereka mencintai apa yang mereka kerjakan dan mereka bersemangat untuk datang bekerja.



Sedangkan 2 dari 4 karyawan disengaged, artinya sekitar 55 % karyawan acuh. Mereka memencet mesin absensi, tetapi hati dan pikiran mereka kemana-mana. Terakhir 1 dari 5 Karyawan *actively disengaged* atau 19 % karyawan aktif acuh mereka karyawan acuh yang menyebarkan kegalauannya, seberapa jauh mereka tidak puas pada boss-nya, rekan kerja, atau perusahaan pada umumnya.

(Source: Galup *Management Journal* 2001).

Karyawan yang termasuk dalam kategori “*Disengaged*” dan “*Actively Disengaged*” sudah jelas membahayakan perusahaan karena mereka tidak memiliki motivasi dalam bekerja. Mereka umumnya tidak puas dengan apa yang mereka peroleh, tidak puas dengan atasannya ataupun dengan lingkungan kerjanya. Lebih buruk lagi, mereka pun berpotensi menyebarkan ketidakpuasannya tersebut dan mempengaruhi rekan-rekan lainnya untuk bersikap destruktif.

Sebagai seorang achiever, mari pandanglah pekerjaan kita sebagai sebuah anugerah besar, yaitu sebagai karunia Tuhan dan kesempatan emas. Bukan sebaliknya, melihatnya sebagai suatu beban, hal yang menjemukan, serta hal yang melelahkan dan terus- menerus mengeluhkannya. Jadi, selama Tuhan masih memberi kita kesehatan dan kekuatan, bekerjalah dengan sebaikbaiknya. Hidup akan terasa menjadi berat bukan karena kita mempunyai terlalu banyak hal yang harus dikerjakan, tetapi karena kita tidak mempunyai beban apapun untuk dipikul.

2.1.3 Selalu Berpikir Positif

Sikap mencerminkan dari kepribadian seseorang, dan pikiran memberi peran yang besar terhadap sikap seseorang. Itulah mengapa berpikir positif membuat perbedaan besar dalam hidup kita. Sikap yang baik dimulai dengan berpikir positif. Berpikir positif memiliki peran penting dalam pembentukan setiap individu. Kekuatan berpikir positif merupakan unsur yang terpenting dalam menciptakan jenis kehidupan Anda.

Ada perbedaan kecil yang cukup signifikan pada diri setiap orang, dan perbedaan kecil itu dapat menjadi perbedaan yang cukup besar. Sedikit perbedaan tersebut adalah cara berpikir dan sikap. Cara berpikir dan sikap inilah yang membedakan seseorang memiliki sikap positif atau negatif. Arti positive thinking sebenarnya sangat sederhana. Memang benar bahwa ada dua cara utama dalam berpikir yaitu, positive thinking atau negative thinking.

Positive thinking adalah suatu sikap mental yang membuat kita berharap untuk mendapatkan hasil yang baik, bahkan terbaik dan menguntungkan. Ciri-ciri positive thinking di antaranya adalah selalu bersikap tenang, berpikir positif, tidak mudah khawatir dan selalu berusaha untuk bersikap bijak dalam menghadapi ujian kehidupan.

“Berpikir positif akan membiarkan Anda melakukan segala sesuatu lebih baik daripada berpikir negatif.” - (Zig Ziglar)



Orang-orang dengan positive thinking akan berusaha sekuat tenaga untuk berkonsentrasi terhadap penyelesaian masalah daripada menyesali keadaan seakan-akan dirinya lah yang paling menderita. Umumnya hidup mereka akan selalu bahagia karena mereka tidak mempedulikan pikiran negatif yang mencoba mengganggu pikiran mereka.

Hasil riset menunjukkan bahwa ketika seseorang bersikap optimis dan mempertahankan positive thinking dalam menghadapi keadaan yang mengecewakan, mereka cenderung lebih fokus pada hal-hal yang dapat mereka lakukan untuk menyelesaikan situasi tersebut. Dengan kata lain, mereka tidak memikirkan hal-hal yang tidak dapat mereka ubah, namun fokus pada hal-hal apa yang mereka bisa lakukan. Mereka langsung menyusun rencana tindakan, meminta bantuan dan nasihat bijak dari orang-orang terpercaya.

Kisah Inspiratif



Suatu ketika seorang pria menelepon Norman Vincent Peale. Ia tampak sedih. Tidak ada lagi yang dimilikinya dalam hidup ini. Norman mengundang pria itu untuk datang ke kantornya.

“Semuanya telah hilang. Tak ada harapan lagi,” kata pria itu.

“Aku sekarang hidup dalam kegelapan yang amat dalam. Aku telah kehilangan hidup ini.”

Norman Vincent Peale, penulis buku “The Power of Positive Thinking”, tersenyum penuh simpati.

“Mari kita pelajari keadaan anda,” kata Norman dengan lembut.

Pada selembar kertas ia menggambar sebuah garis lurus dari atas ke bawah tepat di tengah-tengah halaman. Ia menyarankan agar



pada kolom kiri pria itu menuliskan apa-apa yang telah hilang dari hidupnya. Sedangkan pada kolom kanan, ia menulis apa-apa yang masih tersisa.

“Kita tak perlu mengisi kolom sebelah kanan,” kata pria itu tetap dalam kesedihan.

“Aku sudah tak punya apa-apa lagi.”

“Lalu kapan kau bercerai dari istrimu?” tanya Norman.

“Hei, apa maksudmu? Aku tidak bercerai dari istriku. Ia amat mencintaiku!”

“Kalau begitu bagus sekali,” sahut Norman penuh antusias.

“Mari kita catat itu sebagai nomor satu di kolom sebelah kanan “Istri yang amat mencintai”. Nah, sekarang kapan anakmu itu masuk penjara?”

“Anda ini konyol sekali. Tak ada anakku yang masuk penjara!”

“Bagus! Itu nomor dua untuk kolom sebelah kanan “Anak-anak tidak berada dalam penjara.” kata Norman sambil menuliskannya di atas kertas tadi. Setelah beberapa pertanyaan dengan nada yang serupa, akhirnya pria itu menangkap apa maksud Norman dan tertawa pada diri sendiri.

“Menggelikan sekali. Betapa segala sesuatunya berubah ketika kita berpikir dengan cara seperti itu,” katanya.

Kata orang bijak, bagi hati yang sedih lagu yang riang pun terdengar memilukan. Sedangkan orang bijak lain berkata, sekali pikiran negatif terlintas di pikiran, duniapun akan terjungkir balik.....

Maka mulailah hari dengan selalu berfikir positif.....



Setelah kita mampu mengelola pikiran dan mengubah setiap cara pandang yang negatif menjadi lebih positif, segera tindak lanjuti dengan hal-hal yang baik pula. Intinya, jangan berhenti pada cara pikir yang baik saja. Apabila kita hanya berpikir yang baik-baik, berpikir tentang kesuksesan, kebahagiaan, dan kesehatan, tetapi tidak melakukan apa-apa untuk meraihnya, kita pun tidak akan pernah mendapatkan apa pun juga.

Hasil yang kita harapkan tidak akan terwujud hanya dengan mengkhayalkannya. Uang tidak akan langsung jatuh dari langit saat kita membayangkannya. Kita tidak akan bisa hidup sehat hanya dengan memikirkannya, tetapi kita perlu melakukan tindakan yang nyata, seperti menjaga pola makan, berolahraga, mempunyai gaya hidup sehat, dan sejenisnya.

2.1.4 Menghargai Hal-Hal Kecil dalam Hidup

Setiap manusia pasti menginginkan kesuksesan dalam hidupnya. Sukses bukanlah sebuah kebetulan tapi sukses adalah sebuah formula yang jelas dan setiap orang-orang sukses memiliki pola pikir yang sama. Orang sukses memiliki prinsip untuk tidak menyepelekan banyak hal di dalam hidup ini, baik itu yang kecil maupun yang besar. Karena setiap hal yang terjadi pasti memiliki alasan tersendiri di baliknya yang mungkin saja akan memberikan pelajaran yang berharga untuk masa depan.

Pikiran kita pun dipenuhi berbagai ambisi yang ingin kita wujudkan secepat mungkin. Kita tidak pernah menikmati prosesnya; apa yang kita rasakan hanyalah penantian yang terasa panjang untuk bisa sampai ke "suatu hal besar". Kita begitu bersemangat mengejar hal-hal besar hingga kita melupakan hal-hal kecil yang seharusnya mengarah pada hal-hal besar. Maka kita pun cenderung mengabaikan

hal-hal kecil dalam hidup kita. Hal-hal kecil adalah segala sesuatu yang tampaknya begitu sepele dan kita berpikir tidak apa-apa untuk melewatkannya karena suatu waktu akan terjadi kembali atau pihak yang bersangkutan akan memakluminya andaikata kita mengabaikan itu.

Amazon.com yang didirikan oleh Jeff Bezos. Bezos memulai bisnisnya di garasi dengan dibantu beberapa orang pegawai. Bisnis ini diberi nama Amazon dan berhasil menjual buku pertamanya pada Juli 1995. Perusahaan ini pada mulanya hanyalah sebuah toko buku, kemudian meluas ke compact disc, ke lelang, dan sekarang sudah mempunyai ribuan produk.



Sumber : www.newsweek.com

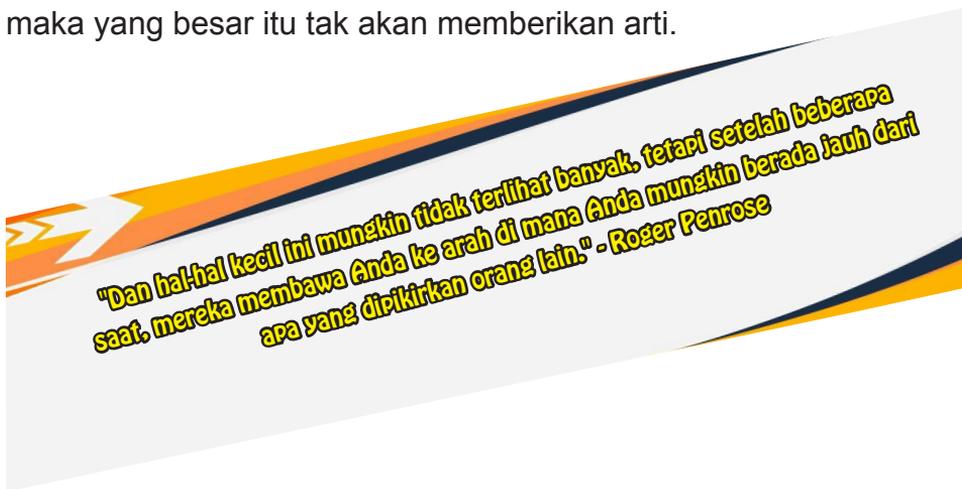
Pada tahun 1996 situs Amazon.com berhasil membukukan 15,7 juta dolar. Dua tahun kemudian telah melonjak menjadi 600 juta dolar. Situs ini sudah mempunyai konsumen yang tersebar di seluruh dunia sehingga menjadi toko online terbaik tahun 2002 versi majalah Yahoo. Mengapa Jeff menamai perusahaannya dengan Amazon? *“Karena sungai Amazon merupakan sungai terbesar di dunia,”* kata Bezos. Sungai Amazon menampung 20% air bersih dunia. Jeff Bezos bermimpi perusahaannya kelak akan menguasai 20% pasar dunia.

Seperti halnya besar dan kecil, kita sering menghargai yang karena menurut kita yang besar yang lebih membuat hidup berarti sehingga kita sering melupakan hal yang kecil. Jika hal ini terjadi maka yang ada bahwa kita menjadi seorang yang berobsesi hanya terhadap hasil tanpa melihat proses yang mendahuluinya.



Bukalah mata hati dan pikiran lebar-lebar bahwa banyak peristiwa yang hanya melihat hasil akhirnya pada proses sering terjadi kegagalan. Sekecil apapun usaha kita sekecil apapun yang kita terima dan sekecil apapun yang harus kita kerjakan maka kitapun harus memberikan porsi yang sama untuk mereka. Ketika kita sudah meremehkan yang kecil maka yang besar tak akan pernah mampu kita raih.

Hargailah sekecil apapun yang kita terima karena bisa jadi yang kecil itulah yang mampu mengantarkan kita pada indahnya kehidupan akhirat kelak. Karena sebagai manusia terkadang kitapun memiliki keterbatasan untuk melakukan sesuatu yang lebih besar dan hanya mampu melakukan hal-hal yang kecil dan bisa jadi pula yang kecil itu kita lakukan karena ikhlas sedangkan yang besar dalam melakukannya sering kita dihindangi dengan kesombongan. Jika hal demikian terjadi maka yang besar itu tak akan memberikan arti.



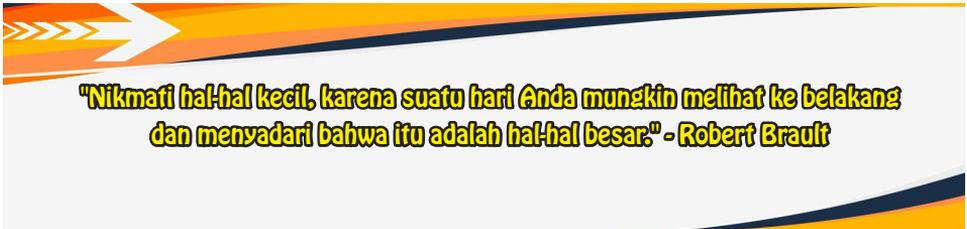
Sebagian kita memang cenderung suka terobsesi melakukan hal besar untuk membuat dampak besar pula. Di sisi lain kita juga terbiasa menghargai sesuatu yang terlihat hebat, istimewa, sulit dilakukan, dan lain-lain yang identik dengan kebersaran. Tidak masalah juga ketika seseorang besemangat melakukan sesuatu yang berdampak besar. Tapi hal besar juga dimulai dari yang kecil.



Apakah kita termasuk tipe orang yang baru mau bekerja bila gajinya cocok dengan kita? Jika itu yang kita lakukan, selamanya kita tidak akan mendapatkan kesempatan untuk bekerja dan menuai sukses. Karena orang-orang sukses memulai kariernya dengan hal-hal yang tidak cocok dengan mereka, entah itu gajinya yang rendah dan belum cukup untuk memenuhi kebutuhan keluarga, lingkungan kerja yang buruk, atasannya yang otoriter, rekan kerja yang curang dan suka menusuk dari belakang, dan lain-lain.

Namun, di tengah ketidakcocokan itu mereka tetap setia, tekun, pantang menyerah, memberi yang terbaik yang mereka bisa, tidak hitung-hitungan dengan berkata, *“Ya, karena saya masih dibayar kecil jadi tak perlulah bekerja sampai mati-matian. Toh, bila saya bekerja keras pun tidak akan ada yang memperhatikan. Toh, gaji yang saya terima setiap bulan akan tetap sama.”*

Cara berpikir yang demikian adalah cara pikir yang sempit dan tidak akan mendatangkan kemajuan bagi siapapun. Namun, bagi seorang yang bermental juara pemikirannya akan berbeda. Ia akan memanfaatkan setiap kesempatan yang datang, meskipun itu baru berupa benih yang kecil. Bila pekerjaan yang ia terima saat itu kecil, tidak dipandang orang, tetapi tekun dikerjakan dan dijalani dengan rasa syukur, percayalah di kemudian hari ia pasti berhasil.



"Nikmati hal-hal kecil, karena suatu hari Anda mungkin melihat ke belakang dan menyadari bahwa itu adalah hal-hal besar." - Robert Braut



Sebagian hal hebat biasanya memang tidak didapatkan dengan mudah. Butuh usaha dan perjuangan serta keberanian untuk mencapai tujuan besar. Pekerjaan yang sekarang tengah kamu geluti sebenarnya sangat bisa menjadi batu loncatan yang berguna di masa depan. Apalagi jika kamu ingin cepat melakukan lompatan karir ke posisi yang lebih tinggi.

Jadi, bila Anda sedang menjalani pekerjaan sebagai sales, asisten manajer, asisten dosen, penjaga gudang, tukang batu, office boy, apapun itu yang saat ini masih terlihat tidak ada apa-apanya. Kerjakanlah dengan sungguh-sungguh dan dengan usaha terbaik. Datanglah lebih awal dari yang lain, layanilah lebih ramah dari yang lain, berilah lebih banyak dari teman-teman Anda, lakukan lebih dari yang diharapkan atasan Anda terhadap Anda maka pimpinan, rekan kerja, pelanggan, pembeli, bahkan Tuhan yang melihat pekerjaan kita akan mengangkat dan memuliakan kita tepat pada waktunya.

2.1.5 Mengembangkan Daya Imajinasi dan Bergaul dengan Ahlinya

Orang yang tidak punya imajinasi seringkali mengalami hidup yang monoton. Ia selalu melewati jalur hidup yang itu-itu saja tanpa variasi berarti. Orang yang 'miskin' imajinasi tidak pernah berpikir untuk mencoba jalan lain ataupun ber-spekulasi melewati jalan yang baru sama sekali. Akibatnya, berkembang perasaan pesimis dan apatis terhadap tujuan hidup. Akhirnya jalan meraih sukses pun semakin buntu.

Bayangkan saja, seseorang yang setiap harinya hanya mengulang ulang rutinitas yang itu itu saja apakah masih menjamin ia tidak kekeringan variasi. Hingga ia kemudian enggan berpikir



apalagi melayangkan imajinasinya merancang gagasan-gagasan cemerlang.

Jika ingin meraih sukses, atau katakanlah ingin berhasil di bidang Anda, jangan ragu mendobrak rutinitas dan melayarkan imajinasi. Tentu saja, berimajinasi juga harus relevan dan masuk akal untuk kehidupan keseharian. Maksudnya, sukses yang Anda imajinasikan adalah sukses yang berkaitan dengan kemampuan Anda. Misalnya, jika Anda seorang penulis pemula, imajinasikan bahwa suatu saat Anda akan menjadi penulis terkenal dan handal. Lalu berlatih dan menulis sebanyak-banyaknya. Dan jika Anda wiraswastawan, bermimpilah bahwa suatu saat Anda akan menjadi pemilik suatu perusahaan yang akan sukses merambah pasar.

Albert Einstein pernah berujar, “Energi mengikuti imajinasi”. Tentu saja, Einstein serius dengan perkataannya. Apalagi Einstein mengamini hukum kekekalan energi. Dia sendiri mengaku telah membuktikannya saat dia ditanya bagaimana dia mampu menghasilkan begitu banyak teori spektakuler, dia menjawab imajinasinyalah yang menjadi salah satu “bahan bakar” dari idenya itu.



"Imajinasi sering membawa kita ke dunia yang tidak pernah ada. Tapi tanpa imajinasi, kita tidak akan pergi kemanapun." - Carl Sagan

Sebelum manusia bisa mendarat di bulan, tak pernah ada yang berfikir bahwa hal itu adalah sebuah kenyataan. Ide mendarat di bulan pada awalnya adalah sebuah mimpi indah yang tak akan pernah terwujud. Namun impian dan imajinasi itu akhirnya berubah menjadi kenyataan ketika seseorang telah membuktikannya dengan pendaratan manusia pertama kali ke bulan. Yang perlu diingat adalah segala sesuatu keberhasilan itu bermula dari impian dan keyakinan dengan didorong oleh kerja keras untuk mewujudkannya. Untuk mencapai jenis kesuksesan yang Anda inginkan, Anda harus mempunyai mimpi besar. Setiap kisah sukses dimulai dengan impian besar. Anda perlu memiliki impian besar bagi diri sendiri (Saya ingin menjadi pengusaha dan terkenal). Anda perlu memiliki visi yang jelas tentang apa yang ingin dicapai. Tetapi ini bukan hanya sebatas mimpi saja. Anda harus aktif menggambarkan (visualisasi) sukses dalam pikiran seakan-akan anda merasakan sebuah kesuksesan, menyentuhnya atau berada dalam jangkauan.



Pengusaha sukses memiliki sikap keterbukaan dan keyakinan bahwa Anda dapat memiliki apa yang Anda inginkan jika Anda hanya dapat membayangkannya sebagai langkah pertama pada jalan tindakan untuk memperolehnya. Kekuatan visualisasi akan memberikan



kekuatan melihat diri anda dalam pikiran anda tentang pencapaian impian anda.

Memang imajinasi dan mimpi tidak pernah bisa terwujud tanpa usaha apa pun. Jika Anda hanya bisa berharap, sambil mengkhayalkan kesuksesan, Anda tidak akan pernah menggenggam sukses itu. Paling tidak, dengan imajinasi yang Anda miliki, Anda harus menyusun langkah dan rencana untuk mencapai tujuan Anda. Karena itu, seorang yang penuh imajinasi pun harus jeli melihat peluang. Jika Anda bisa menggabungkan imajinasi, harapan, rencana, peluang, dan kerja keras, imajinasi Anda akan berubah menjadi sukses yang paling indah dalam hidup ini.

Apapun imajinasi yang kita punyai, kita perlu mengisi pikiran dengan hal-hal yang mendekatkan pada akhir pencapaian. Dahulu anak-anak ketika ditanya cita-cita banyak yang menjawab, "Aku ingin jadi dokter. Kalo aku ingin jadi Polisi. Aku Pilot." Hai ini kerena sumber yang mereka dengar dari orang-orang sekitarnya dan juga orang tua yang menggambarkan profesi hebat dan mewah seorang dokter, polisi dan juga pilot. Namun seiring waktu, saat mereka beranjak dewasa, timbul perubahan cara pandang mereka terhadap profesi yang mereka banggakan saat kecil.

Sumber pemikiran inilah yang mampu membawa imajinasi seseorang mendekati dan menjadi jalan meraih kesuksesan. Kenyataannya pemikiran Anda secara langsung mempengaruhi kinerja Anda, hendaknya pemikiran Anda itu didasarkan pada sumber yang baik." Apakah kita meminta saran kepada orang-orang yang tepat? Berkumpul dengan komunitas yang sehat? Melihat gaya hidup atasan yang positif? Membaca buku referensi yang berkualitas? Bergaul dengan rekan-rekan yang dapat memberi input yang benar, mampu menyemangati saat kita jatuh, tertawa saat kita berada di



puncak sukses, dan bersedia menjadi pendengar yang baik? Jika ya, berarti kita sudah berada pada jalur yang benar dan kesuksesan bukanlah sesuatu yang mustahil untuk diraih. Hal yang dilihat mata dan didengar telinga kita, itulah yang memengaruhi hidup kita. Bila kita melihat sikap, karakter, perilaku yang membangun, dan menarik kita ke atas, cepat atau lambat kita akan mengikutinya. Begitu pula bila kita sering mendengar katakata motivasi, penyemangat, katakata yang menguatkan, pelan dan pasti kita akan menjadi pribadi yang unggul.

Untuk dapat memiliki imajinasi yang benar, sehat, positif, dan dapat membahwa kita pada pencapaian yang besar, kita perlu bergaul dengan orang-orang yang benar, membaca buku-buku yang berkualitas, serta melihat teladan hidup yang memang layak untuk diikuti. Bila kita sudah mengikuti semuanya itu, kita pun dapat membayangkan hal-hal yang benar bagi hidup kita sendiri, bahkan menghasilkan suatu tindakan yang mendekatkan pada keberhasilan.

Banyak ahli ilmu komunikasi yang mengawali kariernya dengan menjadi pendengar yang baik sebelum belajar berbicara. Para pembicara dan pemimpin hebat, umumnya adalah orang-orang yang senantiasa membuka telinga mereka untuk mendengarkan berbagai hal. Mereka tahu betul manfaat mendengarkan orang lain bagi diri mereka sendiri.

Pemikiran mandiri menjadi daya tarik terbesar orang hebat. Orang hebat akan menyampaikan pesan untuk meninggalkan kesan yang positif. Cara mengatur ruang untuk membangun kepercayaan menjadi kunci interaksi orang hebat. Berkumpul dengan orang hebat dapat digunakan sebagai cara belajar tercepat. Kemampuan untuk memahami hal yang dikatakan, disaksikan, dan didengarkan. Belajar untuk memperhatikan cara orang hebat bekerja, mempelajari

cara berpikir, dan cara mengambil keputusan dalam menghadapi persoalan. Orang hebat lebih tahan terhadap tantangan hidup dan penilaian dari orang lain.

2.1.6 Pantang Menyerah dan Selalu Ceria dalam Bekerja

Kita semua hidup pasti pernah melakukan yang namanya kesalahan dan hal itu adalah sesuatu yang sangat manusiawi karena manusia bukanlah makhluk sempurna. Dalam perjalanan menuju kesuksesan, pasti akan ada saatnya technopreneur menemui berbagai kendala, termasuk kegagalan. Tetapi adalah hal yang bodoh bila kita tidak pernah belajar dari kesalahan yang pernah kita perbuat dan sebuah tindakan yang sangat hebat bisa menjadi orang yang lebih baik karena belajar dari kesalahan. Anda tidak akan pernah terlepas



Sumber : <https://fortune.com/>

dari kesalahan dan yang membuat Anda hebat adalah Anda berani untuk bangkit dan memperbaiki kesalahan terus menerus tanpa pernah mengenal lelah.

Taukah kamu tentang siapa pendiri e-commerce Alibaba? Perlu kamu ketahui bahwa pendiri e-commerce Alibaba ini adalah Jack Ma, yaitu seorang yang telah dinobatkan sebagai salah satu orang terkaya di dunia. Untuk mencapai kesuksesan ini tentunya tidak mudah dan

banyak lika-liku yang dialaminya. Jack Ma pernah gagal dalam dunia pendidikannya, bahkan dia juga pernah ditolak saat melamar kerja. Dari kegagalan-kegagalan yang telah alaminya, Jack Ma belajar dan terus bekerja keras dalam memperbaiki kualitas dirinya. Bagi



kamu yang mengalami hal serupa seperti Jack Ma, kamu jangan menyerah dan teruslah berusaha untuk menjadi lebih baik. Jack Ma telah memberikan tips gratis bagi yang ingin sukses. Lalu, apa saja sih kunci sukses ala Jack Ma itu?

Jangan mengeluh dan mempunyai jiwa pantang menyerah

Walaupun kita selalu gagal dalam melakukan sesuatu, kita jangan langsung mengeluh bahkan menyerah. Jack Ma berkata bahwa, kita harus bisa melewati dan menyelesaikan berbagai masalah dan kendala yang kita alami dengan pikiran yang jernih.

Sukses ala Jack Ma, belajar dari kegagalan

Jadikan kegagalan ini sebagai proses pertamamu untuk menuju arah kesuksesan. Jadikanlah kegagalan tersebut sebagai tantangan bagi kamu agar kamu bisa belajar dari kesalahan yang kamu perbuat. Kamu bisa meningkatkan kualitas dirimu dengan belajar dari kegagalan ini. Ciri-ciri orang sukses ini harus melewati berbagai lika-liku masalah. Jika kamu merasa gagal, kamu harus coba lagi. Kamu gagal lagi? Coba lagi dan coba lagi sampai kamu menemukan titik, dimana titik tersebut menandakan stop untuk kegagalan yang kamu alami dan kesuksesan telah didepan matamu.

Sukses ala Jack Ma, berani bermimpi dan berekspektasi

Jack Ma menyatakan bahwa kunci sukses itu harus berani bermimpi dan menjaga mimpi tersebut agar tidak padam. Artinya, kamu harus bisa mengejar mimpi dan mewujudkan ekspektasimu dengan kerja kerasmu. Kamu harus bisa melewati dan menikmati prosesnya, karena menjadi sukses itu tidak ada yang instan.

Carilah inspirasi

Mencari inspirasi ini merupakan hal penting. Jack Ma telah mengakui bahwa dia mendapat inspirasi dari sebuah film. Dia juga bisa berbicara di depan umum berkat inspirasi yang didapatkan dari menonton sebuah film tersebut. Jadi, kamu bisa mencari inspirasi-inspirasi dengan gayamu sendiri, dimana inspirasi inilah yang akan membuat ide-ide di pikiranmu akan bermunculan. Dan dengan ide ini, akan membuatmu bisa lebih berkembang lagi.

2.2

Keterampilan Diri



Untuk menjadi Technopreneur tentulah tidak sekedar mempunyai ilmu bisnis karena perlu mengetahui juga ilmu tentang teknologi baik itu hanya mengetahui atau sampai bisa menggunakannya karena point dari Technopreneur ini terletak pada pemanfaatan teknologi yang menopang perkembangan bisnis yang akan di bangun. Technopreneur mengoptimalkan segenap potensi teknologi yang ada sebagai basis pengembangan bisnis yang dijalankannya.

Seorang technopreneur selalu berusaha “mencari cara baru” untuk meningkatkan utilitas sumber daya yang ada secara efisien. Sebaaimana entrepreneur pada umumnya, technopreneur adalah “pencipta pekerjaan” (*job creator*) dan bukan pencari kerja (*job seeker*). Munculnya start up yang dibuat oleh para technopreneur berfungsi untuk menambah lapangan kerja baru. Selain itu, adanya technopreneur juga dapat meningkatkan sektor industri dalam negeri sehingga bangsa Indonesia bisa tak selalu bergantung dengan produk asing.



Ada tiga hal yang dibutuhkan untuk jiwa-jiwa entrepreneur, mulai dari knowledge (pengetahuan), skill (kemampuan), dan attitude (sikap). Pengetahuan akan mudah didapatkan oleh generasi muda saat ini yang cepat beradaptasi dengan teknologi. Hal yang tak mudah didapatkan ialah sikap atau attitude. Seperti yang diuraikan dalam subab diatas.

Kepribadian technopreneur juga digambarkan McClelland dalam konsep Need for Achievement (N-Ach) yang diartikan sebagai virus kepribadian yang menyebabkan seseorang ingin selaluberbuat lebih baik dan terus maju, selalu berpikir untuk berbuat yang lebih baik, dan memiliki tujuan yang realistis dengan mengambil risiko yang benar-benar telah diperhitungkan.

Kepribadian technopreneur juga digambarkan McClelland dalam konsep Need for Achievement (N-Ach) yang diartikan sebagai virus kepribadian yang menyebabkan seseorang ingin selaluberbuat lebih baik dan terus maju, selalu berpikir untuk berbuat yang lebih baik, dan memiliki tujuan yang realistis dengan mengambil risiko yang benar-benar telah diperhitungkan. Seseorang yang memiliki N-Ach tinggi biasanya lebih menyukai situasi- situasi kerjayang dapat mereka ketahui apakah akan mengalami peningkatan/kemajuan atau tidak. Uang bagi mereka bukanlah tujuan.

Sandiaga Uno mengungkapkan bahwa technopreneur adalah mindset bukan lapangan pekerjaan. Maksudnya, techopreneur adalah menghasilkan solusi dengan pendekatan teknologi dan akan menyelesaikan masalah-masalah yang dihadapi dengan mengadopsi akselerasi dari digitalisasi yang ada. Sehingga, tantangan apa pun yang dihadapi dapat disolusikan dan hal tersebut adalah kiprah dari seorang technopreneur.



Unsur–unsur penunjang technopreneur antara lain faktor soft skill yang dianggap penting bagi seseorang untuk berhasil dalam melewati fase start-up bisnis. Fase start – up bisnis dianggap sebagai fase awal yang sangat menentukan keberanian dalam mengimplementasikan spirit technopreneur.

Keterampilan soft skill dan hard skill yang dibutuhkan (urutan menunjukkan prioritas) dalam melakukan start – up bisnis adalah :

1. Kemampuan Komunikasi
2. Aspek Keteknikan
3. Pembuatan Bisnis Plan
4. Keterampilan Teknis
5. Memanajemen dan Memotivasi Orang

Pengalaman yang bisa membantu technopreneur dalam melakukan set up bisnis (urutan menunjukkan prioritas) adalah :

1. Mengikuti proyek bisnis (magang)
2. Mengikuti training
3. Public Speaking
4. Mengorganisasi Event.

2.2.1 Kemampuan Komunikasi

Menurut Carl I.Hovland, ilmu komunikasi adalah upaya yang sistematis untuk merumuskan ecara tegas asas-asas penyampaian informasi serta pembentukan pendapat dan sikap. Kesamaan bahasa yang dipergunakan dalam percakapan itu belum tentu menimbulkan kesamaan makna. Dengan lain perkataan, mengerti bahasanya saja belum tentu mengerti makna yang dibawakannya. Jelas bahwa percakapan kedua orang tadi dapat dikatakan komunikatif.



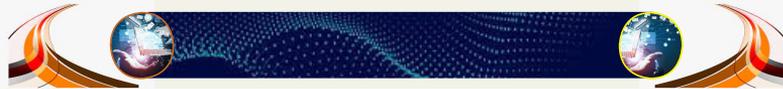
Komunikasi bisnis merupakan salah satu faktor penting dalam keberhasilan pencapaian usaha. Mengingat, komunikasi yang baik akan berdampak pada hasil bisnis yang lebih baik pula. Adanya komunikasi juga bisa menghindari terjadinya kesalahpahaman. Dalam kegiatan pemasaran misalnya, dibutuhkan komunikasi yang baik kepada investor atau konsumen agar produk bisa diterima sepenuhnya. Jika komunikasi yang terjalin tidak efektif, baik antara Anda dengan karyawan, klien, atau pelanggan, kesempatan untuk sukses bisa saja hilang. Mengingat, mengelola orang dan membangun hubungan dengan baik tentu memerlukan komunikasi yang tepat.

Seorang tecnopreneur juga harus mampu berkomunikasi melalui media berbasis teknologi terkini yang dinamakan “digital skill”. Digital skills merupakan hal-hal yang diperlukan dalam menggunakan perangkat digital, aplikasi komunikasi dan jaringan untuk mengakses, serta mengelola informasi. Digital skills ini juga meliputi hal dasar seperti menggunakan browser, menghubungkan ke internet dan menjaga keamanan akun, termasuk digital skills untuk berkomunikasi, bertransaksi serta kemampuan lainnya untuk digital marketing.

Di samping memahami penguasaan digital skills, kemampuan dalam berkomunikasi di dunia digital juga bisa memberi manfaat. Termasuk saat menggunakan media sosial, di antaranya terdapat kesempatan untuk membangun relasi, membagikan keahlian, menambah pengetahuan, hingga bisa terhubung kapan pun.

Kemampuan komunikasi bisnis yang pertama bukan pada kepiawaian bicara, melainkan mendengarkan. Bukan sekadar mendengarkan, melainkan mendengarkan secara aktif. Artinya, inilah kemampuan seseorang dalam mendengarkan pandangan individu lain di tempat kerja, kemudian menggabungkannya dalam proses komunikasi. Lalu, mengapa bukan keterampilan verbal atau public speaking yang

¹² 3 Alasan Anda Harus Memanfaatkan Kompetisi Anda – Andrew Medel, Entrepreneur, 09 Juni 2017



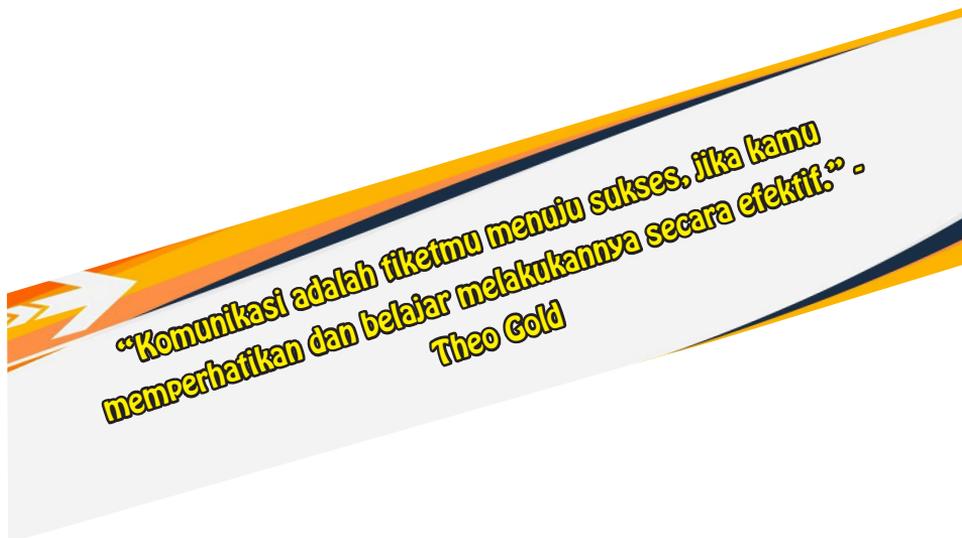
pertama? Alasannya, dengan mendengarkan secara aktif, seseorang telah menunjukkan apresiasinya terhadap pendapat orang lain dan terbuka terhadap ide-ide baru. Mendengarkan secara aktif dapat membantu profesional membuat keputusan yang bermanfaat bagi perusahaan atau organisasi bisnis. Memang, skill ini terlihat general dan mudah, tapi sangat diperlukan oleh semua orang. Sebagai profesional, Anda harus bisa menempatkan diri untuk menjadi pendengar yang baik, yang mana dia bisa mendengar untuk tidak menjawab, mendengar untuk memahami, dan mendengar untuk berempati.

