

Editor:
Cindrawaty Lesmana
Maya Malinda

ZAH
publishing

KIAT PEBISNIS ANDAL

Ferry Cahya Santosa, Zadrach Franscois Taghurihi,
Farrell Fachryananda, Hanny Juliany Dani, Grisella Novianti,
Yolla Margaretha, Immanuel David Nicholas, Henky Lisan Suwarno,
Diletta Azzahra Anwar, Novie Theresia Br. Pasaribu, Leonard Thendjaya,
Markus Tanubrata, Rifqi Hanifan, Novie Theresia Br. Pasaribu, Siti Octiana,
Tarisya Apriliana, Venezya Setiawan, Elizabeth Wianto,
Muhammad Irsan Fadillah, Miki Tjandra



KIAT PEBISNIS ANDAL

Ferry Cahya Santosa, Zadrach Franscois Taghurihi,
Farrell Fachryananda, Hanny Juliany Dani, Grisella Novianti,
Yolla Margaretha, Immanuel David Nicholas,
Henky Lisan Suwarno, Diletta Azzahra Anwar,
Novie Theresia Br. Pasaribu, Leonard Thendjaya,
Markus Tanubrata, Rifqi Hanifan, Novie Theresia Br. Pasaribu,
Siti Octiana, Tarisya Apriliana, Venezya Setiawan,
Elizabeth Wianto, Muhammad Irsan Fadillah, Miki Tjandra

Kiat Pebisnis Andal

Penulis

Ferry Cahya Santosa, Zadrach Franscois Taghurihi, Farrell Fachryananda, Hanny Juliany Dani, Grisella Novianti, Yolla Margaretha, Immanuel David Nicholas, Henky Lisan Suwarno, Diletta Azzahra Anwar, Novie Theresia Br. Pasaribu, Leonard Thendjaya, Markus Tanubrata, Rifqi Hanifan, Novie Theresia Br. Pasaribu, Siti Octiana, Tarisya Apriliana, Venezya Setiawan, Elizabeth Wianto, Muhammad Irsan Fadillah, Miki Tjandra

Editor

Cindrawaty Lesmana
Maya Malinda

Tata Letak

Anisa Hidayati

Desain Sampul

Nabris Mufti A.

15.5 x 23 cm, vi + 98 hlm.
Cetakan pertama, Februari 2024

ISBN: 978-623-466-419-5

Diterbitkan oleh:

ZAHIR PUBLISHING

Kadisoka RT. 05 RW. 02, Purwomartani,
Kalasan, Sleman, Yogyakarta 55571
e-mail : zahirpublishing@gmail.com

Anggota IKAPI D.I. Yogyakarta
No. 132/DIY/2020

Hak cipta dilindungi oleh undang-undang.

Dilarang mengutip atau memperbanyak
sebagian atau seluruh isi buku ini
tanpa izin tertulis dari penerbit.

KATA PENGANTAR

Pebisnis menjalankan usaha dengan membuat peluang menjadi keuntungan bagi semua pihak yang terlibat didalamnya. Bunga Rampai dengan judul “Kiat Pebisnis Andal” menyajikan dinamika perjalanan hidup para pebisnis yang adaptif terhadap peluang, berinovatif, menjaga reputasi, berkomitmen melangkah dengan pasti membangun kesuksesan bisnisnya.

Pada Bunga Rampai ini, para tokoh membagikan kiat-kiat untuk menjadi seorang pebisnis yang andal dengan terus menerapkan nilai-nilai Hidup Kristiani *Integrity*, *Care*, dan *Excellence* (NHK-ICE) yang menjadi kekuatan dan pengharapan dan tidak terkekang oleh waktu. Para pebisnis berkiprah secara professional menekuni bisnisnya sebagai seorang *Entrepreneur*, *Technopreneur*, ataupun *Creativepreneur*. Dengan berbekal dari pendidikan yang ditempuhnya ataupun hobi, bisnis dibangun dengan keberanian, kerja keras, ketekunan, dan integritas.

Kehadiran Bunga Rampai “Kiat Pebisnis Andal” diharapkan dapat menginspirasi para calon pebisnis, pebisnis, dan pembaca umumnya untuk tetap tangguh, pantang menyerah, membangun impian mengapai kesuksesan di hari esok.

Editor

Cindrawaty Lesmana

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
MEMBUKA PELUANG DENGAN MODAL KEPERCAYAAN DAN RELASI	
Ferry Cahya Santosa, Zadrach Franscois Taghurihi	1
PERJALANAN HIDUP <i>ENTREPRENEUR</i> DARI SEORANG MAHASISWA SAMPAI MEMBANGUN HOTEL	
Farrell Fachryananda, Hanny Juliany Dani	12
JALAN MENUJU SUKSES DENGAN BISNIS MINUMAN SEHAT	
Grisella Novianti, Yolla Margaretha	18
<i>TECHNOPRENEUR</i> YANG PINTAR MELIHAT PELUANG	
Immanuel David Nicholas, Henky Lisan Suwarno	25
PERAN INOVASI DAN KONTRIBUSI TANTO USIN DALAM MEMBENTUK MASA DEPAN <i>TECHNOPRENEURSHIP</i> DI INDONESIA	
Diletta Azzahra Anwar, Novie Theresia Br. Pasaribu	36
MEMBANGUN BISNIS DENGAN <i>BOOTSTRAPPING</i> SEBAGAI SEORANG <i>TECHNOPRENEUR</i>	
Leonard Thendjaya, Markus Tanubrata	46
DINAMIKA DI BALIK KESUKSESAN SEORANG <i>TECHNOPRENEUR</i>	
Rifqi Hanifan, Novie Theresia Br. Pasaribu	60

INTEGRITAS DAN ADAPTIF TERHADAP PELUANG: KUNCI SUKSES NICKY SANG PENDIRI EMRYS Siti Octiana, Tarisya Apriliana	69
VPE <i>CREATIVE</i> : MEMBUKA PELUANG, MENCIPTAKAN KEBERHASILAN Venezya Setiawan, Elizabeth Wianto	80
HOBI VIDEOGRAFI YANG BERNILAI EKONOMI Muhammad Irsan Fadillah, Miki Tjandra	89

MEMBUKA PELUANG DENGAN MODAL KEPERCAYAAN DAN RELASI

Ferry Cahya Santosa, Zadrach Franscois Taghurihi

Having Trust and Partnership

Ir. Hilarius Arwandhi lahir pada 29 Desember 1981. Beliau merupakan Alumnus Program Studi S-1 Teknik Sipil Universitas Kristen Maranatha dari Angkatan 1981. Motto Hidup beliau adalah “*Having Trust and Partnership*”. Setelah selesai melakukan studi di Program Studi S-1 Teknik Sipil Maranatha beliau diterima kerja di sebuah Perusahaan Jepang bernama *Tobishima Corporation* yang mencakup pekerjaan konstruksi bangunan sekitar 1-2 tahun. Setelah itu beliau mendapatkan proyek pertamanya di Jakarta. Beliau terkiat dalam dalam proyek Cawang-Tanjung Priok *Highway* tahun 1987, disitulah untuk pertama kali beliau bertemu dan akrab dengan salah satu rekan kerjanya yang merupakan orang berkewarganegaraan Singapura. Gambar 1 adalah foto Bapak Hilarius beserta dengan keluarga beliau.



Gambar 1 Ir. Hilarius Arwandhi Beserta Keluarga
Sumber: Dokumentasi Tokoh

Entrepreneur

Menurut Thomas W. Zimerrer dkk. (2008) dalam bukunya *Essential of Entrepreneurship*, *entrepreneur* dinyatakan sebagai seorang yang menciptakan usaha baru di tengah ketidakpastian dengan banyaknya risiko dalam mencapai keuntungan serta berkembang dengan cara mengidentifikasi peluang dan juga mengumpulkan sumber daya yang penting sebagai modal utama. Seorang *enterpreneur* perlu memiliki konsistensi dan ketekunan dalam mengerjakan segala yang dihadapinya (Blessica, C., 2022).

Puncak Kejayaan Sebelum Hari Pensiun

PT Acset Indonusa saat ini memiliki tujuh anak Perusahaan lainnya yang berkecimpung di bidang penyewaan alat konstruksi, Perusahaan yang bergerak di bidang pemasangan MEP (*Mechanical Electrical Plumbing*), Perusahaan yang menjual peralatan-peralatan alat konstruksi, dan lainnya. Awalnya PT Acset Indonusa didirikan berdua dengan rekannya pada tahun 1995.

Saat ini PT Acset Indonusa sudah menjadi bagian anak perusahaan dari PT Astra, setelah sebelumnya tahun 2013 sahamnya dibeli sekitar 51 persen. Pada saat itu, saham dijual dengan harga yang lumayan tinggi karena perkembangan proyek konstruksi di Indonesia sedang sangat baik. Beberapa tahun ke belakang pun, beliau menjual kembali beberapa persen sahamnya pada PT Astra, dikarenakan beliau sudah merasa cukup dan mulai untuk mempersiapkan diri untuk pensiun. Beliau sudah mengganggap Perusahaan ini seperti anak perempuannya sendiri, dan beliau merasa masih belum rela melepas keseluruhan dari perusahaannya.



Gambar 2 Peresmian Kapal Acset (Peralatan untuk Pekerjaan di Laut, *Soil Improvement*, CDM)
 Sumber: Dokumentasi Tokoh

Memulai Peluang dari Relasi

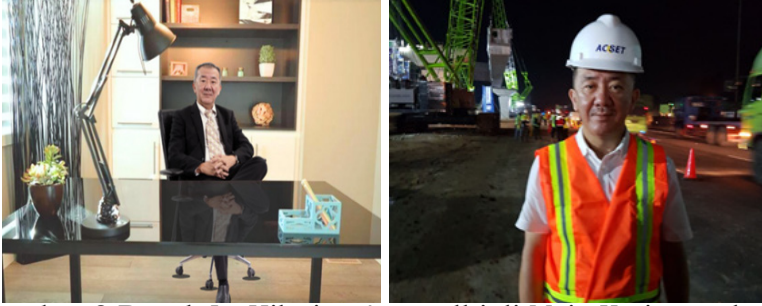
Awalnya sendiri PT Acset didirikan berdasarkan usul temannya yang berkewarganegaraan Singapura itu. Di sekitar tahun 1987-1988, mereka sering berdiskusi untuk mulai membuka usaha mereka sendiri dari celah usaha saat itu yaitu kemajuan dari *High Rise Building* di Indonesia atau kita sebut bangunan bertingkat. Mereka melihat peluang usaha dari sana, karena Jakarta yang merupakan Jantung Ibukota Negara Indonesia dan pastinya akan dikembangkan bangunan-bangunan bertingkat yang pastinya memerlukan pondasi-pondasi dalam untuk menahan beban bangunan yang juga berat.

Saat itu, pondasi di Indonesia masih belum sebaik dan seberagam sekarang. Bahkan pada saat itu, *bor pile* juga

belum ada di Indonesia. Teknik pelaksanaan konstruksi untuk pondasi masih belum mampu menahan beban bangunan berat seperti bangunan bertingkat. Hal tersebut yang membuat mereka memberanikan diri untuk memulai usaha. Mampu membaca peluang usaha dari keadaan dan berani memulai usaha merupakan modal dari seorang *entrepreneur*.

Beliau dan rekannya sepakat untuk bekerja sama dengan rekan-rekan lainnya dan Perusahaan Alat Berat di Singapura. Dimulai dari modal yang hanya cukup untuk operasional saja, beliau memulai usahanya. Modal utama pada saat itu adalah hanya dapat menjual janji dan kepercayaan melalui *Track Record* yang dapat dipercaya. Kepercayaan membuat beliau diijinkan untuk membawa alat-alat tersebut terlebih dahulu dengan syarat harus dicicil pelunasannya selama 1-2 tahun. Pada saat itu, harga alat-alat berat masih sangat mahal. Satu alat dapat bernilai sampai jutaan Dolar. Modal kepercayaan membuat beliau mampu memulai usaha yang membutuhkan hampir 5-10 jutaan Dolar, dengan hanya biaya minimum untuk operasional saja.

Persaingan saat itu sangat ketat karena rata-rata yang menjadi saingan adalah Perusahaan-Perusahaan luar negeri yang sudah memiliki nama dan pengalaman. Oleh sebab itu, untuk menyaingi Perusahaan-Perusahaan itu, mereka mau tidak mau menyiasatinya dengan membanting harga agar jasa mereka dapat dipakai. Saat itu, mereka memiliki seorang spesialis dari Taiwan untuk bagian dinding penahan tanah dan sebagian besar tim yang terdiri dari orang-orang Indonesia yang sudah dilatih. Dari ahlinya, mereka belajar tentang dinding penahan tanah dengan sistem menerus dengan bantuan besi-besi tulangan khusus.



Gambar 3 Bapak Ir. Hilarius Arwandhi di Meja Kerjanya dan di Lapangan

Sumber: Dokumentasi Tokoh

Jatuh Ke Lubang Terdalam dan Bangkit Lebih Tinggi

Namun pada Krisis Moneter Tahun 1998 mengakibatkan bisnis yang sudah dibangun hampir 10 tahun itu mengalami dampaknya. Pada saat moneter, beliau sedang mencicil alat dari Italia yang sudah dicicil hingga sekitar 70 persen namun karena inflasi mata uang Dolar mengakibatkan hutang yang awalnya \$1 = Rp2000,- dengan seketika naik delapan kali lipat menjadi \$1 = Rp16.000,-. Alat-alat yang mereka miliki terpaksa harus dijual kembali untuk menutupi dampak krisis saat itu. Beliau sangat beruntung karena Perusahaan-Perusahaan Alat Berat tersebut mau membeli kembali alat yang dibelinya. Menurut beliau, hal tersebut dapat terjadi karena bentuk kepercayaan dari Perusahaan-Perusahaan tersebut terhadap dirinya. Oleh sebab itu, beliau merasa kepercayaan adalah salah satu hal yang sangat penting untuk dijaga dalam menjalankan usaha. Menjadi individu yang dapat dipercaya dan mampu menjaga kepercayaan yang diberikan merupakan salah satu modal *entrepreneur* membangun usahanya (Putri, 2022).

Menjaga kepercayaan membutuhkan komitmen yang lebih, apalagi pada proyek konstruksi yang mengutamakan waktu. Jika sudah menjanjikan sesuatu, maka perlu komitmen untuk memenuhi janji tersebut agar dapat

dipertanggung jawabkan. Jika terjadi masalah, perlu secara langsung disampaikan dan didiskusikan untuk segera mencari solusinya. *Entrepreneur* harus selalu memiliki solusi yang dapat mengatasi semua masalah yang ada (Ambarita, 2022). Selain itu, perjanjian harga yang sudah disepakatipun tidak dapat ditambah seenaknya, semua harus tetap mengikuti kontrak yang sudah disetujui, apapun resikonya.

Setelah krisis berakhir, pada tahun 2001 beliau memulai kembali bisnis dari nol. Dari pengalaman itu, beliau menjadi lebih terbuka dan mengembangkan bisnisnya tidak hanya pada Konstruksi Pondasi saja namun pada bidang-bidang lainnya seperti *High Rise Building* dan juga Infrastruktur, namun tetap Konstruksi Pondasi merupakan keahlian Perusahaan beliau.

Perusahaan mengalami peningkatan pesat, sebab dari kepercayaan dari para pemilik proyek membuahkan hasil yang cukup banyak bahkan ada proyek yang mencapai Triliunan Rupiah, walaupun hanya dari pekerjaan pondasinya saja. Rata-rata bangunan tinggi di Jakarta dan *Basement* yang sangat dalam adalah hasil karya dari perusahaan Bapak Hilarius. Pada masa jaya Perusahaan beliau, total karyawan mencapai ribuan orang. Alat-alat di Perusahaan beliau juga dapat dikatakan lengkap.



Gambar 4 Penghargaan Majalah Investor Tahun 2018 untuk 100 Perusahaan Terdaftar
Sumber: Dokumentasi Tokoh

Pengalaman dan Inovasi Sebagai Bahan Bakar

Sekarang PT Acset Indonusa tidak hanya bergerak di bidang *Highrise Building*, pondasi, dan infrastruktur, tetapi juga berkembang ke Proyek Konstruksi Jalan Tol. Beberapa contoh proyeknya adalah Cikampek *Elevated Toll* yang sebagiannya juga dikerjakan PT Waskita Karya, Jalan tol Probowangi yang sedang dikerjakan, dan juga yang termasuk proyek milik PT Astra. Beliau juga sudah pernah melakukan Sistem *Demolition* (pembongkaran). Pada proyek *demolition* ini, beliau hanya mencoba dua kali saja. Di Indonesia biaya pembongkaran dengan bantuan alat-alat berat masih sangat mahal, sehingga orang-orang lebih memilih cara konvensional yang lebih berbahaya dibandingkan dengan *safety* dari sistem *demolish*.

Dari dulu beliau senang belajar dari pengalaman. Seorang *entrepreneur* harus selalu belajar, salah satunya adalah belajar dari pengalaman (Nugraha, 2022). Oleh karena itu, beliau sering ke luar negeri untuk mengejar pengalaman-pengalaman tersebut. Ilmu beliau lebih banyak pada Konstruksi Pondasi dalam. Beliau sudah pernah mencoba sistem *bor pile* dari yang paling kecil hingga yang paling besar. Beliau juga sudah berpengalaman mendapat proyek-proyek *Soil Improvement* (perbaikan tanah), salah satunya ada di Patimban *Port*, Pelabuhan di Subang, Jawa Barat.



Gambar 5 Foto Keluarga Ir. Hilarius Saat Berlibur
Sumber: Dokumentasi Tokoh

Pengalaman-pengalaman itulah yang menjadikan perusahaan mereka menjadi perusahaan yang sudah sangat berpengalaman di bidang Konstruksi Pondasi. Saat ini, pengalaman mereka sudah melebihi 30 tahun lamanya. Berkat pengalaman yang sudah matang, membuat Dosen-Dosen ternama pun bertanya pada beliau. Dari pengalaman beliau, proyek-proyek dengan pembayaran yang cukup besar umumnya datang dari relasinya. Pembayaran pekerjaan konstruksi pun dapat ditempuh dengan waktu pembayaran yang cepat, berbeda dengan proyek-proyek dari *developer* besar di Jakarta yang umumnya susah sekali untuk dicairkan. Membina relasi dan pandai memilih proyek merupakan kunci keberhasilan beliau.

Sampai saat ini, Perusahaan beliau masih terus membuat inovasi agar perusahaannya tidak mati. Salah satunya adalah membuat anak Perusahaan yang bergerak di bidang penyewaan, penjualan, dan pemasangan alat. Semuanya dilakukan supaya jika salah satu Perusahaan sedang sulit, maka Perusahaan lainnya masih dapat berjalan. Dari usaha yang berjalan tersebut, maka diusahakan Perusahaan lainnya tidak jatuh terlalu dalam. Jika Perusahaan tetap jatuh, maka itu adalah sebuah cobaan yang harus dilalui.

Persiapan Generasi Baru

Saat ini beliau sudah mendekati masa pensiun, maka dari itu, beliau mulai mendidik dan juga membantu anak-anaknya untuk mulai membuka usaha masing-masing walaupun hanya usaha kecil-kecilan. Tujuannya adalah supaya mereka dapat lebih mandiri dan tidak terlalu bergantung pada dirinya. Pak Hilarius juga tidak pernah mau anaknya ikut memegang jabatan di Perusahaannya, karena ditakutkan anaknya hanya akan dimanjakan di Perusahaannya, sehingga anaknya tidak akan dapat berkembang.

Beliau memiliki tiga orang anak dan ketiganya sudah selesai kuliah. Anak pertama dan anak ketiganya merupakan lulusan Teknik Sipil, sedangkan anaknya yang kedua merupakan lulusan Manajemen. Mereka semua memilih menetap di Indonesia, setelah mereka lulus. Dari ketiga anaknya, hanya anak pertamanya lah yang tertarik mengikuti jejak ayahnya di bidang Teknik Sipil. Anak keduanya lebih fokus dengan kemauannya pada bisnis yang sedang dia senangi. Ketiga-tiganya memulai bisnis mereka dari awal. Hal itu membuatnya lega, karena mereka dapat mulai berjalan masing-masing dengan mengamati situasi untuk membuka peluang usaha.

Beliau selalu ingin mencoba dan belajar dari ahlinya. Di masa mudanya, Bapak Hilarius selalu melakukan eksperimen dengan mencoba hal-hal baru, bahkan yang belum ada di Indonesia. Belajar dari pengalaman membuat beliau mampu beradaptasi dengan jenis pekerjaan baru. Beliau juga mampu membentuk tim. Hal ini terbukti dari *staff*-nya yang pernah mencapai ribuan orang. Beliau sudah pernah jatuh dan berusaha untuk bangkit kembali. Hal yang paling penting adalah beliau selalu berinovasi. Terus belajar dan berinovasi menjadikannya sebagai seorang *entrepreneur* sejati.

