|  |  |
| --- | --- |
| **BAB 2 :**  **ANALISIS PELUANG USAHA** |  |

1. **Pengertian Peluang Usaha**

Peluang usaha yang ada disekitar memang sangat banyak. Namun tidak semua peluang usaha yang ada cocok dan dapat dijalankan oleh seorang wirausaha. Penting bagi seorang wirausaha untuk terlebih dahulu melakukan observasi, survei lapangan, wawancara, dan lain sebagainya untuk dapat mengetahui situasi dan kondisi sebuah usaha yang hendak dijalankan.

Peluang usaha terdiri dari dua kata, yaitu peluang dan usaha. Peluang memiliki arti kesempatan. Sedangkan usaha berarti upaya untuk mencapai tujuan yang diinginkan dengan berbagai daya atau sumber daya yang dimiliki. **Sehingga secara sederhana peluang usaha merupakan suatu kesempatan yang dimiliki oleh seseorang untuk mencapai tujuan yang hendak dicapai dengan menggunakan sumber daya yang miliki.**

Selain pengertian di atas, terdapat beberapa pengertian peluang usaha menurut beberapa tokoh, diantaranya:

1. **Robbin dan Coulter**

Peluang usaha merupakan sebuah proses yang melibatkan individu maupun kelompok yang menggunakan usaha dan sarana tertentu untuk menciptakan suatu nilai tambah guna memenuhi sebuah kebutuhan tanpa memerhatikan sumber daya yang digunakan.

1. **Arif F. Hadipranata**

Peluang usaha merupakan sebuah resiko yang harus diambil dan dihadapi untuk mengelola dan mengatur segala urusan yang ada hubungannya dengan finansial.

1. **Thomas W. Zimmerer**

Peluang usaha merupakan sebuah terapan yang terdiri dari kreativitas dan inovasi untuk memecahkan masalah dan melihat kesempatan yang dihadapi setiap hari.

1. **Ciri – Ciri Peluang Usaha**

Setiap hal dapat dimaknai sebagai peluang usaha, namun tidak semua peluang usaha baik bagi wirausaha. Peluang usaha yang baik akan memiliki ciri-ciri tertentu. Hal ini penting kita ketahui agar usaha yang akan dijalankan menjadi lebih baik. Berikut adalah ciri-ciri peluang usaha yang baik:

1. **Bersifat orisinil**

Usaha tersebut benar-benar asli berdasarkan ide atau gagasan asli wirausaha yang bersangkutan. Usaha yang orisinil atau asli atas ide sendiri belum ada orang yang menjalankan usaha tersebut biasanya akan lebih baik, karena belum ada saingan.

1. **Besifat menjangkau ke depan**

Salah satu ciri peluang usaha yang baik adalah dapat menjangkau kedepan. Artinya, peluang usaha tersebut dapat mengantisipasi perubahan, persaingan, kebutuhan pasar di masa yang akan datang.

1. **Bersifat kreatif dan inovatif**

Seorang wirausaha harus memiliki ide yang kreatif, artinya ini harus mampu mencipta atau menawarkan sesuatu yang berbeda dari yang sudah ada. Selain itu, peluang usaha yang baik harus bersifat inovatif, artinya peluang tersebut merupakan hal yang memiliki fungsi khas seseorang wirausaha.

1. **Kelayakan usaha sudah teruji**

Salah satu ciri peluang usaha yang baik, yaitu kelayakan usanya sudah teruji. Kelayakan usaha ini sangat diperlukan karena akan menjadi acuan bagi wirausaha apakah usaha yang akan dijalankan memberikan manfaat dan keuntungan atau tidak.

1. **Memiliki passion untuk menjalankan bisnis**

Berwirausaha tidak hanya bertujuan untuk mendapatkan keuntungan, namun juga harus memiliki passion. Passion yang telah dimiliki membantu seorang wirausaha menjalankan usahanya dengan lebih mudah.

Di samping ciri -ciri peluang usaha yang baik, juga ada peluang usaha yang potensial, dengan beberapa ciri yang perlu dipertimbangkan, diantaranya :

1. **Produk dengan nilai jual tinggi**

Peluang usaha yang memiliki nilai jual tinggi berpotensi untuk berkembang ke depannya. Kiat yang dapat dilakukan untuk mengetahui apakah produk sebuah usaha memiliki nilai jual tinggi adalah dengan melakukan riset terhadap produk tersebut.

1. **Memenuhi kebutuhan masyarakat**

Beragamnya kebutuhan masyarakat dapat dijadikan sebagai sebuah peluang usaha. Dengan mendirikan usaha berdasarkan kebutuhan masyarakat, maka akan berpotensi untuk berkembang. Dengan alasan tersebut, meskipun terjadi fluktuasi harga, masyarakat akan tetap melakukan pembelian karena sebagai sebuah kebutuhan.

1. **Kerugian usaha yang minimal**

Kerugian menjadi sesuatu hal yang paling ditakutkan oleh para wirausaha. Bagi seorang wirausaha yang mengkhawatirkan kerugian, maka dapat memilih usaha dengan resiko yang kecil.

1. **Jenis usaha tidak bersifat musiman**

Memilih usaha bersifat musiman akan mendatangkan keuntungan yang sangat cepat. Namun jenis usaha ini tidak dapat bertahan lama karena masyarakat hanya membutuhkan pada musimnya saja.

1. **Dapat bertahan lama di pasar**

Memilih usaha yang baik, sebaiknya adalah usaha yang dapat bertahan lama di pasaran. Dengan begitu usaha akan dapat terus berkembang dan mencapai kesuksesan.

1. **Produk mudah dicari dengan harga terjangkau**

Usaha yang baik ialah usaha dimana produk usahanya mudah untuk dicari dengan kata lain memiliki ketersediaan yang cukup dan memiliki harga terjangkau.

1. **Sumber – sumber Peluang Usaha**

Banyaknya peluang usaha yang ada disekitar, menuntut para calon wirausaha untuk dapat secara jeli melihat peluang usaha mana yang dapat mendatangkan penghasilan yang sesuai dengan keinginan mereka. Peluang usaha dapat bersumber dari banyak hal, baik secara internal maupun eksternal. Di bawah merupakan sumber - sumber peluang usaha yang dapat dimanfaatkan

1. **Peluang Internal**

Seseorang yang memiliki jiwa kreativitas tinggi akan selalu bisa melihat sesuatu menjadi peluang usaha, termasuk apa yang ada dalam dirinya. Hal yang tidak terpikirkan bagi orang lain, bisa ia jadikan peluang yang menjanjikan. Berikut beberapa peluang usaha internal :

1. **Hobi**

Setiap orang pasti memiliki kesenangan / hobi. Hobi yang dimiliki oleh masing - masing individu dapat dijadikan sebagai peluang usaha yang menjadi sumber penghasilan. Bagi orang kreatif tidak susah untuk mendapatkan penghasilan bahkan jika usahanya berdasarkan hobi yang dimiliki. Contohnya hobi memasak dapat menjadi sebuah usaha dalam bidang kuliner.

1. **Keahlian**

Selain hobi, keahlian yang dimiliki juga bisa dijadikan sebagai peluang usaha. Melalui keahlian yang dimiliki pada bidang tertentu, sudah barang tentu menjadi sebuah nilai tambah tersendiri jika orang tersebut mendirikan sebuah usaha berdasarkan pada keahliannya. Misalnya, seseorang yang ahli di bidang hardware seperti komputer, dapat mendirikan usaha jasa service komputer.

1. **Latar belakang pendidikan dan pengetahuan**

Pendidikan yang diperoleh oleh seseorang bisa dijadikan sebagai peluang usaha yang sangat potensial. Karena ilmu yang dikuasai dapat menunjang usaha untuk lebih berkembang. Contohnya, seorang lulusan SMK TKJ, maka bisa membuka usaha di bidang barang /jasa komputer dan jaringan seperti toko perlengkapan komputer atau usaha jasa service komputer.

1. **Pengalaman**

Pengalaman memberikan banyak sekali pembelajaran baru. Sebagai contoh ketika melakukan suatu perjalanan semacam travelling, seseorang akan menemukan berbagai tempat, budaya, dan keunikan masing - masing lokasi. Dari pengalaman tersebut, dapat muncul sebuah peluang usaha misalnya membuat tulisan tentang pengalaman, agen travel, dan lainnya.