Setelah kemampuan mendengarkan secara aktif bisa terpenuhi, barulah keahlian berbicara. Mengingat, kemampuan berbicara atau verbal dibutuhkan dalam menyampaikan informasi. Dalam berbisnis, kemampuan verbal yang dilakukan dianjurkan to the point, tidak menggunakan banyak kata. Kemampuan verbal juga dibutuhkan saat melakukan presentasi bisnis dan public speaking. Misalnya, ketika Anda punya gagasan yang bagus untuk mitra bisnis, jika tidak mampu mempresentasikan dengan menarik, tak akan ada gunanya. Kemampuan verbal ini mendukung tujuan komunikasi bisnis, yakni persuasi. Skill ini memungkinkan Anda berargumen bahwa gagasan yang disampaikan tak hanya bagus, tapi juga penting. Kemampuan verbal yang dimiliki juga harus diimbangi dengan menguasai public speaking dan presentasi yang menarik dan lebih interaktif. Kedua hal itu bisa jadi modal Anda memenangkan persaingan bisnis.

Menjadi seorang pengusaha sukses tentu tidak bisa dilakukan sendiri. Butuh dukungan dari pihak lain. Dengan demikian kemampuan bernegosiasi akan membantu Anda mencapai solusi yang saling menguntungkan bagi perusahaan. Sekaligus menjaga hubungan kerja yang positif untuk mendukung interaksi di masa depan. Dalam negosiasi terjadi seni memberi dan menerima. Semua dilakukan

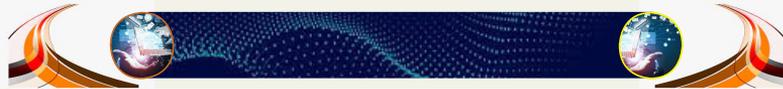


secara berimbang oleh kedua belah pihak. Perlu diketahui, negosiasi dilakukan dengan partner, baik internal seperti tim kerja, maupun eksternal seperti vendor, regulator, investor, dan lainnya.



Meskipun Anda bukan tim penjualan, kemampuan ini juga patut dikuasai. Jika tak menguasai ilmu marketing, Anda bisa belajar dari tim penjualan mengenai cara menjadi lebih persuasif ketika melakukan komunikasi bisnis dengan pelanggan, klien, atau mitra. Kemampuan selling bukan soal meminta, tapi mencakup *problem solving*, *building trust*, dan *building good relationship*. Pada *problem solving*, Anda memberikan produk kepada konsumen sebagai solusi yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Jika semakin banyak yang terbantu dengan produk Anda, semakin berkembang pula bisnis yang dijalani.

Kemudian, *building trust*, yakni membangun kepercayaan dengan lawan bicara dalam hal ini adalah calon konsumen agar sama-sama mendapatkan solusi yang diinginkan. Terakhir, *building good*



relationship, yakni membangun hubungan positif dengan pihak eksternal agar kepercayaan terus terbangun dalam waktu yang lama, baik kepada konsumen maupun pihak lain yang terlibat dengan bisnis.

Selain kemampuan verbal, dibutuhkan kemampuan non verbal, seperti komunikasi interpersonal. Komunikasi ini adalah kemampuan untuk berkomunikasi, berinteraksi, membangun dan menjaga hubungan dengan orang lain dalam berbagai keadaan dan situasi. Kemampuan ini tentu dibutuhkan untuk membangun kepercayaan dan hubungan yang kuat dengan tim internal maupun mitra bisnis. Kemampuan interpersonal membuat Anda mampu bersikap toleran, memiliki empati, menghargai orang lain, hingga memahami perasaan maupun ide-ide mereka. Kemampuan komunikasi ini dampaknya pada skill berjejaring Anda, yakni mendorong orang lain untuk masuk ke dalam jaringan bisnis. Memiliki jaringan bisnis yang luas juga menjadi modal untuk Anda agar memiliki banyak pihak yang diandalkan saat membutuhkan bantuan, informasi, atau layanan.

2.2.2 Aspek Keteknikan

Technopreneurship adalah suatu karakter integral antara kompetensi penerapan teknologi serta spirit membangun usaha. Dari sini, tumbuhlah unit usaha yang teknologis: unit usaha yang memanfaatkan teknologi aplikatif dalam proses inovasi, produksi, marketisasi, dan lain sebagainya. Teknologi komunikasi dan informasi atau teknologi telematika (information and communication technology–ICT) telah diakui dunia sebagai salah satu sarana dan prasarana utama untuk mengatasi masalah-masalah dunia.



Selanjutnya hal yang perlu dilakukan yaitu dengan melakukan studi kelayakan aspek teknik dan teknologi yang meliputi strategi produksi dan perencanaan produk, proses pemilihan teknologi untuk produksi, penentuan kapasitas produksi yang optimal, letak pabrik dan layoutnya serta letak usaha dan layoutnya, rencana operasional jumlah produksi, rencana pengendalian persediaan bahan bakudan barang jadi, dan pengawasan kualitas produk baik dalam bentuk barang ataupun jasa. Pemilihan terhadap jenis teknologi yang digunakan juga perlu dijelaskan, baik mengenai jenis jumlah dan ukuran bila diperlukan serta alasan-alasan dalam pemilihan, dihubungkan dengan masalah yang dihadapi disamping investasi lainnya. (Ibrahim, 1998, hal. 94).

Penentuan kelayakan teknis perusahaan menyangkut hal-hal yang berkaitan dengan teknis/operasi, sehingga apabila tidak dianalisis dengan baik, maka akan berakibat fatal bagi perusahaan dalam perjalanannya di kemudian hari. Produk dapat dikatakan layak secara teknis jika produk dapat diterima dan dapat diproduksi secara massal dengan mudah. Evaluasi kelayakan teknis melihat kepada kelayakan teknis teknologi yang digunakan. Hal ini berarti bahwa evaluasi ini melihat kepada apakah teknologi yang digunakan dapat bekerja sesuai desain dan kapasitas penggunaannya.

2.2.3 Pembuatan Bisnis Plan

Banyak orang yang merintis bisnis tanpa persiapan yang matang. Padahal, persiapan dibutuhkan demi kemajuan bisnis jangka panjang. Salah satu persiapan penting yang harus dilakukan adalah membuat perencanaan usaha atau dikenal juga dengan istilah business plan. Perencanaan usaha merupakan dokumen yang menggambarkan tujuan berdirinya suatu bisnis dan mekanisme operasionalnya secara keseluruhan. Di dalam dokumen perencanaan usaha harus

ada penjelasan rinci tentang strategi pemasaran, kondisi keuangan perusahaan, pendapatan dan pengeluaran bisnis, serta data penting lain yang menunjukkan tujuan bisnisnya harus tercapai.



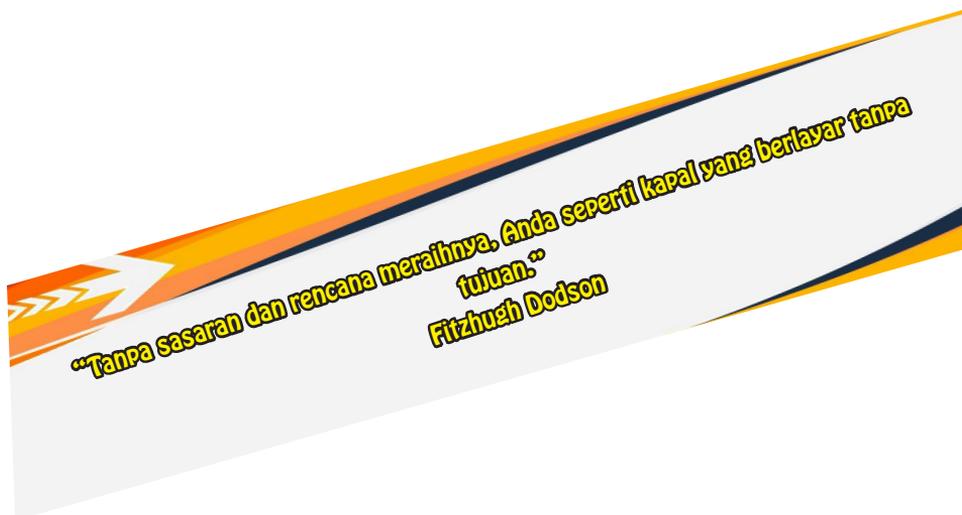
“Tidak ada rahasia sukses, ini adalah hasil persiapan, kerja keras dan belajar dari kegagalan.”
Colin Powell

Untuk mengubah ide bisnis menjadi sebuah perusahaan startup, diperlukan satu rencana bisnis, atau business plan. Walaupun terkesan lebih berbelit-belit karena tidak langsung eksekusi, namun business plan adalah sesuatu yang sangat penting untuk memulai bisnis. Lalu, apa pentingnya business plan, dan kenapa harus menyusun business plan sebelum mendirikan sebuah startup?

Bagi yang ingin memulai suatu bisnis, disarankan untuk membuat perencanaan usaha atau business plan secara matang agar bisnis tersebut memiliki tujuan yang jelas, baik itu dalam jangka pendek hingga jangka panjang. Adanya perencanaan usaha juga dapat meminimalisir kerugian yang mungkin saja terjadi di tengah jalan. Peralnya, dokumen penting ini akan membantu untuk menentukan langkah-langkah apa lagi yang harus ditempuh guna mencapai tujuan yang ada. Setiap langkah atau keputusan yang dibuat harus ditempuh dengan kebijakan yang tepat.

Pada dasarnya, rencana atau plan adalah hal yang penting dalam kondisi apapun. Apalagi mengenai hal sebesar membangun startup baru. Berikut ini beberapa guna membuat business plan:

1. Untuk menyiapkan hal-hal penting yang menjadi dasar dalam sebuah bisnis baru.
2. Sebagai antisipasi dan strategi jika ada hal yang tidak diinginkan terjadi.
3. Sebagai panduan akan dijadikan macam apa bisnis yang akan dibangun.
4. Memastikan tidak ada area penting dari bisnis yang terlupa.
5. Membuat sasaran dari setiap bisnis yang akan dibangun



2.2.4 Ketrampilan Teknis (Hard Skill)

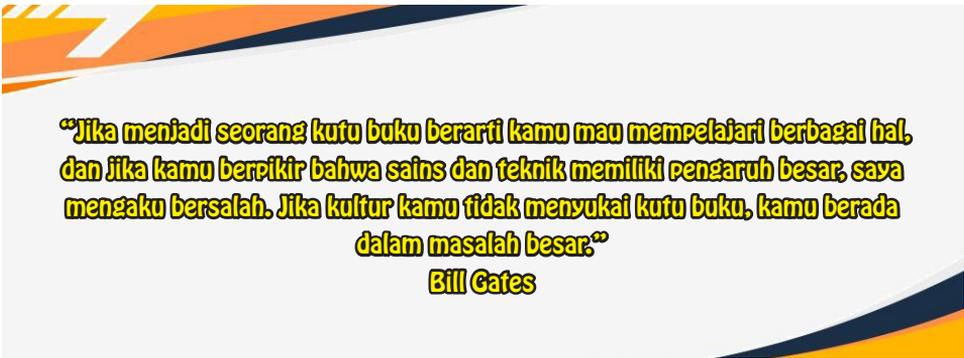
Istilah hard skills merujuk kepada pengetahuan dan ketrampilan teknis dalam bidang tertentu yang berhubungan dengan suatu proses, alat, atau teknik. Hard skill lebih berorientasi untuk mengembangkan intelligence quotient (IQ). Jadi dapat disimpulkan bahwa hard skill



merupakan kemampuan untuk menguasai ilmu pengetahuan teknologi dan keterampilan teknis dalam mengembangkan intelligence quotient yang berhubungan dengan bidangnya.

Menjadi seorang technopreneur jika dilihat dari dua peranan yang dibebankan bagi seorang technopreneur untuk memahami teknologi sekaligus menanamkan jiwa entrepreneurship bukanlah sebuah perkara yang mudah, untuk menjadi seorang technopreneur yang berhasil, setidaknya harus menguasai teknologi.

Teknologi memegang peranan penting dalam perkembangan dunia modern seperti saat ini, kemunculan teknologi baru secara terus menerus dan penerapan teknologi yang semakin banyak dan menyebar membutuhkan inovasi yang berkelanjutan agar penggunaan teknologi dapat tepat guna dan mencapai sasarannya. Pembelajaran tentang teknologi membutuhkan dukungan dari sumber daya manusia, dalam hal ini bisa dipelajari di universitas atau perguruan tinggi dan perlu adanya kerja praktek yang dilakukan secara rutin.



“Jika menjadi seorang kutu buku berarti kamu mau mempelajari berbagai hal, dan jika kamu berpikir bahwa sains dan teknik memiliki pengaruh besar, saya mengaku bersalah. Jika kultur kamu tidak menyukai kutu buku, kamu berada dalam masalah besar.”

Bill Gates

Teknologi merupakan cara untuk mengolah sesuatu agar terjadi efisiensi biaya dan waktu sehingga dapat menghasilkan produk yang berkualitas dengan memperhatikan kebutuhan pasar, solusi



untuk permasalahan, perkembangan aplikasi, perbaikan efektivitas dan efisiensi produksi serta modernisasi. Seorang technopreneur tak pernah hanya cukup mempelajari satu atau dua teknologi saja, melainkan harus peka terhadap inovasi teknologi dan dibutuhkan ide kreatif untuk mendukungnya.

2.2.5 Manajemen dan Memotivasi Orang

Motivasi berhubungan dengan perilaku berorientasi target. Orang-orang termotivasi untuk melakukan sesuatu jika mereka menganggap itu layak bagi mereka. Proses motivasi itu diawali dengan seseorang yang menyadari akan adanya suatu kebutuhan yang tidak terpenuhi.

Suatu target kemudian ditetapkan yang mana, menurutnya, itu akan memuaskan kebutuhan tersebut, dan suatu arah aksi ditetapkan dengan harapan untuk mengarah ke pencapaian target tersebut. Karena itulah, pada dasarnya, manajemen dan para manajer perlu memotivasi orang-orang dengan menyediakan berbagai sarana bagi mereka untuk memuaskan kebutuhan mereka.

Ini bisa dilakukan dengan cara menawarkan insentif dan reward atas pencapaian dan usaha. Tapi kebutuhan dari individu dan target-target yang berhubungan dengan mereka itu sangat bervariasi sehingga akan sulit, jika bukan tidak mungkin, untuk memprediksi dengan bijak bagaimana suatu insentif atau reward tertentu akan mempengaruhi perilaku individual.

Jenis-jenis Motivasi

Motivasi di tempat kerja bisa mengambil tempat dalam dua cara. Pertama, orang-orang bisa memotivasi dirinya dengan cara mencari, menemukan dan melakukan pekerjaan yang memuaskan kebutuhan



mereka, atau setidaknya mengarahkan mereka untuk berharap bahwa target-target mereka akan tercapai. Yang kedua, orang-orang bisa dimotivasi oleh manajemen melalui metode- metode misalnya pembayaran, promosi, pujian, dan lain-lain. Dua jenis motivasi ini digambarkan sebagai:

Motivasi intrinsik – faktor-faktor yang dihasilkan sendiri yang mempengaruhi orang-orang untuk berperilaku dengan cara tertentu atau bergerak ke arah tertentu. Faktor-faktor ini antara lain tanggung jawab (merasa bahwa pekerjaan tersebut penting dan memiliki kontrol atas sumberdaya yang dimiliki seseorang), kebebasan bertindak, keleluasaan untuk menggunakan dan mengembangkan skill dan kemampuan, pekerjaan yang menarik dan menantang serta peluang untuk peningkatan.

Motivasi ekstrinsik – apa yang dilakukan pada atau bagi orang-orang untuk memotivasi mereka. Ini termasuk reward-reward misalnya peningkatan pembayaran, pujian atau promosi; dan hukuman misalnya aksi pendisiplinan, menahan pembayaran atau kritikan.

Motivator-motivator ekstrinsik itu bisa memiliki suatu dampak segera dan kuat, tapi ini tidak selalu bertahan lama. Sedangkan motivator-motivator intrinsik, yang berhubungan dengan kualitas dari kehidupan pekerjaan, itu lebih mungkin untuk memiliki suatu dampak yang lebih dalam dan jangka yang lebih panjang karena melekat di dalam diri individual dan tidak di tanamkan dari luar.

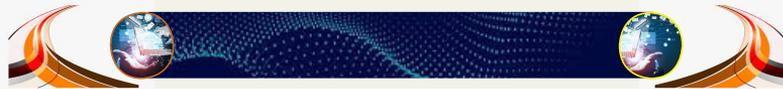


Kesimpulan

Untuk menggapai kesuksesan dalam bisnis pastinya akan ada banyak tantangan serta masalah yang harus dihadapi dengan bijak. Butuh tekad dan kerja keras yang kuat untuk meraih kesuksesan yang kita inginkan. Selain itu kamu juga membutuhkan motivasi yang kuat untuk diri sendiri agar mampu memulai, belajar dan mempertahankan perilaku yang berorientasi pada sebuah tujuan. Berikut ini adalah beberapa motivasi rahasia yang harus dimiliki seorang pengusaha atau pebisnis agar usahanya bisa sukses.

Kesuksesan sebuah bisnis tidak akan bisa didapatkan dengan cara yang instan. Kamu harus siap untuk kerja keras dan berkorban segalanya, mulai dari waktu, tenaga, pikiran hingga uang. Dengan begitu pastinya kemampuan kamu akan lebih terasah dan mental kamu siap untuk menghadapi berbagai tantangan. Saat kamu sudah berani untuk memulai sebuah bisnis, hal pertama yang harus kamu fokuskan adalah sistem dari bisnis itu sendiri. Dengan memiliki sistem bisnis yang baik, perjalanan bisnis kamu untuk meraih kesuksesan akan lebih mudah dan lancar. Mulai dari titik ini bisnis kamu akan lebih berpotensi untuk meraih pundi-pundi keuntungan.

Yang namanya menjalankan bisnis pasti ada naik turunnya, pasang surutnya hingga untung ruginya. Namun jangan jadikan hal tersebut sebuah halangan untuk kamu bisa meraih kesuksesan. Jadikan kegagalanmu menjadi sebuah pembelajaran. Pastikan kamu memiliki sikap yang pantang menyerah untuk terus bangkit dan memulai kembali. Modal awal dalam memulai bisnis tentu saja adanya sebuah ide. Dimana ide ini nantinya akan menjadi sebuah pondasi dalam membangun sebuah bisnis yang sukses. Namun ide tidak akan datang begitu saja, sebab kamu perlu mengembangkan dan melatih diri sendiri agar kualitas diri kamu juga meningkat. Berbagai hal



seperti rintangan dan kegagalan yang dihadapi dalam menjalankan usaha akan terasa sangat berat dan sulit untuk dijalankan. Namun jika kamu bisa untuk selalu think positive salah satunya seperti menanamkan rasa optimistis dalam diri, tentunya kamu akan bisa lebih baik untuk menghadapi segala perosalan dalam bisnis yang akan kamu kembangkan. Dalam menjalankan sebuah bisnis kamu pasti akan menemukan banyak perubahan dan juga kondisi yang akan dihadapi, seperti tren pasar hingga hype yang seringkali berubah dengan pesatnya. Untuk menyikapi hal tersebut pastikan kamu untuk selalu berpikiran terbuka dan siap menerima masukan (kritik/saran). Selagi baik untuk kamu, kenapa nggak kamu coba?

Bab 3

Pengembangan dan Masa Depan Technopreneurship



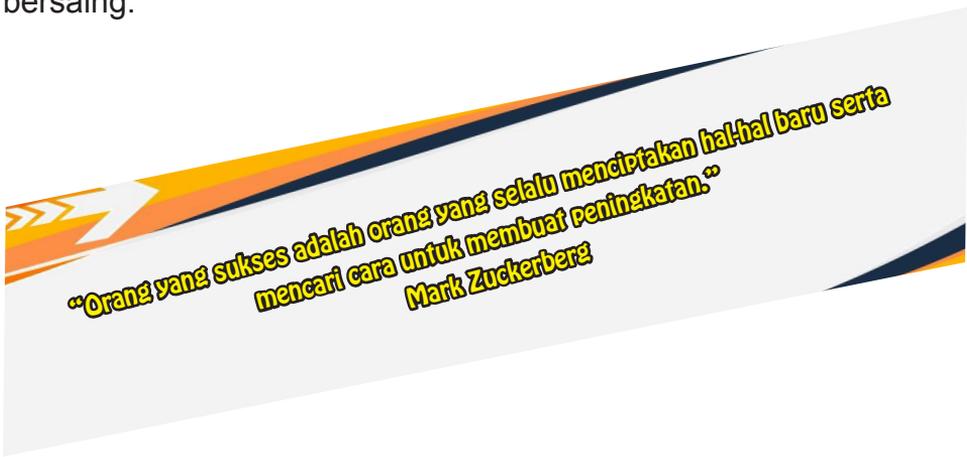
Di Era Teknologi sekarang ini telah mengubah pandangan pengusaha hampir seluruh aspek di dalamnya baik untuk media promosi, komunikasi, transaksi, dll. Seperti judul kita saat ini yaitu “menjadi technopreneur” dimana technopreneur ini adalah gabungan kata dari teknologi yang berarti ilmu terapan untuk tujuan praktis dan entrepreneur yang berarti wirausaha atau dapat kita simpulkan sebagai seorang wirausahawan yang memanfaatkan teknologi di dalam bisnis mereka.

Untuk menjadi Technopreneur tentulah tidak sekedar mempunyai ilmu bisnis karena perlu mengetahui juga ilmu tentang teknologi baik itu hanya mengetahui atau sampai bisa menggunakannya karena point dari Technopreneur ini terletak pada pemanfaatan teknologi yang menopang perkembangan bisnis yang akan di bangun.



Jika anda mengkhawatirkan tentang modal, menjadi Technopreneur dapat menggunakan modal seminimal mungkin kita ambil contoh kamu ingin menjual produk A namun kamu tidak perlu mempunyai produk A saat ingin menjualnya karena modalmu cukup punya Smartphone yang ada internetnya dan promosikan Produk A tersebut melalui media sosial yang kamu miliki dan jika ada yang berminat barulah kamu membeli produk tersebut atau terapkan sistem Pre Order dimana pembeli harus membayar dahulu baru barang akan di proses. Teknologi memungkinkan seorang pelaku bisnis untuk membuka bisnis dengan modal yang relatif kecil namun dengan hasil yang lebih maksimal. Arti technopreneur inilah yang kerap menarik perhatian.

Menjadi Technopreneur mempermudah anda dalam membangun bisnis anda sendiri bahkan saat anda menjadi pegawai anda hanya tinggal duduk manis memantau smartphone anda dan melihat apakah ada tertarik dengan produk yang anda jual di sosial media, banyak tips dan trik yang tersedia di dalam internet dan semuanya benar, namun menjadi technopreneur tidak sekedar menerapkan tips dan trik untuk menuju sukses. Untuk sampai ke sana, ada beberapa hal yang harus dilalui demi menjadi seorang technopreneur yang siap bersaing.



**“Orang yang sukses adalah orang yang selalu menciptakan hal-hal baru serta mencari cara untuk membuat peningkatan.”
Mark Zuckerberg**



Pegiat digital dan pendiri tech-based company pertama di Indonesia bubu.com Shinta W Dhanuwardoyo memaparkan bahwa saat ini peluang technopreneurship besar sekali.

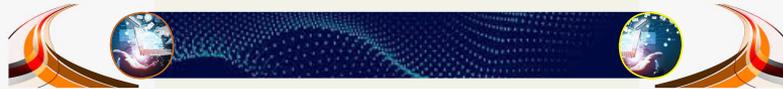
Shinta menyatakan, “Peluang technopreneurship dalam industri kreatif itu besar sekali. Tidak semua harus menjadi entrepreneur. Cobalah cara baru untuk mencari tempat yang kalian anggap cocok dengan apa yang menjadi identitas diri kalian dan juga passion kalian. Jangan takut untuk gagal, karena kesuksesan itu adalah statistic game. Kalau kita tidak mencoba, kita tidak tahu akan berhasil atau tidak.”

3.1 Membangun Ide



Banyak hal bermula dari ide atau gagasan. Sebelum Facebook menjadi sebesar sekarang, awalnya media sosial ini juga hanya sebatas situs yang berisi informasi data dan informasi mahasiswa di sebuah universitas. Begitu juga dengan bisnis berbasis teknologi lainnya. Namun saat berbicara tentang arti technopreneur, ide saja tidaklah cukup.

“Saya tidak punya uang untuk modal menjadi pengusaha sukses. tapi saya punya ide dan kreatifitas untuk modal menjadi pengusaha sukses”.



Pengertian technopreneur tidak bisa lepas dari peran teknologi. Pemanfaatan teknologi adalah kunci dari technopreneurship itu sendiri. Meski demikian, technopreneurship pada dasarnya adalah tentang bisnis. Jadi ide yang dibangun tetap harus memiliki potensi untuk dimonetisasi. Ide bisnis ini bisa datang dari mana saja. Bahkan Anda bisa memulainya dari sesuatu yang sederhana. Masalah yang Anda atau orang lain hadapi juga bisa menjadi ide bisnis. Berangkat dari sinilah, Anda bisa mengembangkannya menjadi sebuah bisnis yang merepresentasikan arti technopreneur yang sesungguhnya.

3.1.1 Karakteristik Ide

Dalam membangun ide bisnis ataupun usaha respon seseorang atau banyak orang dalam organisasi untuk memecahkan suatu masalah yang teridentifikasi untuk memenuhi kebutuhan suatu lingkungan yaitu pasar dan masyarakat. Menjalani sebuah ide bisnis atau usaha yang bagus langkah awalnya yaitu mengubah sebuah keinginan kreativitas usaha menjadi peluang usaha berbisnis. Terkadang seseorang yang ingin berbisnis sangat sulit untuk bisnis apa yang cocok untuk dijalankan. Ide bisnis itu terkadang datang dari mana saja dan kapan saja, namun diperlukan kerja nyata dalam melaksanakannya. Terdapat langkah-langkah yang harus dilakukan dalam membangun sebuah ide bisnis atau usaha yang cocok untuk dijalankan, diantaranya yaitu:

Pertama; Melihat kebutuhan dan permintaan pasar, yaitu merupakan peluang untuk memulai bisnis. Jadi ide bisnis yang berdasarkan pada kebutuhan dan permintaan pasar akan menjadikan usaha tersebut dibutuhkan oleh konsumen. Sehingga produk yang dihasilkan akan dengan mudah dijual dan menjadikan bisnis berjalan selama ada kebutuhan dan permintaan pasar.



Kedua; Keahlian dan Keterampilan, yaitu ide bisnis yang bersumber dari keahlian akan mengantarkan usaha tersebut berbeda dan akan sangat menguntungkan daripada yang lain. Adapun terdapat ide dengan keterampilan. Keterampilan yang sudah dimiliki akan lebih mudah dan hanya mengembangkan dalam waktu yang cukup lama.

Ketiga; Melalui Hobi dan Minat, yaitu menjadikan sumber ide dalam berbisnis. Berdasarkan hobi tersebut akan menjadikan seseorang bersemangat dalam menjalankan bisnis atau usaha. Bisnis yang didasarkan pada hobi akan menjadikan seseorang betah akan usaha yang dijalankannya. Minat atau hobi ini cukup efektif untuk membangun keyakinan dan memotivasi kuat dalam diri seseorang. Sebagai contoh bagaimana Steven Wozniak dan Steve Job mengembangkan hobi hingga mampu merakit dan menjual 50 komputer Apple yang pertama; atau juga bagaimana Larry Page dan Sergey Brin mengembangkan karya mereka yang kemudian dikenal sebagai mesin pencari Google.

Seorang technopreneur juga harus peduli teknologi. Bentuk keperdulannya itu bisa berupa pengembangan ide-ide invensi yang ada menjadi solusi teknis teruji melalui riset-riset. Ide-ide yang dikembangkan harus memenuhi beberapa syarat, antara lain :

Kreatif

Kata kreatif berasal dari bahasa Inggris “create” yg berarti menciptakan, creation artinya ciptaan. Kemudian kata tersebut diadopsi ke dalam bahasa Indonesia yaitu kreatif yang memiliki kemampuan untuk menciptakan atau menghasilkan sesuatu yang baru. Sedangkan proses kreatif disebut kreatifitas.

Dalam KBBI, kreatif adalah suatu kemampuan untuk menciptakan atau sebuah proses timbulnya ide baru. Lebih jauh, kreatif bisa diartikan sebagai suatu proses menciptakan sesuatu yang baru dan belum ada, mempunyai ciri-ciri kebaruan dan keunikan karena menghasilkan sesuatu yang baru dan belum ada, mempunyai ciri-ciri kebaruan dan keunikan karena menghasilkan sesuatu yang berbeda dari sebelumnya meski unsur-unsur dasarnya telah ada. Kreatif merupakan potensi yang sudah ada di dalam setiap individu yang mencakup ide atau gagasan yang dikembangkan sehingga mampu menciptakan sesuatu yang baru dan bermanfaat. Sifat kreatif ini bisa muncul dengan adanya dorongan dan motivasi yang kuat dari dalam diri untuk berproduksi dan berkarya. Kreatif adalah kemampuan, sikap, dan proses menghasilkan ide-ide baru dengan mengkombinasikan, mengubah, atau menerapkan kembali ide-ide yang telah ada.



Inovatif

Kata inovatif berasal dari kata bahasa Inggris “innovate” yg artinya memperkenalkan sesuatu yg baru sedangkan innovative berarti bersifat memperbarui. Kemudian kata “innovate” dan “innovative” yg merupakan bahasa Indonesia dengan mengalami perubahan

penulisan manjadi “inovatif” yg berarti bersifat memperkenalkan suatu yg baru. Sedangkan orang yg melakukan pembaharuan disebut “innovator”.

Inovatif yaitu usaha seseorang – dengan mendayagunakan pemikiran, kemampuan imajinasi, berbagai stimulan, dan individu yang mengelilinginya – dalam menghasilkan produk baru, baik bagi dirinya sendiri ataupun lingkungannya. Inovatif adalah suatu kemampuan manusia dalam mendayagunakan pikiran dan sumber daya yang ada disekelilingnya untuk menghasilkan suatu karya yang benar-benar baru yang orisinil, serta bermanfaat bagi banyak orang.

Saat kesuksesan dan kegagalan ditentukan oleh kecepatan aksi atau reaksi, bagaimana para pemilik usaha dapat memperlancar alur proses dan operasionalnya agar berjalan dengan cepat dan mandiri? Disinilah pemikiran inovatif sangat dibutuhkan dalam menjalankan bisnis baru dan juga mempertahankan bisnis yang sudah dijalankan.



“Terkadang ketika Anda berinovasi, Anda membuat kesalahan. Cara terbaik adalah mengakuinya segera, dan melanjutkan meningkatkan inovasi lainnya.”

Steve Jobs

3.1.2 Kunci Menjalankan Ide

Semua orang bisa berbisnis. Namun, tidak semuanya bisa mencapai kesuksesan berkat bisnis yang dijalani. Sebab, begitu banyak hal yang harus dilakukan agar ide bisnis kreatif Anda bisa berjalan dengan optimal. Ini berlaku bagi para pemula yang ingin terjun ke dunia bisnis maupun bagi Anda yang berada di tahap ekspansi bisnis menjadi lebih besar.

Mantapkan Niat dan Mulai Bergerak

Anda mungkin punya segudang mimpi atau minimal inovasi yang akan membawa anda ke dalam momen di saat anda berpikir “mungkin bisnis ini akan sukses” atau berpikiran “mungkin jika kita menerapkan hal ini akan mendatangkankan keuntungan yang besar”, pikiran-pikiran itulah yang membuat anda tidak akan pernah memulai bisnis anda sendiri. Mungkin ada yang saat memikirkan sebuah mimpi dan inovasi akan langsung di terapkan cuma point penting disini adalah mulailah dahulu, saat anda berpikir tentang saya ingin berjualan produk A maka rancanglah sebuah rencana sebatas bagaimana cara saya untuk berjualan Produk A dan jangan lebih dari itu jika anda tergolong orang yang kurang rajin untuk menerapkannya secara langsung.



Mungkin dampak negatif sebuah kebiasaan malas belum kita rasakan saat ini, tetapi kelak pasti kita akan menikmati “buahnya”, kemiskinan, kemunduran, serta kebodohan. Yakinlah di dunia ini tak pernah ada seseorang yang hanya bermalas-malasan dapat mencapai keberhasilan. Alasan kedua adalah orang sering berkata tidak memiliki mood yang baik. Sebenarnya mood itu bisa kita ciptakan. Contoh, anak kos mempunyai kebiasaan menumpuk pakaian kotornya karena malas mencuci baju. Ya, melihatnya saja malas, apalagi mencucinya. Namun, mood mencuci itu bisa diciptakan. Ia tinggal mengambil ember, sabun, dan sikat, lalu mulai mencuci. Ketika ia sudah mencuci, bila dipanggil teman untuk pergi pun, ia pasti akan berkata, “Nanti dulu, tanggung.” Ia bahkan tidak rela meninggalkan pekerjaannya dan lebih memilih menuntaskannya ketimbang pergi. Zig Ziglar pun mengatakan, “Jangan menunggu sampai Anda merasa menyukai mengerjakan suatu tindakan. Bertindaklah dan kemudian Anda akan merasa suka mengerjakannya.” Jadi, bila kita merasa malas sekali mengerjakan file-file yang menumpuk di meja, langkah yang harus kita lakukan adalah ambillah salah satu file itu, bacalah, kemudian kerjakanlah. Percayalah ketika kita sudah tenggelam dalam tugas itu maka meskipun ada telepon yang masuk atau ada tamu yang datang, kita akan berkata, “Tunggu dulu, biarkan saya selesaikan ini.”



**“Ubah hidup Anda hari ini. Jangan
bertaruh untuk masa depan,
bertindaklah sekarang, tanpa
penundaan.”
Simone de Beauvoir**



Menghadapi Kegagalan

Seorang pebisnis tangguh tidak akan pernah takut mencoba sesuatu yang baru dalam hidupnya. Mungkin di dalamnya mereka akan membuat kesalahan, menemukan kegagalan, dan mengalami kerugian. Namun, bila hal tersebut terjadi, berarti mereka mendapatkan pengalaman hidup dan hal yang belum pernah diketahui sebelumnya. Nah, hal itu jauh lebih baik ketimbang tidak melakukan apa-apa. Di sisi lain, bagi mediocre mereka justru melakukan yang kebalikannya. Karena tidak mau mengalami kegagalan, tidak mau mengambil risiko, tidak ingin menderita kerugian maka mereka memutuskan untuk diam saja serta tidak melakukan apapun. Sebenarnya bila kita renungkan, apa pun yang kita kerjakan, baik hal yang baru atau lama, kita bisa saja melakukan kesalahan. Bisa karena lupa, lalai, bahkan bisa karena di luar jangkauan kita dan terjadi persoalan teknis.

Menutup bisnis bukanlah akhir dari kisah bisnis Anda. Setiap pengusaha perlu menemukan cara untuk berurusan dengan penutupan bisnis tanpa ditentukan kegagalan sebelumnya adalah satu-satunya cara untuk maju dan memulai tantangan baru. Mengutip laporan Administrasi Bisnis Kecil AS, hampir 50% bisnis kecil tidak akan sempat merayakan lima tahun usahanya berjalan. Hanya sepertiga dari seluruh bisnis kecil yang mampu beroperasi hingga 10 tahun sementara ada 20% dari bisnis kecil yang bahkan tidak dapat melewati tahun pertamanya.

Setelah anda memulai bisnis yang telah anda rancang, wajib hukumnya bagi anda untuk gagal karena berbisnis dengan media teknologi mempunyai banyak pesaing dan bisnismu tidak mungkin hanya punya mu sendiri atau lebih jelasnya orang yang menjual produk A tidak hanya kamu sendiri. Bisa saja dengan produk yang sama namun para pesaing mempunyai cara pemasaran yang lebih cerdas dan bagus itu juga dapat membuat bisnis gagal.