Nilai Kehidupan yang didapat dari beliau adalah “Kepercayaan” yang diberikan orang dapat merubah “Nasib” orang, dari yang tidak punya apa-apa sampai memiliki banyak hal. “*Having Trust and Partnership*” merupakan kunci sukses beliau.



Gambar 6 Penghargaan dari Forbes Indonesia
Sumber: Dokumentasi Tokoh

Kepercayaan dibangun oleh Komitmen

Bapak Ir. Hilarius Arwandhi adalah *entrepreneur* yang berhasil menciptakan usaha baru di tengah ketidakpastian dengan banyaknya risiko dalam mencapai keuntungan serta berkembang dengan cara mengidentifikasi peluang dan juga mengumpulkan sumber daya yang penting, tidak hanya uang tapi juga ilmu, *staff*, dan alat-alat pendukung dari hanya sebuah modal kepercayaan dari orang lain. Maka mendapatkan kepercayaan itu harus dibangun mulai dari sebuah komitmen.

Referensi

- Ambarita, A. & Kusbiantoro, K. (2022). Merintis Bisnis Otomotif dari Passion: dari Intrapreneur Menjadi Entrepreneur, dalam *Profesionalisme Kewirausahaan*. (Malinda, M. & Manurung, R.T., Ed.). Yogyakarta: Zahir Publishing.
- Blessica, C. & Wianto, E. (2022). Iron Clan: Creativity in Entrepreneurship, dalam *Profesionalisme Kewirausahaan*. (Malinda, M. & Manurung, R.T., Ed.). Yogyakarta: Zahir Publishing.

- Nugraha, A. & Ginting, S. (2022). Entrepreneur Adaptif Penuh Inspiratif, dalam *Profesionalisme Kewirausahaan*. (Malinda, M. & Manurung, R.T., Ed.). Yogyakarta: Zahir Publishing.
- Putri, I.H. & Lesmana, C. (2022). Memulai Bisnis Dari Nol, Kisah Marcellino Natal Setiady Merintis PT Indogoods Sukses Abadi, dalam *Profesionalisme Kewirausahaan*. (Malinda, M. & Manurung, R.T., Ed.). Yogyakarta: Zahir Publishing.
- Zimmerer, T., Scarborough, N. M., & Wilson, D. (2008). *Essentials of Entrepreneurship and Small Business Management* (5th ed); Pearson/Prentice Hall.

PERJALANAN HIDUP *ENTREPRENEUR* DARI SEORANG MAHASISWA SAMPAI MEMBANGUN HOTEL

Farrell Fachryananda, Hanny Juliany Dani

Mengenal Sosok Tokoh *Entrepreneur*

Anton Santoso, S.T. , seorang *Entrepreneur* yang inspiratif, beliau lahir di Brebes 6 Oktober 1971. Beliau merantau ke Bandung dan menempuh studi di Teknik Sipil Universitas Kristen Maranatha dari tahun 1990 sampai tahun 1995.

Setelah lulus kuliah, Anton Santoso memulai karirnya di PT Ultrajaya sebagai supervisi kontraktor. PT Ultrajaya Milk *Industry & Trading Company*, Tbk. adalah perusahaan produsen susu dan minuman di Indonesia yang didirikan pada tahun 1972. Beliau dibawa oleh sosok yang bernama Bapak Ir. Ibrahim Surya, M.Eng., seorang Dosen Teknik Sipil di Universitas Kristen Maranatha, untuk mengawasi pembangunan pabrik baru PT Ultrajaya pada tahun 1995-1998, sayangnya karena krisis moneter proyek tersebut pun dihentikan pada tahun 1998. Selain itu Anton Santoso juga aktif sebagai Asisten Dosen di Universitas Kristen Maranatha dari tahun 1995 sampai tahun 2004. Pada tahun 2000 beliau dikenalkan oleh rekannya yang merupakan seorang *suplier* kayu kepada seorang arsitek senior yang cukup bernama pada saat itu.

Dari perkenalan tersebut Anton Santoso menerima tawaran untuk bekerjasama mengerjakan karya-karya arsitek tersebut sebagai konsultan konstruksi. Kerjasama ini dimulai sejak tahun 2000 dan berlanjut sampai sekarang.

Meskipun tidak ada ikatan kerjasama resmi, kerjasama yang sudah 23 tahun ini masih terus berlanjut. Kunci utama keberlanjutan kerjasama ini dikarenakan Anton Santoso sangat mengedepankan kejujuran dan kepresisian pada saat mengerjakan proyek-proyek, sehingga Arsitek tersebut pun percaya dan nyaman mempercayakan supervisi pembangunan karya karyanya.

Anton Santoso memang sudah bercita-cita untuk menerapkan ilmu yang sudah ia pelajari saat ia berkuliah di Teknik Sipil, yang pada akhirnya cita-cita tersebut tercapai. Sampai saat ini beliau berkecimpung di dunia kontraktor dan menjadi sangat terqualifikasi untuk menjalani pekerjaan tersebut.



Gambar 1 Anton Santoso, S.T. dan Keluarga
Sumber: Dokumentasi Tokoh

Mengenal *Entrepreneurship*

Kata *Entrepreneurship* pada awalnya berarti seseorang yang aktif, beresiko, dan bahkan melakukan kekerasan. Pada abad ke-16 dan ke-17 kata ini digunakan untuk menunjukkan kontraktor yang membangun bangunan besar dan benteng untuk pemerintah atau memberikan pasokan kepada militer dengan biaya tertentu.

Richard Cantillon (2019) mendefinisikan entrepreneur atau wirausaha sebagai orang yang membeli barang atau bahan dan sumber daya tenaga kerja untuk dijual kembali di masa depan sebagai barang dengan harga yang tidak tertentu.

Norman M. Scarborough (2023) dalam Hastuti (2023) mendefinisikan wirausahawan sebagai orang yang menciptakan suatu usaha baru dalam menghadapi risiko dan ketidakpastian untuk tujuan mencapai keuntungan dan pertumbuhan.

Thomas W Zimmerer (2005) dalam Hastuti (2023) merumuskan manfaat menjadi seorang entrepreneur sebagai berikut:

1. Memberi peluang dan kebebasan untuk mengendalikan nasib sendiri.
2. Memberi peluang untuk melakukan perubahan.
3. Memberi peluang untuk mencapai potensi diri sepenuhnya.
4. Memiliki peluang untuk meraih keuntungan.
5. Memiliki peluang untuk berperan aktif dalam masyarakat dan mendapatkan pengakuan atau usahanya.

Steinhoff (2021) dalam Hastuti (2023) mendefinisikan wirausaha sebagai orang yang mengorganisir, mengelola, dan berani menanggung resiko untuk menciptakan usaha baru dan peluang berusaha. Menurut Drucker (2015), kewirausahaan adalah suatu kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda. Menurut Ahmad Sanusi (2022), kewirausahaan merupakan nilai yang diwujudkan dalam perilaku yang menjadi dasar tujuan bisnis, strategi, taktik, kekuatan pendorong, proses, dan hasil.

Jadilah *Entrepreneur* yang Jujur

Anton Santoso, S.T., merupakan lulusan Teknik Sipil Universitas Kristen Maranatha. Karirnya dimulai sebagai *Supervisor* untuk konstruksi di PT Ultrajaya. Saat ini beliau sudah bisa disebut *Entrepreneur* dengan menjadi *Supervisor* konstruksi yang bekerjasama dengan seorang arsitek. *Supervisor* konstruksi memiliki tanggung jawab seperti mengawasi, merencanakan, mengkoordinasi, memberi pengarahan, dan juga melakukan pengontrolan pada konstruksi yang disupervisikan.

Perjalanan beliau bukanlah perjalanan yang mudah, awal mula karirnya dimulai dari PT Ultrajaya yang sampai akhirnya sekarang menjadi kontraktor yang dapat bekerjasama dengan seorang arsitek. Beliau memulai karirnya di PT Ultrajaya pada tahun 1995 hingga pada tahun 1998 dimana terjadi krisis moneter yang menyebabkan pembangunan terhenti sehingga pekerjaan beliau di PT Ultrajaya ikut terhenti juga.

Kesibukan beliau pada awal karirnya tidak hanya menjadi *Supervisor* di PT Ultrajaya saja, tetapi beliau juga merupakan Asisten Dosen di Teknik Sipil Maranatha sejak tahun 1995 hingga tahun 2004. Selain Asisten Dosen, beliau mulai menjadi kontraktor yang bekerjasama dengan seorang Arsitek pada tahun 2000 yang dikenalkan oleh rekannya kepada beliau, yang hingga sekarang masih berjalan.

Salah satu karya Anton Santoso yang cukup dikenal adalah Hotel Malaka yang terletak di Bandung, tepatnya Jalan Halimun No.36. Beliau pun merasa bangga karena sudah bisa mengerjakan konstruksi tersebut, karena menghasilkan suatu Hotel yang ramai dan juga menjadi Ikon.



Gambar 2 Hotel Malaka
Sumber: Google



Gambar 3 Hotel Malaka
Sumber: Google

Anton Santoso merupakan sosok yang rendah hati, beliau dapat merasakan kepuasan ketika mengerjakan suatu proyek dengan sungguh-sungguh, dan juga membuat orang-orang yang sama-sama mengerjakan proyek itu nyaman dan senang tanpa melihat jabatan.

Menurut Anton Santoso kejujuran dan tanggung jawab merupakan kunci untuk menghasilkan hasil yang maksimal, tanpa kejujuran dan tanggung jawab juga dapat mengakibatkan hilangnya pekerjaan. Jujur dan bertanggung jawab merupakan karakter utama seorang *entrepreneur*

(Sulandari, 2022). Motto yang menjadi pegangan dalam hidup Anton Santoso adalah “Jangan mencari kesalahan dan kekurangan orang, tapi carilah kesalahan dan kekurangan diri sendiri untuk diperbaiki”.

Kegagalan Adalah Proses Menuju Kesuksesan

“*Try and Fail, but Never Fail to Try*” - Jared Leto

Kita harus selalu berusaha, jangan takut akan kegagalan, karena kegagalan adalah bagian dari proses menuju kesuksesan.

Kegagalan bukan hanya milik seorang *entrepreneur*, semua orang pasti pernah mengalami kegagalan. Namun, janganlah menyerah ketika mengalami kegagalan. Jadikan kegagalan sebagai pembelajaran agar tidak terulang kembali di masa depan.

Referensi

- Drucker, P. F. (2015). *Innovation and Entrepreneurship*. Routledge.
- Hastuti, M. (2023). Pengertian Kewirausahaan Menurut Ahli dan Manfaat Mempelajarinya. *Ilmuna: Jurnal Studi Pendidikan Agama Islam*, 5,(1), 57-75. <https://jurnal.stituwjombang.ac.id/index.php/ilmuna/article/download/837/371>
- Sanusi, A. (2022), 25 Pengertian Kewirausahaan Menurut Para Ahli. *IDN Times*. <https://www.idntimes.com/business/economy/yogama-wisnu-oktyandito/pengertian-kewirausahaan-menurut-para-ahli?page=all>
- Sulandari, N. & Zahran, E.P. (2022). Jujur dan Bertanggung Jawab Sebagai Karakter Utama Seorang Entrepreneur, dalam *Profesionalisme Kewirausahaan*. (Malinda, M. & Manurung, R.T., Ed.). Yogyakarta: Zahir Publishing.
- Thorton, M. (2019), Why Did Cantillon Change the Meaning of Entrepreneurship?. *Interdisciplinary Journal of Philosophy Law and Economics*, 7(3), 545-558. DOI: 10.30800/mises.2019.v7.1241.

JALAN MENUJU SUKSES DENGAN BISNIS MINUMAN SEHAT

Grisella Novianti, Yolla Margaretha

Mengenal Candra Arko

Candra Arko merupakan salah satu entrepreneur muda yang lahir pada tanggal 25 Januari 1993, di Provinsi Lampung, ia memiliki latar belakang pendidikan Teknik Industri. Beliau juga merupakan salah satu alumnus Teknik Industri angkatan 2011 di Universitas Kristen Maranatha Bandung. Sempat bekerja di beberapa tempat mulai dari di Lino Jewelry, Blibli.com, Tokopedia, dan Kopi Kenangan. Kini Candra Arko lebih berfokus mengerjakan bisnisnya yaitu OTERRA yang sudah ia dirikan sejak tahun 2021. Pada Acara Food Startup Indonesia di Bali tahun 2022, OTERRA menjadi juara ke 2 (Gambar 1).



Gambar 1 Food Startup Indonesia di Bali Tahun 2022
Sumber: Instagram Tokoh

Entrepreneur

Entrepreneur sendiri dapat diartikan sebagai usaha dalam mengejar peluang tanpa mempedulikan sumber daya yang dimiliki. Namun menurut KBBI, *Entrepreneur* juga memiliki arti yaitu seseorang yang pandai atau berbakat dalam mengenali produk baru, menyusun cara baru dalam membuat produk, menyusun operasi pengadaan produk baru, mengatur modal operasional, serta merasakan keuntungannya (Prima, 2023).

Dalam Bahasa Indonesia, *entrepreneur* adalah kewirausahaan yang berasal dari kata wira dan usaha. Wira memiliki arti pejuang, pahlawan, manusia unggul, teladan, berbudi luhur, gagah berani, dan berwatak agung. Sementara itu, makna dari usaha adalah perbuatan amal, bekerja, dan berbuat sesuatu (Abdi, 2023).

Sedangkan menurut ahli lainnya yang bernama Rhenald Kasali, *entrepreneur* merupakan seorang yang harus terus belajar, untuk bekal mengembangkan usaha bisnis mereka. Seorang *entrepreneur* yang baik, mereka selalu bisa melihat peluang (Azis, 2021).

Entrepreneur juga tentunya memiliki konsepnya sendiri, ada beberapa konsep kewirausahaan menurut Abu Marlo (Hafizha, 2023).

1. Peluang dari suatu kesempatan untuk dapat mewujudkan serta menjalankan suatu usaha sambil tetap mempertimbangkan segala jenis risiko yang akan terjadi.
2. Kemampuan memanfaatkan peluang : Peluang selalu akan ada bagi semua orang yang ingin berusaha namun kita juga harus dapat menggunakan kreativitas agar dapat memanfaatkan peluang yang ada.

Karakteristik Seorang *Entrepreneur*

Seorang *entrepreneur* tentu memiliki karakteristik yang melekat pada dirinya karena seorang *entrepreneur* memiliki peran kunci di bidang ekonomi. Inilah beberapa karakteristik seorang *entrepreneur* (Nusa, 2023):

1. Kreatif: Seorang *entrepreneur* harus kreatif agar dapat menghasilkan ide yang inovatif untuk perkembangan bisnisnya, sehingga bisnisnya terlihat unik dan berbeda dari kompetitor lainnya.
2. Optimis: Seorang *entrepreneur* harus dapat melihat sisi positif dari segala jenis situasi sehingga bisnisnya dapat terus melangkah maju. Optimisme dapat meningkatkan kreativitas yang dapat memberikan ide baru sehingga dapat membantu meningkatkan peluang kesuksesan.
3. Fokus Pada Tujuan: Seorang *entrepreneur* yang fokus pada tujuannya dapat mengetahui apa yang ingin dicapai sehingga akan berusaha untuk mengejar tujuan tersebut (Arviana, 2023).
4. Tidak Ragu Mengambil Keputusan: Seorang *entrepreneur* harus siap untuk menghadapi berbagai kondisi yang menuntut untuk mengambil keputusan dengan cepat dan tepat. Seorang *entrepreneur* harus dapat membuat keputusan yang matang agar tidak berdampak buruk pada bisnisnya.
5. Suka Tantangan: Seorang *entrepreneur* juga harus suka dengan tantangan. Tantangan dihadapannya dapat menciptakan suatu peluang bisnis, yang tentunya menggunakan kreativitas dan menarik serta juga dapat menguntungkan (Nuraini, 2022).
6. Memiliki cara pandang berbeda: Para *entrepreneur* harus bisa memiliki cara pandang yang berbeda dalam mengamati masalah, kondisi lingkungan, hingga tren yang ada dari berbagai hal. Perspektif tersebutlah yang

akhirnya dapat menghasilkan ide –ide usaha yang tentunya dapat menjangkakan (Nuraini, 2022).

Berdampak untuk Sesama

Semua orang pasti pernah mengalami kebimbangan dalam menentukan jalannya. Mungkin ingin berwirausaha atau mungkin ingin tetap bekerja di kantor, tentu ini merupakan pilihan yang sulit. Hal ini juga yang tentu Candra Arko alami dalam perjalanan hidupnya

Awal mula ia ingin menjadi seorang entrepreneur itu karena muncul pertanyaan dalam dirinya “apa sih tujuan hidup saya?” Karena menjadi karyawan berarti hidup dengan gaji bulanan. Sedangkan beliau ingin berkarir sesuai dengan keinginan dan minatnya di bidang *food and beverage*, sekaligus dapat menunjukkan potensi terbaik dalam dirinya. Berlandaskan dari pemikiran tersebut ia merasa perlu melangkah keluar dari perusahaan yang membatasi kreativitasnya. Akhirnya, ia memutuskan untuk menjadi seorang pengusaha dengan harapan dapat memberikan kontribusi kepada masyarakat secara luas.

2021 menjadi tahun di mana ia memulai bisnisnya yang di beri nama OTERRA yang berasal dari 2 kata yaitu Oat yang merupakan bahan dasarnya dan Terra yang berarti bumi. OTERRA sendiri berdiri di tengah–tengah era pandemi Covid–19, dan lahirnya OTERRA ini juga berdasarkan dari pengalaman para *founders*, karena pada masa pandemi ini semua itu serba *online* mulai dari kerja di rumah, rapat di rumah, sekolah di rumah, dll. Pada mulanya dikira hanya 1–3 bulan namun nyatanya hingga lebih dari satu tahun. Hal ini yang membuat badan sakit–sakitan, makan juga sembarangan, ketika ingin makan sehat harganya tidak bersahabat di titik inilah muncul ide bagaimana kita bisa makan sehat, gampang, cepat, tapi juga harus bisa dijangkau sama semua orang. Dan disinilah lahir OTTERA.

OTERRA kini terus berkembang dan keinginan dari Candra cukup sederhana namun menyentuh hati di mana ia ingin agar anak – anak yang kekurangan gizi itu dapat terpenuhi salah satunya dengan minum produknya dan dapat membawa sebotol OTERRA di tas sekolahnya. Karena kini fokusnya adalah membantu pemerintah dan upaya dunia dalam memberantas kelaparan dan malnutrisi.



Gambar 2 Kampanye untuk Membantu Anak Indonesia yang Kekurangan Gizi #FoodHeroes
Sumber: Youtube Channe OTERRA

Candra ini juga selalu memegang teguh prinsip dan motto hidup bahwa “ketika kamu jalani sesuatu, jalanilah dengan sepenuh hati, jangan pernah berpikir berdasarkan apa yang kamu dapat. Tapi selalu berpikir apa yang bisa kamu berikan terlebih dahulu. Karena, kalau kamu berpikir, untung buat sayanya apa? dan ternyata tidak ada untungnya. Udah, kamu akan terjebak di situ, dan kamu tidak akan pernah bisa punya pemikiran yang lebih baik lagi. Tapi jikalau kamu berpikir, ketika melihat sesuatu itu seperti, oh saya itu bisa memberi apa? realitanya saya dapat memberi banyak hal, ya sudah kamu lakukan itu dengan sepenuh hati.”



Gambar 3 Varian rasa produk OTERRA

Sumber : Instagram OTERRA

Entrepreneur yang Optimis dan Fokus

Menjadi seorang *entrepreneur* bukan hal yang mudah karena ada begitu banyak tanggung jawab yang harus dipikul. Dari awal memulai menjadi *entrepreneur* pun tentu banyak tantangan yang dihadapi namun Pak Candra ini sosok yang dapat optimis dalam menjalaninya, bahkan beliau itu berani mengambil keputusan untuk membuka OTERRA walaupun pandemi Covid-19 sedang melanda seluruh dunia.

Ketika ia merintis OTERRA beliau juga berfokus untuk terus berkembang hingga mampu bertahan sampai saat ini dan usahanya sudah meluas hingga Surabaya. OTERRA juga kini terus berfokus untuk membantu pemerintah dalam mengatasi kelaparan dan malnutrisi.

Candra juga merupakan seseorang yang menyukai tantangan sehingga ketika ia berada di Bandung beliau merasa kurang adanya tantangan sehingga ia pun memutuskan untuk ke Jakarta dan mencari tantangan baru dengan bekerja sehingga akhirnya Pak Candra memutuskan untuk mendirikan bisnis di Jakarta.

