

BAHAN E-LEARNING

PTIK



UNIVERSITAS BINA SARANA INFORMATIKA

www.bsi.ac.id

PERTEMUAN 14

TECHNOPRENEURSHIP



1. Konsep Kewirausahaan

“Wirausaha usaha merupakan pengambilan resiko untuk menjalankan usaha sendiri dengan memanfaatkan peluang-peluang untuk menciptakan usaha baru atau dengan pendekatan yang inovatif sehingga usaha yang dikelola berkembang menjadi besar” (Jong and Wennekers, 2008). Jadi kewirausahaan adalah pengambilan resiko, menjalankan usaha sendiri, memanfaatkan peluang-peluang, menciptakan usaha baru, pendekatan yang inovatif, mandiri.

Ciri-ciri kewirausahaan menurut Scarborough dan Zimmerer (2005:6) adalah:

- Desire for responsibility*: hasrat bertanggung jawab terhadap usaha-usaha yang tengah dirintisnya yang diaktualisasikan melalui sikap mawas diri.
- Preference for moderate risk*: kecenderungan untuk senantiasa mengambil resiko yang moderat yang direfleksikan oleh pilihan keputusannya yang selalu menghindari tingkat resiko yang terlalu tinggi maupun yang terlalu rendah.
- Confidence in their ability to success*: dimilikinya keyakinan atas kemampuan dirinya untuk sukses yang direfleksikan melalui motto bahwa kegagalan itu tak lain adalah sukses yang tertunda.
- Desire for immediate feedback*: kehendak untuk senantiasa memperoleh umpan balik yang sesegera mungkin.

- e. *High level of energy*: dimilikinya semangat dan dorongan bekerja keras untuk mewujudkan impiannya yang lebih baik di masa mendatang.
- f. *Future orientation*: dimilikinya perspektif ruang dan waktu ke masa depan
- g. *Skill at organizing*: dimilikinya keahlian dan keterampilan dalam mengorganisasikan sumber daya untuk menciptakan nilai tambah
- h. *Value achievement over money*: dimilikinya suatu tolok ukur yang bersifat kuantitatif-finansial dalam menilai suatu kinerja.

2. Proses Kewirausahaan

Proses untuk mengembangkan usaha baru terjadi pada proses kewirausahaan yang dimana seorang pengusaha harus menemukan, mengevaluasi, dan mengembangkan sebuah peluang. Menurut Serian Wijatno (2009:11) ada empat fase dalam proses kewirausahawan yaitu :

1. Identifikasi dan evaluasi Peluang, seorang pengusaha harus melihat, dan memiliki ketajaman untuk mengidentifikasi suatu peluang yang potensial.
2. Pengembangan rencana bisnis, rencana bisnis yang baik adalah mengembangkan suatu peluang dan menentukan sumber daya yang diperlukan, serta mengelola usaha baru dengan sukses.
3. Penetapan sumber daya, seorang pengusaha harus mampu menentukan sumber daya apa yang akan digunakan dan memanfaatkan peluang yang ada.
4. Manajemen perusahaan, harus bisa mengimplementasi gaya dan struktur manajemen serta harus bisa menentukan variabel-variabel kunci kesuksesan sehingga apapun masalah yang dihadapi bisa segera diselesaikan.

Menurut Jeffry Timmons (Bygrave, 2007:56), terdapat 3 komponen utama untuk menjadi entrepreneurship yang sukses. Ketiga komponen tersebut adalah kesempatan, seorang wirausahawan (atau team manajemen, bila perusahaan venture), dan sumber daya untuk memulai membangun perusahaan dan membuatnya berkembang.

3. Technopreneur



Technopreneur merupakan kata yang sudah tidak asing lagi kita dengar. Terutama bagi mereka yang kehidupannya lebih banyak bergantung di dunia teknologi. Berdasarkan definisinya, technopreneur adalah penggabungan antara pemanfaatan teknologi dengan konsep entrepreneur (wirausaha).

Technopreneur secara sederhana dapat diartikan sebagai seorang peminat teknologi yang berjiwa entrepreneur dan tanpa jiwa entrepreneur, seorang peminat teknologi hanya akan menjadi teknisi yang dimana kurang dapat menjadikan teknologi yang digelutinya sebagai sumber kehidupannya.