“Tidak penting berapa kali kamu gagal. Tidak penting berapa kali kamu menyelesaikannya dengan benar. Tak ada yang ingin tahu atau peduli dengan kegagalan kamu, dan begitu pula kamu. Yang perlu kamu lakukan hanyalah belajar dari kegagalan itu dan dari orang-orang di sekitar kamu. Yang penting dalam bisnis, kamu pernah meraih sukses sekali saja. Maka, semua orang dapat mengatakan betapa beruntungnya kamu.” – Mark Cuban

Proses setiap orang untuk menerima keadaan hingga dapat berpikir tenang dimulai dengan meluangkan waktu untuk meratapi kerugian dan menemukan kembali diri Anda tanpa bisnis sebagai bagian dari identitas Anda. “Menerima kegagalan itu, dari diri sendiri, sulit, dan kadang-kadang lebih mudah untuk disangkal daripada menerima bahwa usaha di mana Anda tempatkan hati, jiwa, darah, dan keringat tidak akan membuahkan hasil,” kata Nitin Seth, CEO dari Incedo, yang menghadapi kegagalan bisnisnya sendiri di awal karirnya ketika dia harus menutup perusahaan internet kesehatan dan gaya hidupnya.



Jadi, apapun yang hendak kita lakukan di tahun ini, segera kerjakan! Apapun yang menjadi mimpi atau pencapaian kita, segera raihlah. Jangan mengisi pikiran kita dengan hal-hal yang negatif, kegagalan,



penolakan, dan ketidakbaikan. Kenyataannya, jalan apapun yang kita tempuh, selalu akan ada kecerobohan dan ketidaktepatan yang bisa kita lakukan. Namun, bila suatu saat kita harus mengalaminya, jangan takut. Kebijakan biasanya lahir dari kesalahan.

Semua orang tidak perlu malu karena pernah berbuat kesalahan, selama ia menjadi lebih bijaksana, arif, hebat, dan berkualitas daripada sebelumnya. Ketahuilah, dalam sejarah hidup manusia tidak pernah ditemukan perjuangan tanpa kesalahan. Teruslah bergerak, terus bertindak. Semakin cepat kita melakukan kesalahan, semakin cepat kita memperbaikinya, dan semakin cepat pula kita menikmati hasilnya

Melakukan Evaluasi

Kegagalan bukan berarti bangkrut dan tidak berarti juga anda harus mengakhiri bisnis anda, ingat niat anda di awal saat berpikir untuk mengakhiri bisnis yang anda bangun. Semua terjadi dengan sebab dan akibat. Begitu juga dengan kegagalan dalam berwirausaha. Maka, salah satu cara mengatasi kegagalan dalam berwirausaha adalah mencari sebab dari kegagalan yang kamu alami. Dengan begitu kamu akan tahu apakah sebenarnya yang sedang terjadi. Kegagalan dapat terjadi dengan berbagai faktor, seperti faktor internal dan eksternal. Faktor internal berasal dari internal perusahaan, jika faktor eksternal merupakan aktivitas yang berasal dari luar kendali perusahaan. Untuk mempermudah proses evaluasi, kamu dapat membuat list sebab akibat dari kegagalan kamu berdasarkan skala prioritas sehingga kamu akan mudah menyelesaikannya kelak.

Saat gagal datang maka lihatlah kedalam bisnis dimana letak kesalahannya apakah pada pemasaran atau pada produk yang dijual karena kurang memuaskan atau di butuhkan di pasaran, atau pemasaran produk anda di target pasar yang salah. Setelah itu



lihatlah sekeliling, lihatlah dengan siapa anda bersaing dan evaluasi hal tersebut lalu ubahlah strategi bisnis.

Setelah kamu memiliki list dari kegagalan–kegagalan, selanjutnya anda dapat mengatasi masalah tersebut sesuai dengan skala prioritas. Skala prioritas merupakan hal yang penting dalam pembuatan list evaluasi ini dan dikerjakan dengan pikiran yang netral. Selanjutnya mencari peluang penyelesaian permasalahan, dan yang kedua adalah mencari peluang untuk berkembang ke arah yang lebih baik. Meski begitu, jenis–jenis peluang tersebut merupakan satu kesatuan di mana peluang untuk berkembang ke arah yang lebih baik bisa didapatkan ketika kamu mendapatkan peluang untuk menyelesaikan permasalahan yang terjadi. Apabila kita rindu mendapatkan hasil yang lebih baik dari yang sudah-sudah, jangan pernah lupa untuk mengevaluasi diri terhadap hal-hal yang telah dikerjakan. Bila kita merasa bisnis atau usaha hanya diam di tempat, sedang sakit, sekarat, jangan ragu untuk memutar haluan.

Jangan takut untuk merubah rencana atau target semula. Itu bukan menandakan kita plin-plan, cepat menyerah, atau pribadi yang tidak konsisten. Namun, itu berarti bahwa kita adalah pribadi yang ingin maju, ingin selalu berbenah diri untuk mencapai hal yang lebih baik, selalu memiliki pikiran yang terbuka terhadap kemungkinan-kemungkinan di depan, dan tidak mau terkungkung oleh perencanaan semula. Itu sebabnya kita membuat pembaharuan dalam hal strategi, kebijakan, sikap, dan sebagainya. Karena jika kita mengharapkan hasil yang berbeda dari hari-hari sebelumnya, kita perlu melakukan sesuatu yang berbeda dengan cara yang berbeda. Sebaliknya jika Anda tetap melakukan apa yang selalu Anda lakukan, jangan heran jika Anda tetap mendapat apa yang selalu Anda dapatkan.

Saat Anda gagal dengan cara yang satu, upayakan dengan cara yang lain. Ketika setiap langkah yang dilakukan tidak berhasil, teliti kesalahan yang sudah dilakukan dan analisis alasan ketidakberhasilannya sampai Anda menemukan sebuah formula sukses yang sebenarnya. Cobalah untuk melakukan pendekatan baru yang belum pernah kita praktikkan maka kesempatan untuk berhasil lebih besar ketimbang hanya mempertahankan cara yang sudah terbukti tidak berhasil.



3.2

Manajemen Sumber Daya Manusia



Dalam bisnis, manajemen sumber daya manusia (SDM) menjadi komponen yang penting dalam menjaga kenyamanan para pekerja. Hal ini tidak terbatas pada bisnis besar saja, bisnis sekecil apapun juga membutuhkannya. Ada beberapa komponen penting dalam membangun SDM yang mumpuni sebelum menjalankan usaha khususnya di bidang technopreneurship.

3.2.1 Pemikir, Pembuat Ide, dan Inovator

Seorang inovator adalah seseorang yang memperkenalkan gagasan, ide, metode atau aspirasinya yang masih terkenal baru dan belum pernah dimiliki atau disampaikan oleh orang lain sebelumnya. Orang-orang yang melakukan hal ini layak dikategorikan sebagai seorang inovator atau penemu.

Banyak hal bermula dari ide atau gagasan. Sebelum Facebook menjadi sebesar sekarang, awalnya media sosial ini juga hanya sebatas situs yang berisi informasi data dan informasi mahasiswa di sebuah universitas. Begitu juga dengan bisnis berbasis teknologi lainnya. Namun saat berbicara tentang arti technopreneur, ide saja tidaklah cukup.

Pengertian technopreneur tidak bisa lepas dari peran teknologi. Pemanfaatan teknologi adalah kunci dari technopreneurship itu sendiri. Meski demikian, technopreneurship pada dasarnya adalah tentang bisnis. Jadi ide yang dibangun tetap harus memiliki potensi untuk dimonetisasi.



Ide bisnis ini bisa datang dari mana saja. Bahkan Anda bisa memulainya dari sesuatu yang sederhana. Masalah yang Anda atau orang lain hadapi juga bisa menjadi ide bisnis. Berangkat dari sinilah, Anda bisa mengembangkannya menjadi sebuah bisnis yang merepresentasikan arti technopreneur yang sesungguhnya.

Para pemimpin inovator adalah orang-orang yang mampu dan berani untuk mewujudkan segala ide-ide cemerlang yang baru menjadi sesuatu yang bermanfaat bagi orang banyak. Inovasi biasanya selalu membawa kemudahan bagi kehidupan manusia dengan hal-hal baru yang mereka ciptakan. Menjadi seorang inovator mungkin tidak semudah yang orang-orang bayangkan atau mungkin tidak sesulit apa yang mereka katakan. Ketika berbicara tentang cara menjadi seorang inovator, kita perlu memiliki sikap seorang inovator. Sikap utama yang dimiliki sang inovator adalah sikap pemikir.

Karakteristik Seorang “Inovator”

Seorang inovator adalah seseorang yang memperkenalkan gagasan, ide, metode atau aspirasinya yang masih terkenal baru dan belum pernah dimiliki atau disampaikan oleh orang lain sebelumnya. Orang-orang yang melakukan hal ini layak dikategorikan sebagai seorang inovator atau penemu.

Para pemimpin inovator adalah orang-orang yang mampu dan berani untuk mewujudkan segala ide-ide cemerlang yang baru menjadi sesuatu yang bermanfaat bagi orang banyak. Inovasi biasanya selalu membawa kemudahan bagi kehidupan manusia dengan hal-hal baru yang mereka ciptakan. Menjadi seorang inovator mungkin tidak semudah yang orang-orang bayangkan atau mungkin tidak sesulit apa yang mereka katakan. Ketika berbicara tentang cara menjadi seorang inovator, kita perlu memiliki sikap seorang inovator. Sikap utama yang dimiliki sang inovator adalah sikap pemikir.



Manfaat Berpikir seperti Seorang Inovator

Tentu saja ini sangat penting. Terlebih lagi jika kita adalah seorang pengusaha atau pebisnis yang mana kita perlu menciptakan keunggulan-keunggulan baru di dalam produk atau layanan jasa kita. Misalnya, berpikir tentang “bagaimana kita bisa membuat produk dan layanan jasa yang baru dan belum pernah terpikirkan oleh para kompetitor kita sebelumnya?”

Semua orang perlu berpikir seperti seorang inovator, namun yang jauh lebih penting dari hal ini adalah bagaimana seorang pengggagas ide tersebut dapat merealisasikan gagasan-gagasan barunya menjadi suatu bentuk nyata yang dapat memberi manfaat bagi banyak orang. Dilansir dari website entrepreneur dot com, kami akan memberikan pencerahan bagi para rekan Career Advice agar dapat berpikir seperti seorang inovator.

Sebuah buku yang berjudul “*Stand Out*” menjelaskan tentang bagaimana para pengusaha di era modern seperti sekarang ini dapat berpikir inovatif seperti para inovator? Salah satu contoh yang bisa kita ambil dari penjelasan buku ini adalah kisah sukses yang dimiliki oleh Eric Schadt.

Eric adalah seorang ilmuwan terkenal karena penelitian-penelitian yang telah dilakukannya, yang mana dirinya telah menulis lebih dari 200 makalah mulai dari pembahasan Alzheimer sampai ke penyakit diabetes. Hal yang mengejutkannya, Eric tidak pernah belajar tentang biologi sebelumnya. Malahan, Eric hanya belajar matematika dan ilmu komputer sebelumnya, namun Eric terus berpikir dan tidak menyerah untuk mencari-cari hal baru yang mungkin belum pernah dipelajarinya. Dalam hal ini, Eric berhasil melihat kekuatan yang dimiliki Big Data untuk Biologi. Pemikiran Eric tidak langsung dipercaya oleh banyak orang, malah ada banyak orang yang menganggap dirinya gila.



Namun, akhirnya Eric berhasil membuat sebuah karya hebat yang menggabungkan pemodelan komputer dan data biologis dalam memahami hubungan antara gen, produk gen, dan fitur molekuler lainnya seperti sel, organ, organisme, serta komunitas dan dampaknya pada sifat-sifat manusia yang kompleks seperti penyakit.

Keberhasilan yang dimiliki oleh Eric Schadt mengajarkan kita bahwa jangan pernah berhenti untuk berpikir inovatif dan jangan pernah menyerah walaupun banyak orang yang meremehkan ide-ide kita. Ada beberapa pertanyaan penting yang perlu kita tanyakan pada diri sendiri agar bisa berpikir seperti seorang inovator, yaitu sebagai berikut:

- Ilmu, pengalaman atau pelatihan apa saja yang telah kita miliki sebelumnya dan belum pernah dipelajari atau dimiliki oleh orang lain di dalam bidang kerja kita?
- Sudut pandang atau teknik apa yang sedang terkenal di seluruh bidang dan bagaimana caranya kita dapat menerapkan sudut pandang atau teknik tersebut ke dalam bidang industri kita?
- Apa yang dikatakan oleh para praktisi tentang bidang industri kita? dan hal-hal apa saja yang tidak masuk akal bagi mereka? serta, mengapa?
- Apa tren yang paling berbahaya bagi bidang industri kita saat ini? dan peluang apa yang ada pada tren tersebut bagi bidang industri kita?

Beberapa pertanyaan di atas akan membantu kita untuk berpikir lebih kritis dan membimbing kita untuk berpikir seperti seorang inovator. Jika Anda ingin benar-benar ingin memiliki kemampuan untuk berpikir seperti seorang inovator, maka harus berusaha untuk mencari inspirasi di luar bidang industri yang Anda geluti.



Mengapa demikian? Ketika kita hanya mencari inspirasi di dalam bidang kita sendiri, maka kita akan kesulitan untuk melihat berbagai kemungkinan lain yang tidak ada di dalam bidang industri kita. Memadukan wawasan, informasi dan gagasan dari berbagai bidang industri (profesi) atau berbagai aspek lain di dalam kehidupan kita akan memudahkan kita untuk berpikir seperti seorang inovator.

Dari penjelasan ini kita bisa mengambil kesimpulan bahwa para inovator memang tidak akan membiarkan pikiran mereka berjalan di “daratan datar” atau di jalan yang mudah. Mereka akan menantang diri mereka untuk berpikir lebih kompleks, bahkan jika tidak ada orang yang menantanginya sama sekali. Pikiran mereka akan bebas bereksplorasi dan mereka sangat yakin bahwa setiap hal di dalam kehidupan memiliki keterkaitan satu sama lain, sehingga mereka dapat menciptakan hal-hal baru yang sebelumnya belum pernah terpikirkan oleh orang lain.



**“Ketika Anda sedang bersiap
menciptakan suatu hal yang baru, orang-
orang ‘biasa’ akan menganggap Anda
berani, nekat, bahkan gila.”
Larry Ellison, Co-Founder Oracle.**



Mereka tidak takut dijuluki “orang gila” atau diremehkan karena pikiran-pikiran mereka yang mungkin berada di luar batas atau “tidak normal” bagi kebanyakan orang. Apapun yang terjadi, mereka akan tetap percaya diri dan yakin bahwa apa yang mereka temukan akan bermanfaat bagi banyak orang, setidaknya jika bukan untuk saat ini tapi untuk kehidupan di masa mendatang. Mungkin ada satu posisi di mana Anda merasa tidak punya dukungan dan tidak dipercayai orang-orang sekitar, tapi percayalah, jika Anda sendiri yakin dengan ide tersebut, kembangkan, dan jalankan. Biarlah orang lihat hasilnya.

3.2.2 Tenaga Pelaksana - Yang Memiliki Potensi

Apabila kita memang benar-benar berkeinginan menjadi seorang technopreneur, kita harus dapat menguasai pernak-pernik seputar teknologi informasi. Tidak perlu menguasai teknologi yang besar dan kompleks, dimulai dari yang sederhana saja misalnya gadget seperti smartphone, kamera, PC (laptop, komputer) sampai dapat menjalankan sebuah tools atau aplikasi yang terdapat didalam sistem tersebut. Kemampuan dan potensi yang handal sangat diperlukan dalam memulai sebuah bisnis yang mengedepankan teknologi. Seorang technopreneur harus memiliki kemampuan teknis yang memadai dan mengenali potensi yang dipunyai rekan kerja dalam tim yang akan dibangun dalam bisnisnya. Dengan tenaga-tenaga yang potensial dan memahami pekerjaannya merupakan langkah awal dalam mencapai tujuan bisnis yang ingin diraih.

Sebagaimana matahari ditakdirkan untuk bersinar, hujan untuk membasahi bumi, dan gandum untuk mati dan dijadikan roti, demikian pula manusia diciptakan untuk “berbuah” melalui potensi-potensinya. Ketika kita mengabaikan kemampuan maka kehidupan pun terasa sia-sia. Demikian juga dengan potensi dan kemampuan kita, jika kita



malas berpikir, daya pikir kita akan melemah, kecerdasan akan luntur, dan hasil yang didapat pun akan sedikit. Sebaliknya bila kita terus memakai otak kita, misalnya untuk berpikir, berimajinasi, membuat program-program, menulis perencanaan, memburu ide-ide segar, niscaya daya pikir kita akan berkembang dan pencapaian juga makin meningkat. Itu baru soal berpikir, masih banyak lagi kemampuan yang kita miliki, seperti waktu, tenaga, keahlian, dan sebagainya.

Jim Rohn pernah mengatakan, “Manusia mempunyai kemampuan yang luar biasa untuk mengubah yang tidak ada menjadi sesuatu. Dia dapat mengubah semaksemak menjadi kebun, dan satu sen dolar menjadi kekayaan.” Sayangnya, kita memilih mengabaikan potensi itu. Kita cenderung tidak memperhatikan dan berusaha keras mengembangkan potensi menjadi hal yang luar biasa. Janganlah kita menjadi orang-orang yang takut mengembangkan potensi. Tuhan sudah memberikan kita anugerah yang besar berupa sebuah potensi yang unik dan tidak dimiliki orang lain. Namun, potensi itu perlu diaktifkan dan dihidupkan. Caranya? Setelah kita mengetahui titik kuat kita, apa yang kita suka, dalam hal apa yang kita bisa unggul dari yang lain, dan pekerjaan apa yang membuat kita dapat larut di dalamnya sampai berjam-jam maka salurkanlah. Carilah orang yang membutuhkan jasa atau tenaga kita dan segera penuhi. Lalu, lakukan pekerjaan Anda dengan tepat seolah Anda adalah bos Anda sendiri dan cepat atau lambat Anda pun akan begitu.

3.2.3 Tenaga Pemasaran

Marketing atau pemasaran memainkan peran dan tugas penting dalam mempromosikan bisnis dan misi perusahaan. Tugas marketing berfungsi sebagai wajah perusahaan Anda, mengkoordinasikan dan memproduksi semua bahan yang mewakili bisnis. Merupakan tugas



tenaga penjualan untuk menjangkau prospek, pelanggan, investor, dan / atau komunitas, sambil menciptakan citra menyeluruh yang mewakili perusahaan Anda secara positif.

Penjualan merupakan ujung tombak dari sebuah perusahaan, tanpa penjualan tidak mungkin perusahaan akan hidup, kecuali perusahaan nirlaba atau tidak mencari keuntungan. Seorang tenaga penjual memiliki peranan yang sangat besar dalam proses penjualan. Harapannya, seorang tenaga penjual yang handal siap berjuang melakukan penjualan dengan baik untuk mencapai target dan bahkan melampaui target serta memiliki sentuhan marketing agar semua yang disentuhnya menjadi emas, sehingga dapat mendatangkan keuntungan bagi perusahaan. Tenaga penjualan harus memiliki sifat tekun, ulet, fokus dan berorientasi pada 'melayani'.

Sebuah penelitian yang dilakukan oleh TARP (Technical Assistance Research Programs) di Washington menyadarkan kita pentingnya memberikan pelayanan terbaik kepada klien, konsumen, dan pelanggan. Excellent Service adalah salah satu nilai tambah yang perlu dimiliki jika kita ingin tetap eksis di tengah-tengah persaingan yang semakin ketat seperti sekarang ini. Nah, itulah yang dilakukan oleh Konosuke Matsushita, ia memberikan pelayanan terbaik yang ia bisa dan tidak peduli siapakah yang dilayani. Hasilnya, di kemudian hari perusahaannya menjadi perusahaan yang besar.

Mari renungkan sejenak, sebagai penjual, bagaimana sikap kita dalam melayani pelanggan? Ramah, tulus, dan senang membantu? Mungkin sebaliknya, cuek, ingin agar para pembeli cepat-cepat meninggalkan toko karena kita lelah ditanya tentang ini dan itu terus-menerus? Atau lebih parahnya lagi kita membedakan para pembeli, seperti yang kaya didahulukan serta yang tidak punya uang disepelekan dan tidak dilayani?



Jika kita adalah seorang penjual yang profesional, tentunya kita akan memperlakukan setiap orang dengan baik karena siapapun orangnya, mereka patut menerima penghargaan dan pelayanan yang terbaik. Pelayanan kita pada akhirnya akan menentukan apakah orang-orang akan datang dan membeli lagi dari kita atau tidak. Jika apa yang kita tawarkan baik, cara menyampaikannya baik, tulus, dan tidak berusaha memanipulasi pelanggan, dampaknya pun akan bagus. Begitu juga sebaliknya, jika pelayanan kita buruk, lambat, membedakan, tidak ramah, kita pun tahu apa hasil akhirnya.

Ron Kaufman, pakar customer service penulis buku laris “*Up Your Service*” pun menegaskan hal yang sama. Ia menjelaskan dua siklus sederhana yang dapat memutarbalikkan hasil dan bisnis Anda sekaligus juga dapat menghancurkannya. Siklus pertama adalah siklus pelayanan yang dapat menghancurkan usaha Anda, yaitu pelayanan yang buruk. Siklus kedua adalah tentu saja pelayanan terbaik yang Anda berikan kepada para pelanggan dan ini yang akan memajukan bisnis Anda.

Sadarilah bahwa dari tahun ke tahun tingkat persaingan yang ada semakin menggila. Jika kita tidak pintar-pintar mengatur strategi penjualan, kita bisa tergilas dengan yang lain. Untuk tetap menang dalam kompetisi ini, selain membuat inovasi dalam produk atau jasa, memperbaiki kinerja kerja, mempercantik tampilan kemasan, dan gencar melakukan promosi, yang tak kalah penting kita lakukan adalah meningkatkan kualitas pelayanan. Bila sebelumnya sudah baik, para pembeli sudah puas dengan apa yang kita berikan, mari tingkatkan lagi. Hal ini bertujuan agar orang-orang yang telah loyal kepada produk kita semakin loyal lagi dan tak segan-segan mempromosikan produk atau jasa kita kepada masyarakat luas lainnya. Atau bagi pembeli baru, mereka dapat merasakan perbedaan antara perusahaan kita dengan orang lain dan tak menutup kemungkinan mereka akan beralih



kepada kita. Pada dasarnya setiap manusia mencari hal yang lebih baik, lebih bermutu, dan lebih menjawab kebutuhan mereka. Namun, jika kita merasa layanan kita masih standar atau bahkan masih sangat kurang di mata konsumen, janganlah ragu untuk mengubah sistem yang ada. Ambillah keputusan untuk mengubah apa yang tidak benar dan yang masih belum maksimal supaya pendapatan yang kita terima dapat meningkat tajam.

Menjalin Hubungan Dengan Pelanggan

Di era teknologi sekarang ini, dimana pelanggan tidak lagi hanya berhubungan dengan perusahaan tetapi juga dengan sesama pelanggan lainnya. Seorang Pelanggan yang kecewa bisa dengan mudah mengungkapkan rasa kecewanya melalui tulisan di blog ataupun melalui social media yang tentu saja akan cepat tersebar dan dilihat oleh pelanggan dan calon pelanggan lainnya, hal ini tentunya sangat merugikan perusahaan. Image baik yang sudah melekat selama bertahun-tahun di sebuah perusahaan mungkin saja bisa tiba-tiba menjadi sangat buruk karena dirusak oleh hal-hal yang mungkin dianggap sepele perusahaan. Oleh karena itu, biasanya beberapa perusahaan besar menjadikan hal ini sebagai prioritas utama. Maka, buatlah database pelanggan, masukkan data-data penting beserta kemajuan yang telah dicapai, hubungi mereka secara berkala dengarkan dan perhatikan kebutuhan pelanggan, dan informasikan pelanggan mengenai promo produk yang sedang berjalan serta berikan support yang terbaik.

Menjalin hubungan yang baik dengan konsumen merupakan kunci terakhir yang harus anda pegang untuk mencapai kesuksesan dalam berbisnis. Untuk mengetahui kebutuhan konsumen kita harus mengenal dekat calon konsumen dengan cara sering melakukan komunikasi baik secara langsung yaitu dengan kunjungan maupun dengan teknologi media sosial seperti WA, Line, IG, facebook dll.

Dengan sering melakukan komunikasi yang baik kita akan mengenal lebih dekat konsumen sehingga kita akan paham produk apa yang sedang dibutuhkan oleh calon konsumen kita.



“Inovasi software, seperti hampir semua jenis inovasi lainnya, membutuhkan kemampuan untuk bekerja sama dan berbagi ide-ide dengan orang lain, dan duduk dan berbicara dengan para pelanggan dan mendapat saran dan mengerti kebutuhan mereka.”

Bill Gates

Menjadi Pemenang dan Selalu Optimis

Menjadi seorang marketing sejati kita harus selalu optimis dan bersemangat dalam melayani kebutuhan konsumen dalam setiap keadaan. Optimis dan semangat adalah kunci awal kesuksesan seorang marketing. Selalu berusaha menjadi pemenang ditengah persaingan pasar dan besarnya resiko yang akan dihadapi. Dengan membiasakan diri menjadi seorang pemenang, akan dapat menyelesaikan setiap hambatan dan tantangan yang ada didepan mata secara maksimal. Seorang marketing sejati memang harus selalu optimis dalam melayani konsumen dan pantang menyerah dalam setiap keadaan. Antusiasme dan semangat Anda kepada calon pelanggan menjadi magnet yang kuat, sehingga konsumen yakin memilih produk atau jasa yang Anda pasarkan.

Tidak mudah untuk selalu bersikap positif dalam menghadapi kehidupan. Itulah mengapa lebih banyak orang yang mudah mengeluh daripada memiliki sikap yang optimis. Meski begitu, kamu tidak boleh terpengaruh orang lain yang mudah bersikap pesimis. Pasalnya, dengan memiliki sikap yang selalu optimis memiliki banyak manfaat. Melansir dari Verywellmind ada beberapa studi dari beberapa universitas terkenal yang menyebutkan bahwa optimis memiliki banyak manfaat baik untuk kita. Salah satunya adalah penelitian yang diterbitkan dalam Canadian Medical Association Journal. Dalam studi tersebut ditemukan bahwa orang yang optimis cenderung tidak mengalami gangguan kesehatan seiring bertambahnya usia. Jadi, mereka pada akhirnya bisa hidup lebih lama daripada mereka yang pesimis.



Mencoba dan Terus Mencoba

Pernahkah Anda memperhatikan bagaimana cara kerja para salesman? Menurut Anda salesman yang bagaimana yang akan menuai sukses? Salesman yang terus-menerus menawarkan produk dan jasanya meskipun berkali-kali ditolak atau salesman yang hanya beberapa kali menawarkan barangnya, lalu menyerah saat diabaikan orang-orang? Pasti ada salesman yang tidak putus

asa dan tetap menjual bukan? Pribadi dengan tipe seperti itu akan berlombalombabertemu dengan sebanyak mungkin orang untuk menawarkan produk atau jasanya. Bila ia bertemu dengan 100 orang pada hari itu, kesempatan untuk closing-nya pun akan semakin besar pula. Namun, bila satu hari mereka hanya bertemu dengan tiga orang saja, kira-kira berapa kesempatan deal yang akan mereka peroleh? Sangat kecil dan mungkin hanya satu orang atau bahkan tidak ada sama sekali yang mau membeli.



Jangan berkecil hati dulu ketika orang belum menyukai karya kita. Hari ini memang belum, tetapi besok, lusa, minggu depan, bahkan bulan depan, belum tentu hasilnya akan sama. Bisa jadi pada hari-hari berikutnya mereka malah begitu membutuhkan apa yang dulu sempat kita tawarkan. Ketika kita tetap mencoba bertanya, tetap menghubunginya, tetap mencarinya, dan tetap ramah dalam berbicara kepadanya maka peluang kita untuk berhasil sangat besar. Namun, jika saat ditolak kita langsung marah-marah, kecewa, berkata kasar, dan menunjukkan sikap yang kurang baik apalagi tidak mau datang lagi kepada orang itu, jangan harap kita akan mendapatkan sesuatu darinya.



Semakin banyak kita mencoba maka semakin banyak pula kesempatan bagi kita untuk meraih sukses. Namun, bagi seorang mediocre, ia akan memilih berhenti ketika baru pertama kali mengalami kegagalan. Ia tidak ingin mencoba lagi karena menurutnya kegagalan adalah akhir dari segalanya. Tentu hal itu sangat berbeda bagi seorang achiever, orang yang satu boleh saja menolak ide atau barang yang ia tawarkan. Namun, orang lain belum tentu akan melakukan hal yang sama. Bisa saja mereka malah tertarik dan menerimanya. Jadi, terus dan terus berusaha sampai mencapai apa yang diharapkan.

Jeli Melihat Perubahan

Gaya hidup masyarakat yang terus berubah seiring dengan adanya arus modernisasi, menjadi salah satu faktor yang memicu perubahan perilaku konsumen. Salah satu perubahan tersebut bisa kita lihat dari kejelian konsumen dalam memilih produk ataupun jasa. Bila dulunya konsumen lebih memilih harga miring dibandingkan kualitas produk yang ditawarkan penjual, sekarang ini konsumen sudah mulai pintar dan mengutamakan fitur apa saja yang ditawarkan dari sebuah merek produk. Meski demikian, bukan berarti Anda sebagai pengusaha hanya fokus pada aspek produksi sehingga mengesampingkan strategi pemasaran yang digunakan. Sebab, produk yang hebat tak kan jadi apa-apa tanpa dukungan strategi pemasaran yang dahsyat.

Untuk mempertahankan loyalitas konsumen terhadap produk yang dipasarkan para pengusaha, dibutuhkan kejelian pengusaha untuk membuat strategi branding yang kreatif agar merek produk yang dipilih bisa menggambarkan keunggulan produk Anda. Strategi ini bisa dilakukan para pengusaha melalui slogan atau jargon khusus, kemasan produk yang unik, atau bisa juga melalui logo brand yang mencolok.

Masa pandemi memberikan pelajaran penting pada pelaku usaha, terutama dengan adanya perubahan kebiasaan dari masyarakat yang mengedepankan protokol kesehatan dan mengurangi interaksi fisik. Hanya pelaku usaha yang adaptif yang dapat terus menjaga usahanya supaya tetap kompetitif dan relevan.

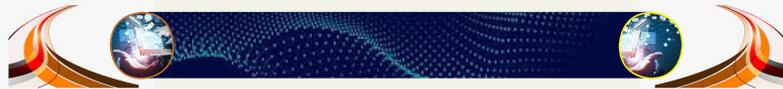
Kisah Inspiratif



Steven Huang adalah salah seorang merchant layanan e-commerce Akulaku Silvrr Indonesia yang kini sukses menjalankan bisnis pakaian laki-laki secara daring. Menurutnya, kesuksesan yang dirinya raih itu berkat kemampuan beradaptasi dengan keadaan dan juga memanfaatkan teknologi sebagai penunjang bisnisnya.

“Sebelum usaha online seperti sekarang ini, saya berjualan kopi secara offline. Namun untuk promosi produk tentu harus melalui online karena perubahan perilaku konsumen yang saat ini ke digital semua. Hingga akhirnya bisnis kopi sudah tidak saya jalankan lagi, kemudian saya mencoba menjadi dropshipper produk pakaian laki-laki. Saya mulai usaha dropshipper ini menggunakan modal yang relatif sedikit dulu, namun sekarang saya sudah mulai banyak stok barang dan menjadi salah satu merchant e-commerce Akulaku Silvrr Indonesia,” kata Steven yang sebelumnya juga merupakan karyawan Akulaku.

Steven menambahkan, dalam kondisi pandemi seperti sekarang ini para pelaku bisnis harus jeli melihat perubahan



perilaku konsumen dimana hampir semua orang saat ini lebih banyak beraktivitas di rumah dan pola konsumsi yang dilakukan melalui online. Di situlah pentingnya para pelaku bisnis perlu adaptasi berjualan online untuk menjangkau konsumen.

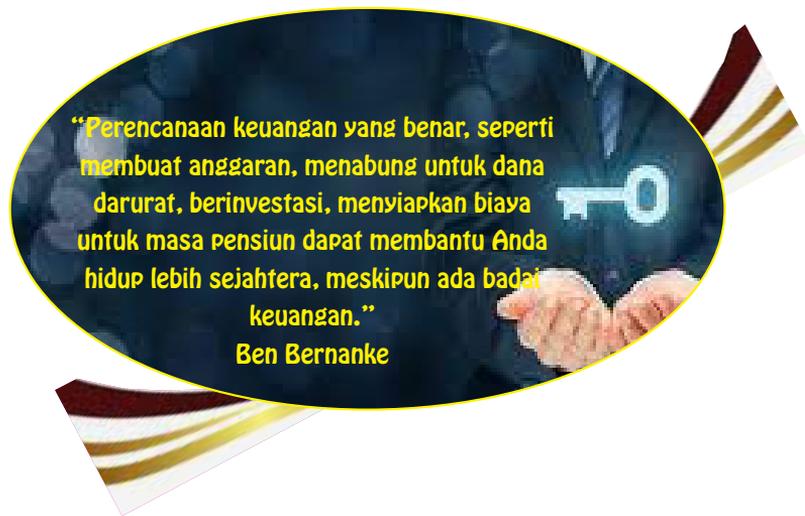
Para pelaku bisnis juga dituntut harus cerdas dan melakukan adaptasi apabila usahanya sudah tidak dapat bertahan. Kita perlu mengembangkan bisnis, terutama di bisnis yang bisa dilakukan secara online. Dengan menerapkan kemampuan beradaptasi dan kreativitas yang baik, kini Steven mampu meraih omzet yang jumlahnya relatif tinggi, bahkan omzetnya kini bisa mencapai Rp250 juta per bulan dari hasil berjualan baju, sepatu, tas, celana khusus pria melalui e-commerce Akulaku Silvrr Indonesia.

“Dengan memanfaatkan lewat platform e-commerce Akulaku Silvrr Indonesia ini membuat saya memungkinkan untuk mencapai 65 persen dari 268 juta masyarakat Indonesia yang aktif menggunakan internet,” ujar Steven. *Sumber : <https://www.liputan6.com>*

3.2.4 Pengelola Keuangan / Akuntan

Selain mental dan karakter yang harus dimiliki oleh technopreneur sukses di atas, ada satu hal penting lainnya yang harus dimiliki oleh seorang entrepreneur yaitu kemampuan untuk mengelola administrasi keuangan dengan baik. Administrasi keuangan secara umum memiliki fungsi untuk merencanakan, mengendalikan sumber daya keuangan dalam bisnis secara efektif dan efisien.

Bicara soal bisnis tentu masalah keuangan jadi pondasi awal yang harus kalian bangun. Tanpa modal, bagaimana mungkin startup bisa berjalan sesuai apa yang kalian inginkan. Tak jarang, startup yang kalian dirikan bisa-bisa gagal di awal hanya karena pengelolaan keuangan yang buruk. Pengelolaan selalu diawali dengan perencanaan yang matang. Sementara itu, bisnis startup yang baru berdiri pasti mengalami fase penelitian dan pengembangan.



Perencanaan keuangan berfungsi untuk memandu Anda, dalam melangkah dan mewujudkan tujuan-tujuan keuangan di masa yang akan datang. Tanpa adanya perencanaan keuangan, seseorang akan kesulitan dan tidak memiliki arah dalam mengelola keuangannya. Perencanaan keuangan memungkinkan Anda dapat mengetahui kondisi keuangan Anda saat ini, mengetahui target atau tujuan Anda di masa yang akan datang, serta strategi-strategi untuk dapat mewujudkannya.

Literasi keuangan menjadi penting bagi pelaku bisnis khususnya para pemula. Hal ini terutama saat akan mengambil keputusan yang mempengaruhi kondisi keuangan. Dengan punya pemahaman

literasi keuangan yang baik maka kita bisa terhindar dari hal-hal yang merugikan. Selain itu, tingginya tingkat literasi keuangan diyakini juga mampu meningkatkan kesejahteraan, karena dengan bertambahnya tingkat literasi keuangan maka masyarakat dapat membuat keputusan keuangan dengan lebih baik sehingga perencanaan keuangan keluarga atau pribadi menjadi lebih optimal. Pengelolaan keuangan usaha yang baik juga sama pentingnya disamping pola pikir untuk bersikap adaptif dan kreatif, guna membangun bisnis yang berkelanjutan dan komprehensif.

Karakter Dasar untuk Menjadi Seorang Akuntan Terbaik

Semakin berkembangnya bisnis, semakin banyak juga hal yang harus mengurus dan dikelola, salah satunya adalah keuangan. Untuk mendorong keberhasilan bisnis, perusahaan harus menjaga kondisi keuangannya tetap stabil dengan cara mengelola keuangan dengan tepat, disinilah peran akuntan dibutuhkan. Seorang akuntan yang baik adalah yang bisa membantu mengelola keuangan bisnis secara tepat. Berikut adalah beberapa karakter dasar yang harus Anda miliki untuk menjadi seorang akuntan terbaik.





