

BAB I

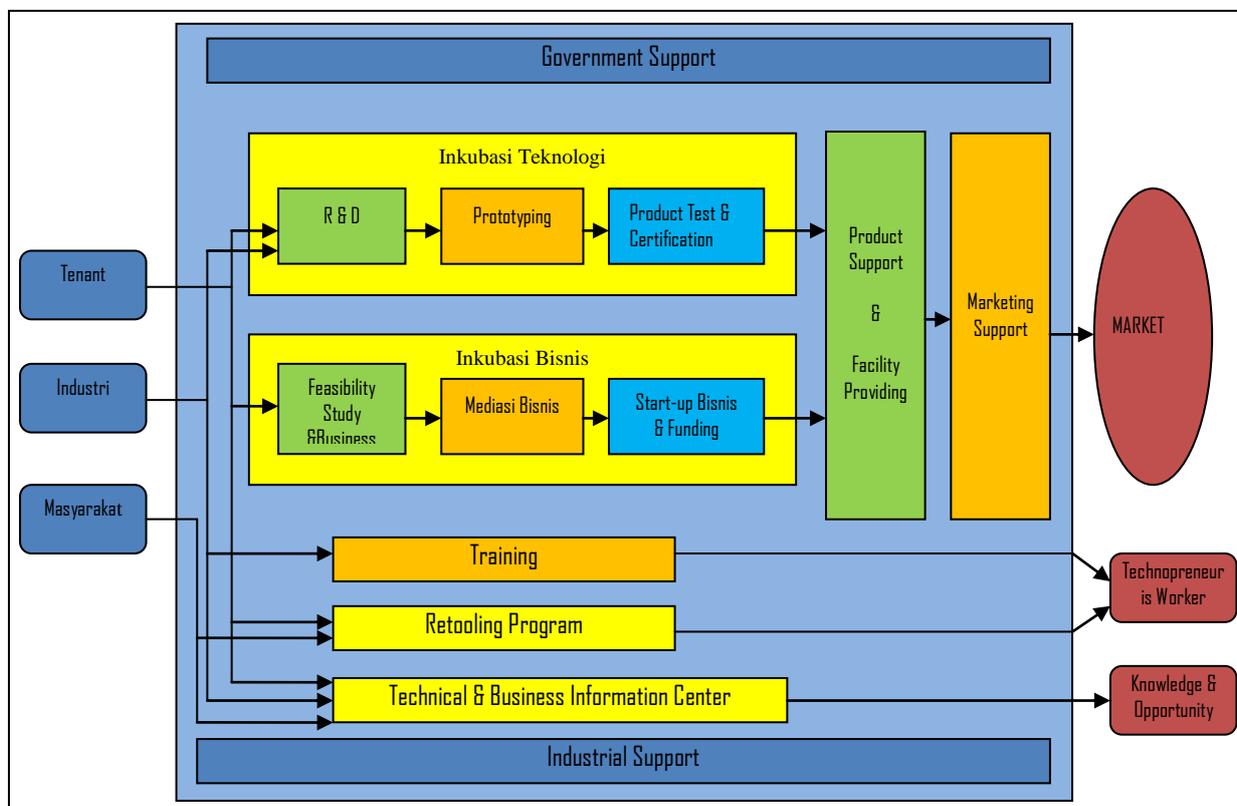
PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1. Profil Bandung Techno Park

Bandung *Techno Park* (BTP) merupakan wadah yang mewujudkan masyarakat informasi Indonesia dengan membentuk tenaga *Information Communication and Technology* (ICT) yang berkompeten dan berdaya saing. Lokasi Bandung *Techno Park* (BTP) berada di kawasan Pendidikan Telkom, Jalan Telekomunikasi Terusan Buah Batu, Bandung. Ir. Jangkung Raharjo, MT yang merupakan Direktur Utama dari BTP menegaskan BTP bukan hanya milik Universitas Telkom, perguruan tinggi lain juga bisa bergabung di BTP. Setiap perguruan tinggi tentunya memiliki keunggulan yang berbeda-beda. Setiap keunggulan bisa digabungkan untuk bersama-sama mengembangkan BTP (Bandung *Techno Park*, 2013).

