

BAGAIMANA MEMULAI BISNIS KECIL YANG SUKSES



BY: AR. Rahadian

Daftar Isi	Halaman
Kata Pengantar	3
Bab I. Sulitnya Memulai Sesuatu	4
Pilih Jenis Usaha Sesuai Gairah Anda	4
Dukungan Pemerintah Untuk Pelaku Usaha UMKM	6
Langkah-langkah Dalam Memulai Usaha	8
Bab II Memiliki Ide Awal Sebuah Bisnis	13
Beberapa Tempat Yang Dapat Memberikan Inspirasi	15
Pikirkan Ide Bisnis Anda	18
Cara Test Ide Bisnis Sebelum Diluncurkan	19
Bagaimana Meluncurkan Ide Dalam Produk	21
Bab III. Membuat Rencana Bisnis Sederhana	23
Definisi	23
Format Sederhana Rencana Bisnis	23
Lima Kunci Sukses Rencana Bisnis	25
Bab IV Menilai Keuangan Anda	28
Apa Itu Modal Usaha?	28
Menyiasati Modal Yang Minim	29
Kredit Dapat Selamatkan Bisnis Anda	31
Bagaimana Membiayai Startup Anda, Dengan Meminjam Atau Menggalang Dana?	33
Lakukan Tindakan Jangan Menyerah	36
Bab V. Langkah-langkah Medirikan Usaha Kecil	38
Format Rencana Bisnis Sederhana	38
Membangun Merk Untuk Bisnis Kecil	40
Bab VI Rencana Pemasaran Sederhana	44
Analisa SWOT	46
Riset Pasar Sederhana	48
Target Pasar	51
Pemasaran Melalui Media Sosial	52
Tujuh Fitur Terbaik Untuk Membangun Website Usaha Kecil	57
Bab VII Membangun Tim Yang Kuat	63
Menjadikan Tim Pemenang	64
Customer Adalah Bos Yang Sesungguhnya	73
Bab VIII. Merintis Sebuah Usaha Jalan Yang Melelahkan	75
Membangun Mental Yang Kuat	76
Selalu Manambah Wawasan Baru	78

Membangun Budaya Bisnis Sejak Awal	80
Bab IX. Kumpulan Peluang Usaha	85
Tentang Penulis	106
Daftar Pustaka & Website	107

Kata Pengantar

Memiliki sebuah usaha yang sukses adalah impian setiap pebisnis pemula, di era globalisasi dan perkembangan kemajuan teknologi terutama informasi dengan mudah kita mendapatkan sebuah informasi yang diinginkan. Berita kesuksesan startup muda banyak menghiasi media online, tentunya menjadi penggugah bagi setiap yang membacanya. Namun, memulai sebuah bisnis tanpa pengetahuan yang cukup, strategi yang benar dan mental psikologis yang kuat, niscaya hanya akan mendatangkan kegagalan.

Dalam menjalankan bisnis Anda harus siap sibuk, kerja ekstra keras dalam merintis sebuah usaha. Daya kreatif menjadi faktor yang berperan dalam menjalankan sebuah bisnis, bukan kepintaran. Kecerdasan mental menjadi bara yang kuat dalam bertahan di arena yang tidak pasti ini. Bisnis tidak akan memberikan Anda pendapatan yang pasti, dalam artian tidak seperti saat Anda bekerja yang setiap minggu atau bulannya memperoleh gaji. Dalam bisnis Anda yang memiliki peran utama bukan orang lain dalam menentukan berapa besaran pendapatan yang ingin Anda peroleh.

Dalam memilih jenis usaha jangan sampai Anda memilih hanya karena tren belaka, pilihlah jenis usaha yang sesuai dengan gairah (pasion) yang Anda minati. Dengan menjalankan bisnis yang Anda sukai dan senang pasti akan mendatangkan kebahagiaan dalam hati saat menjalankannya. Terlepas bisnis yang sedang Anda jalankan sedang mengalami kesukaran.

Tetaplah berjalan pada visi dan misi bisnis Anda, karena dengan itu Anda mendapatkan cahaya dalam menjalankan bisnis Anda. Tetap semangat, ulet dan tekun karena itulah pembuka kunci keberhasilan bagi Anda. Dengan memilih bisnis sebagai sumber pendapatan Anda itu adalah pilihan yang tepat, bukan saja pendapatan berupa materi yang Anda terima namun, Anda sudah berperan serta memberikan lapangan pekerjaan untuk sesama Anda.

Salam Hangat

[AR. Hadian](#)

Bab I SULITNYA MEMULAI SESUATU

MEMILIH JENIS USAHA YANG SESUAI DENGAN GAIRAH ANDA



Anda bingung, bagaimana memulai sebuah usaha? Bagi mereka yang ingin memulai usaha karena hobi atau memiliki keahlian khusus mungkin sedari awal sudah dapat menentukan jenis usaha apa yang akan dipilih. Misalnya, bagi mereka yang memiliki hobi memasak, membuat kue dan merawat tanaman sampai hobi merawat binatang dan berternak, tentunya dapat mengembangkan hobinya menjadi sebuah usaha yang mendatangkan penghasilan.

Dan bagi mereka yang memiliki keahlian di bidang revarasi peralatan elektronik, desain grafis atau akunting dan perpajakan dapat memulai usaha melalui keahlian yang dimiliki.

Namun, dapatkah orang-orang yang tidak memiliki seperti yang disebutkan diatas memulai sebuah usaha? Semua orang dapat menjadi pengusaha, semua orang dapat membuka usaha, tetapi tidak semua dapat berhasil dalam usaha, mengapa?. Seorang wirausahawan tidak dilahirkan berdasarkan garis keturunan, bakat atau sudah ditetapkan dari sejak lahir, usaha dapat mendatangkan keberhasilan bilamana didasari akan kecintaan pada apa yang dikerjakan, menekuninya dan siap untuk selalu bekerja keras maka hal itulah yang akan menjadi penyebab keberhasilan sebuah usaha.

Dalam memilih bidang usaha jangan tergantung pada tren pasar dan ikut-ikutan saja, bila ini yang terjadi maka usaha itu tidak akan berlangsung lama. Yakinlah bahwa di dunia ini tidak ada yang baru semua itu sudah ada sejak lama, hanya saja kemasan, cara dan cita rasa yang berbeda. Secara sederhana kita dapat lihat dari salah satu “jajanan” yang hingga saat ini bertahan di Indonesia yaitu bakso, dimana bakso sudah ada sejak jaman dulu hingga sekarang masih tetap bertahan dan diminati oleh masyarakat Indonesia, hanya saja cita rasa, bahan dasar hingga kemasan yang berbeda.

Untuk mereka yang ingin membuka usaha dengan alasan selain hobi dan keahlian tertentu seringkali mengalami kebingungan ketika akan memilih jenis usaha yang akan di kerjakan. Banyak pertanyaan yang mendarat dalam pikiran, seperti “Saya punya modal sedikit, kira-kira usaha apa yang cocok dengan saya?” atau “ Pilihan usaha apa yang mendatangkan keuntungan lumayan, karena saya sangat takut akan rugi?”. Terlampau banyak berpikir tanpa memulai bertindak hanyalah sebuah kesia-siaan, namun tindakan tanpa perhitungan yang matang juga merupakan sebuah

skenario bunuh diri. Yang tepat, tuliskan ide Anda, rancang rencana bisnis Anda, analisis secara sederhana dari berbagai aspek dan pikirkan solusinya. Dengan keyakinan yang mantap dan hati yang bulat segera melangkah dan wujudkan ide Anda.

Merasa bimbang, dalam memilih jenis usaha adalah hal yang wajar, apalagi bagi mereka yang baru memulai berwirausaha. Hal yang perlu Anda yakini adalah, usaha dalam bidang apapun asal dikelola dengan baik dan tepat akan memberikan hasil, hanya saja apakah hasilnya sesuai dengan keinginan pemilik? Perlu membuat perkiraan perhitungan dari awal sehingga benar-benar sudah mengetahui perkiraan target pendapatan usaha. Sebelumnya mungkin Anda harus mengetahui berbagai pilihan jenis usaha. Selain itu, jenis-jenis usaha ini pun masih terbagi lagi ke dalam beberapa skala, yaitu skala mikro, kecil, menengah, dan atas. Jenis-jenis usaha tersebut antara lain;

- Usaha Kuliner
Yaitu usaha di bidang makanan dan minuman (Food & Beverage)
Contoh: usaha rumah makan, roti, kue, jajanan gerobakan, minuman, dan lain-lain.
- Usaha Perdagangan Barang
Yaitu usaha yang melakukan jual beli barang atau produk mulai dari produsen, distributor, supplier, agen, dan pengecer.
Contoh: peternak ikan, ayam & itik dan lain sebagainya, pabrik kecap, kerupuk, biskuit, distributor obat-obatan, makanan kemasan, pakan ternak, agen beras, voucher pulsa, pupuk dan pengecer baju, tas, buku dan lain-lain.
- Usaha Jasa
Yaitu usaha yang melakukan pelayanan jasa
Contoh: usaha angkutan, bengkel, salon kecantikan, laundry dan sebagainya.

Menentukan jenis usaha yang tepat bukan hal yang mudah untuk beberapa orang, terutama bagi para pemula. Perasaan bimbang dan ragu-ragu sering kali menggelayuti, tapi jika hal ini dibiarkan berlangsung berlarut-larut maka mereka tidak akan pernah bisa memulai buka usaha. Bahkan akhirnya keinginan untuk berwirausaha tidak akan pernah terwujud dan tinggal mimpi belaka.

Salah satu cara untuk mengatasi kebingungan tersebut adalah dengan menentukan bidang usaha yang benar-benar disukai sehingga dengan sendirinya akan timbul kesenangan dalam mengerjakan dan mengelolanya. Jika bidang usaha yang dipilih

benar-benar Anda sukai dan Anda bekerja keras terus-menerus, Anda tentunya akan mendapatkan hasil yang membanggakan.

Untuk memilih jenis usaha yang tepat, Anda dapat mempertimbangkan hal berikut ini:

1. Memilih usaha sesuai hobi yang dimiliki adalah suatu tindakan yang paling disarankan.
2. Melakukan riset dengan menanyakan potensi atau kelebihan yang kita miliki pada orang-orang yang mengenal kita dengan baik, terutama yang mengenal sifat-sifat dan perilaku asli kita. Kita perlu mendengar pendapat orang lain untuk mengetahui bagaimana diri kita yang tidak kita sadari.
3. Berimajinasi atau membayangkan melakukan kegiatan yang amat kita senangi baik dalam waktu luang maupun saat kita sedang sibuk bekerja, sehingga kita akan menemukan hobi atau kegiatan yang sebenarnya diminati.
4. Mulai mengamati prestasi-prestasi yang pernah diraih selama ini, dan kemudian catatlah. Kita akan mengetahui potensi diri dari prestasi yang telah dibuat selama ini yang mungkin dapat diwujudkan dalam bisnis. Mulailah dari satu tahun, dua tahun hingga sepuluh tahun kebelakang.
5. Mengikuti Tes Bakat dan Kepribadian dengan bantuan psikolog, juga tidak ada salahnya untuk dilakukan, supaya lebih mengetahui kemampuan diri dari sudut pandang psikolog.
6. Menganalisa pengalaman kerja selama ini yang membuat Anda menjadi ahli dalam suatu bidang. Keahlian merupakan salah satu kunci menuju usaha yang berhasil.
7. Memilih jenis usaha dengan skala awal kecil bagi yang memiliki kendala modal usaha. Dengan membuka usaha skala kecil dan memaksimalkan yang sudah dimiliki, Anda diharapkan dapat mengatasi kendala modal usaha.

DUKUNGAN PEMERINTAH UNTUK PELAKU USAHA UMKM

Jika kita lihat dalam ketetapan MPR Nomor XVI Tahun 1988 tentang Politik Ekonomi Dalam Rangka Demokrasi Ekonomi menyatakan bahwa ekonomi nasional di arahkan untuk menciptakan struktur ekonomi nasional dengan mewujudkan pengusaha menengah dan kecil yang kuat (jumlah besar) serta terbentuknya kemitraan yang saling menguntungkan antara pelaku ekonomi dan saling memperkuat untuk mewujudkan ekonomi dan efisiensi nasional yang berdaya saing tinggi. Dalam pelaksanaan demokrasi ekonomi harus di hindari terjadinya penumpukan aset dan pemusatan ekonomi pada seorang, sekelompok orang atau perusahaan yang tidak sesuai dengan prinsip keadilan dan pemerataan. Berkenaan dengan hal ini, koperasi usaha kecil dan menengah sebagai pilar utama ekonomi nasional harus memperoleh kesempatan utama, dukungan, perlindungan dan

pengembangan seluas-luasnya sebagai wujud nyata keberpihakan kepada usaha ekonomi rakyat tanpa mengabaikan peran usaha besar dan BUMN.

Untuk mewujudkan ekonomi rakyat, dalam pidato 17 Oktober 1998 pada Penganjuran hari Kebangkitan Ekonomi Rakyat, Presiden mengemukakan bahwa reformasi menurut koreksi terhadap kebijaksanaan ekonomi lama dengan kebijakan ekonomi baru yang bercorak kerakyatan, kemandirian dan kemartabatan dengan meletakkan suatu dasar ekonomi, termasuk aset-aset produktif, yang sekarang pemiliknya terkonsentrasi pada BUMN dan konglomerat. Terjadinya krisis ekonomi telah menimbulkan kesadaran baru bahwa pengelolaan ekonomi nasional dengan mengandalkan para konglomerat sebagai *engine of growth*, ternyata telah membuat rapuh basis dari ekonomi.

Kasus tersebut merupakan pelajaran yang sangat berharga bagi kita semua bahwa dengan pengelolaan ekonomi yang kurang transparan dan kurang menciptakan tumbuhnya partisipasi rakyat banyak, hanya akan melahirkan ketimpangan-ketimpangan dalam penguasaan aset nasional oleh grup-grup bisnis berskala besar, yang telah terbukti sangat rentan terhadap gangguan lingkungan dunia bisnis yang makin terbukti dan liberal. Pemusatan kekuatan ekonomi atau penguasaan aset nasional pada sekelompok anggota masyarakat tertentu dalam berbagai bentuk monopoli dan oligopoli telah menimbulkan ketimpangan dan kesenjangan sosial ekonomi.

Saat ini ekonomi Indonesia tumbuh 4,6%, sedangkan saat krismon -13,7%. Inflasi pada saat krisis 1998 mencapai 77,63% naik 7 kali lipat dari 1997 yaitu 10,31%. Kemudian membaik pada 1999 inflasi hanya 1,45%. Cadangan devisa (cadev) RI waktu krismon hanya US\$ 23,76 miliar itu pun sudah dapat bantuan dari International Monetary Fund (IMF). Kondisi saat ini sangat jauh lebih aman. Cadangan devisa kita tahun 2014 yaitu US\$ 111,86 miliar dan saat ini pada 2015 sebesar US\$ 107,55 miliar. [Dana Moneter Internasional](#) (IMF) menempatkan Indonesia pada urutan ke 9 sebagai negara dengan ekonomi terbesar di dunia. PDB Indonesia hingga akhir tahun 2014 diperkirakan mencapai US\$ 2,6 triliun. Posisi ini menggeser PDB Inggris yang hanya sebesar US\$ 2,4 triliun. Nilai ekonomi tersebut diperhitungkan sebagai hasil perbandingan daya beli barang atau jasa di suatu negara, dengan jenis barang atau jasa yang sama dengan menggunakan mata uang dolar di Amerika Serikat. Istilah ini dikenal dengan *purchasing power parity* (PPP). Contohnya, The Economist menggunakan metode perhitungan tersebut berdasarkan harga burger McDonald's atau dikenal dengan "[The Big Mac index](#)" (katadata.co.id).

Selama 10 tahun terakhir pertumbuhan ekonomi Indonesia terus dipacu. Indonesia dihormati karena *growth* (pertumbuhan) rata-rata 6%. Di antara 20 negara terbesar dunia masuk peringkat tiga di bawah China dan India. Ekonomi Indonesia masih bisa tumbuh cukup tinggi, yaitu 4,7% di semester I-2015, di tengah melambatnya ekonomi global. Pertumbuhan ekonomi Indonesia ini termasuk [tiga besar](#) di negara-negara G20. Kelompok Ekonomi Utama alias G20 adalah kelompok 19 negara

dengan perekonomian besar di dunia ditambah dengan Uni Eropa. Kelompok ini dibentuk tahun 1999 sebagai forum untuk menghimpun kekuatan-kekuatan ekonomi negara maju dan berkembang membahas isu-isu penting perekonomian dunia.

Trend pertumbuhan ekonomi yang sangat bagus ini berkat peran serta masyarakat Indonesia pada umumnya dan khususnya sektor bisnis UMKM yang terbukti memiliki daya tahan tinggi dalam menghadapi krisis ekonomi. Bercermin dari pengalaman krisis, pemerintah saat ini sangat aktif memberikan kemudahan pada sektor UMKM. Pemerintah akan menerbitkan Peraturan Pemerintah (PP) yang mengatur proses kemudahan pendirian PT bagi pelaku usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM). Dimana pemerintah memperingan syarat pendirian perseroan terbatas (PT) bagi para pelaku usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM). Syarat makin mudah karena modal dasar pendirian PT dikecualikan bagi pengusaha kecil ini. Selama ini, aturan mensyaratkan modal dasar pendirian PT ditetapkan minimal Rp 50 juta. Dengan adanya peraturan pemerintah ini diharapkan dapat mendorong laju perkembangan bisnis yang pada akhirnya tentunya dapat meningkatkan kesejahteraan dan perputaran ekonomi.