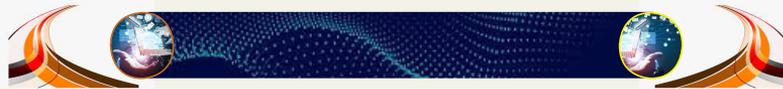
Angka dan uang adalah dua hal terpenting dalam akuntansi. Di mana, seorang akuntan harus bisa menggunakan uang perusahaan secara akuntabel atau dapat mempertanggungjawabkan. Untuk menjadi akuntan yang handal, cobalah tanamkan pada diri Anda bahwa tidak teliti bisa menyebabkan masalah dan kegagalan. Dengan begitu, ketika Anda menjalankan aktivitas bisnis, Anda hanya boleh mengakui transaksi yang mendukung dengan bukti transaksi valid. Yaitu, angka harus sama persis dengan yang tertera dalam bukti transaksi. Ada delapan karakter dasar yang harus dimiliki seorang akuntan yang baik dan handal.

Detail

Untuk menjadi seorang akuntan yang teliti, berarti Anda juga harus melihat secara detail. Dalam masalah akuntansi, sifat detail ini terlihat dari bagaimana Anda mencatat suatu transaksi. Seorang akuntan yang baik, tidak akan mencatat transaksi secara umum. Misalnya, supplier datang dengan membawa 1 truk berisi 500 minyak goreng berukuran 2 liter dengan harga Rp7.500.000. Sebagai seorang akuntan, Anda harus mencatatnya secara detail dengan satuan ukuran terkecil yaitu 1 minyak ukuran 2 liter = Rp15.000.

Logis

Meski akuntansi berkaitan dengan angka, tapi akuntansi bukanlah ilmu pasti, di mana masih bisa menggunakan prinsip dan asumsi. Karakter ini biasanya dibutuhkan akuntan ketika ingin mengambil keputusan, di mana mereka harus berpikir logis. Dalam hal mengambil keputusan, seorang akuntan harus melihat bagaimana kondisi keuangan perusahaan melalui laporan keuangan. Oleh sebab itu, dalam kegiatan bisnis, biasanya seorang akuntan adalah orang yang paling banyak menggunakan logikanya dan tidak mudah menerima hal-hal yang tidak masuk akal.



Terukur

Tugas utama seorang akuntan dalam bisnis adalah mengukur kinerja perusahaan dari segi keuangan. Untuk melaksanakan tugas utama ini, seorang akuntan menuntut untuk berpikir, berbicara, bersikap, dan bertindak dengan terukur. Misalnya, semua tindakan yang melakukan akuntan harus berdasarkan fakta dan data, minimal dengan logika yang terukur. Yaitu, sesuai dengan standar akuntansi yang berlaku.

Konsisten

Seorang akuntan yang baik berarti harus melakukan semua hal secara konsisten, mulai dari prosedur akuntansi, metode yang menggunakan, satuan ukuran, format penyajian, dan lain sebagainya. Dalam kegiatan bisnis, biasanya seorang akuntan harus konsisten mengatakan tidak ketika ada seorang karyawan ingin meminta kas bon, atau ketika menerima permintaan belanja tanpa adanya PO (Purchase Order).

Disiplin

Tanpa ada kedisiplinan, karakter yang konsisten tidak akan pernah bisa terwujud. Sebagai akuntan yang baik, Anda juga harus menanamkan sifat disiplin. Di mana, seorang akuntan tidak boleh menyepelekan data sekecil apapun, taat pada prosedur dan kebijakan perusahaan serta aturan pemerintah, dan juga taat pada standar dan kode etik akuntansi. Disiplin dalam akuntansi, berarti juga harus disiplin waktu saat menyajikan laporan keuangan.

Skeptis

Seorang akuntan yang baik, Anda tidak boleh percaya informasi dengan mudah tanpa adanya fakta dan data. Dalam kegiatan bisnis, seorang akuntan juga menuntut untuk tidak mudah mengatakan 'iya'. Di mana, standar minimal yang menggunakan akuntan adalah 'apa iya'? Kemudian kumpulkan data dan lakukan verifikasi untuk mengubah pertanyaan menjadi jawaban, 'iya' atau 'tidak'.



Jujur

Kejujuran adalah hal terpenting dalam proses akuntansi. Kejujuran dalam akuntansi berarti seorang akuntan harus melaporkan kondisi keuangan perusahaan apa adanya dan tidak ada niat untuk melakukan kecurangan. Seorang akuntan juga harus jujur mengakui jika ada kesalahan atau terjadi kecurangan dalam keuangan perusahaan.

3.2.5 Investor : Mencari Modal Usaha

Pemilik ide akan mencari investor untuk merealisasikannya dan menukarnya dengan lembar saham kepemilikan pada perusahaan startup tersebut. Nilai saham perusahaan tersebut akan semakin meningkat seiring dengan perkembangan bisnis dan realisasi dari ide-ide kreatif tadi. Investor pun akan terus bertambah banyak seiring nilai perusahaan maupun prospek usaha yang semakin cerah. Sang pendiri (founder) atau pemilik ide yang telah sukses akan dihadapkan pada dua pilihan, yaitu diakuisisi oleh perusahaan raksasa atau meneruskannya hingga sampai pada initial public offering (IPO).

Karakteristik Investor

Dalam praktiknya, mengembangkan bisnis startup yang mapan hingga menghasilkan perusahaan sekelas Google bukanlah hal yang mudah. Hal itu harus didukung oleh ekosistem yang solid yaitu terdiri dari inkubator (atau accelerator), investor, dan perusahaan modal ventura (*venture capital*).

Inkubator merupakan bagian dari proses awal dalam siklus bisnis perusahaan startup. Ini merupakan salah satu elemen penting dalam ekosistem yang memiliki peran mencari bakat sekaligus membantu merealisasikan ide-ide cemerlang dari para pendiri perusahaan startup.



Umumnya, perusahaan-perusahaan raksasa di berbagai industry mengadakan ajang pencarian ide-ide kreatif melalui kepemilikan atau membangun partnership dengan inkubator. Pada proses awal penjangkaran ide-ide kreatif, inkubator akan mengadakan kontes ide-ide kreatif untuk diseleksi dengan kriteria tertentu sehingga mendapatkan perusahaan-perusahaan startup yang berprospek cerah. Setelah mendapatkan perusahaan startup yang dinilai memiliki prospek cerah maka inkubator akan membantu perusahaan-perusahaan startup ini dengan memberikan bimbingan dalam mengelola perusahaan, memberikan ruang kerja (*working space*), sampai dengan mempertemukan perusahaan startup dengan para investor.

Elemen penting lainnya adalah perusahaan modal ventura yang akan mempertemukan investor (pemilik modal) dengan perusahaan startup. Umumnya, perusahaan raksasa di berbagai industry memiliki perusahaan modal ventura sebagai kendaraan untuk mendapatkan perusahaan startup yang potensial untuk diakuisisi guna menambah daya saing (*competitive advantage*) induknya.

Di samping itu, perusahaan modal ventura ini juga memberikan akses kepada para investor swasta (*private equity*) untuk mengambil andil pada perusahaan-perusahaan startup yang dinilainya berprospek cerah. Menariknya, bisnis perusahaan-perusahaan startup ini umumnya tidak memiliki laporan keuangan atau laba rugi yang ideal karena pada tahap awal operasional perusahaan terdapat fase burn rate (*negative cash flow*). Dalam hal ini, penerimaan lebih sedikit dari pengeluaran dengan nilai negative yang fantastis. Namun demikian, fenomena ini adalah hal yang sangat biasa. Bahkan bahkan walau perusahaan dalam keadaan rugi setiap bulannya dan nilainya semakin besar, akan tetapi investor yang datang menaruh investasinya semakin banyak dan nilainya terus meningkat.



Hal ini karena mereka melihat prospek dan tanggapan dari masyarakat yang semakin baik. Oleh sebab itu, potensi bubble pada industri ini juga terbuka seperti halnya fenomena dot-com bubble di akhir era tahun 90-an hingga awal tahun 2000-an. Sebaliknya, jika perusahaan tersebut semakin besar dan minat investor semakin tinggi maka perusahaan tersebut akan bernilai miliaran dolar Amerika Serikat, seperti halnya perusahaan raksasa dunia Google atau Facebook.

Menarik Investor

Para pemilik usaha harus terus-menerus melangkah di medan yang tak pasti, mengetatkan proyeksi pendapatan dan biaya demi menjamin kesehatan perusahaan dalam jangka panjang. Mereka yang berhasil menghemat biaya usaha sekarang mungkin mempertimbangkan langkah berikutnya dalam pertumbuhan usaha, yaitu, mencari dana dari investor untuk mempercepat pertumbuhan dan mencapai tingkat keuntungan baru. Namun sebelumnya, mengemas ide sehingga mampu menarik dan meyakinkan investor akan potensi perusahaan Anda adalah langkah yang penting.

Membuat Presentasi yang Meyakinkan

Sebelum mulai berdiskusi dengan investor, Anda sebaiknya menyiapkan presentasi ringkas mengenai usaha Anda beserta keunikannya dari pesaing lainnya. Susunan presentasi Anda sebaiknya sebagai berikut:

- Bagian rangkuman utama (tidak lebih dari dua slide)
Bagian ini berisi inti ide dan latar belakang eksistensi usaha Anda.
- Penyampaian masalah (dua-tiga slide)
Apa yang bermasalah atau “tidak berhasil”? Masalah apa yang dapat diatasi oleh usaha Anda? Berikan contoh nyata untuk



menggambarkan nilai-nilai dan pemahaman Anda akan potensi pasar.

- **Pengenalan produk (dua-tiga slide)**
Perkenalkan solusi utama Anda, lanjutkan dengan menekankan bahwa Anda memberikan penawaran yang berbeda dan identifikasi elemen unik yang membedakan Anda dari pesaing lainnya.
- **Strategi Pemasaran (dua slide)**
Sampaikan strategi penjualan Anda, dan tunjukkan beragam metode yang akan Anda terapkan demi mencapai target pasar dan menyelesaikan permasalahan mereka.
- **Tim (dua slide)**
Perkenalkan tim Anda yang bersemangat dan soroti kelebihan mereka. Walaupun produk adalah suatu hal yang penting, persepsi tim juga sama pentingnya bagi investor saat mereka menilai berdasarkan semangat kerja dan sikap mau berusaha yang ditunjukkan usaha rintisan, selain nilai usahanya.
- **Keuangan (satu slide)**
Sertakan proyeksi pendapatan dan pengeluaran yang realistis untuk meningkatkan kredibilitas sekaligus menunjukkan kemampuan Anda sebagai perencana. Sekalipun masih dalam presentasi tahap awal, perkiraan ini menunjukkan pemahaman Anda mengenai medan usaha sekaligus memberikan rasa percaya pada investor yang sebelumnya mungkin meragukan prospek usaha Anda.
- **Secara keseluruhan (semua slide)**
Pertimbangkan nada penyampaian presentasi Anda, dan sesuaikan dengan pendengarnya. Teliti terlebih dahulu investasi yang pernah dilakukan oleh calon investor Anda sebelumnya, dan siapkan presentasi seperti yang akan diberikan oleh usaha rintisan sukses. Hal ini akan membantu menajamkan pendekatan Anda sekaligus menyampaikan presentasi yang lebih terarah bagi setiap investor yang Anda temui.



Menjalin Hubungan Emosional dan Intelektual

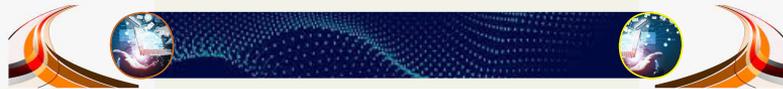
Saat menyampaikan presentasi yang meyakinkan, sadarilah ada beberapa jenis hubungan yang perlu Anda bangun dengan investor. Selama menyampaikan kisah usaha Anda, ciptakan percakapan yang dapat membangun hubungan emosional. Pastikan masalah yang Anda jelaskan dapat dirasakan, menginspirasi, dan dapat memenuhi kebutuhan pasar saat ini. Sebagai gambaran, pertimbangkan mengambil kutipan artikel berita atau publikasi industri berisi masalah yang tengah dihadapi.

Posisikan diri Anda sebagai penyedia solusi yang sungguh-sungguh dengan menempatkan prioritas pada pemecahan masalah dan usaha untuk memudahkan hidup calon konsumen. Semangat yang Anda tunjukkan saat menyampaikan bagian pertama presentasi usaha akan membedakan Anda dari wirausahawan lainnya karena menunjukkan tekad, semangat, keyakinan, dan sikap mau berusaha.

Sekarang setelah membangun hubungan emosional, mulailah membawanya ke dalam konteks nyata dengan angka dan perhitungan “pasti”. Gunakan gambar yang menarik perhatian, namun ingatlah untuk memusatkannya pada rencana dan model bisnis yang kuat, serta strategi distribusi penjualan yang mantap. Para pengusaha harus realistis dalam menilai harga solusi mereka, dan menunjukkan kelebihan kompetitifnya dengan jelas, sehingga menarik bagi kebutuhan intelektual para investor.

Melatih Presentasi Berulang Kali

Sama seperti cara untuk tampil di Carnegie Hall adalah dengan “berlatih, berlatih, berlatih”, presentasi yang sukses harus berulang kali dilatih hingga tepat. Mengenali usaha dan pasar dengan baik saja tidak cukup untuk menyampaikan presentasi yang hebat. Bagi



para investor yang memiliki jadwal padat, hanya ada beberapa hal yang lebih menyebalkan daripada presentasi yang melebihi alokasi waktu.

Untuk menyiapkan presentasi dengan baik, siapkan beberapa versi yang berbeda. Awali dengan membuat presentasi sangat singkat (elevator pitch) yang merangkum inti ide usaha Anda dalam waktu 30 detik bagi para investor yang sangat sibuk. Untuk mendapatkan efek yang maksimal, presentasi singkat ini harus memicu respons “hmmm... Apakah Anda bisa menjelaskan lebih lanjut?” dari para investor. Jadi, akhiri presentasi singkat ini dengan hal yang membuat penasaran untuk menarik perhatian investor.

Buatlah presentasi kedua yang lebih panjang (secondary pitch) dan dapat disampaikan dalam waktu tiga hingga lima menit. Presentasi ini harus berisi informasi yang lebih banyak dari presentasi singkat yang pertama, namun masih cukup menarik sekaligus mampu mengundang pertanyaan dari para pendengarnya. Jika ada bagian yang ingin Anda jelaskan secara khusus, cukup singgung secara singkat dalam presentasi dengan cara tertentu sehingga pendengarnya terdorong untuk mengajukan pertanyaan yang sudah siap Anda jawab. Pendekatan interaktif ini akan menunjukkan kepada investor bahwa Anda siap menjawab pertanyaan mereka, dan membuat solusi yang Anda tawarkan tampak dapat dipercaya.

Latih presentasi singkat dan presentasi lanjutannya sesering mungkin di hadapan rekan kerja dan anggota keluarga. Pastikan untuk meminta saran dari mereka sehingga Anda dapat mengasah kembali cara penyampaian presentasi dan mencari tahu sisi yang lebih menarik dari usaha Anda.



Berpikir “Ramping” dan Hanya Ajukan Dana yang Diperlukan dalam Rencana Usaha Selanjutnya. Tidak Lebih.

Salah satu bagian dalam bersikap realistis mengenai target dan proyeksi pencapaian usaha adalah mengetahui tahap rencana usaha selanjutnya dan mencari investasi untuk rencana ini. Walaupun Anda mungkin tergoda menawarkan visi usaha miliaran rupiah, investor mungkin tidak ingin terikat dalam jangka yang terlalu panjang, paling tidak hingga setelah presentasi awal.

Tanyakan kepada diri sendiri “Berapakah jumlah dana yang dibutuhkan oleh proyek saat ini agar bisa mencapai tahap berikutnya?”. Inilah jumlah yang harus Anda cari setiap kali menyampaikan presentasi di hadapan para investor. Gunakan perkiraan konservatif yang realistis saat berbicara dengan investor dan penawaran Anda akan tampak lebih menarik untuk dipertimbangkan.

Tunjukkan Jalan Keluarnya

Langkah terakhir dalam mempersiapkan rapat yang sukses dengan para investor adalah memberikan strategi keluar yang jelas. Walaupun tampaknya membicarakan akhir investasi sebelum dimulai bukanlah hal yang tepat, strategi pengakhiran hubungan investasi sering kali adalah penentu sebuah presentasi yang hebat. Sebagian besar wirausahawan atau pengusaha rintisan merasa sangat yakin akan produknya hingga sulit memahami mengapa para investor bahkan pernah berpikir ingin keluar.

Memfokuskan usaha dengan memahami kebutuhan investor mungkin akan membantu. Alih-alih berusaha membangun hubungan emosional dengan tim dan produk, para investor lebih tertarik mencari keuntungan besar dalam waktu singkat. Patokan yang lazim digunakan dan dianggap aman untuk mengambil risiko, mengamati

pertumbuhan, dan mendapatkan hasil yang sehat, adalah jangka waktu lima tahun.

Dengan demikian, rencana dan presentasi Anda harus dirancang untuk dapat menjawab pertanyaan “Bagaimana usaha ini dapat menghasilkan banyak uang dalam waktu lima tahun?”, dengan lugas. Berbicara dengan para investor adalah hal yang menegangkan, namun persiapan dan latihan yang memadai dapat membuat Anda merasa lebih percaya diri dan fokus pada tujuan. Ingatlah, penyampaian penawaran yang bersemangat dan berkarisma atas produk yang mampu membangun hubungan bisa menjadi penentu respons “tidak, terima kasih” atau “ceritakan lebih lanjut” dari para investor.

Kisah Inspiratif



Kisah Sukses William Tanuwijaya Pendiri Tokopedia



Sumber : www.finansialku.com

William Tanuwijaya adalah sosok entrepreneur yang mewakili technopreneur Indonesia yang berasal dari kota Pematang Siantar, Sumatera Utara. William Tanuwijaya dilahirkan pada



tanggal 11 November 1981. Setelah tamat SMA, Beliau merantau ke ibukota untuk melanjutkan pendidikan. William Tanuwijaya mengenyam pendidikan di Universitas Bina Nusantara (Binus), di jurusan Teknik Informatika.

Selama kuliah, tepatnya saat semester II, William juga bekerja sebagai penjaga warnet. William mengatakan pekerjaan sebagai penjaga warnet banyak memberikan keuntungan, selain tambahan uang saku juga akses internet gratis. Dari sinilah William Tanuwijaya mengenal lebih dalam mengenai internet. Setelah lulus kuliah, William sempat bekerja di beberapa perusahaan software developer dan game developer, bahkan di perusahaan jual beli online KafeGaul.

Awal Mula William Tanuwijaya Saat Mendirikan Tokopedia
William mengajak salah satu rekannya bernama Leontinus Alpha Edison, merintis Tokopedia.com pada tanggal 6 Februari 2009. Waktu pengembangan Tokopedia, membutuhkan waktu kurang lebih 6 bulan. Tepat pada ulang tahun Indonesia yang ke 64 (17 Agustus 2009), William Tanuwijaya dan Leontinus Alpha Edison merilis Tokopedia.

Tokopedia boleh dibilang memiliki perkembangan jumlah penjual dan pembeli yang cukup bagus. Pada tahun pertamanya, Tokopedia mendapatkan suntikan investasi. Prestasi di tahun pertamanya, Tokopedia mendapatkan penghargaan dari Bubu Awards sebagai startup e-commerce terbaik di Indonesia.

Model bisnis yang ditawarkan Tokopedia adalah menghubungkan antara penjual dan pembeli dengan aman, nyaman dan praktis. Tokopedia memberikan rasa aman kepada



pembeli dan penjual, sehingga bisnis ini dapat meminimalkan angka kriminalitas di bisnis online.

Bagi Anda yang sering membeli barang di Tokopedia, Anda pasti tahu kan uang Anda ditransfer terlebih dahulu ke Tokopedia. Uang Anda baru akan ditransfer ke pembeli apabila, barang pesanan Anda sudah dikirim. Boleh dibilang Tokopedia berhasil menjadi perantara perdagangan bisnis online di Indonesia. Selain keamanan, Tokopedia juga menawarkan sebuah harapan “Hope”, kepada masyarakat di Indonesia. Saat ini Anda tidak memerlukan banyak uang, untuk membangun toko online. Anda cukup memiliki email dan membuka toko online di Tokopedia. Salah satu pandangan hebat dan luar biasa dari William adalah: Tokopedia akan sukses, jika para penjualnya juga sukses. Sudah banyak cerita penjual (seller) Tokopedia yang sukses.

William Tanuwijaya sempat sharing bahwa saat awal mendirikan Tokopedia, Beliau banyak diremehkan orang. Saya dianggap punya mimpi ketinggian. Apa yang mau saya capai dibilang muluk-muluk, ujar William Tanuwijaya. Banyak orang yang menolak ide bisnis yang disodorkan William Tanuwijaya. Modal pertamanya dijalankan dengan cara mencari modal sendiri dan suntikan dana dari bos. Selama dua tahun saya mencari modal, akhirnya bos saya sendiri yang memberi modal 10 persen, lanjutnya. Dengan modal seadanya, Tokopedia berjalan dengan usaha yang maksimal. Tak lama investor mulai berdatangan, salah satunya East Ventures. Sejak tahun 2010, Tokopedia selalu mendapat investasi dari asing, seperti East Ventures (pada 2010), CyberAgent Ventures (2011), Beenos (2012), dan SoftBank (2013).



Banyak hal dapat kita pelajari dari kisah sukses William Tanuwijaya antara lain:

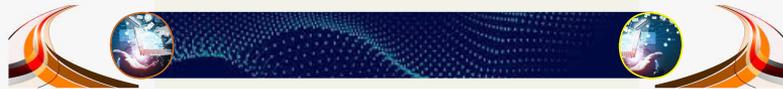
- Memulai dengan ide sederhana, mengatasi permasalahan langsung (bisnis online yang rawan penipuan) dan didukung dengan riset.
- Pantang menyerah saat mengalami kesulitan, terlebih saat fase-fase mengumpulkan pendanaan (funding).
- Mau memperjuangkan mimpinya. Pada tahun-tahun awal Tokopedia, William berusaha mendanai bisnisnya sendiri. Walaupun hal ini tidak mudah, tetapi bukan tidak mungkin untuk dijalankan.
- Mampu memberikan rasa aman kepada pemangku kepentingan (stake holder), seperti penjual, pembeli dan investor. Buktinya William dipercaya oleh investor, dengan pendanaan setiap tahun.
- Memberikan solusi yang baik untuk Bangsa Indonesia. Tokopedia memberikan harapan kepada masyarakat Indonesia untuk dapat meningkatkan pendapatannya. Mempermudah akses untuk menjual barang-barang secara online. *Sumber : <https://www.finansialku.com>*

3.3

Inovasi Model Bisnis



Sebelum membahas lebih jauh mengenai konsep ini, kita perlu memahami apa yang dimaksud Business Model. Menurut Alexander Osterwalder, Business Model adalah gambaran dasar bagaimana sebuah organisasi membuat, men-deliver dan menangkap value yang ada. Business Model bersifat seperti blueprint untuk strategi yang akan diimplementasikan ke seluruh organisasi, proses dan



sistem. Semua pelaku bisnis harus memiliki pemahaman yang sama terhadap Business Model sehingga diperlukan sebuah konsep yang dapat memberikan satu gambaran standar. Konsep ini harus simple, relevan dan mudah dipahami secara intuitif. Konsep inilah yang diberi nama 9 Building Blocks. Konsep ini sendiri telah diaplikasikan dan diuji coba di seluruh dunia dan telah digunakan di beberapa organisasi, seperti IBM, Ericsson, Deloitte, the Public Works and Government Services of Canada dan banyak lagi.

3.3.1 Nine Building Blocks

9 Building Block adalah konsep yang dapat mendeskripsikan dan menunjukkan logika bagaimana sebuah perusahaan menghasilkan pendapatan (make money). 9 Building Block mencakup empat area utama dalam bisnis, yaitu Customers, Offer, Infrastructure dan Financial Viability. Konsep ini dapat menjadi satu bahasa bersama yang memudahkan kita untuk mendeskripsikan dan memanipulasi Business Model untuk membuat strategi baru.

1. Customer Segments (CS)

Customer Segments menunjukkan sekelompok orang atau organisasi berbeda, yang ingin digapai atau dilayani perusahaan. Customer adalah inti dari semua Business Model. Tanpa (profitable) customer, perusahaan tidak akan mampu bertahan lama. Untuk lebih memuaskan customer, perusahaan perlu mengelompokkan mereka ke dalam segmen yang berbeda berdasarkan kebutuhan, behaviour atau atribut yang lain. Perusahaan harus mendefinisikan dengan jelas, mana segmen customer yang perlu dilayani, mana yang perlu dihindari.



Kelompok Customer merepresentasikan segmen yang berbeda jika:

- Mereka membutuhkan penawaran yang berbeda.
- Mereka dapat digapai melalui Distribution Channel yang berbeda.
- Mereka memerlukan jenis relationship yang berbeda.
- Mereka memiliki profitabilitas yang berbeda.
- Mereka mau membayar aspek yang berbeda dari sebuah penawaran.

Beberapa contoh segmen customer yang berbeda adalah mass market, niche market, segmented, diversified, multi-sided platforms.

2. Value Propositions (VP)

Value Proposition mendeskripsikan sejumlah produk atau layanan yang memberikan nilai (value) untuk segmen customer yang spesifik. Value Proposition adalah alasan mengapa customer berpindah dari satu perusahaan ke perusahaan yang lain. Value Proposition memecahkan permasalahan customer atau memenuhi kebutuhannya. Value Proposition dapat bersifat inovatif serta merepresentasikan penawaran yang baru dan disruptive, atau bersifat sama atau sejenis dengan yang sudah ada namun dengan beberapa tambahan fitur atau atribut. Value yang diberikan perusahaan contohnya adalah newness, performance, customization, “getting the job done”, design, brand/status, price, cost reduction, risk reduction, accessibility, convenience/usability.

3. Channels (CH)

Channels mendeskripsikan bagaimana perusahaan berkomunikasi dan menggapai segmen customer mereka untuk men-deliver Value Proposition. Komunikasi, distribusi dan penjualan merupakan interface antara perusahaan dan pelanggan. Channels adalah customer touch point yang memainkan peran penting dalam customer experience. Channels memiliki beberapa fungsi, yaitu:

- Meningkatkan awareness dari customer terhadap produk atau jasa perusahaan.
- Membantu customer untuk mengevaluasi Value Proposition dari perusahaan.
- Memudahkan customer untuk membeli produk atau jasa.
- Men-deliver Value Proposition kepada customer.
- Menyediakan dukungan pelanggan (after-sales).

Channels dapat dibedakan menjadi dua tipe, yaitu Direct (tenaga penjual/sales, website, toko pribadi) dan Indirect (partner stores, wholesaler). Channels dapat dibedakan menjadi 5 fase, yaitu Awareness, Evaluation, Purchase, Delivery, After Sales.

4. Customer Relationship (CR)

Customer Relationship mendeskripsikan jenis relasi yang dibangun perusahaan dengan pelanggan. Perusahaan harus menentukan jenis relasi dengan pelanggan, apakah personal atau automated. Relasi yang dipilih akan sangat menentukan bagaimana customer experience yang akan dihasilkan. Contoh dari Customer Relationship adalah personal assistance, dedicated personal assistance, self-service, automated service, communities, co-creation.



5. Revenue Streams

Revenue Streams merepresentasikan cash yang di-generate dari tiap Customer Segment (biaya harus dikurangi dari pendapatan/revenue untuk mendapatkan nilai keuntungan). Perusahaan harus mengetahui value apa yang membuat Customer Segment mau membayar. Tiap-tiap Revenue Stream dapat memiliki mekanisme pricing yang berbeda, seperti fixed list, tawar-menawar, lelang, market-dependent, volume-dependent dan yield management. Sebuah Business Model dapat memiliki dua jenis Revenue Stream yang berbeda, yaitu:

- Revenue transaksi yang dihasilkan dari one-time customer payments
- Revenue berulang yang dihasilkan dari pembayaran terus-menerus untuk sebuah Value Proposition atau after sales customer support.

Beberapa cara untuk menghasilkan Revenue Stream adalah Asset sale, Usage fee, Subscription fee, Lending/Renting/Leasing, Licensing, Brokerage fees, Advertising

6. Key Resources

Key Resources mendeskripsikan aset atau sumber daya yang sangat penting (aset kunci) yang diperlukan untuk membuat sebuah Business Model berjalan. Sumber daya ini memungkinkan perusahaan untuk membuat dan menawarkan Value Proposition, menggapai pasar, me-maintain hubungan dengan Customer Segments dan mendapatkan revenue. Tiap-tiap Business Model akan memerlukan Key Resources yang berbeda. Key Resources dapat berbentuk fisik, finansial, intelektual atau manusia. Key Resources dapat dimiliki atau disewa oleh perusahaan atau



didapatkan dari partner. Contoh dari Key Resources adalah mesin, bangunan, brand, paten, hak cipta, human resource, uang dan lain-lain.

7. Key Activities

Key Activities mendeskripsikan hal-hal penting (aktivitas) yang harus dilakukan perusahaan agar Business Model-nya berjalan. Key Activities dapat dikategorikan menjadi Production, Problem Solving dan Platform/Network. Contoh dari Key Activities adalah perusahaan konsultan memiliki problem solving sebagai Key Activities-nya. Untuk manufaktur, supply chain management adalah salah satu Key Activities-nya.

8. Key Partnerships

Key Partnership mendeskripsikan jaringan supplier atau partner yang membuat sebuah Business Model berjalan. Perusahaan membentuk relasi dengan partner untuk banyak alasan sehingga partnership menjadi hal yang sangat penting bagi banyak Business Model. Perusahaan membentuk aliansi untuk mengoptimalkan Business Model-nya, mengurangi resiko atau mendapatkan sumber daya tertentu. Partnerships dapat dibedakan menjadi 4 jenis, yaitu:

- Strategic Alliances antara dua perusahaan yang bukan kompetitor.
- Cooperation, yaitu strategic partnership antara kompetitor.
- Joint Ventures untuk membangun bisnis baru.
- Buyer-Supplier relationship untuk menjamin supply yang handal.

Alasan dan motivasi untuk membangun partnership dapat dibedakan menjadi 3, yaitu:

- Optimization and economy of scale.
- Reduction of risk and uncertainty.
- Acquisition of particular resources and activities.

9. Cost Structure

Cost Structure mendeskripsikan semua biaya yang muncul untuk menjalankan sebuah Business Model. Biaya akan muncul ketika perusahaan membuat dan men-deliver value, me-maintain Customer Relationship dan lain-lain. Biaya-biaya tersebut akan mudah diidentifikasi setelah mendefinisikan Key Resources, Key Activities dan Key Partnership. Secara garis besar, perusahaan dapat memilih apakah ingin menjadi cost-driven (mengutamakan penekanan biaya) atau value-driven (mengutamakan keunggulan produk). Cost Structure dapat memiliki beberapa karakteristik, seperti fixed cost, variable cost, economies of scale, economies of scope.

3.4 Media Digital



Zaman terus berubah, perkembangan teknologi dan ilmu pengetahuan terus mengalami lonjakan dengan dinamika yang terus mengubah wajah dunia dalam tatanan peradaban yang modern. Hal ini ditandai dengan tingkat penerapan teknologi terapan baik itu alat komunikasi, komputer dan berbagai sistem lainnya hingga sosial media yang semakin marak dengan beragam fitur yang ditawarkan. Masyarakat yang dinamis dan tentunya kaya akan jiwa inovasi dan kreativitas telah menandainya. Pemetaan teknologi di beberapa negara seperti Amerika Serikat, Jepang, Korea Selatan, Singapura dan beberapa

negara lainnya diarahkan pada penciptaan teknologi berbasis komputerisasi dan pengembangan ilmu pengetahuan yang berintikan semangat entrepreneurship/kewirausahaan dengan beragamnya kebutuhan hidup.

Peranan technopreneurship sangat banyak, apalagi bagi orang-orang yang ingin meningkatkan bisnis lebih cepat lagi. Suatu inovasi yang dihasilkan harus berupa ide-ide yang kreatif dan terkini pada masa tersebut. Technopreneurship bermanfaat dalam pengembangan industri-industri besar dan canggih, selain itu juga dapat diarahkan untuk memberikan manfaat kepada masyarakat yang memiliki kemampuan ekonomi lemah untuk meningkatkan kualitas hidup manusia itu sendiri.



3.4.1 Pemanfaatan Media Sosial

Perkembangan komunikasi pemasaran saat ini tidak hanya dilakukan secara konvensional saja. Pemasar kini juga memanfaatkan media baru seperti Internet sebagai pilihan untuk melakukan pendekatan kepada calon konsumen dalam memasarkan produk/jasanya.



Internet telah menjadi salah satu hal penting dalam bisnis terutama dalam pemasaran atau marketing. Konten sangat berperan dalam menjalankan media digital sebuah bisnis. Konten lah yang dapat membuat percakapan dengan pelanggan, baik saat ini atau pun di masa mendatang. Evolusi strategi pemasaran melalui konten di media digital seperti website maupun media sosial telah menjadi cara baru untuk mencapai target dan mendapatkan pelanggan yang tepat. Mereka dapat melihat dan membaca melalui RSS feed, blog, infografis, video, dan bentuk konten digital lainnya.



Pemasaran Digital adalah bentuk kegiatan pemasaran yang dimana menggunakan internet dan teknologi informasi untuk memperluas dan meningkatkan fungsi marketing tradisional. Digital marketing lebih banyak menggunakan dan memanfaatkan media sosial dalam melakukan pemasaran dan promosi produk/jasanya. Media sosial dianggap memiliki kelebihan yang dimana dapat membantu dalam proses komunikasi pemasaran dengan memiliki jangkauan pasar yang luas. Dalam menjalankan komunikasi pemasaran, perusahaan

atau pelaku bisnis harus memiliki strategi agar segala rencana yang telah ditentukan sebelumnya dapat tercapai. Fungsi adanya strategi yaitu untuk mencapai tujuan yang telah direncanakan dengan memiliki strategi yang baik maka akan memberikan keuntungan bagi perusahaan atau pelaku bisnis sebagai terwujudnya tujuan dari perusahaan tersebut.

Berikut ini adalah strategi marketing yang sedang trend dan perlu dikuasai oleh pelaku bisnis untuk membantu pemasaran produk.

Content Marketing

Konten adalah materi paling penting, karena setiap orang masuk ke dunia maya, mereka akan mencari sebuah konten dengan keyword yang mereka masukan. Banyak perusahaan yang masih belum memahami pentingnya trend dan bagaimana konten marketing melandasi hampir seluruh digital marketing. Konten merupakan dasar dari semua digital marketing dan sangat penting untuk menciptakan brand awareness serta merambah keramaian.



Terdapat dua elemen penting dalam content marketing. Pertama, konten harus memenuhi tiga syarat ini: penting, relevan, dan konsisten. Jadi, Anda tidak bisa sembarangan dalam membuat konten untuk



content marketing. Konten harus memenuhi tiga syarat di atas. Anda harus membuat konten yang relevan dengan bisnis Anda. Misalnya, Anda mengelola bisnis fashion. Maka Anda perlu membuat konten yang berkaitan dengan fashion.

Relevan saja tidak cukup. Anda juga perlu mempertimbangkan apakah konten tersebut penting atau tidak untuk diketahui target audiens. Buatlah skala prioritas berisi topik-topik yang relevan untuk target audiens. Urutkan dari yang terpenting hingga topik yang kurang penting. Syarat yang terakhir adalah konsisten. Dalam content marketing, Anda tidak bisa mengandalkan satu konten saja untuk menarik perhatian audiens. Diperlukan banyak konten untuk akhirnya Anda bisa merasakan manfaat content marketing untuk bisnis Anda.

Elemen kedua dalam content marketing adalah mencapai tujuan untuk mengonversi audiens menjadi konsumen. Perlu diingat bahwa memproduksi konten untuk content marketing bukan hanya untuk menghibur audiens. Ada tujuan yang harus Anda capai, yaitu mengonversi audiens menjadi pelanggan. Jadi setelah mengonsumsi konten yang Anda buat, audiens tergerak untuk membeli produk atau layanan yang Anda jual.