Menurut Daniel Mankani (2003) menyatakan bahwa “Technopreneur adalah orang-orang yang mengidentifikasi masalah dan memanfaatkan kesempatan. Ada dua karakter yaitu :

- a. Melakukan hal-hal yang tidak mencari keuntungan semata
- b. Merasa nyaman bekerja dengan menggunakan teknologi

Technopreneurship adalah bentuk semangat dan keberanian seseorang untuk melakukan usaha-usaha berbasis teknologi secara mandiri. Technopreneurship bersumber dari invensi dan inovasi. Invensi adalah sebuah penemuan baru yang bertujuan untuk mempermudah kehidupan dan Inovasi adalah proses adopsi sebuah penemuan oleh mekanisme pasar.

Orang yang mempunyai gagasan ide dan menciptakan produk dalam bidang teknologi disebut dengan technopreneur, karena seorang technopreneur harus mampu menggabungkan antara ilmu pengetahuan yang dimiliki serta menciptakan suatu produk yang akan dijual di pasar.

Dengan demikian, technopreneurship merupakan gabungan dari teknologi (kemampuan ilmu pengetahuan dan teknologi) dengan kewirausahaan (bekerja sendiri untuk mendatangkan keuntungan melalui proses bisnis).

Dalam konsep *technopreneurship*, basis pengembangan kewirausahaan bertitik tolak dari adanya invensi dan inovasi dalam bidang teknologi.

- Invensi adalah sebuah penemuan baru yang bertujuan untuk mempermudah kehidupan.

- Inovasi adalah proses adopsi sebuah penemuan oleh mekanisme pasar.

Technopreneurship harus sukses pada dua tugas utama, yakni: menjamin bahwa teknologi berfungsi sesuai kebutuhan target pelanggan, dan teknologi tersebut dapat dijual dengan mendapatkan keuntungan (profit).

4. Perbedaan antara Entrepreneurship dan Technopreneurship

Ada sedikit perbedaan antara entrepreneur dengan technopreneur, meskipun esensinya adalah sama.

Perbedaan Entrepreneur dan Technopreneur

	Usaha Kecil	Entrepreneur Tradisional	Teknopreneur
Motivasi	-Sumber hidup -Tingkat keamanan -Bekerja sendiri -Ide khusus -Personaliti pemilik	-Motivasi mendominasi -Ide dan konsep -eksploitasi kesempatan -akumulasi kekayaan	-pola pikir revolusioner -Kompetisi dan resiko -sukses dengan teknologi baru -Finansial, nama harum
Kepemilikan	-Pendiri/rekan bisnis	- saham pengendali - Maksimalisasi keuntungan	-Penguasaan pasar -Saham kecil dari kue besar -Nilai perusahaan terus bertambah
Gaya Manajerial	-Trial dan error -lebih personal -Orientasi local -Menghindari resiko -Arus kas stabil	-Mengikuti pengalaman -profesionalisme -Resiko pada menejeman	-Pengalaman terbatas -Fleksibel -Target strategi global -Inovasi produk berkelanjutan
Kepemimpinan	-Jalan hidup -Hubungan baik -Dengan contoh -Kolaborasi -Kemenangan kecil	-Otoritas tinggi -kekuatan lobi -Imbalan untuk kontribusi -manajemen baru	-Perjuangan kolektif -Sukses masa depan visioner -membagi kemajuan bisnis -menghargai kontribusi dan pencapaian

