**Konsep Kewirausahaan dan Technopreneurship**

Drucker menyatakan bahwa kewirausahaan merupakan kemampuan dalam menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda. Pengertian Technopreneurship sendiri menurut Tata Sutabri merupakan 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. Technopreneurship itu dilibatkan dalam mengirimkan satu produk teknologi tinggi inovatif atau membuat penggunaan teknologi tinggi dalam satu cara inovatif untuk mengirim produk nya kepada konsumen atau keduanya. Dalam konsep technopreneurship ini basis pengembangan kewirausahaan bertitik tolak dari adanya invensi dan inovasi dalam bidang teknologi.   
  
**Pembelajaran Technopreneurship**  
  
Mempertimbangkan belum banyaknya literatur yang membahas khusus tentang technopreneurship, maka penulis tetap mengacu pada konsep entrepreneurship dalam pembelajaran technopreneurship. Kejadian kritis yang dialami wirausaha dalam kegiatan usahanya sehari-hari mengandung muatan emosional yang sangat tinggi dan pembelajaran tingkat tinggi sehingga sangat penting peran pembimbingan untuk mengintepretasikan kejadian kritis yang dihadapi supaya hasil pembelajarannya menjadi efektif. Sulivan bahkan menekankan atas pentingnya client-mentor matching dalam keberhasilan pembimbingan. Sementara itu Minniti dan Bygrave membuktikan dalam model dinamis pembelajaran wirausaha, bahwa kegagalan dan keberhasilan wirausaha akan memperkaya dan memperbaharui stock of knowledge serta sikap wirausaha sehingga ia menjadi lebih mampu dalam berwirausaha.  
  
Pendidikan dan latihan, mentoring dan belajar dari pengalaman merupakan faktor pembentuk pembelajaran kewirausahaan yang signifikan .  
  
**Model Pendidikan Technopreneurship Perguruan Tinggi**  
  
Perguruan tinggi dikelilingi oleh orang-orang yang memiliki kompetensi dan kemampuan analisis lebih, sehingga mampu menciptakan Small Medium Entreprise yang bernilai tinggi . Ketiga sebagai lokomotif pengembangan bisnis regional, yaitu fokus politik yang kuat pada kewirausahaan yang akan mendorong perguruan tinggi berhubungan dengan pemegang kepentingan lainnya dalam lingkup kewirausahaan. Sedangkan menurut Shane , universitas merupakan sumber pengembangan teknologi yang berguna bagi aktivitas kewirausahaan. Tantangan bagi perguruan tinggi dalam menjalankan pendidikan technopreneurship adalah bagaimana mendesain kurikulum yang komprehensif dan terintegrasi sehingga mampu memfasilitasi pembelajaran ini sebagaimana yang dibutuhkan oleh mahasiswa.

**Pembahasan**  
  
Kewirausahaan, yang merupakan mata kuliah pilihan di beberapa jurusan. Pengampunya adalah dosen di masing-masing jurusan yang mempunyai kompetensi dan atau ketertarikan dalam bidang usaha.  
  
Bagaimana desain kurikulum mata kuliah Pengantar Technopreneurship ini, menjadi topik diskusi yang menarik karena beberapa jurusan mempunyai target yang tidak sama, meskipun tujuannya sama yaitu memberi yang terbaik buat mahasiswa. Untuk keperluan ini dibentuk tim khusus yang mewakili masingmasing fakultas. Mempertimbangkan jumlah sksnya yang hanya 2 sks dan jurusan yang beranekaragam maka desain kurikulum dibuat simple dan fleksibel. Al menjadi acuan dalam mendesain kurikulum, khususnya untuk topik-topik yang akan disampaikan.  
  
Tantangan kedua adalah siapa yang berkompeten mengajar mata kuliah ini. Mata Kuliah Technopreneurship berjumlah 30 orang dari berbagai jurusan. Beberapa diantaranya mempunyai bisnis/usaha diluar statusnya sebagai dosen.

Namun Miller juga tidak salah ketika berpendapat bahwa tidak semua hal yang terkait dengan kewirausahaan bisa dipelajari. Dalam metode kuliah tamu, institut bekerjasama dengan ikatan alumni . ITS Jakarta Raya yang mensupport dengan para alumni yang sukses berkarir di perusahaan besar maupun perusahaan sendiri. Kerjasama diperlebar dengan IKA ITS Batam, IKA ITS Jatim maupun IKA ITS Pusat.  
Tamu, yang dihadiri 150-200 orang mahasiswa dengan mengundang para praktisi bisnis dan pengusaha muda dari kalangan alumni khususnya. Setiap semester bisa diadakan 3 sampai dengan 4 kuliah tamu. Bahkan mereka menuntut lebih banyak kuliah tamu dari para praktisi bisnis maupun pengusaha dari alumni. Kurikulum yang didesain simple dan fleksible memungkinkan dosen berimprovisasi dengan kegiatan-kegiatan kelas yang menarik dan bermanfaat bagi mahasiswa di luar kelas.  
  
Misalnya melakukan kunjungan lapangan ke perusahaan, kunjungan ke pusat perbelanjaan, maupun kunjungan/wawancara dengan pengusaha alumni di sekitar mereka.  
  
Proposal bisnis yang dibuat dan dipresentasikan pada akhir kuliah akan diikutkan dalam seleksi program PKMK dan PMW untuk realisasi bisnisnya. BEM institut, setiap dua bulan sekali diadakan Pasar Minggu di taman alumni yang dijadikan ajang praktek jualan produk-produk dalam proposal bisnis mereka. Kesuksesan beberapa mahasiswa dalam mengikuti kompetisi bisnis plan yang diadakan oleh berbagai instansi ternyata banyak menginspirasi mahasiswa lain untuk menciptakan produk-produk yang inovatif. Satu tahun ini mulai digalakkan produk-produk proposal bisnis mahasiswa yang berbasis hasil riset di laboratorium.  
  
Disisi lain, pemateri dalam stadium general maupun kuliah tamu dicari pengusaha-pengusaha maupun praktisi bisnis yang memiliki latarbelakang bisnis di bidang sains, teknologi, informasi dan komunikasi.  
  
Selain Pokja Technopreneurship, ada lembaga P2KM yang menjadi wadah aktivitas kewirausahaan di kampus. Bahkan di setiap HMJ ada aktivitas kewirausahaan yang linier dengan program-program kewirausahaan BEM dan institut.