

The Art of Startup

Transkrip

Minggu 1: Introduction to Startup

Video 1: Konsep Kewirausahaan

Video 2: Menciptakan Kesempatan

Video 3: Kegiatan Kewirausahaan

Video 4: Revolusi Secangkir Kopi

Video 5: Membaca Peluang

Video 6: Peluang dan Persiapan

Video 7: *Disruption*

Video 1: Konsep Kewirausahaan

Semua orang adalah wirausaha, pendapat ini dikatakan oleh Muhammad Yunus. Yunus adalah seorang pekerja social tetapi dia juga seorang wirausaha sosial. Kalau Anda menjadi seorang aktivis pada waktu tertentu, ketika Indonesia katakanlah sedang dilanda proses transisi yang besar, tragedi kemanusiaan, kemudian terjadi peristiwa politik, dan dana asing banyak datang kesini dan pada saat itu pihak asing yang ingin mempromosikan demokrasi dan ingin memberikan bantuan humatirian di Indonesia membawa banyak uang tetapi pelakunya sedikit, tetapi kemudian waktu berjalan, uang berpindah ke negara lain dimana di negara-negara lain dibutuhkan kegiatan kemanusiaan lainnya dan juga proses demokrasi di Indonesia sudah selesai.

Lalu kemudian LSM-LSM di Indonesia mulai bingung bagaimana kami mendapatkan dana. Menjadi aktivis tidak cukup dengan hanya dengan proposal untuk Anda mintai sumbangan-sumbangan. Anda harus menjadi seorang wirausaha sosial, melakukan perubahan transformasi. Dan begitu Anda harus pandai mencari kesempatan. Anda harus membiayai sendiri kegiatan ekonomi Anda, kegiatan-kegiatan perubahan yang Anda lakukan. Dan itu menjadi manusia yang lebih terhormat, ketimbang melakukan pemerasan ke kiri ke kanan, menakut-nakuti dan kemudian Anda mendapatkan uang dengan cara yang tidak hormat. Banyak LSM yang berubah menjadi *social entrepreneur*.

Demikian pula kita saksikan pemerintahan-pemerintahan. Kepeala pemerintahan, kepala daerah apakah dia bupati, wali kota atau gubernur. Lebih mudah lagi kalau Anda menjadi walikota walaupun masalahnya tidak mudah. Apalagi Anda di sebuah kota yang sangat kompleks persoalan sangat banyak, ada tuntutan perubahan yang harus kita lakukan. Dan itu bisa dilakukan kalau Anda memiliki jiwa kewirausahaan.

Jiwa kewirausahaan seperti apa? Pertama, tentu saja Anda harus memberikan pelayanan. Ini dalam *marketing* disebutnya *customer service section*. Anda harus memuaskan *customer* Anda yang memilih Anda. Kemudian tentu saja Anda harus memperbaiki aparat birokrasi Anda. Anda harus memilih siapa yang harus ditempatkan disini, siapa yang harus ditempatkan disana, dan Anda harus memilih program. Tentu saja harus disetujui oleh DPRD. Tetapi di DPRD Anda akan ketemu banyak masalah. Disitu kewirausahaan seorang kepala daerah diuji.

Dia akan menghadapi banyak tantangan dan kesulitan. Dan bagi seorang wirausaha setiap tantangan kesulitan itu adalah kesempatan untuk menemukan peluang baru, apapun profesi Anda, lihatlah profesi saya seorang akademisi menjadi seorang dosen. Ketika misalnya saya akan menulis sebuah buku saya harus memikirkan baik—baik topiknya ini dibutuhkan masyarakat atau tidak, banyak kawan-kawan saya para akademisi yang membuat buku karena semata-mata karena topik mata kuliah, dia hanya berfikir hanya dirinya. Kalau kita berjiwa *entrepreneur* maka kita harus memikirkan apakah buku ini dibutuhkan masyarakat, yang kedua, bagaimana caranya agar kita bisa membuat sebuah karya yang menimbulkan *impact*, yang ketiga, desainnya bagaimana agar orang mau membaca. Yang keempat *praising*nya bagaimana. Anda boleh mengatakan kalau itu semua adalah marketing. Ya, marketing adalah sebuah konsep yang bagus. Tetapi selama Anda hanya taruh pada sebuah rencana. Dia adalah tetap rencana.

Dan *is still marketing*, *marketing* baru menjadi *entrepreneurship* ketika plan itu Anda eksekusi Anda jalankan di lapangan. Dan Anda menghadapi berbagai benturan dan Anda menyesuaikan diri dan Anda mengambil risiko. Dan sebagai seorang akademisi barangkali Anda juga harus melakukan investasi-investasi, Anda barangkali harus mencari seseorang mendesain buku Anda. Anda harus mencari orang untuk memberikan contoh-contoh yang baik dalam buku Anda, sehingga buku itu dapat digunakan seseorang. Seringkali seseorang tidak memperhatikan dia hanya berfikir tentang *still*nya dia, kebutuhannya dia. Kalau Anda menjadi seorang *entrepreneur* Anda akan memikirkan apa yang baik bagi masyarakat, Anda harus menciptakan sesuatu hal yang baru.

Anda tidak cukup mengajarkan topik dulu yang Anda dapat pada waktu Anda kuliah. Anda tidak cukup melakukan penelitian-penelitian yang mereplikasi penelitian yang sudah dilakukan oleh orang lain. Anda harus memberikan sumbangan tertentu. Dan menjadi seorang akademisi Anda juga harus menjadi seorang *social entrepreneur*. Karena menjadi seorang akademisi Anda dituntut untuk melakukan apa yang dinamakan *tri darma* perguruan tinggi, dan salah satunya adalah pengabdian masyarakat. Bagaimana Anda mau mengabdikan kalau Anda tidak tahu bagaimana cara mendapatkan uang. Kalau Anda hanya mengandalkan proposal, ada berapa banyak akademisi yang ingin memberikan proposal. Dan ada berapa banyak penyandang dana. Anda harus menciptakan sesuatu yang baru.

Dan Anda kalau misalnya menjadi seorang ilmuwan, Anda juga harus melakukan temuan-temuan yang spektakuler dalam masyarakat Anda. Dan seringkali itu tidak mudah. Lantas menjadi pertanyaan, kalau begitu wirausaha ini apa?, wirausaha, kalau bagi saya itu adalah orang yang berfikir. Karena Anda berfikir maka Anda akan menemukan sesuatu yang baru. Sering kali dalam kehidupan kita tidak berfikir. Kita hanya menjalankan sesuatu yang kita rasa sudah nyaman. Ketika saya membahas buku *self driving*. Barangkali pada topik itu Anda masih ingat. Bahwa kita membedakan antara *passengers* dan *drivers*.

Disitu kita menjelaskan cara berfikir *auto pilot*. Yang artinya dari rumah ke kantor, dari rumah ke kampus dari rumah ke tempat Anda berusaha. Itu Anda hanya melewati jalan yang sama sepanjang hari karena Anda sudah nyaman. Dan kalau sudah begitu, manusia tidak berfikir lagi, pasti sampai ke tempat tujuannya. Tapi kalau manusia berfikir ambil contoh seorang anak yang namanya *edmond albius*. Dia adalah seorang anak budak di daerah afrika selatan di sebuah pulau kecil *bordbong*, sebuah wilayah jajahan perancis. Pada saat itu dia bekerja di sebuah perkebunan dan pemilik kebun itu memiliki sebuah pohon yang sudah ratusan tahun dipelihara dan tidak berbuah.

Pohon itu adalah pohon *vanilla*. Bertahun-tahun tidak berbuah, tidak berbunga dan akhirnya kemudian mereka menemukan catatan Charles Darwin yang mengatakan bahwa itu hanya tumbuh di meksiko, dan di meksiko bisa berbunga karena ada sejenis kumbang yang melakukan sesuatu

disana. Yang belakangan kita kenal sebagai penyerbukan silang. Dimana kumbang-kumbang itu menyerbuki bunga-bunga betina dengan bunga-bunga jantan, serbuk bunga jantan. Dan Edmond tidak mengerti itu, tetapi Edmond mau berfikir dan dia bertanya kepada tuannya kenapa pohon ini ditanam dan tidak menghasilkan apa-apa. Dan tuannya kemudian bercerita bahwa setahun hanya ada 20 ton produksi dari Meksiko karena hanya di Meksikolah tumbuh. Dibawa ke negara lain oleh para penjajah tidak berbunga tidak berbuah. Meksiko menikmati harga yang mahal.

