

X FAKTOR DARI KESUKSESAN KEWIRAUSAHAAN RINTISAN YANG BERBASISKAN TEKNOLOGI

H.A.Farisi¹, M.Purnomo², E.Maulina³

^{1,2,3}Administrasi Bisnis, Universitas Padjadjaran, Bandung

e-mail : hasan20002@mail.unpad.ac.id, purnomo@unpad.ac.id, erna.maulina@unpad.ac.id

Abstrak

Perubahan yang terjadi dalam perekonomian global menjadi tantangan bagi para pengusaha dalam menjalankan bisnis kewirausahaannya, oleh karena itu terdapat berbagai faktor yang mempengaruhinya seperti inovasi, pengalaman kerja, ide, pendidikan dan kemitraan yang jika dipelajari akan berdampak pada keberhasilan bisnis. Artikel ini mengkaji faktor yang memiliki pengaruh penting dalam mengimplementasikan faktor-faktor ke dalam bisnis sehingga dapat memperoleh kesuksesan. Design Thinking merupakan pendekatan yang dilakukan untuk mendukung analisis data berbasis faktor yang dikumpulkan dengan metode wawancara. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini menunjukkan bahwa kombinasi faktor pendidikan, kemitraan, pengalaman kerja dan inovasi merupakan faktor yang dapat meningkatkan keberhasilan dalam berwirausaha, khususnya untuk wirausaha rintisan. Temuan diinterpretasikan dan dikaitkan dengan pertanyaan penelitian untuk menjawab faktor kritis kewirausahaan berbasis teknologi yang dapat memperoleh keberhasilan di Indonesia.

Kata kunci: kewirausahaan rintisan, inovasi, ide

Abstract

Changes that occur in the global economy are a challenge for entrepreneurs in running their entrepreneurial businesses, therefore there are various influencing factors such as innovation, work experience, ideas, education and partnerships that are learned will have an impact on business success. This journal examines the factors that have an important influence in implementing factors in business so that they can achieve success. Design Thinking is an approach taken to support factor-based data analysis collected by interview method. The results obtained from this study indicate that the combination of education, partnership, work experience and innovation factors is a factor that can increase success in entrepreneurship, especially for start-up entrepreneurs. The findings are interpreted and linked to research questions to answer the critical factors of technology-based entrepreneurship that can be successful in Indonesia.

Keywords : startup entrepreneurship, innovation, idea

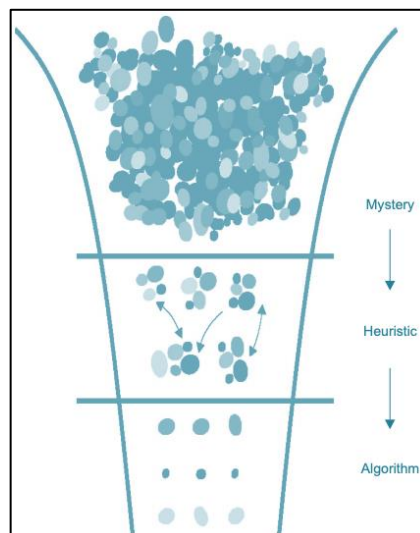
1. Pendahuluan

Kewirausahaan rintisan memiliki tantangan tersendiri yang tidak mudah untuk ditaklukkan demi berakhir dengan kesuksesan. Karenanya dibutuhkan berbagai macam faktor yang dipadukan untuk membuat tantangan tersebut menjadi mudah untuk dilalui. Faktor-faktor yang mempengaruhi tidak terlepas dari peranan penting untuk mengembangkan organisasi menjadi sukses yaitu adanya keterkaitan inovasi, ide, pendidikan dll. Menurut (Cohendet & Simon, 2015) berpendapat bahwa pilar dasar dari sebuah inovasi adalah ide, akan tetapi ide-ide baru yang dihasilkan tidaklah cukup untuk mendorong terbentuknya sebuah inovasi namun dibutuhkan proses mengolah dan mewujudkan potensi ide tersebut sehingga akan mendorong terjadinya sebuah inovasi. Begitupun dengan pendapat yang diutarakan oleh (Hadiyati, 2011) menjelaskan bahwa inti dari kewirausahaan yang dilakukan oleh pengusaha adalah kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda melalui pemikiran kreatif dan tindakan inovatif untuk menciptakan peluang. Kemudian pendapat ini ditegaskan oleh (Sarri et al., 2010) yang menyimpulkan dari hasil penelitiannya bahwa pengusaha sebagian besar menyadari pentingnya kreativitas dan inovasi, dipercayai secara positif akibat interaksi untuk pengembangan bisnis pengusaha.