Terima kasih telah membiarkan cerita ini menyapa jiwa Anda. Semoga pengalaman ini memberi Anda semangat baru dan pandangan yang lebih bijaksana dalam melangkah ke depan.

Referensi

- Abdi, H. (2023). Entrepreneurship adalah Istilah Lain dari Kewirausahaan, Pahami Pengertiannya. *Liputan 6*. <https://www.liputan6.com/hot/read/5307017/entrepreneurship-adalah-istilah-lain-dari-kewirausahaan-pahami-pengertiannya>
- Arviana, G. N. (2023). Mendalami Pekerjaan Entrepreneur yang Turut Memperluas Lapangan Kerja. *Glints*. <https://glints.com/id/lowongan/entrepreneur-adalah/>
- Azis, Y. A. (2021). Entrepreneur: Pengertian Menurut Ahli dan Cara Menjadi. *Deepublish Store*. <https://deepublishstore.com/blog/pengertian-entrepreneur/>
- Hafizha, M. R. (2023). Kewirausahaan Adalah: Konsep, Tujuan, Sifat, Ciri, dan Jenisnya Baca artikel detikbali, “Kewirausahaan Adalah: Konsep, Tujuan, Sifat, Ciri, dan Jenisnya.” *Detik Bali* . <https://www.detik.com/bali/berita/d-6609173/kewirausahaan-adalah-konsep-tujuan-sifat-ciri-dan-jenisnya>
- Nuraini. (2022). Apa itu Entrepreneur? Ini Ciri-ciri, Jenis hingga Contohnya Artikel ini telah tayang di *Bisnis.com* dengan judul “Apa itu Entrepreneur? Ini Ciri-ciri, Jenis hingga Contohnya.” *Bisnis*. <https://entrepreneur.bisnis.com/read/20221101/52/1593720/apa-itu-entrepreneur-ini-ciri-ciri-jenis-hingga-contohnya>
- Nusa, G. (2023). 13 Karakteristik Entrepreneur yang Wajib Dimiliki. *Great Nusa*. <https://greatnusa.com/artikel/karakteristik-entrepreneur/>
- Prima, P. (2023). Entrepreneur Adalah: Pengertian, Ciri, Tipe, Bedanya dengan Pengusaha. *Kita Lulus*. <https://www.kitalulus.com/bisnis/entrepreneur-adalah>

TECHNOPRENEUR YANG PINTAR MELIHAT PELUANG

Immanuel David Nicholas, Henky Lisan Suwarno

Mengenal Andry Kristianto Sugianli

Narasumber bernama bapak Andry Kristianto Sugianli, ST., beliau lahir dan besar di kota Bandung, kedua alm. orang tua beliau berprofesi dosen di Fakultas Kedokteran Universitas Kristen Maranatha dan sebagai dokter umum. Bapak Andry menyelesaikan sarjana di Universitas Kristen Maranatha, Fakultas Teknik, Jurusan Teknik Elektro dengan konsentrasi sistem telekomunikasi pada tahun 1999 sampai 2004.

Bapak Andry pernah bekerja dua kali di PMA Jepang, pernah di perusahaan multinasional. Saat ini bapak Andry adalah *Technopreneur* di bidang *medical electronic*, pemilik perusahaan X-CSA pihak ke-3 untuk jasa perbaikan dan pengadaan spare parts alat-alat medis dalam *segment critical care, operating theatre, cardiology, central gas* dan pihak ke-3 di bidang HVAC.

Pak Andry juga bekerja sebagai rekanan penyedia layanan untuk Kepolisian Republik Indonesia dalam sektor Kedokteran Kepolisian dan Sumber Daya Manusia (SDM). Di samping itu, pak Andry juga aktif di bidang pendidikan, sebagai pengawas di Yayasan Taruna Bakti Bandung.

Apa itu *Technopreneur*?

Technopreneur berasal dari gabungan dua kata, yaitu *technology* dan *entrepreneur*. Teknologi pada penerapan

praktis ilmu pengetahuan ke dunia industri atau sebagai kerangka pengetahuan yang digunakan untuk menciptakan alat-alat, mengembangkan keahlian dan mengekstraksi materi guna memecahkan persoalan yang ada dan *entrepreneur* merujuk pada seseorang atau agen yang menciptakan bisnis atau usaha dengan keberanian menanggung resiko dan ketidakpastian untuk mencapai keuntungan dan pertumbuhan dengan mengidentifikasi peluang-peluang (Isnanto,2022).

Jadi *technopreneur* adalah bisnis yang berhubungan dengan teknologi, *technopreneur* adalah yang memiliki pemikiran inovatif dan dapat memecahkan masalah dan menciptakan atau mengembangkan produk yang inovatif dan *technopreneur* ini juga memanfaatkan perkembangan teknologi untuk menciptakan peluang bisnis yang baru dan meningkatkan bisnis yang sudah.

Perbedaan *technopreneur* dan *entrepreneur*, ada perbedaan motivasi dalam membuka bisnis *entrepreneur* biasanya memikirkan ide ide kreatif dan inovasi agar bisa bersaing di pasaran, jika *technopreneur* sama juga, harus mempunyai ide-ide kreatif tapi harus menggunakan teknologi. Ada juga perbedaan dalam mengembangkan bisnis, *entrepreneur* biasanya mengembangkan bisnisnya dengan lebih professional dan meningkatkan pelayanan, sedangkan *technopreneur* memberikan inovasi-inovasi yang belum ada dan biasanya dianggap menjadi karya orisinal (Subeni, 2023).

Teknologi ada beberapa jenis di kehidupan sehari-hari ada di bidang komunikasi, bidang informasi, bidang pendidikan, bidang transportasi, bidang pertanian, bidang bisnis, bidang konstruksi, bidang Kesehatan, bidang arsitektur, sampai teknologi AI (*Artificial Intelligence*) (Putri, 2022).

Berikut adalah tujuan-tujuan seorang *technopreneur* (Agustina, 2023):

- membuka lapangan kerja baru,
- berkontribusi terhadap kemajuan teknologi, dan
- menghidupkan semangat dan pola pikir kewirausahaan.

Technopreneurship memiliki manfaat yaitu (Nugraha, 2023):

1. Naiknya pendapatan;
2. Produktivitas meningkat;
3. SDM yang berkembang;
4. Membuka lapangan pekerjaan;
5. Perkembangan ilmu pengetahuan;
6. Penggerak ekonomi dan meningkatkan ekonomi masyarakat.

Berikut ini adalah beberapa contoh *technopreneur* yang sukses.

- Bill Gates

Bill Gates adalah pendiri dari perusahaan global *Microsoft* di tahun 1975, yang sampai saat ini inovasi Bill Gates masih digunakan untuk mempermudah menggunakan komputer dan saat ini sekitar 1,4 miliar yang menggunakan *software* *Microsoft*.

- Elon Musk

Elon Musk adalah *technopreneur* yang saat ini memiliki perusahaan *Tesla* dan *SpaceX*, sejak dari 1995 Elon Musk sudah membuka perusahaan *Zip2* untuk pengembangan *software web* dan tidak lama Elon Musk menjual perusahaan *Zip2* dan membuka perusahaan lagi yang bernama *X.com* yang saat ini bernama *Paypal*. Elon Musk memiliki komitmen untuk terus berinovasi yang membuat Elon Musk sukses sampai saat ini.

- Mark Zuckerberg

Mark Zuckerberg adalah pendiri aplikasi sosial media Facebook, Mark Zuckerberg saat umur 12 tahun sudah bisa membuat aplikasi *messaging* dan saat ini platform sosial media yang bernama Facebook ini masih digunakan sampai sekarang dengan miliaran pengguna (Huda, 2022).

Karakteristik *Technopreneur*

Technopreneur umumnya memiliki karakter katakter seperti ini (Lefanre, 2023):

1. Keahlian Teknologi;
2. Daya Inovasi;
3. Jiwa Kewirausahaan;
4. Networking dan Kolaborasi.

***Technopreneur* yang Pintar Melihat Peluang**

Pak Andry Kristianto Sugianli ST, adalah lulusan S-1 di Universitas Kristen Maranatha dari Fakultas Teknik, Program Studi Teknik Elektro dengan konsentrasi sistem telekomunikasi dari tahun 1999-2004.

Bapak Andry Kristianto Sugianli, S.T., pernah bergabung dengan ikatan alumni FTE UKM tahun 2005, sebagai ketua Pendidikan Non Teknis yang bertugas untuk memberikan *preview* atau pandangan kepada mahasiswa Teknik Elektro tentang bagaimana dunia kerja.

Beliau lahir dan dibesarkan di kota Bandung dan almarhum orang tuanya berprofesi sebagai dosen di Fakultas Kedokteran Universitas Kristen Maranatha dan dokter umum.

Pengalaman kerja pak Andry Kristianto Sugianli, S.T., di antaranya adalah dua kali bekerja di PMA (Penanaman Modal Asing) Jepang, di perusahaan multinasional.

Saat ini, Bapak Andry sebagai pemilik perusahaan XCSA. Perusahaan tersebut merupakan *service company*/jasa di bidang *medical electronics* dan sebagai rekanan yang menyediakan barang untuk Kepolisian Republik Indonesia di bidang kedokteran kepolisian dan sumber daya manusia. Selain itu, pak Andry juga terlibat dalam dunia Pendidikan sebagai Dewan Pengawas di Yayasan Taruna Bakti Bandung. Pandangan beliau terhadap profesinya sekarang ini yaitu sekarang zaman sudah berubah, kita tidak bisa mengandalkan dari pemberi kerja saja.

Saat lulus tahun 2004, lapangan pekerjaan untuk yang sesuai dengan bidang ilmu Teknik Elektro sangat terbatas, dapat dikatakan sulit.

Awal bergabung di PMA Jepang manufaktur mobil, ternyata setelah dijalani, yang dibutuhkan sebenarnya tenaga lulusan Metalurgi, sehingga mengundurkan diri.

Lalu mendapatkan pekerjaan sebagai *technical engineer* di sebuah perusahaan multinasional, yang bergerak di bidang alat-alat medis, seperti *Ventilator*, *Ultrasound*, dan lain-lain.

Pada saat itu hanya pak Andry yang bekerja di bidang *medical electronics*, sementara banyak rekan-rekannya memilih bekerja di bidang lain seperti *staff marketing* di perbankan atau melanjutkan studi S2.

Setelah dijalani justru bidang alat-alat medis/*medical electronics* jauh lebih berarti, 50% bergantung kepada elektronika atau listrik, dan perkembangan teknologi khususnya dalam elektronika medis/*medical electronics* lebih maju dibandingkan bidang lainnya.

Dari pengalaman kesulitan mencari kerja membuat, beliau ingin berdiri sendiri atau menjadi *technopreneur*. Karena di dalam dunia elektronika banyak peluang, kita harus pintar melihat peluang yang ada, lantaran perkembangan teknologi sangatlah cepat jadi banyak peluang-peluang baru, semua hal sangat bergantung kepada elektronika, dari mulai sektor perbankan, pendidikan, kesehatan, pemerintahan, dan sektor lainnya.

Tujuan menjadi *technopreneur* karena yang sudah disebutkan di atas, pak Andry setelah lulus dari Universitas Kristen Maranatha lapangan pekerja yang terbatas, jadi beliau mencoba di bidang baru dan juga keputusan untuk memilih mandiri tidak lain karena dalam kehidupan yang bersangkutan terjadi *conflict of interest*, di satu sisi latar belakang keluarga pak Andry semua di bidang medis, di sisi lain pak Andry sebagai *field support engineer* di Perusahaan penyedia alat-alat medis lain.

Tujuan lain pak Andry untuk membantu meningkatkan kualitas layanan kesehatan dan menekan biaya layanan agar dapat dijangkau oleh masyarakat. Pak Andry saat ini masih merintis dan mengembangkan, karena beliau masih muda jadi masih panjang perjalanan untuk sukses.

Saat ini yang sudah terlaksana adalah mempertahankan usaha yang telah pak Andry rintis dengan menggunakan ilmu pengetahuan yang sudah didapat dari kuliah untuk bertahan hidup, karena jika orang lain bisa, kita juga pasti bisa dan jangan pernah kalah dengan keadaan.

Pak Andry mempunyai *visi end to end services*, di mana Perusahaan miliknya melakukan *maintenance*, perbaikan, penyediaan suku cadang, dengan memastikan masalah akurasi pembacaan dan *safety* yang sesuai standar, sehingga usia pakai alat-alat medis tersebut bisa digunakan se-optimal mungkin, yang berdampak kepada *cost* di dunia

kesehatan menjadi lebih terjangkau untuk seluruh lapisan masyarakat.

Nilai Hidup

Nilai hidup dari bapak Andry Kristianto Sugianli ST di kutip dari alm. Ayah beliau dr. Indra Sjarief S., M.Kes., AIF., **“Tidak ada yang kekal di dunia ini.”** Pak Andry cukup lama mengerti makna dari kalimat tersebut dan sekarang sudah mengerti apa arti kalimat dari almarhum ayahnya yaitu:

- Semua hal dalam hidup ini bisa berubah dengan cepat, tidak ada sesuatu yang abadi;
- Materi mungkin bisa hilang dalam sekejap mata karena kondisi-kondisi yang ada, tapi apabila kita memiliki pendidikan dan skill, kita bisa bertahan hidup;
- *Comfort Zone* itu bukan sesuatu yang kita dapatkan/ datang dengan sendirinya tapi harus kita ciptakan;
- Bukan hanya materi semata/ uang yang terpenting, tapi moral, kejujuran, integritas, nama baik yang akan dihargai dalam hidup ini dan yang akan kita tinggalkan kelak.

Moto Hidup

Moto hidup pak Andry Kristianto Sugianli, S.T. yang mengutip dari Tony Fernandes.

“Grabbing opportunities, you get a chance ,don’t think, grab it ,You got to believe what you want to do, don’t sell your soul just because of money or position or what people think”

Karya

Berikut adalah karya dari bapak Andry Kristianto Sugianli, S.T., *Design* dan Manufaktur alat ukur elektronik

terintegrasi untuk perekrutan calon anggota Kepolisian Republik Indonesia.



Gambar 1 Karya Andry Kristianto Sugianli, S.T.
Sumber: Dokumentasi Tokoh

Dengan konsep 1 alat ukur untuk setiap tingkat penerimaan mulai dari Polres wilayah dan Polda Provinsi, sehingga didapatkan sebuah hasil pengukuran akurat, dalam bentuk *print out*, mencegah terjadinya kesalahan penulisan. Alat ukur saat ini sedang dalam pengembangan proses selanjutnya supaya data-data tersebut akan direkap oleh *PC/Laptop*, digabung dengan data-data lainnya yang diperlukan.



Gambar 2 Andry Kristianto Sugianli Bersama Rekanannya
Sumber: Dokumentasi Tokoh

Konsep pemikiran, system, beserta perangkat *Hybrid Learning* di Yayasan Taruna Bakti untuk mengatasi kendala pembelajaran *online* ketika masa pandemi Covid-19, didukung Kurikulum Merdeka Belajar , sehingga akan dikembangkan menjadi *system* pembelajaran sekolah hybrid yaitu *offline* dan *online*, untuk memberikan kesempatan belajar kepada anak-anak daerah di luar kota Bandung sehingga memiliki kualitas Pendidikan yang sama.



Gambar 3 Vaksinasi Massal *Covid-19*
Sumber: Ramadhan (2021)

Kegiatan perdana Serbuan Vaksinasi Masal Covid-19 bersama TNI-Polri di Indonesia, 10 Juni 2021 dengan target semua warga tanpa melihat KTP Bandung atau luar Bandung, yang berhasil menyalurkan vaksinasi kepada 25.000 warga berusia produktif (Ramadhan, 2021).

Terus Belajar dan Pandai Melihat Peluang

Technopreneur adalah profesi yang cukup menantang karena *technology* terus berkembang sampai kapanpun yang membuat *technopreneur* harus terus belajar, dan juga *technopreneur* harus pandai melihat peluang yang ada karena di bidang *technology* banyak sekali peluangnya karena perkembangan *technology* itu sendiri.

Kita dapat pelajari dari pak Andry Kristianto Sugianli ST kita harus pandai melihat peluang kapanpun dan dari manapun karena pak Andry orang pertama dari teman temannya yang terjun ke bidang Kesehatan dan berhasil dan kita harus memiliki keberanian dalam mengambil keputusan jika kita tidak bisa mengambil keputusan dengan baik kira tidak akan maju dan berkembang.

Referensi

- Agustina, N. (2023). Technopreneur Adalah: Tujuan, Contoh, Ciri, dan Tipsnya. *Kitalulus*. <https://www.kitalulus.com/bisnis/technopreneur-adalah>
- Huda, N. (2022). Pengertian Technopreneur, Contoh dan Tujuan Technopreneurship. *Dewaweb*. <https://www.dewaweb.com/blog/pengertian-technopreneur/>
- Isnanto, B. A. (2022). Technopreneur Adalah: Tujuan, Contoh, dan Peluang Untuk Masa Depan. *DetikBali*. <https://www.detik.com/bali/bisnis/d-6460667/technopreneur-adalah-tujuan-contoh-dan-peluang-untuk-masa-depan>
- Lefanre. (2023). Technopreneurship: Pengertian, Karakteristik, Manfaat, Tujuan, Tantangan, Langkah dan Contoh Kasus. *Idmetafora*. <https://idmetafora>.

com/news/read/3487/Technopreneurship-Pengertian-Karakteristik-Manfaat-Tujuan-Tantangan-Langkah-dan-Contoh-Kasus.html

- Nugraha, H. (2023). Technopreneurship: Pengertian, Tujuan, dan Manfaat Sumber Artikel berjudul “Technopreneurship: Pengertian, Tujuan, dan Manfaat.” *Infotemanggung.com*. <https://temanggung.pikiran-rakyat.com/pendidikan/pr-2616082948/technopreneurship-pengertian-tujuan-dan-manfaat?page=3>
- Putri, M. S. (2022). Pengertian Teknologi Menurut Ahli, Berikut Manfaatnya. *Media Indonesia*. <https://mediaindonesia.com/teknologi/505359/pengertian-teknologi-menurut-ahli-berikut-manfaatnya>
- Ramadhan, R. A. (2021). *Foto: Antrean Kerumunan saat Vaksinasi Massal yang Digelar TNI-Polri di Bandung*. *Kumparan.Com*. <https://kumparan.com/kumparannews/foto-antrean-kerumunan-saat-vaksinasi-massal-yang-digelar-tni-polri-di-bandung-1vuk0O50QKJ/full>
- Subeni, B. (2023, January 13). Inilah Perbedaan Entrepreneur dan Technopreneur yang Wajib Anda Ketahui! *Jatismobile.com*. <https://jatismobile.com/id/blog/aplikasi-dan-platform-digital/perbedaan-entrepreneur-dan-technopreneur/>

PERAN INOVASI DAN KONTRIBUSI TANTO USIN DALAM MEMBENTUK MASA DEPAN *TECHNOPRENEURSHIP* DI INDONESIA

Diletta Azzahra Anwar, Novie Theresia Br. Pasaribu

Transformasi Digital

Transformasi digital mengubah Negara Indonesia menjadi negara yang semakin terkoneksi dan terlibat dalam ekosistem digital yang terus berkembang. Transformasi digital ini berdampak pada berbagai aspek, seperti pendidikan, kesehatan, pemerintah, ekonomi, dan lain-lain. Namun dampak positif transformasi digital ini juga membuka peluang bagi individu kreatif dan inovatif untuk memainkan peran yang signifikan dalam pembentukan masa depan Indonesia. Istilah *technopreneur* mulai terkenal sejak tahun 2000-an, banyak pengusaha mulai berfokus pada bidang teknologi dan inovasi.

Dalam dunia *technopreneurship*, seorang Tanto Usin adalah tokoh yang patut dicontoh karena keahliannya di bidang Teknik Elektro (Gambar 1). Tanto Usin lahir pada 27 Juni 1973 di Sumatera Selatan, ia tumbuh dan besar di tanah kelahirannya hingga Sekolah Menengah Atas. Tanto Usin merantau untuk melanjutkan pendidikannya di Bandung yaitu di Universitas Kristen Maranatha pada Program Studi Teknik Elektro, dan ia lulus pada tahun 1997. Tanto Usin merupakan salah satu tokoh yang menggabungkan keterampilannya dalam bidang Teknik Elektro dan wirausaha sejak tahun 2000-an.



Gambar 1. Tanto Usin, S.T.
Sumber: Dokumentasi Tokoh

Sejarah Singkat *Technopreneurship*

Istilah *technopreneur* baru muncul di akhir tahun 1990-an, dan mulai terkenal di tahun 2000-an sejak teknologi internet sudah mulai merambah ke seluruh penjuru negara. Didukung juga oleh eksisnya perusahaan-perusahaan *Information Technology* (IT) raksasa seperti *Microsoft*, *Yahoo*, *Google*, 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 (Wulandari, 2021).