Secara keseluruhan ada 8 fokus bidang bisnis BTP, yakni :*Research and Development (R&D), Educational Training/Training centre, Consultancy, Facility Provider, Business Mediation, Information Distribution, Certification, dan Production Support*. Awalnya Bandung *Techno Park* (BTP) hanya terdiri atas dua bagian yaitu Unit Pelayanan Teknis Teknologi Informasi dan Komunikasi (UPT TIK) dan Pusat Desain Telekomunikasi (PDT). Saat ini BTP telah membentuk suatu bagian lagi yang dinamakan *e-Camp*(Inkubator Bisnis). Berikut ini merupakan fokus Bandung *Techno Park*:



Sumber: Bandung Techno Park (2013)

Gambar 1.1
Fokus Bandung Techno Park

1.1.2. Visi dan Misi Bandung Techno Park

(a) Visi Bandung Techno Park

"MENJADI MOTOR PENGGERAK DALAM MEWUJUDKAN MASYARAKAT INFORMASI INDONESIA DAN PENDORONG TUMBUHNYA INDUSTRI ICT DAN TECHNOPRENEUR DI INDONESIA"

Masyarakat Informasi adalah masyarakat yang memiliki kemauan dan kemampuan dalam mengelola informasi untuk senantiasa meningkatkan kesejahteraan dan mencerdaskan kehidupannya. Bandung *Techno Park* memandang dirinya merupakan elemen masyarakat yang harus menjadi motor penggerak bagi terbentuknya Masyarakat Informasi Indonesia (MII) sebagai bagian Masyarakat Informasi Global, melalui kreasi, inovasi dan penggunaan *Information and Communication Technology*/Teknologi Informasi dan Komunikasi (ICT/TIK) dalam pengembangan sumber daya manusia, ekonomi dan budaya berbasis pengetahuan atau *Knowledge Based Human Resource (K-Worker)*, *Economy (K-Economy)* dan *Culture (K-Culture)*, baik di lingkup daerah Bandung dan Jawa Barat maupun nasional. (Bandung *Techno Park*, 2013)

(b) Misi Bandung Techno Park

1. Meningkatkan kerjasama *antara Academic-Business-Government* dalam pengembangan ICT yang meliputi: Infrastruktur, Aplikasi, Content, Konteks, dan Regulasi.
2. Mendorong perkembangan ekonomi dan budaya berbasis pengetahuan dan teknologi.
3. Menciptakan tenaga ICT yang mandiri dan berdaya saing tinggi.
4. Menumbuhkembangkan masyarakat yang mampu memanfaatkan ICT dalam peningkatan kesejahteraan.
5. Menciptakan *technopreneurship* di masyarakat.

(c) Peran Bandung Techno Park

1. *Academic-Business (Industry)-Government Linkage*
2. Katalis dalam pertumbuhan K-Ekonomi (*Knowledge-Ekonomi*)
3. Menciptakan *K-Worker (Knowledge-Worker)*
4. Menyebarkan kesadaran *K-Culture (Knowledge-Culture)*

1.2 Latar Belakang Penelitian

Hartono (2011) menyebutkan bahwa beberapa tahun terakhir ini, istilah *technopreneurship* kerap di jumpai dan didengar di berbagai media baik media cetak maupun media elektronik. Dari asal katanya, *Technopreneurship* merupakan istilah bentukan dari dua kata, yakni “teknologi” dan “*entrepreneurship*”. Secara umum, kata teknologi digunakan untuk merujuk pada penerapan praktis

ilmu pengetahuan ke dunia industri atau sebagai kerangka pengetahuan yang digunakan untuk menciptakan alat-alat, untuk mengembangkan keahlian dan mengekstraksi materi guna memecahkan persoalan yang ada. Sedangkan kata *entrepreneurship* berasal dari kata *entrepreneur* yang merujuk pada seseorang atau agen yang menciptakan bisnis/usaha dengan keberanian menanggung resiko dan ketidakpastian untuk mencapai keuntungan dan pertumbuhan dengan cara mengidentifikasi peluang yang ada. Setelah memiliki kompetensi teknologi dan jiwa *entrepreneurship*, hal terakhir yang perlu dilakukan adalah mengintegrasikannya untuk menyokong pengembangan unit usaha. Kreativitas dan pemanfaatan teknologi dengan tepat adalah hal utama dalam mengembangkan jiwa *technopreneurship*.