The Global Entrepreneurship Monitoring (GEM) (2018) menguraikan bahwa berdasarkan pengukuran kemudahan berbisnis oleh Bank Dunia (IFC, World Bank), terlihat jelas masih ada hambatan yang dihadapi Indonesia. Di antara negara ASEAN, Indonesia menduduki peringkat 173 pada tahun 2016. Padahal di tahun 2015 Indonesia menduduki peringkat 106. Penurunan tajam ini menunjukkan entah bagaimana ada yang tidak beres dengan kewirausahaan di Indonesia, dan oleh karena itu penting untuk menyelidiki faktor pembeda, atau X-faktor, dari kewirausahaan rintisan yang ditunjang teknologi dalam mengelola bisnis mereka untuk memperoleh kesuksesan. Menjadi menarik tatkala ketika melihat banyaknya wirausahawan rintisan yang bermunculan dari lulusan jenjang universitas, salah satunya adalah pengusaha lulusan dari universitas Widyatama yang dimana universitas tersebut memiliki program mata kuliah kewirausahaan yang diajarkan pada tahun keempat untuk menghasilkan wirausahawan-wirausahawan rintisan yang dapat bersaing secara global. Mata kuliah kewirausahaan yang diajarkan menjadi pendorong terciptanya sejumlah praktik kewirausahaan yang dilakukan oleh mahasiswa di lingkungan universitas Widyatama seperti perdagangan (daring/luring), jasa pembuatan karya (desain grafis, website) dan program bimbingan belajar dari mahasiswa bagi anak-anak jenjang sekolah SMP atau SMA. Praktek kewirausahaan ini diharapkan dapat menjadi bekal para mahasiswa tatkala ketika mereka hendak terjun ke dunia wirausaha untuk merintis bisnis. Artikel ini melaporkan sebuah studi yang dilakukan di Universitas Widyatama sebagai fenomena pencarian identifikasi yang memainkan peran penting ketika kewirausahaan yang dimainkan oleh pengusaha menerapkan ide-ide kreatif, khususnya dalam hal ini dia yang menghasilkan bisnis berbasis teknologi. Hal ini ditunjukkan untuk menjawab pertanyaan tentang bagaimana ide berasal dan bagaimana pola pikir tertentu dapat mendorong generasi dan implementasi ide bagi kewirausahaan rintisan yang memiliki prinsip inti seperti kemitraan, dampak pendidikan dan pengalaman kerja pada kewirausahaan dan inovasi. Selain itu, sejak teknologi telah ada di mana-mana dalam lingkungan bisnis, perlu untuk mengeksplorasi bagaimana kerumitan dan kesulitan yang sering ditimbulkan oleh interaksi manusia dan teknologi berdampak pada inovasi dan kewirausahaan.

(Dunne & Martin, 2006) menyebutkan bahwa design thinking telah menghasilkan perhatian yang signifikan dalam perspektif bisnis, dan telah digembar-gemborkan sebagai metodologi pemecahan masalah baru yang cocok dengan tantangan yang sering dikutip dan dihadapi oleh organisasi bisnis dalam mendorong pemikiran yang lebih kreatif dalam mencapai inovasi dan pertumbuhan. Oleh karenanya design thinking menjadi sarana pendekatan masalah manajerial dan bisnis yang efektif. Hal ini senada dengan pendapat yang disampaikan oleh (Leavy, 2011) bahwa design thinking menawarkan alternatif ketiga untuk analisis dan intuisi ketika memecahkan masalah bisnis. Masalah bisnis dalam hal ini, tidak selalu diberikan dalam banyak kasus, nyatanya permasalahan pertama adalah perlunya identifikasi dan penamaan atau pembedaan sehingga pengusaha sebagai praktisi inovasi harus menggunakan design thinking untuk mengamati dunia, mencari alternatif-alternatif dan mewujudkannya.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Martin, 2010) design thinking dapat digambarkan dengan berbagai macam analogi yang menarik. Menurutnya analogi "knowledge funnel" adalah analogi yang dapat menjelaskan bagaimana inovasi dan identifikasi masalah dimulai sebagai misteri. Knowledge funnel terdiri dari tiga tahap yang dijabarkan dalam Gambar 1 dibawah ini.



Gambar 1. *Knowledge funnel* sebagai analogi *design thinking*

Knowledge funnel dimulai dari fase yang diletakkan paling atas di dalam gambar yaitu fase misteri. Fase misteri adalah fase dimana proses penemuan-penemuan yang diperoleh dari kesulitan, ketidakpastian dari objek penelitian. Kemudian dilanjutkan dengan fase heuristik yaitu fase mencari solusi alternatif yang akan mengarah pada pengembangan, penyelesaian masalah dan tindakan eksperimental serta pengujian spesialis seperti metode coba dan gagal (*trial and error*) yang dilandasi oleh pemikiran induktif atau deduktif. Ketiga adalah fase algoritma yaitu fase prosedur atau langkah demi langkah yang eksplisit untuk memecahkan suatu masalah. Algoritma mengambil heuristik yang tidak teratur, yang membutuhkan pemikiran dan nuansa yang cukup untuk digunakan dalam menyederhanakan, menyusun, serta mengkodifikasikannya ke tingkat yang lebih efisien.

Sebelum memperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana ide-ide yang inovatif dapat menjadi bisnis usaha yang sukses, maka diperlukan pemahaman mengenai permasalahan kompleks yang dihadapi oleh dunia terlebih dahulu, hal ini disebut dengan "kekacauan dunia". Dari literatur didapatkan bahwa kompleksitas yang disebut sebagai kekacauan dunia dimulai dari adanya interaksi antara manusia dengan teknologi. Oleh karena itu pemecahan dalam keterhubungan antara manusia dengan teknologi yang menjadi dasar dari kekacauan dunia adalah hal yang penting untuk profesional dalam mengambil tindakan dalam membangun kewirausahaan.