Selain itu pemerintah akan memangkas proses pengurusan izin usaha bagi para pelaku usaha mikro kecil menengah (UMKM). Pemangkasan tersebut rencananya akan dilakukan dengan merevisi Peraturan Presiden No. 98 Tahun 2014 tentang Izin Usaha Mikro Kecil Menengah. Melalui revisi tersebut pelaku usaha yang mau membuka UMKM tidak perlu lagi mengurus izin usaha. Mereka nantinya hanya perlu mendaftarkan usahanya. Dengan adanya perubahan proses itu, pelaku UMKM tidak akan perlu lagi mengurus ijinnya harus melewati camat, walikota/bupati. Dengan hanya pendaftaran, pengusaha UMKM hanya butuh waktu sejam guna memulai usaha. Walaupun hanya dengan tanda daftar saja, keberadaan UMKM dengan pemangkasan ijin tersebut tetap legal dan sudah bisa operasi.

LANGKAH-LANGKAH DALAM MEMULAI USAHA

Semakin banyak berita [kisah sukses pengusaha](#) muda telah [mendorong](#) banyak orang untuk [memulai](#) berniaga. Pertumbuhan [pendirian](#) usaha [baru](#) tumbuh meningkat, hal ini tentunya sangat menggembirakan bagi pemerintah. Harapannya dengan bertumbuhnya sektor kewirausahaan akan memberikan peluang penempatan sektor [ketenaga kerjaan](#). Tentunya hal ini dapat menekan laju pertumbuhan [pengangguran](#) dan dengan terbukanya lapangan pekerjaan akan menggerakkan roda ekonomi.

Pertumbuhan sektor usaha yang tumbuh bagaikan jamur dimusim penghujan, dengan banyaknya lompatan dari kaum muda yang memilih sektor wiraniaga dan juga eks karyawan yang memutar haluan untuk memulai bisnis mereka sendiri. Banyak diantara mereka berakhir dengan kegagalan, jalan ini membutuhkan banyak kerja keras, dan ekstra kesabaran serta keuletan. Tetapi bagi mereka yang bertahan hidup, manfaat kewirausahaan yang layak dapat mereka rasakan dan gerbang menuju kesuksesan pun terbuka.

Percaya dan yakinlah dengan berniaga Anda akan memperoleh banyak manfaat, bukan saja diukur dari segi ekonomi namun juga moril. Pikirkan apakah Anda sudah siap untuk memulai bisnis pertama Anda? Langkah apa saja yang harus Anda lakukan untuk mewujudkannya?.

1. Miliki Ide

Setiap bisnis baru dimulai dengan sebuah ide. Sebuah ide senantiasa datang tiba-tiba bagaikan sebuah kilat apabila tidak kita tangkap dengan cepat maka ide itu akan segera hilang. Tuangkan ide tersebut dalam sebuah tulisan dan pikirkan bagaimana mewujudkan ide tersebut dalam nyata. Dimanapun minat Anda, itu hampir dijamin bahwa ada cara untuk mengubahnya menjadi sebuah bisnis. Pilihan lain adalah untuk membuka [franchise](#) dari sebuah perusahaan. Jika Anda memilih hal ini, konsep, merek berikut model bisnis sudah dalam satu paket, yang Anda butuhkan tinggal lokasi yang baik dan sarana untuk mendanai operasi Anda. Setelah Anda mempersempit daftar ide-ide, kemudian lakukan pencarian cepat untuk perusahaan yang ada dalam industri yang Anda pilih. Pelajari siapa pemimpin kompotitor yang bermain saat ini, dengan mengetahui hal itu Anda dapat melakukan bisnis Anda dengan lebih baik. Jika Anda berpikir bisnis Anda dapat memberikan sesuatu yang perusahaan lain tidak (atau memberikan hal yang sama, tapi lebih cepat dan lebih murah), Anda kini punya ide yang solid dan siap untuk membuat rencana bisnis.

David Silverstein, seorang konsultan bisnis global dan CEO dari perusahaan konsultan strategi operasional BMGI, memperingatkan calon pengusaha dalam memulai bisnis: *"Anda membutuhkan model bisnis yang layak, bukan hanya sebuah ide"*. Menurut Silverstein, sebuah bisnis tidak hanya didasari oleh sebuah ide yang sederhana. Seorang pebisnis harus dimulai dengan masalah, menyelesaikan masalah tersebut dan melakukan sesuatu yang lebih baik. Tahu solusi Anda dan pelanggan di dalam dan luar. Pastikan Anda bergairah tentang apa yang Anda mulai karena Anda akan menghabiskan seluruh waktu Anda dengan itu.

2. Membangun rencana bisnis

Sekarang pastikan bahwa Anda memiliki ide, ada beberapa pertanyaan penting yang perlu Anda tanyakan pada diri Anda. Apa tujuan bisnis Anda? Siapa sasaran konsumen Anda? Apa tujuan akhir Anda? Bagaimana Anda akan membiayai biaya awal bisnis Anda? Semua pertanyaan ini dapat dijawab dalam rencana bisnis yang ditulis dengan baik. Sebuah rencana bisnis membantu Anda mengetahui di mana perusahaan Anda akan dibawa, bagaimana mengatasi kesulitan potensial, dan apa yang Anda butuhkan untuk mempertahankan itu.

Apakah bisnis Anda dan bagaimana Anda akan mencapai tujuan akhir (goal getter) Bagaimana Anda akan mengisi kebutuhan pasar Anda? Penelitian Anda pada target pasar, organisasi dan manajemen perusahaan Anda. Layanan atau lini produk, termasuk informasi hak cipta dan kegiatan R & D. Strategi untuk penetrasi pasar dan pertumbuhan. Perkiraan biaya dan permintaan dana (jika Anda memerlukan bantuan keuangan).

3. Menilai keuangan Anda

Memulai bisnis apapun memiliki harga, sehingga Anda perlu menentukan bagaimana Anda akan menutupi biaya tersebut. Apakah Anda memiliki sarana untuk mendanai startup Anda, atau Anda perlu meminjam uang? Jika Anda berencana untuk membuat pekerjaan penuh waktu pada bisnis baru Anda, adalah bijaksana untuk menunggu sampai Anda memiliki setidaknya beberapa uang disimpan untuk biaya startup dan untuk mempertahankan diri di awal sebelum Anda mulai membuat keuntungan.

Sementara banyak pengusaha menaruh uang mereka sendiri ke perusahaan baru mereka, itu sangat mungkin bahwa Anda akan memerlukan sedikit (atau banyak) dari bantuan keuangan tergantung pada jenis bisnis yang Anda mulai. Pinjaman komersial melalui bank adalah titik awal yang baik, meskipun ini sering membuat kesulitan manakala usaha belum menghasilkan namun jatuh tempo cicilan pinjaman sudah menanti. Jika Anda tidak dapat mengambil pinjaman bank, Startups membutuhkan lebih banyak dana untuk beberapa bulan ke depan sampai usaha telah mendapatkan profit. Hal ini harus menjadi bahan pertimbangan yang matang sebelum melangkah dalam memulai sebuah usaha. Pikirkan dan cari solusi agar Anda dapat bertahan dalam situasi yang sulit dikala awal merintis sebuah usaha. Bukan saja dukungan dana yang Anda butuhkan dalam merintis sebuah usaha namun dukungan atau support dari orang-orang yang Anda sayangi sangat di butuhkan sebagai stimulus bagi Anda dalam menjalankan babak baru didunia yang baru.

4. Menentukan struktur bisnis yang legal

Sebelum Anda dapat mendaftarkan perusahaan Anda, Anda perlu memutuskan apa jenis usaha Anda. Struktur bisnis Anda secara hukum mempengaruhi segala sesuatu dari bagaimana Anda mengajukan pajak Anda untuk tanggung jawab pribadi Anda jika terjadi kesalahan.

Jika Anda memiliki bisnis sepenuhnya oleh diri sendiri dan berencana untuk bertanggung jawab atas semua hutang dan kewajiban, Anda dapat mendaftar untuk kepemilikan tunggal. Kemitraan, seperti namanya, berarti bahwa dua atau lebih orang yang bertanggung jawab sebagai pemilik usaha.

Azas legalitas sebuah usaha sangat penting, ini akan memudahkan Anda manakala terjadi kontrak kerja dengan pemberi kerja. Dalam hal mengajukan permohonan kredit modal kerja atau kredit usaha ke perbankan akan menjadi lebih mudah. Dengan adanya legalitas usaha Anda, akan menjadi pertimbangan awal bagi setiap calon customer Anda, mereka akan merasa nyaman dan aman dalam mengikat kemitraan dengan Anda.

Jika Anda ingin memisahkan tanggung jawab pribadi Anda dari tanggung jawab perusahaan Anda, Anda mungkin ingin mempertimbangkan membentuk sebuah perusahaan. Hal ini membuat bisnis yang terpisah dari pemiliknya dan karena itu, perusahaan dapat memiliki properti, mengasumsikan kewajiban, membayar pajak, masuk ke dalam kontrak, menuntut dan dituntut seperti individu lain.

5. Membangun tim Anda

Kecuali Anda berencana untuk menjadi pemilik tunggal dan karyawan dari bisnis Anda, Anda akan perlu untuk menyewa sebuah tim yang bagus untuk mendapatkan perusahaan Anda cepat tumbuh dan berkembang. Joe Zawadzki, CEO dan pendiri MediaMath, mengatakan pengusaha harus fokus pada "orang" dari unsur bisnis mereka dengan memberi perhatian yang sama kepada mereka dan produk yang di hasilkan.

Pengusaha cenderung pertama kali fokus pada produk-pasar, ini penting untuk memastikan produk Anda di pasar, tetapi produk Anda juga dibangun oleh orang-orang bukan hanya mesin. Mengidentifikasi tim work dan memahami apa ada kesenjangan dan menentukan bagaimana serta kapan Anda akan mengatasi mereka harus menjadi prioritas utama. Mencari tahu bagaimana tim akan bekerja bersama-sama adalah sama pentingnya. Mendefinisikan peran dan tanggung jawab,

pembagian kerja, cara memberikan umpan balik, atau bagaimana bekerja bersama-sama dalam sebuah tim.

6. Merek sendiri dan mengiklankan

Ide startup besar tidak akan melakukan apapun yang baik jika orang tidak tahu tentang hal itu. Sementara masih ada banyak nilai dalam sebuah iklan, Anda akan perlu melakukan lebih dari sekedar memberitahu lingkaran sosial Anda bahwa Anda memulai bisnis. Sebelum Anda mulai menjual produk atau jasa Anda, Anda perlu untuk membangun merek Anda sehingga terjadi lompatan dalam bisnis. Sebuah merek menjadi tanda bagi usaha Anda untuk dikenal di pasar.

Sebuah situs web perusahaan dan profil media sosial praktis penting untuk setiap usaha kecil di dunia saat ini. Membuat logo yang dapat membantu orang dengan mudah mengidentifikasi merek Anda dan konsisten dalam menggunakannya di semua platform Anda. Menggunakan media sosial untuk menyebarkan berita tentang perusahaan baru Anda. Anda bahkan dapat menggunakannya sebagai alat promosi untuk menawarkan kupon dan diskon untuk pengikut setelah Anda memulai bisnis. Pastikan untuk menjaga aset-aset digital up-to-date dan relevan, konten yang menarik tentang bisnis dan industri juga.

7. Mengembangkan bisnis Anda

Peluncuran dan penjualan pertama hanya awal tugas Anda sebagai pengusaha. Dalam rangka untuk membuat keuntungan dan tetap bertahan, Anda selalu harus mengembangkan bisnis Anda. Ini akan membutuhkan waktu dan usaha, tetapi yakin Anda akan sukses dari bisnis Anda.

Berkolaborasi dengan merek yang lebih mapan dalam industri Anda adalah cara yang bagus untuk mencapai pertumbuhan. Menjangkau perusahaan lain atau bahkan blogger berpengaruh dan meminta beberapa promosi dalam pertukaran untuk sampel produk gratis atau layanan. Bermitra dengan organisasi amal dan relawan beberapa waktu untuk mendapatkan nama Anda di luar sana. Ada juga banyak alat teknologi besar yang tersedia untuk membantu usaha kecil mencapai tingkat pertumbuhan.

Bab II. MEMILIKI IDE AWAL SEBUAH BISNIS

Ide terkadang muncul melalui sebuah jalan yang sederhana yang tidak pernah terbayangkan sebelumnya. Ide yang rumit biasanya jarang berhasil, sumber ide ada disekitar kita bahkan dalam rumah pun Anda bisa mendapatkan ide. Kenyataannya sebuah ide muncul dari masalah yang dihadapi, hingga memunculkan sebuah alat bantu dalam menyelesaikan masalah yang dihadapi. Lebih sering Anda mengamati sekeliling Anda akan lebih cepat bagi Anda menemukan sebuah ide.



Bayangkan betapa sempitnya dunia ini jika tidak ada orang yang memiliki ide besar. Kita masih akan berkomunikasi dengan mengerang dan mendengkur, mencari tempat berlindung di bawah akar pohon, serta mengais-ngais mencari makan. Untunglah salah seorang nenek moyang kita berpikir besar dan melindungi dirinya dengan kulit hewan, yang lainnya membuat rumah primitif, ada juga yang tetap tinggal di tempat dan bercocok tanam karena tidak ingin berpindah-pindah tempat sesuai musim.

Jutaan tahun kemudian Ralph Lauren berpikir besar, memasang logo pada kulit binatang tersebut, dan mendirikan Polo, kerajaan mode dengan penjualan tahunan sebesar \$5 miliar. William levit berpikir besar, mendirikan levittown (membangun pinggiran kota), dengan cepat ia dapat membangun 35.000 rumah kecil, dan mendapatkan keuntungan bersih \$60 juta. Kembali ke tahun 1867, Alva Kinney berpikir besar dengan menjual makanan kemasan dan lahirlah ConAgra, perusahaan dengan penjualan tahunan \$15 miliar.

Berpikir besar akan menghasilkan kemajuan, pembangunan, dan keberhasilan usaha. Ada pemikir besar di balik pesawat ulang alik, gedung pencakar langit, komputer, lini perakitan, hamburger cepat saji, dan setiap lompatan besar di belakang ilmu pengetahuan. Pasar juga memberi imbalan pada banyak pemikir besar. Bill Gates, Warren Buffet, dan Sam Walton, semuanya menantang kebijaksanaan umum, berpikir besar, mengubah dunia, dan memiliki kekayaan lebih dari \$10 miliar.

Setiap tahun jutaan bisnis baru dimulai di dunia. Ada yang memulai dengan berkantor di rumah. Ada juga yang mengumpulkan modal dari mitra dan teman untuk mencapai mimpinya. Orang lain mendirikan perusahaan manufaktur atau penyedia jasa yang memperkejakan ribuan orang. Dalam setiap bisnis baru terdapat dua hal yang pasti: Ada pemikiran besar sebelum membuat keputusan besar dan tidak ada satu bisnis pun yang didirikan untuk gagal. Sayangnya, berdasarkan

tingkat kesuksesan yang ada,berpikir besar memiliki peranan kecil dalam kesuksesan bisnis.

Empat Tipe Pemikiran dan Tindakan

Bukti pemikiran besar terdapat pada setiap keberhasilan usaha manusia. Namun, berpikir besar tanpa tindakan yang tepat hanya menghasilkan kegagalan. Ada empat tipe pemikiran dan tindakan (eksekusi) yang tersedia bagi setiap pemimpin dan perusahaan. Setiap perusahaan yang mencapai laba secara konsisten di atas rata-rata, semua kinerja keuangan jangka panjangnya hanya masuk ke dalam satu dari empat kategori yang ada.

Berpikir Kecil Betindak Kecil, perusahaan yang masuk dalam kategori ini adalah perusahaan keluarga yang kecil, perusahaan di mana ambisinya adalah memberi penghasilan bagi pemilik atau perusahaan yang dengan putus asa mencoba mempertahankan kejayaan masa lalu. Mereka tidak bersedia berinvestasi dalam bisnis mereka, mungkin karena kebutuhan atau sifatnya, mereka melihat sesuatu hanya dengan kacamata “murah”.

Usaha ini akan bertahan jika memiliki ceruk pasar khusus atau sedang terjadi kelangkaan dalam pasar. Jika kedua hal tersebut tidak terjadi, perusahaan ini akan hilang, ketika manajemennya pensiun atau meninggal dunia atau ketika customer mendapatkan penawaran yang lebih baik. Orang-orang yang berpikir kecil dan bertindak kecil tidak membahayakan bagi orang lain kecuali bagi perusahaannya sendiri.

Berpikir Kecil Betindak Besar, karena mereka jarang memiliki ide yang orsinil, tipe ini suka menyampaikan keberhasilan masa lalunya secara berlebihan dan memberi opini tanpa diminta mengenai menjalankan bisnisnya. Mereka senantiasa membeberkan kejahatan “usaha” lain. Namun, tak sekalipun mereka mengoptimalkan potensi ekonominya, mereka tetap saja menyalahkan kondisi di luar. Jika tidak dianggap serius, orang yang termasuk kelompok ini umumnya tidak membahayakan pesaing, hanya saja pembicaraan mereka cukup membosankan.

Berpikir Besar Betindak Besar, tipe kelompok ini adalah mereka memiliki ide besar sebagai amunisi, mereka menjanjikan hasil yang menakjubkan, dan kemudian terjadi sesuatu yang membuat mereka menghilang. Berawal di kantor mewah penuh eksekutif muda, asisten, dan sebagainya yang menciptakan hirarki yang rumit. Mereka lebih banyak bicara dari pada bertindak alias NATO (Nothing Action Talking Only), strategi diceritakan dengan kesombongan. Dan ternyata angka penjualan dinaikan, laba ditulis terlalu besar, harga saham dimanipulasi, dan uang perusahaan hilang.

Orang yang berpikir besar dan bertindak besar cukup berbahaya bagi karyawannya (karyawan akan dipecat ketika pemikir besar mulai melindungi dirinya), pemasok (tidak akan mendapat bayaran saat perusahaan dinyatakan bangkrut oleh pengadilan), dan pemegang saham (investasinya lenyap begitu saja).

