

# IDE DAN PELUANG DALAM BERWIRAUSAHA

*Tidak semua perubahan akan membawa perbaikan, tapi tanpa perubahan tidak akan pernah ada perbaikan. Untuk melakukan perubahan, diperlukan keberanian*

## 1. Ide Kewirausahaan

Menurut Zimmerer, ide-ide yang berasal dari wirausaha dapat menciptakan peluang untuk memenuhi kebutuhan riil di pasar. Ide-ide itu menciptakan nilai potensial di pasar sekaligus menjadi peluang usaha. Dalam mengevaluasi ide untuk menciptakan nilai-nilai potensial (peluang usaha), wirausaha perlu mengidentifikasi dan mengevaluasi semua resiko yang mungkin terjadi dengan cara :

1. Mengurangi kemungkinan resiko melalui strategi yang proaktif
2. Menyebarkan resiko pada aspek yang paling mungkin
3. Mengelola resiko yang mendatangkan nilai atau manfaat

Ada tiga resiko yang dapat dievaluasi, yaitu :

1. Resiko pasar atau persaingan
2. Resiko financial
3. Resiko teknik

Kreativitas sering kali muncul dalam bentuk ide untuk menghasilkan barang dan jasa baru. Ide bukanlah peluang dan tidak akan muncul bila wirausaha tidak mengadakan evaluasi dan pengamatan secara terus menerus. Bagaimana ide bisa menjadi peluang? Jawaban atas pertanyaan ini, diantaranya :

1. Ide dapat digerakkan secara internal melalui perubahan cara-cara/metode yang lebih baik untuk melayani dan memuaskan pelanggan dalam memenuhi kebutuhannya.
2. Ide dapat dihasilkan dalam bentuk produk dan jasa baru

3. Ide dapat dihasilkan dalam bentuk modifikasi pekerjaan yang dilakukan atau cara melakukan suatu pekerjaan

## **2. Sumber Peluang Potensial**

Agar ide-ide potensial menjadi peluang bisnis yang riil, maka wirausaha harus bersedia melakukan evaluasi terhadap peluang secara terus-menerus.

Proses penjaringan ide atau disebut *screening* merupakan suatu cara terbaik untuk menuangkan ide potensial menjadi produk dan jasa riil. Adapun langkah dalam penjaringan ide dapat dilakukan sebagai berikut ;

1. Menciptakan produk baru dan berbeda
2. Mengamati pintu peluang
3. Analisis produk dan proses produksi secara mendalam
4. Menaksir biaya awal
5. Memperhitungkan resiko yang mungkin terjadi

## **3. Orientasi Eksternal dan Internal**

Keingintahuan dan minat pada apa yang terjadi di dunia merangsang orientasi eksternal. Orientasi internal merangsang penggunaan sumber daya - sumber daya pribadi untuk mengidentifikasi peluang venture baru.

### ***Orientasi Eksternal didapat dari :***

1. Konsumen
2. Perusahaan yang sudah ada
3. Saluran distribusi
4. Pemerintah
5. Penelitian dan Pengembangan

### ***Orientasi Internal didapat dari :***

Tiga Tahap penggunaan sumber daya – sumber daya internal yaitu :

1. Analisa konsep hingga bisa terdefinisi dengan jelas, termasuk penguraian masalah yang perlu dipecahkan
2. Penggunaan daya ingat untuk menemukan kesamaan dan unsur-unsur yang nampaknya berhubungan dengan konsep dan masalah-masalahnya
3. Rekombinasi unsur-unsur tersebut dengan cara baru dan bermanfaat untuk memecahkan masalah-masalah dan membuat konsep dasar bisa dipraktekkan

Proses inovasi :