Tetapi Edmond Albius, anak seorang budak kemudian mencoba, iseng-iseng akhirnya menemukan. Dan akhirnya diseluruh dunia kita menyaksikan dibanyak negara tropis vanilla dapat tumbuh dan berbunga. Ini sama juga seorang dokter di John Hopkins University, yang suatu ketika terganggu mendengar berita yang banyak sekali anak-anak yang meninggal dunia karena dengan apa yang disebut dengan *blue baby*. Bayi yang tiba-tiba menjadi lebam biru hanya umurnya 1, 2 bulan sudah meninggal dunia. Kenapa? Karena ada masalah di klep jantungnya. Dan pada waktu itu diseluruh dunia dipercayai bahwa jantung itu adalah rumah Tuhan dan tidak boleh disentuh. dr. ini kemudian berfikir masa tidak boleh disentuh. Memang benar manusia diketahui sudah meninggal kalau jantungnya sudah berhenti berdetak atau otaknya sudah berhenti bekerja. Oleh karena itulah masyarakat saat itu percaya bahwa jantung itu adalah rumah Tuhan dan tidak boleh diutak-atik.

Tapi dokter ini kemudian mengambil langkah. Dia berfikir barangkali kita harus menyelamatkan anak-anak ini. Dan akhirnya kemudian yang dilakukan oleh dokter ini, yaitu dr. Blalock di John Hopkins University adalah dia mendatangi seorang tukang yang biasa bekerja memasang lantai dan tukang ini namanya Vivien, seorang warga kulit hitam. Terjadi kesulitan lagi, karena ketika mengajak Vivien, pada saat itu di Amerika Serikat terjadi politik segregasi. Warga kulit hitam, benar-benar didiskriminasi. Pintu masuknya pun berbeda. Toilet pun berbeda. dan pada saat itu mereka tidak bisa kuliah. Tetapi karena tukang bangunan itu yang bisa menolong dr. Blalock. Menolong apa? Menolong untuk memasang selang dan itu adalah pekerjaan tukang bangunan dan selang pada saat itu adalah selang biasa, selang plastik. Dan Mereka mulai dengan membedah anjing.

Dan kemudian dr. Blalock mengambil risiko itu, pada saat itu masyarakat menentang, tapi mereka berdua mencoba. Anjing pertama yang mereka bedah jantungnya meninggal dunia, mereka frustrasi, sedih sekali, apalagi dibarat itu anjing dianggap sebagai bagian dari keluarga dan oleh karena itu maka mereka berdua sangat berduka. Setelah itu mereka mencoba lagi dan akhirnya kemudian berhasil. Dua orang ini, melewati tantangan zaman dan setelah berhasil pada seekor anjing. Mereka kemudian mengambil risiko, mencoba pada seorang manusia, dan pada saat itu dunia mulai menyaksikan bahwa itulah operasi jantung pertama yang berhasil. Tidak semua operasi jantung berhasil, tetapi langkah kecil itu telah menimbulkan inovasi-inovasi lainnya. Bahwa kemudian ditemukan klep, alat-alat klep, kemudian selang baru, kemudian teknik-teknik baru, tapi semua berawal dari sebuah keberanian dr. Blalock yang dibantu oleh seorang tukang bangunan, Vivien. Yang belakangan Vivien diberi gelar doctor. Dan foto mereka berdua ada di aula Universitas John Hopkin.

Nah apa yang ingin saya sampaikan kepada Anda, ilmuwan membutuhkan kewirausahaan, bupati walikota perlu kewirausahaan, pekerja sosial, para penggerak perubahan dimanapun Anda berada. Termasuk para guru memerlukan kewirausahaan. Kita semua memerlukan kewirausahaan. Apalagi Anda yang ingin berhenti bekerja, ingin menekuninya sebagai profesi, untuk menghasilkan sesuatu perubahan. Itulah yang saya sebut bahwa semua orang pada dasarnya adalah wirausaha.

Video 2: Menciptakan Kesempatan

Entrepreneurship bisa dilakukan oleh siapa saja dan dimana saja dan dunia ini menjadi indah ada temuan-temuan karena adanya *entrepreneur*. Kalau sebuah penemuan hanya menjadi sebuah inovasi tetapi tidak pernah dikomersialisasi, tidak pernah sampai ke tangan pelanggan maka dia hanya sebuah temuan tetapi menjadi seorang *entrepreneur* artinya mempertemukan dari temuan sampai ke pasar. Dan, gagasan itu diperlukan oleh siapa saja, ada *entrepreneur* ada *intrapreneur* ada *social entrepreneur*, ada namanya *social entrepreneur*, *social entrepreneur* Anda ingin melakukan perubahan social dengan pendekatan kewirausahaan, intrapreneur Anda tetap bekerja di perusahaan tapi mental, jiwa dan sikap Anda adalah seorang *entrepreneur*.

Anda menggunakan *entrepreneurship* untuk bekerja sehingga mereka yang menggunakan itu, itu biasanya lebih cepat untuk naik menduduki posisi penting di sebuah perusahaan besar. Dan tentu saja juga *entrepreneur*, *entrepreneur* ini bisa dilakukan untuk sebuah kegiatan ekonomi. Dan untuk melakukan sebuah kegiatan ekonomi Anda membutuhkan kemampuan untuk membaca kesempatan, peluang. Dimana peluang itu didapat, oo banyak cara. Salah satunya adalah Anda mencatat, Anda menulis. Ini adalah sebuah buku yang saya dapatkan di Paris ketika saya diundang oleh sebuah lembaga pendidikan di Paris dan saya di oleh buku ini.

Disini ada tulisannya moleskin dan orang senang sekali membawa buku ini. Buku ini sebetulnya adalah sebuah tradisi di Eropa ketika terjadi *renaissance* dan para seniman besar pada masa itu menggunakan catatan-catatan untuk menyimpan ide-ide dan gagasannya dan bahkan mereka menggunakan sketsa. Buku ini diberi nama moleskin dan menjadi populer semenjak 1997 kemudian tahun 2007 ini diperkenalkan atau diperkuat oleh seorang pengarang yang namanya Bruce Chatwin, Bruce Chatwin ini adalah seorang penulis yang salah satu karyanya berjudul *The Song Lines*, di dalam *The Song Lines* itulah dia bercerita tentang buku ini dan menyebut nama moleskins, sejak itu buku ini mulai dikomersialkan dan banyak orang memakainya.

Tetapi saya ingin bercerita secara spesifik apa yang terjadi pada buku ini pada penemu buku seluruh dunia, salah satunya adalah seorang lulusan sebuah kampus yang mengambil program studi di bidang desain grafis. Ini ada dua orang, dua orang tersebut ketika sekolah di jurusan desain grafis sering diajak dosennya untuk melakukan *brainstorming*, mencari gagasan-gagasan. Dan dua sahabat itu juga pria dan Brian Chesky, dua sahabat yang sekolahnya desain grafis dan mereka berjanji suatu ketika jadi pengusaha. Tapi setelah lulus keduanya berpecah. Yang satu berada di Los Angeles dan yang satu berada di San Francisco juga Brian berada di San Francisco juga bekerja dalam desain grafis, dia menikmati sebuah apartemen di lantai 2, sebuah studio besar cukup bagus dan temannya Brian Chesky berada di Los Angeles. Dan satu ketika setelah bekerja cukup baik, mendapat penghasilan, mereka bilang, kamu pindah saja deh kesini. Akhirnya kemudian Brian Chesky pindah ke San Francisco.

Di San Francisco saat dia pindah mereka sepakat untuk kemudian menjadi wirausaha. Tetapi ketika Brian Chesky pindah ke San Francisco apa yang terjadi? Harga apartemen mahal, Amerika juga mengalami kesulitan ekonomi, tiba-tiba semuanya berubah dan mereka mengalami kesulitan berwirausaha. Tapi kemudian mereka memeriksa kembali catatan-catatan mereka. Akhirnya mereka menemukan catatan-catatan disini bahwa mereka pernah punya gagasan untuk memiliki usaha di bidang property atau di bidang pariwisata. Dan akhirnya mereka mulai mencoba, mereka ingin menyewakan sesuatu. Pada saat itu di San Francisco ada sebuah konferensi besar. Seperti biasa di sebuah konferensi atau kadang-kadang terjadi pertandingan sepak bola, racing dan sebagainya.