R&D dan inovasi	<ul style="list-style-type: none"> -mempertahankan bisnis -Pemilik bertanggung jawab -siklus waktu yang lama -Akumulasi teknologi sangat kecil 	<ul style="list-style-type: none"> - Bukan prioritas utama, kesulitan mendapatkan penelitian - Mengandalkan franchise, lisensi 	<ul style="list-style-type: none"> -Memimpin dalam riset dan inovasi, IT, biotek global -Akses ke sumber teknologi -Bakat sangat tinggi -Kecepatan peluncuran produk ke pasar
Outsourcing dan jaringan kerja	<ul style="list-style-type: none"> -Sederhana -Lobi bisnis langsung 	<ul style="list-style-type: none"> - Penting tapi sulit mendapatkan tenaga ahli - kemampuan umum - tidak selalu tersedia pada tingkat global 	<ul style="list-style-type: none"> -Pengembangan bersama tim outsourcing -Banyak penawaran -Science and technology park
Potensial pertumbuhan	<ul style="list-style-type: none"> -Siklus ekonomi -Stabil 	<ul style="list-style-type: none"> - Penetrasi nasional cepat, global lambat - Pemimpin pasar dalam waktu singkat dengan proteksi, monopoli, oligopoli 	<ul style="list-style-type: none"> -Pasar berubah dengan teknologi baru -Akuisi teknologi baru -Aliansi global untuk mempertahankan pertumbuhan
Target pasar	<ul style="list-style-type: none"> -Lokal -Kompetisi dengan produk di pasar -Penekanan biaya 	<ul style="list-style-type: none"> - Penguasaan pasar nasional - Penetrasi pasar memakan waktu lama - Produk baru untuk pelanggan baru 	<ul style="list-style-type: none"> -Pasar global sejak awal -jaringan science and tech.park -penekanan time to market, presale dan postsale. -Mendidik konsumen teknologi baru

Sumber : Buku Entrepreneurship-Membangun Spirit Technoprenurship
(Nasution, Arman Hakim:2006)

Webster Dictionary (2005) membedakan definisi entrepreneur dengan technopreneur dalam bidangnya yang lebih spesifik ke arah teknologi tinggi. Bila entrepreneur didefinisikan sebagai seseorang yang mengorganisasikan, memanajemen, dan mengambil resiko dari suatu bisnis atau suatu perusahaan, maka Webster Dictionary mendefinisikan Technopreneur sebagai seorang entrepreneur dimana bisnisnya melibatkan teknologi tinggi.

Technoprenuership sudah seharusnya didorong pengembangannya oleh pemerintah. Hanya dengan bertambahnya jumlah mereka inilah, maka bangsa

Indonesia akan mampu menjadi bangsa yang “berdaya saing” pada tataran persaingan global. Technopreneur tidak sekedar “menjual” barang komoditas ataupun barang industri yang persaingan pasarnya relatif sangat ketat. Mereka menjual produk inovatif yang mampu menjadi substitusi maupun komplemen dalam kemajuan peradaban manusia.

5. Kepribadian Technopreneur

Orang yang keinginan berprestasinya tinggi akan bekerja lebih keras dalam keadaan bagaimanapun, asalkan ada kesempatan untuk mencapai sesuatu. Dia tertarik kepada imbalan uang atau keuntungan terutama karena merupakan umpan balik yang dapat mengukur pencapaian hasil dari pekerjaannya. Uang bagi entrepreneur yang sejati bukanlah sebagai perangsang berusaha, tetapi lebih merupakan ukuran keberhasilannya. (Sumber kutipan:Krisna R. Purnomo, 1994,hal. 11)

McClelland merinci karakteristik mereka yang memiliki konsep need for achievement (N-Ach) yang tinggi, sebagai berikut:

- a. Lebih menyukai pekerjaan dengan resiko realistik
- b. Bekerja lebih giat pada tugas-tugas yang memerlukan kemampuan mental
- c. Tidak menjadi bekerja lebih giat dengan adanya imbalan uang
- d. Ingin bekerja pada situasi yang dapat diperoleh pencapaian pribadi (personal achievement)
- e. Menunjukkan kinerja yang lebih baik dalam kondisi yang memberikan umpan balik yang jelas dan positif
- f. Cenderung untuk berpikir ke masa depan dan memiliki pemikiran untuk jangka panjang

6. Karakter Pembentuk Technopreneur

Spirit dan karakter technopreneur dibentuk oleh 3 komponen utama pembentuk, yaitu Intrapersonal, Interpersonal dan Extrapersonal. Intrapersonal dan Interpersonal adalah merupakan komponen dari faktor soft skill, sedangkan Extrapersonal adalah berhubungan dengan kemampuan untuk mampu memberdayakan kedua komponen soft skill tersebut agar mampu diimplementasikan secara lebih meluas dampaknya.