1. Wirausahawan melihat adanya kebutuhan
2. Mengumpulkan data dan mendefinisikan konsep-konsep
3. Menguraikan masalah-masalah
4. Menggunakan daya ingat untuk mencari kesamaan
5. Menemukan kesamaan dan gagasan yang berhubungan
6. Melihat bagaimana menggabungkan kesamaan dan gagasan yang berhubungan
7. Mencari pemecahan sementara
8. Meneliti pemecahan dengan hati-hati
9. Bergerak terus jika semuanya baik
10. Mencapai keberhasilan

#### **4. Sumber Gagasan Bagi Produk dan Jasa Baru :**

- Kebutuhan akan sumber penemuan
- Membuat inovasi baru
- Sesuai keahlian
- Hobi atau kesenangan pribadi
- Menyesuaikan dengan kebutuhan sekitar
- Memanfaatkan koneksi dan relasi
- Mengamati kecenderungan-kecenderungan
- Mengamati kekurangan-kekurangan produk dan jasa yang ada

- Mengapa tidak terdapat ?
- Kegunaan lain dari barang-barang biasa
- Pemanfaat produk dari perusahaan lain
- Usaha Warisan
- Ikut-ikutan
- Coba-coba

## 5. Pemilihan Bidang Usaha

Ada beberapa hal yang bisa Anda gunakan sebagai patokan awal dalam memilih suatu bidang usaha yang akan Anda tekuni dalam jangka panjang:

### **1. Lihat karakter usaha Anda dan sesuaikan dengan karakter pribadi Anda**

Anda perlu mengenali karakter bidang usaha Anda. Tujuannya adalah untuk melihat apakah karakter dasar Anda sesuai dengan karakter usaha Anda.

### **2. Lihat apakah Anda menyukai usaha tersebut**

Merupakan syarat mutlak bahwa seseorang harus menyukai usaha yang akan digelutinya. Kenyataan menunjukkan bahwa rasa suka pada usaha akan membuat seseorang lebih giat, tekun, dan pantang menyerah dalam menjalankannya sehingga nantinya akan membuahkan hasil yang baik. Disini, memulai usaha dari hobi bisa menjadi pertimbangan Anda. Karena hobi biasanya merupakan suatu hal yang disukai, maka hobi bisa berpotensi menjadi usaha yang berhasil. Tentunya dengan berbagai tambahan analisa lainnya.

### **3. Lihat apakah Anda mampu menjalankan usaha tersebut**

Sangat penting bagi kita untuk mengukur kemampuan diri dengan tujuan untuk melihat apakah kita mampu menjalankan usaha tersebut. Kita bisa mengukur kemampuan kita dengan mengadakan beberapa analisa atau riset sederhana mengenai usaha tersebut, kemudian hasilnya dibandingkan

dengan kemampuan kita. Beberapa poin dalam analisa atau riset yang bisa dijadikan ukuran kemampuan kita adalah :

- Kemampuan modal usaha kita
- Kemampuan dalam hal keahlian kita
- Kemampuan kita membagi waktu (terutama bagi Anda yang masih kuliah)
- Kemampuan kita untuk mengimbangi dinamika dunia usaha sekaligus mengantisipasi persaingan yang ketat
- Dan lain-lain

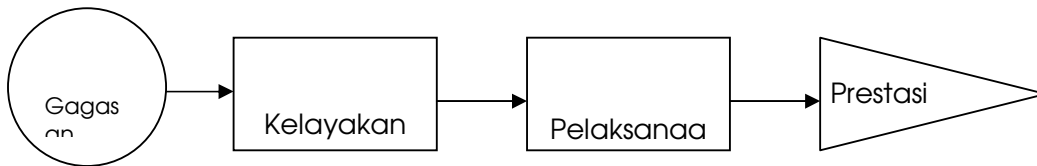
#### **4. Analisis *risk-return* dan potensi pengembangan usaha tersebut**