Integrated Digital Marketing

Media sosial dan konten memiliki peranan penting pada hasil pencarian. Banyaknya jenis media sosial saat ini mengharuskan sebuah brand memiliki sebanyak mungkin media sosial untuk menjangkau pelanggan lebih luas. Namun penggunaan banyak media sosial tersebut harus saling terintegrasi, sehingga tidak ada informasi yang tumpang tindih. Untuk itu pastikan bahwa setiap pendekatan yang dilakukan memberikan kemungkinan untuk mengikat mereka semua secara bersamaan demi mencapai suatu efektivitas yang maksimum.



Bagi para pelaku bisnis, sebuah merek merupakan ekuitas yang paling penting. Untuk itulah membangun sebuah merek yang kuat merupakan tugas inti dari para pelaku bisnis dan khususnya bagi para marketer. Inilah alasan kenapa Integrated Digital Marketing ini sangat diperlukan karena dapat dijadikan sebagai senjata utama bagi para pelaku bisnis dalam membangun persepsi, citra, dan merek yang kuat di benak konsumen.

Dengan semakin berkembangnya teknologi, membuat media komunikasi sendiri menjadi sangat beragam dan banyak pilihan. Bukan hanya iklan di televisi, media cetak, dan media luar ruang saja namun sekarang ini sudah ada media lainnya seperti internet, SMS, video, dan berbagai event yang bisa dijadikan sebagai salah satu alternatif untuk berkomunikasi dengan para konsumen. Selain itu anda juga bisa memanfaatkan kanal seperti Search Engine Optimisation atau SEO, Mailing List, Webinar, Blog, Social Network dan lain sebagainya

Relationship Marketing

Relationship marketing adalah proses berkelanjutan yang mensyaratkan suatu perusahaan agar menjalin komunikasi tetap dengan konsumen untuk memastikan tujuan tercapai, dan memadukan proses relationship marketing kedalam rencana strategi sehingga memungkinkan perusahaan mengelola sumber daya dengan baik dan memenuhi kebutuhan konsumen di masa mendatang.

Hubungan yang hangat bisa mencairkan kebekuan. Hubungan itu harus didasarkan oleh prinsip-prinsip ketulusan dan saling mendukung, bukan sekedar hubungan transaksional yang semu dan semata-mata karena perintah kerja atau hanya untuk mencarai keuntungan semata. Bila pemasar berdiri dipihak pelanggan dan memandang masalah yang dihadapi pelanggan juga sebagai masalahnya lalu berusaha



memecahkan secara bersama-sama, maka hubungan jangka panjang ini akan dirasakan oleh kedua belah pihak.

Tujuan utama relationship marketing menurut Sivesan (2012) adalah untuk meningkatkan hubungan yang kuat antara pemasar dan pelanggan dengan cara mengkonversi atau menjadikan pelanggan yang acuh tak acuh menjadi lebih loyal. Sisi lain dari tujuan utama relationship marketing sebenarnya adalah untuk menemukan lifetime value dari pelanggan. Setelah lifetime value didapat, tujuan selanjutnya adalah bagaimana agar lifetime value masing-masing kelompok pelanggan dapat terus diperbesar dari tahun ketahun. Setelah itu, tujuan ketiganya adalah bagaimana menggunakan profit yang didapat dari dua tujuan pertama untuk mendapatkan pelanggan baru dengan biaya yang relatif murah. Dengan demikian, tujuan jangka panjangnya adalah menghasilkan keuntungan terus menerus dari dua kelompok pelanggan: pelanggan yang sekarang dan pelanggan baru.

Personalized Marketing

Pendekatan marketing yang biasa terjadi di media tradisional dan televisi menjadi kurang efektif karena adanya kejenuhan media. Kita bisa melihat bagaimana adanya personalized marketing di situs e-commerce, email dan website yang menyesuaikan dengan iklan dan user interface demi kepentingan konsumen yang relevan. Ketika mengunjungi bisnis online sekali dan kemudian berkunjung lagi, website akan tahu siapa Anda.

Dalam konsep personalized marketing, setiap orang dipandang sebagai pribadi yang unik sehingga pemilik bisnis harus memandang konsumen secara personal ketika mereka menyusun strategi marketing. Survei dari Sasbuzz, platform analisis sosial media di Indonesia, selama tahun 2014 dan 2015 menyatakan bahwa 98% pengguna media sosial di Indonesia merespon secara positif konten



marketing yang diberikan secara personal. Sebuah studi di University of Texas juga semakin menguatkan argumen mengapa personalized marketing menjadi strategi pemasaran yang efektif. Setidaknya ada dua alasan yang dikemukakan, yakni pertama, konsumen saat ini telah dibombardir oleh informasi berlebihan melalui iklan, termasuk iklan yang generik. Dan kedua, konsumen saat ini telah memiliki keinginan yang terkontrol. Oleh sebab itu, personalized marketing diperlukan karena konsumen lebih memiliki kendali dalam memilih informasi mana yang perlu dan mana yang tidak perlu.

Setelah mengetahui beberapa manfaat yang dapat diperoleh, kini saatnya untuk mengetahui bagaimana pengaplikasian konsep personalized marketing dalam sebuah bisnis, antara lain :

Mengumpulkan Kontak Pelanggan

Kontak konsumen khususnya email sangat berguna untuk menentukan strategi dan fokus pemasaran dari sebuah bisnis. Karena dari kontak ini pemilik bisnis dapat mendeteksi apa saja yang paling sering dicari oleh konsumen di tiap “klik” yang mereka lakukan. Dengan begitu pemilik bisnis mampu mengetahui secara persis konten, insentif serta rekomendasi yang relevan untuk tiap konsumen. Semakin banyak kontak yang dikumpulkan maka semakin efektif juga personalisasi yang dilakukan. Hal ini bisa dimaksimalkan dengan memanfaatkan landing page, call to action dan formulir opt in dalam website.

Mengirim Email Secara Personal

Dibanding mengirim email menggunakan nama perusahaan, ada baiknya kirimkan email dengan menyantumkan nama salah satu anggota tim marketing. Selain itu, apabila email yang dikirimkan menggunakan template, berikan sedikit modifikasi agar kata-kata yang dicantumkan tidak terlihat berasal dari sebuah mesin.



Sapa Konsumen Secara Personal

Sebaiknya sebutkan nama dan salam yang tidak terlalu formal untuk setiap email yang Anda kirimkan kepada konsumen. Ini akan membuat mereka merasa dikenal dan akrab dengan si pengirim email. Perasaan akrab yang ditimbulkan bukan tidak mungkin menarik seseorang untuk membuka email walaupun itu berisikan iklan.

Modifikasi Teknologi

Pemilik bisnis harus memastikan platform teknologi yang digunakan mampu menangani data, segmentasi dan otomatisasi yang dibutuhkan dalam strategi marketing. Teknologi yang tepat akan sangat menghemat waktu dalam pemrosesan data konsumen yang cukup banyak.

Website atau Aplikasi Lebih Personal

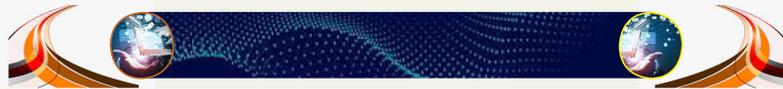
Cara ini bisa dilakukan dengan membuat landing page menarik yang sesuai dengan kepribadian target konsumen. Lakukan modifikasi terhadap gambar, pesan dan desain yang disuguhkan dalam website.

Konten yang Dekat dengan Konsumen

Buatlah konten yang dekat dengan kehidupan dan permasalahan yang dialami oleh konsumen. Berikan sesuatu yang bermanfaat di dalamnya, lalu hubungkan dengan produk serta layanan yang ditawarkan.

Berinteraksi dengan Konsumen

Pastikan untuk selalu memantau aktivitas media sosial dan ada ketika konsumen membutuhkan bantuan. Atau bisa juga dengan membuat konten-konten yang bersifat interaksi, agar merek lebih mengenal konsumen dan lebih dekat dengan mereka.



Lakukan Follow Up

Follow up konsumen yang telah melakukan transaksi pada bisnis Anda. Bisa dengan memberikan informasi produk terbaru, libatkan dalam event, memberikan diskon dan promo atau sekadar menyelipkan catatan terima kasih. Ini akan membuat konsumen merasa dihargai.

Personalized marketing akan membuka celah yang cukup luas bagi pemilik bisnis untuk mengembangkan usahanya. Mereka yang berhasil menerapkan konsep ini dengan baik dan mampu memanfaatkan semua teknologi yang relevan akan mencapai keunggulan. Namun ketika mencapai posisi puncak, jangan lupa untuk memastikan pengelolaan bisnis yang baik agar mampu bertahan.

Visual Marketing

Sebagai makhluk visual, otak manusia diatur untuk menafsirkan gambar dengan sangat cepat. Visual Marketing dapat digunakan untuk membangun koneksi dan pendekatan emosional dengan pelanggan Anda secara lebih personal, cara interaktif dan pada akhirnya akan membantu mengarahkan penjualan. Ini artinya produk Anda membutuhkan image & graphic yang menakjubkan, video dan tampilan visual untuk di-share.

Sebuah studi menemukan bahwa manusia dapat mengidentifikasi seluruh gambar dengan tepat setelah melihatnya kurang dari 13 milidetik. Penelitian ini juga menemukan bahwa gambar memiliki kekuatan yang jauh lebih efektif dalam membangkitkan perasaan dibandingkan dengan teks atau kata-kata. Statistik terbaru dari Inc juga menunjukkan bahwa konten berisi gambar menghasilkan interaksi 650% lebih tinggi ketimbang konten berisi teks. Melalui konten visual, pembaca dapat lebih mudah memahami informasi atau sesuatu yang bahkan tidak bisa dikomunikasikan dengan kata-kata.

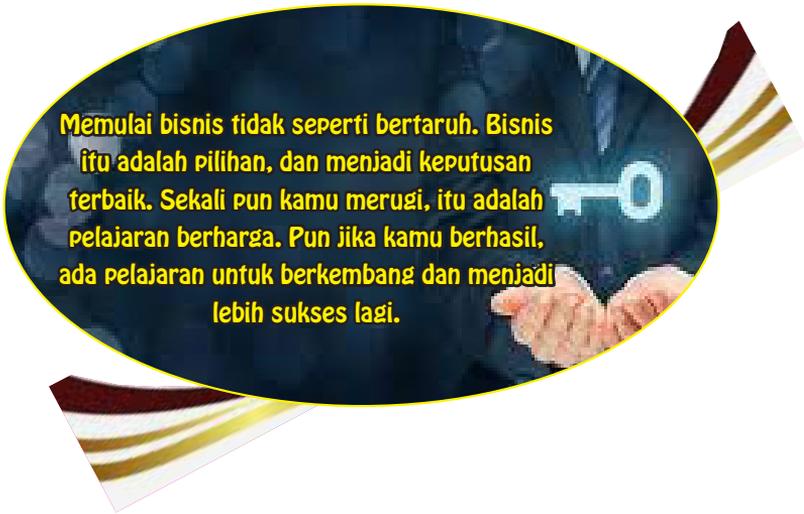
Media visualisasi seperti video sangat mudah dicerna masyarakat dibandingkan tulisan pada koran maupun buku. Hal ini tentu saja bisa dimanfaatkan untuk bisa mempromosikan produk maupun layanan dengan menggunakan teknologi visual seperti video. Hal ini turut diperkuat dengan adanya fakta bahwa situs Youtube merupakan situs dengan peringkat ke-2 ter ramai di dunia dilihat dari jumlah pengunjungnya. Sejak saat itulah visual marketing terus bermunculan seperti Instagram, Pinterest dan juga Slideshare.

Pemasaran Visual memahami bahwa pelanggan membutuhkan penyedia solusi, bukan hanya perwakilan lain untuk memproses transaksi bisnis mereka. Visual Pemasaran adalah strategi besar untuk menciptakan pengalaman-pengalaman yang optimal: sebagai pepatah pepatah, “sebuah gambar bernilai seribu kata.” Tapi gambar ini tidak harus menjadi salah satu merek Anda menghasilkan.



Kesimpulan

Hidup adalah pembelajaran yang berkelanjutan – “life is a continual learning”, penguasaan teknologi secara terus-menerus yang dikombinasikan dengan semangat kewirausahaan akan membentuk buah keberhasilan yang nyata dalam berkompetisi didalam dunia bisnis. Kemampuan dasar dalam mengatur pemasaran, produksi dan finansial adalah soft skill yang harus dikuasai seorang tecnopreneur. 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.



Memulai bisnis tidak seperti bertaruh. Bisnis itu adalah pilihan, dan menjadi keputusan terbaik. Sekali pun kamu merugi, itu adalah pelajaran berharga. Pun jika kamu berhasil, ada pelajaran untuk berkembang dan menjadi lebih sukses lagi.

Bab 4

Etos Kerja : Kunci Sukses Technopreuner



Sebagai makhluk sosial, setelah manusia belajar dan melek secara intelektual, selanjutnya mereka harus menghadapi hambatan-hambatan lainnya untuk menjadi pribadi yang lebih baik. Membentuk pribadi yang baik dalam hal pekerjaan salah satunya adalah menerapkan etos kerja yang baik. Jika bekerja hanya menggugurkan tanggung jawab, itu sudah mainstream dilakukan oleh banyak orang. Bekerja sepenuh hati dan menghasilkan prestasi, itu adalah salah satu hasil penerapan dari sebuah etos kerja yang unik.



Setiap orang dalam bekerja berusaha untuk mendapatkannya dengan melakukan pekerjaan sesedikit mungkin, sedangkan individu yang lainnya lebih menitikberatkan pada dedikasi yang menuntun mereka untuk memberikan semuanya setiap hari. Dengan demikian bisa dikatakan bahwa orang-orang yang memiliki etos kerja kuat memiliki kemampuan dalam mewujudkan prinsip-prinsip tertentu, yang akan dapat memandu perilaku kerja mereka, mengarahkan mereka untuk menghasilkan pekerjaan berkualitas tinggi secara konsisten dan tanpa adanya campur tangan dari pihak lain.

Setiap orang di tempat kerja adalah bagian dari dirinya sendiri; bagian dari keluarganya di rumah; bagian dari orang lain di kehidupan sosial; bagian dari budaya tempat dia bekerja; bagian dari perubahan yang diharapkan oleh kehidupan darinya. Bila mampu memainkan peran yang tepat di semua bagian tersebut dan menjadi pribadi yang profesional di tempat kerja, maka etos yang andal akan menguatkan fungsi dan peran setiap orang di tempat kerja.

Etos yang baik menjadikan seseorang bisa menjadi pekerja yang profesional, etis, dipercaya, mampu, andal, produktif, dan berkualitas tinggi. Semua ini hanya dapat dihasilkan kalau kita memiliki karakter kerja yang sesuai dengan sistem, budaya, dan tata kelola. Intinya seseorang yang memiliki etos kerja terbaik, selalu menjadi pribadi yang menunjukkan keandalan, kemampuan, kompetensi, kualitas, kinerja, serta menghormati ide-ide dan nilai-nilai orang lain dengan bijak.

Secara umum etos kerja dapat diartikan sebuah seperangkat perilaku kerja positif, yang berakar pada kerjasama yang kental, keyakinan yang fundamental, disertai komitmen yang total pada paradigma kerja integral. Di dalam sebuah pekerjaan tentunya dibutuhkan semangat yang tinggi, dan hal ini memang harus dimiliki oleh semua karyawan.

Dalam sisi pekerjaan tentunya kita pun membutuhkan yang namanya kerja keras dan juga sikap loyal, agar nantinya bisa tercipta sikap yang tinggi sebagai karyawan nantinya.

Saat kamu memiliki tanggung jawab dalam sebuah usaha/bisnis tau bekerja dalam perusahaan, maka kamu perlu melaksanakan tanggung jawab tersebut dengan baik. Selain itu, kamu perlu memiliki etos kerja yang baik dalam pekerjaan yang kamu jalani. Kenapa perlu memiliki etos kerja yang baik? Karena saat kamu memiliki hal tersebut, maka kamu dapat mengoptimalkan pekerjaan yang kamu jalani agar mendapatkan hasil yang terbaik. Namun, mungkin sebagian dari kalian ada yang belum mengetahui sebenarnya apa yang dimaksud dengan etos kerja itu sendiri.

4.1

Menciptakan Etos Kerja dalam Diri Pribadi



Etos kerja menjadi bentuk sikap dalam bekerja dengan kesadaran diri serta didasari oleh nilai budaya di dalam organisasi atau perusahaan. Tentu saja etos kerja memiliki fungsi dan manfaat yang berdampak positif. Etos kerja mampu mendorong seseorang untuk bertindak. Ketika seseorang sering melakukan tindakan karena dorongan, baik dari diri sendiri atau pihak luar, tentu saja itu adalah hal yang bagus. Mengapa begitu? Itu memberikan arti bahwa orang tersebut memiliki semangat bekerja yang baik. Mereka mau bekerja dengan giat dan aktif serta memiliki kepercayaan diri juga. Sifat bertanggung jawab pun juga dimilikinya sehingga ketika diberikan tugas khusus, orang tersebut mampu menjalankannya dengan baik.

Etso kerja menggugah dan mendorong gairah dalam bekerja. Bekerja dengan gairah tinggi menghasilkan dorongan untuk lebih



giat dalam bekerja dan melakukan rutinitas sehari-hari. Tanpa adanya nilai etos kerja yang optimal, maka sulit untuk mendapatkan gairah bekerja agar lebih giat. Etos kerja sangat menentukan bagaimana seseorang mampu mempertahankan eksistensi dirinya dengan bekerja lebih baik. Sebaiknya jangan pandang perubahan ini sebagai hal yang menyulitkan. Dengan adanya perubahan, maka Anda dapat memperbanyak pengalaman dan memanfaatkan kesempatan untuk semakin berkembang.

Menciptakan kekompakan dalam bekerja menjadi salah satu manfaat etos kerja yang paling penting. Akan menjadi perbandingan dalam lingkungan kerja jika satu orang memiliki etis kerja tinggi sedang yang lain malah malas-malasan. Hal ini menjadi tugas kelompok yang membutuhkan kerja sama, karena tentu saja pekerjaan tidak dapat terselesaikan dengan baik. Namun, apabila semua semua anggota memiliki etos kerja yang sama-sama tinggi, maka dapat dipastikan jika kelompok kerja tersebut akan harmonis dan kompak serta secara otomatis pekerjaan dapat terselesaikan dengan baik dan akan mendapatkan hasil yang memuaskan.





4.1.1 Ciri - Ciri Technopreneur yang Memiliki Etos Kerja

Setiap orang yang memiliki sifat yang telah dijabarkan di atas, tentu akan terlihat pada sikap serta tingkah lakunya dalam bekerja. Setiap orang harus memiliki jiwa etos kerja yang tinggi agar selalu menjadi lebih baik. Etos kerja sangat penting karena memiliki keuntungan bagi usaha yang sedang dijalankan. Lalu, apa saja ciri-ciri orang yang memiliki sifat tersebut?

Menghargai Waktu

Salah satu esensinya adalah dimana seseorang dapat memahami, merasakan serta menghayati betapa berharganya waktu. Mereka sadar bahwa waktu adalah hal yang berharga waktu juga akan terus bergerak dari detik ke detik lainnya, karena itu dia pun sadar bahwa waktu tidak akan pernah kembali apabila ia tidak memanfaatkan waktu bekerjanya dalam baik.

Jika Anda masih senang menghabiskan waktu dengan bermalasan, Anda sebaiknya tidak perlu mengeluhkan lagi nasib hidup Anda! Kenapa? karena Anda hanya akan mendapat apa yang Anda berikan. Apa yang kalian lakukan dengan waktu kalian, itulah yang akan kalian dapatkan. Oleh karenanya, jika Anda menginginkan kesuksesan maka gunakanlah waktu kalian sebaik mungkin. Jangan membuang-buang waktu hanya untuk kesenangan sesaat, namun akan membuat hidup Anda merana di kemudian hari. Anda bisa belajar menghargai dan menggunakan waktu Anda dari kebiasaan-kebiasaan orang-orang sukses ini.

Siapa tak kenal dengan Apple? Salah satu perusahaan dengan valuasi terbesar ini masih tetap eksis setelah ditinggalkan sosok pendirinya yang kharismatik, Steve Jobs. Tak lain adalah berkat tangan dingin



Tim Cook yang menggantikan Jobs menahkodai Apple. Sama seperti kebanyakan orang-orang dalam daftar ini, Tim Cook juga memiliki kebiasaan menghargai waktu yang sangat baik. Salah satunya adalah ia menjadikan bangun pagi sebagai kebiasaan. Dengan demikian ia memiliki lebih banyak waktu untuk mengecek ratusan email yang masuk dan bahkan membalasnya. Setelah itu, Cook pergi ke pusat kebugaran untuk berolahraga. Hal ini menurut Cook bukan hanya menjaga kondisi prima fisiknya, namun juga mentalnya. Dengan berolahraga, Cook bisa melepaskan stres karena padatnya kegiatan serta membantunya lebih siap untuk bekerja.



Tokoh selanjutnya adalah pendiri SpaceX, Elon Musk. Sosok yang akhir-akhir ini sering masuk pemberitaan di Indonesia setelah ditelepon Presiden Joko Widodo untuk berinvestasi di Indonesia ini juga punya kebiasaan yang layak ditiru. Sebagai pentolan dari beberapa perusahaan teknologi besar, seperti Tesla dan SpaceX, Musk mengisi hari-harinya dengan bekerja dan bekerja. Ia bahkan pernah menceritakan bahwa di beberapa hari ulang tahunnya ia masih tetap bekerja untuk perusahaannya. Namun dibalik padatnya aktivitas



itu, Musk masih meluangkan waktu untuk memberikan asupan nutrisi pada otaknya. Ia selalu meluangkan waktu untuk membaca buku. Tak hanya itu, ia juga rutin pergi ke pusat kebugaran 1-2 kali dalam seminggu untuk menjaga kesehatannya. Dari kebiasaan-kebiasan itu, kita bisa belajar bahwa meskipun pekerjaannya begitu menyita banyak waktu, namun Musk selalu menyediakan waktu untuk mengembangkan diri dengan membaca buku dan menjaga kesehatan dengan berolahraga.

Memiliki Komitmen

Komitmen merupakan sebuah keyakinan yang mengikat kemudian dengan keyakinan tersebut perilaku menuju arah tertentu yang diyakininya. Dalam komitmen juga tentu terdapat sebuah tekad untuk membuat keyakinan itu ada. Karenanya mereka yang memiliki etos kerja, tentu memiliki komitmen yang kuat terhadap pekerjaan yang dijalannya. Seorang wirausaha yang mempunyai komitmen tinggi adalah orang yang mentaati atau memenuhi jannjinya untuk memajukan usaha bisnisnya sampai berhasil. Mereka yang mempunyai komitmen tinggi yang selalu menggunakan sumber daya secara lebih efisien yang akan mendorong usaha kearah pola tingkah laku perusahaan.

Dalam melaksanakan kegiatan, wirausahawan harus memiliki komitmen yang konkret, terarah, dan progresif (berorientasi pada kemajuan). Komitmen terhadap diri sendiri dapat dilakukan dengan proses mengidentifikasi cita-cita dan target yang harus dicapai dalam hidup. Wirausahawan selalu berupaya teguh menjaga komitmen terhadap konsumen untuk mendapatkan kepercayaan mereka, sehingga kepuasan konsumen pada akhirnya memberi keuntungan usaha. Seorang wirausaha yang mempunyai komitmen tinggi adalah orang yang mentaati atau memenuhi janjinya untuk memajukan usaha



bisnisnya sampai berhasil. Mereka yang mempunyai komitmen tinggi yang selalu menggunakan sumber daya secara lebih efisien yang akan mendorong perusahaan ke arah pola tingkah laku perusahaan.

Dalam kaitannya dalam komitmen organisasi, Mayer dan Allen (1990) pada buku yang berjudul “Human Resource Management Review” mengidentifikasi tiga tema berbeda dalam mendefinisikan arti komitmen. Ketiga tema tersebut :

Komitmen sebagai keterikatan afektif pada organisasi (affective commitment)

Komitmen afektif adalah ketarikan secara psikologis terhadap perusahaan. Komitmen ini muncul dan tumbuh karena adanya dorongan keamanan, kenyamanan dan benefit lain yang dirasa tidak akan diperoleh di tempat kerja lain. Arti komitmen afektif ini bisa diketahui dengan indikator kenyamanan anggota organisasi / karyawan. Semakin karyawan merasa nyaman dan memperoleh banyak manfaat, maka semakin tinggi pula komitmen karyawan.

Memiliki rasa sayang terhadap pekerjaan terjadi karena Anda merasa ada ikatan emosional yang kuat terhadap perusahaan. Jika Anda menikmati pekerjaan tertentu, Anda mungkin merasa betah dan puas dengan pekerjaan tersebut. Pada akhirnya, kepuasan kerja yang meningkat ini kemungkinan akan menambah perasaan Anda dari komitmen afektif.

Komitmen sebagai bentuk untung rugi meninggalkan perusahaan (continuance commitment)

Komitmen takut rugi / continuance commitment dapat didefinisikan sebagai keterikatan anggota secara psikologis pada organisasi



karena biaya yang Anda tanggung sebagai konsekuensi keluar organisasi. Arti komitmen takut rugi adalah setiap anggota perlu melakukan kalkulasi yang berkaitan dengan manfaat dan pengorbanan terhadap keterlibatannya dalam organisasi. Dalam komitmen jenis ini, seseorang akan cenderung memiliki komitmen yang tinggi jika melihat akibat / kerugian yang diperoleh dari keluarnya dia semakin tinggi. Semakin tinggi kerugian akan membuat orang mengurungkan niat untuk keluar dari perusahaan. Hal ini karena pada dasarnya orang yang memiliki komitmen *continuance* akan menimbang pro dan kontra dari meninggalkan perusahaan.

Komitmen sebagai bentuk kewajiban terhadap organisasi (normative commitment)

Arti komitmen normatif adalah keterikatan anggota secara psikologis dengan organisasi karena kewajiban moral untuk memelihara hubungan dengan organisasi. Ini merupakan sesuatu yang mendorong karyawan untuk tetap berada dan memberikan sumbangan pada perusahaan, baik materi maupun non materi. Karyawan merasakan adanya kewajiban moral, yang mana karyawan akan merasa tidak nyaman dan bersalah jika tidak melakukan sesuatu untuk perusahaan.

Rasa kewajiban dapat berasal dari beberapa faktor. Karyawan mungkin merasa harus tetap dengan perusahaan karena telah menginvestasikan uang atau waktu dalam pelatihan karyawan. Kewajiban ini juga bisa berasal hasil pendidikan moral dalam keluarganya masing-masing. Misalnya, keluarga Anda mungkin telah menekankan bahwa Anda harus tetap setia kepada organisasi Anda.

Esensi utama komitmen individu (komitmen kerja atau komitmen organisasi) terhadap organisasi adalah menunjuk pada sikap seseorang berdasarkan nilai-nilai yang dimiliki dan diwujudkan melalui perilaku (sebagai hasil pengaruh dari faktor internal dan eksternal) terhadap organisasi. Komitmen tersebut ditunjukkan oleh individu melalui keterlibatan dirinya pada organisasi, khususnya ia meyakini atau mempercayai tujuan dan nilai organisasi, berupaya untuk membantu usaha organisasi dalam mencapai tujuan, dan mempertahankan diri untuk tetap menjadi pegawai di organisasi.



“Akan ada banyak lika-liku yang kau temukan saat berkomitmen terhadap sesuatu. Pertahankan dan jagalah selalu keyakinan itu.”

Memiliki Kejujuran

Mereka yang memiliki etos kerja tentu akan bekerja dengan kejujuran dari setiap langkah pekerjaan yang dia jalani. Kejujuran inilah yang tidak dapat dipaksakan, melainkan sebuah panggilan dari dalam hati setiap orang. Kejujuran merupakan kunci utamanya. Dalam dunia bisnis, kejujuran adalah sebuah prinsip yang harus tertanam dalam diri. Kesuksesan sebuah bisnis bisa dimulai dari sebuah kejujuran yang kuat. Tidak hanya modal materi, karakter jujur bisa membawa kamu ke tahap bisnis yang baik.



Mengapa kejujuran jadi hal yang penting? Dalam dunia bisnis, jujur sangat lekat dengan percaya. Jika sudah jujur dan dapat dipercaya, tidak heran kalau bisnis akan semakin berkembang karena kamu dikenal sebagai orang yang dapat dipercaya. Karakter wirausaha ini bisa ditanamkan dengan mulai dari jujur pada diri sendiri – kemudian, baru kepada orang lainnya. Jika kamu sudah bisa jujur pada diri sendiri, kesuksesan dalam dunia bisnis pun akan segera datang!

Jangan kompromi terhadap pentingnya kejujuran dalam berbisnis. Sekali saja Anda ketahuan berbohong, tidak hanya satu orang yang tahu, tapi banyak orang. Sekarang zamannya internet dan media sosial. Semua informasi baik dan buruk cepat menyebar ke mana-mana. Orang lain akan menyebarkan apapun tentang diri Anda dan bisnis Anda. Untuk itu, biarlah nama baik Anda yang menjadi buah bibir masyarakat. Jangan sampai malah kejelekan yang menyebar dan mencoreng nama baik yang sudah payah dibentuk.

Manfaat Kejujuran

Kejujuran Membuat Pelanggan Setia

Jika Anda ingin pelanggan terus melakukan pembelian berulang-ulang, maka jujurilah dalam berbisnis. Karena selain harga dan kualitas produk, pelanggan juga melihat integritas. Kejujuran adalah bagian dari integritas. Pelanggan akan memperhatikan apakah perkataan dan perbuatan Anda itu sama. Mereka tidak akan percaya jika Anda cuma manis di bibir, tapi ternyata penuh siasat atau tipu daya.

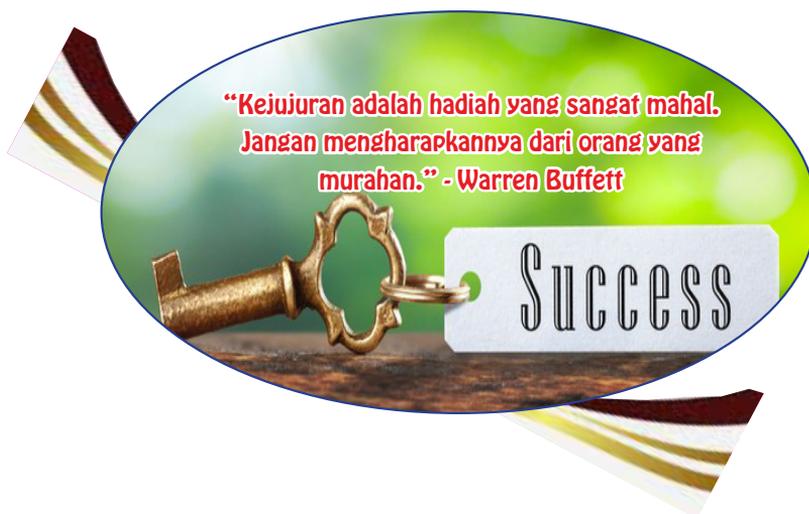
Bisnis Akan Bertahan Lama

Pebisnis yang licik berani berbohong dan menipu banyak orang. Kebohongan menjadi strateginya untuk meraup keuntungan secara instan dengan cara yang tidak halal atau benar. Namun, berbisnis

dengan jujur jauh lebih ampuh untuk meraih keberhasilan. Bisnis Anda akan bertahan lama dan berkembang karena tetap dipercaya oleh masyarakat. Sedangkan pebisnis abal-abal akan sulit untuk bertahan. Saat kebusukannya terbongkar, siapakah yang akan kembali percaya? Dia pun akan kesulitan untuk memperbaiki citranya.

Tidak Merugikan Orang Lain

Miliki empati dalam berbisnis. Jika Anda membohongi orang lain demi kesuksesan, apakah itu cara yang tepat? Misalnya, pelanggan sudah membayar sejumlah uang untuk mendapatkan pelayanan atau produk dari Anda. Namun, Anda tak juga memenuhinya. Padahal, pelanggan tersebut mengumpulkan uang dengan susah payah. Ingat, merugikan orang lain tidak akan membuat Anda tenang. Tidak semua orang yang dirugikan akan ikhlas. Jika mereka menuntut, maka bersiaplah untuk menerima kejatuhan.



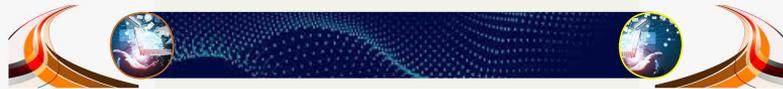


Konsisten

Konsisten adalah salah satu kemampuan untuk bersikap taat, pantang menyerah dan mampu mempertahankan prinsip yang dimilikinya. Walaupun harus berhadapan dengan risiko yang ada, mereka tetap dapat mengelola emosinya secara baik. Konsisten erat hubungannya dengan sifat disiplin dan rajin. Orang yang konsisten akan melahirkan sifat disiplin dan rajin karena tugas yang diberikan dapat terselesaikan dengan baik serta tepat waktu. Adapun konsistensi adalah setiap individu yang berusaha untuk menyetarakan sikap dan perilakunya secara konsisten agar terlihat rasional. Oleh sebab itu, konsistensi diri penting untuk dijalankan bagi seseorang karena menunjukkan sifat yang dewasa dan penuh semangat.

Seperti halnya orang pintar, meskipun bakat dari lahir terkadang diandalkan, namun jika tidak diasah dengan baik tetap saja pecuma. Ini sama saja dengan pisau yang sudah lama tidak diasah, walaupun pada dasarnya dapat digunakan untuk memotong, tapi kalau tidak diasah lama-kelamaan tidak akan tajam. Oleh sebab itu, segala usaha yang dilakukan harus konsisten. Konsistensi diri perlu dilakukan dengan kemauan kuat sehingga dapat menunjukkan perubahan ke arah yang lebih baik.

Evertson (2011) mengatakan bahwa konsistensi adalah mempertahankan ekspektasi yang sama terhadap sebuah perilaku dalam kegiatan tertentu yang dilakukan sepanjang waktu. Dengan demikian, apa arti konsisten adalah kunci dari kesuksesan. Setiap orang mempunyai mimpi dan ekspektasi. Ekspektasi tersebut harus diraih dengan berusaha karena tidaklah semua yang kita impikan akan terkabul secara instan. Perlu usaha dan doa yang tinggi untuk mewujudkan keinginan Anda.



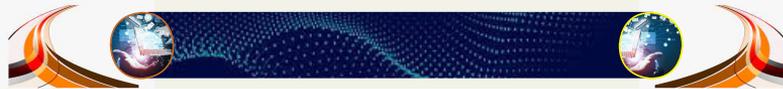
Untuk menjadi pebisnis yang sukses dan mampu bersaing dengan pebisnis lainnya, anda harus memiliki sifat yang positif. Tanam pada diri anda segala sesuatu yang positif, hal tersebut akan memacu otak anda untuk rileks dan tidak stres dan anda akan mampu mempengaruhi diri anda untuk bekerja keras. Tidak semua orang mampu konsisten dengan apa yang mereka kerjakan, membuka usaha, membuka bisnis online atau apapun itu. Tantangan akan selalu datang dan tantangan terbesar adalah pada diri sendiri, sifat malas, sifat tidak mau berusaha, sifat selalu menganggap semua mudah, dan akhirnya jika anda terjatuh maka anda tidak akan mampu berdiri lagi. Butuh konsistensi yang besar jika anda ingin sukses.

Tidak dapat dipungkiri, tuntutan seorang entrepreneur menuju kesuksesan sangatlah tinggi. Sebagai pemimpin, sang entrepreneur harus cermat dalam berbagai aspek, seperti: cermat mengatur waktu, cermat melihat peluang, sampai cermat dalam mengambil keputusan. Tak hanya cermat, nyatanya ada faktor lain yang sangat penting yang menjadi penyokong agar kecermatan tersebut dapat terus berbuah yaitu konsistensi. Konsistensi dapat diartikan sebagai usaha untuk terus dan terus melakukan sesuatu sampai pada tercapai tujuan akhir. Sikap konsisten ini dapat menjadikan seseorang dari yang biasa saja menjadi luar biasa, demikian juga dengan usahanya.