Orang datang banyak tapi jumlah hotel tidak cukup. Kemudian mereka mengatakan, eh kenapa tidak sewain aja tempat disini. Dan Kemudian akhirnya mereka melihat ada sebuah tv dalam studionya. Ini kan bisa ditaruh Kasur disini, bisa ditaruh kasur disini, bisa ditaruh Kasur disini. Mereka berfikir bagaimana kalau kita sewakan tempat untuk disewakan kasur. Mereka kemudian membeli *air bed*. *Air bed* itu adalah tempat tidur yang hanya dipompa saja. Ditaruh Kasur di bawah. Terus kemudian mereka berfikir lagi. Kami juga masih bisa memberikan sesuatu, apa itu? Breakfast. Mudah kok itu disana. Itu cukup serial saja dilengkapi dua buah telur mata sapi atau omelet. *Very simple* gagasannya, oleh karena itu mereka menyebutnya sebagai *air bad and breakfast*. *Air bed*, tempat tidur dan breakfast, mereka sediakan itu. Mereka iseng-iseng, kemudian mereka membuat websitenya. Dan pada hari itu tanpa mereka duga besok paginya ketika mereka bangun ternyata disitu ada tiga orang mendaftar.

Pasti Anda menduga kalau orang mau sewa tempat tidur didalam suatu kamar besar yang di dalamnya hanya *air bed* saja ditambah dengan *breakfast*-nya. Barangkali ini adalah *fresh graduate* yang gak punya uang atau orang-orang yang hidupnya sangat sederhana. Mereka mengatakan keliru, ternyata itu professional ada to orang yang mau nyewa disitu yang harganya sedikit lebih murah. Katakanlah kalau di luar itu harga sewanya adalah kira-kira 200 dolar. Mereka hanya sewakan 80 dolar. Mereka dapat tiga pelanggan. Disitulah gagasan itu mulai timbul menjadi kenyataan. Dan akhirnya kemudian mereka berkembang dan mereka mencoba menyewakan kembali tempat lain. Mereka melihat ada konferensi Partai Demokrat yang dilakukan di Colorado, di Denver. Disitulah datang 100 ribu orang tetapi kamar yang ada hanya 40 ribu orang. Mereka coba hubungkan. Tetapi peminatnya tidak terlalu banyak. Akhirnya mereka rubah lagi. Disitulah pentingnya kemampuan *entrepreneurship*.

Mereka kemudian mencari jalan supaya dapat *cash full*. Yang mereka lakukan saat itu adalah mereka membuat sereal, mereka tidak membuat tetapi mereka hanya membikin kemasannya, karena disitu ada dua calon presiden. Dari Partai Republik namanya Mc-Cain dan dari Partai Demokrat itu namanya Obama. Mereka bikin sereal Obama, mereka bikin sereal mckain. Mereka bikin jinglenya. Mc-Cain ketika dijual serealnya tidak laku tetapi Obama osh, sereal, itu laku. Maka begitu ada permintaan, mereka lari ke supermarket mereka borong sereal yang ada, mereka masukan ke kemasan-kemasan yang sudah mereka siapkan. Dan kemudian mereka berhasil menapatkan penjualan 30 ribu dollar.

Dengan bekal 30 ribu dollar itu, dengan bantuan seorang investor akhirnya mereka men-*create* sebuah website dan akhirnya kemudian mereka menawarkan kamar-kamar kepada mereka yang mempunyai kamar yang ingin menyewakannya kepada orang lain. Dan ketika kamar-kamar itu ditulis dalam website ada permintaanya, mereka hanya mempertemukan melalui situs mereka Airbnb, *air bed and breakfast*. Dipertemukan. Awalnya adalah mereka yang mempunyai space diruannya. Tapi lama-lama yang menawarkan bukan cuma mereka yang menawarkan space tetapi juga ada orang yang ingin menyewakan satu rumah, satu kamar, satu apartement sampai kemudian setelah saya baca, saya lihat-lihat lagi. Ternyata bukan hanya kamar atau rumah tetapi juga ada yang menyewakan kapal pesiar. Ada orang yang ingin tinggal di kapal pesiar. Ada bahkan ada di kutub utara yang menyewakan igloo. Dan bahkan ada seorang anak muda yang tidak punya uang mereka hanya menawarkan tenda untuk mendapatkan 30 dolar dan terus akhirnya berkembang, berkembang, berkembang. Permintaan juga naik. Tadinya hanya tiga customer menjadi seratus customer.

Saya ditunjukan petanya oleh Brian Chesky, peta disebuah kota New York ketika mereka mulai dikasih gambar merah-merah itu hanya sedikit sekali merahnya. Kemudian tahun berikutnya, tahun 2009 itu sudah mulai berkembang. 2011 semakin banyak. Dan tahukah Anda? Sekarang

Airbnb telah berada di 190 negara dengan banyak kota diseluruh dunia dengan tarif yang murah. Termasuk hotel-hotel akhirnya masuk kesana. Dan yang menarik perhatian saya, sifat orang juga berubah. Jadi orang-orang di Paris. Yang biasa meninggalkan Paris di musim panas. Sementara orang-orang Asia pergi ke Paris di musim panas, Paris penuh dengan turis, hotel berkurang. Harganya menjadi mahal. Sementara turis-turisnya sendiri orang Paris pergi keluar negeri dan pada saat mereka pergi keluar negeri mereka menginap ke hotel atau ke tempat lain, mereka menyewakan apartemennya lewat Airbnb dan orang-orang sekarang mulai menyewa apartemen melalui Airbnb. Jadi turis disini menggunakan Airbnb, turis disini menggunakan Airbnb. Kalau mereka pergi dari kota ini ke kota lain, mereka berwirausaha atau mereka melakukan *trafle* atau mereka kemudian melakukan kegiatan jalan-jalan ditempat ini, mereka juga menginapnya di melalui situs-situs Airbnb, tetapi karena kamar mereka kosong, ini juga disewakan melalui Airbnb, akibatnya kegiatan ekonomi bergerak kembali.

Bergerak kembali dalam arti kata, karena ada rumah-rumah, tempat penginapan yang murah. Turis-turis di paris mengalami lonjakan yang besar dari katakanlah dari 1 juta menjadi 2 juta, dari juta menjadi 4 juta demikian seterusnya terjadi pelipat gandaan karena ketersediannya tempat tinggal yang murah. Semua itu berawal dari sebuah buku seperti ini. Sebuah gagasan yang mereka tulis. Sebuah kesulitan yang mereka alami ketika menyewa atau ketika ingin membeli apartemen yang tiba-tiba harganya melonjak ada kesempatan yang mereka uji, tiga orang tiba-tiba datang, ada sebuah situs yang mereka bikin dan ada kesulitan saat mereka menjual pada sebuah konvensi. Dimana tidak berhasil. Tapi kemudian mereka beradaptasi. Mereka menjual sereal. Dan akhirnya mendapat uang dan akhirnya mereka membikin situs yang besar. Dan pada tahap awal itu penyewanya hanya orang-orang yang ingin tinggal berbagi *space*, tetapi sekarang berkembang, berkembang *market* menjadi besar, artinya wirausaha juga belajar, wirausaha berfikir, seorang wirausaha menciptakan kesempatan.

Video 3: Kegiatan Kewirausahaan

Saya sudah menjelaskan kepada Anda kisah pendirian Airbnb yang sekarang mulai digunakan sebagai jaringan untuk tempat penginapan di seluruh dunia dan tahukah Anda, tahun lalu Airbnb dievaluasi nilainya adalah 13 miliar dollar dan diramalkan ini akan bisa mengejar eBay dan perubahan-perubahan seperti ini masih terus dilakukan oleh anak-anak muda. Bukan orang tua, tapi anak-anak muda. Dan selain itu kita juga lihat terjadi perubahan peta transportasi di dunia, terjadi *disruption* dalam dunia pertaksian dan juga pernah saya jelaskan dalam self driving yaitu ketika munculnya Uber. Uber yang mengaku sebagai perusahaan aplikasi yang kemudian memporak-porandakan semua perusahaan taksi konvensional diseluruh dunia. Bagaimana tidak, mereka menawarkan tarif yang jauh lebih murah terjadi deflasi mereka *cracking cost structure* dan semua orang bisa berpartisipasi. Mereka *sharing economy*. Mereka masuk dari *own* ke *sharing economy*.