Kekacauan dunia adalah sebuah landasan permasalahan dari terbentuknya ilmu pengetahuan yang dimana didalamnya dipengaruhi oleh dua macam ilmu yaitu ilmu alam dan ilmu buatan. Menurut (Simon, 1996) ilmu alam adalah tubuh pengetahuan dimana ilmu tersebut bertujuan untuk menemukan pola atau hukum untuk menyederhanakan kompleksitas, menciptakan keteraturan dari kekacauan sehingga ilmu alam menjadi kumpulan dari ilmu-ilmu buatan. Sedangkan ilmu buatan menurut (Simon, 1996) adalah tubuh pengetahuan tentang objek dan fenomena yang dibuat oleh manusia atas perilaku yang dilakukan oleh manusia dengan manusia lainnya. Akibat adanya kedua ilmu, maka menjadi sebab munculnya masalah yang tidak jelas dan akhirnya menciptakan dunia yang kacau. (Leavy, 2011) berpendapat bahwa pola pikir baru atau multi strategi berpikir dimensional diperlukan untuk menemukan solusi yang inovatif dan kreatif.

Asal usul ide dan "Kelekatan"-nya dengan kreatifitas dinyatakan oleh (Matthews, 2007) sebagai penciptaan ide yang banyak berhubungan dengan kreatifitas karena merupakan salah satu dari enam tahap program *creative problem solving* (CPS) yaitu suatu metode pembelajaran yang melakukan pemusatan pada pengajaran dan keterampilan memecahkan masalah, yang diikuti dengan penguatan keterampilan. Peneliti menyepakati bahwa kreativitas lebih dari sekedar inisiasi ide, tetapi mengacu juga kepada pemilihan, evaluasi dan implementasi gagasan. Berbeda halnya dengan pandangan (Johnson, 2011) ide ataupun ide orisinal tidaklah cukup untuk meraih kesuksesan (Johnson, 2011) juga

berpendapat bahwa ide tidak ada dalam isolasi, maksudnya tidak diperlukan ide yang benar-benar baru tanpa dipadukan dengan sesuatu yang telah ada, sehingga kesuksesan yang lebih besar dimungkinkan ketika ide dibangun di dalam sesuatu yang telah ada sebelumnya. Namun hal ini dibantah oleh (Gabrielsson & Politis, 2012) bahwa mereka percaya jika menciptakan ide bisnis yang baru akan membentuk bagian penting dari proses kewirausahaan. Kemampuan pengusaha dalam menghasilkan ide-ide baru akan membuat mereka teruji untuk dapat menumbuhkan pola pikir belajar eksploratif agar dapat mengidentifikasi kebutuhan yang belum terpenuhi dan menyajikan produk bisnis bernilai jual untuk mendatangkan keuntungan.

Inovasi, Kewirausahaan, dan *Design Thinking* adalah hasil dari percobaan untuk berinovasi sebagai bentuk penyelidikan terhadap perjalanan pengusaha dalam menjalankan bisnisnya untuk mengetahui faktor paling penting bagi mereka sehingga dapat menciptakan dan menjalankan ide-ide untuk menghasilkan kesuksesan bisnis. (Dodgson et al., 2008) menggambarkan bahwa inovasi sebagai elemen kunci keunggulan kompetitif dan mata pencaharian semua organisasi. (Audretsch & Belitski, 2015) mengidentifikasi pengetahuan, motivasi dan keterampilan sebagai pusatnya komponen inovasi dan percaya bahwa pembinaan pengetahuan dan keterampilan harus menjadi perhatian utama dari bisnis kewirausahaan rintisan. (Naggar, 2015) menggabungkan bahwa kreativitas berperan penting dalam proses menghasilkan ide-ide yang memimpin inovasi. Akan tetapi, dia mengatakan bahwa pengetahuan yang memungkinkan untuk mengeksekusi ide dan pada akhirnya memunculkan inovasi (berinovasi). (Matthews, 2007) menunjukkan ironi bahwa kreativitas didasarkan pada pengetahuan sebelumnya dan bisa jadi kombinasi dari pengetahuan yang ada atau mungkin didapat dari kemampuan untuk melewati kumpulan pengetahuan masa lalu yang ada untuk menghasilkan dan mencari ide-ide baru.

(Okpara, 2007) berpendapat bahwa kewirausahaan yang sukses membutuhkan keunggulan yang berasal dari penggabungan ide kreatif dan kemampuan untuk mengeksekusi ide-ide tersebut. Sedangkan (Zhao, 2005) mengatakan bahwa perusahaan telah mengkombinasikan kewirausahaan dan inovasi sebagai hal yang sangat penting untuk keberlangsungan bisnis. Dia percaya bahwa kewirausahaan dan inovasi dapat membuat bisnis berhasil dan tumbuh.

(Brown & Katz, 2011) mengatakan bahwa *design thinking* mendorong proses inovasi dengan mengintegrasikan pendekatan sentris manusia, sehingga sering digunakan untuk memulai alternatif kerangka acuan dengan menggunakan alat-alat seperti pembuatan prototipe, gambar, simulasi dan lensa teoritis untuk mengekstrak pengetahuan sambil mendorong untuk terjadinya sebuah inovasi. Dengan demikian, nilai *design thinking* bersifat universal, baik bagi perusahaan dan kehidupan sosial. Pada intinya *design thinking* adalah tentang bagaimana memahami interaksi manusia dengan sebuah proses.