Berpikir Besar Bertindak Kecil, inilah orang dan perusahaan yang memahaminya dengan benar. Kinerja keuangan jangka panjang yang konsisten membedakan mereka dengan yang lain. Pemikiran besar mereka didasarkan pada ide besar asli, benar-benar memecahkan masalah customer, membuatnya lebih baik, atau menciptakan nilai.

Mereka tidak memanfaatkan perusahaan sebagai mesin uang dan tetap bersikap rendah hati. Mereka terus bekerja dekat dengan customer dan memahami bahwa perusahaan tidak akan memiliki masa depan jangka panjang kecuali jangka pendeknya terpenuhi.

Mereka siap membuang metode yang tidak berhasil, mengajak setiap orang berpikir dan bertindak seperti pemilik, dan terus-menerus mendirikan usaha baru, menyediakan solusi menang-menang untuk customer. Dengan hati-hati mereka memilih arena persaingan, bekerja tanpa kenal lelah untuk membangun komunitas penggemar, dan tantangan terbesar mereka adalah membantu menyiapkan pemimpin masa depan. Orang dan perusahaan yang berpikir besar dan bertindak kecil sangat baik sebagai karyawan, vendor dan pemasok, pemegang saham dan komunitas

BEBERAPA TEMPAT YANG DAPAT MEMBERIKAN INSPIRASI

Semua usaha kewirausahaan sukses memiliki satu kesamaan: Mereka memecahkan suatu masalah tertentu. Apakah mereka mengisi celah di pasar atau memperbaiki apa yang sudah ada di luar sana, ide bisnis yang baik dapat menunjukkan kemampuan unik dalam mengatasi masalah. Jika Anda telah memeras otak Anda mencari cara dalam memulai bisnis sendiri tetapi tidak menemukan juga, Anda mungkin hanya perlu perubahan pandangan. Anda tidak pernah tahu di mana inspirasi akan datang, sehingga bangun dan menjelajahinya, ada beberapa tempat untuk menemukan pemecah masalah yang Anda hadapi.

Melalui Smartphone Anda. Banyak aplikasi yang sudah diciptakan dan dibangun dalam smartphone Anda, tetapi apakah aplikasi tersebut sesuai dengan keinginan Anda? Atau mengalami kemungkinan tidak dapat berjalan sempurna? Mungkin Anda menemukan “problem” yang orang lain juga rasakan. Bingo! Anda

mendapatkan ide untuk menambah fitur baru dan memperbaiki aplikasi tersebut menjadi lebih baik lagi.

Mesin pencari. Jika Anda pernah melakukan pencarian Internet lengkap untuk item tertentu yang tidak juga mendapatkan hasil, Anda memiliki tiga pilihan: puas dengan sesuatu yang cukup dekat, menyerah seluruhnya atau melakukannya sendiri. Jika Anda adalah tipe orang yang memilih metode untuk memberikan pelayanan terbaik, Anda memiliki kesempatan untuk mengubah frustrasi menjadi bisnis yang menguntungkan. Periksa forum untuk melihat apakah orang lain mencari produk yang sama, dan kemudian membuka toko online untuk menjual kepada mereka. Ini juga dapat bekerja dengan baik untuk bisnis berbasis layanan khusus.

Media sosial. Jika ada satu hal yang orang ingin lakukan di media sosial, itu menyuarakan keluhan mereka tentang kehidupan sehari-hari. Sebagian besar waktu, jenis update yang biasa (dan mungkin sedikit mengganggu), tetapi jika Anda memberikan perhatian yang cukup dekat dengan hashtags mereka dan update status, Anda mungkin mulai melihat beberapa pola yang muncul. Mencari frase seperti, "*Mengapa tidak ada ...*" atau, "*Saya berharap ada ...*" - Anda mungkin dapat menawarkan sebuah solusi.

Ulasan secara online. Seperti media sosial, orang senang berbicara tentang produk yang mereka sudah beli dan tempat-tempat yang pernah mereka kunjungi di situs seperti Amazon, Google dan Yelp. Sebagian besar konsumen akan membaca dan menggunakan ulasan negatif untuk menentukan apakah mereka harus menghindari produk atau pembentukan, dan kerugian yang perusahaan bisa menjadi keuntungan bagi Anda. Lihat apa yang orang keluhkan tentang hal itu, dan mencoba untuk datang dengan ide bisnis yang akan memperbaiki masalah.

Sekitar Rumah Anda. Lihatlah di sekitar rumah atau apartemen. Apa ada beberapa hal yang membuat Anda frustrasi ditemui di sana? ventilasi udara berdebu? Sebuah kamar mandi berantakan? daun berserakan di halaman Anda? Jika Anda melihat hal-hal ini di rumah Anda sendiri, ada kesempatan baik orang lain mengalami

masalah yang sama. Dengan meluncurkan layanan bisnis di rumah, Anda dapat membantu orang lain mengurus pekerjaan rumah tangga yang memakan waktu ini.

Lingkungan Anda. Orang-orang yang tinggal di dekat Anda dapat menjadi inspirasi besar untuk ide-ide bisnis. Pikirkan tentang demografi lingkungan Anda atau masyarakat setempat. Jika kota Anda memiliki banyak orangtua yang bekerja, layanan yang menawarkan untuk menjalankan tugas atau memberikan perawatan anak mungkin dalam permintaan tinggi. Lingkungan dengan banyak warga senior bisa menggunakan independen pembantu rumah dan perawatan. Apakah ada banyak pemilik anjing di dekatnya? Mencoba bisnis perawatan hewan juga merupakan sebuah bisnis pelayanan yang dapat Anda lakukan.

Kantormu. Jika Anda ingin memulai bisnis paruh waktu di luar pekerjaan Anda saat ini, meminta rekan kerja apa jenis produk atau jasa yang hilang dalam hidup mereka. Mungkin orang lain dengan bisnis sampingan mencari pembukuan atau penasihat keuangan. Orang lain mungkin akan mencari untuk mendaftarkan anak-anak mereka dalam kelas seni atau musik yang terjangkau. Obrolan ringan di ruang istirahat akan memberikan setidaknya beberapa ide yang layak.

Toko. Apakah Anda seorang pecinta makanan? Melihat apa yang hilang dari rak-rak di toko kelontong, Anda bisa membantu dengan ide bisnis kuliner yang dibuat secara taking order. Selai, dipanggang dan makanan diet khusus merupakan pilihan yang baik untuk startup bisnis makanan. Atau, Anda bisa menguji kemampuan gastronomi Anda dengan bahan-bahan dari supermarket dan membuka sebuah restoran atau makanan dengan mobil khusus jualan.

Mall. Meskipun Anda mungkin tidak benar-benar membuka outlet, membaca dengan teliti lokal mal Anda mungkin memberi Anda beberapa ide untuk bisnis Anda sendiri. Anda bisa meluncurkan lini kosmetik alami buatan sendiri untuk menyaingi produk-produk yang berbahan campuran kimia, toko baju online untuk menghasilkan sesuatu yang berbeda dari item lama yang sama di setiap jendela toko pakaian atau toko kerajinan online untuk menawarkan alternatif pribadi untuk pernik-pernik.

Perawatan sekolah atau anak Anda. Jika Anda orang tua, Anda tahu bahwa produk atau layanan yang akan membantu anak Anda. Pikirkan tentang kesenjangan yang Anda lihat di pasar, dan saat Anda menjemput anak-anak dari sekolah, meminta orangtua lain jika mereka merasakan hal yang sama. Meminta anggota keluarga atau teman-teman dengan anak-anak apa hal-hal yang mereka inginkan (atau ingin meningkatkan) tapi saat ini tidak dapat menemukan untuk anak-anak mereka. Itulah beberapa tempat yang dapat memberikan Anda beberapa gagasan dalam memulai sebuah bisnis. Ide adalah awal dari sesuatu yang mungkin sekarang Anda kenakan atau selalu Anda bawa kemanapun Anda pergi. Ide tidak datang seperti yang Anda rencanakan, tetapi ia datang secara tiba-tiba.

PIKIRKAN IDE BISNIS ANDA

Tidak yakin jika ide bisnis Anda adalah salah satu yang terbaik? Sebuah ide dengan mudah ia akan datang, dan ide tersebut Anda nilai akan memberikan keberhasilan tetapi apakah benar ide tersebut dapat membawa kesuksesan? Hal keraguan itu senantiasa muncul pada diri kita saat mendapatkan sebuah ide, itulah tantangan bagi Anda untuk dapat memastikan akan ide tersebut. Bagaimana Anda bisa tahu jika ide Anda itu bernilai? Berikut adalah tanda-tanda ide yang bernilai.

Tidak ada orang lain yang melakukannya. Ini mungkin tampak jelas, tetapi jika ada orang lain yang melakukan apa yang ide bisnis Anda temukan untuk melakukannya, Anda bisa memiliki ide yang baik di tangan Anda. Namun, apa yang ditemukan untuk menjadi indikator yang sangat baik adalah salah satu pertanyaan yang harus terus ditanyakan setelah memiliki ide bisnis adalah " Mengapa belum ada? "

Orang lain melakukannya, tapi tidak seperti ini. Membuat ide baru dari pasar yang sudah ada dengan cara Anda sendiri, misalnya bisnis baju online. Kenapa tidak Anda menambahkan ide yang baru untuk memulai bisnis tersebut dengan cara promosi, penempatan produk dan bingkai kemasan yang unik dan berbeda dengan yang sudah ada.

Ini memecahkan masalah. Membuat ide bisnis yang memberikan solusi pada permasalahan yang dihadapi oleh customer. Banyak bisnis menemukan keberhasilan dengan melakukan sesuatu yang sangat lurus ke depan: memecahkan masalah orang lain. Ketika Anda memiliki ide bisnis yang besar dengan melihat masalah yang orang lain tidak melihat, dan Anda tahu bagaimana memecahkan masalah serta solusinya, bangunlah ide tersebut menjadi sebuah bisnis yang nyata. Anda dapat belajar disini TeacherOn , sebuah platform online yang menghubungkan guru dan tutor dari seluruh dunia dengan siswa yang membutuhkan bantuan mereka.

Mengisi ceruk Pasar. Jika ide Anda untuk bisnis memecahkan masalah yang sangat spesifik dan hanya untuk kelompok orang tertentu - Anda mungkin telah mengarah ke sesuatu yang besar. Bisnis yang melayani segmen kecil dari populasi perlu memastikan bahwa ada cukup banyak orang di luar sana untuk membeli barang atau jasa yang ditawarkan. Tapi dengan menekan ke dalam demografis tertentu, calon pemilik bisnis dapat menemukan pasar yang belum dimanfaatkan.

Orang yang tidak tahu mengatakan itu ide yang baik. Salah satu cara sederhana untuk mengetahui apakah ide bisnis Anda bernilai adalah meminta orang - khususnya, orang-orang yang tidak tahu - apakah mereka pikir itu ide yang baik. Beberapa cara sederhana untuk menguji ide Anda pada publik? Kontak teman-teman untuk mendapatkan opini yang berimbang tentang produk atau layanan Anda. Atau membuat survei online atau di atas kertas dan meminta berbagai orang untuk berpartisipasi.

Orang yang Anda percaya mengatakan itu ide yang baik. Jika Anda tidak tahu lima orang yang dapat Anda percaya untuk memberikan pendapat jujur, Anda mungkin ingin mencoba strategi yang berbeda. Banyak pengusaha menguji ide-ide baru mereka di pameran dagang atau acara konsumen. Pameran ini untuk bisnis dalam industri yang spesifik dalam rangka menarik calon pelanggan yang dapat memberikan umpan balik yang berharga tentang produk atau layanan Anda.

Sangat mudah untuk memahami. Strategi ini selanjutnya untuk menguji ide bisnis Anda perlu sedikit penjelasan: jika ide Anda mudah dimengerti, kemungkinan itu lebih mungkin untuk berhasil dengan calon pelanggan atau investor. Jeff Harmon, presiden Brilliance Within Coaching, percaya bahwa ide-ide bisnis yang baik adalah sebuah ide yang masuk akal. Harmon mengatakan ia mencari satu hal ketika klien mendekatinya dengan ide bisnis baru: Sebuah kejelasan!. Mampu menjawab pertanyaan tentang apa bisnis Anda dan mengapa itu ada di tempat pertama adalah indikasi yang baik bahwa ide Anda mungkin akan sukses.

Hati Anda di dalamnya. Siapa pun yang pernah memulai bisnis dapat memberitahu Anda bahwa, sebelum meluncurkan sebuah usaha baru, Anda akan perlu menguji beberapa hal. Apa laba atas investasi? Apa pangsa pasar potensial Anda?. Namun, bila Anda menentukan mengejar ide Anda untuk bisnis baru, Anda harus menggunakan lebih dari yang Anda pikirkan. Anda juga harus menggunakan hati Anda.

CARA TEST IDE BISNIS SEBELUM DILUNCURKAN

Apakah Anda memiliki ide untuk "hal besar berikutnya"? Anda mungkin berpikir ide Anda sempurna, adalah sangat bijak untuk mengujinya, sebelum Anda menghabiskan banyak waktu dan uang dalam mengembangkan bisnis atau produk yang tidak ada pasar. Berikut adalah beberapa langkah untuk membantu Anda

memastikan produk Anda adalah sesuatu yang pasar inginkan, sebelum Anda memulai.

Menunggu Pertama; kemudian membangun prototipe atau tes layanan.

Meskipun Anda sangat gembira tentang ide bisnis baru Anda, Anda mungkin ingin menunggu beberapa saat sebelum pengujian itu. Ide yang bertumpuk dalam pikiran Anda dan dituangkan dalam sebuah salinan adalah hal yang sangat baik dilakukan. Selanjutnya Anda pilah dan pikirkan mana yang sesuai dengan gairah Anda, jangan terburu-buru mengambil kesimpulan, diamkan beberapa saat dan cari titik yang satu klik dengan gairah Anda.

Membangun produk edisi khusus.

Sebuah produk yang layak minimum, atau MVP, adalah bentuk sederhana dari ide Anda bahwa Anda benar-benar dapat menjual produk. Gunakan prinsip-prinsip [Lean Six Sigma](#), untuk menguji produk dipasar. Adalah sebuah awal dalam proses pembangunan sehingga setiap puncak atau perubahan dalam menanggapi umpan balik yang nyata dari target audiens.

Jalankan oleh sekelompok kritikus.

Bila Anda memiliki prototipe atau tes layanan yang siap, bawa ke target pelanggan potensial Anda. Lakukan survei setidaknya ke 50 pelanggan potensial, untuk melihat apakah mereka mengidentifikasi masalah dengan cara yang sama dengan yang Anda lakukan. Namun, untuk benar-benar menempatkan ide bisnis baru Anda dalam pengujian, pilih 50 calon klien Anda atau pelanggan dengan hati-hati.

Membuat Website Untuk Pengetesan.

Setelah produk atau layanan dibuat, tentunya target pasar membutuhkan tempat untuk mendapatkan informasi lebih lanjut tentang hal itu dan untuk menunjukkan kepada teman-teman mereka. Membangun sebuah website sederhana dan menggunakan media sosial adalah alat yang ideal untuk memberikan informasi dan memantau berapa banyak orang yang tertarik pada apa yang Anda jual.

Buat rencana pemasaran dan menggunakannya.

Semua pekerjaan Anda tidak akan berarti apa-apa jika Anda tidak melakukan tindakan yang cukup untuk mendapatkan ukuran respon yang baik. Setelah Anda memiliki produk yang layak, Anda harus mampu untuk bertindak atas kepentingan di dalamnya. Jika Anda melakukan ini, Anda akan memiliki data tentang produk Anda, Anda akan tahu siapa yang tertarik di dalamnya, apa strategi pemasaran bekerja dan tidak bekerja, dan bagaimana Anda dapat meningkatkan, yang semua langkahnya berharga dalam mendapatkan ide Anda dan bisnis Anda menjadi lebih terarah.

BAGAIMANA MELUNCURKAN IDE DALAM PRODUK

Setiap produk yang keluar di pasar saat ini dimulai dari sebuah ide di kepala seseorang. Dari platform perangkat lunak hingga gadget yang kini Anda genggam, dan sebagian besar barang yang Anda miliki semuanya berawal dari sebuah ide dan akhirnya dikembangkan menjadi apa yang sekarang ada. Jalan dari konsep sebuah produk menjadi yang sekarang dapat Anda lihat dan miliki, semua itu melalui sebuah proses yang panjang serta melalui berbagai rintangan. Anda dapat menempatkan diri pada jalur untuk membawa penemuan Anda ke pasar. Inilah hal yang perlu Anda ketahui untuk memulai.

Apa yang perlu Anda lakukan. Mengubah ide Anda menjadi kenyataan adalah sedikit lebih rumit dari sekedar menyerahkan desain Anda ke produsen atau pengembang dan menunggu keuntungan untuk semua itu.

Riset pasar. Sebelum Anda menghabiskan banyak waktu dan uang dalam menciptakan sebuah produk, Anda harus tahu apakah ada orang akan membelinya. Lihatlah apa yang ada di luar sana dan seberapa jauh kompetisi yang akan dihasilkan. Apakah produk yang mirip dengan ide Anda ada, dan jika demikian, di mana mereka dijual dan siapa yang membeli produk tersebut? Menjawab pertanyaan-pertanyaan ini akan memberi Anda gambaran tentang target pasar Anda, serta apa yang Anda perlu lakukan secara berbeda dibandingkan dengan pesaing Anda.

Penelitian paten. Akan desain Anda apakah melanggar hak cipta orang lain atau kekayaan intelektual? Jika Anda memiliki pertanyaan atau ingin memastikan penemuan Anda adalah legal bagi Anda untuk membuat dan menjual, berkonsultasi dengan seorang yang mengkhususkan diri dalam hak paten dan hukum adalah sangat bijak untuk dilakukan.