Pengertian *Technopreneurship*

Istilah *technopreneurship* merupakan hasil penggabungan antara kata “Teknologi” dan “Kewirausahaan”, yang dapat diartikan sebagai proses pembentukan dan kerjasama antara sektor usaha dan pemanfaatan teknologi sebagai alat pendukung dan landasan dari usaha, dalam hal proses, sistem, pihak yang terlibat, maupun produk yang dihasilkan (Edinov, 2023). Secara umum, kata “Teknologi” digunakan untuk merujuk pada penerapan praktis ilmu pengetahuan ke dalam dunia industri atau sebagai landasan

pengetahuan yang digunakan untuk menciptakan perkakas, mengembangkan keterampilan, dan mengekstraksi sumber daya guna mengatasi masalah yang ada (Edinov, 2023).

Technopreneurship merupakan suatu bentuk kewirausahaan yang menekankan pentingnya inovasi melalui penggunaan teknologi terkini. Praktik *technopreneurship* mampu memberikan dorongan yang signifikan dalam meningkatkan kinerja wirausaha dan bisnis. Dalam konteks ini, ilmu pengetahuan, teknologi, dan bisnis saling berinteraksi untuk saling memajukan. Walaupun *technopreneurship* merupakan bagian dari *entrepreneurship*, perbedaannya terletak pada fokus utama pada inovasi teknologi tingkat tinggi yang diusungnya (Koe dkk., 2020).

Perbedaan *Technopreneurship* dan *Entrepreneurship*

Perbedaan pokok antara *technopreneur* dan *entrepreneur* terletak pada penggunaan teknologi tinggi. Jika *entrepreneur* didefinisikan sebagai individu yang bertanggung jawab mengorganisir, mengelola, dan mengambil risiko dalam menjalankan bisnis atau perusahaan, sedangkan *technopreneur* adalah seorang *entrepreneur* yang secara khusus menerapkan teknologi tinggi dalam operasional bisnisnya (Tabel 1). Pemanfaatan teknologi tinggi yang didasarkan pada penelitian dan inovasi merupakan keunggulan utama institusi pendidikan tinggi dalam mempromosikan dan mengembangkan *technopreneurship* (Nirbita, 2020).

Tabel 1. Perbedaan *Technopreneurship* dan *Entrepreneurship*

Aspek Tinjauan	<i>Entrepreneurship</i>	<i>Technopreneurship</i>
Motivasi	<ul style="list-style-type: none"> • Motivasi • Ide dan konsep • Eksploitasi • Akumulasi Kekayaan 	<ul style="list-style-type: none"> • Pola pikir revolusioner • Kompetensi dan resiko • Sukses dengan teknologi baru • Finansial dan nama harum
Kepemilikan	<ul style="list-style-type: none"> • Saham pengendali • maksimalisasi keuntungan 	<ul style="list-style-type: none"> • Penguasaan pasar • Nilai perusahaan terus bertambah
Gaya Manajerial	<ul style="list-style-type: none"> • Mengikuti pengalaman • Profesionalisme • Resiko pada manajemen 	<ul style="list-style-type: none"> • Pengalaman terbatas • Fleksibel • Target strategi global • Inovasi produk berkelanjutan
Kepemimpinan	<ul style="list-style-type: none"> • Otoritas tinggi • Kekuatan lobi • Imbalan untuk kontribusi • Manajemen baru 	<ul style="list-style-type: none"> • Perjuangan kolektif • Sukses masa depan Visioner • Membagi kemajuan bisnis • Menghargai kontribusi dan pencapaian

Karakteristik *Technopreneurship*

Karakter *technopreneur* memiliki tiga aspek utama penyusun yang mendasar, yaitu aspek intrapersonal, aspek interpersonal, dan aspek ekstrapersonal. Untuk memahami karakter *technopreneur* secara lebih mendalam, dapat diuraikan dari berbagai aspek (Husna & Sofyan, 2020).

1. Aspek Intrapersonal

Aspek intrapersonal berkaitan dengan kualitas individu secara pribadi. *Technopreneur* yang sukses harus memiliki kualitas seperti motivasi, ketekunan, kemampuan berpikir kreatif, inovatif, dan kemauan untuk mengambil risiko. Seorang *technopreneur* harus memiliki rasa percaya diri dan kemandirian untuk menghadapi tantangan yang datang dalam dunia *technopreneurship*.

2. Aspek Interpersonal

Aspek interpersonal berkaitan dengan kemampuan individu dalam berinteraksi dan berkomunikasi dengan orang lain. *Technopreneur* yang berhasil harus memiliki keterampilan komunikasi yang kuat, baik dalam berkolaborasi dengan rekan kerja, berunding dengan investor, maupun menjalin hubungan dengan pelanggan dan mitra bisnis.

3. Aspek Ekstrapersonal

Aspek ekstrapersonal mengacu pada faktor-faktor eksternal yang memengaruhi kesuksesan *technopreneur*, seperti pemahaman tentang pasar, tren industri, regulasi, dan kemampuan untuk beradaptasi dengan perubahan lingkungan bisnis yang cepat. *Technopreneur* harus

mampu memahami faktor-faktor eksternal yang dapat memengaruhi bisnisnya, dan seorang *technopreneur* harus siap untuk berinovasi dan beradaptasi sesuai kebutuhan.

Ciri-ciri *Technopreneur*

1. Pemikiran Inovatif

Technopreneur selalu mencari cara baru untuk memecahkan masalah atau menciptakan nilai. Seorang *technopreneur* tidak takut untuk bereksperimen dengan teknologi atau pendekatan baru, dan terus berupaya meningkatkan keahliannya. *Innovation* (inovasi) adalah suatu ide, barang, kejadian, atau metode yang dirasakan atau diamati sebagai suatu hal yang baru bagi seseorang atau sekelompok orang, berupa hasil diskoveri maupun invensi (Kristiawan, 2018).

2. Mengambil Resiko

Sebagai seorang *technopreneur*, tidak boleh takut mengambil risiko. Pengambilan risiko sangat penting untuk inovasi dan pertumbuhan, dan seorang *technopreneur* bersedia mempertaruhkan waktu dan uangnya untuk ide-ide baru. Resiko adalah ketidakpastian yang bisa diperkirakan atau diukur. (Supriyo S, 2017).

3. Bergairah tentang Teknologi

Seorang *technopreneur* selalu mencari cara baru untuk menerapkannya dalam bisnis, dan selalu mengikuti perkembangan tren dan perkembangan terkini. Kata “teknologi” bermakna pengembangan dan penerapan berbagai peralatan atau sistem untuk menyelesaikan persoalan-persoalan yang dihadapi oleh manusia dalam kehidupan sehari-hari. (Naibaho, 2017).

Integritas dan Kejujuran

Tanto Usin yang dikenal sebagai seorang *technopreneur* dalam bidang elektronik mengawali kariernya setelah ia lulus kuliah sebagai Sarjana Teknik Elektro. Setelah menyelesaikan studinya, Tanto Usin langsung terjun ke dunia industri dengan semangat kewirausahaan dan kecintaannya pada teknologi. Pada awal kariernya, Tanto Usin bekerja sebagai *sales* di PT Synnex Metrodata Indonesia dari tahun 1998 hingga tahun 2000. Namun pada tahun 2000, ia memutuskan untuk memasuki dunia wirausaha dengan memanfaatkan pengetahuannya dibidang Teknik Elektro yang diperolehnya semasa dikuliah. Diawali dengan berjualan CPU rakitan dan akhirnya berubah menjadi jual CPU *second Build-up*, dan sekarang beliau sudah bisa memegang *service center* resmi untuk merek Lenovo, HP, dan MSI. Meskipun banyak hambatan dan rintangan pada awal perjalanan kariernya, ia berhasil mengambil peluang dari situasi dan mengembangkan bisnisnya. Ketika pada tahun 2007, pemerintah mengeluarkan kebijakan yang berpengaruh besar pada bisnisnya, yaitu larangan impor barang *second-hand*. Namun, Tanto Usin terus berinovasi dengan merakit dan menjual produk seperti *notebook* dari merek-merek terkenal.

Pada tahun 2014 hingga 2015, ia memutuskan untuk memasuki pasar *online*, meskipun pada awalnya dampaknya tidak begitu signifikan. Namun, pada tahun 2019, walaupun toko *offline*-nya harus ditutup, tetapi penjualan *online* mulai berkembang, Tanto Usin berhasil meningkatkan penjualannya secara *online* dan mencapai omset yang berlipat.

Pandangan Tanto Usin terhadap profesi yang dijalani sangat positif. Ia merasa senang karena profesi ini sesuai dengan minat dan kemampuannya. Ia menunjukkan tekad

dan upaya maksimalnya untuk memanfaatkan peluang yang ada dan mengembangkan bisnis dalam industri elektronik.

Tantangan awal yang dihadapi oleh Tanto Usin adalah modal usaha yang sangat terbatas. Namun, dengan kerja keras dan strategi yang tepat, ia berhasil mengatasi tantangan tersebut. Ia juga menghadapi persaingan dari kompetitor yang lebih besar, tetapi dengan tekad dan inovasinya, ia berhasil mempertahankan bisnisnya. Tanto Usin mengatasi tantangan dengan merumuskan strategi penetrasi pasar yang efektif dan mengembangkan jangkauan produknya ke berbagai wilayah di Jawa Barat.

Dalam hal inovasi, Tanto Usin percaya bahwa memiliki kedekatan dengan Tuhan adalah sebagai kunci keberhasilannya. Ia dapat beradaptasi dengan perubahan dari penjualan barang *second-hand* ke penjualan *notebook*, dan ia berencana untuk mengembangkan bisnisnya secara *multiplatform*.

Faktor kunci keberhasilan Tanto Usin dalam berwirausaha adalah integritas dan kejujuran. Ia percaya bahwa integritas adalah fondasi yang tak tergantikan dalam bisnis. Konsistensi dalam menjunjung integritas akan membawa hasil yang lebih baik. Pengaruh usaha saat ini terfokus pada berserah kepada Tuhan dalam menjalani wirausaha. Tanto Usin meyakini bahwa rezeki berasal dari Tuhan, dan ini mengajarkannya untuk berserah dan menyerahkan hasil akhir kepada-Nya.

Tanto Usin memiliki rencana untuk mengembangkan bisnisnya ke masa depan, dengan mencari cara agar bisnisnya dapat berjalan secara *autopilot*. Meskipun sulit, ia siap belajar untuk mencapai tujuannya. Moto hidup Tanto Usin adalah kejujuran, kerja keras, berinovasi, sikap minim mengeluh, dan sikap menerima dan menghadapi masalah. Ia meyakini bahwa dengan nilai-nilai ini, maka kesuksesan dapat dicapai.

Karakter Menghadapi Tantangan

Melalui metode wawancara dan pemantauan secara ekstensif, penulis telah membahas profil, pengalaman, dan pandangan seorang technopreneur sejati, Tanto Usin. *Technopreneurship* muncul sebagai hasil dari integrasi teknologi dan wirausaha, memungkinkan terciptanya inovasi dan perkembangan bisnis yang berbasis teknologi. Seiring dengan perkembangan teknologi, munculnya wirausahawan teknologi menjadi penting untuk membawa perubahan positif dalam berbagai sektor. Pemahaman atas teknologi dan bisnis sebagai entitas yang saling berkaitan telah memberi Tanto Usin landasan dalam berwirausaha. Pemanfaatan teknologi dan kreativitas dalam menjalankan bisnisnya, serta kejujuran sebagai prinsip yang tak tergantikan, menjadi landasan kuat dalam perjalanan karirnya. Lebih dari itu, kesabaran, penyelesaian masalah, dan kerja keras memainkan peran penting dalam menghadapi tantangan bisnis yang ada.

Untuk mencapai kesuksesan, terdapat penekanan kuat pada faktor inovasi, kemauan untuk belajar, dan kemampuan beradaptasi. Pemahaman bahwa keberhasilan usaha juga berkaitan dengan kesiapan dan keinginan untuk belajar dan menghadapi perubahan menjadi kunci bagi Tanto Usin dalam mengelola usahanya.

Semua informasi ini memperkuat bahwa *technopreneurship* bukan hanya tentang memanfaatkan teknologi dalam bisnis, tetapi juga tentang karakter pribadi dan kesiapan menghadapi tantangan. Sikap terbuka, kreatif, dan siap beradaptasi menjadi landasan bagi perubahan positif dalam dunia bisnis. Jelasnya, *Technopreneurship* bukan hanya tentang perpaduan teknologi dan bisnis, tetapi juga tentang karakter, kesabaran, keberanian, dan tekad untuk terus berkembang dan memperbaiki keadaan sekitar.

Referensi

- Edinov, S. (2023). *Konsep Dasar Technopreneurship* Penerbit CV. Eureka Media Aksara. 1–73. <https://repository.penerbiteureka.com/media/publications/563952-konsep-dasar-technopreneurship-8572e0e4.pdf>
- Husna, A. F., & Sofyan, H. (2020). Pengembangan Instrumen Niat Technopreneurship di Sekolah Menengah Kejuruan. *Jurnal Edukasi Elektro*, 4(1), 82–90. <https://doi.org/10.21831/JEE.V4I1.32616>
- Koe, W.-L., Alias, N. E., Marmaya, N. H., Majid, I. A., Mohamad, M., & Mohamad, M. (2020). Likelihood in Choosing Technopreneurship as Career among Undergraduate Students. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 10(5). <https://doi.org/10.6007/ijarbss/v10-i5/7241>
- Kristiawan, M. (2018). Inovasi Pendidikan The Effect of Time Token Technique towards Students' Speaking Skill at Science Class of Senior High School 1 Pariaman View project. 1–137. <https://www.researchgate.net/publication/326147438>
- Naibaho, R. S. (2017). Peranan dan Perencanaan Teknologi Informasi dalam Perusahaan. *Warta Dharmawangsa*, 0(52), 1–12. <https://jurnal.dharmawangsa.ac.id/index.php/juwarta/article/view/253>
- Nirbita, B. N. (2020). Pentingnya Technopreneurship Dalam Dunia Pendidikan Tinggi, *Prospek Jurnal Pendidikan Ekonomi & Kewirausahaan*, 1(1), 1-8.
- Supriyo S. (2017). Manajemen Resiko Dalam Perspektif Islam, *Jurnal Promosi*, 5(1), 130–142.
- Wulandari, Fauzi, Irviani, R. (2021). *Konsep Dasar Membangun Technopreneurship*, Indramayu: Penerbit Adab, ISBN 9786236233504.

MEMBANGUN BISNIS DENGAN *BOOTSTRAPPING* SEBAGAI SEORANG *TECHNOPRENEUR*

Leonard Thendjaya, Markus Tanubrata

Mengenal Tony Darmasaputra

Tony Darmasaputra adalah seorang sosok *technopreneur* yang lahir pada tanggal 5 Desember 1991 di Bandung, beliau memiliki latar belakang pendidikan dari mulai *playgroup*, TK, SD, SMP, SMA di Bina Bakti Bandung. Beliau sangat gemar mengikuti hal-hal yang berkaitan dengan teknologi. Sejak SMA beliau mulai memfokuskan segala hal kepada teknologi karena percaya bahwa teknologi dapat menjadi ujung tombak atau tulang punggung untuk masa depan.

Tony Darmasaputra adalah salah satu alumni Universitas Kristen Maranatha, pada tahun 2009 beliau memilih Program Studi Sistem Komputer, tepatnya masuk di angkatan ketiga. Selain sangat gemar dan memiliki hobi dalam bidang teknologi, semasa kuliah beliau bergabung dengan beberapa organisasi. Selain dipercaya sebagai wakil ketua himpunan mahasiswa di Prodi Sistem Komputer beliau juga bekerja sebagai salah satu guru komputer di sekolah Bina Bakti. Setelah berhasil lulus sarjana dari universitas dalam waktu 3,5 tahun, Setelah lulus kuliah, beliau bekerja di salah satu perusahaan *Information Technology* atau IT di Bandung pada tahun 2014. Kemudian di tahun 2015 beliau mendirikan perusahaan sendiri yaitu PT Roketin dengan beberapa rekannya, dan pada tahun yang sama juga bekerja di sebuah perusahaan *start-up* dari Singapura. dan perusahaan ini masih beroperasi hingga sekarang. Beliau berpengalaman sebagai *co-founder* dan *Chief Marketing Officer* PT Roketin.



Gambar 1 Tony Darmasaputra Bersama Tiga Rekan *Co-Founder* PT Roketin

Sumber: roketin.com

Pengertian *Technopreneur*

Technopreneurship adalah istilah dari kata *technology* dan *entrepreneurship*. *Entrepreneurship* itu sendiri adalah aktivitas dimana seseorang mengembangkan ide cemerlang, menciptakan dan mengelola inovasi yang bermanfaat agar sebuah usaha yang menguntungkan. *Technology* sendiri adalah sarana digital yang digunakan dan dibuat oleh manusia dengan tujuan agar mempermudah keberlangsungan hidup manusia dalam berbagai aspek kehidupan. Berdasarkan istilah tersebut, dapat diartikan bahwa *technopreneur* adalah orang yang berwirausaha di bidang teknologi (Huda Nurul, 2022).

Jadi, *technopreneurship* itu sendiri dapat diartikan sebagai suatu proses dimana membentuk bidang usaha menggunakan teknologi dan mengolaborasikan bidang usaha tersebut dengan teknologi sebagai saran pendukungnya. Teknologi bagi *technopreneur* dijadikan sebagai dasar dari usaha yang dijalankannya.

Technopreneurship bukanlah sebuah komoditas yang dapat diperoleh dengan mudah ataupun diperdagangkan,

tetapi merupakan komposisi sekumpulan keterampilan, keahlian di bidang sains, dan kecerdasan yang dimiliki oleh seseorang atau sejumlah individu yang merepresentasikan usaha awal untuk membangun masyarakat digital, kota-kota pintar, hingga teknologi luar angkasa. Hal ini membutuhkan tingkat kecerdasan dan keahlian yang tinggi dan menyediakan kemampuan yang canggih untuk menghasilkan pemikir strategis dengan keterampilan yang dibutuhkan untuk meraih keberhasilan di lingkungan yang dinamis dan sangat kompetitif. Cara berpikir yang tradisional dan langkah-langkah yang bersifat primitif tidak cocok untuk meraih peningkatan dalam *technopreneurship* (Abbas, 2018).

Landasan *Technopreneurship*

Disadur dari laman milik How to Tekno (2022) di situs web kumparan.com, landasan *technopreneurship* disebutkan sebagai berikut:

1. Berporos dari kebutuhan masyarakat

Seorang wirausaha harus bisa melihat dan mengidentifikasi peluang yang ada dan sesuai kebutuhan masyarakat. Produk berbasis teknologi saat ini berporos dari kebutuhan masyarakat. Contohnya, telepon seluler yang dibutuhkan sebagai sarana komunikasi jarak jauh.

2. Ide dan inspirasi

Setelah mengetahui kebutuhan masyarakat dilanjutkan dengan menemukan ide dan inspirasi yang ada. Di masa ini generasi muda yang memulai bisnis harus memiliki ide yang dapat menginspirasi banyak orang, dan tidak harus menciptakan produk baru, tetapi harus bisa memberikan inovasi yang dapat menginspirasi dan bisa dilakukan dengan memodifikasi sesuatu agar fungsinya semakin berguna dan bisa digunakan oleh banyak orang.

3. Perencanaan cepat dan matang

Seorang *technopreneurship* harus bisa menganalisis kebutuhan pasar, membuat produk, dan merencanakan bagaimana strategi yang tepat untuk memasarkannya. Kemampuan tersebut harus dilakukan dengan perencanaan yang cepat dan matang serta, mempertimbangkan rencana-rencana yang dibutuhkan untuk menjalankan usaha. *Technopreneurship* tidak akan berjalan dengan baik tanpa dibarengi dengan eksekusi yang matang. Maka dari itu, lebih baik mewujudkannya dengan cepat dan tepat.

4. Produk yang ber-*value*

Seorang wirausaha tak perlu menciptakan produk baru akan tetapi bisa mengembangkan produk yang sudah ada dari sebelumnya. Selain itu juga ada nilai atau *value* baru yang ditambahkan kepada produk tersebut agar produk yang tercipta memiliki nilai lebih.

Karakteristik *Technopreneur*

Dilansir dari laman situs *web* milik Amelia Riskita (Riskita, 2022), berikut adalah karakteristik *technopreneur*:

1. Penyelesaian masalah

Seorang *technopreneur* memiliki *skill* untuk menyelesaikan masalah. Dalam membangun bisnis tidak semuanya akan berjalan lancar dan banyak suatu permasalahan juga yang terjadi tanpa kita duga. Oleh karena itu, seorang *technopreneur* dituntut untuk memiliki *skill* agar konflik dan masalah dapat diselesaikan dan tertangani.