Konsep yang dibahas dalam tinjauan pustaka dan *Knowledge funnel*, sebagai kerangka teoritis, memberikan paradigma filosofis untuk mendukung metodologi penelitian. Analogi dari *Knowledge funnel* membantu proses penemuan menjadi jelas dari yang semula misteri hingga tertuju pada penemuan yang dibuktikan.

2. Metode

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode interpretatif dimana hal ini dimaksudkan untuk mengetahui pola pikir dan cara pandang pengusaha dalam memahami sebuah faktor. Interpretatif dideskripsikan sebagai sebuah metode untuk mengeksplorasi sebuah fenomena dengan tujuan untuk mengidentifikasi faktor dan pola di antara perspektif subjektif, yang memperhitungkan variasi dari setiap individu (Hunt, 2009). Oleh karenanya pengumpulan berbagai perspektif dari para peserta yang kemudian diidentifikasi berdasarkan arah tujuan penelitian untuk mengetahui faktor kesuksesan kewirausahaan rintisan. Fenomenologi adalah sikap filosofis dan pendekatan penelitian sebagai cara seseorang untuk dapat memahami dunia (Flood, 2010). Pendekatan penelitian ini mencatat bahwa setiap orang memiliki cara pandang yang kompleks terhadap dunia oleh karena itu untuk memahami kompleksitasnya, digunakanlah fenomenologi untuk menciptakan

pemahaman. Pemahaman pengusaha yang terkumpul akan digunakan sebagai sampel secara induktif.

Dalam penggunaan Knowledge funnel sebagai kerangka kerja teoritis, penelitian mencari pola dalam pemikiran dan tindakan pengusaha yang telah dijadikan informan. Dalam kasus ini difokuskan hanya pada mereka yang telah menciptakan ide-ide dan menjalankannya sehingga terciptalah suatu keberhasilan. Design thinking dapat digunakan untuk membuat dinamika yang saling mempengaruhi antara kreativitas dan inovasi. Design thinking umumnya didefinisikan sebagai proses analitik dan kreatif seseorang dalam bereksperimen, membuat prototipe dan mengumpulkan umpan balik juga mendesain ulang (Razzouk & Shute, 2012).

Informan yang dipergunakan di dalam penelitian ini adalah alumni dari universitas Widyatama yang merupakan lulusan dari sistem informasi periode 2017 dan 2019. Rentang waktu tersebut dipilih karena kebanyakan pengusaha membutuhkan kurang lebih dua tahun untuk menstabilkan bisnis kewirausahaan mereka. Semua peserta yang dijadikan informan sudah menjadi pengusaha dan menempuh pendidikan empat tahun pada bidang jurusan sistem informasi. Ini bertujuan untuk mengurangi bias, lalu pengelompokkan jenis usaha yang mereka lakukan menjadi fokus utama untuk mendapatkan informan-informan variatif dan meminimalisir jumlah bias karena tidak semua lulusan sistem informasi dalam kurun waktu tersebut memilih untuk menjadi pengusaha rintisan. Jenis usaha yang di geluti sebagai sumber penelitian artikel ini adalah bisnis kuliner, fashion, jasa dan seni/budaya. Metode wawancara dijadikan metode untuk mengumpulkan data yang kemudian dianalisa oleh peneliti untuk mengeksplorasi pemahaman mereka terkait pertanyaan yang diajukan.

Untuk menjawab pertanyaan yang menjadi permasalahan dalam penelitian utama adalah dengan melakukan fenomena aksi dan mencoba untuk mengambil pola dari perilaku narasumber dan berfikir observatif. Wawancara dilakukan pada bulan Mei hingga Juli 2021, dengan menyertakan dua pewawancara dan delapan narasumber sebagai informan yang dinilai memenuhi kriteria sebagai narasumber untuk dijadikan sumber penelitian. Konten dari wawancara meliputi praktik inovasi, metodologi kerja, pendidikan dan sejarah berbisnis pengusaha (narasumber). Pertanyaan dirancang dengan menyertakan parameter berikut: 1). Sejarah terhadap ide yang dijadikan dasar oleh pengusaha dalam berbisnis. 2). Pendidikan, sosial, demografi dan latar belakang geografi. 3). Praktik inovasi dalam bisnis. 4). Pola pikir terhadap resiko, ide dan inovasi. 5). Lingkungan pendukung yang mendorong terjadinya kesuksesan dalam berbisnis. 6). Faktor penghambat keberhasilan berbisnis. 7). Contoh kegagalan dalam berbisnis.

(Martin, 2010) mengungkapkan bahwa pembatasan faktor variabel akan berkontribusi terhadap pertanyaan penelitian yang dapat meningkatkan kemungkinan pembangunan heuristik untuk menciptakan keberhasilan dalam keterhubungan antara teknologi dan bisnis. Sehingga ini menjadi landasan yang digunakan oleh peneliti untuk menentukan batas waktu dari subjek sampel yang diwawancarai. Proses wawancara akan menghasilkan data berupa data pendidikan, pengalaman kerja, perjalanan bisnis, ide, kepribadian dan lain-lain. Selain itu digunakan juga literatur ilmiah yang relevan untuk menguatkan informasi yang diberikan dalam wawancara. Kombinasi ini akan menghasilkan pandangan holistik dari para pengusaha. Faktor-faktor dikembangkan dari literatur dan dari penelaahan data untuk memastikan konsep yang kuat dalam data wawancara. Dalam proses ini sumber data diasimilasi dan dikumpulkan dengan pola khusus dan faktor untuk membuat keterhubungan. Terakhir, peneliti melakukan proses analisis manual terhadap data yang tercakup di dalam tema untuk mengetahui hubungannya dengan literatur yang relevan atau sanggahannya terhadap temuan.

3. Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan fenomena yang muncul dari data yang dibahas di dalam pembahasan dan mengacu ke dalam literatur ilmiah menjadi jelas bahwa kegiatan kewirausahaan atau berbisnis memerlukan perjalanan yang panjang dan berproses. Perjalanan ini sejalan dengan penggambaran yang digambarkan oleh *Knowledge funnel* dengan fase misteri yang melahirkan ide, kemudian bertumbuh ke lingkungan yang lebih heuristik dimana ide tersebut

berkembang kemudian dijalankan sehingga menghasilkan sebuah layanan jasa atau produk. Pengontrolan layanan jasa atau produk dilakukan secara “algoritmik” sehingga lebih terarah dan tersusun sistematis.

Dari data yang dijabarkan di dalam pembahasan menjadi jelas bahwa pendidikan memiliki dampak terhadap perkembangan kewirausahaan dalam berbisnis. Pendidikan dapat menjadi jalan untuk belajar terhadap sesuatu yang telah dialami oleh orang lain (dosen) sehingga pengusaha tidak perlu mengulang kesalahan mereka dan dapat mengambil pelajaran yang benar dari kesalahan tersebut. Ditambah dengan adanya dukungan dari mitra kerja dalam mewujudkan aspek perjalanan kewirausahaan. Bermitra menjadi perlu untuk melaksanakan ide bersama dan menyediakan kumpulan-kumpulan sumber daya yang dapat dimanfaatkan bersama. Salah seorang peserta meyakini bahwa berbisnis membutuhkan 3 orang penting (setidaknya) yaitu bagian pemasaran yang akan berkeliling menarik calon konsumen, kemudian manajer yang akan memberikan solusi dari setiap permasalahan yang dialami dan terakhir adalah pengembang sebagai eksekutor dalam perancangan produk atau jasa.

Selain pendidikan, Menurut (Martin, 2010) inovasi menjadi penting untuk bisnis serta kapasitas mereka untuk mempertahankan pertumbuhan dan kesuksesan. Pentingnya inovasi didapat bukan berdasarkan proses alamiah dalam otak, melainkan perlunya memasukan diri untuk berfikir lateral dan logis. Sehingga berdasarkan data yang diperoleh memberikan ringkasan pengaruh utama kesuksesan adalah jenis pendidikan, kemitraan dan pengelolaan inovasi di dalam organisasi. Dengan mengeksplorasi faktor yang muncul, pengusaha dapat memiliki peta jalan yang lebih jelas menuju kesuksesan dalam konteks berbisnis di Indonesia sehingga dapat berdampak terhadap kemajuan ekonomi dan inovasi di suatu negara.

Para pengusaha yang menjadi fokus penelitian artikel ini adalah mereka yang telah memulai bisnis kurang lebih dua tahun dan menerapkan inovasi di dalam bisnisnya. Representasi di dalam sumber informan memperhitungkan tipe di Indonesia ditinjau dari segi waktu, sektor industri dan latar belakang pendidikan yang berkaitan dengan pola pikir. Informan tidak merepresentasikan seluruh aktivitas bisnis di Indonesia sehingga dapat menjadi pengembangan penelitian di kemudian hari. Informan yang diikutsertakan adalah delapan orang lulusan universitas Widyatama jurusan sistem informasi yang kesemuanya diwawancarai untuk dijadikan contoh dalam studi kasus. Sangat dimungkinkan terdapat bias di dalam penelitian karena populasi yang dijadikan informan terlalu sempit sehingga adanya segolongan pemikiran dan fokus yang spesifik tidak tergambarkan secara menyeluruh, namun hal ini memberikan dasar yang kokoh untuk penelitian lebih lanjut.

Seperti yang sudah disampaikan bahwa faktor-faktor yang menjadi hasil dari pengelompokan data hasil wawancara dan literatur disajikan ke dalam gambar yang menunjukkan tingkatan faktor yang paling penting dari para peserta.

	Pendidikan	Kemitraan	Ide	Inovasi	Pengalaman Kerja	Perasaan	Legenda
Peserta 1	m	x	m	x	x	m	x = Kuat, 1 poin
Peserta 2	m	x	x	x	m	m	m = Sedang, 0,5 poin
Peserta 3	x	m	x	x	s	s	s = Lemah, 0 poin
Peserta 4	x	x	m	x	x	s	
Peserta 5	s	x	m	m	x	x	
Peserta 6	x	x	m	m	x	x	
Peserta 7	x	m	m	m	x	s	
Peserta 8	x	s	x	x	x	s	
Total Poin	6	6	5,5	6,5	6,5	4	

Gambar 2. Tingkatan faktor yang paling penting berdasarkan peserta

Proses kemunculan ide menurut (Johnson, 2011) dimulai dengan sebuah “firasat” yang dipengaruhi oleh lingkungan sosial sehingga memiliki keterhubungan dari basis inovasi. Berikut akan dijelaskan lebih rinci mengenai faktor-faktor yang diangkat di dalam data berdasarkan pandangan dari masing-masing peserta berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan.