Technopreneurship diibaratkan sebagai inkubator bisnis berbasis teknologi, yang memiliki wawasan untuk menumbuhkembangkan jiwa kewirausahaan di kalangan generasi muda khususnya mahasiswa dan merupakan salah satu strategi terobosan baru untuk mensiasati masalah pengangguran intelektual yang semakin meningkat. Dengan menjadi seorang usahawan terdidik, generasi muda akan berperan sebagai salah satu motor penggerak perekonomian melalui penciptaan lapangan-lapangan kerja baru. Selain itu juga bisa menjadi arena untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia dalam penguasaan ilmu pengetahuan dan teknologi, sehingga bisa mempersiapkan tenaga handal di tengah kompetisi global.

Saat ini adalah era perkembangan dan kemajuan teknologi *Information, Communication and Technology (ICT)* yang merupakan era lahirnya para *technopreneur* handal dan kebanyakan berawal dari pengembangan ilmu dan kreatifitas waktu di bangku kuliah. Steve Job mendirikan *Apple computer* dengan kreatifitas dan inovasi baik secara produk maupun konsep pemasarannya. Produknya mulai dari iPod hingga iPad yang fenomenal dalam dunia komputer jinjing dan produk teknologi tinggi. Mark Zuckerberg membuat *Facebook* pada usia belia waktu di bangku kuliah, yang kemudian berkembang sedemikian luar biasa hingga menjadi situs jejaring sosial terkemuka di dunia. Larry Page dan Sergey Brin membuat sebuah proyek penelitian tingkat doktoral di Universitas Stanford pada pertengahan 90-an dan kemudian mengembangkan karyanya yang kemudian dikenal sebagai mesin pencari utama di dunia maya, yaitu *Google*..

Istilah *technopreneurship* mengacu pada pemanfaatan teknologi informasi untuk pengembangan wirausaha. Jenis wirausaha dalam pengertian *technopreneurship* disini tidak hanya dibatasi pada wirausaha teknologi informasi, seperti *vendor IT, web hosting, atau web design*, tetapi segala jenis usaha, seperti meubel, restaurant, pertanian, *retail* ataupun kerajinan tangan. Penggunaan teknologi informasi yang dimaksudkan disini adalah pemakaian internet untuk memasarkan produk mereka seperti dalam perdagangan *online (e-Commerce)*, pemanfaatan *software/program* khusus untuk memotong biaya produksi dan kegiatan operasional lainnya. Sebagai contoh, penggunaan perangkat lunak tertentu akan mengurangi biaya produksi bagi perusahaan meubel. Jika sebelumnya, mereka harus membuat *prototype* dengan membuat kursi sebagai *sample* dan mengirimkan *sample* tersebut, maka dengan pemakaian perangkat lunak tertentu, maka perusahaan tersebut tidak perlu mengirimkan

sample kursi ke pelanggan, namun hanya menunjukkan desain kursi dalam bentuk *soft-copy* saja. Demikian pula pada bidang pertanian misalnya, upaya pembuatan peralatan pertanian, pembuatan irigasi pertanian untuk membantu mengalirkan air ke lahan pertanian secara lebih baik. *Technopreneur* pada bidang industri, yaitu upaya menemukan alat-alat canggih yang dapat membantu proses produksi supaya lebih efektif dan efisien (Hartono, 2011).

Technopreneurship merupakan bisnis berbasis teknologi, yang memiliki wawasan untuk menumbuhkembangkan jiwa kewirausahaan di kalangan generasi muda, khususnya mahasiswa sebagai peserta didik dan merupakan salah satu strategi terobosan baru untuk mensiasati masalah pengangguran intelektual yang semakin meningkat (\pm 45 juta orang). Dengan menjadi seorang usahawan terdidik, generasi muda, khususnya mahasiswa akan berperan sebagai salah satu motor penggerak perekonomian melalui penciptaan lapangan-lapangan kerja baru dengan memberikan solusi atas permasalahan jumlah pengangguran intelektual yang ada saat ini. Selain itu juga bisa menjadi arena untuk meningkatkan kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) dalam penguasaan IPTEK, sehingga bisa mempersiapkan tenaga handal di tengah kompetisi global (“Pendidikan Berbasis *Technopreneurship*”, dalam Lembaga Pendidikan Islam Sabilal Muhtadin, 2013).