2. Menyediakan lapangan kerja

Seorang *technopreneur* juga harus bisa menyediakan lapangan pekerjaan bagi banyak orang dengan melakukan berbagai kerjasama dengan mitra. Hal ini berarti *technopreneurship* bisa membuka lapangan kerja.

3. Mendorong perkembangan teknologi

Technopreneurship berpeluang besar untuk mengembangkan teknologi. Karena *technopreneur* itu hidup dalam teknologi itu sendiri, maka banyak bisnis yang berbentuk atau berbasis teknologi, hal ini membuat semua orang bertekad untuk menciptakan inovasi baru agar inovasinya dilirik dan terpakai oleh masyarakat.

Manfaat *Technopreneurship*

Dilansir dari situs web milik Lefanre (Lefanre, 2023), manfaat *technopreneurship* sebagai berikut:

1. Menciptakan inovasi dan membangun ekonomi: *Technopreneurship* menciptakan inovasi dan mengembangkan produk dan layanan yang dapat mengubah proses bisnis serta menciptakan lapangan kerja bagi banyak orang. Hal tersebut mengakibatkan pertumbuhan ekonomi dan meningkatkan daya nilai suatu negara.
2. Menciptakan nilai guna: *Technopreneurship* menciptakan nilai guna melalui pengembangan solusi dan inovasi baru. Produk atau layanan yang inovatif ini dapat memberikan manfaat kepada konsumen dan membantu memecahkan permasalahan yang ada dimasyarakat.
3. Menciptakan lapangan pekerjaan: *Technopreneurship* dapat menciptakan lapangan pekerjaan melalui pengembangan *start-up*. Hal ini memberikan kesempatan bagi individu yang memiliki minat untuk mengembangkan keterampilan teknologi atau ingin membuat *start-up*, serta menciptakan inovasi baru yang dapat terpakai oleh masyarakat.
4. Transformasi industri: *Technopreneurship* mengubah pandangan dan cara kerja atau proses bisnis yang ada dalam suatu industri tersebut. Dengan menerapkan

pengembangan serta kepraktisan teknologi, bisnis dapat menyesuaikan terhadap perubahan pasar dan dapat bersaing dengan kompetitor.

Pengertian *Bootstrapping*

Bootstrapping adalah sebuah istilah yang digunakan membangun perusahaan dari nol dengan menggunakan tabungan atau uang pribadi, dan ketika berhasil melakukan penjualan, *income* yang masuk dari *sales* (penjualan), dapat digunakan untuk melanjutkan operasi usaha. *Bootstrapping* adalah menjalankan bisnis dengan sedikit atau tanpa uang tunai atau sumberdaya pendukung lainnya. *Bootstrap*, atau *business bootstrapping*, mengacu pada bisnis (kewirausahaan) yang dibangun menggunakan keuangan pribadi milik *founder* itu sendiri atau owner. Hal ini menjelaskan bahwa, investasi awal bisa dimulai dari persediaan uang yang ada seperti rekening tabungan, dana hibah dari perguruan tinggi, atau bisa jadi bersumber dari rekening tabungan pensiun dari orang yang menjalankan bisnis. Operasi usaha tidak bergantung pada pendanaan luar seperti bisnis.

Kelebihan *Bootstrapping*

Dilansir dalam situs web milik Mulyawan (Mulyawan, n.d.) berikut adalah beberapa kelebihan *bootstrapping*:

1. Pengusaha mendapatkan banyak pengalaman mempertaruhkan modalnya, dan jika usahanya gagal, tidak ada kewajiban untuk melunasi pinjaman atau pinjaman lainnya. Apa bila proyek tersebut berhasil, *owner* atau *founder* dapat mengumpulkan modal untuk menarik *investor*;
2. Memiliki kuasa dan kontrol penuh sebagai seorang *bootstrapper*, yakni yang menjalankan dan mempraktikkannya memiliki hal atas semua

perkembangan, dan memiliki kontrol penuh atas ide yang digunakan selama melakukan pengembangan bisnis;

3. Menjadi lebih kreatif agar dapat menambah dana untuk operasional pada awal-awal, *owner* atau *founder* akan mencari cara untuk memecahkan masalah, seperti membuat penawaran baru serta inovasi baru, dan menunjukkan pemikiran kreatif yang dapat berguna untuk masyarakat.

Kekurangan *Bootstrapping*

Dilansir dalam situs *web* milik Mulyawan (Mulyawan, n.d.) berikut adalah kekurangan dari *bootstrapping*:

1. Sulit dalam perkembangan dan pertumbuhan bisnis, hal ini bisa menjadi sulit jika permintaan akan suatu jasa atau produk yang melebihi kemampuan perusahaan untuk menawarkan agar dapat menghasilkan jasa dan produk;
2. Memiliki banyak resiko dalam pengelolaan keuangan, serta pengusaha mengambil semua risiko keuangan yang terjadi, dibandingkan membaginya dengan *investor* untuk berinvestasi dalam perkembangan pertumbuhan Perusahaan;
3. Keterbatasan modal serta kurangnya investasi dikarenakan tidak ada *investor*.

Macam-Macam Tahapan *Bootstrapping*

Dilansir dari situs *web* milik Accurate (2023) ada beberapa tahapan dalam melakukan *bootstrapping* sebagai berikut:

1. *Beginner stage* memulai dengan sejumlah uang simpanan atau uang pinjaman, yang berasal dari teman, misal

- pendiri perusahaan mengerjakan pekerjaan utamanya dan disaat yang bersamaan mulai membangun bisnis;
2. *Crowdfunding stage* merupakan tahap dimana uang dari pelanggan serta klien digunakan untuk mendanai kebutuhan-kebutuhan dalam perusahaan serta menjaga bisnis tetap beroperasi;
 3. *Credit stage* tahap kredit ini melibatkan wirausahawan agar berfokus pada pendanaan kegiatan, contoh membayar gaji, membeli peralatan dan perlengkapan serta mempekerjakan staf. Pada tahap ini, perusahaan mengambil pinjaman serta mencoba mencari modal tambahan untuk operasional perusahaannya.

Mengapa Orang Memilih *Bootstrapping*?

Dilansir dari situs *web* milik Accurate (Accurate, 2023) ada beberapa alasan mengapa orang memilih *bootstrapping* untuk pengembangan usahanya:

1. Kurangnya pengalaman dalam merencanakan bisnis dan berwirausaha serta keterampilan untuk memasarkan dan mempromosikan produk dengan konsumen;
2. Kurangnya pengetahuan dalam mengumpulkan dana untuk pembiayaan dan tidak ingin membagi pendapatan dengan investor.

Strategi Agar Dapat Menjalankan *Bootstrapping*

Dilansir dari situs *web* milik Accurate (2023) ada strategi yang efektif dalam menjalankan *bootstrapping*:

1. Membuat perencanaan bisnis yang diperlukan;
2. Menginvestasikan kembali laba bersih untuk memperkuat modal;
3. Harus memiliki mentor agar dapat memberikan sudut pandang dari pengalamannya;

4. Memanfaatkan jaringan sosial yang ada.

Pro Dan Kontra *Bootstrapping*

Dilansir dari situs *web* milik (Rahmalia, 2023) Ada beberapa aspek yang menjadi pro dan kontra terhadap *bootstrapping*:

1. Tidak perlu membagikan pendapatan kepada investor karena *bootstrapping* tidak memerlukan investor, akan tetapi ketika tidak ada investor kendala yang dihadapi adalah keterbatasan dalam pemodalannya untuk meningkatkan skala bisnis;
2. Selain memiliki kontrol penuh terhadap perusahaan dan memfokuskan pengelolaan untuk mencari keuntungan sejak awal serta memiliki visi jangka panjang, kelemahan dari beberapa aspek ini adalah sulit untuk mendapatkan konsumen karena terkendala dengan modal yang terbatas, dan kesulitan dalam *menghiring* orang untuk bekerja.

Pengertian *Fundraising*

Dilansir dari situs web milik Rahmalia (2023), *fundraising* adalah kebalikannya dari *bootstrapping*, yaitu mengumpulkan dana dari *investor* untuk mengembangkan startup dan dana tersebut bertujuan untuk mengembangkan produk atau jasa dalam aspek penjualan, pemasaran, dan lainnya.

Pro dan Kontra *Fundraising*

Dilansir dari situs web milik Rahmalia (2023), ada beberapa aspek yang menjadi pro dan kontra terhadap *fundraising*:

1. Memiliki peluang untuk membangun koneksi serta memperluas jaringan bisnis, akan tetapi resikonya adalah tidak menemukan *investor* yang tepat;

2. Memiliki modal dalam jumlah yang besar serta lebih cepat dalam mendapatkan konsumen, karena memiliki investor kendala yang dihadapi adalah kehilangan kontrol pada bisnis atau *investor* ikut campur tangan dalam mengoperasikan bisnis.

Inovasi PT Roketin

Pada saat awal membangun PT Roketin di tahun 2015, Tony Darmasaputra mempunyai ide awal untuk membuat suatu aplikasi yang dapat menciptakan *website* (situs *web*) secara otomatis dan cepat, solusinya supaya perusahaan bisa memiliki *website* dengan mudah dan cepat, karena kepemilikan *website* penting bagi kredibilitas bisnis sebuah perusahaan. Saat mendirikan usaha PT Roketin beliau memutuskan untuk tidak menggunakan *investor*, karena tidak ingin *investor* ikut campur dalam operasional bisnis. Tetapi ketika tidak ada *investor*, kendalanya adalah modal dan *networking* yang terbatas, oleh karena itu beliau memutuskan untuk menggunakan sistem *bootstrapping*. Pada saat awal-awal membangun PT tersebut, beliau berinovasi dengan cara lain seperti menjalankan *project service*, membuat aplikasi untuk dijual, dan sebagainya. Keuntungannya digunakan untuk merekrut karyawan. Seiring berjalannya waktu, pada tahun 2017 dan 2018, ada metode pengembangan sistem yang sedang *booming* yang disebut *Software Development Life Cycle* (SDLC) yaitu kerangka kerja atau model manajemen proyek terstruktur yang menguraikan fase-fase yang diperlukan untuk membangun infrastruktur sistem IT, dari awal hingga hasil akhir. *Software Development Life Cycle* bertujuan untuk menciptakan proses produksi yang efektif dan berkualitas tinggi supaya *klien* dapat terpenuhi kebutuhannya dan melampaui harapan *klien* dengan anggaran dan jadwal yang telah ditentukan. Selanjutnya PT Roketin melakukan transformasi menjadi *Agile IT company*, dan hasil dari transformasi ini adalah berkembangnya *service*

outsourcing dari PT Rokekin. Karena layanan ini dianggap lebih menjanjikan maka PT Rokekin menghentikan produk pendahulunya (*generating website*), dan lebih memfokuskan kepada layanan baru yaitu *service outsourcing*.

Bootstrapping sendiri adalah proses ketika kita ingin membangun usaha tetapi dengan modal sendiri yang terbatas. Pada saat itu Tony Darmasaputra mengeluarkan modal sebesar 150.000 rupiah untuk membeli nama *domain* roketin.com (*website* internet pribadi). Menurut beliau, dengan *bootstrapping* ada keunggulan yang bisa didapatkan yaitu dapat membangun idealisme pendiri ke dalam perusahaan serta bebas melakukan perubahan model bisnis (*pivoting*), tanpa khawatir ada campur tangan kendali dari *investor*. Namun ada juga kelemahan utama dari *bootstrapping* yaitu kekurangan dana, lalu proses *scaling* yang sangat lama, dan *networking* akan terbatas ketika tidak ada *investor*.

Namun Tony Darmasaputra berhasil mengatasi kelemahan *bootstrapping* dalam hal *networking*. Setelah berdiskusi mereka berempat memutuskan untuk menjalankan bisnis bersama, karena dirasa sudah cukup kesiapan dan kelengkapan, didirikanlah PT Rokekin beranggotakan 4 orang.

Dalam *partnership* tersebut sering kali terjadi perbedaan sudut pandang berpikir atau persepsi dari masing-masing *co-founder*, akan tetapi konflik tersebut dapat menghasilkan dampak positif seperti bertukar pikiran, berargumentasi, karena profesionalisme dalam membuat bisnis dengan *partnership* harus dijunjung tinggi.

Menurut pandangan Tony Darmasaputra *technopreneur* itu bukan sekedar *entrepreneur* yang menyelipkan teknologi untuk mengembangkan usahanya. *Technopreneur* hidup dalam industri teknologi, seperti visi dari PT Rokekin yaitu,

membantu para pengusaha lain agar bisa *go digital* dan memberikan solusi-solusi lain supaya para pengusaha lainnya bisa melakukan transformasi digital terhadap usahanya. Seseorang bisa dikatakan sebagai seorang *technopreneur* ketika mampu memberikan solusi terhadap problematika dunia menggunakan teknologi dan mengubah proses bisnis lama menjadi baru. *Technopreneur* bukanlah *entrepreneur* yang sekedar menempelkan teknologi pada usaha bisnisnya. Lebih dari itu, *technopreneur* menerapkan teknologi tertentu sebagai tulang punggung proses bisnisnya, sehingga ada perubahan pada proses bisnis dibandingkan apa yang dilakukan oleh bisnis konvensional.

Teknologi bukan sekedar alat tetapi sudah menjadi jiwa inti proses bisnis dengan memberikan keunggulan nilai dan kemampuan bersaing yang tinggi, melebihi para pesaing. Sebagai contoh, seseorang berjualan baju di toko yang kemudian menggunakan teknologi untuk berjualan baju secara online belum tepat dianggap sebagai seorang *technopreneur*, meski ada inovasi yang berbeda dari rata-rata pesaing di usaha sejenis, bisa saja dikatakan sebagai seorang *entrepreneur*. Contoh lain adalah Gojek dengan teknologi aplikasi *online* yang mengubah secara radikal proses bisnis layanan ojek. Meski produk yang diterima pelanggan relatif tidak berubah, sama dengan layanan transportasi ojek konvensional, namun proses bisnis untuk layanan hingga *delivery* layanan kepada pelanggan berubah drastis dan menjadikan keunggulan besar dibanding layanan ojek (bisnis pesaing yang konvensional). Pengalaman pelanggan ketika mendapatkan layanan Gojek sangat berbeda dengan layanan ojek konvensional. Pelanggan maupun penyedia transportasi dengan ojek merasakan manfaat berupa mudahnya melakukan langkah-langkah pemesanan, transaksi, sampai *delivery* layanan dengan dukungan aplikasi online Gojek lewat internet sedemikian hingga layanan ojek dengan proses bisnis konvensional tidak lagi dilirik baik oleh pelanggan

maupun penyedia layanan ojek, karena secara nilai ojek konvensional banyak kekurangan dibandingkan layanan Gojek. Teknologi di bisnis Gojek menjadi tulang punggung yang tidak bisa dipisahkan, bukan sekedar teknologi tempelan semata.

Inovasi *Technopreneur*

Technopreneur bukanlah *entrepreneur* yang sekedar menggunakan teknologi pada usaha bisnisnya. *Technopreneur* memakai teknologi tertentu sehingga merubah proses bisnisnya dari yang awalnya konvensional menjadi lebih memiliki nilai dan daya saing yang tinggi dalam masyarakat, sehingga bisnis cara lama yang bersifat konvensional ditinggalkan. Selain menciptakan perubahan nilai lewat transformasi proses bisnis, *technopreneur* juga harus mengambil tindakan yang tepat dalam pemilihan metode, apakah akan menggunakan metode *bootstrapping* atau *fundraising*? Karena hal tersebut menuai pro dan kontra dan masing-masing dari kedua metode tersebut memiliki kelebihan dan kekurangannya sendiri dalam keberlangsungan bisnis. Oleh karena itu sebagai seorang *technopreneur* harus mempertimbangkan secara matang mulai dari aspek keuangan perusahaan, visi jangka panjang, dan aspek lainnya yang berpengaruh terhadap perusahaan. Terlepas dari kedua metode tersebut keduanya dapat menjadi alat yang efektif untuk mendorong perkembangan bisnis.

Referensi

- Abbas, A. A. (2018). The bright future of Technopreneurship. *International Journal of Scientific & Engineering Research*, 9(12), 563-566.
- Accurate. (2023). Bootstrapping Adalah: Pengertian, Kelebihan, Kekurangan dan Perbedaannya dengan Venture Capital. *Accurate.Id*. <https://accurate.id/bisnis-ukm/bootstrapping-adalah/>

- Huda, N. (2022, November 10). Pengertian Technopreneur, Contoh dan Tujuan Technopreneurship. *Dewaweb*. <https://www.dewaweb.com/blog/pengertian-technopreneur/>
- Lefanre. (2023). Technopreneurship: Pengertian, Karakteristik, Manfaat, Tujuan, Tantangan, Langkah dan Contoh Kasus. *Idmetafora*. <https://idmetafora.com/id/blog/read/3487/Technopreneurship-Pengertian-Karakteristik-Manfaat-Tujuan-Tantangan-Langkah-dan-Contoh-Kasus.html>
- Mulyawan, R. (n.d.). Mengenal Pengertian Bootstrapping: Apa itu? Sejarah, Tujuan, Macam Tahapan, Contoh, Kelebihan dan Kekurangan serta Cara Melakukannya! *RifqiMulyawan.com*. <https://rifqimulyawan.com/blog/pengertian-bootstrapping/>
- Rahmalia, N. (2023). Fundraising vs Bootstrapping: Mana yang Terbaik untuk Startup? *Paper.Id*. <https://www.paper.id/blog/tips-dan-nasihat-umkm/fundraising-vs-bootstrapping/>
- Riskita, A. (2022). Ciri-Ciri Technopreneur, Ini Sosok yang Patut Dijadikan Inspirasi. *Store.Sirco*. <https://store.sirclo.com/blog/ciri-ciri-technopreneur/>
- Romeltea. (2023). Technopreneur: Pengertian, Contoh, dan Tips. *Romeltea.com*. <https://romeltea.com/technopreneur-pengertian-contoh-dan-tips/>
- Tekno, H. T. (2022). *Technopreneurship: Pengertian, Landasan, dan Tokoh-tokohnya*. *Kumparan.com*. <https://kumparan.com/how-to-tekno/technopreneurship-pengertian-landasan-dan-tokoh-tokohnya-1zMLUGcSKOr>

DINAMIKA DI BALIK KESUKSESAN SEORANG *TECHNOPRENEUR*

Rifqi Hanifan, Novie Theresia Br. Pasaribu

Hendry Ang dan Teknologi

Menurut Anglin, teknologi adalah implementasi ilmu-ilmu perilaku, alam, dan pengetahuan lainnya secara terorganisir dan sistematis dengan tujuan memecahkan masalah (Suryadi, 2020). Teknologi memiliki peran krusial dalam transformasi sosial, ekonomi, dan budaya. Pengaruhnya dapat dirasakan dalam meningkatnya aksesibilitas informasi, efisiensi komunikasi, dan perkembangan industri. Khususnya, di era industri 4.0, karena era ini mengandalkan teknologi dalam segala bidang terutama kesehatan, pemerintahan dan lain-lain. Dengan demikian, pemanfaatan teknologi sangat direkomendasikan untuk kebijakan-kebijakan di bidang Kesehatan

Hendry Ang S.T. merupakan salah satu tokoh yang bergerak di bidang teknologi. Beliau lahir di Kota Jakarta pada 21 September 1982. Perjalanan karirnya dimulai dari lulus sebagai Sarjana Teknik Elektro di Universitas Kristen Maranatha pada tahun 2005. Pengalaman beliau bekerja di berbagai perusahaan, termasuk PT Fondaco Mitratama dan PT Covidien Indonesia, memberikan landasan kuat untuk kemudian memulai usaha sendiri sebagai seorang technopreneur di bidang alat kesehatan di PT Indomedik Niaga Perkasa. Dalam dunia kesehatan, kewirausahaan teknologi menjadi semakin penting, dan beliau menjadi pelaku yang aktif dalam mengembangkan solusi teknologi untuk permasalahan kesehatan.

Kiprah Hendry Ang di civitas akademik Universitas Kristen Maranatha memberikan gambaran bahwa seorang alumni dapat sukses dalam dunia bisnis dan industri, terutama jika didukung oleh bekal pengetahuan dan keterampilan yang diperoleh selama masa studi. Sebagai mahasiswa, Hendry Ang menekankan pada partisipasi aktif dalam kegiatan akademik dan non-akademik, dan sebagai alumni, beliau telah menunjukkan kesuksesan sebagai wirausaha teknologi di industri perangkat medis.