Mengembangkan prototipe. Setelah Anda menemukan pasar Anda dan memastikan bahwa jalur hukum Anda jelas, saatnya untuk mulai membawa ide

Anda membuahkan hasil. Sebuah prototipe yang baik dapat sebagai dasar gambaran atau diagram, atau sebagai kerangka kerja, untuk menghasilkan sebuah produk profesional.

Pada titik ini, Anda harus memutuskan apakah Anda akan memiliki produk Anda diproduksi atau berlisensi. Hal ini berarti Anda akan membuat dan menjual produk Anda sendiri (termasuk membayar pihak ketiga untuk memproduksi produk Anda); yang terakhir berarti Anda akan menjual hak ke perusahaan lain untuk membuatnya, menggunakan dan menjual produk Anda, memberikan yang tepat dalam pertukaran untuk biaya lisensi dan pembayaran royalti.

Tantangan menciptakan

Sukses di dunia inovasi semua tentang mendapatkan waktu Anda dengan tepat. Jika Anda menunggu terlalu lama, orang lain akan memanfaatkan ide serupa dan menangkap niche yang sudah Anda siapkan. Di sisi lain, jika penemuan Anda adalah yang pertama dari jenisnya, pasar mungkin belum siap - dan Anda harus berjuang dengan perjuangan yang berat dalam mengukir tempat untuk produk Anda.

Henry Helgeson, CEO dan co-founder dari **Cayan**, pernah menghadapi masalah ini. Sebagai perusahaan teknologi mobile berbayar pada tahun 2011, beberapa tahun sebelum mobile berbayar menjadi mainstream. Untuk startups, ia menyarankan ketekunan, untuk maju dari pesaing agar Anda tidak ketinggalan dalam pasar yang tersedia. Jika Anda berada di akhir, Anda harus melihat pada persaingan dan memutuskan apakah itu sesuatu yang Anda ingin melanjutkan, akan lebih baik jika Anda menuju arah lain dengan penemuan Anda.

Tantangan besar lain untuk penemu adalah mencari tahu bagaimana produk mereka mendapatkan tempat di publik. Ini mungkin menjadi sesuatu yang harus Anda pertimbangkan pada awalnya - ide Anda mungkin menjadi besar, tetapi tanpa rencana pemasaran, tidak akan ada yang tahu tentang hal itu.

Nicole Lininger, direktur komunikasi perusahaan di **InventHelp**, sebuah perusahaan layanan penemu, mengatakan bahwa banyak pengusaha yang baru memulai tidak memiliki anggaran iklan yang besar untuk mempromosikan penemuan mereka. Tapi itu tidak harus menjadikan mereka pesimis karena masih ada jalan promosi yang murah dalam menjalankannya, mulailah memasarkan [melalui media sosial](#), yang hemat biaya dengan jangkauan yang luas.

Bab. III. MEMBUAT RENCANA BISNIS SEDERHANA

DEFINISI

Menyiapkan rencana bisnis merupakan hal penting untuk memastikan kesuksesan bisnis. Rencana bisnis merupakan peta terperinci yang menunjukkan bagaimana bisnis akan dijalankan dan tindakan mengidentifikasi masalah potensial jauh sebelum masalah itu terjadi.



Rencana bisnis atau yang disebut business plan memuat informasi-informasi penting tentang bisnis yang akan dijalankan antara lain: maksud bisnis, gambaran bisnis anda, rumusan pasar dan program pemasarannya, persiapan teknis operasionalnya, manajemennya serta aspek keuangannya.

Terlepas apakah akan menjalankan bisnis yang telah mapan atau bisnis yang baru akan didirikan, tetap saja rencana bisnis itu perlu untuk mengilustrasikan bagaimana wirausaha akan mencapai tujuan, mengukur kinerja, memonitor kemajuan, dan membuat rencana masa depan.

Kegunaan perencanaan bisnis adalah untuk mengetahui gambaran bisnis Anda, sehingga dapat diketahui perkiraan kebutuhan, modal, dan alur operasional serta target pencapaian usaha. Selain itu perencanaan usaha dapat memandu Anda dalam menjalankan usaha serta menjadikan Anda lebih fokus dalam berbisnis dan tentunya jalan Anda semakin terarah.

FORMAT SEDERHANA RENCANA BISNIS

Banyak sekali format dan ragam template dalam pembuatan rencana bisnis, di internet Anda dapat menemukan beberapa template gratisan hingga yang berbayar. Dengan adanya format dalam pembuatan rencana bisnis dapat dikatakan juga sebagai kerangka berpikir Anda dalam menyusun sebuah rencana bisnis yang terarah. Dibawah ini disajikan format rencana bisnis sederhana.

Ide bisnis jenis usaha pilihan

Pada awal perencanaan bisnis, tuliskan jenis usaha Anda dengan namanya dan keterangan singkat mengenai usaha

Alasan yang melandasi pemilihan bisnis

Alasan yang membuat Anda memilih bisnis ini, seperti memiliki keahlian, visi misi, menemukan peluang, melihat prospek masa depan, dan sebagainya.

Apa yang akan dijual

Menerangkan produk yang hendak dijual secara terperinci, contohnya: makanan, produk jasa dengan keterangan yang lebih spesifik.

Apa kebutuhan dari jenis usaha yang dipilih

Pertimbangkan secara masak-masak apa saja kebutuhan yang akan digunakan dalam usaha berikut jumlah kebutuhan dan perkiraan harganya. Sebaiknya memisahkan catatan kebutuhan peralatan pokok usaha dan kebutuhan penunjang usaha, seperti izin usaha, penyewaan aset, renovasi, dan sebagainya.

Rencana lokasi yang dipilih

Membuat perencanaan lokasi usaha yang akan dipilih berikut keunggulannya. Akan lebih baik jika memberikan alternatif pilihan lokasi yang lain beserta analisis keunggulannya.

Berapa tenaga kerja yang dibutuhkan?

Membuat perencanaan tenaga kerja yang dibutuhkan untuk usaha Anda beserta kriteria yang diinginkan. Setelah itu, buat standar gaji untuk tiap-tiap pekerja. Perencanaan ini berguna sebagai gambaran perkiraan kebutuhan tenaga kerja dan perhitungan kebutuhan tenaga kerja dan perhitungan kebutuhan gaji setiap bulannya.

Siapa pesaing terdekat

Amati siapa saja pesaing Anda dengan menganalisa keunggulan dan kekurangannya. Kemudian, buat perencanaan langkah yang dapat Anda lakukan agar usaha Anda bisa menjadi lebih baik dari pesaing dan buat langkah antisipasi agar Anda tidak mengulangi kekurangan yang dilakukan oleh pesaing Anda. Buat rencana tindakan dan perhitungkan pula biaya dari pelaksanaan tindakan tersebut.

Strategi pemasaran yang akan dilakukan

Rencana strategi pemasaran Anda, dan pilihlah strategi yang paling tepat untuk usaha Anda. Strategi pemasaran juga disertai perhitungan biaya pemasaran yang dibutuhkan. Strategi pemasaran untuk usaha sebaiknya mengacu pada:

Strategi tempat (Place)

Strategi yang meletakkan keunggulan pada lokasi usaha

Strategi harga (price)

Strategi yang fokus pada keunggulan harga

Strategi produk

Strategi yang mengutamakan keunggulan produk atau jasa yang dijual

Strategi promosi

Strategi yang menggunakan cara-cara promosi yang efektif untuk tiap-tiap jenis usaha

Perkiraan modal usaha

Membuat perkiraan kebutuhan modal usaha, berapa modal investasi dan modal kerjanya buat dengan terperinci (detail).

Perkiraan perhitungan keuntungan usaha

Penentuan Harga Pokok Penjualan (HPP)

Penentuan Harga Jual

Perkiraan Laba Kotor

Perkiraan Laba Bersih

Alokasi Laba Usaha

Alokasi laba akan berbeda setiap bulannya bergantung pada pemasukan, tetapi persentase alokasinya sama. Persentase alokasi tidak selalu baku karena disesuaikan dengan kebutuhan pemilik usaha.

Perkiraan BEP (Break Even Point)

Perkiraan BEP disini adalah perhitungan kembalinya modal kita yang ditanamkan pada usaha ini, pada titik ini akan ditemukan adanya pulang pokok dari modal kita.

Kesimpulan tentang usaha

Buatlah narasi tentang usaha dan target-target yang ingin dicapai oleh usaha Anda setiap tahunnya.

LIMA KUNCI SUKSES RENCANA BISNIS

Salah satu hal pertama yang harus dilakukan calon pengusaha menuangkan ide barunya ke dalam sebuah rencana bisnis yang tertulis. Alat ini penting untuk menetapkan dasar-dasar perusahaan: Siapa yang akan menjalankannya, penelitian tentang target pasar, proyeksi laba rugi, serta kebutuhan dana. Tapi itu tidak membahas setiap pertanyaan pendiri bisnis dimana mereka harus bisa menjawab semuanya.

Sementara rencana bisnis formal baik untuk memiliki, beberapa elemen kunci dimana Anda harus observasi keluar yang pada akhirnya dapat membantu Anda menyusun dokumen itu. Beberapa pakar bisnis menyarankan agar seorang calon pengusaha bisnis mengambil langkah-langkah berikut sebelum mereka duduk untuk menulis.

Tentukan tujuan Anda.

Tujuan utama dari rencana bisnis adalah untuk menunjukkan ke investor, pemberi pinjaman dan stakeholder potensial lainnya bagaimana perusahaan Anda berencana untuk membuat keuntungan. Laba adalah penting, tapi itu jauh dari satu-satunya hal yang penting ketika Anda memulai bisnis.

"Rencana bisnis dapat menjadi alat yang membantu untuk memperjelas ... kegiatan bisnis,... mendorong pengusaha untuk fokus pada apa yang akan mereka lakukan,"

kata Alan Williams, co-penulis "The 31 Practise" (LID Penerbitan Inc, 2014). "Mereka menghadap dua pertanyaan yang lebih penting: 'mengapa' - mengapa itu ada dan 'bagaimana' - nilai-nilai bisnis, bagaimana orang-orang yang mewakili bisnis akan berperilaku. "

Williams mencatat bahwa pengusaha harus meluangkan waktu dalam mengidentifikasi dan mengartikulasikan bisnis mereka, nilai-nilai inti dan tujuan, yang akan berfungsi sebagai kompas bagi organisasi Anda dalam pengambilan keputusan di semua tingkatan. Williams 'co-penulis, Alison Whybrow, mengatakan bahwa "kompas" dapat ditemukan dengan memiliki kejujuran, komunikasi terbuka dengan tim Anda. "Satu hal yang tim mungkin ingin lakukan adalah terlibat dalam proses penilaian yang formal - melihat kebiasaan, keyakinan, nilai-nilai dan kemampuan - sehingga mereka bekerja dari titik awal yang jelas dan memiliki sebuah kerangka kerja yang jelas, kekuatan dan kemampuan individu dan kolektif, "kata Whybrow.

Membangun visi Anda.

Kunci keberhasilan bisnis adalah memiliki visi yang jelas tentang apa yang ingin Anda capai sebagai sebuah perusahaan. Sebelum Anda menulis rencana bisnis, Evan Singer, general manager dari layanan aplikasi kredit usaha kecil SmartBiz, menyarankan agar memiliki 3-5 strategi kunci yang akan memungkinkan Anda untuk mencapai visi tersebut.

"Jauh lebih baik untuk melakukan tiga hal dengan sangat baik dibandingkan 10 hal yang tidak begitu baik." kata Singer

Memperjelas model bisnis Anda.

Sebuah rencana bisnis yang baik selalu mencakup proyeksi keuangan, tapi sebelum Anda dapat mengetahui fakta dan angka, Anda harus bekerja melalui skenario potensial untuk memastikan model bisnis Anda akan bekerja.

"Mulailah bertanya 'bagaimana jika'," kata Alex Muller, CEO dari GPSshopper. "Jika saya menjual produk ini pada titik harga ini, dan ini adalah biaya akuisisi klien, apa tingkat pengembalian yang bisa saya dapatkan? Setelah selesai membangun model bisnis, maka Anda dapat kembali menulis rencana bisnis. "

Muller mengatakan model keuangan yang baik harus mencakup banyak rincian yang akan dimasukkan dalam rencana bisnis formal Anda - menyewa, harga, penjualan, biaya akuisisi, biaya, pertumbuhan, dan lain-lain Seperti rencana bisnis, Muller mencatat bahwa model Anda harus tinjau dan diperbarui sebagai realitas bisnis Anda

Azas legalitas dan struktur hukum.

Cara perusahaan Anda terstruktur - kepemilikan tunggal, LLC, perusahaan, dll - memainkan peran penting dalam operasi bisnis Anda dan strategi. David Pomije, CEO perhiasan e-commerce pengecer [Bijoux.Jewels.com](#) mencatat bahwa itu penting untuk tidak hanya secara resmi mendaftarkan perusahaan Anda, tetapi juga memastikan bahwa Anda memiliki hak paten sebelum Anda bekerja pada rencana bisnis Anda. Hal terakhir yang Anda ingin lakukan adalah meletakkan nama perusahaan Anda di seluruh dokumen resmi dan website, hanya untuk mengetahui bahwa orang lain memegang hak cipta.

Jalan-menguji ide bisnis Anda.

Tidak ada gunanya menghabiskan waktu pada rencana bisnis formal jika Anda bahkan tidak yakin ada pasar untuk ide Anda. Kara Bubb, seorang manajer produk di perangkat lunak manajemen aset digital Widen Enterprises, mengatakan pengusaha harus observasi keluar dan berbicara dengan pakar industri, pelanggan potensial dan pengusaha lain untuk menentukan kelayakan bisnis mereka.

"Berbicara dengan beberapa potensi klien masa depan yang nyata dan meminta beberapa umpan balik yang jujur," lanjut Bubb . "Apa yang mereka pikirkan tentang ide bisnis Anda? Siapa yang khusus menangani target bisnis Anda? Seberapa besar pasar? Apakah pasar Anda membeli apa yang Anda jual? Siapa pesaing Anda?"

Bubb juga menganjurkan untuk mengidentifikasi peluang potensial dan risiko, yang dapat dilakukan dengan melakukan SWOT (kekuatan, kelemahan, peluang, ancaman) analisis dari bisnis Anda.

BAB IV MENILAI KEUANGAN ANDA

APA ITU MODAL USAHA?



Modal usaha tak bisa dipungkiri memang dibutuhkan untuk memulai suatu usaha. Hanya saja kebutuhan modal usaha ditentukan jumlahnya oleh besar kecilnya skala usaha. Jika Anda ingin membuka usaha dengan skala mikro tentunya kebutuhan modalnya relatif kecil. Sementara itu, jika ingin membangun usaha berskala menengah ke atas tentunya nilai modalnya akan besar tergantung dari jenis usaha itu sendiri.

Sebelum memulai membuka usaha sebaiknya Anda mengenal terlebih dahulu jenis-jenis permodalan yang dibutuhkan dalam usaha. Dengan mengetahui jenis permodalan dengan baik tentunya Anda akan menjadi paham dalam hal penyediaan modal dan alokasinya demi berjalannya sebuah usaha.

Dalam usaha jenis modal dibagi menjadi dua, modal investasi dan modal kerja. Kedua modal tersebut merupakan dua jenis modal yang berbeda kegunaannya.

Modal Investasi

Modal investasi adalah modal awal yang diperlukan untuk investasi awal usaha. Modal investasi dikeluarkan untuk membeli kebutuhan usaha yang tetap atau harta tetap. Modal investasi yang dibutuhkan sebuah usaha pada dasarnya sama untuk kebutuhan awal agar usaha dapat berjalan. Tapi, untuk tiap-tiap jenis usaha tentu kebutuhan modal investasinya akan berbeda satu sama lain.

Kebutuhan Modal Investasi dalam Usaha

Modal Perizinan

- | | |
|---------------------|--------------------------------------|
| - Izin lokasi usaha | Izin kelurahan & Kecamatan |
| - Izin Khusus Usaha | Izin untuk mendirikan usaha tertentu |
| - Izin badan Usaha | PT, CV, NPWP, SIUP, TDP |

Modal Investasi Tetap

- | | |
|--------------------------|-------------------------------|
| - Tanah & Bangunan | Pembelian aset / Sewa tempat |
| - Renovasi | Perbaikan tempat usaha |
| - Peralatan | Peralatan kebutuhan pokok |
| - Peralatan utama | Peralatan usaha utama |
| - Fasilitas penunjang | Fasilitas penunjang usaha |
| - Peralatan administrasi | Kebutuhan alat administrasi |
| - Alat promosi | Kebutuhan untuk promosi usaha |
-

Modal Kerja

Modal kerja adalah modal yang dibutuhkan untuk membiayai operasional usaha. Modal kerja atau dua jenis biaya, yaitu modal tetap (biaya pengeluaran tetap setiap bulannya) dan modal variabel (biaya pengeluaran tidak tetap setiap bulannya, yang

mungkin disebabkan karena adanya order atau pekerjaan tambahan). Dalam usaha, modal kerja digunakan untuk belanja bahan baku, gaji pegawai, pembayaran listrik, biaya transportasi, dan sebagainya.