1. **Peluang Eksternal**

Peluang eksternal merupakan peluang usaha yang muncul dari luar diri calon wirausaha. Berikut beberapa peluang usaha eksternal :

1. **Lingkungan keluarga**

Keluarga mampu memengaruhi jiwa bisnis seseorang. Misalnya, orang yang lahir dalam lingkungan keluarga yang menggeluti dunia usaha, maka kemungkinan besar ia pun akan terpicu untuk menjadi seorang wirausaha, pun terbiasa mendengar kesulitan - kesulitan bisnis yang diceritakan oleh orang tuanya. Hal tersebut dapat menempa dirinya dan dapat mendatang kan ide baru agar usahanya lebih berkembang.

1. **Lingkungan rumah**

Lingkungan tempat tinggal terkadang bisa juga dijadikan peluang usaha, asalkan kita jeli mengamati peluang yang dapat menghasilkan uang. Misalnya, di lingkungan tempat tinggal banyak pabrik, maka peluang usaha yang bisa dipilih, antara lain membuka kos - kosan, membuka usaha catering, membuka warung makan, membuka counter hp dan pulsa.

1. **Peluang usaha dari perubahan yang terjadi**

Kehidupan manusia akan terus berjalan sesuai zaman. Perubahan yang terjadi dapat disebabkan oleh berbagai faktor. Misalnya perubahan lingkungan, perubahan gaya hidup, perubahan tingkat kebutuhan, perubahan teknologi dan komunikasi, hingga perubahan musim. Hal tersebut tentu akan berpengaruh pula pada kebutuhan manusia. Bagi yang kreatif kondisi tersebut dapat dijadikan peluang usaha.

1. **Peluang dari konsumen**

Ada kalanya peluang usaha datang justru dari konsumen. Biasanya konsumen selalu menyuarakan keinginan-keinginan mereka, seperti permintaan khusus, saran-saran agar produk yang mereka gunakan lebih berkualitas. Harapan mereka agar produk atau jasa yang digunakan bisa lebih baik, bahkan keluhan-keluhan mereka pun bisa menjadi peluang usaha.

1. **Peluang dari gagasan orang lain**

Terkadang gagasan dari teman atau kerabat, bahkan orang yang baru kita kenalpun dapat menjadi peluang usaha. Bagi orang yang kreatif terkadang obrolan biasa ataupun keluhan seseorang terhadap suatu produk memantik idenya menjadi peluang usaha. Oleh sebab itu, perlu juga sering menjadi pendengar yang baik, karena hal itu bisa juga menjadi ide terbukanya suatu peluang usaha.

1. **Peluang dari informasi yang diperoleh**

Era globalisasi ditandai dengan meningkatnya kecepatan informasi dari berbagai belahan dunia. Adanya kemudahan dan kecepatan informasi yang kita peroleh dapat pula dijadikan peluang usaha. Agar kita bisa menangkap peluang usaha, kita harus bisa mengikuti arus informasi dengan tepat dan efektif.

1. **Unsur – unsur Peluang Usaha**

Peluang usaha dapat terjadi akibat adanya keterkaitan dari berbagai macam unsur. Unsur - unsur dalam peluang usaha ini harus dimiliki oleh seorang wirausaha. Berikut merupakan beberapa unsur - unsur peluang usaha.

* + - 1. **Pengamatan Pasar**

Pengamatan pasar dilakukan guna untuk mencari dan memeroleh informasi mengenai berbagai hal yang berkaitan dengan produk baik berupa barang maupun jasa yang diperlukan, kuantitasnya, persaingan dan hal lain sebagainya terkait dengan target pasar.

* + - 1. **Membuat inovasi baru**

Inovasi sebagai bentuk dari pengembangan ide dalam pembuatan produk / varian baru yang berbeda dari produk yang sudah ada sebelumnya. Dengan adanya variasi pun membuat konsumen tidak bosan karena memberikan kesan yang tidak monoton. Sehingga konsumen bisa lebih antusias. Inovasi yang disesuaikan dengan teknologipun akan dapat bertahan lama karena mengikuti arus zaman.

* + - 1. **Sesuai keahlian**

Ketika memulai sebuah usaha berdasarkan keahlian maka kecenderungan suksesnya akan semakin besar. Kecenderungan ini terjadi karena seorang wirausaha tersebut telah menguasai bidang usahanya.

* + - 1. **Memanfaatkan jaringan bisnis**

Hal lain yang tidak kalah penting dalam melihat peluang usaha, yaitu adanya jaringan bisnis. Jaringan bisnis sangat dibutuhkan dalam berwirausaha, karena dapat menambah relasi dan koneksi dalam perluasan target pemasaran produk.

* + - 1. **Memanfaatkan produk dari perusahaan lain**

Seorang wirausaha tidak harus membuat produknya sendiri, namun bisa memanfaatkan produk orang lain. Pemanfaatan produk dari orang lain sebagai sebuah usahanya ini biasa disebut dengan kerjasama antar wirausaha. Yang sudah tentu kerjasama ini akan memberikan keuntungan untuk masing - masing.

1. **Resiko Usaha**
2. **Pengertian Resiko Usaha**

Resiko usaha merupakan sebuah kondisi naik turun dari seorang wirausaha dalam menjalankan usahanya. Hal ini karenanya adanya ketidakpastian dalam usaha. Resiko usaha yang terberat ialah terkait dengan kerugian bahkan kebangkrutan, sehingga target kesuksesan gagal diraih. **Resiko usaha merupakan suatu keadaan yang tidak pasti dan terdapat unsur bahaya dalam usaha.**

Menurut **Abbas Salim,** resiko adalah ketidakpastian (uncertainty) yang mungkin mengakibatkan peristiwa kerugian (loss). Terdapat tiga faktor yang memengaruhi ketidakpastian yang nantinya akan menyebabkan resiko kerugian. Ketidakpastian tersebut dapat disebabkan oleh faktor - faktor sebagai berikut :

1. Ketidakpastian ekonomi
2. Ketidakpastian yang disebabkan oleh alam
3. Ketidakpastian yang disebabkan oleh perilaku manusia
4. **Jenis – jenis Resiko Usaha**

Ada beberapa macam resiko usaha, menurut sifatnya, resiko usaha dikelompokkan ke dalam dua jenis, yaitu :

1. **Resiko Murni**

Resiko yang diakibatkan oleh hal yang tidak disengaja dan di luar jangkauan seorang wirausahawan. Kerugian yang dialami wirausaha bisa dalam jangka sementara waktu maupun permanen. Resiko ini apabila terjadi akan mendatangkan kerugian namun tidak memberikan efek apapun jika tidak terjadi. **Contoh : pencurian, bencana alam, kebakaran, kecelakaan, dan lain – lain.**

1. **Resiko Spekulatif**

Resiko yang sengaja ditimbulkan oleh yang bersangkutan agar memberikan keuntungan bagi pihak tertentu. Resiko spekulatif ini dapat mendatangkan dua peluang, yaitu peluang kerugian maupun keuntungan.

**Contoh : wirausaha membeli saham di bursa efek**

Sedangkan resiko usaha menurut kontrol dibedakan menjadi dua, yaitu :

1. **Resiko Dapat Dikendalikan**

Apabila produk dari sebuah perusahaan selama berbulan – bulan berada dipasaran namun perusahaan tidak kunjung memperoleh keuntungan**.** Resiko yang timbul pastilah resiko kerugian. Resiko yang diprediksi timbul ini masih bisa dikendalikan sebelum kerugian yang timbul semakin besar. Cara yang dapat dilakukan adalah dengan mencari tahu apa yang menyebabkan produk yang sedang beredar tidak memberikan keuntungan bagi perusahaan.

1. **Resiko Tidak Dapat Dikendalikan**

Resiko tidak dapat dikendalikan salah satunya adalah terjadinya kebakaran, penipuan, atau bencana alam. Kejadian tersebut tidak dapat diprediksi karena dapat terjadi kapan saja secara tiba – tiba.

Kemudian terdapat juga resiko berdasarkan jenis dampaknya sebagai berikut :

1. **Resiko Sistematik**

Resiko sistematik memiliki dampak lebih kompleks dari resiko murni dan spekulatif. Contohnya ialah penurunan penjualan

1. **Resiko Spesifik**

Resiko yang memiliki dampak khusus dan tidak dapat dihindari, namun dapat diminimalisasi tingkat resikonya. Contohnya pedagang yang berdagang sesuai musimnya.