Orang yang mempunyai mobil kemudian beramai-ramai bergabung dan kemudian mereka meminjamkan mobilnya menjadi supirnya. Sama juga seperti Airbnb yang sekarang memporak-porandakan industri perhotelan di seluruh dunia. Tarif hotel akan turun dengan adanya *supply* yang besar-besaran dari seluruh dunia. Mereka yang mempunyai kamar masuk dalam pasar menyewakan kamar-kamar mereka pada saat mereka berpergian ke kota-kota lain. Tempatnya kosong. Bahkan ada orang yang mempunyai dua kamar satu kamar tidak kepakai, kemudian kamar itu disewakan. Orang-orang yang mempunyai rumah banyak yang tadinya hanya didiamkan begitu saja atau menunggu penyewa. Kini dapat mereka sewakan harian. Dimasukan ke dalam Airbnb. Nah itu terjadi ke dalam teknologi seperti itu. Tetapi ini tidak berhenti kepada Airbnb. Ini terjadi

pada industry turunan-turunannya. Bahkan saya menemukan ada sebuah situs yang judulnya adalah '*can I stay with you while I rent my apartemen to Airbnb*'.

Ini orang-orang yang sedikit agak agak berfikirnya agak special menurut saya. Anak-anak muda tahu persis kalau kamarnya juga dibutuhkan oleh orang lain dia sewakan lewat Airbnb dan setelah itu mereka masuk kedalam sebuah situs. *Can I leave with you?* Dapatkah saya tinggal bersama Anda, ketika apartemen saya, saya sedang sewakan dengan Airbnb, jujur sekali mereka, tetapi ternyata toh ada juga orang yang mau meminjamkan dan memberikan tumpangan gratis. Karena ternyata orang-orang seperti itu adalah orang-orang yang membutuhkannya.

Katakanlah ini adalah mahasiswa yang butuh uang, tidak punya uang untuk kuliah. Dan itu pernah terjadi pada presiden Amerika Serikat ketika diusia muda sebagai mahasiswa di Stanford kelak orang ini menjadi presiden Amerika Serikat dan pada waktu itu mereka ingin mencari uang dengan mendatangkan musisi terkenal dan musisi itu memberikan permainan piano, memberikan orchestra yang sangat menarik dan mereka harus membayar sekian puluh ribu US dollar. Tetapi kemudian ternyata yang nonton tidak banyak dan mereka tidak bisa membayar Petroski dan ketika itu Petroski mencoba menolong mereka. Sudah tidak perlu bayar. Tapi ketika Petroski pulang ke negaranya di Polandia kemudian menjadi presiden.

Dan pada waktu itu Polandia dilanda kelaparan bencana besar dan akhirnya kemudian Petroski memnita bantuan ke negara lain dan salah satu negara yang membantu adalah presiden Amerika Aerikat. Dan presiden Amerika Serikat ketika itu adalah orang yang pernah dibantu ketika melakukan pagelaran orchestra di Stanford. Jadi toh tetep saja ada orang-orang yang ingin membantu. Jadi ada situs yang namanya adalah '*can I stay with you while I rent my apartment to Airbnb*'. Disisi lain adalagi sebuah situs yang mempertemukan orang-orang diseluruh dunia dan ini yang membantu mahasiswa saya yang berpergian ke luar negeri satu orang satu negara yang sudah saya jelaskan pula dalam *self driving*. Anak-anak muda ini menginap tidak bayar di luar negeri dengan menggunakan situs yang disebut *coach serving*, *coach serving* ini adalah situs yang mempertemukan orang-orang yang mempunyai penginapan, punya waktu dan mereka kemudian ingin memberikan tumpangan, syaratnya sederhana saja, Anda menjadi member dan Anda ikut dalam jaringan itu, nanti kalau orang-orang ini ingin ke negara Anda.

Anda juga berbagi tumpangan mengantarkan jalan-jalan dan sebagainya. Bisa. Dan, ini membuat orang berpergian semakin murah maka tidak ada alasan bagi kita, membentuk kewirausahaan kita dengan melihat dunia berpergian ke mana-mana. Siapa sih yang tidak ingin jalan-jalan. Dan, menjadi wirausaha Anda harus mempunyai kemandirian, kebebasan untuk memutuskan kapan Anda harus pergi. Dan, itu dilakukan dengan adanya aplikasi-aplikasi. Menjadi pertanyaan tentunya adalah kalau itu dibuat semua, dari mana uangnya sih. Nanti saya ceritakan. Karena ini adalah bagian dari *business model*. Dan, cara melihat uang itu mulai berubah dari masa ke masa. *Business model*, nanti ada topiknya sendiri.

Tetapi selain menggunakan aplikasi saya ingin bercerita kepada Anda. Orang yang pernah menjadi mahasiswa saya. Orang ini, barangkali Anda bisa melihat dari sini. Ini adalah seorang yang baru saja merayakan ulang tahun ke 88, namanya adalah Ibu Mooryati Soedibyo. Foto ini diambil ketika yang bersangkutan lulus dalam progam doktor di usia 78 tahun. 78 tahun. Dia mendapatkan gelar doctor 78 tahun. Pada waktu saya membimbingnya, sebagai ketua progam, saya sangat tertarik, karena beliau ini seorang *entrepeuner* dan kita tahu seorang *entrepeuneur* dia mampu membangun sebuah perusahaan besar namanya Ibu Mooryati Soedibyo. Dan, perusahaannya Anda tahu, Mustika Ratu. Ini adalah seorang perempuan yang hidupnya dikalangan priyayi keturunan raja, keturunan ningrat bahkan masih mempunyai garis hubungan keluarga dengan Raden Ajeng

Kartini. Dia menjadi penerus dan bahkan bukan hanya wirausaha bahkan juga berhasil memperoleh gelar doktor di Universitas Indonesia.

Pada waktu mengambil doktor di UI, saya tertarik karena di usia seperti itu dan orang-orang yang mempunyai uang biasanya tidak ingin lagi sekolah susah. Tapi Ibu Moor datang sekolah dan sepanjang dia menjadi seorang mahasiswa di tempat saya. Saya ketahui dia juga adalah satu-satunya mahasiswa saya sepanjang sejarah yang tidak pernah absen, walaupun jabatannya pada waktu itu sebagai Wakil Ketua MPR. Ibu Moor diusia lanjut tetap kuliah, dan dia wirausaha yang berhasil. Dia kembangkan usahanya dari ramuan tradisional. Pada waktu itu belum ada internet, belum ada *disruptions* dan setelah itu kemudian Ibu Mooryati mengembangkan bahkan perusahaannya menjadi *go public*. Bahkan ia menjadi salah satu mahasiswa kami yang kemudian papernya dipresentasikan ke seluruh dunia dan para ilmuwan dunia ingin tahu karyanya.

Tetapi apa yang mau saya sampaikan kepada Anda. Orang seperti Ibu Moor pun, Ibu Mooryati Soedibyo ternyata adalah seorang priyayi yang bisa berubah dan bisa menjadi seorang *entrepreneur*. Bahkan dia sering mengatakan kesempatan itu harus dilihat. Kita harus bisa melihat kesempatan. Terus kalau tidak lihat bagaimana? Diciptakan katanya. Kesempatan harus diciptakan. Produk harus disekolahkan, katanya, apa artinya disekolahkan? Dikreasikan dicari kemasan yang cocok. Dicarilah hal-hal yang barangkali akan lebih baik. Dan beliau terus mengembangkan, ramuan tradisional. Kemasan yang modern. Ramuan tradisional tetapi caranya adalah baru.

Dan kita bisa melihat orang seperti ini pun bisa berjaya. Dan pada waktu ulang tahun ke 88. Pak JK yang hadir di acara itu, mengatakan orang yang usianya mencapai 88 tahun sekarang mulai banyak, orang yang sehat diusia tersebut juga banyak. Orang cantik juga banyak tapi orang diusia 88 tahun tetap cantik dan tetap sehat dan tidak pikun itu hanya Ibu Mooryati, katanya. Saya sepakat dalam hal itu. Seorang wirausaha adalah seorang yang mau berfikir. Karena dia berfikir maka diapun akan menemukan sesuatu.