Keterkaitan *Entrepreneur* dan *Technopreneur*

1. *Entrepreneur*

Istilah *entrepreneur* berasal dari bahasa Perancis, yaitu *entreprende*, yang sudah dikenal sejak abad ke-17 dan memiliki arti “berusaha.” Dalam konteks bisnis, istilah ini merujuk pada tindakan memulai suatu bisnis. Kewirausahaan (*entrepreneurship*) merupakan suatu proses dari kreativitas dan inovasi digunakan untuk mengatasi masalah dan mengidentifikasi peluang guna meningkatkan kondisi bisnis (Zimmerer, 1996).

Seorang *entrepreneur* adalah individu yang mendirikan usaha dengan mengenali peluang yang ada, menggabungkan sumber daya yang diperlukan, meskipun harus mengambil risiko dan menghadapi ketidakpastian, demi mencapai keuntungan dan pertumbuhan (Wedayanti dkk., 2016 dalam Anggraini dkk., 2019). Kewirausahaan mencakup sikap, tindakan, dan proses yang dilakukan oleh wirausahawan untuk memulai, mengelola, dan mengembangkan usahanya. Dalam memahami perkembangan konsep kewirausahaan, berikut adalah penelitian yang telah diidentifikasi (Carland dkk., 1984) mengenai karakteristik kewirausahaan yang beragam dari waktu ke waktu (Tabel 1).

Tabel 1 Karakteristik Kewirausahaan

Tahun	Penulis	Karakteristik
1848	Mill	Keberanian untuk menanggung risiko.
1917	Weber	Memiliki kekuasaan dan kewibawaan.
1934	Schumpeter	Inovatif; inisiatif.
1954	Sutton	Hasrat untuk bertanggung jawab.
1959	Hartman	Memiliki kekuasaan dan kewibawaan.
1961	McClelland	Memperhitungkan risiko; kebutuhan berprestasi.
1963	Davids	Berambisi; hasrat untuk tidak tergantung, percaya diri dan bertanggung jawab.
1964	Pickle	Drive/mental; hubungan antara manusia; kemampuan berkomunikasi, kecakapan teknis.
1971	Palmer	Mengukur dan memperhitungkan risiko.
1971	Homaday & Aboud	Kebutuhan berprestasi, mandiri; agresif; kekuasaan inovatif dan independent.
1973	Winter	Kebutuhan akan kekuasaan.
1974	Borland	Mampu mengendalikan diri.
1974	Liles	Kebutuhan berprestasi.
1977	Gasse	Berorientasi pada nilai-nilai yang bersifat personal.
1978	Timmons	Percaya diri; berorientasi pada pencapaian sasaran; bersedia mengambil risiko, kreatif dan inovatif.
1980	Sexton	Energik dan ambisius, bersikap positif atas kegagalan.

Tahun	Penulis	Karakteristik
1981	Welsh & White	Bertanggung jawab; percaya diri; menyukai tantangan dan bersedia mengambil risiko.
1982	Dunkelberg & Cooper	Berorientasi pada pertumbuhan, independent; memiliki keterampilan teknik.

Sumber: James W. Carland dkk., “*Differentiating Entrepreneurs form Small Business Owners: A Conceptualization* dalam Darajat (2015)

2. *Technopreneur*

“*Technopreneurship*” merupakan gabungan dari kata “*Technology*” dan “*Entrepreneurship*” yang dapat disimpulkan sebagai proses pembentukan dan kolaborasi antara bidang usaha dan penerapan teknologi sebagai instrumen pendukung dan sebagai dasar dari usaha, dalam proses, sistem, pihak yang terlibat, maupun produk yang dihasilkan (Edinov dkk., 2023).

Dalam karyanya yang berjudul *Kewirausahaan, Teori dan Praktek* (Meredith, 1995:5) menyajikan karakteristik dan sifat-sifat yang membentuk gambaran dari seorang wirausaha, yang dapat diuraikan sebagai berikut (Tabel 2):

Tabel 2 Tabel Karakteristik *Technopreneur*

Ciri	Watak
Percaya Diri	Keyakinan, kemandirian, individualitas, optimisme
Berorientasi tugas dan akhir	Kebutuhan akan prestasi, berorientasi hasil, ketekunan dan ketahanan, tekad kerja keras, memiliki dorongan kuat, energik dan berinisiatif

Ciri	Watak
Pengambil Resiko	Kemampuan mengambil resiko, suka pada tantangan
Kepemimpinan	Bertingkah laku sebagai pemimpin.
Orisinalitas	Memiliki banyak sumber, mengetahui banyak hal, kreatif, inovatif dan inisiatif
Berorientasi ke masa depan	Pandangan ke depan dan perspektif

Sumber: Geoffrey G. Meredith dkk. (1996)

Memulai Usaha

Cara Hendry Ang memulai usaha berpartner memberikan wawasan tentang pentingnya kepercayaan, pemahaman minat partner, dan identifikasi peran serta tanggung jawab setiap individu. Strategi efektif yang diajarkan beliau mencakup pemahaman visi dan misi bersama, identifikasi peran dalam bisnis, menjalin komunikasi baik, dan pengelolaan keuangan yang baik. Keseluruhan pendekatan ini menciptakan dasar yang kuat untuk keberhasilan bisnis berpartner.

Dalam melihat rencana beliau untuk membuka usaha sendiri, Hendry Ang memiliki langkah-langkah konkret yang mencakup pemilihan jenis usaha, persiapan modal, perencanaan bisnis komprehensif, dan pembangunan jaringan bisnis. Dengan demikian, beliau memberikan panduan praktis bagi mereka yang berencana memulai usaha sendiri.

Teknologi dan Inovasi

Pandangan Hendry Ang terhadap teknologi dan inovasi di bidang alat kesehatan mencerminkan pentingnya terus berkembang dan berinovasi dalam mendukung

pertumbuhan sektor kesehatan di Indonesia. Optimisme beliau terhadap kemajuan teknologi dalam negeri tercermin dalam dukungannya terhadap arahan Presiden Jokowi untuk memproduksi alat kesehatan dalam negeri, menunjukkan komitmennya terhadap perkembangan industri kesehatan di tanah air.

Selain itu, Hendry Ang memberikan panduan praktis bagi mereka yang berkeinginan memulai usaha di bidang ini, termasuk penentuan jenis alat kesehatan, persiapan modal, dan pentingnya menjalin kerjasama dengan pihak lain untuk memperkuat ekosistem kesehatan di Indonesia.

Persaingan dan Target

Strategi Hendry Ang dalam menghadapi persaingan menekankan pentingnya memperhatikan distribusi alat kesehatan dan beradaptasi dengan perubahan teknologi. Pergeseran perusahaannya menuju peningkatan teknologi dalam negeri mencerminkan respons yang cerdas terhadap persaingan global. Pemilihan mitra yang tepat juga menjadi strategi kunci dalam menjaga kepercayaan dan meminimalkan risiko kerugian.

Strategi yang diterapkan oleh Hendry Ang dalam menghadapi persaingan di bidang alat kesehatan melibatkan perhatian terhadap distribusi, peningkatan teknologi dalam negeri, dan pemilihan mitra yang tepat. Beliau juga menjelaskan bahwa alat kesehatan yang diproduksi bisa merupakan hasil ciptaan perusahaan atau modifikasi produk luar, melalui kerjasama dengan perusahaan asing.

Cara Hendry Ang menentukan target pasar melibatkan kerjasama dengan pihak-pihak terkait, seperti rumah sakit. Riset pasar, pengenalan pesaing, dan penentuan prioritas menjadi langkah-langkah penting dalam menentukan target pasar. Dengan fokus pada kebutuhan konsumen,

keunggulan produk, dan strategi pemasaran, beliau memberikan panduan bagi mereka yang ingin memahami dan menargetkan pasar dengan efektif.

Tantangan dan Tujuan

Alasan Hendry Ang memilih bidang alat kesehatan memberikan wawasan bahwa terkadang kehidupan membawa kita ke arah yang tidak terduga. Pengalamannya yang dimulai dari Teknik Elektro membuktikan bahwa ketidakpastian bisa membawa kesuksesan. Filosofi hidupnya tentang menghadapi dua pilihan sebagai rintangan atau tantangan mencerminkan sikap positifnya terhadap hidup.

Strategi Hendry Ang dalam menghadapi tantangan mencakup sikap tidak menyerah, pembelajaran dari pengalaman dan kesalahan, dan fokus pada tujuan yang dapat dicapai. Beliau memberikan inspirasi bahwa kegagalan bukan akhir dari segalanya, melainkan bagian dari proses menuju kesuksesan.

Dalam merencanakan tujuan selanjutnya dalam usaha alat kesehatan, Hendry Ang berfokus pada pengembangan perusahaannya menjadi lebih besar dan berencana untuk *go-public*. Tujuannya adalah memproduksi alat-alat kesehatan dalam negeri yang dapat bersaing secara global. Beliau menekankan pentingnya memimpin dan membentuk generasi berikutnya dengan pemikiran yang baik.

Prinsip “Ground-Zero”

Cara Hendry Ang memanajemen waktu mencakup keberanian untuk mengambil risiko dan menjalin hubungan yang baik dengan partner. Prinsip “*ground-zero*” dan kepercayaannya pada pemilihan partner yang tepat menciptakan dasar yang kuat untuk manajemen waktu yang efektif.

Nilai-nilai hidup yang Hendry Ang berikan meliputi etos kerja keras, ketekunan, inovasi, dan keberanian untuk mengambil risiko. Filosofi hidupnya yang mendasarkan pada integritas, kedisiplinan, dan sikap positif dapat menjadi inspirasi bagi banyak individu yang berusaha meraih kesuksesan.

Kisah sukses Hendry Ang di bidang teknologi kesehatan menjadi bukti bahwa perjalanan karir yang sukses tidak selalu melibatkan rencana yang terinci. Beliau memberikan contoh bahwa ketekunan, keberanian untuk mengambil risiko, dan kesiapan untuk terus belajar dapat membawa seseorang meraih kesuksesan di bidang yang mungkin tidak pernah terpikirkan sebelumnya.

Hendry Ang memberikan banyak pandangan berharga tentang kewirausahaan, teknologi, dan pengembangan karir. Kesuksesannya sebagai *technopreneur* di bidang alat kesehatan memberikan inspirasi dan wawasan bagi generasi muda yang ingin mengejar karir di dunia kesehatan dan teknologi.

Referensi

- Anggraini, R. A., Rousyati, R. P., & Alamsyah, D. P. (2019). Analisis Penerapan Technopreneurship pada Perusahaan Energi Alternatif. *Jurnal Kajian Ilmiah*, 19(2), 119-125.
- Carland, J. W., Hoy, F., Boulton, W. R., & Carland, J. A. C. (1984). Differentiating entrepreneurs from small business owners: A conceptualization. *Academy of management review*, 9(2), 354-359.
- Darojat, O., & Sumiyati, S. (2015). *Konsep-konsep Dasar Kewirausahaan/Entrepreneurship. Pendidikan Kewirausahaan*, Tangerang Selatan: Universitas Terbuka, 1-53.
- Edinov, S., Violinda, Q., Supriyadi, S., Cahyo, A. N., Fajarwati, N. K., Azizi, E., & Marwati, F. S. (2023). *Konsep Dasar Technopreneurship*.

- Geoffrey, G. Meredith, dkk. (1996). *Kewirausahaan Teori Dan Praktek*. Jakarta: PT. Pustaka Binaman Presindo.
- Suryadi, A. (2020). *Teknologi dan Media Pembelajaran Jilid i*. CV Jejak (Jejak Publisher).
- Zimmerer, W.T. (1996). *Entrepreneurship and The New Venture Formation*. New Jersey: Prentice Hall International, Inc.

INTEGRITAS DAN ADAPTIF TERHADAP PELUANG: KUNCI SUKSES NICKY SANG PENDIRI EMRYS

Siti Octiana, Tarisya Apriliana

Mengenal Nicky Khosasie

Nicky Khosasie merupakan salah satu alumni Universitas Kristen Maranatha dengan gelar S1 Manajemen pada tahun 2013. Beliau lahir di Jakarta 14 Juni 1990. Sejak masih duduk di bangku Sekolah Menengah Atas, beliau sudah mulai mencari peluang untuk usaha, sebab *passion* beliau berada di ranah bisnis. Pada tahun 2018, Nicky Khosasie mendirikan bisnis aksesoris titanium dan masih berjalan hingga saat ini. Selama menjalankan bisnis tersebut, beliau pernah melakukan pertemuan dengan pihak Universitas Kristen Maranatha untuk menjalin kerja sama.



Gambar 1 Foto Nicky Khosasie
Sumber: Dokumentasi Tokoh



Gambar 2 Foto Nicky dan Keluarga
Sumber: Dokumentasi Tokoh

Gambar 1 di atas merupakan foto salah satu *entrepreneur* Indonesia, yaitu Nicky Khosasie. Nicky Khosasie merupakan pendiri Emrys. Gambar 2 merupakan anak dan istri Nicky. Tidak hanya Nicky, istrinya pun seorang *entrepreneur* dari perusahaan yang bergerak di bidang *skincare* bernama Solcare.

Entrepreneur

Kata “*entrepreneur*” berasal dari bahasa Prancis, “*entreprendre*,” yang telah dikenal sejak abad ke-17 dan artinya berusaha. Dalam konteks bisnis, istilah ini mengacu pada seseorang yang memulai dan mengelola bisnis dengan mengambil risiko. Menurut Kamus Merriam-Webster, seorang *entrepreneur* adalah individu yang mengorganisir dan bertanggung jawab atas suatu bisnis atau usaha.

Menurut Thomas W. Zimmerer (2008) dalam artikel yang ditulis Apidana (2012), *entrepreneurship* (kewirausahaan) adalah penerapan kreativitas dan keinovasian untuk memecahkan permasalahan dan upaya memanfaatkan peluang-peluang yang dihadapi orang setiap hari. Menurut

Andrew J. Dubrin (2008) dalam artikel yang ditulis Apidana (2012), *entrepreneur* adalah seseorang yang mendirikan dan menjalankan sebuah usaha yang inovatif.

Entrepreneurship dan *entrepreneur* adalah dua aspek yang tidak bisa dipisahkan dalam dunia bisnis. *Entrepreneurship* merujuk pada proses dan sifat yang mendasari pengembangan bisnis, sementara *entrepreneur* adalah individu yang menjalankan atau memiliki sifat-sifat tersebut. Seorang *entrepreneur* memiliki keberanian untuk mengambil risiko dalam mengambil peluang bisnis, bahkan dalam situasi yang tidak menentu. Mereka aktif mencari, memanfaatkan, dan menciptakan peluang bisnis, dan mereka mengakui bahwa risiko kerugian adalah bagian dari perjalanan bisnis mereka. Selain itu, wirausahawan dikenal karena kemampuannya untuk menciptakan inovasi dalam berbagai aspek bisnis, yang dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas kerja. Mereka bukan individu biasa, melainkan individu dengan kualitas pribadi yang menonjol yang mendasari tindakan mereka (Ali, 2021). Karakteristik wirausahawan menurut Winarto (2002) dalam artikel Megantara (2011) mengungkapkan lima ciri *entrepreneur* unggulan, yaitu:

1. Bersedia mengambil risiko

Seorang wirausahawan unggulan memiliki keberanian untuk memulai usaha, bahkan dalam situasi yang penuh ketidakpastian. Mereka hanya mengambil risiko yang telah mereka pertimbangkan secara matang.

2. Gemar menghadapi tantangan

Wirausahawan melihat setiap situasi sebagai sebuah tantangan yang dapat memotivasi mereka untuk terus maju. Perubahan yang terus berlangsung dianggap sebagai peluang daripada kendala.

3. Memiliki ketahanan yang tinggi

Seorang wirausahawan harus memiliki daya tahan mental yang kuat. Mereka tidak mudah menyerah dalam situasi sulit dan memiliki kemampuan untuk bangkit dari kegagalan dengan tekun.

4. Memiliki visi jangka panjang

Setiap tindakan yang dilakukan oleh seorang wirausahawan memiliki tujuan yang melampaui sekadar langkah awal. Mereka menetapkan target jangka waktu tertentu untuk bisnis mereka, seperti lima tahun ke depan atau lebih.

5. Selalu berupaya memberikan yang terbaik

Seorang wirausahawan akan mengoptimalkan seluruh potensinya. Jika mereka merasa kurang kompeten dalam suatu bidang, mereka bersedia merekrut individu berkompeten untuk membantu menjalankan bisnis mereka dan memberikan layanan terbaik bagi pelanggan.

Inovasi dan *Entrepreneurship*

Pada dasarnya kewirausahaan dan inovasi tidak dapat terpisahkan, karena keberhasilan suatu usaha dipengaruhi oleh inovasi (Handayani dkk., 2017). Seorang pengusaha yang memiliki visi untuk mempertahankan bisnisnya di antara ketatnya persaingan, tentu diperlukan sebuah inovasi. Ada tidaknya inovasi akan menjadi sebuah pembeda antara pengusaha dengan pedagang biasa. Tidak adanya inovasi, akan memungkinkan sebuah bisnis lebih mudah berhenti karena tersaingi. Dari segi definisi tersendiri, inovasi dapat diartikan sebagai upaya untuk membawa perubahan, perbaikan dan pengembangan bisnis dari ide-ide kreatif yang ada agar bisnis dapat terus mengarah ke arah yang lebih baik (Drucker, 2015). Dengan begitu, sebuah bisnis menjadi tidak stagnan.

Dalam setiap kewirausahaan baik itu usaha skala besar maupun kecil, inovasi menjadi sebuah peran penting. Meskipun demikian, menurut Bessant dkk. (2018), inovasi tidak terbentuk atau terjadi begitu saja. Hal ini justru adanya dorongan oleh kewirausahaan. Di balik proses terbentuknya inovasi merupakan gabungan kuat dari visi, *passion*, energi, komitmen dan keberanian dalam pengambilan risiko. Terbentuknya inovasi setidaknya melalui beberapa tahap, yaitu (1) melihat peluang: peluang selalu muncul kapanpun dan dimanapun serta biasanya peluang muncul ketika adanya suatu persoalan atau persepsi yang bersenjangan dengan realita atau kebutuhan seseorang; (2) mencari sumber daya: setelah melihat peluang yang potensial, biasanya akan muncul sebuah ide, yang dapat berlanjut ke tahap mencari sumber daya yang ada untuk dapat merealisasikan sebuah ide; (3) mengembangkan ide: tahap ini merupakan tahap implementasi dari ide yang sudah ada; tahap terakhir yaitu (4) menangkap nilai dari inovasi yang dilakukan serta pengendalian dan evaluasi.

Membangun Bisnis

Nicky Khosasie lulusan Program Studi Manajemen ini pada awalnya seorang agen asuransi selama kurang lebih 4 tahun, namun kini beliau salah satu *entrepreneur*. Bisnis yang dijalankan dari tahun 2018 hingga saat ini bernama *Emrys*. *Emrys* merupakan bisnis aksesoris titanium yang berfokus pada pangsa pasar pria. Strategi penjualan dari *brand Emrys* ini berfokus pada *platform* digital melalui media *Instagram*, *Shopee*, Tokopedia, Tiktok, dan media lainnya yang sedang banyak digunakan oleh masyarakat. Pemanfaatan beberapa media tersebut, agar *Emrys* dapat selalu mengikuti tren dan perkembangan digital.

Perusahaan PT Axelen Milenia Grup yang dikelola oleh Nicky ini memiliki dua lini bisnis, yaitu *Emrys* (aksesoris

titanium) dan *Solcare* (*skincare*). Berikut adalah gambar dari produk *Solcare*.



Gambar 3 Produk *Solcare*
Sumber: Dokumentasi Tokoh

Nicky sendiri secara khusus terlibat dalam pengembangan bisnis *skincare* bersama istrinya. Sementara itu, istrinya pun menjadi mentor dalam bisnis aksesoris. Artinya, mereka dalam menjalankan dan mengembangkan PT Axelen Milenia Grup ini saling bekerja sama dan melengkapi satu sama lain. Inilah salah satu kunci di balik suksesnya bisnis tersebut. Tidak diragukan lagi bahwa keterlibatan kerja sama tim dalam pengelolaan suatu usaha akan meningkatkan kinerja dari perusahaan itu sendiri (Agarwal dkk., 2016).

PT Axelen Milenia Grup ini tidak muncul begitu saja, melainkan pada awalnya berdasarkan peluang yang mereka anggap menjanjikan dan berotensi baik. Berawal dari sang istri yang telah aktif terlibat bisnis *online* sejak sekitar tahun 2011-2012, sementara Nicky pada saat itu masih cukup skeptis terhadap peluang bisnis *online*. Nicky memandang bisnis *online* dengan keraguan apakah bisnis yang tidak memiliki kehadiran fisik seperti toko dapat berkembang dengan baik atau tidak. Akan tetapi, setelah mulai menjalaninya, beliau mulai tersadar bahwa betapa besar potensi pasar *online*. Bisnis *online* ternyata memiliki peluang besar untuk tumbuh, meskipun tidak memiliki kehadiran fisik seperti toko konvensional. Hal tersebut dapat dikatakan

bahwa memang adanya perubahan sebuah paradigma, terutama di era perkembangan teknologi ini.