Kebutuhan Modal Kerja dalam Usaha

Biaya operasional gaji	
- Gaji manajer	Sesuai dengan standar yang ditentukan
- Gaji supervisor	Sesuai dengan standar yang ditentukan
- Gaji karyawan lainnya	Sesuai dengan standar yang ditentukan
Biaya bahan:	
- Bahan baku usaha	Total bahan baku yang dibutuhkan
- Bahan pelengkap	Bahan pelengkap penunjan
Biaya umum:	
- Rekening listrik	Kebutuhan pemakaian listrik
- Rekening telepon	Kebutuhan pemakaian telepon
- Iuran kebersihan	Iuran rutin setiap bulan
- Iuran keamanan	Iuran rutin setiap bulan
- Beban bahan bakar	Pemakaian dalam beberapa bulan terkait usaha
- Beban transportasi	Pemakaian dalam beberapa bulan terkait usaha
- Biaya tak terduga	Perkiraan cadangan biaya lain-lain
- Biaya lain-lain	Perkiraan jumlah untuk cadangan biaya lain-lain

MENYIASATI MODAL YANG MINIM

Modal adalah segalanya untuk membuka usaha baru, tidak ada modal mana bisa membuka usaha, atau modalnya kecil tanggung untuk buka usaha tidak bisa buat apa-apa. Benar usaha membutuhkan modal, apakah Anda yang memiliki keterbatasan modal bisa membuka usaha? Bagi pemula yang ingin buka usaha dan memiliki modal yang terbatas sebaiknya jangan mengurungkan niat untuk membuka usaha, ada solusi untuk mengatasi hal ini.

Kebanyakan pengusaha pemula berharap pinjaman modal usaha dari bank dapat diperoleh untuk awal usaha. Tetapi hal itu tentu saja tidak akan dapat dipenuhi sebab rata-rata bank di Indonesia memberikan pinjaman untuk usaha yang telah berjalan sekurang-kurangnya 2 tahun dan usaha tersebut dianggap sudah dapat memperoleh laba usaha. Adapun program khusus dari perbankan, seperti KUR (Kredit Usaha Rakyat) yang disediakan untuk memberikan pinjaman bagi pengusaha kecil tetap saja diperuntukan bagi usaha yang sudah berjalan minimal 6 bulan. Hal ini perlu dimaklumi karena bank menjalankan amanah untuk mengelola uang nasabah sehingga dapat mengucurkan pinjaman pada usaha yang sudah berjalan baik dengan harapan dapat mengurangi risiko.

Sebagai pemula dalam dunia usaha, yang dibutuhkan adalah berpikir kreatif untuk mengatasi masalah modal. Ada langkah-langkah kreatif yang dapat dilakukan sebagai solusi masalah permodalan. Setidaknya langkah-langkah tersebut dapat

meminimalisasi masalah permodalan yang dihadapi. Berpikir kreatif merupakan salah satu kunci dalam setiap langkah usaha, berikut langkah-langkah kreatif dalam menyiasati masalah permodalan.

Memaksimalkan aset dan peralatan yang dimiliki

Memiliki peralatan dan aset yang memadai merupakan keinginan setiap pemilik usaha. Tetapi, bagi yang memiliki kendala modal usaha tentu harus pintar-pintar dalam hal ini. Dengan jumlah yang terbatas kemungkinan tidak semua peralatan dan aset dapat dibeli. Untuk itu Anda harus menyiapkan langkah kreatif dengan mendata peralatan dan aset yang ada yang mungkin dapat dimanfaatkan atau dipakai pada usaha baru. Aset rumah tinggal dapat dijadikan sebagai tempat usaha agar tidak perlu menyewa tempat usaha. Maksimalkan aset yang Anda miliki dan kekurangannya baru dibeli sesuai dengan skala prioritas badan tentunya disesuaikan dengan anggaran yang Anda miliki.

Melobi pemilik aset untuk usaha

Jika aset menjadi kendala bagi Anda, seperti lokasi usaha atau kendaraan untuk usaha, Anda dapat mencoba untuk melobi pemilik lokasi yang Anda tuju. Melobi dalam hal ini berarti Anda mungkin dapat menggunakan tempat usaha tanpa membayar sewa penuh secara tahunan, tapi mungkin bisa secara bulanan. Bahkan jika Anda pintar dalam melobi, Anda dapat menggunakan lokasi dengan sistem bagi hasil. Dengan sistem bagi hasil diharapkan Anda tak perlu khawatir untuk membayar sewa aset saat pasang surut dalam usaha. Bila Anda ingin memiliki aset usaha tapi terbentur kendala uang, Anda pun dapat melobi pemilik aset untuk dapat mencicil aset usahanya. Jika Anda pintar dalam melobi, Anda dapat mencicil aset tanpa ada bunga tambahan, seperti cicilan kredit bank. Keahlian melobi sangatlah penting karena biasanya aset membutuhkan biaya modal tertinggi dalam beberapa jenis usaha.

Mulai dengan down payment (DP)

Bagi Anda yang memiliki jenis usaha dengan kebutuhan modal kerja yang besar, Anda dapat menerapkan sistem down payment atau uang muka sebelum menerima pesanan pekerjaan. Dalam hal ini perlu kepiawaian dalam negosiasi sehingga berhasil mendapatkan uang muka yang persentasenya besar. Dengan mendapatkan down payment (DP) yang besar diharapkan dapat mengurangi pengeluaran modal kerja dalam usaha. Hal ini tentu akan meringankan masalah modal yang Anda hadapi.

KREDIT DAPAT SELAMATKAN BISNIS ANDA

Utang pada umumnya di asumsikan selalu negatif, sebuah petaka bila berutang. Tetapi, kalau Anda berbisnis, utang justru bisa menjadi sahabat dan penolong. Bahkan banyak pelaku bisnis menyarankan jangan takut untuk berutang. Mungkin Anda juga sudah sering mendengar kisah sukses pebisnis yang [mengembangkan usahanya](#) setelah mendapat utang alias kredit. Saran ini sebetulnya juga berlaku bagi bisnis kecil dan mikro. Namun, banyak pelaku bisnis mikro dan kecil yang ogah berurusan dengan kredit, terutama bila berasal dari lembaga keuangan. Ada benarnya, utang bisa jadi penghambat pertumbuhan sebuah bisnis kecil dan mikro bila pengelolaannya salah. Tetapi, bila dimanfaatkan dengan baik, kredit bisa menjadi pemicu pertumbuhan.

Institusi atau lembaga keuangan sudah siap mengucurkan kredit bagi pelaku usaha mikro dan kecil. Selain dari perbankan, pengusaha skala mikro dan kecil bisa memperoleh kredit dari lembaga keuangan mikro, modal ventura, sampai koperasi. Dengan produk kredit yang beragam, Mulai dari kredit modal kerja atau kredit usaha rakyat hingga kredit yang didesain khusus untuk usaha tertentu, seperti kredit waralaba. Sebetulnya banyak celah yang dapat dimanfaatkan untuk memperoleh kredit usaha bagi pengusaha kecil dan mikro.

Apalagi pemerintah juga mendorong dunia perbankan dan lembaga [keuangan](#) untuk memperbesar penyaluran kredit usaha bagi pengusaha kecil dan mikro. Dengan begitu, pengusaha kecil dan mikro memperoleh berkesempatan usahanya berkembang. Meski diberi kesempatan dan akses dalam memperoleh kredit semakin terbuka, pengusaha kecil dan mikro harus tetap hati-hati bila hendak mendapatkan kredit. Sebab jika tidak cermat, pengusaha malah bisa terjebak pada skema kredit yang sebenarnya justru memberatkan usahanya.

Sebelum memilih pembiayaan usahanya di peroleh dari kredit, pelaku usaha kecil, mikro dan menengah harus memperhatikan saat yang tepat untuk mengajukan kredit. Jangan sampai kredit yang di ambil malah memberatkan usahanya dan menjadi faktor penghambat laju pertumbuhan. Sebaiknya pelaku bisnis memperhatikan beberapa hal berikut ini:

Cari dana lunak, [Pengusaha](#) kecil dan mikro juga tidak harus selalu mengandalkan kredit dari bank atau lembaga keuangan lain saat membutuhkan dana. Terutama jika usaha Anda baru berjalan, pada masa awal [merintis usaha](#), ada baiknya Anda mencari bantuan dana dari teman atau keluarga. Alternatif lainnya, Anda juga bisa mencari investor yang mempunyai visi yang sama dengan Anda. Pengembalian pinjaman ke investor bisa dilakukan dengan cara pembagian keuntungan bulanan. Besar pembagian keuntungan sesuai kesepakatan bersama.

Idealnya, seorang pengusaha kecil dan mikro bisa mulai mencari kredit ke institusi keuangan bila usahanya sudah berjalan setahun. Ini tentu dengan asumsi usahanya berjalan baik. Biasanya, dalam periode enam bulan pertama setelah berdiri, pemilik usaha sudah bisa meraba apakah usahanya bakal prospektif atau tidak. Bila tidak berjalan sesuai harapan, maka pemilik usaha punya waktu sekitar setengah tahun lagi untuk memperbaiki kinerja usaha.

Melihat potensi bisnis berkembang, Tanyakan pada diri Anda, Apa alasan Anda mengajukan permohonan kredit? Idealnya, pengusaha kecil dan mikro mengajukan kredit bila butuh dana untuk ekspansi usaha. Misalnya untuk menambah kapasitas produksi atau membuka cabang baru demi memperluas pangsa pasar. Jika memang belum benar-benar membutuhkan kredit, sebaiknya hindari upaya mencari utangan, apalagi sampai berburu ke sana ke mari.

Sebelum mengajukan kredit, silakan membuat hitung-hitungan berapa kebutuhan dana yang dibutuhkan untuk ekspansi. Buat juga rencana alokasi penggunaan dana kredit. Anda juga harus mempunyai hitungan seberapa besar potensi pendapatan dan keuntungan yang bisa diperoleh dari rencana ekspansi tersebut. Mengapa hal ini harus dilakukan? Agar arus kas tidak terganggu, jadi perhitungkan masak-masak penuh pertimbangan sebelum Anda memutuskan.

Mampu mencicil utang, Pemilik usaha sebaiknya juga berhati-hati dalam menghitung besarnya dana yang dibutuhkan. Memang, tidak ada patokan seberapa besar sebaiknya kredit yang diajukan. Yang jelas, kredit tersebut sebaiknya bisa memenuhi kebutuhan ekspansi usaha. Idealnya sebuah bisnis bila didanai oleh kredit, perbandingan dananya adalah 60% modal sendiri dan 40% dana kredit.

Hitung kebutuhan dana untuk biaya operasional tiap bulan, biaya gaji pegawai dan biaya rutin lainnya. Bandingkan pengeluaran rutin dan pendapatan bulanan usaha. Idealnya, pendapatan harus lebih besar. Selisih dari pendapatan dan pengeluaran tersebut bisa dijadikan batas maksimum besar cicilan utang per bulan. Jangan sampai lebih besar pasak daripada tiang, bisa-bisa Anda akan dibuat bangkrut dengan segera.

Pilih kredit yang ringan, Ada banyak tawaran kredit yang bisa dimanfaatkan pelaku usaha kecil dan mikro untuk mengembangkan usahanya. Yang pasti, jangan mengambil kredit tanpa agunan atau kredit multiguna untuk pengembangan usaha. Kredit seperti itu akan memberatkan bagi pelaku usaha mikro dan kecil karena memiliki beban bunga yang tinggi. Jika Anda mencari kredit di perbankan, cobalah mengambil kredit modal kerja atau kredit usaha rakyat. Kredit Modal Kerja yang

tidak mensyaratkan agunan, sementara kredit usaha rakyat biasanya mengenakan bunga yang relatif lebih rendah.

Yang perlu Anda perhatikan dalam mencari dana di bank, usaha Anda juga harus *bankable* dan *accountable*. Bank biasanya memiliki penilaian masing-masing soal kriteria usaha kecil dan mikro yang layak memperoleh pinjaman. Karena itu, supaya bisa mendapat kredit bank, seluruh aspek usaha Anda harus dikelola secara profesional, termasuk soal pembukuan keuangan.

Di luar kredit bank, Anda bisa memanfaatkan kredit dari modal ventura. Keuntungan kredit dari modal ventura ini adalah, usaha Anda juga akan mendapatkan pelatihan dan pendampingan dari lembaga modal ventura pemberi kredit. Hal ini direkomendasikan bagi Anda yang bingung dalam mengembangkan usaha Anda.

Mengatur keuangan, Jika Anda sudah berhasil memperoleh kredit, maka Anda harus disiplin dan rapi dalam mengelola keuangan Anda. Ini perlu dilakukan agar arus kas usaha tetap aman, lakukan [pencatatan](#) yang baik dan benar agar Anda memperoleh data yang sebenarnya. Senantiasa melakukan pengecekan laporan keuangan Anda, apabila dalam periode enam bulan setelah memperoleh kredit pendapatan dan laba Anda cenderung turun, bisa jadi ini lantaran indikator keuangan Anda tidak sehat. Periksa lagi, mungkin saja ada alokasi penggunaan dana ekspansi yang salah. Pastikan juga usaha Anda memiliki pos atau dana darurat, ini sangat penting! untuk mengantisipasi masalah seperti konsumen Anda terlambat bayar pesanan, dengan begitu Anda tetap bisa membayar cicilan pinjaman.

Kredit dapat menyelamatkan bisnis Anda pada saat membutuhkan dana untuk pengembangan usaha atau ekspansi. Namun, kredit akan menjadi masalah besar bagi Anda apabila tidak bijak dalam pengelolaan keuangan. Pastikan Anda selalu berlaku bijak untuk memprioritaskan hal yang utama.

BAGAIMANA MEMBIAYAI STARTUP ANDA, DENGAN MEMINJAM ATAU MENGGALANG DANA?

Ada banyak cara yang berbeda untuk membiayai sebuah startup, Anda bisa menghemat uang Anda sendiri. Anda bisa meminjam uang dari keluarga dan teman-teman. Anda bahkan bisa menginvestasikan sejumlah dana dari rekening Anda. Tapi bagi banyak perusahaan, pilihan untuk mengambil pinjaman atau meningkatkan modal bermuara melalui investor.

Jalur keuangan yang Anda pilih akan mempengaruhi bagaimana Anda menjalankan bisnis, sehingga hal ini akan menjadi sebuah keputusan yang tidak ringan atau mudah. Pinjaman dan penggalangan dana keduanya memiliki sisi baik dan buruk, dan pilihan terbaik bagi Anda sangat bergantung pada jenis bisnis yang akan dijalankan dan apa yang dibutuhkan dengan uang itu.

Bagaimana membuat pilihan yang tepat dalam menentukan metode pinjaman yang tepat untuk bisnis Anda? Apa keuntungan dan kerugian dari beberapa metode pinjaman dana?. Berikut beberapa saran dari beberapa ahli keuangan dan bisnis yang telah dirangkum di bawah ini.

Pinjaman usaha

Pilihan: pinjaman bank, pinjaman alternatif

Keuntungan

Sebuah pinjaman adalah salah satu cara yang paling hemat biaya untuk mendanai bisnis Anda. Jika Anda mendapatkan pinjaman melalui bank untuk modal kerja sebuah usaha, biasanya Anda akan memiliki tingkat bunga yang lebih rendah dari pada pinjaman pribadi (kredit konsumtif). Mengambil pinjaman juga memberikan Anda kesempatan untuk membangun nilai kredit bisnis pada saat Anda membayar kembali pinjaman.

Kerugian

Jika Anda mencari untuk mendapatkan bank yang akan memberikan pinjaman, proses aplikasinya akan memakan waktu yang lumayan panjang. Anda juga harus memenuhi daftar panjang prasyarat, yang sering kali berisi untuk bisnis yang sudah mapan, daripada usaha baru. Meskipun pemberi pinjaman alternatif sering memiliki lebih cepat proses persetujuan dalam pendanaan, mereka juga biasanya mengenakan tingkat bunga yang tinggi. Untuk itu pinjaman alternatif dapat membantu dalam keadaan darurat, tetapi tidak untuk menjadi strategi jangka panjang yang baik karena tingkat bunga yang lebih tinggi.

Penggalangan Dana

Pilihan: Modal Investor

Keuntungan

Menemukan seorang investor bisa menjadi langkah strategis yang lebih baik untuk membantu Anda mengembangkan bisnis. Namun, investor sering membawa lebih banyak persyaratan bukan hanya sekedar modal; mereka mungkin memiliki hubungan bisnis, kemampuan manufaktur, keahlian distribusi, dan lain-lain yang Anda tidak memiliki akses untuk hal itu. Anda juga akan cenderung dapat menerima jumlah yang jauh lebih besar dana dari investor ventura kapitalis, jika itu yang kebutuhan bisnis Anda perlukan.

Jika Anda akan memilih jalan melalui [crowdfunding](#), hambatan masuk jauh lebih rendah daripada melalui pinjaman konvensional, proses pemeriksaan kredit dan aplikasi tidak membutuhkan waktu yang panjang dan melelahkan Anda. Beberapa crowdfunding dapat Anda jumpai di website resmi mereka seperti [Kickstarter](#) dan [Indiegogo](#) sebagai lawan investor ekuitas terakreditasi, siapa pun dapat memulai

kampanye crowdfunding hanya dengan beberapa klik. Ini juga merupakan pilihan cerdas jika Anda perlu untuk mengumpulkan jumlah yang lebih kecil dari uang; baik pemberi pinjaman bisnis dan investor cenderung untuk menangani dalam jumlah besar modal.

Akhirnya, penggalangan dana bekerja untuk bisnis pada setiap tahap. Sementara itu, "waktu dalam bisnis" persyaratan untuk sebagian besar pemberi pinjaman mengecualikan startups baru yang perlu untuk mengumpulkan dana untuk memulai bisnis.

Kerugian

Salah satu kelemahan terbesar untuk penggalangan dana ekuitas harus menyerahkan bagian dari kepemilikan perusahaan. Investor kemungkinan akan mengambil bagian yang lebih besar dari keuntungan Anda di setiap pembayaran pinjaman, dan mereka sering meminta kekuasaan pengambilan keputusan dalam bisnis Anda sebagai bagian dari kepemilikan saham mereka.