Perjalanan menemukan ini adalah perjalanan seorang wirausaha, tetapi dia tidak hanya menemukan tetapi juga dia mengembangkan, mengkormesialkan. Sehingga kemudian *market* dengan produk itu bertemu. Ini adalah kegiatan kewirausahaan. Masih banyak lagi contoh yang nanti saya ceritakan kepada Anda. Termasuk kisah berubahnya kopi dari tadinya orang membeli kopi bulat, dan kopi itu kemudian disangrai di masak dikeringkan kemudian setelah itu ditumbuk, dan kita biasanya membeli kopi bulat yang kering atau kita membeli kopi bubuk. Dan setelah itu kemudian diinovasi lagi oleh orang lain dalam bentuk kopi instan, setelah itu diinovasi lagi kopi dengan gula dan setelah itu diinovasi lagi dengan jahe dan sebagainya. Tetapi ada orang lain yang melihat bahwa cara itu sudah berubah dimana orang ingin minum kopi sebagai jasa. Dan itulah yang nanti akan saya bahas dalam sesi berikutnya.

Video 4: Revolusi Secangkir Kopi

Howard Schultz adalah seorang petugas pembelian yang bekerja di sebuah perusahaan yang melakukan impor dan ekspor kopi. Tugasnya adalah pergi keliling dunia mencari *supply* atau pasokan kopi. Brazil, Colombia, Kenya, beberapa negara Asia termasuk Indonesia dan Vietnam dikunjungi untuk membeli kopi. Dan, seperti biasa yang dibeli adalah kopi *bulk* yang sudah dikeringkan dibawa ke Amerika Serikat dikeringkan lagi kemudian setelah itu mereka giling dan diekspor ke negara lain. Dari situ kemudian terjadilah produksi kopi dalam bentuk kopi bubuk. Dari masa ke masa bekerja seperti itu, tapi suatu ketika Howard Schultz kemudian sedang berlibur di

sebuah negara di Eropa. Dan dia melihat sebuah tradisi yang berbeda. Tradisi itu ialah orang terbiasa minum kopi di kedai kopi. Saya kira kalau Howard Schultz ke Indonesia dia juga menyaksikan, bahwa di Indonesia tradisi ngopi itu ada di banyak sekali kedai kopi di Indonesia. Kalau Anda pergi ke Aceh, disana ada ulekaring.

Dimana kaum muda senang sekali berkumpul disana bahkan diskusi politik sampai pagi kemudian membaca koran, menyaksikan pertandingan sepakbola mendiskusikannya di kedai kopi. Kalau Anda pergi ke Sumatra Barat sama saja, kalau Anda pergi ke katakanlah ke Medan banyak orang berkumpul di kedai-kedai kopi di warung-warung, salah satunya adalah koktong. Dan di Riau Anda juga bisa melihat di Pekanbaru itu ada di kinteng terus di Indonesia kedai kopi, termasuk di Jakarta kemanapun Anda pergi Anda bisa menyaksikan orang minum kopi tubruk, kopi susu, dan lain-lain sebagainya. Baru belakanganlah kita mengenal namanya cappuccino, moccacino dan lain sebagainya. Tetapi yang menarik perhatian saya adalah ketika itu Howard Schultz kemudian mengusulkan kepada perusahaan tempat ia bekerja agar perusahaannya itu kemudian juga membuat kopi seperti yang ia lihat di negara Eropa tadi. Yaitu orang meminum kopi dengan membawa kopi yang sudah jadi.

Tetapi permintaan dan usulannya itu ditolak oleh atasannya dengan mengatakan bahwa perusahaan kita adalah produsen kopi bukan restoran, dan akhirnya Schultz yang kecewa berhenti dan mendirikan perusahaannya dan pada tahun 1970-an Anda bisa menyaksikan sebuah restoran yang belakangan kita namakan café berdiri di Seattle, di depan sebuah pasar tradisional yang sangat indah di tepi pantai yang sampai sekarang masih ada. Yang sering kali kalau kita lewat disana ada orang yang sedang bermain musik, menghibur kita dengan gambar Dewi Siren, yaitu yang berbentuk perempuan pakai mahkota dan seperti ikan duyung, ada ekornya. Belakangan logonya dirubah.

Tetapi apa yang dilakukan oleh Schultz itu kemudian terjadi perubahan yang besar sangat mendasar sampai suatu ketika setiap lima menit muncul satu kedai kopi Starbucks di seluruh dunia bahkan mall-mall menjadi ramai karena disitu ada Starbucks. Sebetulnya apa yang dilakukan oleh Schultz bukanlah sesuatu baru, di Indonesia juga banyak. Tapi menjadi pertanyaan kenapa Schultz berhasil melakukan itu. Ini adalah sebuah inovasi, ini adalah sebuah kegiatan yang belakangan disebut sebagai *business model*. Tetapi *business model* seringkali orang menyebutnya terkait dengan teknologi. Baiklah nanti kita bahas mengenai *business model*. Tetapi Schultz merubah peta kopi dunia kebiasaan orang yang tadinya adalah membeli kopi bulat menjadi kopi bubuk dan akhirnya kemudian orang ingin minum kopi. Dan akhirnya penjualan juga meningkat bukan hanya minum kopinya yang harganya bisa 40 ribu sampai 75 ribu rupiah per cangkir, tetapi juga orang membeli gelas, membeli tempat untuk membawa kopi. Sambil berjalan orang ngopi.

Professor-profesor di Amerika mengajar itu sambil memegang kopi bahkan artis-artis kita, bahkan penyiar televisi kita membaca berita sambil membawa kopi, kopi telah menjadi sebuah industri yang sangat penting. Bahkan sponsor-sponsor kegiatan televisi yang Anda lihat di televisi saat ini, itu hampir semuanya dibiayai oleh produsen kopi. Kopi adalah sebuah kegiatan ekonomi yang sangat besar, tetapi ini menjadi sebuah gejala setelah ada pelaku yang secara global namanya Starbucks dan di Indonesia ada banyak sekali. Kalau Anda pergi berkeliling di daerah sekitar Monas, disekitar Tugu Selamat Datang, disekitar Hotel Indonesia maka Anda juga akan menyaksikan. Disitu ada kegiatan ekonomi. Karena ada orang yang melihat trend gaya hidup minum kopi. Dan itu di jajakan dengan menggunakan sepeda. Mahasiswa saya itu menyebutnya sebagai starling, Starbucks keliling. Jadi pakai sepeda, mereka bawa keliling digantung banyak merek-merek kopi, sachet-sachet itu kemudian ada termos dibelakangnya harganya hanya 500 sampai 1500 rupiah, orang minum kopi dipinggir jalan.

Jadi di Indonesia ini ada 1500 sampai puluhan ribu rupiah dan di Indonesia memungkinkan karena di Indonesia adalah negara produsen kopi. Dimana-mana di Indonesia kita banyak melihat lahan-lahan kopi. Dan banyak kopi yang masih belum terjual dengan harga baik. Jadi harus ada orang yang melihat itu. Itulah yang saya sebut sebagai kemampuan untuk melihat peluang. Peluang tidak dari mana-mana, peluang itu dasarnya adalah sesuatu yang Anda lihat karena tidak dijalankan di tempat lain, karena ada sesuatu yang kosong di pasar, ada sesuatu yang terjadi, tercipta karena adanya kesulitan. Nanti saya akan menjelaskan salah satu cara untuk menemukan peluang adalah dengan membaca kesulitan yang dialami seseorang.

Video 5: Membaca Peluang

Saya suka dengan quotes ini, *every single problem is opportunity*, setiap sebuah masalah itu pada dasarnya adalah sebuah kesempatan. Masalahnya adalah Anda bisa membaca itu atau tidak, bagaimana cara membacanya, sangat mudah sekali. Temukan saja kesulitan yang dihadapi manusia, karena kesulitan yang dihadapi manusia itu bisa merubah peta hirarki Maslow, Anda tahu kan kebutuhan Maslow itu yang paling dasar itu adalah kebutuhan fisik, sandang, makan, papan, setelah itu rasa aman, setelah itu dan seterusnya sampai di atas nanti adalah aktualisasi diri. Kalau Anda pernah belajar teorinya Maslow. Tetapi sekarang kita lihat, manusia mulai kesulitan, kesulitan pertama adalah bukan karena ketinggalan dompet tetapi adalah ketinggalan handphone, orang dimana-mana merasa sangat perlu dengan handphone, apalagi sekarang biaya pulsa sudah sangat murah, komunikasi semua ada disana, informasi semua tersimpan disana, dan orang perlu berhubungan dengan orang lain.