Jenis - jenis resiko usaha lainnya yang terdapat dalam dunia usaha ialah :

1. **Resiko produksi**

Resiko produksi berkaitan dengan bagaimana proses produksi yang dilakukan oleh usaha tersebut.

1. **Resiko pemasaran**

Resiko pemasaran berkaitan erat dengan cara yang digunakan dalam usaha memasarkan produknya (marketing). Seorang wirausaha sebisa mungkin menguasai teknik marketing. Ilmunya bisa didapatkan melalui membaca buku, mentoring, maupun seminar.

1. **Resiko sumber daya manusia**

Usaha yang berkembang pesat tentunya membuat pemilik usaha tidak dapat menjalankan dan mengelola usahanya sendirian. Maka dari itu terdapat staff yang membantu. Namun, juga terdapat resiko usaha yang ditimbulkan dari sumber daya manusianya, misalnya pekerja sering malas, tidak jujur, tidak bertanggung jawab, dan lain sebagainya.

1. **Resiko finansial**

Resiko ini terkait dengan ketidakpastian pendapatan usaha. Tidak selamanya usaha mendapatkan keuntungan, ada kalanya terdapat kerugian. Maka harus disiapkan langkah untuk mengatasi hal ini sebelum terjadi.

1. **Resiko lingkungan**

Usaha selalu menimbulkan limbah bagi lingkungan sekitar. Sebagai seorang wirausahawan harus bisa mengatasinya dengan baik agar lingkungan juga tetap terjaga.

1. **Resiko kerja sama**

Ketika menjalankan usaha bersama dengan partner tidak selalu menimbulkan dampak baik. Disinilah perlunya kepandaian dalam memilih partner usaha untuk meminimalisir resiko yang didapat.

1. **Resiko teknologi**

Pemakaian teknologi di dalam sebuah usaha perlu mendapat perhatian khusus. Perawatan berkala harus dilakukan demi kelancaran dan keoptimalan produksi usaha.

1. **Resiko perbaikan**

Perbaikan yang dilakukan terhadap sebuah usaha harus dilakukan dengan hati - hati. Perbaikan bisa saja memberikan dampak negatif ketika tidak memastikan terlebih dahulu jenis dan efek jangka panjangnya.

1. **Resiko pengembangan asset**

Seiring perkembangan usaha, pasti terbesit keinginan untuk mengembangkan usahanya. Pertimbangkan dahulu jenis usahanya sebelum memutuskan untuk mengembangkan aset.

1. **Resiko peraturan pemerintah**

Sebagai warga negara yang kehidupannya diatur oleh peraturan pemerintah. Dalam menjalankan sebuah usaha juga tidak lupa dari peraturan - peraturan mengenai penyelenggaraan usaha. Patikan usaha yang Anda jalankan sesuai dengan peraturan dan bukan jenis usaha yang dilarang.

1. **Manajemen Resiko**

**Manajemen resiko** merupakan suatu proses identifikasi, analisis, penilaian, pengendalian, dan upaya menghindari, meminimalisir, atau bahkan menghapus resiko yang tidak dapat diterima. Tujuan dari manajemen resiko ialah:

* + - * 1. **Melindungi perusahaan**

Memberikan perlindungan terhadap perusahaan dari tingkat resiko signifikan yang dapat menghambat proses pencapaian tujuan perusahaan.

* + - * 1. **Meningkatkan kinerja perusahaan**

Menyediakan informasi tingkat resiko yang disebutkan dalam peta resiko merupakan cara membantu meningkatkan kinerja perusahaan. Hal tersebut bermanfaat dalam mengembangkan strategi dan perbaikan proses manajemen resiko.

* + - * 1. **Mendorong manajemen untuk proaktif**

Mendorong manajemen agar dapat bertindak secara proaktif dalam mengurangi potensi resiko dan menjadikan manajemen resiko sebagai sumber keunggulan bersaing dan kinerja perusahaan.

* + - * 1. **Sebagai peringatan untuk berhati – hati**

Mendorong semua individu dalam perusahaan agar bertindak secara hati – hati dalam menghadapi resiko perusahaan demi tercapainya tujuan yang diinginkan bersama.

* + - * 1. **Membantu pembuatan kerangka kerja**

Membantu dalam proses pembuatan kerangka kerja manajemen resiko yang konsisten atas resiko yang ada pada proses bisnis dan fungsi – fungsi dalam perusahaan.

* + - * 1. **Sosialisasi manajemen resiko**

Membangun kemampuan individu maupun manajemen untuk mensosialisasikan pemahaman tentang resiko dan pentingnya manajemen resiko

Dalam melakukan manajemen resiko, terdapat beberapa langkah yang dapat dilakukan, diantaranya:

1. **Identifikasi resiko,** dapat dilakukan melalui identifikasi dari jenis resiko yang mungkin timbul dari usaha yang sedang dijalankan.
2. **Ranking berdasarkan kerugian,** dari identifikasi resiko yang telah dilakukan dan mendapat beberapa jenis resiko. Kemudian dilakukan perankingan berdasarkan resiko yang dirasa memberikan dampak paling buruk.
3. **Kontrol resiko,** resiko yang telah diidentifikasi harus dilakukan kontrol resiko untuk mendapatkan langkah - langkah penyelesaiannya. Kontrol resiko dapat berupa :
4. Risk avoidance (menghindari resiko)

Menghindari resiko yang timbul dalam usaha bukanlah sebuah langkah yang efektif. Dengan menghindari resiko berarti Anda tidak berani mengambil kesempatan dalam berusaha mengatasi resiko.

1. Risk reduction (mengurangi resiko)

Hal ini berarti seorang wirausaha berusaha melakukan sebuah tindakan yang dapat mengurangi resiko yang dapat terjadi. Resiko akan tetap terjadi, namun dengan upaya yang dilakukan setidaknya kuantitas dari resiko dapat diminimalisasi.

1. Risk transfer (memindahkan resiko)

Resiko dapat dipindahkan dengan cara mengalihkan tanggung jawab kepada pihak lain dengan membayar jasanya. Contohnya perusahaan barang pecah belah yang menggunakan jasa pengiriman barang. Hal ini tentu saja resiko pengiriman barang akan ditanggung oleh jasa pengiriman bukan perusahaan.

1. Risk retention (menerima resiko)

Menerima resiko artinya merelakan kerugian yang timbul atas resiko yang terjadi. Hal ini biasanya terjadi jika tidak ada hal yang bisa dilakukan untuk menghindari resiko.

1. **Monitoring dan review,** menjalankan sebuah usaha tidak luput dari komplain, masukan, dan kritikan pelanggan. Maka dari itu dibutuhkan sebuah monitoring dalam perjalanan usaha dan review untuk kemudian dapat diambil langkah perbaikannya.
2. **Penentuan Peluang Usaha**
3. **Menemukan peluang usaha**

Untuk menemukan peluang usaha yang harus dilakukan adalah mengetahui kebutuhan apa yang diperlukan oleh masyarakat terlebih dahulu. Kebutuhan tidak hanya yang dibutuhkan saat ini tapi juga masa mendatang. Kemudian apa jenis yang dibutuhkan apakah jasa atau barang. Maka perlu dilakukan diagnosis terhadap lingkungan secara keseluruhan mulai dari faktor ekonomi, politik, pasar, persaingan, pemasok, teknologi, social, dan geografi.

Dalam rangka menemukan peluang usaha yang teoat tersebut, maka seorang wirausaha harus aktif dalam mencari informasi. Sumber informasi dapat diperoleh dari instansi/lembaga pemerintah, media massa, pasar, atau mungkin wawancara konsumen.