Technopreneur berkaitan erat dengan inovasi. Untuk itu, seorang *technopreneur* harus memiliki ide-ide baru, cara-cara baru dan berinovasi terhadap usahanya dalam menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda melalui berpikir kreatif dan bertindak inovatif dalam pemecahan masalah dan untuk menciptakan peluang.

Larsen dan Lewis (Hadiyati, 2010) menyatakan bahwa salah satu karakter yang sangat penting dari seorang *technopreneur* adalah kemampuannya berinovasi. Tanpa adanya inovasi perusahaan tidak akan dapat bertahan lama. Hal ini disebabkan kebutuhan, keinginan, dan permintaan pelanggan yang berubah-ubah. Pelanggan tidak selamanya akan mengkonsumsi produk yang sama. Pelanggan akan mencari produk lain dari perusahaan lain yang dirasakan dapat memuaskan kebutuhan mereka. Untuk itulah diperlukan adanya inovasi terus menerus agar perusahaan dapat berlangsung lebih lanjut dan tetap berdiri dengan usahanya. Inovasi adalah sesuatu yang berkenaan dengan barang, jasa atau ide yang dirasakan baru oleh seseorang. Meskipun ide tersebut telah lama ada tetapi ini dapat dikatakan suatu inovasi bagi orang yang baru melihat atau merasakannya. Keeh et.al (2007) menjelaskan inovasi sangat penting karena terdapat alasan berikut:

1. Teknologi berubah sangat cepat seiring adanya produk baru, proses dan layanan baru dari pesaing, dan ini mendorong usaha *entrepreneurial* untuk bersaing dan sukses. Yang harus dilakukan adalah menyesuaikan diri dengan inovasi teknologi baru.
2. Efek perubahan lingkungan terhadap siklus hidup produk semakin pendek, yang artinya bahwa produk atau layanan lama harus digantikan dengan yang baru dalam waktu cepat, dan ini bisa terjadi karena ada pemikiran kreatif yang menimbulkan inovasi.
3. Konsumen saat ini lebih pintar dan menuntut pemenuhan kebutuhan. Harapan dalam pemenuhan kebutuhan mengharap lebih dalam hal kualitas, pembaruan, dan harga. Oleh

karena itu *skill* inovatif dibutuhkan untuk memuaskan kebutuhan konsumen sekaligus mempertahankan konsumen sebagai pelanggan.

4. Dengan pasar dan teknologi yang berubah sangat cepat, ide yang bagus dapat semakin mudah ditiru, dan ini membutuhkan metode penggunaan produk, proses yang baru dan lebih baik, dan layanan yang lebih cepat secara kontinyu.
5. Inovasi bisa menghasilkan pertumbuhan lebih cepat, meningkatkan segmen pasar, dan menciptakan posisi korporat yang lebih baik.

Perkembangan inovasi di Indonesia, tanpa mengecilkan pihak-pihak terkait, masih banyak hasil inovasi yang hanya menjadi bahan makalah semata. Padahal jika dilihat ke belakang, sejarah perubahan industri di dunia selalu ditandai dengan adanya eksploitasi penggunaan inovasi secara komersial, seperti listrik dan mesin uap. Adapun inovasi yang baru adalah semi konduktor, internet, dan *mobile technology* yang telah merevolusi gaya hidup masyarakat, kinerja bisnis dan potensi ekonomi suatu negara.