Maka sekarang kita saksikan peta Maslow pun segitiganya berubah, dibawahnya tambah lagi, ternyata *basicnya* bukan sandang, pangan, papan, tetapi adalah wi-fi dan power bank, charger. Itu adalah kebutuhan manusia. Karena manusia mengalami kesulitan kalau tidak berkomunikasi. Semua informasi ada disana. Nah memahami kesulitan manusia itu adalah sebuah kesempatan. Kadang-kadang Anda membaca lebih cepat dari yang lain sehingga pasar belum bereaksi. Katakanlah saja apa yang dilakukan oleh almarhum Tirta Utomo. Ketika menawarkan *soft drink* tetapi tidak bersoda tidak berwarna, dan itulah yang belakangan yang kita kenal sebagai air mineral. Air minum dalam kemasan.

Bayangkan sepuluh tahun pertama. Mending Tirta Utomo kesulitan memasarkan itu, semua orang mengatakan kalau air seperti ini di rumah saya banyak. Mereka mengatakan minum itu kalau beli itu adalah yang berwarna ada rasanya dan lain sebagainya. Sehingga almarhum Tirta Utomo kemudian memasarkan air mineral produksinya pada restoran yang dia miliki. Pada tempat-tempat yang dia bisa pasarkan. Terjadi proses pemasaran yang cukup lama, tetapi begitu pasar menerima, kita tahu karena belakangan air di kota sudah tercemar dan orang membutuhkan yang namanya *convenience*. Kemampuan untuk menikmati sesuatu dengan nyaman, dan itu dipecahkan dengan kehadiran air mineral dalam kemasan dan orang sudah sadar kesehatan tidak ingin minum yang terlalu manis, yang terlalu berwarna dan mereka kemudian mencari air minum dalam kemasan itu. Prosesnya cukup lama, naik ke atas.

Penjualannya berkembang menjadi pesat. Maka ketika orang melakukan suatu kegiatan kewirausahaan, dia tidak otomatis serta merta langsung berhasil. Dan, titik awalnya adalah kemampuan membaca peluang dari apa yang saya sebut melihat masalah. Kalau Anda tidak bisa melihat masalah, Anda tidak bisa melihat peluang. Masalah-masalah itulah tugas yang harus dipecahkan seorang *entrepreneur*. Orang yang bibirnya sering kali dilipat-lipat atau dibeginikan.

Ya, bibirnya dibegitukan. Itu pertanda dia kekeringan. Didam-diam memerlukan sesuatu, maka diciptakanlah *lip balm* dan lain sebagainya. Dan orang yang punya masalah karena warna bibir kiri dan kanan tidak sama mereka memerlukan yang namanya lipstick, jadi itu semua masalah dan itu semua adalah kesempatan.

Sama ketika munculnya taksi online. Itu didasari oleh sebuah masalah mencari taksi sulit, harganya tak terjangkau oleh banyak orang. Kalau Anda pernah belajar teori ekonomi, maka Anda belajar disitu ada teori *supply demand* dan ada kurvanya. Anda bisa lihat kurvanya. Ya perhatikan, ada garis lurus ke atas, ini namanya *price*, ini namanya *quantity of demand or quantity of supply*, semakin permintaannya semakin banyak harganya turun. Ya, kalau harga turun permintaan semakin banyak, ada juga yang mengatakan demikian. Tapi bagaimana ini ada di pasar. Ketika harga di sini. Ini permintaannya nol, tinggi harganya, kalau harganya turun sedikit, permintaannya sudah ada satu unit, naik lagi kalau turun sedikit, dua unit, 3 unit dan seterusnya.

Maka kalau Anda bisa membuat sebuah produk yang harganya mahal permintaannya sedikit, itu menjadi produk premium. Tapi kalau Anda menyediakan suatu produk yang harganya murah, ya maka orang-orang disini, yang tadinya tidak bisa menggunakan menjadi konsumen. Itu sudah terjadi di *airlines* dengan munculnya *low cost carier*. *Low cost carier* suka atau tidak suka telah menciptakan pasar oleh karena itu salah satu *airline* mengatakan '*now every body can fly*', gimana caranya supaya bisa jadi murah. Ooo banyak cara. Satu pesawatnya mereka tidak lagi membeli sendiri, yang kedua, pilotnya mereka tidak mau pakai pilot dari negaranya, mereka cari dari negara-negara yang ekonominya sedang terpuruk, pilotnya menganggur dan kemudian dikasih pekerjaan disini, gajinya tidak terlalu mahal. Yang ketiga, mereka tidak menyediakan makan di dalam pesawat, karena makanan ini mahal, yang keempat, mereka cari bandara-bandara yang sudah ditutup mereka minta dibuka kembali, yang kelima mereka cari kru yang gajinya tidak terlalu mahal dilatih sebentar, yang penting tahu standar *safety*. Yang keenam, ketika mendarat mereka tidak ingin mendarat yang panjang sehingga rodanya cepat aus, mereka cari, bisa mendarat sebentar sudah bisa berhenti sehingga tidak cepat harus diganti rodanya.

Banyak cara, termasuk tiketnya di tahap awal, mereka juga yang merevolusi. Dulu tiket pesawat terbang sangat tebal, sekarang sangat tipis. Dan mereka memecahkan masalah, sehingga akibatnya kalau kita melihat kurva permintaan, Anda bisa lihat, mereka melayani yang di kanan sini, di bawah, sedang terjadi begitu pula pada taksi online, sekarang Anda lihat taksi online, tarifnya separohnya. Kok bisa? Itulah pekerjaan *entrepreneur*. Dengan aplikasi mereka mempertemukan orang yang pulang kerja masih mempunyai waktu berapa jam, guru, siang sudah menganggur punya motor, punya mobil mereka masukan. Mereka menggunakan teknologi analitik. Dan kemudian setelah itu mereka bisa mengarahkan *supply* pada saat disitu ada permintaan, sehingga akibatnya semua pengemudinya tidak menganggur dan mereka bisa memberikan kesejahteraan dengan lebih baik, harga jualnya juga menjadi sangat murah.

Di Indonesia masih banyak kok produk-produk yang ditawarkan terlalu mahal, mulai dari obat, rumah sakit, cuci darah, ya terus sampai sekolah, biaya perguruan tinggi, asuransi. Anda tahu berapa biaya yang dikeluarkan untuk para broker. Untuk premium yang Anda bayar sebanyak, katakanlah dari berbagai orang satu tahun dapat penjualan 850 juta rupiah, untuk para brokernya saja diperlukan fee sebesar 30 persen ditambah bonus lagi 12 % ditambah kalau target tercapai mereka pun dapat jalan-jalan ke Paris, Hong Kong, Amsterdam, Tokyo dan lain sebagainya. Bayangkan, *cost*-nya begitu besar dan suatu ketika kemudian orang berfikir, eh kayaknya ini ada acara deh, ini memang berakibat banyak orang yang pekerjaannya akan hilang dan hilang itu bukan mereka harus menganggur karena mereka juga bisa beralih, karena inti dari ekonomi adalah bukan berarti hilang begitu saja dan kemudian orang bertanya, eh siapa yang ngambil ini, dan

bolak balik lagi disitu, tapi mereka harus berpindah, sama juga dengan dunia perbankan, sekarang kita lihat PHK begitu banyak, tidak heran, kenapa? Karena sekarang orang tidak lagi antri pergi ke bank. Orang menyelesaikan semua urusan perbankannya dengan menggunakan *gadget*, *smartphone*. Dan akibatnya, maka salah satu pekerjaan yang hilang itu adalah menjadi teller bank. Dan teller-teller bank ini harus mencari cara. Harus mempunyai yang namanya karir kedua, kalau tidak, kasian keluarga mereka.

Banyak sekali hal-hal baru yang bisa diciptakan dalam pasar ini. Tetapi semuanya itu berawal dari kemampuan kita membaca kesulitan. Di bank kenapa akhirnya orang beralih ke *smartphone*. Jawabnya simple sekali. Karena nasabah bank sudah begitu banyak, jumlah kantor cabang terbatas, orang antri begitu lama dan akhirnya waktu menjadi sangat mahal dan orang tidak nyaman antri di bank. Dipindahkan ke ATM, ATM masih menjadi sesuatu yang ramai, jumlahnya masih belum cukup. Akhirnya kemudian dari ATM dipindahkan lagi ke *smartphone*. Jadi ada banyak cara orang merevolusi dunia ini. Dan cara baru itu disebut sebagai *disruption*.