Faktor pendidikan adalah faktor yang umum bagi kebanyakan peserta sehingga mereka dapat menceritakan pengalaman mereka dalam menempuh pendidikan di universitas sehingga mendorong terlaksananya kewirausahaan.

Tabel 1. Tanggapan peserta terhadap pendidikan

Peserta	Tanggapan
Peserta 1	Pendidikan penting ketika pencarian Ilmu tidak hanya tertuju pada keilmuan teknis namun juga harus diiringi dengan bertambahnya relasi bisnis
Peserta 2	Pendidikan penting namun tidak berbanding lurus dengan fakta di lapangan bahwa tidak jarang pebisnis sukses yang tidak menyelesaikan studinya, sehingga keseimbangan antara pendidikan formal dan informal dibutuhkan.
Peserta 3	Pendidikan mempengaruhi proses berbisnis terutama ketika menjalankan bisnis makeup yang memerlukan kajian ilmu khusus untuk menjalankannya.
Peserta 4	Pendidikan berperan dalam pengembangan bisnis, karena menjadi dasar dalam pembentukan pola pikir
Peserta 5	Kewirausahaan yang sudah bertumbuh apabila ditunjang oleh pendidikan maka akan terasa manfaatnya, tetapi kewirausahaan rintisan belum dapat merasakan faktor pendidikan mempengaruhinya secara signifikan
Peserta 6	Pengalaman dari dosen dapat membantu diri untuk lebih peka sehingga dapat membangun sistem yang hebat
Peserta 7	Sistem informasi memberikan pengetahuan mengenai teknik yang bagus untuk menghubungkan bisnis dan teknologi
Peserta 8	Pendidikan menjadikan pemahaman dan perencanaan semakin matang.

Ditambah relasi yang semakin berkembang

Hampir semua peserta merefleksikan pentingnya terlibat didalam berbagai jenis kemitraan, walaupun fase yang dilalui oleh masing-masing cenderung berbeda namun hal tersebut berguna dalam pengembangan bisnis mereka.

Tabel 2. Tanggapan peserta terhadap kemitraan

Peserta	Tanggapan
Peserta 1	Proses bisnis memerlukan mitra, terutama saat dibutuhkan untuk menambah calon klien
Peserta 2	Perjalanan bisnis akan selalu memerlukan mitra, baik mitra yang dianggap supplier, konsumen atau bahkan saingan.
Peserta 3	Memilih mitra dengan dedikasi berbisnis akan membagi beban kerja yang harus dilakukan oleh masing-masing anggotanya
Peserta 4	Bermitra dapat menumbuhkan kolaborasi dan bertukar informasi untuk saling bekerjasama dalam mendapatkan konsumen
Peserta 5	Kemitraan sangat diperlukan untuk mendukung kesuksesan bisnis, karena berbisnis tidak dapat dilakukan sendiri-sendiri
Peserta 6	Saling bekerjasama diantara mitra dalam pengumpulan modal dan terlibat dapat menghasilkan ide untuk berinovasi
Peserta 7	Kemitraan muncul akibat lingkungan pertemanan di semester ke empat perkuliahan, sehingga memotivasi untuk melanjutkan kemitraan berbisnis bahkan setelah lulus
Peserta 8	Kemitraan tidak penting ketika memulai kewirausahaan rintisan, alangkah lebih baik dikuatkan konsep mandiri

Bagi sebagian peserta, ide dapat muncul dengan berbagai macam cara sehingga perjalanan kewirausahaan mereka cenderung seragam, bahwa ide harus di eksekusi sedini mungkin.

Tabel 3. Tanggapan peserta terhadap asal-usul ide

Peserta	Tanggapan
Peserta 1	Keterkaitan lingkungan harus diperhatikan untuk berbisnis, ide dapat muncul ketika ada aksi untuk menelaah situasi lingkungan sekitar
Peserta 2	Segala sesuatu berawal dari ide, namun eksekusi dari ide adalah penentu dari mulai atau tidaknya kegiatan bisnis
Peserta 3	Ide mendorong terjadinya keunikan dan nilai pada bisnis
Peserta 4	Peninjauan ide berdasarkan kemampuan untuk mewujudkannya menjadi penting untuk mendasari bisnis rintisan
Peserta 5	Ide dan lingkungan adalah hal yang tidak dapat dipisahkan karena lingkungan mempengaruhi proses eksekusi
Peserta 6	Sebuah ide bukan hanya sesuatu yang ada di dalam kepala, akan tetapi implementasi dan eksekusi adalah tindakan nyata yang harus dilakukan

selanjutnya

- Peserta 7 Jika memiliki ide, pengetahuan dan pengalaman untuk melakukan pengeksekusian ide. Maka dapat memiliki kesempatan untuk meraih kesuksesan
- Peserta 8 Ide menjadi pondasi utama berbisnis namun kemampuan tim menjadi tolak ukur berbisnis

Para peserta dalam penelitian ini memiliki pemahaman yang berbeda-beda tentang memahami inovasi. Mereka menghubungkan inovasi dengan tujuan perjalanan kewirausahaan mereka. Perbedaan persepsi ini terangkum di dalam tabel 4.