Sementara pendukung crowdfunding konsumen mungkin tidak menuntut ekuitas, platform ini biasanya memiliki tingkat keberhasilan yang rendah, dan kampanye mengambil banyak waktu dan energi untuk mendapatkan dana.

Saran pembiayaan bisnis

Secara objektif, pinjaman dana akan lebih baik atau lebih buruk daripada modal sendiri. Namun, penting bahwa Anda mempertimbangkan semua faktor yang terlibat dan mengetahui dengan benar akan kebutuhan bisnis Anda sebelum membuat keputusan akhir.

Mencari tahu mana yang tepat dan benar untuk bisnis Anda sendiri, bukan hanya sekedar mencari pinjaman, atau untuk crowdfunding hanya karena setiap pengusaha lain yang Anda ketahui juga melakukannya. Pemilik bisnis harus meneliti setiap opsi secara menyeluruh dan menilai mana yang memberikan kesempatan terbaik untuk sukses. Sangat penting untuk meletakkan rencana satu, dua dan lima tahun kedepan untuk bisnis Anda dan memahami visi dan tujuan Anda. Setelah Anda memutuskan hal yang spesifik, Anda dapat mengetahui mana strategi keuangan yang akan membantu Anda mencapai visi Anda.

Terlepas dari pilihan pendanaan yang Anda pilih, berikut adalah beberapa tips cerdas untuk membantu Anda dalam menjaga seluruh proses keuangan bisnis Anda.

Punya rencana bisnis yang up-to-date. Apakah Anda sedang pergi ke bank atau mendatangi investor, orang yang akan memberikan uang kepada Anda akan meminta untuk melihat rencana bisnis Anda. Orang ini perlu memahami bagaimana bisnis Anda sebelum dia bisa memutuskan apakah itu adalah investasi berharga. Sebuah rencana bisnis adalah penting untuk memperoleh pendanaan, hal

ini harus menunjukkan pengetahuan tentang pasar bisnis, basis pelanggan, dan menunjukkan track record yang layak.

Sempurnakan langkah bisnis Anda. Selain rencana bisnis, Anda akan perlu mempersiapkan “lapangan” untuk calon pemberi pinjaman atau investor. Sangat disarankan untuk membuatnya sederhana, singkat dan mudah dipahami. Jika investor atau pemberi pinjaman tidak mengerti atau tidak tertarik pada apa yang Anda lakukan, tentunya apa yang Anda harapkan akan menjadi jauh.

Memahami istilah-istilah. Setiap kesepakatan pembiayaan bisnis dilengkapi dengan dokumen dalam bentuk tertulis, sebelum Anda menyetujui apa pun, Anda perlu memastikan bahwa Anda memahami apa yang Anda hadapi. Dengan investor, memperjelas pengaturan ekuitas dan waktu seberapa cepat mereka akan melihat keuntungan. Dengan pinjaman, bertanya tentang rincian pembayaran, serta hal-hal yang terkait dengan pinjaman itu sendiri secara detail.

Jangan menyerah. Ini sangat sulit untuk mendapatkan pendanaan untuk bisnis baru, jadi jika Anda mendapatkan penolakan, jangan terlalu berkecil hati. Ada pilihan lain di luar sana, dan bahkan jika rencana awal Anda tidak berhasil, Anda dapat selalu mencoba jalan lain. Terus memperbaiki kinerja dan rencana bisnis Anda, pada akhirnya Anda akan menemukan pilihan yang tepat.

LAKUKAN TINDAKAN JANGAN MENYERAH

Jangan pernah menyerah pada keadaan yang hadir pada diri Anda, saat ide sudah ada dan sudah terpikirkan serta Anda buat pengembangan ide dalam konsep yang Anda telah buat. Namun, pada akhirnya terbentur pada masalah permodalan, jangan pernah Anda hentikan untuk menjadikan ide itu menjadi sebuah usaha. Percayalah setiap masalah yang diperhadapkan itu adalah sumber kekuatan bagi Anda untuk maju, masalah adalah stimulus yang dihadirkan kepada Anda sebagai penguji akan kebenaran tekad Anda. Jangan hanya karena faktor kendala yang mengakhiri tekad dan cita-cita Anda. Pemilik *Whatsapp* pernah ditolak oleh facebook, tetapi ia menjadikan penolakan itu sebagai stimulus yang pada akhirnya membuat ia seperti sekarang ini, sukses!. Begitupula pembuat *angry bird*, apakah jalannya langsung mulus? Dalam hal ini Anda wajib selalu belajar dan belajar agar Anda menggapai kesuksesan.

Awalnya mungkin sulit, semua yang baik akan sulit dilakukan, ingat! Setiap orang memiliki tingkat persoalan yang berbeda yang membuat tingkat kualitas hidup Anda jadi berbeda adalah cara Anda menanggapi. Kita harus mendisiplinkan diri untuk menyingkirkan orang, sikap dan sifat negatif dari kehidupan kita. Apabila Anda ingin sukses dan bahagia memiliki sikap yang positif adalah penting, kita tidak akan pernah dapat mengubah nasib kita tanpa ada kemauan dari kita

untuk mengubah apa yang ada dalam diri kita. Sikap negatif hanya akan mempersempit langkah sukses kita, hanya bersikap positif kita akan meraih kesuksesan walau pahit jalan yang akan dilalui, penuh onak dan nanah! Untuk sukses Anda harus berani memenggal atau mengamputasi sikap negatif pada diri Anda!.

Hari ketika Anda berhenti belajar adalah hari ketika Anda mulai memperkecil ganjaran, dan menderita karena frustrasi dan rasa tidak puas. Rahasia kesuksesan adalah belajar memanfaatkan penderitaan dan kesenangan, alih-alih membiarkan penderitaan dan kesenangan mengendalikan Anda. Jika Anda melakukannya, artinya Anda membiarkan penderitaan dan kesenangan mengendalikan Anda. Jika Anda melakukannya, artinya Anda berhasil mengendalikan kehidupan. Jika Anda tidak mengendalikan kehidupan, maka kehidupanlah yang akan mengendalikan Anda!. Barangsiapa berhenti belajar, berarti ia sudah tua, tidak peduli umurnya masih 20 atau 17 tahun. Barangsiapa belajar, ia tetap muda meskipun usianya sudah tidak muda lagi. Hal terbesar dalam kehidupan adalah mempertahankan pikiran Anda tetap muda, belajar bukanlah tentang kewajiban, juga bukan tentang bertahan hidup!.

Buka kembali konsep Anda dan teliti kembali, Anda sudah yakin dengan konsep Anda? Bergeraklah! Kendala keuangan hanya masalah kecil, disini yang dibutuhkan adalah kreativitas dari diri Anda. Jika tidak menemukan solusi dalam keuangan Anda, mainkanlah dalam peran kecil, dan efisienkan apa yang Anda miliki. Usaha bukan hanya sekedar modal, menjalankan bisnis membutuhkan daya kreatif. Jangan tunda lagi atau Anda akan menyesal! Diluar sana banyak juga yang memiliki ide seperti Anda, atau akhirnya ide tersebut tinggal sebuah kenangan. Dengan mengambil peran kecil ini dapat membantu Anda dalam mengembangkan kemahiran Anda dalam mengelola keuangan dan bisnis Anda dengan modal yang minim. Dengan begitu Anda sangat beruntung mendapatkan pengajaran yang luar biasa dan ke depan pasti Anda akan lebih mudah lagi menghadapi pelbagai rintangan.

Bab V. LANGKAH-LANGKAH MENDIRIKAN BISNIS

Saat ide untuk mendirikan sebuah usaha kecil sudah muncul dalam benak, dan sudah dibuatkan langkah-langkah yang menunjang ide tersebut menjadi sebuah usaha yang nyata. Dalam hal ini Anda sudah melakukan observasi, membuat rencana bisnis dan menghitung segala sesuatu yang berkenaan dengan bisnis yang akan dijalankan. Langkah selanjutnya yang harus Anda lakukan adalah membentuk badan hukum yang memayungi usaha Anda, biasanya dalam membuat usaha walaupun itu dalam skala kecil, Anda memayungi usaha itu dengan azas legalitas yang memadai.

Mengapa hal itu perlu dilakukan? Sudah menjadi kebiasaan umum di masyarakat kita mengesampingkan aspek-aspek legalitas bagi usahanya, padahal hal ini sangat penting bagi masa depan usahanya. Bila usaha tersebut tumbuh berkembang dan membutuhkan “genjotan” modal, barulah kelabakan untuk melengkapi azas legalitas usaha. Seharusnya jauh sebelum usaha itu dimulai, azas legalitas sudah dilengkapi dengan benar.

Kadangkala alasan klise adalah kurang mengetahui tata cara dalam pembuatan azas legalitas sebuah usaha dan ada pula yang beralasan tidak penting untuk membuat sebuah badan hukum bagi sebuah usaha yang dirintis, hanya buang-buang uang serta tenaga saja. Sebetulnya, azas legalitas sebuah usaha itu adalah penting bukan saja nantinya dapat dipakai sebagai syarat utama dalam pengajuan kredit usaha. Namun, sebuah usaha yang sudah memiliki azas legalitas yang benar ini merupakan modal utama bagi kredibilitas usaha di mata konsumen atau pelanggannya. Dengan berpayung hukum yang benar, sebuah usaha akan memiliki nilai kepercayaan yang lebih dan biasanya konsumen akan merasa nyaman apabila sebuah usaha telah memiliki azas legalitas hukum yang benar.

Untuk membuat azas legalitas hukum bagi perusahaan tidaklah sukar dan tidak membutuhkan biaya yang besar. Bagi usaha yang baru dirintis dan bila usaha tersebut dilakukan oleh keluarga (suami & istri) atau kakak dan adik, bentuklah usaha Comandeter Venture atau CV kelak bila tumbuh dan berkembang pesat Anda dapat meningkatkan bentuk usaha menjadi sebuah Persero Terbatas (PT). Bagaimana langkah dalam membuat azas legalitas tersebut?.

Mendatangi Notaris

Setelah sepakat untuk membuat sebuah usaha, tentukan nama untuk usaha Anda dan tentukan pula lokasi usaha tersebut. Untuk menghemat biaya, Anda dapat memanfaatkan ruang kosong di rumah Anda sebagai pusat dari kantor usaha Anda.

Sebelum mendatangi notaris Anda siapkan nama untuk usaha Anda sebanyak tiga buah nama, untuk saat ini nama perusahaan harus terdiri dari tiga suku kata misalnya: Agung Sentosa Abadi.

Pastikan nama perusahaan utama Anda di urutan pertama, mengapa diminta tiga buah? Apabila nama usaha yang Anda buat saat diajukan ke kementrian hukum oleh notaris ternyata sudah terdaftar alias sudah ada yang memakai maka cadangan kedua dan ketiga yang di ajukan. Apabila ketiganya sudah terdaftar maka Anda harus mengulang kembali registrasinya. Anda tidak perlu kuatir waktu Anda akan habis untuk masalah ini, sebab saat ini segala sesuatu sudah dapat dilakukan secara on line jadi lebih cepat prosesnya.

Sebelum proses ini dilangsungkan biasanya seorang noatris akan menanyakan kepada Anda apakah proses legalitas ini dibuat all ini atau hanya sampai Akte Notaris saja? Bila all in seluruh azas legalitas yang dibutuhkan sebuah usaha, mulai dari SKDU, TDP dan lain-lain dikerjakan oleh tim notaris dan tentunya biaya yang Anda keluarkan akan jauh lebih mahal, jika sampai Akte Notaris saja sisa azas legalitas adalah Anda yang mengerjakannya.

RT, RW dan Kelurahan

Meminta surat keterangan dari RT dan RW setempat untuk pengantar dalam pembuatan SKDU (Surat Keterangan Domisili Usaha). Biasanya pihak kelurahan akan meminta sepuluh copy KTP penduduk setempat beserta tanda tangan mereka sebagai bukti bahwa, RT dan RW serta masyarakat setempat mengetahui keberadaan tempat usaha Anda serta mereka menyatakan bahwa keberadaan usaha Anda tidak mengganggu aktivitas mereka. Jika Anda mengerjakan sendiri ini akan menjadi nilai sosial bagi usaha Anda karena masyarakat sekitar mengetahui akan keberadaan usaha Anda, dampaknya akan bagus untuk Anda dan usaha Anda selanjutnya.

Kantor Pelayanan Terpadu

TDP (Tanda Daftar Perusahaan), SIUP (Surat Izin Usaha Perdagangan) dan Izin Gangguan (HO) jika diperlukan. Izin-izin tersebut dapat Anda buat di badan satu atap dimasing-masing daerah. Saat ini masalah perizinan usaha begitu mudah dan tidak ribet semua dilakukan dalam satu atap dan biayanya juga tidak tinggi, malah ada daerah yang mengratiskan pembuatan izin-izin tersebut. Waktu yang dibutuhkan hingga selesai semua perizinan tersebut paling lama 7-14 hari kerja.

Kantor Pelayanan Pajak

Setelah semua perizinan selesai dibuat langkah selanjutnya adalah membuat NPWP perusahaan dan mendaftarkan usaha ke kantor pajak untuk pengajuan PKP (Pengusaha Kena Pajak). Persyaratan dari pembuatan PKP adalah Copy KTP pemilik atau direktur, KK (kartu keluarga), Akte Notaris, izin-izin usaha lainnya, denah lokasi usaha, dan foto tempat usaha di tiga titik yaitu dalam dan dua titik diluar ruangan kantor. Anda tinggal mendatangi loket khusus pengajuan PKP, nanti oleh petugas pajak Anda akan diterangkan mengenai syarat-syarat PKP dan fungsi dari PKP itu sendiri.

Bila ada hal-hal yang kurang jelas tanyakan secara detail agar Anda mengerti. Sebab biasanya hal-hal yang menyangkut pajak usaha seringkali orang bingung dan mengatakan “ribet” urusan pajak, padahal tidak ribet dan pusing dalam urusan pajak usaha. Setelah mengisi semua dokumen yang dibutuhkan Anda tinggal menunggu lokasi Anda disurvei oleh tim survei dari Kantor Pelayanan Pajak (KPP) tempat usaha Anda didaftarkan.

Pembuatan e Faktur

Setelah proses survei selesai dan Anda mendapatkan surat penetapan PKP (Pengusaha Kena Pajak) langkah selanjutnya yang harus Anda lakukan adalah, datang kembali ke kantor pajak dengan membawa berkas-berkas usaha dan foto copy-nya serta surat pemberitahuan PKP yang dikirim oleh Kantor Pelayanan Pajak. Anda datang ke kantor pajak kembali ini adalah untuk pembuatan e-faktur, karena mulai bulan juni 2015 segala sesuatu untuk pelaporan pajak mengenakan e-faktur.

Disini Anda akan dipandu oleh petugas pajak tentang cara-cara pelaporan pajak dengan menggunakan e-faktur, dengan adanya e-faktur ini Anda tidak direpotkan dalam urusan pelaporan pajak semuanya sudah melalui sistem dan program komputer. Pekerjaan Anda menjadi lebih mudah karena terintegrasi dalam sistem komputer, Anda tidak usah kuatir tidak bisa mengerjakan karena Anda akan dibimbing selangkah demi selangkah dan jangan sungkan untuk selalu meminta advis dan bantuan pada AR (Account Representative) yang ditunjuk sebagai pembimbing Anda.

MEMBANGUN MEREK UNTUK BISNIS KECIL ANDA

Setelah perusahaan yang Anda dirikan telah terdaftar dan memiliki azas legalitas hal berikutnya yang harus dilakukan adalah membangun sebuah brand. Merek dagang atau logo yang sudah Anda ciptakan bukan hanya sekedar nama dan gambar saja, ia merupakan perwakilan dari wujud perusahaan Anda.

Branding adalah sama pentingnya untuk usaha kecil seperti halnya yang terdapat di perusahaan-perusahaan besar. Banyak pemilik usaha kecil sudah mengerti akan arti sebuah branding adalah penting untuk bisnis mereka, tetapi kebanyakan dari mereka benar-benar tidak tahu untuk apa?.

Mereka mengakui bahwa hubungan antara bisnis yang sukses dan branding yang kuat akan mengemulasi sukses serupa untuk diri mereka sendiri. Dan mereka memahami bahwa branding tidak hanya logo atau bagaimana bisnis mereka dianggap eksternal. Tapi terlalu sedikit menyadari bahwa merek yang sukses memiliki branding ini di jantung bisnis. Begitu banyak sehingga dalam banyak hal Anda hampir bisa menggantikan merek kata untuk bisnis.

Branding adalah cara untuk mendefinisikan bisnis Anda untuk diri sendiri, tim Anda dan khalayak eksternal Anda. Ini bisa disebut bisnis "identitas", tetapi hanya pada pemahaman bahwa mewujudkan inti dari apa bisnis ini dan nilai-nilainya, tidak hanya seperti apa yang tampak dan terdengar. Anda tentunya ingat bagaimana kuatnya sebuah branding hingga melekat bukan saja dalam ingatan, namun dalam hati mereka. Sebagai contoh, coba Anda perhatikan bagaimana seorang konsumen saat di warung atau kios, mereka saat membutuhkan air mineral langsung meminta ke pelayan dengan menyebut "Aqua". Begitu juga saat konsumen meminta sebungkus detergen, ia akan meminta "Riinso".

Manfaat dari sebuah merek adalah mendefinisikan strategis sebuah bisnis yang dapat membawa loyalitas konsumen, sama seperti ketika orang jatuh cinta dengan satu sama lain. Ketika pelanggan terhubung emosinya - karena mereka berbagi nilai-nilai dan keyakinan dari merek yang sama - itu mengarah ke penjualan yang lebih tinggi dan diferensiasi merek yang lebih baik. Hal ini juga menyebabkan loyalitas, advokasi dan bahkan dapat melindungi harga di saat-saat ketika pesaing mengandalkan diskon promosi untuk mendorong penjualan. Hal ini juga dapat memberikan platform ideal untuk memperpanjang penawaran Anda atau jangkauan.