7. Manfaat Pengembangan Technopreneur

Singapura adalah salah satu contoh negara yang berhasil dalam membuat kebijakan menumbuhkan basis technoprenurnya. Empat puluh lima tahun yang lalu, Singapura adalah negara kecil di Asia yang miskin. Dua puluh tahun kemudian, pemerintah mulai berkampanye untuk menarik perusahaan MNC berteknologi tinggi, dengan insentif pajak, tenaga kerja terdidik, dan program infrastruktur yang mengagumkan. Dimotori oleh kebijakan investasi besar-besaran oleh pemerintah yang diambil dari tabungan pensiun wajib, proyek infrastruktur bernama “Singapore One” bernilai ratusan juta dolar, telah menghubungkan setiap rumah, sekolah, dan kantor ke internet pada akhir 1999. Dan negara kecil Singapura ini telah melakukan investasi di bidang teknologi informasi di sekolah-sekolah dengan nilai yang lebih besar daripada negara manapun.

Technopreneurship bermanfaat dalam pengembangan industri-industri besar dan canggih, selain itu juga dapat diarahkan untuk memberikan manfaat kepada masyarakat yang memiliki kemampuan ekonomi lemah untuk meningkatkan kualitas hidup mereka. Dengan demikian *Technopreneurship* diharapkan dapat mendukung pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*). *Technopreneurship* dapat memberikan manfaat atau dampak, baik secara ekonomi, sosial maupun lingkungan. Dampaknya secara ekonomi adalah:

1. Meningkatkan efisiensi dan produktivitas.
2. Meningkatkan pendapatan.
3. Menciptakan lapangan kerja baru.
4. Menggerakkan sektor-sektor ekonomi yang lain.

Manfaat dari segi sosial diantaranya adalah mampu membentuk budaya baru yang lebih produktif, dan berkontribusi dalam memberikan solusi pada penyelesaian masalah-masalah sosial. Manfaat dari segi lingkungan antara lain adalah:

1. Memanfaatkan bahan baki dari sumber daya alam Indonesia secara lebih produktif.
2. Meningkatkan efisiensi penggunaan sumber daya terutama sumber daya energi.

Ada beberapa bidang investasi dan inovasi yang dapat diprioritaskan untuk memberi manfaat kepada masyarakat ekonomi lemah terdiri dari air, energi, kesehatan, pertanian, dan keanekaragaman hayati. Bidang-bidang di atas masyarakat ekonomi lemah di Indonesia banyak menghadapi permasalahan. pengembangan *Technopreneurship* dapat diarahkan sebagai upaya untuk menyelesaikan permasalahan tersebut.

1. *Water* (air): *Technopreneurship* memiliki peluang untuk dapat menyelesaikan masalah ini. Karena banyaknya kebutuhan akan air dari masyarakat di Indonesia, khususnya air bersih, oleh karena itu para pakar *Technopreneurship* memiliki tantangan untuk menyelesaikan masalah ini.
2. *Energy* (energi) : Tantangan berikutnya yang harus diselesaikan para pakar *Technopreneurship* adalah energi. Saat ini semua negara dihadapkan oleh krisis energi yang semakin memburuk. Dan yang pasti yang menjadi korban adalah rakyat kecil kebawah. Oleh karena itu permasalahan ini diharapkan bisa diselesaikan oleh para pakar *Technopreneurship*.
3. *Health* (Kesehatan): Kesehatan adalah yang terpenting untuk setiap masyarakat, karena jika keadaan tubuh kurang sehat akan mempengaruhi produktivitas yang dihasilkan. Oleh karena itu fasilitas kesehatan sangat dibutuhkan. Pelayanan kesehatan yang murah dan berkualitas sangat dibutuhkan oleh sebagian besar masyarakat kecil ke bawah. Diharapkan para *Technopreneurship* dapat membuat suatu proses yang mudah bagi masyarakat dalam mengakses fasilitas kesehatan tersebut.
4. *Agriculture* (petanian): Satu hal ini juga menjadi perbincangan hangat di Indonesia. Karena sebagian besar pangan Indonesia bersalah dari luar negeri atau *import*. Kenapa harus *import*, padahal Indonesia dulu dijuluki negara agrikultur (bahkan hingga hari ini). Penataan lahan yang kurang baik serta diiringi oleh perilaku para pejabat atas yang kurang baik menyebabkan hal ini bisa terjadi. Kasus ini harus diselesaikan segera, apabila ditunda-tunda akan memperburuk situasi dan pasti yang menjadi korban tetap masyarakat kecil ke bawah.