Dengan memanfaatkan potensi diri, dalam menemukan peluang usaha yang cocok yang dapat menggunakan dua pendekatan, yaitu :

1. Pendekatan inside out yang memiliki arti keberhasilan dapat diraih dengan memenuhi kebutuhan yang ada saat ini
2. Pendekatan outside in yang memiliki arti keberhasilan dapat diraih dengan menciptakan kebutuhan
3. **Memilih lapangan usaha dan mengembangkan gagasan usaha**

Setelah mengetahui kebutuhan masyarakat dan berhasil menemukan beberapa peluang usaha maka langkah berikutnya ialah memilih mana lapangan usaha yang paling cocok dengan diri calon wirausaha. Memilih lapangan usaha perlu memerhatikan potensi diri yang dimiliki. Kekeliruan dalam memilih akan mendatangkan sebuah kesulitan kedepannya atau bahkan kegagalan di kemudian hari. Oleh karena itu, dalam memilih lapangan usaha perlu memerhatikan hal – hal berikut :

1. Lapangan usaha yang cocok bagi orang lain belum tentu cocok bagi Anda
2. Lapangan usaha yang pada masa lalu menguntungkan belum tentu menguntungkan juga pada saat ini begitu juga sebaliknya
3. Lapangan usaha yang berkembang baik disuatu daerah belum tentu berkembang baik di daerah lain dan begitu juga sebaliknya.
4. **Memahami siklus sebuah produk**

Siklus kehidupan produk adalah suatu konsep yang menjelaskan tentang berbagai tahapan pengembangan produk baru mulai dari perkenalkan kepada pasar hingga akhirnya menghilang dari pasaran. Siklus kehidupan produk dibagi menjadi 4 tahap, sebagai berikut:

* + 1. **Tahap Pengenalan**

Dalam meluncurkan produk baru, manajemen pemasaran dapat membentuk suatu tingkat tinggi atau rendah bagi setiap variabel pemasaran, seperti harga, promosi, distribusi, dan mutu produk. Dalam hal harga dan promosi menurut Arman dkk (2006), manajemen dapat melaksanakan satu dari empat strategi yaitu:

* + - * 1. Strategi peluncuran cepat (rapid skimming)

Peluncuran produk baru dengan harga tinggi dan level promosi tinggi. Strategi ini dapat diterima dengan asumsi sebagian besar pasar potensial tidak menyadari produk itu, harga yang diminta, perusahaan menghadapi persaingan potensial dan untuk membangun preferensi merek.

* + - * 1. Strategi peluncuran lambat (slow skimming)

Peluncuran produk baru dengan harga tinggi dan sedikit promosi. Strategi ini bila ukuran pasar terbatas, sebagian besar sadar tentang produk itu, pembeli bersedia membayar harga tinggi, dan persaingan potensial belum mengancam.

* + - * 1. Strategi penetrasi cepat (rapid-penetration)

Peluncuran produk dengan harga rendah dan biaya promosi besar. Strategi ini cocok digunakan jika pasar tidak menyadari kehadiran produk, sebagian pembeli peka terhadap harga, terdapat persaingan potensial yang kuat, biaya produksi menurun sejalan dengan skala produksi dan pengalaman.

* + - * 1. Strategi penetrasi lambat (slow-penetration)

Peluncuran produk dengan harga rendah dan promosi rendah. Strategi ini bila pasar besar, mempunyai kesadaran yang tinggi tentang harga, dan terdapat beberapa persaingan potensial. Perusahaan harus menekan biaya produksi agar dapat menjual produk dengan harga rendah kepada masyarakat.

* + 1. **Tahap Pertumbuhan**

Tahap ini ditandai dengan adanya peningkatan penjualan. Konsumen awal merasa senang dan konsumen berikutnya mulai membeli. Pesaing baru mulai memasuki pasar, harga bertahan atau sedikit turun, dan laba meningkat. Menurut [Kotler](https://en.wikipedia.org/wiki/Philip_Kotler) (2009), sepanjang tahap pertumbuhan, perusahaan dapat menggunakan beberapa strategi untuk mempertahankan pertumbuhan pasar selama mungkin.

* + 1. **Tahap Kedewasaan**

Pada suatu titik, tingkat pertumbuhan penjualan produk akan menurun dan produk akan memasuki tahap kedewasaan relatif. Tahap ini biasanya berlangsung lebih lama dari tahap sebelumnya dan merupakan tantangan berat bagi manajer pemasaran. Kebanyakan produk berada pada tahap kedewasaan dari siklus hidup produk. Menurut Kotler (2009) ada tiga fase kedewasaan, yaitu:

* + - * 1. Fase kedewasaan bertumbuh (growth maturity)

Tingkat penjualan tidak bertumbuh dan tidak ada saluran distribusi baru karena distribusi yang ada sudah dianggap dewasa.

* + - * 1. Fase kedewasaaan stabil (stable maturity)

Penjualan datar atas dasar per kapita karena kejenuhan pasar, dan masa depan penjualan ditentukan oleh pertumbuhan populasi dan permintaan pengganti.

* + - * 1. Fase kedewasaan menurun (decaying maturity)

Penjualan menurun dan konsumen mulai beralih ke produk lain. Dalam tahap ini, jika sebuah produk mulai mengalami penurunan, maka perusahaan harus mulai memikirkan cara-cara untuk kembali menaikkan minat konsumen terhadap produk tersebut.

* + 1. **Tahap Penurunan**

Penurunan bisa cepat atau lambat, karena alasan teknologi, pergeseran selera konsumen, dan meningkatnya persaingan. Mempertahankan produk adalah beban bagi perusahaan maupun karyawan. Menurut Arman dkk (2006) berikut adalah strategi bertahan dalam tahap penurunan yang tersedia untuk perusahaan yaitu:

* Meningkatkan investasi perusahaan untuk mendominasi atau memperkuat posisi pasar.
* Mempertahankan level investasi sampai ketidakpastian industri itu terselesaikan.
* Mengurangi investasi secara selektif dengan melepas pelanggan yang tidak menguntungkan.
* Menuai investasi untuk memulihkan kas secepatnya.
* Melepas usaha secepat mungkin dengan menjual asetnya.

1. **Analisis kelayakan usaha baru**

Analisis kelayakan usaha baru adalah menemukan jawaban tentang apakah peluang usaha, baik yang berupa produk baru atau jasa yang dapat dijual, berapa biaya yang dikeluarkan, serta mampukah produk atau jasa tersebut memperoleh laba. Ada beberapa langkah yang harus dilakukan, sebagai berikut:

* + - * 1. **Analisis kelayakan teknis**

Terdiri atas langkah identifikasi analisis teknis dan uji coba produk barang atau jasa

* + - * 1. **Analisis peluang pasar**

Terdiri atas langkah analisis potensi pasar dan identifikasi pasar potensial

* + - * 1. **Analisis kelayakan finansial**

Terdiri atas penentuan kebutuhan finansial total dengan dana – dana yang diperlukan untuk operasional, penentuan sumber daya finansial yang tersedia biaya – biayanya, proyeksi sumber daya finansial yang tersedia, serta dana – dana yang akan dihasilkan dalam operasi perusahaan

* + - * 1. **Analisis penilaian kemampuan organisasional**

Terdapat beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam langkah ini, yaitu penentuan kebutuhan personalia, perencanaan struktur organisasi awal, serta perbandingan kebutuhan dan ketersediaan personalia

* + - * 1. **Analisis persaingan**

Suatu pendekatan untuk menganalisis tekanan persaingan dipusatkan pada tiga hal, yaitu identifikasi pesaing besar potensial, identifikasi berbagai strategi dan taktik yang digunakan pesaing, serta identifikasi keuntungan persaingan tertentu dari usaha yang dilaksanakan.

1. **Daya kreativitas dan inovasi dalam membuat peluang usaha**

Dalam mengembangkan usaha seorang wirausaha harus memiliki kreativitas tinggi dan dapat menemukan inovasi agar dapat berdaing mengikuti perkembangan zaman dan kebutuhan masyarakat. Kreativitas ialah inisiatif terhadap suatu produk atau proses yang bermanfaat, benar, tepat, dan bernilai terhadap suatu tugas yang lebih bersifat angan – angan.