Usaha- usaha kecil yang dilakukan dengan konsisten tentu akan menghasilkan manfaat yang sangat besar. Sebagai contoh, seorang produser film tidak akan meraih award bila tidak ada konsistensi dalam membuat film yang berkualitas dan memberikan value pada masyarakat. Pebulutangkis tidak akan memenangkan permainan jika tidak konsisten dalam memberikan angka berturut- turut saat permainan berlangsung. Seringkali terjadi dimanapun, semangat awal memulai bisnis sangat tinggi, berapi- api, kemudian dalam jangka waktu tak lama mulai berangsur pudar. Kegagalan kita sering disebabkan

oleh ketidak-konsistenan dalam menjalankan usaha, bahkan kita berhenti atau berputus asa sebelum mencapai target. Berbagai permasalahan yang muncul tidak mampu diatasi dengan konsistensi yang baik sehingga bisnis akan dibawa pada titik keterpurukan. Hal seperti ini perlu mendapat perhatian lebih. Dalam membangun bisnis, seorang entrepreneur diharuskan menyadari bahwa akan banyak badai yang menunggu di depan pintu. Oleh karena itu, sikap konsisten dalam menjalankan sebuah bisnis sangatlah penting bagi seorang entrepreneur.





4.1.2 Delapan Etos Kerja Profesional

Jansen H. Sinamo (2011) juga mengemukakan cara menumbuhkan sikap etos kerja dalam bukunya dengan judul 8 Etos Kerja Profesional Beliau menjelaskan bagaimana cara dalaam menumbuhkan etos kerja. Dibawah ini merupakan cara menumbuhkan etos kerja yang dikemukakan oleh Jansen H. Sinamo (2011), ialah sebagai berikut:

Etos 1: Kerja adalah Rahmat

Aku bekerja tulus penuh kebersyukuran. Rahmat (berkah, anugerah, kasih karunia) adalah pemberian baik yang kita terima bukan karena jasa atau perbuatan kita, melainkan kebaikan sang pemberi. Jadi, respons yang tepat hanyalah bersyukur dan berterima kasih. Jadi, bekerja harus ceria, gembira, dan penuh sukacita. Bekerja tidak boleh bersungut-sungut, mengeluh, dan mengaduh. Bekerja adalah wujud terima kasih kita kepada Tuhan, negara, dan pemilik perusahaan yang telah membuka lapangan kerja.

Kerja adalah rahmat, merupakan suatu paradigma dan pengakuan bahwa kerja adalah anugerah Tuhan Yang Maha Pengasih dan Penyayang. Karena pekerjaan merupakan suatu rahmat, maka sudah selayaknya kita syukuri. Mengapa kerja dapat dikatakan sebagai rahmat? Melalui pekerjaan, sesungguhnya Tuhan memelihara kita, dengan upah kerja Tuhan memberi kita kecukupan sandang, pangan, meskipun tidak mewah namun cukup. Kedua, melalui bekerja kita mendapatkan faktor plus, tidak sedikit karyawan yang disekolahkan oleh perusahaan dimana ia bekerja, kenaikan pangkat, jabatan, dan masih banyak lagi. Ketiga, keahlian dan kemampuan yang kita gunakan ketika bekerja merupakan rahmat dan anugrah dari Tuhan, dan hal ini harus disyukuri. Keempat, sumber daya yang dimiliki oleh negara kita ini sangat melimpah, kita tinggal mendayagunakan dan



menghasilkan sesuatu dari sumber daya yang ada. Kelimpahan ini jika tidak disyukuri, ntah apa yang akan terjadi. Manusia tidak akan pernah puas dengan apa yang dimilikinya. Namun, tahukah anda, siapa yang memberikannya? Tuhan telah memberikan kepada kita secara gratis, dan kita selanjutnya yang mengolah sumber daya tersebut untuk mendapatkan manfaat dan hasilnya. Kelima, pengakuan, penghargaan merupakan buah dari kerja, dimana kita berkenalan dengan orang lain, saling menghargai, saling berkomunikasi. Adanya interaksi sosial ini memberikan pengakuan kepada seseorang atas identitas yang dimiliki

Etos 2: Kerja adalah Amanah

Aku bekerja benar penuh tanggung jawab. Amanah wajib dipertanggung-jawabkan. Pemilik perusahaan menitipkan bisnis, manajemen mempercayakan tugas-tugas, pelanggan mengandalkan pasokan, dan pemasok mempercayakan produk. Ada yang menerima pekerjaannya sebagai amanah langsung dari negara, bangsa, bahkan Tuhan. Banyak kebutuhan pihak lain dipercayakan pada kita. Kita dituntut bertanggung jawab.

Lebih khusus lagi, melalui kerja kita menerima amanah. Pemilik modal memercayakan usahanya. Manajemen memercayakan pelaksanaan tugas-tugas khusus. Pelanggan memercayakan kontinuitas pembeliannya. Pemasok memercayakan barangnya dengan pembayaran dibelakang. Karyawan memercayakan masa depannya. Sebagian orang lagi menerima tugas pekerjaannya sebagai amanah langsung dari negara. Merekalah para pegawai negeri, termasuk semua duta besar. Sebagian lagi mengemban amanah rakyat, merekalah para anggota DPR dan DPD. Demikian pula presiden, gubernur dan bupati mendapat mandat dari rakyat pemilihnya. Bahkan ada pekerjaan-pekerjaan yang secara langsung dari Tuhan. Itulah pekerjaan para nabi dan rasul yang pada gilirannya



diwarisi oleh kaum ulama seperti pendeta, kiai, pastor. Entah apapun pekerjaan Anda, pendeknya banyak kepentingan pihak lain, yaitu para konstituen, dipercayakan kepada Anda.

Sebagai pemegang amanah (trust holder) kita adalah orang yang dipercayai dan diharapkan mampu melaksanakan amanah tersebut dengan sukses. Istilah dipercayai disini memiliki dua makna. Pertama, dipercayai secara teknis. Ini mengandaikan adanya kompetensi. Dengan kompetensi orang mampu melaksanakan tugasnya dengan benar sesuai standar teknis dan profesional. Kedua, dipercayai secara moral. Ini mengandaikan adanya integritas. Dengan integritas orang mampu melaksanakan tugasnya dengan benar sesuai standar etis, tidak berkubang dalam KKN. Jadi kompetensi dan integritas adalah sepasang kualitas utama agar seseorang mampu mengemban amanah dengan sukses.

Untuk membangun kompetensi diperlukan pendidikan dan pelatihan yang serius. Sedangkan untuk membangun integritas diperlukan pengetahuan akan dan komitmen kuat pada nilai-nilai etika. Keduanya tidak terpisahkan sebagai prasyarat utama bagi kemampuan mengemban amanah. Jika kita bekerja dengan penghayatan sebagai seorang pengemban amanah, maka secara internal, oleh karena otot integritas kita yang terus berkembang, kita akan bertumbuh menjadi pribadi yang terpercaya. Kata terpercaya di sini mengandung dua makna. Pertama, keandalan (reliability) yang mengacu pada kompetensi teknis; dan kedua, keterpercayaan (trustworthiness) yang mengacu pada kompetensi etis.

Jelas bahwa karakter keterpercayaan ini menjadi jaminan sukses pelaksanaan amanah itu sendiri. Secara empirik kita melihat bahwa orang yang sukses mengemban amanah kecil akan mendapat kepercayaan amanah lebih besar. Lagi-lagi karakter terpercaya



menjadi modal penting untuk sukses lanjutan itu. Boleh dikatakan, di atas karakter terpercaya inilah kita membangun kinerja yang unggul, sehingga pada gilirannya membuat kita dihargai dan dipercayai orang. Hal ini tentu akan memupuk motivasi dan harga diri kita. Demikianlah harga diri yang sehat dan rasa bangga yang benar ditegakkan di atas fondasi yang kukuh.

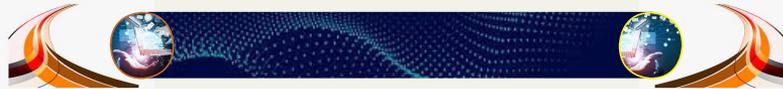
Etos 3: Kerja adalah Panggilan

Aku bekerja tuntas penuh integritas. Setiap orang terlahir kedunia dengan panggilan hidup. Panggilan itu jalani melalui pekerjaannya (profesinya). . Kerja adalah panggilan Tuhan atau seruan idealisme yang mengandung kebenaran, keadilan, dan keluhuran. Pekerjaan kita terkait langsung dengan kemanusiaan, kesejahteraan masyarakat, keadilan sosial, kedaulatan rakyat, dan demokrasi. Dengan etos panggilan maka terbitlah perasaan benar di hati kita untuk melakukannya dengan benar pula. Kesadaran ini menciptakan rasa percaya diri dan motivasi yang kuat. Lewat pekerjaan atau profesi tersebut kita menjawab panggilan dari Sang pemanggil Agung. Dan Panggilan itu sebagai darma, atau tugas suci.

Kerja merupakan suatu drama/amalan yang sesuai dengan panggilan jiwa sehingga kita mampu bekerja dengan penuh integritas. Jadi, jika pekerjaan atau profesi disadari sebagai panggilan, kita bisa berucap pada diri sendiri, "I'm going my best!" (akan saya laksanakan sebaik mungkin). Dengan begitu, kita tidak akan merasa puas jika hasil karya kita kurang baik mutunya.

Etos 4: Kerja adalah Aktualisasi

Aku bekerja keras penuh semangat. Aktualisasi adalah proses membuat potensi menjadi aktual. Manusia, ibarat perut bumi, mengandung potensi bio-psiko-rohani yang luar biasa. Anthony



Robbins menyebutnya the sleeping giant, sedangkan Denis Waitley menyebutnya seed of greatness. Dan ia menunggu untuk dikembangkan. Aktualisasi mengubah inner potential menjadi personal power: kompetensi, keahlian, dan pengetahuan yang efektif yang semakin tajam apabila kita bekerja konsisten dari hari ke hari. Inilah basis produktivitas. Aktualisasi diri atau pengembangan potensi insani ini terlaksana melalui pekerjaan, karena bekerja adalah pengerahan energi biologis, psikologis, dan spiritual untuk membuat diri kita berkompoten, sehat, dan kuat lahir batin.

Etos 5: Kerja adalah Ibadah

Aku bekerja serius penuh kecintaan. Manusia beribadah di dua tempat: di rumah peribadatan dan kedua, di tempat kerja. Bentuk ibadah pertama adalah ritual pemujaan dan pemujian, sedangkan yang kedua: olah kerja yang dipersembahkan kepada Tuhan. Semua agama mengajarkan agar kita berbuat kebaikan sebesar-besarnya dan menjauhi kemungkaran sebisa-bisanya. Mengabdikan pada Yang Maha Mulia membuat kita menerima kekuatan dari keagungan itu sehingga kita ikhlas mendedikasikan diri bagi nilai-nilai luhur pekerjaan kita.

Etos 6: Kerja adalah Seni

Aku bekerja cerdas penuh kreativitas. Seni adalah segala bentuk keindahan yang datang dari dorongan perasaan dalam jiwa manusia. Bekerja adalah seni merupakan sarana ekspresi jiwa manusia yang merefleksikan realita hidup dan ditangkapnya sebagai pengalaman batin. Apa pun yang kita kerjakan, pasti mengandung unsur-unsur keindahan, keteraturan, harmoni, estetika, dan simetri. Artinya bekerja, sebagian atau seluruhnya, adalah aktivitas berkesenian. Maka kerja adalah aktivitas artistik yang mendatangkan sukacita dari aktivitas kreatif, eksploratif, dan interaktif. Pada saat yang sama sukacita memperkuat vitalitas kita, yaitu semangat kerja yang berkobar-kobar dan jiwa berkarya yang berkibar-kibar.



Etos 7: Kerja adalah Kehormatan

Aku bekerja tekun penuh keunggulan. Ini berarti kita memperoleh apresiasi, martabat, dan marwah dari pekerjaan kita. Maka respons yang tepat adalah menjaga kehormatan itu dengan bekerja sebaik-baiknya, penuh ketekunan dan keunggulan, sehingga menampilkan mutu setinggi-tingginya, dan dengan begitu pemberi kehormatan merasa dihormati karena hasil pekerjaan kita. Inilah inti budaya unggul yang berarti the best of its kind, superior, and excellent.

Etos 8: Kerja adalah Pelayanan

Aku bekerja paripurna penuh kerendahan hati. Semua pekerjaan adalah sebetulnya pelayanan, yakni memberi nilai tambah bagi konstituen kita sekaligus meneguhkan eksistensi pekerjaan tersebut. Nilai tambah ini disajikan bagi pelanggan fungsional dan organik yang memungkinkan mereka hidup lebih mudah, lebih sejahtera dan makmur. Di pihak lain pekerjaan harus kita muliakan agar dengan bekerja kita pun menjadi insan mulia. Ciri utama kemuliaan ialah altruisme, yang berarti tidak mementingkan diri sendiri, yakni melayani dengan ikhlas.

Kesimpulan

Etos kerja adalah suara hati yang tulus dan ikhlas dari setiap sumber daya manusia pribadi dan manusia organisasi untuk mau bekerja keras tanpa pamrih dalam memberikan pelayanan terbaik yang lebih kepada setiap orang tanpa terkecuali. Etos kerja yang baik lahir dari pribadi-pribadi yang proaktif dalam mempersiapkan diri untuk menjadi manusia-manusia organisasi yang siap menjalankan visi dan misi organisasi dengan nilai-nilai positif yang tidak dapat dikompromikan lagi.



Kamu perlu memiliki etos kerja yang baik dalam pekerjaan yang kamu jalani. Kenapa perlu memiliki etos kerja yang baik? Karena saat kamu memiliki hal tersebut, maka kamu dapat mengoptimalkan pekerjaan yang kamu jalani agar mendapatkan hasil yang terbaik. Salah satu esensinya adalah dimana seseorang dapat memahami, merasakan serta menghayati betapa berharganya waktu. Mereka sadar bahwa waktu adalah hal yang berharga waktu juga akan terus bergerak dari detik ke detik lainnya, karena itu dia pun sadar bahwa waktu tidak akan pernah kembali apabila ia tidak memanfaatkan waktu bekerjanya dalam baik.

Komitmen merupakan sebuah keyakinan yang mengikat kemudian dengan keyakinan tersebut perilaku menuju arah tertentu yang diyakininya. Dalam komitmen juga tentu terdapat sebuah tekad untuk membuat keyakinan itu ada. Karenanya mereka yang memiliki etos kerja, tentu memiliki komitmen yang kuat terhadap pekerjaan yang dijalannya. Mereka yang memiliki etos kerja tentu akan bekerja dengan kejujuran dari setiap langkah pekerjaan yang dia jalani. Kejujuran inilah yang tidak dapat dipaksakan, melainkan sebuah panggilan dari dalam hati setiap orang. Konsisten adalah salah satu kemampuan untuk bersikap taat, pantang menyerah dan mampu mempertahankan prinsip yang dimilikinya. Walaupun harus berhadapan dengan risiko yang ada, mereka tetap dapat mengelola emosinya secara baik.

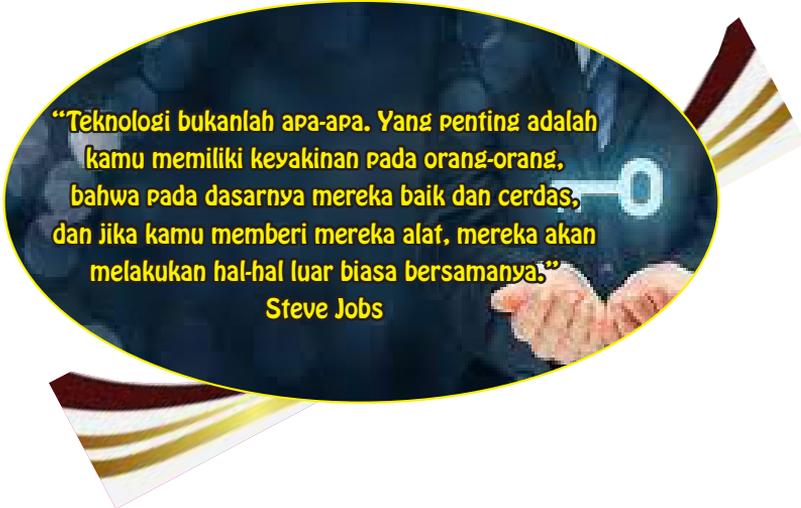
Bab 5

Kisah Sukses Technopreneurship



Wirausahawan berbasis Teknologi Informasi dan Komunikasi, ataupun wirausaha (bisnis) di bidang teknologi biasa disebut sebagai seorang IT entrepreneur, IT-preneur maupun Technopreneur (Technopreneur). Semua terminologi di atas adalah seseorang yang melakukan 'bisnis teknologi'. Kalau pun ingin dibedakan, dapat dikatakan bahwa IT entrepreneur pastilah berhubungan dengan komputer, software dan internet (bisnis di bidang IT) sedangkan Technopreneur adalah wirausaha di bidang teknologi yang tidak mewajibkan di bidang Sistem Informasi atau Teknologi Informasi. Bisa jadi teknologi jagung dan sayur mayur dengan varietas hasil riset baru (bioteknologi), jadi berbasis ilmu pengetahuan dan teknologi (Iptek).

Dapat dikatakan bahwa Teknopreneur bersifat lebih luas dari IT preneur. Seorang IT entrepreneur pun perlu dicatat bukanlah seseorang yang melulu menggunakan internet. Melainkan pertama, berbisnis dalam bidang teknologi TI misalnya software house (ISV), System Support, e-commerce, dan lain-lain, Kedua sebagai pengguna dan pemanfaat Teknologi Informasi dalam bisnisnya. Misalnya penggunaan komputer dan internet dalam mendukung kegiatan bisnis (business process) di toko miliknya, di perusahaanya (bukan perusahaan IT). Mengapa wirausahawan di bidang IT sangat diperlukan? Secara mantap dan pasti, bisnis teknologi telah menjadi budaya baru di kehidupan manusia abad 21. Bidang teknologi yang menjanjikan keuntungan besar di bisnis ini umumnya adalah Teknologi Informasi (TI), bioteknologi, nanoteknologi dan material baru. Pengusaha-pengusaha bisnis teknologi yang terkenal dengan tekopreneur pun bermunculan menjadi jutawan baru yang menduduki ranking tertinggi orang-orang kaya dunia.



“Teknologi bukanlah apa-apa. Yang penting adalah kamu memiliki keyakinan pada orang-orang, bahwa pada dasarnya mereka baik dan cerdas, dan jika kamu memberi mereka alat, mereka akan melakukan hal-hal luar biasa bersamanya.”

Steve Jobs

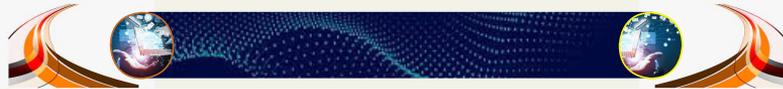
4.1 Belajar Dari Ahlinya



Pelaku bisnis mesti selalu siap bersaing, terlebih di era digital yang dinamis seperti ini. Pada masa ini, seorang pebisnis mesti kaya akan inovasi dan perlu menyusun strategi yang tepat untuk menjadi “juara” di pasar dan yang paling unggul di antara para kompetitor. Tantangan lainnya, pebisnis mesti siap menghadapi perubahan di masa depan. Oleh sebab itu, perlu kemampuan tersendiri, misalnya melihat dan memanfaatkan peluang-peluang baru yang ada. Kemampuan ini penting untuk mengetahui berbagai potensi yang ada untuk memajukan bisnis. Jika Anda merasa perlu mengasah kemampuan ini, maka ada saat yang tepat untuk belajar. Memang sukses bukan hal yang mudah dan membutuhkan waktu untuk mewujudkannya, tapi kamu bisa mengambil langkah tepat untuk bisa meraihnya lebih cepat dengan bantuan seseorang yang berpengalaman dan sudah ahli di bidangnya.

Dilansir Kompas, Founder & CEO Young On Top, Mas Billy Boen, mengatakan kebanyakan anak muda tak tahu apa passion mereka. Mereka nggak tahu apa yang diinginkan, sehingga terjebak dalam keadaan yang menghambatnya meraih kesuksesan. Salah satu cara menemukan passion adalah dengan memiliki sosok inspiratif yang mendorong semangat dan memotivasi karir kamu. Karenanya penting buat kamu memiliki mentor, role model yang mampu mendukung dan memberi pelajaran untuk kesuksesan karir.

Mentor adalah sosok yang memiliki kombinasi antara pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki untuk dibagikan sebagai saran yang bijak. Mereka adalah seseorang yang berhasil dan sukses dalam suatu bidang. Memiliki sosok mentor yang menemani perjalanan



karir kamu punya banyak manfaat, selain bisa membuatmu jadi lebih percaya diri.

Manusia memerlukan seorang mentor atau pembimbing dalam menjalani karier dan kehidupan pribadi. Tak peduli berapa umur kita saat ini, kita selalu membutuhkan mentoring dari orang yang lebih senior, entah dari atasan, orang tua, atau teman senior. Dari seorang mentor, kita tidak hanya bisa belajar tentang kepemimpinan, sikap, dan cara kerjanya. Namun, seorang mentor pun bisa menjadi penasihat kita. Dari mereka kita bisa bertanya dan bertukar pikiran. Mungkin bagi seorang mediocre bertanya atau meminta saran dan petunjuk adalah hal yang memalukan, menandakan kita lemah, tidak mampu mengambil keputusan sendiri, dan tidak mengetahui apa-apa. Namun, bagi seorang achiever bertanya atau meminta bantuan tidak menandakan bahwa kita seorang yang kurang pandai, tetapi menandakan bahwa kita berniat melakukan sesuatu untuk menjadi yang terbaik.

Zimmermann mengingatkan agar siapapun kita, apapun jabatan kita, hendaknya kita tidak tinggi hati dan menganggap bahwa sudah tahu segalanya serta tidak lagi membutuhkan seorang mentor. Namun sebenarnya, kita hanyalah pribadi yang tahu sedikit sekali. Ada banyak hal lain yang belum kita ketahui. Orang lain harus menyadarkan kita akan hal ini. Bila mereka melakukannya, berterima kasihlah atas pelajaran itu. Kita tergantung dari orang lain. Jangan tergoda untuk menghancurkan orang lain hanya karena mereka berpikir dan bertindak secara berbeda dengan kita. Berbahagialah dan bersyukurlah bahwa ada orang yang gagasan-gagasannya memperluas cakrawala kita. Bila kita seorang diri saja, kita bukan apa-apa. Kita hanya menjadi kuat dan kaya dalam sebuah komunitas atau kelompok.



Pastikan hidup kita dikelilingi oleh mentor-mentor yang handal agar sampailah kita pada tujuan yang ditetapkan. Namun, ada satu hal penting yang perlu kita ingat dalam mencari mentor, yaitu berhati-hatilah dalam memilih orang yang akan membantu kita. Meminta bantuan kepada orang yang salah hanya menciptakan masalah yang baru daripada mendapatkan penyelesaian. Yakinkan diri kita bahwa orang-orang yang kita mintai bantuan benar-benar orang yang sudah berpengalaman dengan masalah yang ditanyakan dan benar-benar mengerti solusi dari masalah yang dicari. Selain itu, mentor yang kita miliki harus memahami diri kita, memberikan umpan balik, serta berani mengkritik secara terbuka. Bukan cuma memberi masukan yang baik-baik saja agar menyenangkan hati kita. Dengan begitu, Anda akan selalu memiliki “alarm peringatan” bagi langkah hidup yang sedang dijalani.

Lihatlah, berdua lebih baik daripada seorang diri. Jadi, ketika sesuatu menimbulkan rasa khawatir pada diri Anda, bicarakan hal itu. Jangan menyimpannya sendiri. Ungkapkan kekhawatiran Anda kepada mentor atau kepada orang dengan kepribadian tenang dan bijaksana yang Anda percayai. Membicarakan hal itu membantu meringankan beban Anda, membantu Anda melihat kekhawatiran Anda dalam cahaya yang lebih terang dan sering membantu Anda untuk melihat apa yang dapat dilakukan untuk menghadapinya. Sudahkah Anda mempunyai mentor yang mampu memberi input positif dalam usaha dan kehidupan Anda? Bila belum, segera temukanlah! Pastikan hidup kita dikelilingi oleh mentor-mentor yang agar kita sampai pada tujuan yang ditetapkan. Dari seorang mentor kita bisa belajar banyak tentang kepemimpinan, sikap, dan cara kerjanya.

4.2

Belajar Dari Orang-Orang Sukses



Mengambil hikmah dari pengalaman orang lain bisa dibilang sebagai kegiatan “mencuri ilmu” yang gak dilarang sama sekali. Justru, melalui hal inilah kita lebih bisa membaca peluang, melihat kesempatan yang tersedia, dan menghindari kegagalan-kegagalan yang mungkin akan muncul. Pengalaman orang lain entah kenapa lebih mudah untuk kita ambil hikmahnya. Mungkin karena kita tidak merasakan pahitnya secara langsung sehingga mental kita tidak perlu benar-benar down untuk melangkah menuju kesuksesan yang kita inginkan. Jadi, melalui pengalaman orang, kita juga bisa lebih mengetahui liku-liku untuk meraih kesuksesan di bidang apapun yang ingin kita tekuni.

Pengalaman ada untuk menjadi bahan pembelajaran bagi siapapun. Entah itu pengalaman kita sendiri, ataupun pengalaman orang lain, semuanya bisa dijadikan sebagai cara untuk meraih kesuksesan selama kita mau dan memiliki keinginan untuk memanfaatkannya sebaik mungkin. Belajar dari pengalaman orang lain juga akan membuat kamu belajar langsung dengan ahli dari suatu bidang yang ingin kamu geluti. Sebagai contoh, kamu yang ingin menjadi seorang pebisnis, bisa belajar dari pengalaman pebisnis sukses baik itu melalui seminar, buku, atau video. Sehingga, kamu belajar langsung dari ahlinya dan bukan melalui perantara orang lain.

“Jika seseorang menawarkan kamu kesempatan luar biasa tetapi kamu tidak yakin kamu bisa melakukannya, katakan saja ya – maka pelajari cara melakukannya nanti,”
Richard Branson

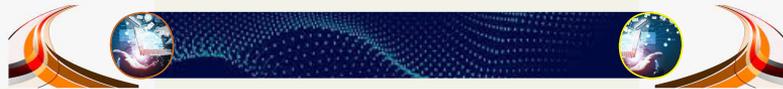
5.2.1 Mark Zuckerberg : Sang Penemu Facebook



Sumber : <https://jabar.idntimes.com/>

Mark Zuckerberg masih merupakan seorang mahasiswa Harvard saat memulai situs jejaring sosial yang menjadi cikal-bakal Facebook. Sebagai seseorang yang sangat menggemari dunia komputer dan pernah mengembangkan smart MP3 di sekolah menengah atas, Zuckerberg pernah mendapat teguran dari bagian administrasi Harvard karena situs Facemash melanggar hak cipta akibat menggunakan foto-foto yang diambil dari situs online Harvard tanpa izin. Pria kelahiran 14 Mei 1984 ini memulai Facebook pada bulan Februari 2004 dengan tujuan awal untuk memberikan perubahan dari aplikasi Facebook tradisional yang bertipe rendah dan menggabungkannya dengan jejaring sosial seperti Myspace.

Berbeda dengan Facemash, Facebook memungkinkan setiap mahasiswa Harvard untuk membuka akun dan pada akhir bulan lebih dari separuh mahasiswa telah mendaftar. Zuckerberg cepat memperluas layanan, dengan cara memperkenalkan Facebook ke semua sekolah yang berada di daerah Ivy League pada akhir musim semi dan lebih banyak sekolah di wilayah lainnya pada semester berikut. Situs Wirehog diciptakan sebagai situs filesharing pendamping untuk pengguna Facebook. Dan pada akhir 2004 Facebook memiliki



lebih dari satu juta pengguna terdaftar. Pendapatan iklan yang didapat melalui Facebook membuat dirinya lebih mudah meningkatkan modal ventura dan Zuckerberg serta rekannya membeli domain Facebook.com dari pemegang sebelumnya dan menghilangkan kata “The” dari nama situs tersebut.

Seiring berjalannya waktu, Facebook menjadi semakin inklusif, membuka pintu untuk semua mahasiswa, anggota fakultas, dan alumni (siapa saja yang memiliki alamat email domain-pendidikan yang telah dikonfirmasi), dan pada tahun 2006 Facebook menambahkan jaringan untuk siswa sekolah menengah atas. Sejak musim gugur 2006, situs ini terbuka untuk siapa saja yang ingin bergabung ke dalamnya. Maka terjadilah sebuah pergeseran besar dari yang sebelumnya terbatas untuk kalangan pelajar, namun saat ini Facebook terbuka untuk siapa saja.

Sementara itu, Facebook Marketplace seperti Craigslist ditambahkan ke situs ini bersamaan dengan platform untuk menawarkan aplikasi. Microsoft membeli 1,6% saham di perusahaan tersebut seharga US\$240 juta pada bulan Oktober tahun 2007, dan bulan berikutnya layanan Facebook Beacon ditayangkan perdana sebagai sebuah inisiatif yang dianggap kontroversial yang memadukan teknologi pemasaran dan jejaring sosial. Hal ini mendapat banyak kritik karena dianggap dapat mengganggu privasi seseorang.

Setelah itu, Zuckerberg pindah ke Palo Alto untuk mengoperasikan dan fokus dalam mengembangkan Facebook sepenuhnya, serta mengambil cuti dari Harvard. Saat ini Facebook memiliki kantor di empat gedung yang berada di pusat kota. Bahkan, Zuckerberg diberi julukan “seorang pemuda yang berhasil menghubungkan semua orang di dunia”.



Berikut ini tiga pelajaran penting yang bisa diambil dari kesuksesan Mark Zuckerberg lewat Facebook, yaitu

Cepat

Di Facebook, kegagalan adalah sesuatu yang boleh “dirayakan”. Inovasi adalah jantung perusahaan. Semua orang di Facebook disarankan untuk bergerak sangat cepat dan mencoba berbagai hal baru. “Bergerak cepat dan gagal dengan cepat. Kalau Anda tidak mengacaukan sesuatu, Anda tidak bergerak cukup cepat,” ujar Mark.

Tak Gampang Menyerah

Sejak awal, Mark Zuckerberg dan Facebook sangat diremehkan oleh banyak pihak. Ketika pertama membuat Facebook, Mark dihina karena sudah banyak pesaing kuat seperti MySpace dan Friendster. Saat Facebook berhasil mengalahkan MySpace dan Friendster, Mark masih dihina karena dianggap tidak akan pernah mendapatkan penghasilan yang besar. Bahkan saat Facebook IPO, Mark masih dihina karena dianggap terlalu muda untuk memimpin perusahaan sebesar Facebook. “Ini pendapat personal saya, namun saya lebih suka berada di lingkungan orang-orang yang meremehkan kami. Hal tersebut memotivasi kami untuk berani keluar,” ujarnya.

Berani Bertindak

Kultur di Facebook lebih menghargai orang yang bisa membangun sesuatu daripada orang yang hanya bisa bicara. Ketika karyawan Facebook ingin bertemu Zuckerberg, dia harus mempunyai sesuatu yang ditunjukkan.

5.2.2 Steve Jobs : Sang Pendiri Apple



Sumber : <https://inet.detik.com/>

Salah satu tokoh ilmuwan atau pakar teknologi yang kisahnya wajib diapresiasi adalah cerita kisah sukses Steve Jobs. Bagi sebagian orang pasti membutuhkan kisah tokoh satu ini sebagai tambahan ilmu pengetahuan baru tentunya. Maka dari itu artikel berikut ini akan mengupas bagaimana kisah sukses Steve Jobs.

Anda pasti mengenal produk teknologi Mac, iPod dan iPhone. Ketiga produk tersebut merupakan brand yang cukup terkenal dari perusahaan Apple Inc. Perusahaan Apple sudah dianggap sebagai salah satu perusahaan paling berpengaruh dalam perkembangan teknologi di dunia. Jadi apa dan siapa yang menjadi kunci dari terciptanya inovasi teknologi Apple tersebut?

Siapa lagi kalau bukan Steve Jobs. Dialah yang mendirikan Perusahaan Apple dan memiliki visi jauh ke depan. Sehingga membuat Apple menjadi salah satu perusahaan resmi yang cukup disegani hingga sekarang. Steve adalah sosok yang penuh dengan kesederhanaan dan keindahan. Kedua hal inilah yang membuat Apple berhasil mematahkan dominasi Microsoftnya Bill Gates.



Steve Jobs lahir pada 24 februari 1955. Kemudian dia diadopsi oleh pasangan Paul dan Clara Jobs. Sejak kecil Jobs memang sudah menunjukkan ketertarikannya pada hal-hal yang berbau elektronik. Berikut ini adalah kisah sukses Steve Jobs Seorang Ceo dari perusahaan Apple.

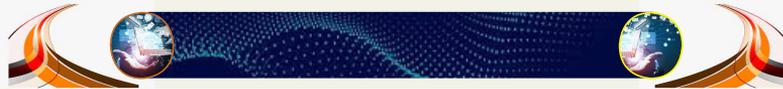
Kisah sukses Steve Jobs sebelum populer

Tidak ada banyak yang tahu bahwa Steve Jobs adalah salah satu mahasiswa yang pernah drop out dari Reed College. Jobs mencoba terus belajar di kampus dengan belajar kaligrafi di kelas non formal. Kemudian karena merasa belum memberikan hasil yang terbaik untuk orang tua yang sudah mengeluarkan uang banyak. Maka ia mencoba bertahan hidup dengan tidur menumpang di asrama teman-temannya, kemudian bertahan mencari makan dengan menukarkan botol cola agar mendapatkan uang untuk makan. Dan berjalan sejauh 10 km seminggu sekali untuk mendapatkan makanan yang baik. Lalu dari mempelajari kuliah kaligrafi selama 10 tahun, Steve Jobs mendapat ilham mendesain komputer Macintosh pertama.

Kisah sukses Steve Jobs mendirikan perusahaan Apple

Kisah sukses Steve Jobs tak jauh dari awal berdirinya perusahaan Apple. Ketika berumur 20 tahun ia mulai mengembangkan perusahaan Apple selama 10 tahun bersama 2 orang. Kemudian berkembang pesat menjadi 4000 karyawan dengan pernghasilan 2 milyar dolar. Tentunya untuk perkembangan Apple sendiri ia harus merekrut orang yang berkompeten.

Bersama dengan kawannya Steve Wozniak, Jobs mengumpulkan barang dengan menjual barang-barang berharga mereka. Tak lama komputer pertama mereka Apple 1 berhasil mereka rancang dan berhasil mereka jual sebanyak 50 unit di sebuah toko lokal. Dalam



beberapa tahun usahanya cukup berjalan dengan lancar. Hingga pada tahun 1983, Jobs mulai mengajak John Sculley untuk memimpin perusahaan mereka. Apple komputer memberikan dampak yang cukup bagus. Terutama di industri komputer. Terlebih saat diluncurkannya macintosh.

Tapi pada tahun 1985 Jobs diberhentikan dari perusahaan karena mengalami konflik dengan Sculley. Akhirnya kemudian dia menjual semua saham. Ia pun mengalami kesedihan yang berat. Namun, ia berusaha untuk tegar dan berpikir tenang. Dan benar hal-hal baru pun telah Jobs persiapkan dengan matang.

Steve Jobs Memulai Mendirikan Sebuah Perusahaan Animasi Pixar

Jobs pun memulai usahanya lagi dengan mendirikan perusahaan yang diberi nama computer NeXT dan sebuah perusahaan animasi Pixar. Perusahaan Next juga sangat berkembang di dunia teknologi, namun untuk dikomersilkannya masih mengalami kesulitan. Namun, Pixar memberikan sebuah kisah sukses yang lain dari ketekunan yang dilalui oleh Jobs. Dengan Pixar Jobs membawa trend baru dalam dunia perfilmn animasi khususnya. Dengan megakuisisi pixar yang hampir bangkrut, pixar mendapatkan tambahan dana produksi yang berbasis komputer pertama yaitu Toy Story. Selajutnya, Film Toy Story meledak di pasaran dan terus disukai berbagai kalangan usia hingga saat ini. Selama sepuluh tahun berikutnya, Pixar menghasilkan film-film yang sangat sukses seperti A Bug's Life (1998), Toy Story 2 (1999), Monsters, Inc. (2001), Finding Nemo (2003), The Incredibles (2004), Cars (2006), Ratatouille (2007), WALL-E (2008), Up (2009) dan Toy Story 3 (2010). Bahkan ada beberapa penghargaan dari Academy award for best aniamated features yang diberikan pada Film Finding Nemo, The Incredibles, Ratatouille, WALL-E, Up dan

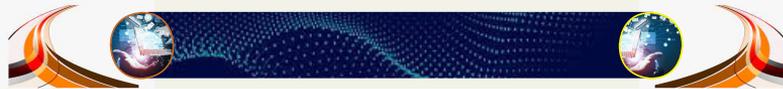


Toy Story 3. Itulah kisah dibalik Steve Jobs dengan dunia perfilmnya lewat dari Apple.