Video 6: Peluang dan Persiapan

Peluang adalah satu hal, tapi apakah kita bisa membacanya. Tahukah Anda bahwa setiap detik kita selalu dikelilingi oleh banyak sekali peluang. Daun jatuh saja ada sebuah kesempatan. Orang jatuhpun ada sebuah kesempatan untuk menolong, kemudian menciptakan sesuatu. Orang sakit adalah kesempatan bagi kita untuk memberikan bantuan, orang-orang yang tidak dapat penginapan itu juga adalah masalah yang kita lihat yang dapat kita berikan solusinya, orang tidak bisa bayar kuliah karena kuliah kemahalan, itu juga harus dicari solusinya. Sama seperti Anda mengikuti kursus IndonesiaX ini, ada banyak kesempatan yang harus kita lakukan dan kita baca bahwa ini adalah sebuah *opportunity*, dan *opportunity* itu harus Anda baca dengan kritis dan tidak dengan serta merta dapat Anda tangkap. Dan untuk menangkap itu semua Anda perlu kemampuan lain lagi yaitu mempersiapkannya.

Apa yang Anda rencanakan itu barulah rencana, rencana semua orang bisa membuatnya. Para sarjana kita sayangnya hanya terpaku pada paper, kebiasaan membuat sesuatu pada selembar kertas, plan. Lantas plan itu bisa menjadi apa, selama Anda bisa membuat plan bagus sekali, dan itu hanya di atas kertas, itu belum teruji, banyak asumsi-asumsi yang Anda pikir bagus, tetapi dilapangan kenyataannya berbeda, sama ketika dua orang sahabat yang mendirikan Airbnb, mereka membuat plan diatas kertas, tidak teruji, kemudian mereka membuat situs, mereka berfikir yang datang adalah orang-orang yang tidak punya uang ternyata yang datang adalah para *professionals*.

Asumsi kita seringkali tidak sama dengan realitasnya, apa yang kita pikirkan adalah sesuatu hal yang baru kita pikirkan, yang baru menjadi kenyataan sesudah kita uji barangnya ada, perilaku orang baru kelihatan yang sebenarnya. Oleh karena itu, maka diperlukan adanya kemampuan untuk melakukan persiapan. Dan pepatah mengatakan orang-orang yang beruntung pada dasarnya adalah orang yang selain pandai membaca peluang juga adalah orang yang melakukan persiapan. *Luck is somewhere, when opportunity meets preparation*. Keberuntungan terjadi ketika seseorang yang mampu membaca peluang bertemu dengan persiapan. Artinya adalah, keberuntungan itu hanya berpihak kepada mereka yang mempersiapkan diri.

Berapa banyakpun kesempatan betapa indahnya kesempatan. Tetapi Anda tidak bisa menangkapnya dalam ukuran detik menit, Anda agresif Anda menjadikan dalam satu malam. Samalah dengan rumah perubahan ini. Ini sebuah proses jangka panjang, dan kami tidak bisa

mendapatkannya secara agresif, sama seperti dengan keluarga Raja Ubud yang membangun kawasan pariwisata di daerah Ubud. Dan keluarga itu kemarin kita tengok dan saya diajak menginap di Royal Pitamaha, yang saya ikuti sejak proses pembangunannya.

Saya dulu menginap di namanya Pitamaha juga di jurang tidak terlalu besar hotelnya, tetapi sebelumnya mereka menyediakan tempat penginapan untuk pelukis besar namanya Walter Spies. Karena Walter Spies datang kesana, pelukis-pelukis besar lainnya juga datang, bahkan seniman-seniman dunia kelas dunia lainnya. Termasuk Antonio Blanco tinggal disana. Diberi kesempatan dan diijinkan untuk menikah dengan, dengan perempuan setempat. Dan kemudian akhirnya mereka mengajarkan kepada penduduk setempat melukis. Dan kemudian akhirnya berkembang.

Waktu saya tanya, apa rahasianya membangun ini semua. Mereka mengatakan alam itu harus diajak bicara. Anda jangan membuat sesuatu yang merusak alam. Anda jangan melakukan sesuatu itu tanpa menyapa alam. Alam itu harus disapa. Mengapa kami membuat bangunan itu ada ukurannya pakai satu depa, dua depa berapa jengkal dan sebagainya. Jawabnya adalah karena tanah alam itu harus kita tapaki, berapa tapak tanah ini yang harus disapa. Kita harus mengajak bicara alam ini. Ruh-ruh kehidupan itu harus kita ajak bicara.

Membuat semua produk yang kita kembangkan itu kemudian menjadi memiliki kekuatan. Sederhana saja mencintai alam semesta ini. Tetapi mereka mengatakan kami melakukannya tanpa agresif, kami melakukan secara bertahap secara perlahan-lahan. Dimulai ketika orang tua mereka Raja Ubud, Cok Raka Sukawati. Yang melihat ada seorang pelukis jalan membawa lukisan dipanggil dikasih tempat tinggal. Kalau ada pelukis besar datang, mereka kemudian menyediakan tempat tinggal. Kalau ada orang sakit ditandu dibawa ke rumah sakit di Sanglah, dari Ubud ke Sanglah perlu waktu satu hari karena ditandu.

Barangkali orang sudah sangat menderita, berempati adalah pekerjaan seorang *entrepreneur*. Dan, kemudian oleh Raja Ubud didirikanlah rumah sakit dan klinik. Jadi begitu Anda melihat ada masalah itu adalah peluang, peluang untuk melayani dan melayani adalah pekerjaan seorang wirausaha. Soal rejeki nanti akan datang. Jadi wirausaha tujuannya bukan menjadi kaya. Dan belakangan dalam *the science of happiness* kita belajar, ada kesalahan besar bagi orang-orang yang mendorong anak-anaknya untuk bekerja atau mengambil profesi atau mengambil jurusan yang mereka tidak sukai yang semata-mata karena Anda dokter Anda ingin anak-anak Anda dokter. Anda ekonom, Anda ingin anak-anak Anda ekonom, Anda polisi, Anda pengin anak-anak Anda polisi. Sehingga akibatnya 80 sampai 90 persen yang sekarang sekolah, di tempat-tempat profesi tertentu itu adalah anaknya orang tua yang profesinya seperti itu. Anak polisi menjadi polisi, anak camat, bupati sekolah di IPDN, anak dokter bersekolah di fakultas kedokteran dan sebagainya, apakah mereka *happy*?

Maybe not. Kalau orang sudah mulai tidak *happy*, menjadi tegang, orang sudah tegang pasti tidak akan perform. Maka biarkanlah anak-anak Anda melakukan sesuatu atau mengambil profesi yang mereka sukai, para wirausaha itu adalah bekerja karena mereka *happy*, dan Anda tidak bisa meniru-niru orang lain, orang yang meniru tidak bisa membuat karya yang lebih baik. Kenapa tidak bisa membuat lebih baik? Karena pikirannya hanya uang. Tapi kalau Anda pikirannya adalah berkarya, melakukan sesuatu yang Anda suka. Kemungkinan besar itu menjadi besar, karena Anda ketemu jalan. Jadi penting sekali disini adalah melakukan, tidak secara agresif tetapi secara bertahap Anda menyesuaikan, tahap demi tahap sampai nanti Anda menjadi hebat dan Anda menjadi benar-benar siap dan ketika pasarnya menyambut sudah siap, Anda adalah orang yang paling siap untuk mengambil kesempatan itu, peluang adalah suatu hal sendiri.

Persiapan adalah hal yang lain. Banyak orang mampu melihat peluang tetapi tidak mempersiapkan diri. Anda tidak bisa dong mengatakan saya jadi wirausahanya nanti kalau sudah pensiun, ya. Anda harus melakukan sesuatu sekarang, persiapan. Nanti kalau sudah pensiun itu tinggal ditendang saja bolanya ke dalam gawang. Jadi *we have to prepare for it*, tidak dalam sekejap. Tidak dalam sekejap Anda menjadi sangat agresif mencapai tujuan. *No, not that way*. Kita harus melakukan secara satu depa demi satu depa, mencapai sesuatu yang kita inginkan, jadi lakukan persiapan sekarang juga.