Sedangkan inovasi ialah sesuatu yang berkenaan dengan barang, jasa, atau ide yang dirasakan baru oleh seseorang. Salah satu karakter yang sangat penting dari seorang wirausaha adalah kemampuannya berinovasi. Tanpa adanya inovasi maka sebuah perusahaan tidak akan dapat bertahan lama. Dalam melakukan inovasi perlu memerhatikan prinsip – prinsip sebagai berikut :

* + - * 1. Sesuatu yang harus dilakukan, antara lain menganalisis peluang, apa yang harus dilakukan untuk memuaskan pelanggan, sederhan dan terarah, dimulai dari yang kecil, dan kepemimpinan
        2. Seuatu yang tidak harus dilakukan, antara lain mencoba menjadi yang pandai, mencoba ingin mengerjakan sesuatu yang banyak, mencoba inovasi untuk masa yang akan datang, dan sebagainya
        3. Kondisi, antara lain memerlukan ilmu pengetahuan, membangun keunggulan sendiri, dan adanya inovasi

1. **Memberdayakan dan mengembangkan peluang usaha**

Beberapa langkah yang daoat digunakan untuk memberdayakan dan mengembangkan peluang usaha sebagai berikut :

1. Menerapkan strategi ATMI (Amati, Tiru, Modifikasi, dan Improvisasi)
2. Make it better, merupakan usaha untuk membuat peluang dipasar menjadi lebih baik lagi setelah survey pasar
3. Make it one, merupakan langkah menjadikan produknya sebagai yang pertama
4. Make your product be a specialist, merupakan langkah membuat produk menjadi produk yang khusus atau menjadi spesialis
5. Clonner, merupakan langkah untuk meniru tetapi menggunakan merek yang berbeda
6. Substitute, merupakan langkah untuk menjadikan produknya menjadi produk pengganti dari produk yang telah ada
7. **Hal – hal yang harus dipertimbangkan dalam membuat usaha**

Untuk meminimalkan resiko dan mengalokasikan sumber daya investasi dengan bijaksana, wirausaha harus mempertimbangkan faktor – faktor sebagai berikut :

1. Spesifikasi produk atau jasa baru yang akan dihasilkan memenuhi kebutuhan pelanggan
2. Kelayakan produk atau jasa baru tersebut dipasarkan
3. Penguasaan proses pembuatan produk
4. Strategi pemasaran produk atau jasa baru yang akan dipakai
5. Produk sejenis yang telah ada di pasaran
6. **Hal – hal yang perlu diketahui dalam memasuki dunia usaha**
7. Hal – hal yang diperlukan dalam memulai usaha baru
   * + Adanya peluang usaha yang sangat solid (kuat)
     + Memiliki keahlian dan kemampuan dalam bidang yang akan ditekuni
     + Pendekatan yang benar dalam menjalankan usaha
     + Memiliki dana yang cukup untuk memulai dan mengoperasikan usaha tersebut hingga dapat berdiri sendiri
8. Memahami persaingan dalam industri

Terdapat lima kekuatan persaingan yang menentukan di sector industry, yaitu :

* + - 1. Ancaman dari pendatang baru
      2. Ancaman dari barang atau jasa substitusi
      3. Kekuatan tawar menawar dari pemasok
      4. Kekuatan tawar menawar dari pembeli
      5. Persaingan di antara para pesaing yang ada

Untuk menghadapi situasi pasar dalam industry tersebut terdapat dasar strategi yang generik yaitu :

1. Produk yang berbeda
2. Keunggulan biaya
3. Biaya fokus
4. Perbedaan fokus
5. Cara memasuki dunia usaha

Ada tiga cara yang dapat dilakukan untuk memulai suatu usaha, yaltu sebagai berikut.

1) Merintis usaha baru.

2) Membeli perusahaan yang sudah didirikan.

3) Franchising (kerja sama manajemen/waralaba).

1. **Merencanakan usaha baru**

Setelah merahami tentang cara menilai peluang usaha baru dan telah terpilin satu peluang usaha yana bisa dikembangkan, langkah selanjutnya sebelum membuka usaha adalah menyusun perencanaan usaha perencanaan usaha (business plan). Sebelum menyusun perencanaan usaha, perlu memahami tentang pentingnya menyusun perencanaan usaha

1. **Pentingnya perencanaan usaha**

Perencanaan usana merupakan kumpulan dokumen yang menyatakan keyakinan akan kemampuan sebuah bisnis/usaha untuk menjual barang ataupun jasa dengan menghasilkan profit yang tinggi dan menarik investor untuk menanamkan modalnya kepada perusahaan. Rencana perlu disusun meskipun sederhana secara tertulis. Perencanaan yang tidak tertulis pasti sudah ada rekayasa di dalam pikiran seseorang yang akan membuka usaha, seperti rekayasa tentang usaha apa yang akan dipillh, di mana tempatnya, siapa konsumennya, berapa modal yang dibutuhkan, dan berapa perkiraan keuntungan yang akan diperoleh.

1. **Pengertian perencanaan usaha (business plan)**

Business plan merupakan suatu dokumen yang menyatakan keyakinan akan kemampuan sebuah bisnis untuk menjual barang atau jasa dengan menghasilkan keuntungan yang memuaskan dan menarik bagi penyokong dana. Pengertian lain dari business plan adalah sebuah selling document yang mengungkapkan daya tarik dan harapan sebuah bisnis kepada penyokong dana yang potensial.Adapun hal-hal yang terdapat dalam business plan, yaitu:

1. Rincian keuntungan dan neraca pembayaran.
2. Proyeksi aliran kas untuk dua tahun yang akan datang.
3. Pandangan dan ide untuk dua tahun yang akan datang.
4. Pandangan dan ide dari anggota tim manajemen serta menyangkut strategi dan tujuan perusahaan yang hendak dicapai.
5. **Kerangka perencanaan usaha**

Perencanaan usaha pada umumnya memuat pokok-pokok pikiran sebagai berikut.

1. Nama perusahaan
2. Lokasi
3. Komoditi yang akan diusahakan
4. Konsumen yang dituju
5. Pasar yang akan dimasuki
6. Partner yang akan diajak kerja sama
7. Personel yang dipercaya
8. Jumlah modal yang diharapkan dan yang tersedia
9. Peralatan perusahaan yang perlu disediakan
10. Penyebaran promosi
11. Bentuk atau format dalam membuat perencanaan usaha (business plan) sebagai berikut
12. Halaman depan
13. Daftar isi
14. Rangkuman eksekutif
15. Penjelasan tentang perusahaan
16. Pemasaran
17. Barang dan jasa yang dihasilkan
18. Usaha meningkatkan penjualan
19. Permodalan
20. Apendiks
21. Isi dari perencanaan usaha (business plan) sebagai berikut
22. Latar belakang, bagian ini berisi latar belakang pendirian perusahaan, keadaan persaingan, masih terbukanya peluang usaha, fasilitas yang dimiliki, dan prospek usaha.
23. Identitas pemilik, bagian ini mencantumkan nama pemillk, tempat dan tanggal lahir, alamat rumah dan telepon, jenis kelamin, status perkawinan, pendidikan terakhir. kursus-kursus yang pernah dikuti dan pengalaman kerja.
24. Data perusahaan, bagian ini berisi nama perusahaan, alamat kantor dan nomor telepon, bidang usaha, bentuk badan usaha, bank, mulai berdiri, serta susunan pengurus.
25. Aspek produksi, bagian ini berisi jenis dan jumlah mesin yang digunakan, kapasitas produksi, jumlak produksi rata-rata per bulan, dan sumber bahan baku.
26. Aspek pemasaran, bagian ini menjelaskan sistem distribusi, sistem pembayaran dari pembeli, konsumen sasaran, wilayah pemasaran, penguasaan pasar, segmentasi pasar, dan keuntungan rata-rata dari penjualan.
27. Aspek keuangan, bagian ini mencantumkan kebutuhan uang rata-rata per bulan untuk bahan baku, bahan penolong, upah gaji, biaya umum, ATK, bunga, pajak, dan lain-lain. Jika untuk usaha baru cantumkan modal investasi untuk bangunan, sewa kontrak tempat, pembelian mesin, dan perlengkapan.
28. **Kegagalan sebuah peluang usaha baru**

Kegagalan sebuah peluang itu bisa berawal dari beberapa hal, antara lain sebagai berikut.