Selain itu, jika diukur dari jumlah aplikasi atau pendaftaran hak kekayaan intelektual (HAKI), dibanding dengan negara Asia lainnya, Indonesia masih berada pada posisi yang tertinggal khususnya dalam hal paten. Pada tahun 2000, paten dari penelitian Indonesia yang didaftar di Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual Indonesia hanya berjumlah 370, sedangkan paten dari Jepang yang terdaftar di Ditjen HAKI mencapai 710. Pada tingkat dunia, menurut laporan *World Economic Forum* (2003), Indonesia berada pada urutan ke-65 sebagai negara yang mengadaptasi teknologi. Padahal dengan tergantung pada teknologi asing, akan semakin banyak devisa melayang ke luar negeri untuk membeli teknologi tersebut (Febransyah dkk 2010:144). Untuk itu, Indonesia masih memerlukan banyak *technopreneur* yang berani meluncurkan inovasi ke pasar komersial. Namun, kenyataannya banyak orang Indonesia memandang dunia *technopreneur* masih asing dan tidak menjamin masa depan yang lebih baik.

Sejauh ini, telah banyak implementasi kegiatan *Technopreneurship* pada lingkungan kampus di Indonesia seperti Universitas Negeri Sultan Ageng Tirtayasa (Untirta) Banten yang membentuk wirausahawan muda dari kalangan mahasiswa melalui program '*Technopreneurship Camp*' yang bekerja sama dengan Kementerian Koordinator Perekonomian dan Badan Pengkajian dan Penerapan Teknologi (BPPT) dengan melibatkan sekitar 10 kelompok mahasiswa yang terpilih dan berminat mengembangkan kewirausahaan. Berdasarkan hasil evaluasi dalam program tersebut, 40% dari pesertanya telah berhasil menjadi wirausahawan muda ("UNTIRTA Gelar *Technopreneurship Camp*", dalam Republika Online, 2013).

Universitas Sebelas Maret (UNS) Solo menyelenggarakan kurikulum *technopreneurship* dengan menyelenggarakan mata kuliah *technopreneurship* di Fakultas Teknik dan menjadi kampus pertama yang menyelenggarakan kurikulum *technopreneurship*, dan berharap UNS menjadi salah satu perguruan tinggi yang memelopori pengembangan *technopreneur* secara terstruktur dengan menerapkannya dalam proses pendidikan secara keseluruhan untuk membangun budaya

inovasi. (“UNS, Kampus Pertama Terapkan *Technopreneurship Curriculum*”, dalam Universitas Sebelas Maret, 2012). Di samping itu, Universitas Bina Nusantara (Binus) juga telah mengimplementasikan *technopreneurship* di kalangan kampus, yaitu dengan bekerja sama dengan Telkomsel untuk mengembangkan *program Mobile Technopreneurship*, yakni 100 mahasiswa pengembang konten dan aplikasi dilatih menjadi wirausahawan muda di bidang kreatif (“Mahasiswa Pengembang Konten Dilatih Jadi Wirausaha”, dalam Kompasiana, 2011).

Dengan semakin meningkatnya penyelenggaraan *technopreneurship* di kalangan kampus, maka pemerintah menciptakan suatu wadah bagi para *technopreneur* yang disebut *Techno Park*, yakni sebuah wadah yang mewujudkan masyarakat informasi Indonesia dengan membentuk tenaga *Information, Communication and Technology (ICT)* yang berkompeten dan berdaya saing (Solo *Techno Park*, 2010). Di beberapa negara, *science & technology park* merupakan sebuah wahana di perguruan tinggi yang dapat dipergunakan oleh kelompok industri. Terdapat banyak penamaan yang umum digunakan seperti; “*science park*”, “*science city*”, “*technopark*”, “*business park*”, “*technology corridor*”, “*technology zone*”, dan masih banyak nama lain. Namun, secara umum *Techno Park* bertujuan untuk membuat link yang permanen antara perguruan tinggi (akademisi), pelaku industri (bisnis ataupun juga finansial), dan pemerintah (Solo *Techno Park*, 2010).