5. *Biodiversity* (keanekaragaman hayati) Indonesia terkenal akan kebudayaan hayati yang beragam. Beratus-ratus spesies tumbuh di tanah Indonesia ini. Hal ini merupakan kekayaan lain dari Indonesia. Tetapi hal ini tidak menjadi sorotan, padahal hal ini berdampak baik bagi perekonomian Indonesia terutama bagi para praktisi wirausaha. Inilah tantangan lain yang harus diselesaikan pra pakar *Technopreneurship* untuk mempromosikan kekayaan hayati Indonesia sehingga dapat dikenal oleh seluruh masyarakat Indonesia dan umumnya untuk masyarakat dunia.

8. Peranan pemerintah dan Perguruan Tinggi dalam Mengembangkan Spirit Technopreneur

Pemerintah sebagai regulator diharapkan mempunyai peran untuk menumbuhkan dan mendukung kultur technopreneur dalam aktivitas pemerintahan. Pemerintah dalam hal ini adalah penentu Grand Strategy tentang “hendak kemana Knowledge Based Economic (KBE) Indonesia ini akan diarahkan untuk mencapai daya saing. Sedangkan perguruan tinggi harus mampu menterjemahkan Grand Strategy tersebut ke dalam Renstra dan Renop yang tepat, termasuk penciptaan kultur akademis yang mendukung berkembangnya spirit technopreneur.

Gambaran tentang kemungkinan yang dapat dilakukan pemerintah dalam pengembangan *Entrepreneurship* dan *Technopreneurship* adalah sebagai berikut:

1. Meningkatkan Insentif Pasar Untuk Entrepreneurship.

- a. Faktor penentu adalah ‘*willingness*’ dari tiap pribadi untuk menjadi Entrepreneur.
- b. *Willingness* ditentukan oleh benefit yang diperoleh.
- c. Di banyak negara regulasi pasar membatasi insentif, sebagai contoh batas atas harga ditetapkan dibawah market equilibrium.
- d. Jika keuntungan ekonomis yg diperkirakan lebih rendah dari *opportunity cost*, maka akan mengendurkan minat para Entrepreneur.
- e. Di beberapa negara diperlukan *policy* yang akan meningkatkan insentif untuk para Entrepreneur.
- f. Pemerintah perlu membuat suatu regulasi dan penetapan harga yang mampu mendorong dan menjadi insentif bagi para entrepreneur.

2. Peningkatan ketersediaan kredit dan modal

- a. Faktor penentu kedua yang dominan adalah peluang dan kesempatan.

- b. Modal usaha merupakan masalah pertama yang akan dihadapi para interpreneur untuk memulai suatu usaha.
- c. Kebanyakan pemula tidak memiliki modal yang diperlukan untuk dapat memulai suatu usaha sendiri.
- d. Untuk mengatasi masalah tersebut, Pemerintah dapat melakukan hal-hal berikut:
 - 1) Mendorong berkembangnya perusahaan-perusahaan yang bergerak dibidang pendanaan.
 - 2) Melaksanakan Program Kredit Usaha Kecil (micro-credit program).
3. Mengembangkan program yang mendukung Entrepreneurship
 - a. Menciptakan lingkungan usaha yang kondusif, sesuai dengan budaya setempat dan beresiko relatif lebih kecil bagi interpreneur baru.
 - b. Program-program lainnya yang dapat memfasilitasi interpreneur dalam memperoleh modal kerja, menetapkan business plan dan pengenalan terhadap berbagai regulasi usaha dan perpajakan.
4. Memprakarsai program pelatihan Entrepreneurship.