1. Tidak segera mengambil keputusan
2. Tidak ada strategi yang jelas
3. Ide usaha yang dimiliki diambil orang
4. Waktunya sudah lewat (kedaluwarsa)
5. Survei tidak akurat, hanya persepsi saja
6. Pemilihan alternatif ide bisnisnya salah
7. Mudah ditiru atau dibuat oleh orang lain
8. Daya beli rendah
9. Tingkat kebutuhan kecil
10. Kebutuhan tidak kontinu
11. **Tahapan memulai dan menjalankan bisnis**
12. Simpan uang sebanyak mungkin sebelum memulai bisnis
13. Berpikir sederhana
14. Lindungi aset pribadi Anda
15. Mengerti bagaimana dan jika Anda akan membuat sebuah keuntungan
16. Buat rencana bisnis, tidak masalah seberapa pendek
17. Dapatkan dan jaga sebuah bingkai kompetitif
18. Tuangkan semua persetujuan dalam bentuk tulisan
19. Gaji dan jaga karyawan yang bagus
20. Ambil perhatian status hukum karyawan
21. Bayarkan tagihan Anda lebih awal
22. **Peluang Usaha Produk Barang/Jasa dalam Bidang Komputer dan Jaringan**

Komputer merupakan perangkat teknologi yang saat ini banyak dipakai manusia dalam beraktivitas. Hal ini membuat peluang usaha di bidang komputer sangat bagus. Selain komputer, peluang usaha yang tidak kalah menjanjikan adalah terkait jaringan komputer.

Bagi Anda yang memang memiliki kemampuan mumpuni di bidang komputer, Anda tidak periu bingung untuk mencari pekerjaan. Karena berbekal keahlian dalam computer dan jaringan Anda dapat mendirikan usaha yang bisa dijalankan sendiri.

* + - * 1. **Peluang usaha toko komputer/laptop**

Salah salu bisnis yang memilki prospek yang tinggi di masa depan adalah di bidang teknologi komputer.Terbukti ketika terdapat pameran komputer pasti selalu dipenuhi oleh pengunjung. Hal ini menunjukkan bahwa kebutuhan komputer di masyarakat tidak ada habisnya. Teknologi baru selalu bermunculan dan masyarakat pun selalu mengikuti perkembangan tersebut. Dengan adanya fakta tersebut, dapat memberikan peluang bisnis untuk membuka toko komputer beserta perangkat-perangkat pendukungnya.

Untuk memiliki usaha toko komputer, ada berbagai hal yang perlu dipersiapkan, di antaranya sebagai berikut.

1. Memilih lokasi toko yang strategis

Pemilihan lokasi toko merupakan hal yang sangat diperhatikan karena akan memengaruhi banyaknya konsumen yang akan datang.

1. Menjalin koneksi dengan para dealer dan supplier

Komputer beserta perangkat-perangkat yang beredar di pasaran sangat beragam jenis dan mereknya. Sebelum membuka toko komputer, terlebih dahulu mulailah bekerja sama dengan para dealer dan supplier komputer dan alat-alat pendukung lainnya sebagai sumber pemasok produk yang akan dijual.

1. Penentuan harga yang kompetitif

Harga merupakan salah satu hal yang diperhatikan masyarakat pertama kali dalam membeli barang. Banyak yang ingin mendapatkan produk bagus namun dengan harga yang murah. Maka dari itu, pemberian harga yang kompetitif untuk produk akan menarik minat masyarakat untuk membeli lagi.

1. Promosi

Untuk mengenalkan toko kepada masyarakat, perlu dilakukan promosi. Strategi promosi yang bisa dilakukan, antara lain dengan memberikan potongan atau diskon kepada pembell yang ikut meramalkan acara grand opening atau peluncuran toko serta promosi melalui media sosial.

1. Memiliki pengetahuan tentang computer

Untuk membuka toko komputer, sebaiknya Anda memiliki pengetahuan di bidang komputer. Hal tersebut dapat berguna ketika pelanggan mengeluhkan masalah komputer yang dialami, sehingga Anda dapat memberikan solusi hardware apa yang sebaiknya diganti. Oleh sebab itu, skill dan pengetahuan tentang hardware cukup diperlukan.

1. Memberikan pelayanan yang baik dan ramah

Jika telah membuka sebuah usaha, jangan lupa untuk memberikan pelayanan yang terbaik, seperti melayani dengan ramat cepat, atau memberikan layanan antar gratis ke rumah konsumen.

Selain mempersiapkan segala hal tersebut dengan baik, Anda juga harus memerhatikan hambatan binnis toko komputer ini, di antaranya sebagai berikut.

a. Bahaya saingan.

b. Ritme permintaan barang yang lambat.

c. Naiknya harga pasaran perlengkapan komputer.

d. Pasokan barang langka.

1. **Peluang usaha jasa servis komputer atau laptop**

Usaha jasa servis perbaikan komputer atau laptop memiliki peluang yang cukup menjanjikan. Penggunaan komputer dan laptop semakin hari semakin banyak, mulai dari sekolah, perkantoran, pelajar, dan sebagainya Penggunaan komputer secara terus-menerus ada kalanya dapat menyebabkan kerusakan pada komputer. Kerusakan pada komputer bisa meliputi kerusakan pada hardware maupun software.

Terdapat beberapa hal yang perlu diperhatikan sebelum menjalankan bisnis jasa servis komputer. di antaranya sebagai berikut.

1. Memilih tempat usaha

Hal pertama yang perlu dilakukan sebelum membuka jasa servis komputer adalah menentukan tempat usaha yang akan dijalankan, apakah akan menggunakan tempat servis sendiri atau berupa servis komputer rumahan.

Pemilihan lokasi usaha servis komputer/laptop usahakan di tempat strategis. Misalnya sala di dekat kampus, sekolah, pusat keramaian kota, atau tempat strategis lainnya yang berdekatan dengan sasaran pangsa pasar Anda.

1. Mempertimbangkan persaingan bisnis

Anda perlu memerhatikan apakah ada pesaing usaha yang sama yang ada di sekitar tempat usaha servis komputer Anda. Sebaiknya lakukan analisis terhadap pesaing. Anda harus memberikan sesuatu yang berbeda kepada pelanggan, misalnya memberikan hardware hingga pelayanan yang tidak dimiliki oleh pesaing agar dapat menjaring pengunjung datang ke tempat usaha Anda.

1. Membangun hubungan dengan pemilik toko komputer lain

Untuk membangun usaha ini, Anda periu mencari dan membangun hubungan dengan pemilik toko komputer lain. Hal ini penting karena ketika menjalankan bisnis servis komputer, Anda perlu mendapatkan dukungan mereka. Misalnya untuk membeli stok peralatan servis ataupun hardware komputer secara grosir atau mencari sparepart komputer tertentu yang sulit didapatkan. Selain itu, dengan memiliki banyak link dengan pemilik toko computer, Anda dapat mengelahui secara aktual kisaran harga hardware, software dan juga biaya servis komputer maupun laptop.

1. Promosi

Promosi diperlukan untuk mengenalkan bisnis Anda kepada konsumen, terutama untuk bisnis baru. Usaha promosi dapat melalui cara mencetak sapnduk menyebarkan pamflet, promosi di jejaring sosial, dan sebagainya

1. Melayani servis komputer panggilan

Peluang usaha servis computer panggilan saat ini cukup menjanjikan. Banyak orang yang tidak memiliki waktu untuk datang ke toko servis computer. Sistem kerja sama yang ditawarkan biasanya dalam bentuk kontrak dengan bayaran tertentu.

1. Memberikan pelayanan yang baik

Usaha servis computer termasuk ke dalam jenis usaha di bidang jasa, di mana kualitas jasa pelayanan yang diberikan sangat diperhatikan. Pastikan pelayanan yang diberikan kepada konsumen maksimal sehingga dapat memberikan kepuasan bagi konsumen.

1. **Peluang usaha toko peralatan jaringan (networking)**

Salah satu ide bisnis yang bisa menjadi pilhan salah satunva adalah usaha toko alat-alat jaringan. Peluang usaha toko penjualan alat-alat jaringan adalah salah satu usaha yang cukup menarik untuk dijalankan terlebih bagi Anda yang mengetahui tentang teknologi saat ini, terutama dalam jaringan (networking) komputer.

Sebagai owner usaha toko peralatan jaringan, Anda dapat memanajemen dan mengatur bisnis sendiri secara fleksibel, tanpa adanya campur tangan pihak lain. Selain itu, Anda perlu memiliki ide-ide kreatif dalam mengembangkan usaha karena semakin ketatnya persaingan bisnis dengan wirausaha lain.

Agar dapat menarik pelanggan, Anda bisa menawarkan berbagai kelebihan yang menarik sebagai berikut.

1. Pemberian diskon atau cashback
2. Pemberian hadiah untuk pembelian dengan nominal tertentu
3. Memberikan fasilitas pemasangan jaringan dalam satu paket
4. Memberikan fasilitas troubleshooting jaringan secara fleksibel.