Kehilangan Jobs dari Apple membuat dominasi Microsoft dan IBM semaki membuat Apple mengalami keterpurukan. Bahkan dalam hal persaingan dengan Microsoft dan IBM Apple dinyatakan gagal dalam bersaing. Maka dari itu, Jobs pun dipanggil kembali untuk mengisi posisi sementara sebagai pemimpin di tahun 1997. Semenjak Steve Jobs menjadi pemimpin sementara Apple kembali bangkit lagi dan muncul berbagai macam produk seperti IMac, MacOS X dan sekarang yang paling fenomenal dan sudah bersaing dengan android adalah iPhone.

Steve Jobs Pernah Di Diagnosa Kanker Pankreas

Namun, pada tahun 2004 kesehatan Jobs mengalami masalah. Ia didiagnosa menderita kanker pankreas. Padahal waktu itu adalah saat dimana masa kejayaan dari Apple. Bahka Jobs seharusnya mendapatkan penghargaan sebagai CEO terbaik di seluruh Amerika Serikat. Maka ia pun terpaksa harus berhenti bekerja. Kemudian ia memilih tim cook sebagai pengganti CEO Apple atas dirinya. Tepat pada 24 agustus 2011 Jobs resmi mengundurkan diri. Pada tanggal 5 Oktober 2011, Jobs meninggal dunia setelah berjuang keras melawan komplikasi kanker pankreas. Ia pergi dengan meninggalkan sangat banyak warisan penting bagi dunia teknologi.



Rahasia Kisah sukses Steve Jobs

Ada beberapa rahasia yang dimiliki oleh Steve Jobs dalam mencapai sebuah kesuksesannya, antara lain:

Keyakinan

Jobs memiliki keyakinan yang cukup tinggi. Ia selalu percaya diri dengan suara hatinya. Dan ketahuilah keyakinan ini yang benar membawa dirinya menuju arah kesuksesan.

Memiliki gairah hidup tinggi

Salah satu yang selalu ia tanamkan dalam keyakinannya adalah memiliki gairah hidup yang tinggi. Dengan memiliki modal gairah hidup yang tinggi adalah modal kesuksesan dari Jobs. Bahkan ketika mengalami gangguan kesehatan. Ia berusaha menaikkan gairah hidupnya.

Rasa berani

Dalam segala hal ia berusaha menunjukkan rasa keberanian yang cukup besar dalam segala hal. Sehingga dalam memilih sebuah pilihan ia patut sebagai contoh. Tegas dan berani.

Memiliki daya inovasi yang kreatif

Ini yang perlu di akui jempol. Pasalnya Steve Jobs memiliki daya inovasi yang sangat kreatif. Contohnya sudah terbukti ia dapat mengembangkan perusahaannya dengan apik dan sukses.

Memiliki visi

Setiap bagian yang dikembangkan dalam perusahaan Jobs adalah wujud dari visi yang ia buat. *Sumber : <https://www.bantenshare.com/kisah-sukses-steve-jobs/>*

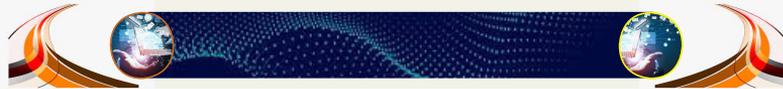
5.2.3 Bill Gates : Pendiri Microsoft



Sumber : <https://www.kompasiana.com/>

Bill Gates merupakan seorang ahli teknologi, pebisnis, dan filantropis. Ia tumbuh besar di Seattle, Washington, dengan keluarga yang luar biasa suportif yang mendorong minatnya pada komputer sejak usia dini. Bill Gates memutuskan untuk putus kuliah demi mengembangkan Microsoft bersama teman masa kecilnya Paul Allen. Bill menikahi Melinda French pada tahun 1994 dan dikaruniai tiga anak. Saat ini, Bill dan Melinda Gates memimpin yayasan amal yang diberi nama Bill & Melinda Gates Foundation mereka bekerja bersama untuk berbagi pada masyarakat.

Bill Gates lahir di Seattle, Washington pada 28 Oktober 1955 dengan nama William Henry Gates III. Ayahnya William Henry Gates II merupakan seorang pengacara terkenal di Seattle, ibunya Mary Maxwell Gates merupakan seorang dewan regensi University of Washington dan presiden wanita pertama United Way King County. Bill Gates tumbuh bersama kakak perempuannya Kristanne, dan adik perempuan bernama Libby.



Sejak kecil Bill telah menampakkan ketertarikannya pada dunia komputer. Perkenalannya pada komputer adalah saat ia berusia 13 tahun di mana saat itu disekolahnya, Lakeside School membeli perangkat terminal Teletype Model 33 ASR dan beberapa komputer General Electric (GE) untuk para siswa. Program komputer pertama yang ia tulis saat itu menggunakan bahasa pemrograman BASIC.

Bill kemudian mempelajari sistem lain seperti sistem minikomputer DEC PDP, khususnya PDP-10 yang dimiliki oleh Computer Center Corporation (CCC). Namun Penggunaan komputer PDP-10 ini dibatasi waktu sehingga Gates bersama beberapa temannya seperti Paul Allen, Ric Welland, dan Kent Evans, memutuskan untuk mengembangkan sebuah bug pada sistem operasi tersebut untuk memperoleh waktu tambahan dalam penggunaan komputer. Namun mereka tertangkap tangan dan akhirnya dilarang oleh CCC untuk mengakses sistem itu selama musim panas. Karena kemampuan mereka dalam memahami bahasa pemrograman CCC akhirnya mempekerjakan mereka untuk menulis program pembayaran gaji dalam bahasa COBOL dengan tambahan imbalan hak akses ke komputer perusahaan.

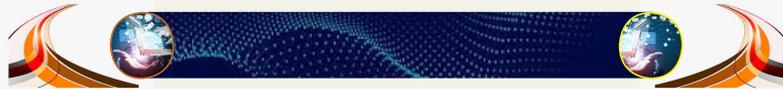
Kesempatan ini dimanfaatkan Bill untuk mengembangkan kemampuannya dalam pemrograman computer. Pada 1973 Bill lulus dari Lakeside School dengan nilai yang memuaskan. Ia diterima di Harvard College. Selama kuliah Bill selalu menghabiskan waktu dengan computer kampusnya. Saat MITS Altair 8800 berbasis CPU Intel 8080 diluncurkan, Bill dan Paul Allen melihat ini sebagai kesempatan emas untuk memulai usaha perangkat lunak sendiri. Bill kemudian membicarakan niatnya untuk membangun usaha perangkat lunak ini kepada orang tuanya yang kemudian didukung sepenuhnya oleh kedua orang tuanya.



Bill Gates memutuskan untuk meninggalkan bangku kuliahnya dan mulai memfokuskan dirinya untuk membangun Microsoft bersama sahabatnya Paul Allen. Awalnya Microsoft didirikan untuk mengembangkan dan menjual penerjemah BASIC untuk Altair 8800. Perusahaan ini berhasil mendominasi pasar sistem operasi komputer pribadi dengan MS-DOS-nya pada pertengahan 1980-an, diikuti dengan jajaran sistem operasi Microsoft Windows. Hingga saat ini Microsoft masih menjadi pelopor sistem operasi komputer di dunia. Microsoft juga telah melakukan akuisisi perusahaan. Kesuksesan Microsoft membuat Bill Gates meraup banyak keuntungan berupa materil.

Bill Gates sempat tersandung masalah dalam bisnisnya. Pada 1990 Bill dituntut Departemen Keadilan Amerika Serikat karena melakukan monopoli terhadap perusahaan-perusahaan kecil. Pada 1999 ia juga sempat tersandung masalah undang-undang bisnis di Amerika Serikat. Namun kasus-kasus yang ia hadapi tak sampai membuat usahanya hancur, malah Microsoft semakin berkembang pesat hingga saat ini. Saat Bill dan Paul Allen membangun Microsoft, mereka memiliki misi “sebuah komputer di setiap desktop dan di setiap rumah” awalnya tampak tidak masuk akal bagi kebanyakan orang. Namun saat ini, nampaknya visi mereka telah terwujud. Bill selalu bersemangat bekerja di Microsoft dan akan selalu terlibat dengan perusahaan, termasuk perannya sekarang sebagai anggota dewan dan penasihat teknologi.

Pada tahun 2000 Bill dan Istrinya Melinda membangun sebuah yayasan amal bernama Bill and Melinda Gates Foundation, bersyukur yayasan dan banyak mitranya membantu orang-orang di seluruh dunia untuk hidup lebih sehat dan lebih produktif. Melalui yayasan tersebut Bill membantu 20.000 orang untuk melanjutkan kuliah. Pada 2002 yayasan ini berhasil menyelesaikan upaya membantu memasang 47.000 komputer di



11.000 perpustakaan di 50 negara bagian. Sembilan puluh lima persen perpustakaan memiliki komputer dengan akses Internet, naik dari 27 persen pada tahun 1996. Tahun 2010 Bill dan Melinda menjanjikan \$ 10 miliar selama 10 tahun ke depan untuk membantu meneliti, mengembangkan, dan memberikan vaksin negara-negara termiskin di dunia. Pada 2013 Bill membantu 5,5 miliar dolar untuk memberantas polio pada tahun 2018. Saat ini India disertifikasi bebas polio oleh Organisasi Kesehatan Dunia, hanya menyisakan tiga negara yang tidak pernah bebas dari penyakit ini.

Hingga saat ini Bill dan Melinda terus melakukan kegiatan-kegiatan amalnya untuk membantu masyarakat yang membutuhkan. Kedermawanan Bill Gates juga banyak diapresiasi banyak pihak. Pada November 2006, ia dan istrinya diberi penghargaan Order of the Aztec Eagle atas aktivitas filantropi mereka di seluruh dunia dalam bidang kesehatan dan pendidikan, terutama pada Oktober 2009, Gates meraih 2010 Bower Award for Business Leadership dari The Franklin Institute atas pencapaiannya dalam bisnis dan aktivitas filantropinya. Pada tahun 2010, ia memperoleh Silver Buffalo Award dari Boy Scouts of America, penghargaan tertinggi untuk orang dewasa, atas jasanya kepada para pemuda. *Sumber : <https://www.liputan6.com/teknologi>*

Kesuksesan Bill Gates menginspirasi banyak orang untuk menjadi sukses seperti itu. Berikut lima pelajaran yang bisa kita ambil dari Bapak Microsoft ini:

Gigih berjuang

Kesuksesan tentu saja tidak bisa didapat dalam sekejap. Pasti ada berbagai rintangan dan perlu usaha untuk menuntun kita menuju puncak kesuksesan tersebut. Begitu juga dengan Bill Gates. Ia adalah orang yang gigih berjuang. Untuk itu, penting bagi Anda



menentukan target. Target ini akan memotivasi Anda untuk terus berjuang mencapainya. Kegagalan pasti ada, tapi dengan memiliki target, Anda akan selalu mengingatkannya dan berusaha bangkit dari keterpurukan. Target akan membuat Anda terus berjuang tanpa henti hingga Anda berhasil mencapainya.

Banyak membaca

Untuk menjadi sukses, Anda harus rajin membaca. Mungkin Anda pernah mendengar frase bahwa orang sukses adalah mereka yang banyak membaca. Dengan membaca, kita bisa tahu banyak hal. Begitu pun yang dilakukan oleh Bill Gates. Pendiri Microsoft ini sangat rajin membaca sejak kecil. Bahkan, ia sering menulis buku-buku apa saja yang pernah dibacanya di situsnya. Jadi tidak perlu diragukan lagi berapa banyak ilmu yang Beliau miliki.

Cermat membaca peluang

Kecermatan dalam membaca peluang juga perlu. Jika Anda seorang pengusaha, maka Anda harus bisa mempertimbangkan risiko ketika akan mengambil kesempatan, terutama sumber daya. Anda harus tahu betul berapa sumber daya yang Anda miliki. Jika kesempatan yang ada memang kurang menjanjikan dan hanya akan membuang-buang sumber daya Anda sebaiknya lewatkan saja. Sebaliknya, jika ada kesempatan yang menurut Anda adalah peluang untuk pengembangan bisnis, maka jangan segan-segan untuk mengerahkan semua sumber daya yang Anda miliki.

Bentuk tim yang solid

Kesuksesan tidak bisa Anda raih seorang diri. Anda perlu orang lain untuk men-support Anda, yang bisa membantu membawa Anda pada kesuksesan. Hal ini berlaku untuk Anda yang sedang memulai bisnis yang mana bisnis tersebut memerlukan kesatuan



tim untuk kelangsungannya. Oleh sebab itu, carilah orang yang benar-benar berkualitas dan bertalenta untuk mendukung perkembangan bisnis Anda. Jaga hubungan baik dengan orang-orang ini agar mereka mau bekerja sama dengan Anda.

Mencari inovasi

Untuk menguasai pasar, Anda harus memberikan inovasi yang benar-benar bermanfaat. Kebutuhan manusia sangat dinamis. Produk yang saat ini berguna bisa jadi beberapa tahun kemudian akan ditinggalkan begitu saja. Oleh sebab itu, inovasi produk sangat perlu. Bill Gates tidak berhenti berinovasi untuk terus memajukan produknya.

5.3

Tokoh Technopreneurship Indonesia



Perkembangan teknologi yang kian hari semakin pesat, menjadi salah satu “senjata” pemuda Indonesia sekarang. Mereka memanfaatkan teknologi untuk menghadirkan inovasi di era disrupsi. Misalnya saja yang dilakukan oleh kelima pemuda berikut. Mereka sukses berkecimpung di dunia digital dengan mendirikan perusahaan rintisan digital. Ada juga yang berinisiatif mengawal proses demokrasi di Indonesia secara urun daya di internet. Indonesia sendiri kini memiliki banyak tokoh technopreneurship yang sukses mengembangkan bisnis di dunia start-up.

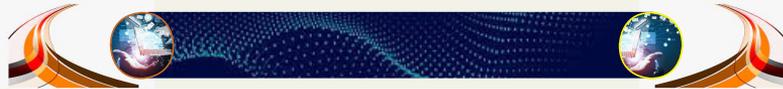
5.3.1 Nadiem Makarim : Pendiri GOJEK



Sumber : <https://beritatrans.com/>

Nadiem Makarim lahir 4 juli 1984. Di ketahui bahwa Nadiem Makarim mulai bersekolah SD di Jakarta, kemudian ia lulus SMA di Singapura, dari Singapura ia kemudian melanjutkan pendidikannya di jurusan International Relations di Brown University, Amerika Serikat. dan selama setahun ia mengikuti program foreign exchange di London School of Economics. Ia juga melanjutkan studinya di Harvard Business School, Harvard University dan lulus dengan menyandang gelar MBA (Master Business Of Administration). Nadiem Makarim diketahui pernah bekerja di sebuah perusahaan Mckinsey & Company sebuah konsultan ternama di Jakarta dan menghabiskan masa selama tiga tahun bekerja disana. Diketahui pula ia pernah bekerja sebagai Co-founder dan Managing Editor di Zalora Indonesia kemudian menjadi Chief Innovation officer kartuku. Berbekal banyak pengalaman selama bekerja, Nadiem Makarim kemudian memberanikan diri untuk berhenti dari pekerjaannya dan mendirikan perusahaan GO-JEK pada tahun 2011.

Nadiem lebih memilih menggunakan ojek saat pulang atau pergi ke kantor ketimbang menggunakan mobil pribadi karena merasa lebih



aman, tingkat kecelakaan pada pengguna ojek sangat kecil. Bahkan ia hampir 5 kali sehari naik ojek. Selama menggunakan jasa ojek, ia tidak pernah mengalami kecelakaan tidak seperti saat ia menggunakan taksi, dirinya pernah dua kali kecelakaan, kendaraan pribadi tiga kali kecelakaan, dan naik motor pribadi satu kali kecelakaan.

Lantaran sering menggunakan jasa ojek, Nadiem pun sering ngobrol dengan para tukang ojek langganannya. Dari hasil obrolan dan pengamatannya, ia mengetahui bahwa sebagian besar waktu tukang ojek banyak dihabiskan untuk mangkal dan menunggu penumpang. Saat di pangkalan ojek, biasanya tukang ojek bergiliran dengan tukang ojek lainnya. Sudah giliran, kadang penumpang sepi. Sementara itu, dari sisi pengguna jasa, keamanan dan kenyamanan ojek beum terjamin 100 persen

Dari hasil riset itulah ia mendapatkan ide membuat inovasi bagaimana orang bisa dengan mudah memesan ojek melalui ponsel tanpa harus repot ke pangkalan ojek, jadi orang yang jauh dengan pangkalan ojekpun dapat menikmatinya. Tukang ojek sendiri tidak harus mangkal. Bagi penumpang, menggunakan ojek juga lebih aman karena jelas dan terdaftar. Ide Nadiem ini juga sejalan dengan salah satu tugas kuliah ketika mengambil master di Harvard Business School. Saat awal merintis bisnis, ia hanya memiliki 10 karyawan dan 20 tukang ojek.

Merintis Gojek

Kecintaannya terhadap jasa tukang ojek berhasil mengantarkannya menjadi pengusaha. Pada 2011, saat masih bekerja sebagai seorang pegawai, Nadiem perlahan merintis GO-JEK. Namun masih menggunakan sistem sederhana alias manual. Saat itu, penumpang masih menggunakan manual melalui telepon dan kirim pesan via ponsel pintar atau smartphone. Tiga tahun kemudian, dia memutuskan



keluar dari perusahaannya. Padahal saat itu jabatan Nadiem cukup strategis, sebagai direktur e-commerce. Dalam perjalanan, Sopir ojek Go-Jek di lapangan sempat ada gesekan dengan Sopir ojek lokal. Para tukang ojek lokal/tradisional merasa kehadiran Gojek mengurangi pendapatan mereka.

Kini Nadiem Makarim sebagai CEO dan pendiri Go-Jek. Kini, sudah ada 10 ribu sopir ojek yang tergabung dalam Go-Jek. Pertumbuhan 10 ribu Sopir ojek sangat cepat tahun ini. Padahal di awal Januari 2015 saja, mitra Sopir ojek masih 1.000. Aplikasi mobile Go-Jek juga sudah diunduh sebanyak 400 ribu. Ke depan, Nadiem Makarim ingin memperluas jangkauan Go-Jek ke seluruh Nusantara. Layanannya pun kini tak terbatas pada mengantarkan penumpang, namun juga bisa sebagai kurir atau pengantar makanan.

Yang dapat dipelajari dari sosok Nadiem Makarim Sang pendiri Gojek yaitu :

Nadiem Makarim dengan usianya yang tergolong masih muda dapat menemukan sebuah ide bisnis yang menjajikan. Ketangkasan dan kecekatannya menemukan peluang bisnis sangat menginspirasi. Dari pengelihatannya dan kepeduliannya terhadap kehidupan sehari-hari yang ia lakukan membuat ia terdorong untuk berfikir bagaimana masalah yang ia hadapi dalam kehidupan sehari-harinya menjadi lebih mudah. Ia mampu mengubah ojek yang biasa dan identik dengan pangkalan menjadi sebuah bisnis online yang sekarang menjadi startup di Indonesia. Dengan didirikannya Go-JEK ini tentu mempermudah konsumen ketika hendak memesan ojek, tanpa harus repot-repot datang ke pangkalan ojek, tukang ojek sudah ready di depan rumah.



Nadiem Makarim dengan Go-JEKnya mampu menciptakan lapangan kerja, setidaknya ia dapat mengurangi pengangguran di Indonesia yang jumlahnya semakin bertambah. Tukang ojek searang bukan hanya sebuah profesi yang dipandang sebelah mata, namun kini menjadi profesi bergengsi yang memang kehadirannya dibutuhkan masyarakat. Saya bangga dengan sosok pendiri Gojek ini, dengan usaha keras ia mampu mengusung Gojek menjadi bisnis yang populer, walaupun di tengah-tengah perjalanan bisnisnya ia menemukan permasalahan seperti gesekan dengan tukang ojek tradiosional karena dianggap merebut atau mengurangi pendapatannya namun ia tetep semangat untuk memperjuangkan dan mengembangkan usaha Gojeknya. Bahkan sekarang ia hendak memperluas usahanya tidak sebatas ojek mengatar penumpang semata tetapi juga sebagai kurir daan pengantar makanan. Semangat, kecekatan, kepedulian dan sikapnya yang tidak mudah menerima keadaan yang ia hadapi sekarang dapat dijadikan inspirasi.

5.3.2 William Tanuwijaya : Pendiri Tokopedia



Sumber : <https://uzone.id/>

Tokopedia kini menjadi salah satu perusahaan rintisan yang sukses. Tapi siapa sangka, salah seorang pendiri perusahaan tersebut, William Tanuwijaya, mengaku sempat dianggap remeh oleh orang sekitarnya. Banyak kisah yang mengiringi keberadaan Tokopedia setelah lima tahun berdiri. William yang kini menjabat sebagai CEO perusahaan tersebut, menuturkan beberapa cerita menarik yang sarat dengan kerja keras.

“Saya dianggap punya mimpi ketinggian. Apa yang mau saya capai dibilang muluk-muluk,” ujar William Tanuwijaya pada sebuah acara Forum Diskusi Investasi di Jakarta. Anggapan tersebut bukan datang tanpa sebab. William, tumbuh besar di lingkungan keluarga yang tidak berpengalaman berbisnis. Ia juga berkarir sebagai seorang karyawan selama 10 tahun.

Hal paling nyata yang berkaitan dengan internet hanyalah pengalamannya saat kerja sampingan sebagai penjaga operator warung internet (warnet) semasa kuliah. Setelah itu, William juga sempat bekerja di sebuah forum jual beli pada tahun 2007, di mana



pada saat itu banyak pengguna yang komplain mengenai penipuan transaksi. Dari situ, William melakukan riset mengenai usaha internet mengapa seakan-akan menjadi ‘sarana’ kriminal. William merasa internet seharusnya menjadi akses berguna untuk mempermudah segalanya, termasuk kegiatan jual-beli. Kala itu, William melihat ada peluang yang sekiranya bisa mengubah pandangan usaha internet yang penuh penipuan menjadi kegiatan yang bisa dikembangkan, mengingat kemajuan teknologi semakin pesat dewasa ini.

“Selain melihat internet sebagai celah, saya juga riset bahwa masyarakat Indonesia itu banyak yang butuh kerja sampingan. Saya langsung kepikiran ingin membuat perusahaan semacam eBay,” cerita William.

Sulit mencari modal

Berbekal tekad kuat, ia menceritakan seluruh idenya kepada atasan tempat William bekerja. Harapannya agar bisa diberi bantuan modal untuk merealisasikan mimpinya. Namun karena melihat latar belakang yang dirasa belum pas, sejumlah orang meragukan kesuksesan William. Apalagi untuk memberikan modal.

“Mereka ‘menginvestigasi’ latar belakang saya yang tidak lahir dari keluarga bisnis, jurusan kuliah juga tentang nusantara Indonesia. Jadi mereka menyarankan agar saya menghabiskan karir saya untuk hal lain yang lebih ‘realistis’,” kenang William sembari tertawa kecil. Tapi penolakan tersebut tidak membuatnya berhenti, William terus mencari alternatif dan coba menyakinkan sejumlah orang agar mau memberinya bantuan. “Selama dua tahun saya mencari modal, akhirnya bos saya sendiri yang memberi modal 10 persen,” lanjutnya.



Berdiri dan investasi

Setelah berdiri tahun 2009, William berjerih payah membangun Tokopedia dengan modal seadanya. Kemudian tak lama investor mulai berdatangan, salah satunya East Ventures. William mengungkapkan, saat awal berdiri, 90 persen saham di Tokopedia dimiliki oleh investor lokal. Ia mengaku sulit sekali meyakinkan para investor untuk mau berinvestasi karena mereka khawatir Tokopedia 'kabur' setelah diberi suntikan dana.

“Bahasa Inggris saya dulu masih kacau sekali. Lucunya, awal-awal investor kami kebanyakan dari Jepang. Jadi kemampuan bahasa Inggris saya tidak terlalu terlihat buruk di depan mereka,” tutur William sambil tertawa.

Terakhir, Tokopedia mendapat investasi lagi dari SoftBank dan Sequoia Capital pada Oktober 2014 senilai US\$ 100 juta atau sekitar Rp 1,2 triliun. William mengklaim, investasi kepada perusahaannya ini merupakan yang terbesar bagi perusahaan internet Indonesia dan Asia Tenggara. Ia merupakan salah satu pemimpin yang menaruh perhatian besar pada pengembangan keahlian sumber daya manusia. Dalam menghadapi pasar dan kompetitor asing, William mengaku bahwa mereka memiliki 'dapur' teknologi dan ekosistem lebih mumpuni.

“Dua perusahaan investasi besar di dunia, Softbank dan Sequoia menyimpan kepercayaan kepada Tokopedia dengan memberi modal Rp 1,2 triliun. Dari situ, salah satu agenda kami adalah meningkatkan kualitas SDM untuk menunjang teknologi lokal,” jelas William. Selama lima tahun berdiri, Tokopedia berhasil menjadi mal online sukses yang membantu UKM mengembangkan usaha mereka. William membayar kepercayaan dari para investor dengan kerja yang sungguh-sungguh dan konsisten. Hasilnya dalam 10 tahun keberadaannya Tokopedia bisa



menjadi tempat bertransaksi dari 90 juta orang. Omzet perdagangan dalam dua tahun terakhir- 2018-2020 - tumbuh dengan 30 persen dan 40 persen. Sebuah prestasi yang tidak mudah di tengah kondisi perekonomian global yang bergejolak.

Tidak banyak perusahaan berangkat dengan idealisme yang kuat. Tokopedia merupakan salah satu di antara yang sedikit itu. Mereka bukan hanya dibangun untuk memanfaatkan momentum maraknya perdagangan elektronik, tetapi ingin menjadi bagian untuk memperkuat perekonomian masyarakat.

William Tanuwijaya yang menjadi pendiri Tokopedia tidak pernah bisa melupakan jasa baik orang-orang yang memberinya kesempatan untuk meninggalkan Pematang Siantar dan mengecap pendidikan di Jakarta. Padahal, mereka hanya pedagang kelontong dan tetap bertahan seperti itu sampai sekarang. Meski awalnya Tokopedia dipakai sebagai tempat pertemuan antara pembeli dan penjual secara online, William menyebutkan hal itu sebagai fase ke satu. Fase selanjutnya yang ingin ia lakukan ke depan ialah bagaimana menyatukan online dan offline agar bisa saling memperkuat dan bahkan kelak ia berharap Tokopedia bisa ikut menyediakan kredit bagi para pengusaha kecil dan menengah untuk mengembangkan diri.

Visi untuk membantu orang lain dan jangan sampai ada orang yang tersingkir di era digital, itulah yang menjadi mimpi William. Ia tidak ingin seperti perusahaan lain yang berubah menjadi kapitalis dengan mengambil alih semua bisnis orang lain hanya karena memiliki big data dari perdagangan elektronik.



Secara sederhana William berharap bagaimana pengusaha kecil dan menengah seperti pamannya --yang pedagang kelontong di Pematang Siantar-- tidak harus tersingkir karena perkembangan zaman. Tokopedia bisa hadir untuk membawa kelompok pengusaha seperti itu melakukan adaptasi tanpa juga harus berubah jati dirinya.

Pilihan untuk menggandeng masuk mantan Gubernur Bank Indonesia Agus Martowardojo ke Tokopedia merupakan bagian untuk memperkuat visi dan juga tata kelola dalam mengarungi fase baru yang jauh lebih menantang. Hadirnya para profesional muda yang lebih progresif pikirannya membuat Tokopedia harus memperkuat sistem di dalam. Pengalaman Agus Martowardojo di perbankan dan juga bank sentral tentu akan sangat bermanfaat bagi Tokopedia. Apalagi prinsip dasar dalam bisnis yang dijalani sama, yakni kepercayaan. Agus Martowardojo bisa mengisi nilai-nilai yang harus dipegang seluruh karyawan Tokopedia dalam menjaga integritas.

Kita pantas kagum kepada kegigihan orang seperti William untuk membangun unicorn yang bisa menjadi kebanggaan bangsa ini. Bagaimana ia bisa membuat orang seperti pemilik Softbank di Jepang, Masayoshi Son, bisa ikut tertarik dengan model bisnisnya dan mau menanamkan uangnya di Tokopedia.

Pelajaran penting yang lalu kita bisa petik

Pertama, kita harus percaya kepada kemampuan anak-anak Indonesia. Kita tidak hanya punya satu William, tetapi punya banyak yang lain. Inilah yang seharusnya membuat kita tidak perlu takut seakan-akan negeri ini akan punah dalam 10 tahun lagi.

Kedua, kita tidak cukup sekadar omong, tetapi lebih penting berkarya. Persoalan tentu akan selalu ada. Tetapi persoalan itu tidak bisa hanya diselesaikan dengan mengeluh, tetapi harus dihadapi dan kemudian dipecahkan.



Ketiga, di era sharing economy seperti sekarang ini, kita harus mau berbagi. Hanya dengan memberikan kesempatan kepada banyak orang untuk ikut terlibat dan menikmati hasil kerjanya, kita akan bisa menjadi lebih besar lagi.

Keempat, jangan pernah takut mencoba dan takut untuk gagal. Pekerjaan itu ibarat bola karet yang akan naik lagi setelah jatuh ke bawah. Yang dibutuhkan ialah sikap untuk pantang menyerah.

Kelima, jangan pernah takut untuk bermimpi. Bung Karno dulu menyampaikan, gantungkanlah cita-citamu setinggi langit; walaupun jatuh, kamu akan jatuh di antara bintang. Mimpi itu harus dikejar dan dikerjakan agar menjadi realitas.

Terlalu sering kita melihat orang yang penuh sikap pesimistis dan melihat masa depan itu begitu kelabu. Seakan-akan bangsa ini tidak berdaya dan tidak memiliki harapan. Padahal, begitu banyak mutiara yang semakin mengilat ketika terus kita gosok.

5.3.3 Achmad Zaky : Pendiri BukaLapak



Sumber : <https://pluginongkos kirim.com>

Pastinya kalian sering buka aplikasi Bukalapak buat ikutan program serbu Rp.12.000 atau yang sekarang lagi booming serbu Rp.1. Bukalapak memang salah satu e-commerce Indonesia yang sedang populer dikalangan masyarakat Indonesia. Startup satu ini tak henti-hentinya memberikan hadiah pada para pelanggannya, bahkan beberapa waktu lalu, ada seseorang yang beruntung membeli mobil Mini Cooper seharga Rp. 12.000 di Bukalapak.

Bisa dikatakan Bukalapak saat ini tengah berada di kejayaannya, bahkan dari berdirinya tahun 2010 lalu, hingga kini, Bukalapak masih sangat eksis dan keberadaannya dibutuhkan dalam banyak bisnis online oleh banyak pihak. Tapi, dibalik itu semua ternyata ada seseorang yang sangat berjasa atas kejayaan Bukalapak saat ini. Siapa lagi kalau bukan pendiri Bukalapak sendiri yakni Achmad Zaky.

Perlu diketahui bahwa seorang Achmad Zaky ini harus melalui perjalanan panjang dengan perjuangan dan kerja keras dalam mendirikan Bukalapak hingga menjadi salah satu situs marketplace



terbesar di Indonesia dan menjadikan dirinya salah satu pebisnis yang disegani di Indonesia berkat Bukalapak.com miliknya.

Walaupun kini Bukalapak menjadi situs marketplace terfavorit di Indonesia, namun tak banyak yang tau kalau pendiri Bukalapak dulunya adalah seorang anak desa. Achmad Zaky yang identik selalu bergaya santai tersebut hanyalah seorang pria asal Sragen yang tak memiliki keistimewaan apapun. Ia hanyalah seorang anak yang hidup sederhana bersama orang tuanya. Bahkan saat dirinya masih kecil, ia dan keluarganya hidup di daerah yang tidak mendapat pasokan listrik dari PLN.

Zaky tumbuh besar di Sragen dan menempuh pendidikan hingga SMP di desa tersebut lalu kemudian melanjutkan SMA di Solo. Awal mula dirinya mengenal dunia teknologi adalah sejak dirinya duduk di bangku SD. Berawal pada tahun 1997, Achmad Zaky mendapat sebuah komputer dan buku-buku pemrograman computer dari salah seorang pamannya. Tak disangka Achmad Zaky memiliki minat atau passion dengan komputer dan pemrograman komputer. *Jika artikel ini muncul di website selain BlogUnik.com, maka dapat dipastikan bahwa web tersebut sudah mencuri dan menyangkan artikel ini tanpa persetujuan BlogUnik.com

Ketertarikannya dengan dunia informatika, ternyata berlanjut hingga pendidikan bangku SMA. Achmad Zaky berkesempatan menjadi wakil SMA Negeri 1 Solo, memenangkan ajang olimpiade sains nasional (OSN) bidang komputer. Namun demikian, sejak SMA cita-cita Achmad Zaky berbeda dengan teman-teman seangkatannya. Achmad Zaky memiliki cita-cita menjadi seorang entrepreneur atau pengusaha. Bahkan dirinya memiliki keyakinan kalau menjadi seorang pengusaha pasti harus mengalami sebuah kegagalan atau harus kerja keras

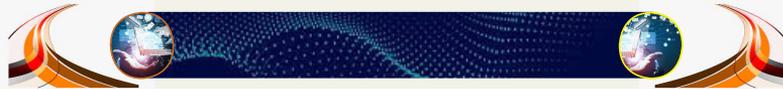


banting tulang agar mendapat kesuksesan. Dari keyakinan tersebut, ia mulai nekat untuk merintis bisnis sejak di bangku kuliah.

Achmad Zaky sendiri kuliah di Institute Teknologi Bandung (ITB), yang mana merupakan sebuah perguruan tinggi yang masuk daftar 10 perguruan tinggi terbaik di Indonesia. Usaha yang dirintisnya di bangku kuliah adalah jualan Mie Ayam. Usaha tersebut ia lakukan usai jam kuliah. Namun usahanya ini mendapat cibiran dari orang-orang. Bahkan beberapa bukan kemudian Achmad Zaky tidak dapat melanjutkan usahanya. Pasalnya selama berjualan beberapa bulan, ia tidak mendapat keuntungan yang diharapkan sehingga membuatnya bangkrut.

Untungnya selama berkuliah, Achmad Zaky tidak hanya terpaku pada usaha mie ayamnya yang tidak berjalan lancar, pasalnya dirinya sering mengikuti kompetisi-kompetisi mengenai teknologi informatika. Bahkan ia sering menjuarai kompetisi-kompetisi teknologi informatika tingkat nasional. Achmad Zaky pernah menjadi juara II kejuaraan Indosat Wireless Innovation Contest tahun 2007. Ia membuat software (perangkat lunak) MobiSurveyor yang digunakan untuk perhitungan cepat survei pemilihan umum. Achmad Zaky juga pernah mendapatkan Merit Award pada kompetisi INAICTA (Indonesia ICT Awards) pada tahun 2008.

Prestasinya yang gemilang di bidang pendidikan, mengantarkan Achmad Zaky meraih beasiswa studi ke Oregon State University dari pemerintah Amerika Serikat. Pendidikan tersebut dilangsungkan selama dua bulan pada tahun 2008. Walaupun prestasinya sangat gemilang, namun sebelumnya Achmad Zaky sempat memiliki tujuan yang sangat sederhana yaitu memperoleh ijazah, lantas mendapatkan pekerjaan bagus dengan gaji yang besar. Namun, seiring berjalannya waktu, ia justru mengalami perubahan cara berpikir. Ditambah lagi



dengan banyaknya lulusan ITB yang menjadi pengusaha sukses seperti Aburizal Bakrie dan Arifin Panigoro.

Setelah lulus kuliah, Achmad Zaky hanya memiliki 2 pilihan yaitu bekerja diperusahaan besar atau mendirikan perusahaan sendiri. Sempat mengajukan lamaran kerja kesana-sini dan menunggu lama, namun tidak ada yang menerimanya. Achmad Zaky pun akhirnya memilih untuk membangun usaha sendiri yang masih berhubungan dengan informatika. Pria kelahiran 1986 ini pun akhirnya mendirikan sebuah perusahaan jasa konsultasi teknologi yang bernama Suitmedia.

Tak butuh waktu lama, Suitmedia yang dia bangun tahun 2010 mampu berkembang dengan sangat pesat hanya dalam waktu satu tahun. Melihat pesatnya perkembangan Suitmedia, Ahmad Zaky lantas memutuskan untuk mendirikan sebuah e – commerce online marketplace bernama Bukalapak, dan disinilah petualangannya dimulai.