Tabel 4. Tanggapan peserta terhadap inovasi

Peserta	Tanggapan
Peserta 1	Efisiensi muncul ketika bisnis malukan inovasi
Peserta 2	Siklus hidup bisnis akan selalu menemui akhir, namun dapat dihindari apabila perusahaan melakukan inovasi.
Peserta 3	Inovasi mendorong terbentuknya ketertarikan konsumen untuk menggunakan jasa
Peserta 4	Ketidakhadiran inovasi dalam berbisnis dapat menyebabkan kegagalan
Peserta 5	Inovasi hadir tergantung dengan produk yang dihasilkan, terkadang inovasi dilakukan terhadap produk rekanan yang menunjang produk utama
Peserta 6	Inovasi adalah ketika Anda memiliki wawasan yang mumpuni dan Anda mampu bertindak. Tanpa hal tersebut, kegiatan inovasi hanya sebuah konsep tidak berguna
Peserta 7	Mengelola inovasi dengan mempertahankan sistem dan mencatatnya sebagai laporan triwulan untuk melakukan evaluasi
Peserta 8	Inovasi sangat perlu untuk bertahan hidup dalam bisnis

Tidak banyak peserta yang meyakini bahwa pengalaman kerja adalah penting, sebagian dari mereka berpendapat bahwa pengalaman dapat diperoleh tidak hanya dari pekerjaan dengan bekerja kepada orang lain.

Tabel 5. Tanggapan peserta terhadap pengalaman kerja

Peserta	Tanggapan
Peserta 1	Pengalaman kerja yang telah dilalui dapat menjadi bantuan untuk menyelesaikan masalah bisnis yang dihadapi
Peserta 2	Pengalaman cukup membantu, hanya saja saya merasa apa yang dialami di pekerjaan sebelumnya terkadang dapat "menjerumuskan" kepada fokus bisnis yang berbeda pada apa yang ditekuni saat ini
Peserta 3	Tidak memiliki pengalaman kerja dapat menciptakan usaha bisnis asalkan ada ilmu pendidikan yang menyertainya
Peserta 4	Pengalaman membantu pengukuran resiko, sehingga dapat mengambil keputusan dan menjalankan bisnis lebih baik

Peserta 5	Keinginan untuk berbisnis mandiri membuat saya lebih menyadari bahwa bekerja sebagai karyawan membuat pengalamannya dapat menjadi pelajaran untuk menopang bisnis sendiri
Peserta 6	Memiliki pengalaman kerja tujuh hingga delapan tahun dan memulai bisnis, sangat penting untuk bidang spesialisasi
Peserta 7	Pengalaman kerja menjadi kebutuhan mutlak untuk mendapatkan keragaman dalam berbisnis
Peserta 8	Pengalaman kerja dapat membangun bisnis lebih baik akibat adanya perpaduan dari budaya-budaya pengalaman

Terkadang perasaan dalam menjalankan bisnis dapat mengambil alih beberapa peserta dalam menentukan fokus tujuan bisnis mereka. Hal ini terangkum di dalam tabel 6.

Tabel 6. Tanggapan peserta terhadap perasaan

Peserta	Tanggapan
Peserta 1	Keseimbangan antara perasaan dan teori harus diikuti ketika berbisnis
Peserta 2	Sebuah hal yang memungkinkan ketika perasaan dijadikan bentuk bisnis namun harus diiringi dengan eksekusi
Peserta 3	Perasaan tidak dapat menjadi tolak ukur berbisnis, diharuskan keikutsertaan logika dalam menjalankan proses bisnis (pengambilan keputusan)
Peserta 4	Tidak dianjurkan untuk menjalankan bisnis didasari oleh perasaan, tetapi harus berdasarkan data yang akurat
Peserta 5	Perasaan lelah akibat menjadi karyawan memotivasi diri untuk memulai bisnis
Peserta 6	Keyakinan dan perasaan kepada Tuhan yang telah membantu untuk tetap bergerak maju di dalam bisnis
Peserta 7	Perasaan memainkan peran ketika Anda tidak memiliki cukup pengetahuan dan memerlukan keputusan cepat.
Peserta 8	Perasaan dalam bisnis perlu dikesampingkan karena ada hal lain yang lebih penting yaitu logika dan lingkungan

Mengambil risiko adalah periode dimana bisnis sudah mulai berjalan namun ada kalanya harus melakukan penyesuaian atau perubahan dalam bisnis. Beberapa peserta menganggap jikalau mengambil risiko adalah hal yang wajar apabila untuk memperoleh keuntungan bisnis yang lebih besar.

Tabel 7. Tanggapan peserta terhadap periode inkubasi

Peserta	Tanggapan
Peserta 1	Risiko harus diukur, ketika risiko masih mampu diatasi maka tidak seharusnya untuk dihindari
Peserta 2	Risiko berkaitan dengan pengalaman, karena dapat mengajarkan bagaimana risiko harus di ambil atau di hindari, sehingga pengukuran risiko berdasarkan pertimbangan-pertimbangan menjadi penting

Peserta 3	Cenderung meminimalisir risiko berdasarkan lingkungan bisnis
Peserta 4	Risiko harus diklasifikasikan menjadi beberapa level untuk mengambil kesimpulan untuk dijalani atau tidak
Peserta 5	Segala risiko yang muncul harus selalu diambil karena risiko akan selalu ada walaupun mencoba untuk menghindarinya
Peserta 6	Untuk menjadi pengusaha yang lebih baik adalah mengumpulkan informasi dan data sehingga dapat meminimalisir risiko
Peserta 7	Engan untuk mengambil risiko bisnis namun mampu mengambil risiko jika melibatkan dirinya sendiri
Peserta 8	Risiko harus di timbang sebelum mengambil tindakan