Setiap bisnis tentu tidak peluang saja yang diperhatikan, melainkan setiap proses selalu disertai dengan memerhatikan faktor lain seperti tantangan, pesaing dan pelanggan. Tantangan bagi Nicky dalam mengembangkan bisnisnya adalah bagaimana dapat menarik minat *investor* yang memiliki dana atau modal besar. Hal ini juga sekaligus menjadi hambatan Emrys untuk mempromosikan. Menurutnya, tantangan dan hambatan tersebut masih bisa diatasi dengan mengembangkan inovasi dan strategi-strategi yang diterapkan. Dalam inovasi, penting bagi *Emrys* untuk melakukan perubahan dalam pasar atau melihat sekiranya pesaing belum melakukan hal tersebut. Ide pokoknya adalah untu menjadi yang pertama dalam menerapkan sesuatu hal yang baru, sehingga pasar dapat merespon positif. Pasar cenderung menganggap hal yang sudah ada dan lumrah, namun Nicky harus tetap berpikir kreatif untuk menjadi *pioneer* dalam menerapkan inovasi di pasar. Ide inovasi dari Nicky untuk mengembangkan usahanya adalah mendirikan sebuah pabrik berdasarkan produk yang *Emrys* kini tawarkan, namun menciptakan pabrik yang belum pernah ada di Indonesia. Berikut adalah gambar mengenai produk yang ditawarkan oleh Emrys.



Gambar 4. Aksesoris Titanium Anti Karat

Sumber: Dokumentasi Tokoh

Gambar di atas merupakan produk yang ditawarkan *Emrys*, yaitu gelang dan kalung berbahan titanium. Meskipun berbahan titanium, aksesoris ini tidak akan berkarat dan luntur. Selain itu, titanium juga merupakan logam yang ringan dan dapat tahan lama. Desain pada setiap produk selalu mengikuti tren, sehingga *up to date*, dan modern. Produk ditawarkan dengan ciri khas model tertentu yang terinspirasi dari mitologi-mitologi dunia. Dengan begitu, desain atau model tetap memiliki autentik tersendiri serta elegan. Salah satu inovasi yang dilakukan terhadap produk *Emrys* yaitu setiap gambar, nama dan sebagainya dapat dikustomisasi, sehingga pelanggan dapat membuat desain sesuai dengan keinginan dan kebutuhan pelanggan.



Gambar 5. Aksesoris dan Parfum *Emrys*
Sumber: Dokumentasi Tokoh

Gambar 5 merupakan gambar aksesoris dan parfum *Emrys*. *Emrys* tidak hanya menawarkan produk berupa aksesoris seperti gelang dan kalung saja, melainkan kini *Emrys* berinovasi dan memperluas jenis produknya, yaitu parfum. Dalam pengambilan keputusan untuk mengembangkan inovasi, tentu disertai dengan risiko. Nicky bersama tim selalu melakukan diskusi sebelum mengambil keputusan. Sebagai contoh, jika keputusan tersebut melibatkan pengeluaran dana besar untuk promosi, anggaran pemasaran, atau tambahan modal yang signifikan, Nicky dan tim selalu mempertimbangkannya

dengan cermat. Faktor kedua setelah tantangan, yakni memperhatikan pesaing dan bagaimana menyikapinya. Bagi Nicky, pesaing merupakan sumber inspirasi untuk bisa berada di posisi yang sama dengan pesaing tersebut dengan cara mengikuti jejak perkembangan pesaing. Faktor terakhir dan terpenting yaitu pelanggan. Nicky selalu memastikan bahwa pelanggan merasa puas dengan produk dan layanannya, serta memberikan kontribusi positif kepada lingkungan sekitar. Emrys menerapkan nilai kejujuran dalam berkomunikasi untuk menjaga pelanggannya. Artinya dengan tulus meyakinkan pelanggan bahwa apa yang perusahaan sampaikan selaras dengan produk atau layanan yang *Emrys* tawarkan.

Suatu usaha dapat dikatakan sukses atau tidaknya tergantung pada individu bagaimana mengelola usaha tersebut dan bagaimana sikap mengambil keputusan dari peluang dan faktor lainnya yang memengaruhi perusahaan (Octavia, 2015). Mengenai hal tersebut, dapat dikatakan bahwa ketika suatu usaha dianggap sukses, maka secara tidak langsung individu yang mengelola pun telah berhasil. Menurut Nicky, faktor utama suksesnya seorang wirausahawan adalah tingkat disiplin yang disertai dengan motivasi tinggi dalam menjalani kehidupan dan mengejar tujuan-tujuan yang ditentukan secara konsisten. Selain itu, sifat atau karakter yang harus dimiliki oleh seorang wirausahawan adalah integritas. *Business leadership* yang berhasil, salah satunya perlu memiliki karakteristik integritas (Zulvia dkk., 2018).

Pesan dari Nicky untuk para generasi selanjutnya, khususnya yang memiliki keinginan menjadi seorang *entrepreneur*. “Nilai kehidupan yang sejati adalah kejujuran dan kasih sayang, jangan hanya bekerja keras, namun bekerjalah dengan cerdas”, tutur Nicky pada saat wawancara.

Entrepreneur dan Inovasi

Entrepreneur tidak terpisahkan dari inovasi, karena dalam kesuksesan suatu usaha, inovasi memiliki peran krusial dalam mengembangkan ide-ide kreatif yang memungkinkan perusahaan untuk terus berkembang dan beradaptasi dengan perubahan. Kolaborasi, seperti yang terjadi dalam PT Axelen Milenia Grup antara suami dan istri, menunjukkan bagaimana kerja sama dalam mengelola berbagai lini bisnis dapat memperkuat keberhasilan perusahaan. Perubahan paradigma, khususnya dalam pasar *online*, mencerminkan peluang besar dalam bisnis *online* yang ditawarkan oleh perkembangan teknologi. Dalam menghadapi tantangan dari pesaing dan memahami kebutuhan pelanggan, inovasi dan strategi yang tepat menjadi kunci penting untuk menjaga keberhasilan bisnis. Faktor-faktor kunci kesuksesan seorang wirausahawan meliputi disiplin, motivasi tinggi, integritas dan kemampuan untuk beradaptasi dengan perubahan. Berdasarkan Kasali (2019), perubahan itu akan selalu ada dan terkadang perubahan tidak kita sadari secara langsung, sehingga penting untuk bisa beradaptasi. Sebagai pesan bagi generasi wirausahawan selanjutnya, Nicky menekankan pentingnya kejujuran, kasih sayang dan kerja cerdas sebagai nilai-nilai yang tidak boleh terlupakan.

Referensi

- Agarwal, S., & Adjirackor, T. (2016). Impact of Teamwork on Organizational Productivity in Some Selected Basic Schools in The Accra Metropolitan Assembly. *European Journal of Business, Economics and Accountancy*, 4(6), 40–52.
- Ali S.K. (2021). Entrepreneurship. *IAIN Kediri*. http://etheses.iainkediri.ac.id/4367/3/92201019002_bab2.pdf
- Apidana G.F. (2012). *Definisi dan Pengertian Entrepreneur*. 3.
- Bessant, J. R., & Tidd, J. (2018). *Entrepreneurship*. John Wiley & Sons.

- Drucker, P. F. (2015). *Innovation and Entrepreneurship*. Routledge.
- Handayani, T., & Tanjung, Y. (2017). Pengaruh Sikap Kewirausahaan Dan Proses Inovasi Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Rumah Batik Komar Di Kota Bandung. *JURISMA : Jurnal Riset Bisnis & Manajemen*, 7(1). <https://doi.org/10.34010/jurisma.v7i1.470>
- Kasali, R. (2019). *Disruption*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Megantara D.A. (2011). *Karakteristik Entrepreneurship*. 1–13. <http://e-journal.uajy.ac.id/1580/3/2EM16631.pdf>
- Octavia, J. (2015). Pengaruh Sikap Kewirausahaan dan Kompetensi Wirausaha Terhadap Keberhasilan Usaha. *Jurnal Riset Akuntansi*, VII (1)(1), 41–59.
- Zulvia, Y., & Adrian, A. (2018). *The Role of Core Value, Character and Entrepreneur Leadership towards Successful Entrepreneur*. 57, PICEEBA 2018, 676–683. <https://doi.org/10.2991/piceeba-18.2018.88>

VPE CREATIVE: MEMBUKA PELUANG, MENCIPTAKAN KEBERHASILAN

Venezya Setiawan, Elizabeth Wianto

Valentina Prisilla Evaryany atau biasa dipanggil Lala lahir di Bandung pada tanggal 16 Januari 1993. Ia merupakan seorang *creativepreneur* yang memiliki latar belakang pendidikan *Design Grafis* atau Desain Komunikasi Visual. Tokoh yang akrab dipanggil Lala ini, lulus dari Program Sarjana Desain Komunikasi Visual pada tahun 2016 dari Universitas Kristen Maranatha, Bandung. Sebelum lulus, berbekal dari kebiasaan aktif di gereja dan berorganisasi, Lala memiliki kesempatan sejak dini untuk membangun bisnis desain. Dia mencoba memberanikan diri bekerja sama dengan seorang teman kuliah untuk membuka sebuah biro desain.

Pada suatu hari, salah satu pihak bank menghubungi Lala untuk bekerja pada bank tersebut. Mendapatkan tawaran itu, orang tua dari Lala menyarankan dirinya untuk bekerja pada perusahaan yang lebih stabil sehingga akhirnya mereka sepakat untuk melangkah pada jalan masing-masing. Hari-hari sebagai *front officer* di bank tersebut sudah menjadi kegiatan normal bagi Lala, sehingga pada suatu saat terbesit di pikirannya untuk melanjutkan bisnis yang dulu sempat terhenti. Kali ini, Lala dengan *partner* yang lebih cocok, mulai mempertimbangkan lagi pada keinginan berwirausaha, dan kesempatan tersebut mulai datang dengan adanya beberapa proyek *branding* yang dikerjakan sepulangnya dari bekerja di bank.



Gambar 1 Valentina Prisilla Evaryany
Sumber: Dokumentasi Tokoh

Serba-Serbi *Entrepreneur*

Kata *Entrepreneur* berasal dari bahasa Perancis yaitu *entrepren dre* yang berarti “mengambil tindakan” atau “memulai.” Kata ini adalah kata kerja yang digunakan untuk menggambarkan tindakan seseorang yang memulai atau menjalankan sesuatu, seperti bisnis atau proyek (Nurani dkk., 2022). Dalam konteks bisnis atau kewirausahaan, *entrepren dre* mengacu pada tindakan seseorang dalam memulai atau mengelola bisnis atau proyek dengan mengambil risiko dan mengambil inisiatif untuk mencapai tujuan tertentu. Seorang entrepreneur pastinya mempunyai karakteristik tersendiri. Sitoris dkk. (2022) menyatakan adanya karakteristik yang dimiliki oleh seorang *entrepreneur*:

1. Tekun: Seorang *entrepreneur* harus tekun karena dalam dunia berbisnis tentunya akan mengalami berbagai tantangan, risiko, serta ketidakpastian. Kualitas seorang *entrepreneur* dikatakan baik bila orang tersebut dapat fokus dan pantang menyerah dalam kesulitan sekalipun, hal ini dapat membentuk *entrepreneur* menjadi *problem solver* untuk perkembangan bisnis dan usahanya (Asyari dkk., 2022).

2. Inovatif: Persaingan adalah hal yang selalu ada dalam membangun sebuah bisnis, dengan berinovasi, menciptakan produk dan layanan yang lebih baik, pastinya *entrepreneur* ini dapat lebih unggul daripada pesaing. *Entrepreneur* yang inovatif dapat mengejar peluang baru dan bila tidak adanya inovasi dari *entrepreneur*, usahanya tidak mampu mengikuti perkembangan pasar dan kemungkinan juga ditinggalkan para pelanggan secara perlahan (Rosmiati dkk, 2022).
3. Produktif: Wirausaha harus produktif karena produktivitas memungkinkan mereka untuk menghasilkan lebih banyak dengan sumber daya dan keuntungan yang tersedia, meningkatkan efisiensi, dan meningkatkan daya saing bisnis para *entrepreneur* (E. Sabariah, 2019).
4. Kreatif: Kreativitas merupakan salah satu cara yang bisa dilakukan untuk mengidentifikasi peluang baru, kemampuan untuk berpikir kreatif memungkinkan usaha untuk mengembangkan produk maupun layanan yang unik, menarik, dan menjadi pembeda dengan pesaing. Dengan menerapkan kreativitas dalam usahanya, *entrepreneur* dapat beradaptasi pada perubahan pasar (Harianti, 2014).
5. Ulet: Dalam dunia bisnis yang kompetitif, keuletan adalah salah satu karakteristik yang memungkinkan wirausaha untuk tetap gigih dalam mencapai tujuan mereka, menjaga semangat wirausaha yang tak kenal lelah, dan meraih kesuksesan dalam jangka panjang (Darajat, 2016).
6. Tidak Cepat Puas: Kepuasan cepat dapat menghambat pertumbuhan bisnis. Jika seorang *entrepreneur* puas dengan pencapaian saat ini, mungkin mereka akan kehilangan dorongan untuk terus berinovasi. Dalam lingkungan bisnis yang dinamis, ketidakpuasan yang

sehat dapat mendorong *entrepreneur* untuk selalu mencari cara untuk memperbaiki apa yang menjadi kekurangan dalam bisnis mereka (Firmansyah dkk., 2020).

7. Berani Mengambil Risiko: *Entrepreneur* yang berani mengambil risiko tentunya didasarkan pada pemahaman yang baik mengenai potensi resiko dan perencanaan yang matang. *Entrepreneur* yang berani mengambil resiko akan melihat peluang di tengah ketidakpastian sehingga kemungkinan besar adanya penjelajahan ide baru (Darajat, 2016).

Selanjutnya pemaparan mengenai karakteristik kewirausahaan akan dibahas pada hasil pengumpulan data yang telah dilakukan terhadap narasumber.

Menggali Peluang Bisnis: Tabur Tuai Kuncinya

Berdasarkan pengalaman Lala yang pernah magang di Jakarta, ia merasa nyaman dengan suasana dan lingkungan di kantor magangnya. Dari sana ia memiliki keinginan untuk mempunyai kantor serupa. Seringkali, tuturnya orang menganggap seorang seniman memiliki *image* manajemen waktu dan sumber inspirasi yang tidak baik, membutuhkan rokok, begadang dan lain-lain. Namun dengan demikian, lingkungan di tempat magangnya bersih dan tenang. Hal inilah yang menginspirasinya untuk menyediakan tempat kerja serupa untuk desainer-desainer lain. Rasa minder dan pesimis dalam memulai usaha akhirnya dilalui Lala. Lala mengajak teman dekatnya untuk menjadi rekan bisnis untuk melanjutkan bisnisnya.

Nama usaha yang dijalankan Lala saat ini adalah VPE Creative. VPE memiliki kepanjangan Visual Poin Esensial. Pada dasarnya, pengambilan nama VPE Creative berasal dari inisial nama Lala, Valentina Prisilla Evariany. Usaha

ini bergerak di bidang jasa yang menawarkan jasa *design branding*. Awal mula pembuatan bisnis bersama rekannya cukup berjalan lancar karena usahanya hanya fokus pada *design branding*. Lala bisa mengunjungi klien pada hari Sabtu atau Minggu ketika ia libur dari pekerjaannya sebagai *front officer*. Kemudian munculah beberapa klien yang menginginkan jasanya untuk *design social media*. Social media memiliki perputaran yang cepat sehingga sulit baginya dan rekannya untuk memenuhi permintaan klien. Hingga pada suatu saat ia merasa bahwa dirinya serta rekannya merasa kewalahan menghadapi klien, tapi di satu sisi ia pun masih bergantung pada pekerjaannya pada bank tersebut karena hal ini terjadi pada masa *Covid-19*. Singkat cerita, Lala memilih untuk fokus membangun karirnya tersebut dan keluar dari bank pada tahun 2021. Setelah beberapa lama bisnisnya berjalan, ia memutuskan untuk bergabung pada sebuah komunitas, yang sistemnya memberlakukan *referral member*, sehingga hal ini berpengaruh pada perkembangan bisnisnya, bahkan lebih efektif dibanding dengan menawarkan produk/jasa secara *door to door*.

Design merupakan *passion* dalam diri Lala dan menjadi *business woman* adalah salah satu mimpinya. Pada saat itu, bisnis pada bidang design di Kota Bandung masih dapat dihitung jumlahnya. Kemudian, Lala melihat adanya peluang bisnis yang bagus. Akhirnya Lala beserta tim nya harus melalui banyak rintangan dan ketakutan apakah produknya akan disukai orang ataupun ketidakcocokan harga.

Menurut Lala, pencapaian terbaik seseorang adalah ketika orang tersebut bisa melakukan sesuatu sesuai dengan keinginan hatinya. Saat seseorang melakukan sesuatu sesuai dengan hatinya, maka hal seberat apapun akan terasa ringan. Membangun usaha pasti melibatkan suka dan duka, tapi itu yang menjadikan Lala kuat dan

bisa mengembangkan diri sehingga kualitas dalam dirinya pun bertambah.

Masih ada yang mau dicapai oleh Lala dalam waktu jangka pendek yaitu memperbanyak *portofolio*. Dalam prosesnya untuk memperbanyak *portofolio*, ia mencoba untuk mengajukan kerjasama dengan beberapa brand dan cafe. Jangka panjang, Lala optimis bahwa *design branding* masih memiliki potensi untuk selalu berkembang. Perubahan media yang signifikan ke arah pemanfaatan social media pun perlu dipelajari secara seksama. Sejauh ini, layanan manajemen social media telah menjadi salah satu proyek reguler yang diterima. Namun demikian, kepiawaian melakukan pengukuran keberhasilan digital marketing dan kolaborasi dengan bidang desain lain juga perlu dijajaki. Bahkan terlepas dari ranah desain, *feasibility study* (studi kelayakan) terhadap sebuah usaha baru kadang-kadang menjadi satu peluang yang apabila dapat ditangani dengan baik dapat menjadi biro desain yang mampu menangani klien yang lebih beragam. Hal ini menjadi peluang serta sekaligus tantangan bagi Lala untuk berkolaborasi dengan bidang desain interior, arsitektur maupun bidang lain diluar desain.

Penuturan narasumber selanjutnya menjadi menarik ketika digali lebih lanjut tentang apa moto hidupnya. Lala meyakini adanya prinsip tabur tuai. Prinsip ini yang mengarahkan pikirannya agar selalu sabar dan selalu menabur (memberikan kontribusi). Ia percaya bahwa kontribusi yang diberikannya akan berubah menjadi peluang untuk mendapatkan hasil yang setimpal. Jika sudah yakin dengan suatu keputusan, jangan pernah menyerah dan berhenti ditengah jalan, harus diimbangi dengan usaha dalam proses mencari titik *finish*. Lingkungan yang kita tempati, orang-orang yang dekat dengan kita harus kita saring supaya membawa dampak yang positif bagi kita.

Tentunya untuk dapat menjalani tujuan yang telah dicanangkan, kita perlu memikirkan matang-matang apa yang akan menjadi tujuan kita supaya jalan yang kita lalui dapat sesuai arahnya. Untuk memulai bisnis tidak mudah, jatuh bangun adalah hal yang biasa. Misalnya saja produk kita tidak disukai pelanggan, hal ini jangan malah membuat kita jadi mundur dan berkecil hati, kita harus melawannya dan jadikan pelajaran supaya bisnis kita dapat berkembang. Percaya kita pasti bisa melewati semua dan *feedback* dari pelanggan harus kita jadikan evaluasi supaya kedepannya dapat lebih baik lagi. Kemudian, jika ada masalah sebaiknya langsung diperbaiki, jangan mengulur waktu, jadilah profesional karena pelanggan merupakan hal yang sangat penting dalam sebuah bisnis. Dalam menghadapi kegagalan jangan pernah *stuck*, segera perbaiki. Lebih baik gagal dan langsung diperbaiki daripada gagal dan memilih berhenti.