Ide mendirikan Bukalapak pertama kali muncul dipikiran Zaky bersama temannya yakni Nugroho yang memiliki pengalaman marketing website di Suitmedia. Nugroho saat ini juga menjabat sebagai pendiri Bukalapak. Mereka sadar bahwa para seller dan buyer pasti menginginkan sebuah situs online yang dapat mempertemukan mereka dengan mudah, nyaman, dan aman. Dari sini, mereka pun memutuskan membangun sebuah situs e-commerce online. Apalagi, saat itu, situs serupa di Indonesia masih sangat sedikit. Itulah yang membuat Zaky kemudian mendirikan Bukalapak di tahun 2010 dan menggunakan uang pribadinya untuk merintis situs e-commerce online ini. Ia mendirikan Bukalapak dari kamar kos-kosan yang hanya berukuran 4 x 4 m.

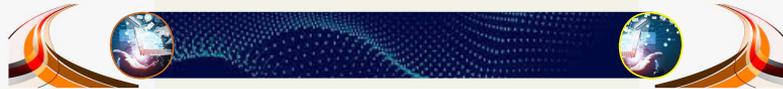


Di awal berdirinya Bukalapak tahun 2010 lalu, situs e-commerce online satu ini hanya dirintis oleh 3 orang saja. 1 orang menjadi staf, 1 orang membantu dan Ahmad Zaky sendiri secara aktif mengajak orang-orang untuk bergabung dengannya agar mau memasarkan produk mereka melalui Bukalapak.com, bahkan disela-sela waktunya dalam mengelola Suitmedia. *Jika artikel ini muncul di website selain BlogUnik.com, maka dapat dipastikan bahwa web tersebut sudah mencuri dan menayangkan artikel ini tanpa persetujuan BlogUnik.com

Bukan hanya kliennya di Suitmedia, Zaky juga tak segan-segan menggunakan akun facebook pribadinya untuk mengajak orang-orang bergabung dengannya dan menjual produk dagangannya melalui Bukalapak. Setiap hari dia behasil melakukan message via inbox Facebook kepada 500 akun Dua tahun lamanya, Ahmad Zaki melakukan itu tanpa henti. Selain melalui media sosial, Achmad Zaky juga mengajak para seller di dunia nyata dengan mendatangi secara langsung mall-mall dan usaha kecil menengah (UKM).

Tak mudah mengajak orang untuk berjualan di Bukalapak, ditambah lagi saat itu internet belum seperti saat ini. Padahal untuk jualan di Bukalapak tidak dipungut biaya alias gratis. Achmad Zaky mengaku banyak penolakan yang ia terima. Rata-rata alasan yang mendasari penolakan masyarakat adalah kepercayaan terhadap online marketplace yang masih rendah. Kebanyakan para pedagang tidak mau ribet berjualan lewat internet karena merasa jualan via offline sudah cukup.

Tak akan ada hasil yang bagus jika kamu tak berusaha sebaik mungkin, itulah yang dilakukan oleh Achmad Zaky. Tak mudah putus asa, ia terus berusaha meyakinkan para pengusaha terutama pelaku UKM untuk mau berjualan di Internet. Salah satunya adalah dengan



cara memberikan edukasi kepada seller melalui kisah-kisah sukses seller dan menyebarkannya ke Twitter dan akun media sosial lainnya. Tujuannya adalah untuk mengedukasi seller lain agar menjadi seller terpercaya.

Dari sinilah Bukalapak mulai mendapat pengunjung. Perlahan dan pasti, setiap hari makin bertambah seiring berjalannya waktu serta promosi tanpa henti. Setelah beberapa lama, akhirnya kian banyak penjual offline yang mencoba berjualan di Bukalapak. Kebanyakan dari mereka adalah para pedagang yang penghasilan dari usaha offline-nya tidak terlalu besar dan berharap dapat menambah penghasilan dengan berjualan di Bukalapak.

Achmad Zaky bersama tim juga dengan gencar mendekati komunitas untuk menggunakan Bukalapak. Usaha dan perjuangannya pun membuahkan hasil. Semakin lama jumlah pedagang yang berjualan semakin banyak, diikuti dengan semakin banyaknya pengunjung website. Para pedagang yang awalnya ragu berjualan di Bukalapak mulai merasakan penghasilan mereka meningkat.

Setahun setelah berdirinya Bukalapak, telah memiliki kurang lebih 150.000 pengguna aktif. Dan dalam kurun waktu tiga tahun, Bukalapak mengalami kemajuan yang sangat pesat dengan memiliki 150 penjual dengan produk jualan beragam, mulai dari elektronik, makanan hingga fashion.

Walaupun Achmad Zaky dan rekan-rekan lainnya tidak berusaha untuk mencari dana dari para investor, namun investor-investor besar tertarik dengan perkembangan Bukalapak sehingga memberikan suntikan dana pada Bukalapak.



Jika saat awal mendirikan Bukalapak, Achmad Zaky harus merogoh bujet dari kantongnya sendiri. Kini Bukalapak mendapatkan pendanaan dari beberapa investor seperti Batavia Incubator, IMJ Investment, dan juga Elang Mahkota Teknologi Tbk (EMTEK Group). Achmad Zaky berhasil mendapatkan kucuran dana investasi dari EMTEK Group senilai ratusan miliar rupiah.

Bahkan Zaky di tawari dana oleh SOFTBANKm namun sempat ia tolak karena berpikir bahwa SOFTBANK akan menguasai Bukalapak.com tapi yang terjadi justru SOFTBANK hanya ingin membeli saham 15% saja dan Bukalapak.com masih di bawah naungan Achmad Zaky. Dengan dukungan yang luar biasa ini, Achmad Zaky sukses mengembangkan Bukalapak menjadi semakin besar.

Mendapat suntikan dana yang besar, Zaky mulai merekrut orang-orang yang lebih mengerti dan berpengalaman dalam dunia marketing online. Pengguna dan seller yang tergabung pun menjadi semakin banyak setiap harinya. Pada tahun 2016 Bukalapak menghasilkan transaksi harian mencapai Rp50 miliar. Bahkan untuk hari-hari tertentu seperti program Harbolnas transaksi bisa menembus angka Rp300 miliar. Di tahun yang sama, pageview Bukalapak mencapai 13,4 miliar dengan 1,3 juta pelapak.

Selain itu, dari yang dulunya hanya dirintis oleh 3 orang, kini Achmad Zaky bersama Bukalapak sudah sukses membuka lapangan pekerjaan dengan memperkerjakan sekitar 320 karyawan di perusahaannya. Luar biasanya lagi, jumlah transaksi yang dilakukan via Bukalapak perharinya terbilang fantastis. Hingga saat ini, tercatat per harinya total transaksi yang terjadi di Bukalapak bisa mencapai 2-3 miliar rupiah. Bahkan Bukalapak kini tercatat sebagai salah satu startup yang menduduki tingkat unicorn dengan nilai valuasi hingga US\$ 1 miliar.



Salah satu filosofi yang selalu mendasari setiap tindak tanduk Achmad Zaky dalam merintis Buka Lapak adalah filosofi “Kita Bisa” Menurutnya, meskipun secara perhitungan tidak akan bisa, namun yakinkan dan tanamkan dalam diri bahwa hal yang kamu kira tak akan bisa dilakukan, pasti akan bisa kita lakukan kalau ada semangat dan kerja keras serta pantang menyerah. *Jika artikel ini muncul di website selain BlogUnik.com, maka dapat dipastikan bahwa web tersebut sudah mencuri dan menyangkan artikel ini tanpa persetujuan BlogUnik.com

Pelajaran dari Kisah Sukses Ahmad Zaky, Pendiri BukaLapak

Kesuksesan yang didapatkan Ahmad Zaky tentu tidak datang dalam sekejap. Banyak proses naik turun yang harus dilewati pria kelahiran Sragen 32 tahun lalu itu sebelum akhirnya mengecap manisnya kesuksesan. Untuk kamu yang juga sedang menggeluti bisnis serupa, ini dia 5 hal yang bisa kamu ambil dari kisah sukses Ahmad Zaky, sang Founder marketplace BukaLapak.

1. Cepat Beradaptasi

Saat pertama kali menjejakkan kaki di kota Bandung untuk berkuliah di ITB, banyak perbedaan budaya yang Ahmad Zaky lihat dan alami. Contohnya saja dengan budaya kebebasan berekspresi yang kurang lekat dengan budaya di Sragen, kota di mana Ahmad Zaky berasal. Bukannya minder, budaya kebebasan berpendapat ini malah dijadikan Ahmad Zaky sebagai media untuk perkembangan dirinya. Zaky pun lebih percaya diri untuk berdiskusi dengan teman bahkan kakak tingkat yang memiliki minat yang sama. Kamu pun bisa mencontoh sikap Ahmad Zaky untuk cepat beradaptasi. Cepat beradaptasi di berbagai iklim usaha dan trend yang terus berganti tentu akan memberikan banyak keuntungan untuk usahamu.



2. Berani Mencoba Hal Baru

Masa kuliah dimanfaatkan oleh Ahmad Zaky sebaik mungkin untuk perkembangan dirinya dan menemukan apa yang benar – benar ia cintai. Karena itu, Zaky pun sering melakukan banyak kegiatan mahasiswa dan berorganisasi sana sini. Menariknya, tak semua kegiatan Ahmad Zaky berkutat dengan bidang Teknologi Informatika saja. Zaky pun banyak mencoba hal – hal baru yang positif untuk perkembangan dirinya.

Jika kamu sekarang sedang fokus untuk membangun bisnis online-mu, mungkin kamu bisa mencari udara segar sejenak di luar sana dengan melakukan kegiatan lain. Bukan tidak mungkin, hal – hal baru yang kamu lakukan justru mendatangkan ide baru atau memberikan keterampilan yang sangat berguna untuk bisnis online-mu ke depannya.

3. Jeli Melihat Peluang

Salah satu rahasia yang menjadikan BukaLapak melejit dan duduk di jejeran marketplace papan atas di Indonesia adalah kejelian Ahmad Zaky dalam melihat peluang. Ketika ide pembuatan BukaLapak ini muncul di benaknya, penetrasi internet di Indonesia sedang dimulai. Meski belum banyak yang menggunakan internet untuk kebutuhan harian, ia percaya jika internet nantinya akan memberikan pengaruh besar. Keyakinan dan kerja kerasnya dalam mewujudkan mimpinya itu pun terwujud. Dalam 4 tahun, BukaLapak bukan lagi sebuah nama yang asing bagi para pengguna internet tanah air. Sebagai pebisnis, kejelian membaca pasar tentu menjadi modal yang penting. Meskipun saat ini semua orang sedang berlomba – lomba mencari kesuksesan lewat bisnis online, kejelianmu dalam membaca peluang bisa membuatmu berada di atas dari semua pebisnis yang ada.



4. Think Globally, Act Locally

Apa yang menjadi pembeda BukaLapak dengan marketplace lainnya? BukaLapak merangkul lokalitas. Bersandar kepada kemampuan internet, BukaLapak justru tidak menysasar perusahaan besar yang lebih familiar dalam menggunakannya. BukaLapak justru menggandeng para pelaku UMKM yang kurang fasih akan teknologi dan membuka pasar lebih luas lewat sebuah e-commerce. Siapa sangka pilihan BukaLapak untuk merangkul lokalitas justru kini membawa Ahmad Zaky ke puncak kesuksesan. Kamu pun bisa melakukan hal yang sama. Kesuksesan bukan selalu apa yang berhasil kita raih, tapi bagaimana kita membantu orang lain dalam mencapai kesuksesan mereka.

5. Siap Menghadapi Kegagalan

Semua orang siap menyambut kesuksesan, tapi tidak semua orang siap menghadapi kegagalan. Untungnya, Ahmad Zaky berhasil menghadapi kegagalan dengan baik. Sempat mengalami kegagalan dalam berjualan, Ahmad Zaky menjadikannya sebagai pelajaran di masa depan. Sempat diremehkan oleh banyak orang, Ahmad Zaky justru menggunakannya sebagai bahan bakar untuk terus memompa semangat.

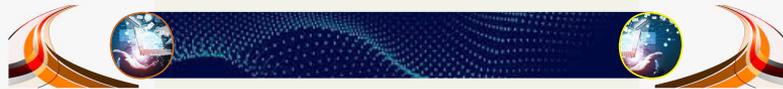
Kesimpulan

Cara menjadi orang sukses sebenarnya tidak ada rumus tertentu, tetapi orang-orang sukses terbukti memiliki kesamaan ciri dan kebiasaan yang patut diterapkan. Meniru kebiasaan orang sukses dan mempelajari cara meningkatkan produktivitas dalam hidup Anda sendiri dapat membantu Anda menjadi lebih sukses dalam hal apa pun yang Anda usahakan.



Cara menjadi orang sukses harus dimulai dari diri sendiri terlebih dahulu. Sukses atau tidaknya dirimu tidak ditentukan oleh apa yang dilakukan orang lain atau keadaan sekitar, tetapi semua itu ditentukan oleh dirimu sendiri. Jika kamu siap melakukan yang terbaik dan selalu berfokus pada tujuanmu, niscaya kesuksesan menantimu. Jadi jangan pernah meremehkan diri sendiri dan tetap berjuang untuk meraih apa yang anda inginkan.

Meraih kesuksesan tidak seperti membalikkan telapak tangan. Agar seseorang bisa menjadi orang sukses, ia harus melewati berbagai tantangan dan proses yang tidak sebentar. Tidak ada kesuksesan yang bisa dicapai dengan mudah. Kedisiplinan dan kebiasaan memiliki peranan penting dalam menentukan kesuksesan seseorang. Bahkan mulai dari kebiasaan terkecil yang seringkali diabaikan orang. Setiap usaha kita, sekecil apapun itu memberikan dampak pada tingkat kesuksesanmu. Tenang saja, semua bisa kok menjadi orang sukses dari nol. Asal ada niat dan kemauan dari diri kita sendiri.



Daftar Pustaka

Ashari, Fadhil Guntur (2019). 5 Pelajaran dari Kisah Sukses Ahmad Zaky. Pendiri Marketplace BukaLapak.[https:// pluginongkos kirim.com/kisah-sukses-ahmad-zaky-pendiri-marketplace-bukalapak/](https://pluginongkos kirim.com/kisah-sukses-ahmad-zaky-pendiri-marketplace-bukalapak/)(diakses : 25 Agustus 2021)

Gartiast, Zapra. (2014). Pentingnya Jaringan dan Relasi Dalam Bisnis (Online). Tersedia: <http://www.idewp.com/id/pentingnya-jaringan-dan-relasi-dalam-bisnis.html> (1 September 2021).

<https://aprikurnita.wordpress.com/kisah-inspiratif-nadiem-makarim-sang-pendiri-gojek/> (diakses : 25 Agustus 2021)

<https://ekonomi.bunghatta.ac.id/index.php/en/article/746-kisah-inspiratif-achmad-zaky-pendiri-bukalapak-dari-jatuh-bangun-hingga-menjadi-sukses> (diakses : 25 Agustus 2021)

<https://pdfcookie.com/documents/ccontoh-proposal-bisnis-plan-technopreneur-3ld0nwjy4624> (diakses : 25 Agustus 2021)

<https://www.liputan6.com/tekno/read/3870077/biografi-bill-gates-kesuksesannya-menjadi-inspirasi-dan-kedermawanannya-diapresiasi> / (diakses : 25 Agustus 2021)

<https://www.bantenshare.com/kisah-sukses-steve-jobs/> (diakses : 25 Agustus 2021)

<https://www.kompas.com/tren/read/2021/04/11/170500065-mengenal-silicon-valley--lembah-teknologi-acuan-bukit-algoritma-sukabumi?page=al>



<https://www.wartaekonomi.co.id/read166827/belajar-dari-kisah-sukses-mark-zuckerberg-sang-penemu-facebook> (diakses : 25 Agustus 2021)

Mankani, Daniel. (2003). *Technopreneurship: The successful Entrepreneur in The New Economy*. Singapore : Pearson.

Meriam Webster. (2014). *Technopreneur* [Online]. Tersedia : <http://www.merriamwebster.com/dictionary/technopreneur> (20 Agustus 2021].

Nasution, A.H., Arifin, E., Suef, M. (2007). *Entrepreneurship: Membangun Spirit Technopreneurship*. Yogyakarta: Andy Offset

Prasetio, Fahmi. (2018). *Generasi Milenial dalam dunia Technopreneur online* : <https://medium.com/@fahmiprasetiio/generasi-milenial-dalam-dunia-technopreneur-b9f471655775> (29 Agustus 2021)

Sudarsih, E. (2013). "Pendidikan Technopreneurship: Meningkatkan Daya Inovasi Mahasiswa Teknik Dalam Berbisnis". Dalam Konferensi Nasional "Inovasi dan Technopreneurship". Bogor:IPBICC

Widiyono. (2013). *Peran Teknologi Informasi dalam Bisnis (Online)*. Tersedia: <http://www.stiami.ac.id/jurnal/download/16/peranan-teknologi-informasi-dalam-bisnis> [20 Juli 2021]

Lampiran Contoh Business Plan

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Akhir-akhir ini pengguna internet di Indonesia meningkat begitu pesatnya. Begitu halnya dengan penggunaan internet untuk menjalankan sebuah bisnis diantaranya online shop. Saat ini sudah ada banyak online shop yang bertebaran di website maupun aplikasi start up yang di gunakan oleh masyarakat Indonesia. Akan tetapi banyaknya website atau aplikasi online shop ini membuat respon masyarakat yang berbeda-beda. Diantara respon masyarakat yang perlu diperhatikan adalah kenyamanan penggunaan aplikasi online shop bagi pengguna atau customer. Berdasarkan survei yang dilakukan oleh mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Statistik didapatkan kenyamanan pelanggan yang belanja melalui online shop yang berada disekitar wilayah Jabodetabek sebesar 75%. Hal ini disebabkan oleh beberapa hal diantaranya ketidaksesuaian produk yang ditawarkan, kurangnya informasi dari produk, dll.

Ketatnya persaingan antar online shop membuat kepuasan atau kenyamanan pelanggan dapat berpengaruh pada keberlanjutan dari online shop yang ada. Untuk mendukung berjalannya suatu usaha bisnis online, maka memberikan pelayanan terbaik merupakan suatu upaya situs bisnis online dalam menciptakan kepuasan pelanggan serta menciptakan diferensiasi suatu bisnis online dengan bisnis online lainnya yang sejenis. Kepuasan pelanggan didasari antara lain oleh persepsi yang dimiliki oleh pelanggan terhadap harapannya akan kualitas layanan. Kualitas layanan merupakan faktor yang menentukan apakah konsumen tetap bertahan atau beralih ke perusahaan lain. Efisiensi layanan bagi suatu bisnis online merupakan salah satu hal yang sangat penting. Efisiensi layanan ini nantinya akan berpengaruh terhadap tingkat penjualan dan keberhasilan suatu bisnis dalam jangka panjang.

B. Analisa Pasar

Beberapa tahun terakhir ini, perkembangan online shop di Indonesia semakin meriah, banyaknya pengguna internet di Indonesia yang hampir menyentuh angka 90 juta pengguna merupakan market yang bagus untuk para pelaku industri e-commerce. Maka tidaklah heran jika di

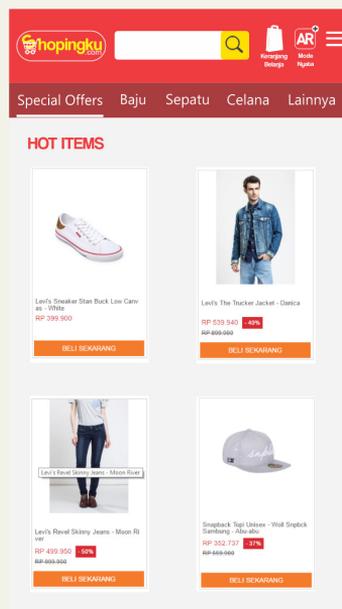
Indonesia bermunculan e-commerce dan marketplace besar dengan modal yang bisa dibilang fantastis bagi ukuran industri di Indonesia. Sebut saja, Matahari Mall, Bukalapak, Lazada, Blibli dan Tokopedia.

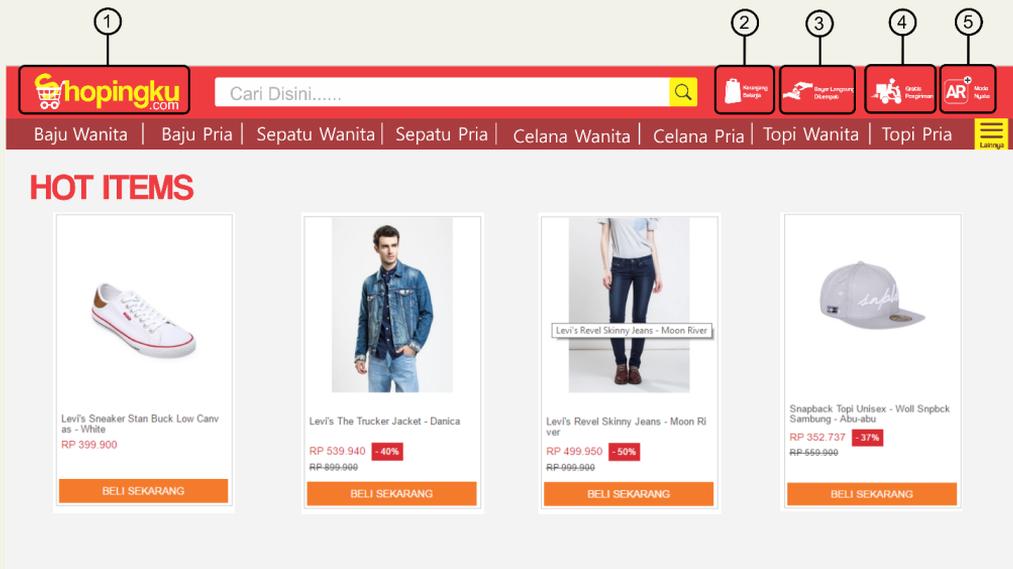
Persaingan antar marketplace ini disatu sisi menunjukkan geliat pasar yang sangat dominan, sehingga berimbas pada industri lain yang kebanjiran order. Sebut saja JNE sebagai perusahaan logistik menyebutkan 40-60 persen pengguna jasa mereka melakukan transaksi elektronik lewat dunia maya, baik menggunakan marketplace, online shop atau hanya berbekal social media seperti facebook, instagram dan BBM.

Berdasarkan laporan dari UBS Sampai tahun 2020, belanja online di Asia Tenggara diperkirakan naik lima kali lipat, mencapai nilai US\$ 35 miliar per tahun. Akses internet yang semakin cepat juga salah satu penyebab tumbuhnya bisnis online. Selain itu perkembangan teknologi smartphone juga ikut mendorong tumbuhnya bisnis online. Hal ini juga terjadi di Indonesia dimana Salah satu situs belanja online yang terbesar di Indonesia yang didirikan pada tahun 2009 berhasil menggaet investasi US\$ 100 juta dari Bank Jepang Softbank dan investor Amerika Sequoia Capital.

BAB II GAMBARAN PRODUK

A. Gambar Aplikasi dan Website Shoppingku.com





Gambar 3. Ilustrasi Pemakaian Aplikasi



Gambar 3. Augmented Reality pada aplikasi

B. Deskripsi Gambar

Pada gambar diatas ada beberapa fitur yang terdapat pada aplikasi maupun website Shoppingku.com. Lingkaran 1 menunjukkan logo dari shoppingku.com. lingkaran 2 yaitu menu keranjang belanja yaitu menu yang difungsikan untuk melihat barang apa saja yang akan dibeli oleh konsumen. Lingkaran 3 yaitu fitur untuk membeli barang secara cash on delivery (COD) atau bayar ditempat, hal ini difungsikan bagi konsumen yang tidak ingin menunggu pengiriman via jasa pengiriman

barang. Lingkaran 4 menunjukkan fitur unggulan dari Shoppingku.com yaitu Augmented Reality, pada fitur ini ada beberapa persyaratan pada hardware konsumen yang harus terpenuhi sebagai contoh kamera untuk perangkat ponsel seluler.

Pada gambar 3 adalah ilustrasi penggunaan augmented reality yang tersedia pada aplikasi shoppingku di ponsel. Detail aplikasi ada pada gambar 4, saat mode nyata (augmented reality) di aktifkan, saat mode nyata aktif kita dapat memilih dan mencoba baju secara virtual. Didalam mode nyata juga ditampilkan harga dari setiap item yang dicoba sehingga memudahkan untuk memilih item yang akan dibeli.

C. Gagasan Kreatif

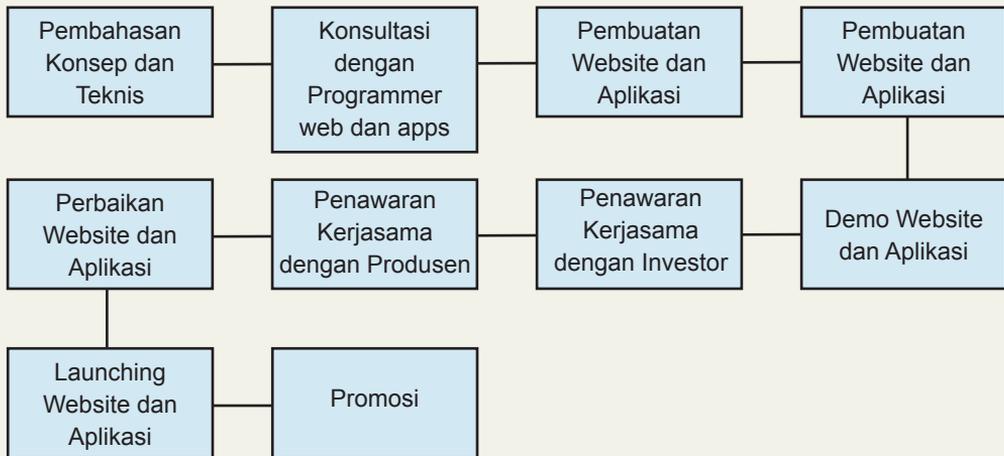
Gagasan kreatif pada produk kami adalah terdapatnya sistem augmented reality pada website dan aplikasi. Augmented Reality (AR) adalah Realitas ditambah, atau kadang dikenal dengan singkatan bahasa Inggrisnya AR (augmented reality), adalah teknologi yang menggabungkan benda maya dua dimensi dan ataupun tiga dimensi ke dalam sebuah lingkungan nyata tiga dimensi lalu memproyeksikan benda-benda maya tersebut dalam waktu nyata (real time). Fitur ini ditambahkan pada produk kami untuk menyelesaikan salah satu masalah e-commerce, yaitu konsumen tidak dapat mengetahui produk yang akan dibeli cocok dengan tubuh konsumen atau tidak.

Fitur	Lazada	Tokopedia	Shoppingku
Fitur COD	√	x	√
Jaminan Barang Kembali	√	√	√
Variasi Produk	√	√	√
Sistem Rekening Bersama	√	√	√
Fitur Obrolan	x	√	√
Penjual Terverifikasi	√	x	√
Sistem Augmented Reality	x	x	√

BAB III RENCANA BISNIS

A. Aspek Produksi dan Teknis Technology

Bagan Teknis Produksi



Dalam aspek produksi, produk yang akan di produksi adalah berupa website dan aplikasi yang nanti akan dipergunakan untuk melakukan kegiatan bisnis online. Berikut langkah-langkah produksi yang dilakukan untuk menghasilkan website dan aplikasi :

1. Langkah awal dari proses produksi ini adalah perancangan konsep dan teknis produk web yang akan dibuat agar web dan aplikasi sesuai dengan kebutuhan bisnis yang akan dijalankan.
2. Kemudian berkonsultasi kepada programmer terkait rancangan website dan aplikasi. Konsultasi ini bertujuan untuk memperoleh informasi mengenai pengembangan website dan aplikasi, biaya yang dibutuhkan, serta kebutuhan pasar mengenai desain website dan aplikasi
3. Setelah berkonsultasi dengan programmer selanjutnya adalah pembuatan website dan aplikasi dengan kesepakatan yang dibuat dengan programmer mengenai estimasi biaya dan pengembangannya.
4. Selanjutnya adalah melakukan simulasi atau demo website dan aplikasi apakah sudah sesuai dan dapat running sesuai desain ataukah tidak.

5. Selanjutnya untuk memperoleh produk-produk yang akan ditawarkan di website dan aplikasi, maka perlu dilakukan kerja sama dengan produsen. Target produsen yang dituju dalam hal ini merupakan perusahaan dengan branding yang sudah ada atau ternama. Hal ini bertujuan untuk memperoleh produsen yang terverifikasi.
6. Dalam hal pendanaan, untuk melakukan sebuah bisnis diperlukan investor. Maka dari itu pada tahap ini perlu dilakukan kerjasama dengan investor. Dalam kerja sama ini akan disepakati dengan penandatanganan kontrak mengenai pembagian keuntungan dan pendanaan lainnya.
7. Setelah mendapatkan kerjasama dengan produsen dan investor maka dalam tahap penawaran website dan aplikasi ditawarkan juga fitur dan desain website dan aplikasi. Maka didapatkan kekurangan-kekurangan yang ada pada website dan aplikasi sehingga diperlukan re-design dan penambahan fitur untuk memperoleh website dan aplikasi yang optimal.
8. Launching aplikasi ini adalah hasil nyata dari proses produksi yang dilakukan. Launching ini juga bertujuan untuk memperkenalkan website dan aplikasi
9. Terakhir adalah tahap promosi. Promosi ini bertujuan untuk mengenalkan website dan aplikasi yang pada akhirnya dapat meningkatkan penjualan produk.

B. Segment dan Target Pasar

Yang menjadi segmen pasar dari website dan aplikasi ShoppingKu adalah semua kalangan masyarakat menengah sampai kalangan atas yang memiliki smartphone dan pengguna sosial media.

C. Strategy Pemasaran

Technical Strategy

- Kerjasama dengan produsen ber merek seperti perusahaan Eiger, Adidas, Nike, dll. Hal ini bertujuan untuk mendapatkan perhatian dari konsumen dengan adanya produk-produk bermerek dengan harga yang bersaing. Selain itu agar perusahaan mendapatkan mitra yang dalam hal ini produsen pakaian yang terverifikasi untuk menjaga kepuasan customer dalam melakukan belanja di website dan aplikasi yang ada.

- Menggunakan fitur Augmented Reality. Fitur ini merupakan fitur yang baru dalam dunia online shop. Fitur ini berguna untuk memperlihatkan kecocokan barang dengan selera pembeli sehingga dapat meningkatkan kepuasan customer. Selain itu fitur ini juga dapat digunakan sebagai fitur unggulan dari website dan aplikasi ini.
- Adanya fitur klaim barang ini berguna untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Fitur ini berfungsi untuk fasilitas pengembalian produk apabila produk cacat atau tidak sesuai dengan penjelasan yang ada pada aplikasi dan website.
- Adanya Fitur Bayar ditempat yang berfungsi untuk menghindari ketidakpuasan pelanggan terhadap barang apabila barang tidak sesuai. Disamping itu fitur ini dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap online shop.

Promotion Strategy

- Iklan di beberapa sosial media dan aplikasi seperti facebook, instagram, BBM dll. Meskipun untuk mengiklan kan membutuhkan dana akan tetapi hal itu sebanding dengan informasi yang tersampaikan ke pengguna media sosial dan aplikasi. Sehingga hal tersebut dapat meningkatkan pelanggan
- Pencantuman merek-merek ternama seperti Nike, Adidas, Levis dll bertujuan untuk menarik perhatian dari pelanggan. Merek-merek tersebut akan dipasang di halaman depan dari website dan aplikasi.

Price Strategy

- Pemberian diskon pada beberapa produk yang ada akan membuat pelanggan tertarik
- Adanya promosi Buy 1 get 1 pada event tertentu dan pada beberapa produk yang ada akan membuat pelanggan tertarik

D. Manajemen SDM

Pemilik dari bisnis online shop ShoppingKu adalah dua pembuat ide bisnis ini yaitu Muhammad Agus Mubarak dan Prasetyo Adi Wibowo dengan pembagian tugas sebagai berikut. Muhammad Agus Mubarak berperan sebagai manajer teknis dan pengembangan sedangkan Prasetyo Adi Wibowo sebagai manajer Pemasaran dan Hubungan Luar. Berikut bagan dari manajemen SDM yang ada.



E. Perkembangan Market (Sustainability)

Untuk perkembangan dari pasar kedepannya akan semakin meningkat sesuai yang diprediksi dari pegamat e-commerce. Hal ini terjadi seiring dengan meningkatnya pengguna internet terutama di Indonesia. Selain itu mudahnya mendapatkan smartphone untuk mendukung perkembangan bisnis online ini membuat bisnis online smakin lama semakin berkembang. Berdasarkan data statistik yang diambil dari kementerian komunikasi dan informasi RI jumlah transaksi dari e-commerce ditahun 2013 mencapai USD8 miliar dan pada tahun 2014 mencapai USD12 miliar. Sementara di tahun ini diprediksi mencapai USD20 miliar dan trend ini diprediksi akan terus meningkat.

Disisi lain persaingan yang semakin ketat membuat toko online yang ada terus memperbaiki pelayan dengan keunggulan masing-masing. Akan tetapi pada online shop ini mempunyai fitur yang benar-benar baru dalam dunia online shop yaitu dengan menggunakan fitur Augmented Reality. Saat ini fitur tersebut baru di temui pada website atau aplikasi pariwisata dan hanya sedikit aplikasi yang menggunakan fitur ini. Maka dari itu dengan keunggulan yang ada pada aplikasi dan website online shop ini, dapat membuat aplikasi ini bersaing dan berkembang di pasar yang ada. Bahkan bisnis ini memungkinkan dapat mendatangkan investor yang cukup besar.

BAB IV RENCANA PENGEMBANGAN USAHA



1. Pada Tahun 2016 Shopingku akan berfokus pada pengembangan software, perbaikan server, dan pencarian mitra kerja.
2. Pada 2017 Shopingku akan launching dan juga menjalan proses bebas ongkir, pembebasan biaya kirim ini dianggap paling tepat untuk promosi terhadap segmen remaja yang biasanya terbebani oleh biaya pengiriman barang.
3. Pada 2018 diharapkan shopingku sudah mendapatkan banyak pelanggan sehingga biaya pengiriman dapat diberlakukan.
4. Pada 2020, besarnya daya konsumsi masyarakat indonesia sehingga kami ingin membuka kesempatan kerja sama distributor fashion bermerk diwilayah asia tenggara. Untuk melindungi distributor lokal dan, maka harga item yang ditawarkan untuk distributor luar kami naikan. Kami memeberlakukan hal tersebut karena kami beranggapan remaja di Indonesia lebih mementingkan merk dagang daripada kualitas barang.
5. Pada 2021 Shopingku sudah dapat menjual produk import bermerk.

BAB V PERENCANAAN KEUANGAN

A. Fixed Cost

No.	Kebutuhan	Harga
1	Pembuatan Aplikasi	3.000.000
2	Hosting dan Domain	1.000.000
3	Modem	400.000
4	Desain Website	800.000
5	Pencetakan Proposal Kerjasama	350.000
6	Handphone	2.500.000
7	Laptop	7.500.000
Total		15.550.000
Total Kebutuhan Per Bulan		1.295.833

B. Variable Cost

No.	Kebutuhan	Harga
1	Pulsa	100.000
2	Internet	150.000
3	Promosi	500.000
4	Upgrade website	300.000
5	Upgrade aplikasi	500.000
Total		1.550.000

C. Lain-lain

No.	Kebutuhan	Harga
1	Transportasi Kerjasama	600.000
Total		600.000

D. Harga Jual

Dalam penjualan produk, pemilik start up mendapatkan untuk 10% dari penjualan tiap produknya. Ditargetkan dapat menjual 10 produk setiap hari nya dan diasumsikan harga tiap produk yang dijual adalah 100.000,-. Sehingga keuntungan yang didapat dalam satu bulan adalah sebesar 3.000.000,-.

E. Break Event Point (BEP)

$$\text{BEP} = (\text{TFC} + \text{Lain-lain}) / \text{Keuntungan}$$

$$\text{BEP} = (15.550.000 + 600.000) / 10.000 = 1.615 \text{ produk}$$

F. Pay Break Periode (PBP)

$$\text{PBP} = \text{BEP} / \text{Asumsi waktu jual}$$

$$\text{PBP} = 1.615 / (30 * 10) = 5 \text{ bulan}$$

G. Total Keuntungan

3.000.000 tiap bulan

H. Total Modal

$$\text{Total Modal} = \text{TFC} + \text{TVC} + \text{lain-lain}$$

$$\text{Total Modal} = 15.550.000 + 1.295.000 + 600.000 = 17.700.000$$