4. Simpulan dan Saran

Bukti bahwa inovasi dan kewirausahaan telah diidentifikasi sebagai rangsangan yang diperlukan untuk pertumbuhan ekonomi. Saat ini masih sedikit penelitian yang melibatkan pengusaha dan keterkaitannya dengan teknologi. Hasil penting dari studi ini adalah untuk menentukan peran penting dari berbagai macam faktor dalam menumbuhkan kepercayaan diri pengusaha rintisan. Kebanyakan peserta merasakan rasa termotivasi melalui proyek pengembangan sistem dari pendidikan universitas untuk memulai bisnis kewirausahaan mereka. Beberapa peserta mengkonfirmasi bahwa pengalaman dari dunia nyata untuk melakukan proyek dasar bagi mereka menjadi pelajaran yang ideal untuk terjun ke dunia kewirausahaan atau berbisnis.

Berdasarkan hasil studi juga terungkap bahwa kesuksesan dapat meningkat dengan adanya kemitraan untuk bersama-sama membangun bisnis. Perbedaan perspektif menjadi tanggungan bersama untuk saling berkontribusi dalam pengembangan dan keberlanjutan. Pengaruh lain dari kemitraan adalah rasa saling percaya dengan mitra yang dapat terus berkembang dari waktu ke waktu untuk memberikan manfaat dan peluang satu sama lain. Faktor-faktor yang membedakan penelitian ini dengan penelitian lainnya adalah bahwa semua peserta berasal dari alumni jurusan sistem informasi fakultas teknik di universitas yang sama, universitas Widyatama. Meskipun hal ini dapat dikatakan sebagai batasan karena dapat menyebabkan adanya bias dan fokus yang sempit, namun hal ini memberikan dasar yang kokoh untuk penelitian lebih lanjut. Ada sejumlah faktor yang membutuhkan penelitian dikemudian hari yaitu lingkungan geografis tempat pengusaha hidup sehingga dapat mempengaruhi keputusan bisnis dan siklus iteratif untuk menentukan fokus bisnis dalam meraih kesuksesan. Peneliti masa depan harus bekerja untuk mengungkap wilayah pengusaha dan memiliki metode untuk memenuhi syarat dan mengukur konsep.

Daftar Pustaka

- Audretsch, D., & Belitski, M. (2015). Creativity filter and start-ups to resolve the innovation paradox. *International Conference on Informatics and Semiotics in Organisations*, 195–203.
- Brown, T., & Katz, B. (2011). Change by design. *Journal of Product Innovation Management*, 28(3), 381–383.
- Cohendet, P., & Simon, L. (2015). Introduction to the special issue on creativity in innovation. *Technology Innovation Management Review*, 5(7).
- Dodgson, M., Gann, D., & Coopmans, C. (2008). Playful technologies: Creativity, innovation and organization. *DRUID's 25th Anniversary Conference on Entrepreneurship and*

Innovation–Organisations, Institutions, Systems and Regions, 1–20.

- Dunne, D., & Martin, R. (2006). Design thinking and how it will change management education: An interview and discussion. *Academy of Management Learning & Education*, 5(4), 512–523.
- Flood, A. (2010). Understanding phenomenology. *Nurse Researcher*, 17(2).
- Gabrielsson, J., & Politis, D. (2012). Work experience and the generation of new business ideas among entrepreneurs: An integrated learning framework. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*.
- Hadiyati, E. (2011). Kreativitas dan inovasi berpengaruh terhadap kewirausahaan usaha kecil. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan (Journal of Management and Entrepreneurship)*, 13(1), 8–16.
- Hunt, M. R. (2009). Strengths and challenges in the use of interpretive description: reflections arising from a study of the moral experience of health professionals in humanitarian work. *Qualitative Health Research*, 19(9), 1284–1292.
- Johnson, S. (2011). *Where good ideas come from: The seven patterns of innovation*. Penguin UK.
- Leavy, B. (2011). Roger Martin explores three big ideas: customer capitalism, integrative thinking and design thinking. *Strategy & Leadership*.
- Martin, R. (2010). Design thinking: achieving insights via the “knowledge funnel.” *Strategy & Leadership*.
- Matthews, J. (2007). Creativity and entrepreneurship: potential partners or distant cousins? *Managing Our Intellectual and Social Capital: Proceedings of the 21st ANZAM 2007 Conference*, 1–17.
- Naggar, R. (2015). The creativity canvas: A business model for knowledge and idea management. *Technology Innovation Management Review*, 5(7).
- Okpara, F. O. (2007). The value of creativity and innovation in entrepreneurship. *Journal of Asia Entrepreneurship and Sustainability*, 3(2), 1.
- Razzouk, R., & Shute, V. (2012). What Is Design Thinking and Why Is It Important? *Review of Educational Research*, 82(3), 330–348. <https://doi.org/10.3102/0034654312457429>
- Sarri, K. K., Bakouros, I. L., & Petridou, E. (2010). Entrepreneur training for creativity and innovation. *Journal of European Industrial Training*.
- Simon, H. A. (1996). *The Sciences of the Artificial* (Third edit). MIT Press.
https://monoskop.org/images/9/9c/Simon_Herbert_A_The_Sciences_of_the_Artificial_3rd_ed.pdf
- Zhao, F. (2005). Exploring the synergy between entrepreneurship and innovation. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*.