Gambar 2 Hasil *Design Branding*
Sumber: Dokumentasi tokoh



Gambar 3 Hasil *Design Social Media*
Sumber: Dokumentasi Tokoh

Yakin dan Pantang Menyerah

Dalam dunia kewirausahaan yang penuh dengan tantangan dan kegagalan yang mungkin terjadi, dua sifat yang terus menerus menonjol adalah pantang menyerah dan kemauan untuk memperbaiki kesalahan. Dari seorang Lala yang menginspirasi sebagai wirausaha perempuan, kita dapat belajar bahwa kegigihan, kemauan untuk mau belajar dan keyakinan bahwa tujuan berwirasuhnya adalah kontribusi dirinya bagi masyarakat, maka kita dapat yakin bahwa pikiran yang positif merupakan modal awal untuk memulai usaha dan bertahan didalamnya.

Sebagai seorang *entrepreneur* atau dalam konteks ini *creativepreneur*, ketika kita memandang ke belakang pada perjalanan panjang kita, kita menyadari bahwa setiap kegagalan adalah pelajaran berharga yang membantu kita tumbuh dan berkembang. Sebuah kesalahan hanyalah suatu rintangan yang dapat diatasi, dan pantang menyerah adalah kuncinya. Dengan tekad yang kuat dan kemampuan untuk belajar dari setiap kesalahan, kita dapat meraih kesuksesan dan mewujudkan impian kita dalam dunia kewirausahaan yang penuh dengan tantangan, tetapi juga penuh dengan potensi tak terbatas.

Referensi

- Asyari, S. & Qadry, I. K. (2022). Pengantar kewirausahaan (entrepreneurship) untuk mahasiswa. *Jurnal Abdimas Indonesia*, 2(3). <https://dmi-journals.org/jai/>
- Darojat, O. & Sumiyati, S. (2016). *Konsep-konsep Dasar Kewirausahaan/Entrepreneurship*, Tangerang Selatan: Universitas Terbuka, ISBN 9790110693.
- Firmansyah, K., Fadhli, K., & Rosyidah, A. (2020). Membangun Jiwa Entrepreneur Pada Santri Melalui Kelas Kewirausahaan, *Jumat Ekonomi: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 1(1), 28-35.

- Harianti, A. & Margaretha, Y. (2014). Pengembangan kreativitas mahasiswa dengan menggunakan metode brainstorming dalam mata kuliah kewirausahaan. *Jurnal Manajemen* 13(2).
- Nurani, R. & Syafei, J. (2022). Membangun Jiwa Entrepreneur dan Kreatifitas Para Millennial dengan Konsep Marketing Langit, *ARSY : Aplikasi Riset kepada Masyarakat*, 2(2). <http://journal.al-matani.com/index.php/arsy>
- Rosmiati, R., Siregar, N., & Efni, N. (2022). Pola Pikir Kewirausahaan. *Edukatif Jurnal Ilmu Pendidikan* 4(4), 5668–5673. <https://doi.org/10.31004/edukatif.v4i4.3152>
- Sabariah, E. (2019). Menanamkan karakter bisnis sebelum meningkatkan pelatihan untuk produktivitas ekonomi, *Syntax Literate : Jurnal Ilmiah Indonesia*, 4(7), 33-45.
- Sitoris, R., Fitri Aulia, N., Akib, H., Octamaya, A., Awaru, T. (2022). Membentuk Karakter Enterperneurship Untuk Mahasiswa, *Education, Language, and Culture (EDULEC)* 1, 1–6. <https://doi.org/10.56314/edulec.v2i1.16>

HOBİ VIDEOGRAFI YANG BERNILAI EKONOMI

Muhammad Irsan Fadillah, Miki Tjandra

Yohanes Rian Yustianto



Gambar 1 Pak Yohanes Rian Yustianto
Sumber: Sosial Media Pak Yohanes *Owner* dari bisnis RY.VIS Visual

Pak Yohanes Rian Yustianto ini adalah pemilik dari sebuah bisnis yang bernama RY.VIS Visual yang bergerak di bidang videografi. Beliau lahir di Bandung, 24 Juni 1993. Pak Yohanes sendiri menekuni bisnis yang spesialis dalam pembuatan video untuk kepentingan komersil maupun non-komersil sejak tahun 2016. Beliau merupakan salah satu alumni Universitas Kristen Maranatha dari Fakultas Seni Rupa dan Desain. Pak Yohanes mengambil Program Studi Desain Komunikasi Visual (DKV) dan lulus tahun 2015. Sekarang beliau sedang menempuh pendidikan Magister di Institut Teknologi Bandung.

Sejak Pak Yohanes mengeyam pendidikan Sekolah Menengah Pertama, beliau sudah hobi fotografi dan videografi bahkan ketika beliau ikut kepanitiaan saat kuliah dan beliau berpartisipasi sebagai panitia bagian dokumentasi. Setelah lulus, beliau sempat bekerja di sebuah perusahaan *Graphic Designer* selama satu tahun yaitu di perusahaan Miles.co dari tahun 2015 hingga 2016. Tidak lama kemudian beliau kembali lagi kepada hobinya sebagai *fotografer* dan *videografer* hingga akhirnya beliau keluar dari pekerjaannya dan membuat *brand* sendiri yaitu pada awalnya bernama MXR.PROJECT yang sekarang menjadi RY.VIS Visual. Sekarang ini, Pak Yohanes tidak hanya membuat video dan foto saja, tetapi beliau mulai produksi dalam bidang lain, seperti Animasi dan *Visual Effect*.



Gambar 2 Logo RY.VIS Visual

Sumber: Sosial Media Pak Yohanes – Logo RY.VIS Visual

Technopreneurship

Menurut Depositaro dalam Kumara Hadi dkk. (2022), *technopreneurship* berasal dari gabungan kata “*technology*” dan “*entrepreneurship*”. *Technopreneurship* merupakan proses sinergi dari kemampuan yang kuat pada penguasaan teknologi serta pemahaman menyeluruh tentang konsep kewirausahaan. Sosrowinarsido (2010) dalam Mopangga

(2015) mengemukakan bahwa *technopreneurship* adalah proses dan pembentukan usaha baru yang melibatkan teknologi sebagai basisnya dengan harapan bahwa penciptaan strategi dan inovasi yang tepat kelak bisa menempatkan teknologi sebagai salah satu faktor untuk pengembangan ekonomi nasional (Umar dkk., 2018). Pendapat lainnya menyebutkan bahwa *technopreneurship* adalah proses dalam sebuah organisasi yang mengutamakan inovasi dan secara terus menerus menemukan problem utama organisasi, memecahkan permasalahannya, dan mengimplementasikan cara-cara pemecahan masalah dalam rangka meningkatkan daya saing di pasar global (Hartono, 2011).

Technopreneurship menggabungkan antara teknologi dan kewirausahaan (Tanjung, 2020) berikut karakteristik yang perlu dimiliki seorang *technopreneur*:

1. Penyelesaian Masalah

Technopreneur yang sukses perlu memiliki *skill* penyelesaian masalah. Dalam proses membangun bisnis tak semua jalan akan berjalan lancar. Pasti banyak permasalahan tak terduga yang akan terjadi. Oleh karena itu, dituntut untuk memiliki *skill* ini agar perusahaan dapat terus bertahan.

2. Kerjasama Tim

Technopreneur yang sukses bukan ia yang bisa menjalankan bisnisnya secara mandiri. Berjalan sendirian justru akan membuatnya kesulitan berkembang. Seorang *technopreneur* bisa dikatakan berhasil jika ia mampu membuat tim yang kompak.

3. *Decision Making* (Pengambilan Keputusan)

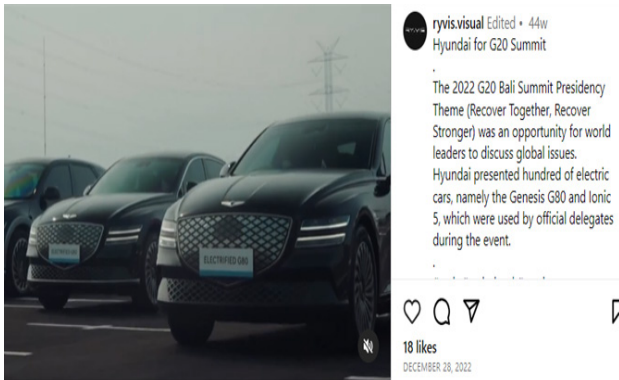
Bisnis adalah sesuatu yang dinamis dan bergerak cepat. Seorang *technopreneur* perlu memiliki kemampuan untuk mengambil keputusan secara cepat.

Passion yang Mengantarkan Kepada Peluang Bisnis

Technopreneur muda yang bergerak di bidang videografi dan fotografi: Bapak Yohanes Rian Yustianto lahir di Bandung, 24 Juni 1993. Memiliki latar belakang pendidikan Strata-1 Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa dan Desain, Universitas Kristen Maranatha. Tercatat sebagai mahasiswa Angkatan 2011, menyelesaikan pendidikannya pada tahun 2015 dan sekarang sedang menempuh Strata-2 Program Studi *Art Management and Curatorial* di Institut Teknologi Bandung.

Pada dasarnya memiliki hobi fotografi dan videografi sejak Sekolah Menengah Pertama hingga saat kuliah pun aktif dalam kepanitiaan. Menurutnya, pekerjaan yang sedang ditekuni itu berlandaskan pada hobi yang akhirnya lebih didalami dengan mengambil pendidikan Strata-1 Desain Komunikasi Visual agar lebih mendukung hobinya agar terus berkembang. Karena perkembangan zaman yang sangat dinamis, menurutnya menjadi seorang *technopreneur* itu penuh dengan tantangan dan hebatnya beliau menyukai tantangan dan pandai menyesuaikan diri dengan industri yang beliau tekuni sehingga membuat beliau cukup *expertise* di bidang keahliannya.

Menjadi seorang *technopreneur* tidaklah mudah, perkembangan tren setiap tahun bahkan setiap bulannya itu sangat cepat dan pesat. Sehingga kita harus bisa lebih dulu menjadikan tren baru tersebut sebagai peluang bisnis agar bisnis selalu berkembang, dan lebih baik lagi jika kita menjadi tren center dalam bidang bisnis ini. Maka dari itu, Pak Yohanes selalu memantau perkembangan teknologi di Indonesia bahkan di dunia agar tidak tertinggal oleh tren terbaru.



Gambar 3 Project untuk G20 Summit
Sumber: Instagram RY.VIS Visual

Pada bulan Desember 2022, Pak Yohanes berkesempatan untuk kerja sama dengan acara *The 2022 G20 Bali Summit Presidency Theme* di Bali dimana banyak delegasi dari negara di beberapa belahan dunia yang berpartisipasi di dalam acara tersebut. Tentu tidak mudah untuk mendapatkan kesempatan untuk menggarap proyek kelas internasional tersebut.

Dalam bisnis videografi dan fotografi, banyak sekali faktor pendukung yang harus dipenuhi oleh pelaku bisnis. Misalnya, alat-alat yang terbaru sehingga akan lebih berbeda dari kompetitor sehingga memberikan nilai tambah bagi hasil akhirnya. Satu hal yang cukup sulit untuk menjalani bisnis ini, yaitu kita harus menyiapkan dana yang lumayan cukup besar untuk sekedar memiliki alat-alat yang mumpuni. Karena dari proses awal hingga akhir itu banyak menggunakan alat pendukung yang berbeda-beda, tetapi sekarang sudah mulai banyak yang menyewakan alat-alat canggih dan terbaru untuk penunjang pekerjaan sehingga tidak semua orang harus membelinya sendiri.

Tujuan Pak Yohanes sebagai seorang *technopreneur* yang bergerak di bidang videografi dan fotografi, yaitu ingin membantu para pelaku UMKM di Indonesia agar dapat

berkembang. Karena menurut Pak Yohanes, ketika beliau membuat sebuah bisnis orang lain berkembang hingga sukses itu ada perasaan kebahagiaan tersendiri yang tidak bisa dibayar oleh apapun. Maka dari itu, Pak Yohanes menjalani bisnisnya dengan sangat tekun karena beliau senang melihat semua kliennya sukses dan berkembang. Di sisi lain, Pak Yohanes pun mendapatkan sudut pandang baru dan pengalaman baru dari para pelaku UMKM dari berbagai bidang usaha yang dimana itu pengalaman dan pelajaran berharga yang sulit untuk didapatkan.



Gambar 4 *Project Video* bersama Luna Maya
Sumber: Instagram RY.VIS Visual

Gambar 4 adalah bukti bahwa Pak Yohanes sudah pernah kerja sama dengan artis papan atas yaitu Luna Maya. Proyek video *brand* artis terkemuka itu menggunakan jasa Pak Yohanes melalui RY.VIS Visual untuk mempromosikan produk yang dijual oleh artis Indonesia tersebut. Sehingga tidak perlu diragukan lagi kualitas dan kredibilitas seorang Pak Yohanes dalam bidang videografi.

Menurut Pak Yohanes, tujuan sebagai *technopreneur* sudah tercapai karena sudah banyak klien yang sangat terbantu. Adapun beberapa klien yang digarapnya mulai dari merintis hingga sekarang menjadi sukses. Karena menurutnya, bisnis itu tidak hanya masalah nominal tetapi

bagaimana kita bisa menyebarkan kebermanfaatannya kepada orang banyak.

Meskipun Pak Yohanes sudah mencapai kesuksesan, banyak kegagalan dan pengalaman buruk yang Pak Yohanes alami. Ketika beliau sedang mengerjakan suatu proyek, mobil beliau pernah dibobol oleh pencuri sehingga hampir semua alat-alat untuk membuat videografi dan fotografi itu hilang. Estimasi nominal yang hilang dari alat-alat tersebut ditaksir sekitar ratusan juta. Tetapi beliau tidak mengurungkan niatnya untuk sukses di bisnis tersebut, beliau merintis kembali dan pada akhirnya sekarang beliau sudah mampu membeli kembali alat-alat yang hilang dicuri. Dari pengalaman Pak Yohanes kita belajar bahwa dalam hidup itu tidak selamanya di atas, terkadang banyak hal yang tidak terduga itu terjadi. Maka dari itu, ketika kita terjatuh karena cobaan maka kita harus bangkit dari keterpurukan karena mungkin kita sedang diuji oleh Tuhan untuk menjadi pribadi yang lebih baik.

Masih banyak hal yang ingin Pak Yohanes capai, misalnya ingin menggarap lebih dalam di dunia animasi dan *visual effect*. Maka dari itu, setiap tahunnya beliau memiliki target untuk membangun tim dan mematangkan tim yang ada. Sehingga di kemudian hari bisnis beliau dapat berjalan sendiri atau autopilot, sehingga beliau dapat fokus kepada pengembangan dan inovasi bisnisnya. Intinya Pak Yohanes ingin melebarkan sayapnya di berbagai lini untuk menjadi sangat fleksibel sehingga tidak ada yang membatasi untuk menjalankan bisnis di bidang videografi dan fotografi.



Gambar 5 Project Pembuatan Video Wedding
Sumber: Instagram RY.VIS Visual

Tidak untuk hanya kebutuhan komersil, Pak Yohanes juga menggarap proyek non-komersil seperti acara pernikahan. Hal tersebut membuktikan bahwa Pak Yohanes berpengalaman dalam bidangnya karena tidak dibatasi oleh apapun. Fleksibilitasnya yang tinggi, mampu meningkatkan nilai jual dari brand RY.VIS Visual.

Dalam menjalankan bisnisnya, Pak Yohanes memiliki perbedaan dengan kompetitornya dimana beliau berusaha sangat fleksibel dengan cara mampu menggarap proyek apapun tanpa ada batasan. Dengan otomatis peluang mendapatkan nilai ekonominya lebih tinggi yang kemudian akan mempercepat pertumbuhan dari bisnis Pak Yohanes. Beberapa gambar yang dilampirkan menunjukkan bahwa bisnis Pak Yohanes tidak hanya fokus kepada bantuan advertising, melainkan fokus juga kepada non-komersil seperti acara pernikahan. Itulah yang menjadikan nilai tambah bagi bisnis Pak Yohanes bahwa beliau mampu menggarap proyek apapun.

Dalam kesuksesan Pak Yohanes dalam menjalankan bisnis, ada nilai-nilai hidup yang diterapkan dalam bisnisnya agar tetap bertahan di gempuran perkembangan zaman. Nilai hidup yang paling ditekankan oleh Pak Yohanes

adalah kejujuran dan kedisiplinan. Contoh kejujuran yaitu, misalkan klien kita meminta dengan budget tinggi maka kita pun harus mengerjakan proyek tersebut sesuai budget jangan sampai ada yang tidak sesuai perjanjian di awal. Karena banyak oknum yang tidak tanggung jawab bahkan meninggalkan pekerjaan yang sudah disepakati tanpa kejelasan. Nilai yang kedua yaitu kedisiplinan, dimana kita harus lebih dari ekspektasi klien kita dalam segi menghargai waktu sehingga lebih meyakinkan klien bahwa kredibilitas kita itu sudah teruji.

Pelajaran yang dapat kita ambil dari Pak Yohanes adalah kejujuran dan kedisiplinannya. Beliau juga memiliki moto hidup yaitu bekerjalah sepenuh hati maka rejeki akan mengikuti. Moto hidup yang diterapkannya ini sangat berdampak besar dalam keseharian kita agar orientasi kita itu tidak hanya melulu soal materi saja, melainkan kita harus seimbang. Intinya kita harus melakukan yang terbaik yang kita mampu dengan maksimal sehingga nantinya rejeki itu akan menghampiri kita dengan sendirinya.

Dedikasi dan Pengorbanan


Dapat disimpulkan bahwa menjadi seorang *technopreneur* itu butuh dedikasi dan pengorbanan yang cukup banyak. Tidak hanya harus memiliki alat yang mumpuni, kita juga harus dibeli *skill* atau kemampuan yang seimbang, sehingga hasil akhir yang didapat akan lebih maksimal. Belajar dari Pak Yohanes, menjadi seorang pebisnis digital itu perlu diimbangi oleh karakter pribadi yang baik, seperti disiplin, tekun, ulet, dan tanggung jawab. Pak Yohanes sangat memperhatikan hal kecil pada bisnisnya yang pada akhirnya memberikan dampak yang positif bagi bisnisnya. Meskipun perjalanan bisnis Pak Yohanes tidak berjalan sangat mulus, tetapi beliau mampu kembali bangkit dengan

menerjang semua resiko yang akan ia hadapi di kemudian hari.

Seseorang yang bergelut di bidang teknologi terutama dalam bidang jasa, maka kejujuran dan keterbukaan menjadi kunci untuk menjalankan bisnis ini. Pak Yohanes dengan semua keapikan dalam menjalankan bisnis ini tidak ingin nama baik bisnisnya tercemar atau mendapat umpan balik yang kurang menyenangkan. Sehingga, sekarang Pak Yohanes banyak menggarap bisnis yang namanya sudah cukup kita kenal karena kredibilitas Pak Yohanes sudah tidak perlu diragukan lagi. Pada akhirnya, diri kita sendiri lah yang menentukan apakah sesuatu yang kita kerjakan itu akan sukses atau gagal, dan jangan pernah menyalahkan faktor eksternal tetapi fokuslah pada memperbaiki diri agar lebih baik di kemudian hari.

Referensi

- Hartono, W. (2011). Pengembangan Technopreneurship: Upaya Peningkatan Daya Saing Bangsa di Era Global. *Seminar Nasional Teknologi Informasi & Komunikasi Terapan 2011 (Sematik 2011)*, 1(1).
- Hadi, D.K. dan Rizkina, F.D. (2022). Pendidikan Technopreneur Mahasiswa: Literatur Review. *Jurnal Penelitian IPTEKS*, 7(2), 110-118.
- Mopangga, Herwin. 2015. "Studi Kasus Pengembangan Wirausaha Berbasis Teknologi (Technopreneurship) di Provinsi Gorontalo. *Economic Journal Trikonomika*, 14(1), 3-24.
- Tanjung, Abrar & Ganefri. (2020). Perkembangan Kewirausahaan Pada Mahasiswa Universitas Lancang Kuning Pekanbaru Berbasis Teknologi. *Jurnal Analisis Sistem Pendidikan Tinggi Indonesia*, 4(1), 1-8.



Pengalaman dari seorang pebisnis yang andal sangat bermanfaat bagi para calon pebisnis ataupun pebisnis yang telah memulai usahanya. Pada Bunga Rampai “Pebisnis yang Andal”, para pebisnis membagikan dinamika perjalanan hidup mereka yang adaptif terhadap peluang serta komitmen untuk melangkah dengan pasti membangun kesuksesan bisnisnya. Praktik bisnis dan tips berbisnis dari para tokoh *Entrepreneur, Technopreneur, Creativepreneur* dikupas dari pengalaman dari praktisi yang telah dengan sukses membangun bisnisnya. Buku ini akan menginspirasi para calon pebisnis dan pembaca umumnya untuk tetap tangguh, pantang menyerah, membangun impian menggapai kesuksesan bisnis di hari esok.



✉ zahirpublishing@gmail.com
● www.zahirpublishing.net