Salah satunya wadah *technopreneur* di Provinsi Jawa Barat, tepatnya di kota Bandung, yakni Bandung *Techno Park*. Bandung *Techno Park* ini merupakan salah satu *Techno Park* yang kerap kali menjadi wadah dalam penyelenggaraan kegiatan *technopreneurship*, salah satunya adalah dengan menyelenggarakan program *Technopreneur Empowering Program (TEP)* yang merupakan program pembinaan dan pemberdayaan calon *technopreneur* untuk para *tenant/technopreneur* yang mengembangkan usaha baru berbasis teknologi. Tujuan dari Program tersebut adalah untuk menghasilkan peserta didik sebagai calon *technopreneur/tenant* yang telah memiliki wawasan dan *skill technopreneur* yang memadai dan telah menghasilkan rancangan produk bidang Telematika (elektronik, IT, multimedia, dan yang berkaitan) yang telah ditinjau aspek teknis, proses produksi, maupun aspek komersialisasi secara seksama dan secara khusus berdasarkan index skala inovasi produk terkait (Bandung *Techno Park*, 2013).

Berdasarkan uraian dan latar belakang di atas, maka penulis mengambil judul skripsi “**Pengaruh Inovasi Terhadap Pengembangan *Technopreneur* (Studi Kasus: *Tenant Bandung Techno Park*)**”.

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut maka rumusan masalah penelitian ini adalah :

1. Bagaimana perkembangan inovasi pada para *tenant* Bandung *Techno Park*?
2. Bagaimana pengembangan *technopreneur* pada para *tenant* Bandung *Techno Park*?
3. Bagaimana pengaruh inovasi terhadap pengembangan *technopreneur* pada para *tenant* Bandung *Techno Park*?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah tersebut, maka tujuan dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui perkembangan inovasi pada para *tenant* Bandung *Techno Park*.
2. Untuk mengetahui pengembangan *technopreneur* pada para *tenant* Bandung *Techno Park*.
3. Untuk mengetahui Pengaruh Inovasi terhadap Pengembangan *technopreneur* pada para *tenant* Bandung *Techno Park*.

1.5 Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Praktis

Penelitian ini memfokuskan kepada Bandung *Techno Park* (BTP) sebagai objek penelitian, sehingga diharapkan para pengambil kebijakan maupun pihak-pihak lain yang berkepentingan dapat menggunakan hasil penelitian ini sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan.

2. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini erat hubungannya dengan mata kuliah *Entrepreneurship* dan *Technopreneurship* yang selama ini didapat di perkuliahan serta membandingkannya dengan kenyataan yang terjadi di lapangan, sehingga dengan melakukan penelitian ini diharapkan penulis dan semua pihak yang berkepentingan dapat lebih memahaminya.

3. Kegunaan Akademis

Diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak lain yang ingin menggunakannya sebagai bahan pertimbangan atau referensi dalam kegiatan penelitian atau karya ilmiah yang lain.

4. Jangka Waktu Penelitian

Berdasarkan ketentuan di Universitas Telkom, batas waktu yang diberikan untuk penyusunan skripsi adalah satu semester (enam bulan) dan dapat diperpanjang lagi untuk satu semester berikutnya. Waktu penelitian dimulai pada awal semester genap yaitu bulan Maret 2013, dan berakhir pada bulan Desember 2013. Sedangkan data perusahaan yang digunakan dalam penelitian ini berdasarkan pada kondisi dan proses yang ada pada Bandung *Techno Park* saat penelitian berlangsung, yaitu sampai dengan bulan Agustus 2013.

1.6 Sistematika Penelitian

Untuk memudahkan pembaca dalam memahami isi yang terdapat dalam skripsi ini, maka sistematika penulisan skripsi disusun sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini, dikemukakan mengenai latar belakang, rumusan masalah, pertanyaan penelitian, tujuan dan kegunaan penelitian serta beberapa data disajikan pada bab ini.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi tentang kajian kepustakaan yang terkait dengan topik dan variabel penelitian yang dilakukan untuk dijadikan dasar bagi penyusunan penelitian serta literatur-literatur yang berkaitan dengan penelitian yang mendukung.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan tentang definisi operasional variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian, metode pengumpulan data serta teknik analisis data untuk mencapai tujuan penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan tentang hasil penelitian secara sistematis dan dianalisis dengan teknik analisis yang ditetapkan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi tentang kesimpulan atas hasil penelitian dan saran yang diberikan berkaitan dengan hasil penelitian.