Berikut ini sepuluh tips agar berhasil menerapkan merek untuk bisnis Anda.

1. Mulailah dengan mendefinisikan merek Anda.

Tinjau produk atau layanan yang ditawarkan bisnis Anda, untuk menentukan ruang di pasar. Karakter merek Anda harus mempromosikan bisnis Anda, terhubung dengan basis pelanggan Anda dan membedakan Anda di pasar.

2. Ketika membangun merek Anda, anggap "Merek" Anda adalah seseorang.

Setiap salah satu dari kita adalah seorang individu yang terdiri dari beberapa karakter dan keyakinan, nilai-nilai dan tujuan yang menentukan siapa kita dan

siapa kita akan terhubung. Dengan kepribadian kita dapat menentukan bagaimana kita berperilaku dalam situasi yang berbeda, bagaimana kita berpakaian dan apa yang kita katakan. Tentu saja bagi orang-orang itu intuitif dan sangat jarang Anda mempertimbangkan apa karakter Anda sendiri, tetapi ketika Anda sedang membangun sebuah merek itu penting untuk memiliki pemahaman seperti itu.

3. Pertimbangkan apa yang dapat mendorong bisnis Anda.

Kepercayaan, tujuan dan kekuatan merek. Hal-hal ini dapat membantu membangun positioning brand “emotif” Anda dan menginformasikan identitas dan karakter untuk komunikasi merek.

4. Bertujuan untuk membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan Anda.

Jangan hanya memberikan janji dan harapan yang menghasilkan sebuah isapan jempol saja, membuat kepercayaan dengan jujur - menjadi jelas siapa perusahaan Anda dan selalu mendorong untuk menghasilkan nilai setiap hari.

5. Berbicaralah yang tegas dan konsisten dengan pelanggan Anda.

Ini akan membantu memperkuat karakter bisnis dan memperjelas siapa Anda sehingga pelanggan menyadari persis apa yang diharapkan dari produk atau jasa.

6. Jangan mengulang pesan yang sama dengan cara yang sama.

Anda harus membuat pesan-pesan kunci Anda dalam membangun identitas yang koheren.

7. Jangan mencoba untuk meniru tampilan merek besar.

Mencoba dan mengukir identitas khas Anda sendiri. Ada kecenderungan konsumen besar menuju pendirian independen, dan beberapa rantai sebenarnya mencoba untuk meniru merasa independen untuk menangkap beberapa pasar tersebut. Benar-benar operator independen dapat memanfaatkan status mereka untuk menarik pelanggan yang mencari sesuatu yang lebih asli dan otentik, yang sejalan dengan bagaimana perasaan tentang diri mereka sendiri.

8. Jadilah inovatif, berani dan berani - berdiri untuk sesuatu yang Anda percaya.

Merek besar yang dibebani oleh lapisan besar birokrasi, mencegah mereka dari menjadi fleksibel dan bereaksi terhadap kebutuhan yang selalu berubah dari pelanggan mereka. Mereka lapisan pengambil keputusan dapat membuat sulit bagi mereka untuk menjadi berani dengan merek mereka.

9. Selalu mempertimbangkan merek Anda ketika berkomunikasi dengan pelanggan.

Jangan kehilangan harga diri Anda atau encer positioning merek Anda dengan discounting sembarangan. Coba menawarkan lebih, daripada pemotongan harga. Promosi merupakan kesempatan untuk memperkuat misi merek Anda.

10. Cara lama stamping logo Anda pada segala sesuatu tidak akan dipotong.

Masa depan branding adalah menarik dan memberikan kebebasan - menghormati kecerdasan pelanggan Anda dengan tidak memberikan segalanya di depan. Menghasilkan beberapa intrik dan memungkinkan mereka untuk menggali lebih lanjut tentang merek Anda untuk diri mereka sendiri. Ini adalah cara untuk mendorong duta yang bersenang-senang dalam menceritakan kepada orang lain apa yang mereka temukan dalam produk atau jasa yang Anda hasilkan..

Tips : Yang Harus Diperhatikan Saat Bermitra Bisnis

Untuk beberapa pengusaha, menjadi satu-satunya yang bertanggung jawab atas bisnis mereka adalah mimpi yang menjadi kenyataan. Mereka bisa membuat semua keputusan dan menjalankan sesuatu dengan cara yang mereka mau, tanpa ada yang memberitahu mereka apa yang harus dilakukan. Tetapi menjadi solopreneur sangatlah sulit, itulah sebabnya mengapa pengusaha memilih untuk bermitra dalam mengejar tujuan startup pada umumnya.

Menyatukan Visi satu sama lain. Ketika beberapa mitra berbagi visi yang sama, hasilnya adalah tim kuat dan lebih bersatu. Untuk membuat impian kewirausahaan mereka menjadi kenyataan, diperlukan kombinasi yang tepat dari kepribadian dan keterampilan. Karena kepribadian yang berbeda, pengalaman dan latar belakang, menjadi satu pembelajaran antara satu sama lain dan mampu menggunakan pertukaran ini untuk secara positif mempengaruhi. Perbedaan ini memungkinkan kita untuk mendekati setiap situasi dalam berbagai cara.

Saling Percaya, Kepercayaan Adalah hal Yang Mutlak Harus dijaga. Karakter kepercayaan dan integritas adalah segalanya ketika datang untuk memilih mitra bisnis. Hal ini membutuhkan beberapa waktu untuk menemukan pasangan yang tepat dan kemitraan untuk bekerja secara efektif. Kekuatan hubungan Anda akan menentukan keberhasilan bisnis Anda.

Memulai adalah bagian tersulit. Awal kemitraan seringkali waktu yang paling menantang. Ini adalah ketika Anda belajar gaya bisnis masing-masing dan beradaptasi dengan bekerja sebagai sebuah tim. Untuk menjadi sukses, Anda harus belajar bagaimana untuk berkompromi dan menyesuaikan diri dengan gaya pribadi masing-masing untuk bekerja sama dan menjadi salah satu perusahaan secara keseluruhan.

Komunikasi adalah kunci. Konstan jujur dan terbuka dalam komunikasi adalah suatu

keharusan. Ketika masalah muncul, mereka perlu dipecahkan bersama-sama. Di beberapa titik, masing-masing pasangan akan membuat kesalahan, dan Anda tidak harus takut untuk membawanya ke permukaan. Untuk berhasil, setiap pasangan perlu melakukan apa yang terbaik untuk bisnis, dan bagian dari ini menghilangkan emosi negatif untuk menghindari perselisihan jika seseorang menunjukkan kesalahan.

Peran masing-masing orang harus didefinisikan. Jelas mendefinisikan peran Anda dalam perusahaan memastikan bahwa waktu masing-masing pasangan dihabiskan efektif. Ini akan mencegah mitra dari saling bergantung sama lain, dan pada akhirnya akan menghemat uang perusahaan.

Bab VI. RENCANA PEMASARAN SEDERHANA

Bagian yang seringkali terabaikan oleh seorang pengusaha adalah rencana pemasaran. Dimana biasanya pemasaran ini tidak dimunculkan sebagai draft bagian atas dari daftar rencana yang harus dilakukan. Sementara rencana bisnis membantu memetakan arah untuk perusahaan Anda, rencana pemasaran membantu perusahaan Anda memahami bagaimana untuk sampai ke sana dengan merinci langkah-langkah penting di jalan untuk menciptakan hubungan pelanggan.

Hal yang paling penting untuk bisnis kecil masukkan dalam rencana pemasaran adalah pemahaman yang sangat jelas dari pelanggan dan pesaingnya. Meskipun rencana pemasaran dapat formal atau informal, minimal itu menggambarkan siapa pelanggan Anda, di mana mereka mendapatkan informasi, dan bagaimana Anda akan menjangkau mereka.

Dalam pengembangannya rencana pemasaran memerlukan empat tugas-tugas tertentu:

Mengembangkan wawasan yang sangat jelas dan terfokus ke mengapa pelanggan potensial akan menggunakan bisnis Anda. Lebih khusus, apa kebutuhan inti yang produk atau jasa Anda akan penuhi? Apakah itu untuk membantu pelanggan Anda melewati hari dengan lebih mudah? Melakukan pekerjaan mereka lebih efisien? Penawaran Anda harus dirancang untuk memenuhi kebutuhan pelanggan lebih baik dari kompetisi.

Mengidentifikasi target pelanggan Anda. Ada banyak pelanggan potensial di sebagian besar pasar, tetapi untuk berhasil lebih cepat dan lebih baik, usaha kecil harus mempelajari pasar dalam menentukan karakteristik target pelanggan terbaik. Target pelanggan harus dijelaskan secara rinci.

Dengan demikian, bisnis juga mengembangkan gambaran yang lebih jelas dari pendapatan penjualan yang diharapkan dan keuangan.

Mengidentifikasi pesaing yang juga ingin target pelanggan Anda. Selalu ada pesaing - tidak pernah membuat kesalahan dengan menganggap tidak ada. Usaha kecil jarang meluangkan waktu untuk mempelajari pesaing mereka secara mendalam. Tapi Anda harus memahami siapa pesaing Anda, apa keunggulan

kompetitif inti mereka dan bagaimana mereka akan menanggapi penawaran Anda (potongan harga, meningkatnya komunikasi, dan lain-lain).

Menuliskan pernyataan brand-positioning Anda untuk target pelanggan Anda. Pada akhirnya, merek Anda dan apa yang melambangkan bagi pelanggan akan keunggulan kompetitif terkuat Anda. Anda harus bisa menuliskan kalimat deklaratif sederhana bagaimana Anda akan memenuhi kebutuhan pelanggan dan mengalahkan kompetisi. Laporan posisi terbaik adalah mereka yang single-minded dan fokus pada kebutuhan pelanggan.

Sementara langkah-langkah ini adalah titik awal yang baik, perusahaan juga perlu untuk memasukkan beberapa saluran ke dalam rencana pemasaran mereka. Beberapa saluran yang paling populer untuk bisnis saat ini meliputi:

Pemasaran media sosial

Media sosial telah menjadi bagian penting dari rencana pemasaran bisnis. Bisnis yang belum menyadari peluang yang ada dalam Facebook, Twitter, Google+, LinkedIn dan jaringan lainnya, mereka akan kehilangan momentum. Meskipun konsep pemasaran media sosial dapat membanjiri pemilik usaha kecil tertentu, proses tidak perlu menjadi tantangan, karena layanan lebih dan perusahaan yang bermunculan lebih banyak dan lebih sering. Media sosial dan internet kini menjadi sebuah kebutuhan bukan lagi sekedar hiburan. Jangkauan dari internet yang tak mengenal ruang dan waktu sangat efektif sebagai tempat dalam menyampaikan informasi tentang bisnis Anda, strategi ini terbukti ampuh di era teknologi informasi saat ini.

Email pemasaran

Meskipun pemasaran email mungkin tidak seperti baru dari konsep pemasaran media sosial, itu adalah pilihan yang efektif dan populer untuk banyak pemilik usaha kecil. Perusahaan dapat menerapkan teknik email marketing dalam berbagai cara, termasuk newsletter, kampanye promosi dan email transaksional.

Handphone pemasaran

Popularitas smartphone dan tablet telah membantu mengubah cara perusahaan menargetkan pelanggan mereka. Akibatnya, perusahaan mencari untuk menerapkan strategi yang menjangkau pelanggan pada perangkat mereka.

Ponsel pemasaran tidak harus dianggap perpanjangan belaka email atau pemasaran online, namun. Karena banyak konsumen memiliki perangkat mobile yang setiap saat ada dalam genggamannya, sebuah teks promo akan mendorong pemberitahuan dan hal ini dapat lebih efektif dan efisien dikarenakan langsung mengarah pada end user.

Untuk mengoptimalkan kehadiran pemasaran mobile Anda, hati-hati mempertimbangkan bagaimana dan kapan Anda menjangkau pelanggan seluler Anda. Peka terhadap kapan dan mengapa mereka menggunakan ponsel mereka, dan menawarkan mereka informasi yang berkaitan dengan situasi mereka.

Langkah selanjutnya

Setelah strategi diidentifikasi untuk setiap saluran, Anda perlu mencari tahu strategi Anda. Berapa banyak Anda bersedia untuk menghabiskan di setiap saluran? Hasil apa yang Anda harapkan untuk melihat? Tugas apa yang harus Anda capai untuk setiap langkah dalam proses Anda? Membuat daftar didefinisikan dengan baik dalam anggaran, tujuan dan item tindakan, dengan personil yang tepat ditugaskan untuk setiap bagian, dapat membantu membuat rencana pemasaran Anda menjadi kenyataan.

Hal ini juga penting untuk memutuskan terlebih dahulu bagaimana Anda akan mengukur keberhasilan. Apakah Anda berharap untuk melihat peningkatan penjualan atau lalu lintas, atau kontak klien baru? Set enam bulan untuk setiap saluran, dan membandingkan hasil terhadap upaya sebelum dan sesudah adanya program dari strategi pemasaran Anda. Jika saluran adalah berkinerja buruk, memeriksa konsekuensi untuk meninggalkannya dan untuk menambahkan lebih banyak sumber daya. Meminta pelanggan Anda untuk menyelesaikan survei email tentang kebiasaan sosial media mereka dalam pertukaran untuk kupon atau diskon dapat membantu Anda belajar berhubungan secara emosional dengan pelanggan dalam upaya pemasaran Anda.

ANALISIS SWOT

Pengetahuan adalah kunci untuk menjalankan bisnis yang sukses - pengetahuan tentang pelanggan Anda, pesaing Anda, operasi Anda sendiri dan lingkungan bisnis yang lebih luas. Sebuah analisis SWOT akan membantu Anda mengumpulkan informasi yang Anda butuhkan untuk membuat penilaian yang tepat dari bisnis Anda dan pasar Anda.

Sebuah analisis SWOT adalah alat sederhana namun kuat untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan dari operasi Anda dan peluang dan ancaman yang Anda hadapi di pasar Anda. Ini akan memberi Anda gambaran yang jelas tentang seberapa baik bisnis Anda berjalan dan lebih luas pemasaran dan penjualan lingkungan Anda beroperasi di.

Analisis bisnis - kekuatan dan kelemahan

Mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan perusahaan Anda harus langsung, terutama jika Anda berbicara dengan berbagai orang saat meletakkan analisis SWOT Anda bersama-sama. Jika Anda memiliki karyawan, Anda akan menemukan mereka memiliki ide yang baik dari apa yang berhasil dan apa yang tidak. Pelanggan, pemasok dan mitra bisnis lainnya juga dapat memberikan umpan balik pada kinerja Anda.

Bekerja melalui daftar unsur-unsur yang berbeda dari operasi Anda. Misalnya, keuangan, kepegawaian, operasi dan pemasaran bidang utama Anda dapat memeriksa.

Analisis SWOT Anda akan lebih berguna jika Anda melihat kekuatan dan kelemahan dalam hal apa yang Anda capai dan jika Anda membandingkan diri Anda dengan pesaing utama Anda. Di mana Anda memiliki keunggulan kompetitif - atau masalah?

Analisis pasar - peluang dan ancaman

Anda juga harus berbicara dengan karyawan, pelanggan, pemasok dan mitra bisnis lainnya tentang peluang utama dan ancaman yang dihadapi bisnis Anda.

Tanyakan kepada mereka tentang semua orang dan organisasi yang mempengaruhi bisnis Anda dan bagaimana mereka berubah. Pesaing, pelanggan, pemasok dan distributor semua akan berdampak pada seberapa sukses Anda perdagangan.

Anda kemudian harus menilai lingkungan bisnis yang lebih luas dan bagaimana hal itu berubah menggunakan analisis PEST:

P olitical dan peraturan. Akan undang-undang baru mengubah cara Anda harus beroperasi?

E conomic. Bagaimana ekonomi mempengaruhi Anda?

S ocial dan budaya. Bagaimana tren sosial yang mempengaruhi kebutuhan pelanggan Anda?

T echnological. Apakah Anda membuat penggunaan terbaik dari teknologi yang tersedia?

Sebuah analisis PEST yang baik dapat memberikan Anda dengan dasar yang kuat untuk strategi pemasaran yang efektif.

Melaksanakan dan menggunakan analisis SWOT

Sebuah brainstorming dengan karyawan mungkin menjadi titik awal terbaik untuk analisis SWOT Anda. Anda harus berpikiran terbuka dan mau menerima kritik dari bisnis Anda - tapi ingat, idenya adalah untuk mendapatkan tampilan yang realistis. Demikian juga, meminta pelanggan Anda untuk umpan balik yang jujur dari mereka tentang produk Anda dan standar pelayanan.

Jika Anda ingin mengambil pendekatan yang lebih formal untuk analisis SWOT, Anda bisa membayar seorang profesional atau terlibat dalam studi benchmarking . Apapun pendekatan yang Anda pilih, bagaimanapun, penilaian Anda harus mengarah pada rencana aksi. Ini harus fokus pada bagaimana Anda memanfaatkan peluang yang bermain dengan kekuatan Anda dan bagaimana Anda mengatasi kelemahan dalam bisnis Anda untuk menghadapi ancaman yang dihadapi oleh Anda.

Strategi pemasaran Anda juga harus bertujuan untuk melindungi bisnis Anda terhadap ancaman. Membangun kuat hubungan dengan pelanggan dan memastikan bahwa produk dan layanan pelanggan menonjol bisa menjadi elemen kunci dari pertahanan Anda terhadap kompetisi.