Penyelenggaraan pendidikan atau kursus tentang interpreneurial skill akan secara efektif meningkatkan jumlah individu-individu yang kompeten, yang pada gilirannya akan membantu mereka untuk berhasil.
5. Reformasi regulasi pasar untuk memfasilitasi penetrasi pasar
 - a. Pemerintah dapat meningkatkan jumlah interpreneur dengan memberikan kemudahan untuk masuk dalam sektor formal.
 - b. Banyak Negara yang menggunakan izin dan lisensi untuk mengatur siapa saja yang dapat berpartisipasi dalam sektor formal. Meskipun hal ini dapat menjadi pendapatan atau mungkin juga sebagai perlindungan bagi BUMN, namun hal ini secara efektif membuat pasar menjadi tidak efisien karena kurangnya kompetisi dan menghalangi masuknya interpreneur-interpreneur baru.
 - c. Untuk meningkatkan jumlah interpreneur, perlu dilakukan reformasi Undang-Undang yang terkait dengan masalah ini.
6. Peningkatan peluang / kesempatan Entrepreneurship bagi para wanita dan kawula muda.
 - a. Seringkali perempuan dan karyawan muda usia tidak bisa banyak berperan dan mendapat kesempatan dalam sektor formal baik karena nilai budaya setempat ataupun karena peraturan perundangundangan.

- b. Hal ini secara esensial membatasi kemungkinan bagi mereka untuk menjadi interpreneur.
- c. Dengan menghilangkan hal-hal yang bersifat diskriminatif, diharapkan dapat meningkatkan kemungkinan bertambahnya para interpreneur baru.

9. **Kiat Sukses Technopreneur.**

Seperti bisnis pada umumnya, untuk menjadi pengusaha yang sukses di bidang teknologi ada beberapa tips yang perlu diperhatikan oleh pemula yang ingin berkecimpung di dunia technopreneur.

a. Riset pasar

Hampir semua bisnis membutuhkan riset pasar untuk menentukan feasibility suatu produk atau jasa. Riset pasar juga memberi keuntungan lebih bagi calon technopreneur sehingga mengetahui persoalan apa yang akan dipecahkan dalam masyarakat. Setelah itu hasil riset pasar diwujudkan menjadi sebuah produk yang benar-benar dibutuhkan oleh masyarakat.

Sebab secanggih apapun teknologi yang ditawarkan bila tidak menyentuh kehidupan masyarakat maka tidak ada seorang pun yang akan memakai atau membelinya.

b. Differensiasi produk

Produk yang dibuat harus memiliki keunikan dan keunggulan yang tidak dimiliki oleh produk lain yang ada di pasaran. Kalau anda memilih untuk jadi blogger, usahakan konten blog anda benar-benar tidak biasa sehingga orang berbondong-bondong untuk membaca setiap update terbaru blog anda. Bila anda ingin menjadi programmer game, buatlah game yang konsep dan permainanannya belum ada selama ini sehingga orang tertarik untuk memainkannya.

c. Tentukan pangsa pasar

Menentukan pangsa pasar juga turut berpengaruh pada kesuksesan anda. Seorang technopreneur harus menentukan akan main di pangsa pasar yang mana. Hal itu untuk memudahkan spesifikasi produk dan juga saat menentukan harga jual.

d. Tes pasar

Setelah produk anda selesai, sebelum anda melempar produk tersebut ke publik. Ada baiknya bila anda melakukan tes pasar terlebih dahulu. Hal tersebut untuk menguji apakah produk tersebut bakal diterima oleh orang banyak atau tidak. Tes

produk juga merupakan saat terbaik untuk mendapatkan feedback tentang kekurangan yang ada pada produk kita. Makanya technopreneur harus membuat komunitas yang solid sebagai tempat tes produk.

e. Terus berinovasi

Bila produk tersebut sudah laris manis di pasaran, maka jangan pernah berhenti berinovasi untuk membuat produk tersebut semakin unggul dan mempunyai additional value bagi masyarakat. Tengoklah Facebook meskipun mereka merupakan rajanya sosial media namun mereka tidak pernah berhenti berinovasi. Sebab seorang technopreneur sejati adalah orang yang mampu mengombinasikan kecanggihan teknologi dan semangat entrepreneurship.

6. Lindungi hak paten

Hal terakhir yang tidak kalah pentingnya bagi seorang technopreneur adalah mendaftarkan produk anda ke Ditjen Hak Kekayaan Intelektual untuk mendapat hak paten atas karya anda. Karena produk anda berbasis teknologi dan informasi maka hak paten sangat diperlukan agar tidak ada pihak lain yang menelurkan produk yang sama tanpa seizin anda.