Dalam memilih bidang usaha yang Anda geluti, sudah pasti Anda harus memperhitungkan berapa pengembalian modal (*return*) yang akan Anda dapatkan dari usaha tersebut. Hasil perhitungan tersebut haruslah dibandingkan dengan risiko-risiko yang mungkin terjadi. Jika dari perhitungan awal saja, usaha tersebut sudah nampak tidak layak dijalankan, buat apa Anda memaksakan diri? Hal lain yang perlu dilihat adalah kemungkinan bidang usaha tersebut untuk terus berkembang baik dari segi besaran pasar maupun kemungkinan terciptanya cabang-cabang bidang usaha yang saling berkaitan. Contohnya tumbuhnya industri ponsel mendorong banyaknya toko ponsel, aksesoris ponsel, kios voucher isi ulang, *download ringtone* dan sebagainya. Hati-hati jika Anda memilih bidang usaha yang meskipun Anda kuasai betul, namun sudah tampak jenuh atau cenderung menyusut pasarnya. Bisa-bisa usaha Anda akan sulit berkembang nantinya.

#### **6. Proses Perencanaan dan Pengembangan Produk :**

- Tahap Gagasan
- Tahap Konsep
- Tahap Pengembangan Produk

- Tahap Uji Pemasaran
- Tahap Komersialisasi



Tahap-tahap pendirian usaha

## 7. Produk Yang Sesuai Untuk Perusahaan Kecil

Berikut ini beberapa hal yang harus diperhatikan oleh perusahaan kecil untuk penciptaan suatu produk :

- Untuk pemilihan produk, perusahaan harus memperhatikan pada sumber daya uang, tenaga kerja dan fasilitas yang dimiliki.
- Pemilihan segmen pasar yang memungkinkan.
- Untuk produk atau proses yang disuplai kepada perusahaan lain hendaknya sangat kecil volumenya sehingga tidak menarik minat para pelanggannya untuk memproduksinya sendiri.
- Tingginya nilai tambah. Keuntungan harus lebih besar dari biaya.
- Rentang waktu yang diperlukan untuk penyelesaian produk atau proses.

## 8. Arti Penting Orientasi Pemasaran

- ✓ Penyebab gagalnya bisnis kecil adalah kurangnya penjualan dan kurangnya daya saing
- ✓ Wirausahawan harus berorientasi konsumen

## 9. Kegagalan Didalam Memilih Peluang Bisnis Baru

- ✓ Kurangnya obyektivitas
- ✓ Kurangnya kedekatan dengan pasar
- ✓ Pemahaman kebutuhan teknis yang tidak memadai
- ✓ Diabaikannya kebutuhan finansial
- ✓ Kurangnya diferensiasi produk

- ✓ Pemahaman terhadap masalah-masalah hukum yang tidak memadai

Peluncuran usaha baru

Yang harus dilakukan oleh wirausahawan adalah :

- Mempertahankan sikap obyektivitas dan selalu mencari gagasan bagi produk atau jasa
- Dekat dengan segmen pasar yang ingin dimasuki
- Memahami persyaratan teknis dari produk atau proses
- Menelusuri secara mendetail kebutuhan finansial bagi pengembangan dan produksi
- Mengetahui kendala hukum yang diterapkan pada produk atau jasa
- Menjamin bahwa produk atau jasa menawarkan keuntungan tertentu yang membedakannya dari pesaing
- Melindungi gagasan kreatif melalui hak paten, hak cipta, merek dagang dan merek jasa

*Bahan ini disadur dan disarikan dari:*

Masykur Wiratmo, 1994, *Kewirausahaan: Seri diktat kuliah*, Gunadarma, Jakarta.

Mas'ud & Mahmud Machfoedz, 2004, *UPP AMP YKPN*, Yogyakarta.

Winardi, 2003, *Entrepreneur & Entrepreneurship*, Kencana, Jakarta.

Rambat Lupiyoadi, 2007, *Entrepreneurship: From mindset to strategy*, Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia

Suryana, *Kewirausahaan*, 2006, *Pedoman Praktis: Kiat dan Proses Menuju Sukses*, Salemba Empat