Video 7: Disruption

Sekarang apa hubungannya wirausaha dengan *disruption*. Saya ingin beritahu kepada Anda bahwa ketika produsen-produsen es batu mengalami kehancuran itu bukan karena mereka tidak mempersiapkannya, melainkan karena mereka tidak menyadarinya bahwa yang membuat lemari es adalah bukan produsen es batu, hamper semua pelaku usaha yang lama itu mengalami kesulitan karena mereka enggan untuk masuk ke dalam dunia baru. Yang menginovasi lemari es bukanlah produsen es batu. Saya menyaksikan pabrik-pabrik es batu menjadi bangunan kuno dan bahkan itu pernah menjadi benih keributan di Solo, antara walikota Solo yang sekarang menjadi presiden, bapak Joko Widodo dengan gubernur Jawa Tengah saat itu, soal bekas bangunan pabrik es.

Nah saudara-saudara sekalian, hal ini akan berulang terus sepanjang sejarah, itu juga terjadi dengan Kodak, bayangkan secara perlahan-lahan dunia telah melakukan inovasi. Beralih dari tadinya Fuji *film roll*, Kodak *roll* menjadi kemudian kamera digital. Tidak diperlukan lagi *film roll* itu. Kodak mengatakan kami menghasilkan *film-film roll* pilihan, semua wartawan kelas dunia memakai *slide* buatan kami. Dan, Fuji secara perlahan-lahan berubah beralih memakai kamera digital, dan produk digital itu kemudian dicetak di dalam *digital lab* mereka. Oleh karena itu terjadi perubahan, nah perubahan di abad 21 ini dikenal dengan nama *disruption*.

Apa itu *disruption*? Kita mengenal 3 istilah, *iteration*, *innovation* dan *disruption*. *Iteration* artinya *iterate*, berulang, mengulangi karena Anda mengulangi terus lama-lama Anda bisa menghasilkan produk yang baik. Lebih bagus, lebih bagus, lebih bagus. Kemudian yang kedua adalah inovasi, inovasi artinya adalah *creating something new* dan terakhir disebut *disruption*. Apa itu *disruption*? *Disruption* adalah sebuah inovasi *creating something new* sedemikian rupa sehingga kemudian yang lama tiba-tiba menjadi *obsolete*, ketinggalan jaman. Hati-hati, karena Anda biasanya cenderung ingin bertahan. Produsen taksi, memberi jasa taksi bertahan. Mereka ingin agar peraturan berpihak kepada mereka.

Teknologi sudah baru Anda masih menggunakan cara-cara lama. Dan, akhirnya konsumennya beralih. Karena hal-hal yang baru ini memang menimbulkan banyak guncangan-guncangan. Lingkungan kita sekarang disebutnya sebagai VUCA, *volatility*, *uncertainty*, *complexity*, dan *ambiguity*. Banyak hal yang meragukan tidak bisa Anda baca, ambigu. Kemudian adalah bergejolak, *volatility*. Tidak pasti dan sangat kompleks hal-hal yang harus Anda pikirkan dewasa ini. Dan, *disruption* itu banyak terjadi di berbagai sektor karena ada teknologi. Karena jumlah penduduk sekarang telah bertambah 1 miliar setiap 12 tahun bahkan menjadi sebelas tahun. Kemudian kaum muda, sekarang ini telah disebut sebagai Generation Z, mereka sangat kreatif, mereka *content provider*, mereka sangat dibesarkan dalam iklim yang *change*, berubah. Dan mereka ini adalah orang-orang yang selalu mendalami hal-hal tertentu secara kreatif. Jadi muncul generasi baru.

Generation Z, yang merubah peta dunia. Memang kita orang tua ini adalah *digital imigrant*, pendatang di dunia digital. Anak-anak kita adalah *digital native*, pribumi di dunia digital, lahir saja sudah pegang mouse ditangan kanannya. Sehingga terjadi berbenturan karena guru-gurunya adalah *digital imigrant* sedangkan murid-muridnya adalah *digital native*, sehingga akibatnya anaknya pengen bawa *handphone* ke sekolah sebagai alat pembelajaran, padahal kita sudah tahu bahwa di dalam dunia digital itu ada ilmu pengetahuan. Tetapi kita melarangnya karena kita hanya melihat sisi negatifnya. Disitu ada seks bebas, disitu ada informasi yang tidak baik bagi anak-anak, membuat anak-anak tidak fokus dan lain sebagainya.

Saya termasuk orang yang menggunakan itu untuk berdamai, mahasiswa saya, anak-anak saya boleh bawa *handphone* dan *handphone* itu kita pakai untuk *searching*. Dan, *disruption* ini terjadi karena ada teknologi baru dan dipasarkan atau dikembangkan dengan *business model* yang berbeda. *Business model* itu awalnya dikenal dengan nama *freemium*. Free, free of charge. Gratis, *free-mium*, *mium* dari *premium* kualitasnya dibikin *premier*, *premium* kualitas tinggi, tapi harganya *free of charge*, nol di bawah. Pernahkah Anda membayar untuk memakai jasa Facebook? Banyak diantara Anda mempunyai Facebook, Anda terdaftar di Facebook, Anda mempunyai *account*, Anda memakai jasa-jasanya.

Tapi kok gratis, harganya nol. Sangat ekstrim. Google harganya nol, Anda memakai mesin pencari Google harganya nol dan Anda semua bingung. Bagaimana perusahaan ini mencari uang. Dan kemudian semua mengatakan, gak bisa, gak bisa, pasti dia bangkrut. Sama seperti kita melihat taksi online. Ini harganya dibikin murah nanti semuanya yang lain bangkrut, baru naik harganya. Ternyata sampai hari ini Facebook tidak pernah naikan harga. Google tidak pernah naikan harga, tetap nol, kualitasnya makin hari makin baik. *Service*-nya, mesin mencari yang tadinya kompleks, ruwet, ribet sekarang menjadi sangat *simple*, sangat cepat.

Sepuluh tahun mereka menderita rugi. Dan, kita bilang rugi tuh, rugi, rugi sebentar lagi bangkrut. Ternyata nggak bangkrut. Tapi setelah itu mereka menjadi *multinational company* terbesar, terkaya di dunia. Lebih kaya dari pada Exxon Mobil. Lebih dari perusahaan telco, lebih kaya dari perusahaan *mass consumer goods*. Merekalah yang mendapatkan duitnya. Inilah yang dinamakan dengan *business model*. Jadi *disruption* adalah sebuah cara dengan membentuk sesuatu yang baru di pasar, mencari cara sehingga harga menjadi turun. Sebisa mungkin menjadi sangat rendah.

Mereka *cracking cost*, *cracking the cost structure*. Awalnya yang dimusuhi adalah *fix cost*, tetapi lama-lama mereka mencari cara agar bisa mendapatkan harga yang paling murah, dengan cara apa? Nanti kita akan bahas. Namanya *sharing economy*. *Sharing resources*. Dan, kemudian setelah itu, mereka kemudian menciptakan sebuah komunitas besar dan setelah komunitas besar jadi, baru kemudian mereka mendapatkan uang. Modalnyapun didapat dengan cara yang berbeda. Saya akan bercerita kepada Anda bagaimana anak-anak muda kita melakukan *disruption*.

Dan, contohnya banyak sekali, Indonesia mempunyai banyak pelaku, dan sekarang mereka tidak hanya sekedar masuk ke dalam dunia blog atau Facebook. Memasarkan tidak hanya lewat Facebook, tapi mereka menggunakan aplikasi dan ini adalah sebuah cara bagi mereka dan sulit dipahami orang-orang tua, strategipun berubah, salah satu topik yang sedang kami ajarkan di Rumah Perubahan itu namanya adalah reformulasi strategi di era *disruptif*. Dan sudah siapkah Anda sebagai seorang pengusaha, sudah siapkah Anda sebagai seorang pemilik perusahaan, sebagai seorang *professional*, dimana pasar Anda sedang berpindah ke tempat lain.

Sudah siapkah Anda sebagai *regulator*. Sebagai pejabat negara. Ini semua berubah, pilihannya adalah apakah Anda ingin melayani pasar ini, memberikan ruang kepada generasi muda untuk

berkreasi atau membiarkan mereka menjadi penonton dengan memaksakan mereka hidup dalam regulasi yang kita buat sepuluh tahun yang lalu, yang pada saat itu belum ada hal seperti ini, saya menganjurkan pada Anda untuk masuk ke dalam proses *disruption*, sebelum Anda *being disrupted* dan Anda menjadi *obsolete*, ditinggalkan.