10. Pendidikan TI Berbasis *Technopreneurship*

Pendidikan TI berbasis *Technopreneurship* memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Memberikan kontribusi kongkret dalam mensiasati masalah pengangguran intelektual di Indonesia.
2. Mengembangkan spirit kewirausahaan di dunia perguruan tinggi.
3. Meminimalisir gap antara pemahaman teori dan realita praktek dalam pengelolaan bisnis.

Technopreneur IT Dunia

1. Mark Zuckerberg, Eduardo Saverin, Andrew McCollum, Dustin Moskovitz, dan Chris Hughes merancang dan mengembangkan teknologi jaringan sosial yang berbasis web, **Facebook**.
2. Chad Hurley, Steve Chen, dan Jawed Karim merancang dan mengembangkan **Youtube** sebagai media berbagi video di antara masyarakat.
3. Bill Gates dan Paul Allen mendirikan **Microsoft Corp.**.
4. Jeff Bezos merancang dan mengembangkan sistem penjualan buku secara online yang diberi nama **Amazon.com**.

5. Jerry Yang dan David Filo mendirikan **Yahoo! Inc.**
6. Larry Page dan Sergey Brin mendirikan **Google Inc.**
7. Steve Jobs, Steve Wozniak, dan Ronald Wayne mendirikan **Apple Inc.**
8. Linus Torvald mengembangkan OS *open source*, **Linux**.



DIGITAL MARKETING

I. Pemanfaatan Digital Marketing Penetrasi internet yang begitu tinggi berpengaruh positif dalam menciptakan peluang yang lebih besar karena jangkauan promosi Anda bisa semakin luas, maka dengan kegiatan promosi digital, jarak, waktu, usia, latar belakang, dan lain sebagainya bukanlah sebuah batasan untuk Anda melakukan promosi secara terbuka. Disini Jejak aktifitas promosi dengan

menggunakan digital marketing dapat di akses 24 jam non stop oleh konsumen yang lebih banyak dan lebih bervariasi. Bukan hanya bisnis produk, bisnis berbasis jasa / pelayanan (service) pun dapat mendulang omzet melalui kegiatan digital marketing yang tepat. Promosi atau iklan digital jauh lebih murah dibandingkan promosi secara konvensional. Bagaimana tidak, Anda tidak perlu mengeluarkan budget fantastis puluhan juta untuk dapat membuat website yang aktif selama setahun. Berikut ini adalah beberapa kegiatan promosi melalui digital marketing (internet marketing) yang dapat Anda coba, antara lain:

1. Membuat Website/ Blog Khusus untuk Bisnis



Poin ini adalah satu hal yang sangat krusial apabila ingin bertahan di tengah persaingan bisnis dalam era digital saat ini. Bicara mengenai bisnis yang dibangun untuk setahun atau dua tahun, tapi bicara tentang bisnis yang bisa bertahan selama yang Anda inginkan. Jika Anda memperhatikan, sekarang ini banyak usaha offline yang sudah membuat website/ blog khusus untuk memasarkan produk mereka melalui internet. Selain sebagai media pemasaran, website/blog juga bisa menjadi salah satu cara untuk membangun brand bisnis mereka. Untungnya dalam membuat website itu tidak semahal menyewa ruko untuk tempat usaha. Bahkan ada beberapa platform gratis yang bisa dimanfaatkan.

2. Pemasaran Bisnis dengan Email Marketing



Email marketing adalah salah satu cara pemasaran online yang sudah cukup ‘jadul’ tapi masih tetap efektif hingga saat ini. Konsumen atau calon konsumen yang suka rela memberikan alamat email mereka ke bisnis Anda adalah calon konsumen yang sangat potensial. Ibarat dalam dunia percintaan, subscriber email Anda adalah cinta yang tertunda. Hari ini dia tidak belanja, tapi kalau dia suka rela berlangganan email dari Anda berarti dia ada ‘rasa’, dan bisa dipastikan suatu saat dia akan belanja, untuk menggunakan strategi pemasaran dengan email marketing, maka kita harus menyewa layanan email marketing dan auto responder.