Peluang bisnis toko peralatan jaringan membutuhkan modal yang cukup besar seperti usaha-usaha yang lain. Jika ingin membuka usaha dengan modal yang tidak terlalu besar, maka Anda bisa melakukan kerja sama dengan perusahaan atau rekan yang juga memiliki usaha yang sama dalam bidang ini sehingga Anda tidak harus mengeluarkan modal secara penuh.

1. **Peluang usaha jasa instalasi, perbaikan, dan perawatan jaringan komputer**

Teknologi komunikasi yang berkembang di masyarakat sudah sangat beragam. Salah satu teknologi komunikasi dua arah yang cukup terkenal adalah telepon. Namun, teknologi tersebut sudah mulai tergeser dengan perkembangan telepon genggam, terutama perkembangan smartphone. Smartphone bisa melakukan panggilan suara, video, chatting dan sebagainya. Hal ini karena adanya teknologi internet

Dengan adanya kondisi seperti itu, maka muncul satu paluang usaha yang masih terbuka lebar dan dibutuhkan masyarakat saat ini, yaitu usaha di bidang jaringan komputer, yang meliputi instalasi, perawatan, dan juga perbaikan jaringan komputer.

Jasa instalasi jaringan komputer adalah jasa untuk instalasi atau pemasangan jaringan komputer baru, baik untuk gedung baru atau lama. Setelah rangkaian instalasi dilakukan dan selesai, maka jasa ini biasanya akan tetap berlanjut untuk jasa perawatan (maintenance) jaringan komputer tersebut. Jaringan komputer memiliki kerentanan yang tinggi jika tidak dilakukan perawatan, sehingga banyak perusahaan atau kantor yang mencari pihak yang bisa melakukannya dan biasanya akan langsung meminta jasa ini pada perusahaan yang melakukan instalasi jaringan tersebut. Selain instalasi dan perawatan, ada juga jasa untuk perbaikan jaringan, mulai dari troubleshooting biasa hingga proses penggantian perangkat yang rusak.

Pada perusahaan dengan skala yang besar akan memerlukan jasa instalasi, perbaikan, dan perawatan server. Banyak sekali permintaan akan jasa ini dalam skala besar dan jangka yang panjang, terutama oleh perusahan-perusahaan yang memiliki client yang sangat banyak dan memiliki sumber daya server yang besar.

Perusahaan tersebut pasti memerlukan pihak yang mampu melakukan pengelolaan dan pengawasan serta perbaikan ketika ada masalah pada server suatu perusahaan. Bisnis instalasi, perbaikan, dan perawatan server ini akan memiliki pendapatan yang besar seperti jasa instalasi, perbaikan, dan perawatan jaringan komputer.

1. **Peluang usaha membuka les perbaikan komputer**

Seiring dengan meningkatnya minat penggunaan komputer, usaha perbaikan komputer juga menjadi meningkat. Namun, untuk membuka usaha perbaikan komputer dibutuhkan kemampuan khusus. Anda dapat memanfaatkan peluang tersebut untuk membuka usaha les perbaikan komputer. Anda dapat membuka les ini dengan mengajari mereka yang tidak berlatar belakang pendidikan di bidang komputer atau mereka yang berlatar belakang komputer namun ingin lebih mendalami lagi dan menambah pengalaman.

Les ini berhubungan dengan bagaimana cara memperbaiki komputer dengan baik serta cara melakukan troubleshooting ketika belum mengetahui apa sumber permasalahan yang terjadi. Tarif yang Anda berikan harus berdasarkan apakah ada les perbaikan komputer lain di tempat Anda serta bagaimana kondisi peluang usaha servis komputer di lokasi tersebut. Apabila peluang tinggi, maka Anda dapat memberikan tarif yang tinggi pula.

1. **Pendekatan Analisis Peluang Usaha**

Secara umum tujuan analisis peluang usaha adalah untuk mengetahui apakah usaha tersebut layak dikerjakan atau tidak. Oleh sebab itu seorang wirausaha harus cermat, yakin dan berani. Tujuan analisis peluang usaha adalah untuk menemukan peluang usaha, menemukan potensi usaha, mengetahui besarnya potensi usaha yang tersedia, mengetahui berapa lama usaha bertahan.Ada beberapa pendekatan yang digunakan dalam menganalisis peluang usaha sebagai berikut.

1. **Analisis SWOT**

Untuk memulai sebuah bisnis merupakan hal yang cukup mudah karena didukung oleh perkembangan teknologi yang semakin pesat. Selain itu, metode analisis kelayakan bisnis juga sudah banyak berkembang salah satunya adalah analisis SWOT. Kepanjangan SWOT adalah strengths (kekuatan), weaknesses (kelemahan), opportunities (peluang), dan threats (ancaman).

Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa analisis SWOT adalah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (strengths), Kelemahan (weaknesses), peluang (opportunities), dan ancaman (threats) dalam suatu proyek atau suatu spekulasi bisnis. Proses ini melibatkan penentuan tujuan yang spesifik dari spekulasi bisnis atau proyek dan mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang mendukung dan yang tidak dalam mencapai tujuan tersebut. Teknik analisis SWOT pertama kali diperkenalkan oleh Albert Humphrey, yaitu pemimpin proyek riset Universitas Stanford. Kegiatan ini mulai dilakukan sekitar tahun 1960-an sampai 1970-an dengan menggunakan data yang berasal dari perusahaan Fortune 500. Analisis ini dibagi menjadi tiga tahap, yaitu tahap pengumpulan data, tahap analisis, dan tahap mengambil keputusan setelah analisis.

Terdapat dua faktor yang memengaruhi analisis SWOT, yaitu faktor internal dan faktor eksternal.

1. **Faktor internal/FAS (Internal Factors Analysis Summary)**

Faktor internal adalah faktor yang berasal dari dalam, terdiri atas strengths (kekuatan) dan weaknesses (kelemahan). Apabila kekuatan lebih banyak dibanding kelemahan, maka akan memberi dampak baik dalam penelitian. Beberapa komponen dari faktor internal, antara lain:

1) sumber daya yang dimiliki,

2) keuangan,

3) kelebihan dan kelemahan internal, dan

4) pengalaman organisasi sebelumnya

1. **Faktor eksternal/EFAS (External Factors Analysis Summary)**

Faktor eksternal, yaitu faktor dari luar yang secara tidak langsung terlibat dengan apa yang diteliti. Faktor ini terdiri dari opportunities (peluang) dan threats (ancaman). Apabila perusahaan atau organisasi sudah mengetahui peluang dan ancaman, maka mereka dapat menentukan strategi yang akan digunakan untuk menghadapinya. Beberapa komponen dari faktor eksternal, antara lain:

1) tren,

2) budaya, sosial, dan politik,

3) ideologi dan ekonomi,

4) sumber moral,

5) peraturan pemerintah,

6) perkembangan teknologi,

7) peristiwa yang terjadi, dan

8) lingkungan

Berikut penjelasan dan panduan dasar dalam pembuatan keempat komponen SWOT.

1. Strengths (kekuatan)

Strengths merupakan situasi yang menjadi kekuatan perusahaan atau organisasi dan memberikan dampak positif. Analisis ini dapat disi menggunakan panduan berikut.

1. Kelebihan apa yang dimiliki oleh perusahaan tersebut?
2. Keunikan apa yang dimiliki oleh perusahaan tersebut?
3. Apa yang membuat perusahaan (tersebut lebih baik dari perusahaan lainnya?
4. Apa yang menyebabkan perusahaan tersebut mendapatkan penjualan?
5. Apa yang dilihat atau dirasakan oleh konsumen perusahaan tersebut sebagai suatu kelebihan?
6. Weaknesses (kelemahan)

Weaknesses merupakan situasi yang meniadi kelemahan perusahaan atau organisasi dan memberikan dampak negatif. Analisis ini dapat disi menggunakan panduan berikut.

1. Apa saja yang harus dihindari oleh perusahaan tersebut?
2. Apa yang dapat ditingkatkan dalam perusahaan tersebut?
3. Faktor apa saja yang menyebabkan kehilangan penjualan pada perusahaan tersebut?
4. Apa yang dilihat atau dirasakan konsumen sebagai kelemahan perusahaan tersebut?
5. Apa yang dilakukan oleh pesaing sehingga mereka dapat lebih baik dari perusahaan tersebut?
6. Opportunities (peluang)

Opportunities merupakan peluang atau kesempatan di luar perusahaan atau organisasi yang bisa memberikan peluang untuk berkembang di kemudian hari. Analisis ini dapat disi menggunakan panduan berikut.