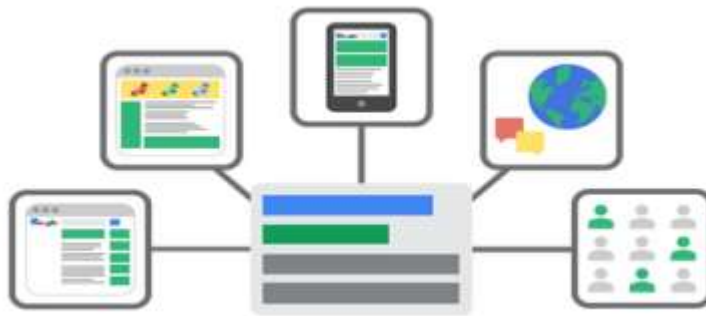
3. Pemasaran Melalui Media Sosial

Beberapa media sosial terbaik untuk pemasaran bisnis diantaranya adalah:

- Facebook
- Twitter
- Instagram
- YouTube

Tantangan dalam melakukan pemasaran melalui media sosial ini adalah ketika membangun konten. Masing-masing media sosial berbeda perlakuannya dalam penyajian konten, dan dibutuhkan pengetahuan dan skill yang cukup baik dalam mengelola akun media sosial untuk bisnis.

4. Pemasaran Melalui Jaringan Periklanan



Walaupun cukup banyak jenis pemasaran online yang bisa dilakukan dengan gratis, namun beriklan di jaringan periklanan tetap memiliki kelebihan tersendiri yang tidak dimiliki oleh pemasaran gratis. Salah satu kelebihan beriklan adalah trafik potensial ke website bisnis kita bisa didapatkan dengan lebih cepat.

Beberapa jaringan periklanan yang cukup banyak digunakan saat ini adalah:

- Google Adwords
- Facebook Ads
- YouTube Ads
- Twitter Ads
- Instagram Ads

Masing-masing jaringan periklanan tersebut memiliki kelebihan tersendiri. Misalnya Google Adwords, beriklan di jaringan periklanan milik Google ini sangat cocok untuk produk yang memberikan solusi terhadap masalah seseorang. Biasanya orang mencari informasi melalui Google, dan ketika orang tersebut mengetikkan sebuah kata kunci maka hasil pencarian akan disertai dengan iklan. Jadi, beriklan di Google Adwords memang sangat efektif bila kita ingin langsung jualan karena langsung ada calon pembelinya. Berbeda jika kita beriklan di Facebook (Facebook Ads). Beriklan di media sosial ini ibarat kita jualan door to door, orang tidak sedang ingin membeli sesuatu di Facebook tapi iklan kita terlihat di sana. Memang kemungkinan akan ada pembeli, tapi tidak seefektif Google Adwords. Namun, Facebook Ads memiliki kelebihan tersendiri, yaitu kemungkinan viralnya iklan Anda bila dikemas dengan unik sehingga akan mendapat kunjungan lebih banyak dari yang diharapkan.

5. Pemasaran Melalui Konten Marketing



Sebenarnya poin #5 ini masih sangat berhubungan dengan poin #1, tapi lebih spesifik kita melakukan pemasaran melalui berbagai konten yang kita posting di blog bisnis. Semakin banyak konten berkualitas yang kita posting melalui blog bisnis kita, maka peluang untuk mendapatkan trafik dari search engine juga akan semakin besar. Kita tahu bahwa sekarang ini orang Indonesia lebih suka mencari informasi melalui Google mereka inilah calon konsumen bisnis Anda. Dengan menerapkan optimasi (Search Engine Optimisation SEO) pada setiap konten yang akan dibangun, maka dapat dipastikan, bahwa trafik potensial ke situs bisnis Anda akan terus bertambah.

Resti Lia Andharsaputri, Sunarti, Dewi Ayu Nur Wulandari, Pengenalan Dan Pemanfaatan Digital Marketing Guna Meningkatkan Usaha Bagi Karang Taruna Desa Kota Batu Bogor, 2021

https://says.bsi.ac.id/berkas/ajuan/pppm/2109/bukti_Modul-210908066.pdf