1. Kesempatan apa yang dapat dilihat?
2. Perkembangan tren apa yang sejalan dengan perusahaan tersebut?
3. Threats (ancaman)

Threats merupakan ancaman yang mungkin akan dihadapi oleh perusahaan yang bisa menghambat laju perkembangan perusahaan. Analisis ini dapat disi dengan panduan berikut.

1. Hambatan apa yang sedang dihadapi sekarang?
2. Perkembangan teknologi apa yang menyebabkan ancaman bagi perusahaan tersebut?
3. Apa saja hal yang dilakukan oleh pesaing perusahaan tersebut?
4. Adakah perubahan peraturan pemerintah yang akan mengancam perkembangan perusahaan?

Analisis SWOT dapat diterapkan dengan cara menganalisis dan memilah berbagai hal yang memengaruhi keempat faktornya, kemudian menerapkannya dalam gambar matriks SWOT. Menurut Rangkuti, matriks SWOT merupakan alat untuk menyusun faktor-faktor strategis organisasi yang dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Matriks SWOT dapat menghasilkan empat set kemungkinan alternatif strategis.

Table 2 Matriks SWOT

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| IFAS  EFAS | Kekuatan  (Strengths) | Kelemahan  (Weaknesses) |
| Peluang  (Opportunities) | **Strategi SO**  Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaalkan peluang | **Strategi WO**  Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang |
| Ancaman  (Threats) | **Strategi ST**  Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman | **Strategi WT**  Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman |

**Contoh analisis SWOT perusahaan instalasi jaringan komputer**

1. Strengths (kekuatan)
2. Memiliki kekuatan finansial yang besar. Hal tersebut memudahkan perusahaan X untuk melakukan investasi peralatan telekomunikasi yang mahal. Selain itu, perusahaan X juga sudah memiliki jaringan dan infrastruktur yang luas sehingga memudahkan untuk melakukan perluasan wilayah dan menembus pasar.
3. Memiliki saluran customer service yang cukup lengkap seperti melalui telepon, media sosial, alau aplikasi yang diinstal pada perangkat Android atau iOS dengan pelayanan 24 jam.
4. Selain menyediakan deretan produk utama, ada juga berbagai layanan tambahan yang dapat dipesan oleh pelanggan sesuai dengan permintaan.
5. Weaknesses (kelemahan)
6. Kualitas pelayanan terhadap pelanggan mash harus ditingkatkan. Hal tersebut dikarenakan masih banyak keluhan pelanggan terkait pembayaran, gangguan, konten, dan lain-lain.
7. Adanya kebijakan FUP (Fair Usage Policy), yaitu pembatasan penggunaan internet ketika telah mencapai batas tertentu.
8. Produk hanya dapat dibeli secara paket atau tidak bisa dibeli satuan. Misalnya pelanggan hanya ingin berlangganan telepon rumah atau internet saja.
9. Kebijakan yang secara sepihak berhak untuk mengubah konten dan harga. Pelanggan sering kaget dengan adanya perubahan tiba-tiba yang ada dan hal ini kadang tidak disosialisasikan. Isu tersebut merupakan hal yang sering dikeluhkan pelanggan dan sangat berpengaruh terhadap citra perusahaan.
10. Opportunities (peluang)
11. Permintaan masyarakat yang tinggi akan akses internet memberikan peluang pasar yang sangat potensial.
12. Jumlah penduduk di Indonesia yang besar dan masih sedikit yang telah memiliki akses internet broadband tentu memberikan peluang besar untuk menyediakan jasa internet.
13. Threats (ancaman)
14. Masyarakat semakin menuntut mobilitas dan fleksibilitas dari alat komunikasinya, di mana internet rumah sudah tidak lagi dapat memenuhi kebutuhan tersebut.
15. Kondisi persaingan akan menjadi semakin ketat, di mana para operator bersaing untuk mendapatkan pelanggan-pelanggan yang jumlahnya semakin sedikit.
16. Jaringan akses kabel dapat menghadapi potensi ancaman keamanan seperti pencurian atau vandalisme yang dapat berdampak pada hasil usahanya.

Table 3 Analisis SWOT dengan matriks

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| IFAS  EFAS | Kekuatan  (Strengths) | Kelemahan  (Weaknesses) |
| Peluang  (Opportunities) | **Strategi SO**   * + - Mempercepat pengembangan jaringan akses serat optik di seluruh Indonesia     - Menggunakan hadiah untuk menarik minat masyarakat | **Strategi WO**   * + - Hapus kebijakan FUP     - Layanan dapat dijual satuan sehingga masyarakat memiliki fleksibilitas untuk memilih layanan yang ingin digunakan, tentu saja dengan harga yang lebih mahal dibandingkan dengan membeli paket |
| Ancaman  (Threats) | **Strategi ST**   * + - Tetapkan standar keamanan untuk pemasangan kabel serat optic     - Melakukan perluasan produk     - Menentukan harga yang kompetitif dengan pesaing yang ada | **Strategi WT**   * + - Meningkatkan pelayanan terhadap pelanggan dengan memperbaiki sumber daya yang ada dan juga menetapkan standar yang baik yang berorientasi pada kepuasan pelanggan     - Memberikan pemberitahuan / sosialisasi sebelumnya jika terjadi perubahan terhadap harga produk |

1. **Analisis 5 W + 1 H**

Analisis ini untuk menjawab pertanyaan

What : Produk apa?

Where : Dimana lokasi?

When : Kapan akan memulai?

Why : Mengapa memilihproduk ini?

Who : Siapa orang yang akan terlibat di dalamnya

How : Bagaimana menjalankan usaha ini?

1. **Study Kelayakan Usaha**

Studi kelayakan bisnis menurut Husein Umar, 2003, yaitu penelitian terhadap rencana bisnis yang tidak hanya menganalisis layak atau tidaknya bisnis dibangun tetapi juga saat dioperasionalkan secara rutin dalam rangka pencapaian keuntungan maksimum dalam waktu yang tidak ditentukan, misalnya rencana peluncuran produk baru. Menurut Yacob Ibrahim, 2009 yang dimaksud studi kelayakan bisnis adalah kegiatan untuk menilai sejauh mana manfaat yang dapat diperoleh dalam melaksanakan suatu kegiatan usaha/proyek.

**Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa, studi kelayakan bisnis adalah menganalisis faktor-faktor bisnis dalam menentukan rencana bisnis tersebut harus dilaksanakan, tidak dilaksanakan ataupun ditunda, dan untuk menilai kelayakan dalam pengembangan sebuah usaha.**

**Manfaat studi kelayakan bisnis antara lain digunakan untuk:**

1. Merintis usaha baru
2. Mengembangkan usaha yang sudah ada
3. Memilih jenis usaha atau investasi yang paling menguntungkan

Tujuan studi kelayakan bisnis / usaha adalah untuk menghindari keterlanjuran penanaman modal yang terlalu besar pada peluang bisnis yang kurang menguntungkan.

**Tahapan Studi kelayakan usaha dapat dilakukan dengan cara :**

1. **Tahap penemuan ide.** Suatu produk yang akan dibuat haruslah berpotensi untuk laku dijual dan menguntungkan
2. **Tahap penelitian usaha.** Dimulai dengan mengumpulkan data, mengolah, menganalisis, dan menyimpulkan
3. **Tahap evaluasi.** Mengevaluasi usulan proyek yang akan didirikan, mengevaluasi proyek yang sedang dibangun, dan mengevaluasi bisnis yang sudah di operasionalkan secara rutin
4. **Tahap pengurutan usulan yang layak.** Jika terdapat lebih dari satu usulan rencana bisnis, maka perlu dilakukan pemilihan rencana bisnis yang dianggap paling penting untuk direalisasikan
5. **Tahap perencanaan pelaksanaan.** Setelah rencana bisnis di pilih untuk direalisaskan, perlu di buat rencana kerja pelaksanaan proyek.
6. **Tahap pelaksanaan.** Setelah semua persiapan selesei, tahap berikutnya adalah merealisasikan pelaksanaan.