RISET PASAR SEDERHANA

Riset pasar merupakan gambaran yang jelas tentang jenis produk dan layanan baru yang dapat membawa keuntungan. Untuk produk dan jasa yang sudah tersedia, riset pasar dapat memberitahu perusahaan apakah mereka memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan mereka. Dengan meneliti jawaban atas pertanyaan-pertanyaan khusus, pemilik usaha kecil dapat mengetahui apakah mereka perlu mengubah desain paket atau metode pengiriman mereka - dan bahkan apakah mereka harus mempertimbangkan untuk menawarkan layanan tambahan. Kegagalan untuk melakukan riset pasar sebelum Anda memulai usaha atau selama operasi adalah seperti mengemudi mobil ke satu tujuan tanpa peta dan rambu-rambu arahan, bagaimana Anda akan tiba di tujuan?.

Untuk sebuah perusahaan membuat riset pasar sebagai fasilitator perubahan, itu harus bersedia untuk mengambil pendekatan yang membuat dampak paling besar pada organisasi. Pendekatan itu adalah kunci dalam membuat perbedaan menggunakan riset pasar. Anne E. Beall, PhD, menulis dalam bukunya. *Strategis Market Research* memberikan contoh kehidupan nyata yang menggambarkan penerapan konsep-konsep ini dalam berbagai skenario, termasuk bisnis dan

organisasi non-profit. Menerapkan pendekatan strategis dari awal sampai akhir proyek memberikan informasi yang mempromosikan perubahan.

Ketika Anda melakukan riset pasar, Anda dapat menggunakan hasil yang baik dalam membuat rencana bisnis dan pemasaran atau untuk mengukur keberhasilan rencana Anda saat ini. Itulah mengapa penting untuk mengajukan pertanyaan yang tepat, dengan cara yang benar, dari orang yang tepat. Penelitian, yang dilakukan buruk, dapat mengarahkan bisnis ke arah yang salah.

Berikut adalah beberapa dasar riset pasar yang dapat membantu Anda untuk memulai dan beberapa kesalahan untuk Anda hindari.

Jenis Penelitian Pasar

Penelitian Primer: Tujuan dari penelitian utama adalah untuk mengumpulkan data dari analisis penjualan saat ini dan efektivitas praktek. Penelitian utama juga mengambil rencana pesaing ke dalam riset, hal ini dapat memberikan kepada Anda informasi tentang pesaing Anda.

Mengumpulkan penelitian utama mencakup:

- Wawancara (baik melalui telepon atau tatap muka)
- Survei (online atau melalui pos)
- Kuesioner (online atau melalui pos)
- Kelompok fokus mengumpulkan contoh dari klien potensial atau pelanggan dan mendapatkan umpan balik langsung mereka.

Beberapa pertanyaan penting yang harus tercakup pada kuisisioner:

- Faktor-faktor apa yang Anda pertimbangkan ketika membeli produk atau jasa?
- Apa yang Anda suka atau tidak suka tentang produk atau jasa saat ini di pasar?
- Bidang apa yang akan Anda sarankan untuk perbaikan?
- Berapa harga yang tepat untuk produk atau jasa?

Penelitian sekunder : Tujuan dari penelitian sekunder adalah untuk menganalisis data yang telah diterbitkan. Dengan data sekunder, Anda dapat mengidentifikasi pesaing, membangun tolok ukur dan mengidentifikasi target segmen. Segmen Anda adalah orang-orang yang masuk ke dalam target demografis -. Orang-orang yang menjalani gaya hidup tertentu, menunjukkan pola perilaku tertentu atau jatuh ke dalam kelompok usia yang telah ditentukan

Pengumpulan Data, bagi bisnis kecil tidak dapat berhasil tanpa memahami pelanggan, produk dan jasa, dan pasar pada umumnya. Kompetisi sering sengit,

dan beroperasi tanpa melakukan penelitian dapat memberikan pesaing Anda keuntungan lebih dari Anda. Ada dua kategori dari pengumpulan data: kuantitatif dan kualitatif.

Metode kuantitatif menggunakan [analisis matematika](#) dan membutuhkan ukuran sampel yang besar. Hasil data ini menjelaskan perbedaan yang signifikan secara statistik. Satu tempat untuk menemukan hasil kuantitatif jika Anda memiliki sebuah situs web, Anda dapat melihatnya di [Google Analytics](#). Informasi ini dapat membantu Anda menentukan banyak hal, seperti di mana lead Anda berasal, bagaimana pengunjung lama tinggal di situs Anda dan dari mana mereka keluar.

Metode kualitatif membantu Anda mengembangkan dan menyempurnakan metode penelitian kuantitatif Anda. Mereka dapat membantu pemilik usaha mendefinisikan masalah dan sering menggunakan metode wawancara untuk belajar tentang opini, nilai-nilai dan keyakinan pelanggan. Dengan [penelitian kualitatif](#), ukuran sampel biasanya kecil.

Banyak pemilik bisnis baru, sering kekurangan waktu dan uang, mungkin mengambil jalan pintas yang nantinya bisa menjadi bumerang. Berikut adalah tiga hal bagi Anda untuk menghindari kegagalan.

Kesalahan Umum Pemasaran

1. **Hanya menggunakan penelitian sekunder.** Mengandalkan karya yang diterbitkan dari orang lain tidak memberikan gambaran lengkap. Hal ini dapat menjadi tempat yang bagus untuk memulai, tentu saja, tapi informasi yang Anda dapatkan dari penelitian sekunder dapat menjadi telah usang. Anda akan kehilangan faktor-faktor lain yang relevan dengan bisnis Anda.
2. **Menggunakan sumber daya hanya melalui web.** Ketika Anda menggunakan mesin pencari umum untuk mengumpulkan informasi, Anda hanya mendapatkan data yang tersedia untuk semua orang dan itu mungkin tidak sepenuhnya akurat. Untuk melakukan pencarian lebih tentunya sangat tergantung pada anggaran yang Anda miliki, namun Anda pun dapat menggunakan sumber daya di [perpustakaan](#) setempat, [pusat statistik](#), kampus atau [pusat bisnis kecil](#).
3. **Survei hanya orang yang Anda kenal.** Pemilik usaha kecil kadang-kadang melakukan wawancara hanya kepada anggota keluarga dan rekan dekat ketika melakukan penelitian, tetapi teman-teman dan keluarga sering tidak subyektif dalam menjawab survei. Untuk mendapatkan informasi yang paling berguna dan akurat, Anda perlu berbicara dengan pelanggan nyata tentang kebutuhan mereka, keinginan dan harapan.

TARGET PASAR ANDA

Mencoba untuk memenuhi berbagai kebutuhan yang berbeda jarang efektif. Memisahkan pelanggan Anda ke dalam kelompok yang berbeda dari orang yang sama akan memungkinkan Anda untuk memasarkan produk atau jasa khusus untuk orang-orang yang akan menguntungkan untuk Anda.

Mengidentifikasi target pasar Anda

Mulai untuk mengidentifikasi segmen yang berbeda antara pelanggan yang ada dengan mencari kelompok yang memiliki karakteristik serupa. Konsumen sering tersegmentasi oleh usia, jenis kelamin atau pendapatan. Pelanggan bisnis dapat dipecah menjadi industri yang berbeda atau dengan ukuran. Dalam prakteknya, lokasi seringkali merupakan faktor kunci, apakah Anda menargetkan pelanggan lokal atau mencari peluang ekspor.

Segmentasi pasar Anda harus memungkinkan Anda untuk mengidentifikasi kesamaan antara kelompok pelanggan yang berbeda. Anda akan dapat lebih jelas memahami apa aspek tawaran banding untuk masing-masing kelompok dan menyesuaikan produk atau jasa untuk lebih dekat dengan kebutuhan mereka.

Ini mungkin berarti Anda memodifikasi produk - atau bekerja pada pengiriman, pelayanan, keandalan atau kebutuhan lain yang penting untuk segmen pasar. Ini juga bisa berarti menyesuaikan cara Anda memasarkan penawaran Anda - sehingga Anda mengubah kebijakan harga atau menggunakan saluran distribusi yang menjangkau target pelanggan Anda lebih efektif. Anda juga harus menyesuaikan pesan promosi Anda ke segmen pelanggan yang berbeda.

Menemukan dan mengevaluasi pelanggan

Pengetahuan adalah segalanya ketika datang untuk mengidentifikasi mana kelompok pelanggan yang harus Anda targetkan. Riset pasar akan membantu Anda memahami lebih lanjut tentang kebutuhan, selera dan kebiasaan belanja dari berbagai kelompok pelanggan potensial. Ini harus memberitahu Anda tentang segmen pelanggan yang paling mungkin untuk membeli produk yang Anda tawarkan dan jenis aktivitas pemasaran serta penjualan dimana mereka akan menanggapi.

Sebuah analisis SWOT akan membantu Anda menilai kekuatan dan kelemahan Anda sebagai sebuah bisnis dan menemukan peluang dan ancaman yang ada di pasar. Ini akan membantu Anda mengevaluasi apakah Anda berada dalam posisi

untuk melaksanakan pemasaran yang kuat dan kampanye penjualan dengan kelompok sasaran pelanggan Anda. Secara signifikan, itu juga akan memungkinkan Anda untuk melihat bagaimana Anda mengukur kompetitor.

Memahami akan pesaing Anda adalah sangat penting. Bagaimana mereka bekerja dengan kelompok sasaran? Akan Anda lakukan lebih baik atau lebih buruk? Mana kesenjangan - dalam penawaran mereka dan dalam pemasaran mereka? Apakah kelompok pelanggan diabaikan oleh saingan?

Kombinasi dari riset pasar, analisis SWOT dan benchmarking harus memberikan gambaran rinci dari pasar dan potensi Anda sendiri. Hal ini pada gilirannya akan memberitahu bagaimana dan di mana Anda harus mengarahkan kegiatan pemasaran. Hanya ketika Anda dipersenjatai dengan pengetahuan, hal ini akan dapat membuat Anda lebih percaya diri untuk menyesuaikan pesan Anda dalam berbagai segmen pasar, serta melakukan percakapan persuasif dengan pelanggan potensial Anda.

PEMASARAN MELALUI MEDIA SOSIAL

Anda pernah menghindari pemasaran media sosial? Sebagai pelaku usaha kecil, Anda mungkin berpikir Anda memiliki waktu yang sangat sibuk untuk menangani pengelolaan uang dan lainnya, belum lagi kelelahan dan stres mempekerjakan dan mempertahankan orang yang tepat. Jadi aktif dalam pemasaran media sosial mungkin menjadi hal terakhir di pikiran Anda. Jika bisnis Anda di bidang non-teknis, Anda mungkin juga akan berpikir bahwa keterlibatan dalam pemasaran media sosial membutuhkan waktu untuk belajar. Jika hal ini menggambarkan Anda, pikirkan lagi.

Sebuah rilis yang dikeluarkan oleh we are sosial, menyatakan bahwa pengguna internet di dunia pada tahun 2015 telah mencapai 3,17 miliar, sangat fantastis! Setengah [dunia](#) kini terhubung melalui internet. [Indonesia](#) sendiri menduduki urutan ke-6 dunia dalam jumlah pengguna internet aktif, jumlah pengguna internet di Indonesia sekitar 87 juta lebih hampir mendekati setengah populasi rakyat Indonesia.

Dalam dunia yang semakin saling berhubungan, kecenderungan ini berarti Anda tidak bisa lagi mengabaikan social media. Sebuah [survei](#) di Inggris menunjukkan bahwa hampir 80 persen konsumen mengatakan mereka akan lebih cenderung untuk membeli lebih sering dari sebuah perusahaan yang memiliki kehadiran di media sosial.

Panduan ini akan memberi Anda beberapa petunjuk untuk memulai pemasaran media sosial untuk bisnis Anda tanpa membuang-buang waktu terlalu banyak, dan

mengungkapkan cara yang relatif mudah untuk membantu mendapatkan eksposur media sosial untuk perusahaan Anda secara gratis.

Mengetahui Demografi

Mengetahui di mana audiens target Anda bergaul dapat membantu Anda memutuskan mengambil strategi pemasaran melalui media tersebut, yang feedback-nya tentunya peningkatan dalam penjualan bisnis Anda. Berikut beberapa media sosia yang populer:

Facebook: Facebook terus mendapatkan pangsa terbesar dalam pengguna, dengan 71 persen dari pengguna internet sekarang menggunakan situs ini. Sepenuhnya 70 persen kunjungan situs setiap hari, dan hampir 50 persen terlibat dengan situs lebih dari sekali sehari.

Pinterest: Wanita mendominasi Pinterest. Empat puluh dua persen wanita secara online menggunakan situs, dibandingkan dengan laki-laki yang hanya 13 persen.

LinkedIn: Platform ini menarik 28 persen dari semua pengguna internet. Sebagian besar dari mereka yang terdaftar di dalamnya memiliki pendidikan tinggi.

Instagram: Lebih dari 50 persen dari semua orang dewasa online, berusia 18-29 tahun, menggunakan Instagram.

Twitter: Dua puluh tiga persen orang dewasa secara aktif online menggunakan Twitter, dan yang terbesar demografi di sini adalah mereka yang berusia 18 sampai 29 tahun. Saat ini, lebih banyak pria daripada wanita pengguna twitter.

Google+: Sebuah [survei](#) yang dilakukan oleh Forrester menunjukkan bahwa sekitar 22 persen dari populasi orang dewasa online mengunjungi Google+ setiap bulan.

Tahu Yang Social Media Channel untuk Gunakan

Dengan sebuah array dari pilihan, memilih saluran media sosial yang tepat untuk bisnis Anda adalah sebuah keputusan penting. Untuk menghindari buang-buang waktu dan uang, jelaskan tentang kelompok terbesar yang ingin Anda targetkan. Apakah produk dan layanan diarahkan warga senior? Apakah Anda terutama menjual ke perempuan? Apakah target pasar Anda milenium? Apakah Anda mencoba untuk mendapatkan perhatian dari para profesional dan entitas perusahaan? Apakah Anda ingin menarik keluarga?

Berikut adalah beberapa petunjuk untuk membimbing Anda dalam pilihan Anda:

Instagram

Instagram kini memiliki 300 juta pengguna . Banyak merek terbesar di dunia yang aktif di Instagram dan telah mengumpulkan jutaan pengikut. Sebagai usaha kecil, Anda juga bisa mendapatkan keuntungan dari memiliki kehadiran di Instagram. Usaha kecil menggunakan Instagram untuk menampilkan produk atau layanan mereka termasuk [Nine Zero One](#) , salon rambut, [Dogswag](#) , seorang desainer dan ilustrator; dan [Temper](#) , toko kue.

Instagram adalah gratis, cepat dan mudah digunakan. Download [aplikasi](#) dan Anda siap untuk mengambil gambar atau video dari produk atau layanan dan posting di Instagram. Gunakan hashtag sehingga Anda muncul dalam pencarian, meningkatkan kemungkinan pelanggan potensial menghubungkan dengan Anda. Jika Anda tidak kecepatan sampai dengan hashtags, menonton [video tutorial](#) dari [TagItBest](#) tentang cara mudah menghasilkan hashtags untuk Instagram.

Pinterest

Pinterest adalah alat lain media sosial yang dapat mengarahkan pengunjung ke website Anda dan meningkatkan visibilitas Anda sebagai orang. Bahkan jika bisnis Anda secara visual tidak menarik sebagai toko ritel atau toko bunga, misalnya, Anda masih dapat menggunakan Pinterest untuk mengarahkan lalu lintas ke situs Anda. Ini [daftar](#) akan menunjukkan usaha kecil bervariasi yang menggunakan Pinterest. Anda dapat [bergabung Pinterest sebagai sebuah bisnis](#) . Jika Anda kebetulan sudah memiliki akun pribadi di Pinterest, Anda dapat mengubahnya ke akun bisnis.

LinkedIn

LinkedIn memiliki [jaringan profesional terbesar di dunia](#) , dengan lebih dari 332 juta anggota. Jika Anda menargetkan profesional di semua bidang, ini adalah tempat yang akan. Anda mungkin sudah memiliki profil LinkedIn pribadi, tetapi Anda juga harus mempertimbangkan mendirikan sebuah halaman perusahaan di LinkedIn. Berikut adalah [video tutorial](#) tentang cara membuat sebuah halaman perusahaan LinkedIn. LinkedIn juga secara teratur memberikan gratis, [webinar pra-rekaman](#) tentang bagaimana membangun halaman perusahaan Anda untuk sukses.

Anda dapat memulai dengan hanya menambahkan informasi dasar tentang produk dan layanan, jam kerja Anda dan daerah Anda melayani sehingga Anda memiliki

kehadiran segera. Kemudian, Anda secara berkala dapat berinvestasi dalam waktu untuk memperbaiki halaman Anda. Di sinilah Anda bisa menceritakan kisah perusahaan Anda, menambahkan foto dan berbagi artikel yang berkaitan dengan perusahaan Anda dan Anda industri apa pun yang Anda merasa dapat membantu pelanggan Anda.

Twitter

Menggunakan Twitter untuk bisnis adalah salah satu cara termudah untuk meningkatkan kesadaran dari bisnis Anda, menarik dan terhubung dengan pelanggan dan meningkatkan penjualan. Silahkan lihat pada ini [contoh besar](#) dari kisah sukses pemilik usaha kecil yang tidak hanya itu. Menganalisis praktek mereka dan melihat bagaimana Anda dapat menaruh beberapa tips ini untuk digunakan.

Misalnya, untuk menjangkau orang-orang yang tertarik pada produk mereka, seperti pencinta kopi dan makanan, [salah satu](#) dari perusahaan-perusahaan ini memeriksa rekening berpengaruh di ceruk. Ini kemudian dipromosikan tweet untuk orang mirip dengan pengikut akun tersebut.

Twitter juga membangun loyalitas follower. Baru-baru ini [survei](#) mengungkapkan bahwa 73 persen responden merasa lebih positif tentang usaha kecil setelah mereka mengikuti bisnis itu dan membaca tweets nya. Dan 81 persen mengatakan mereka lebih mungkin untuk mengambil tindakan pada informasi tentang usaha kecil yang dibagikan melalui Twitter, mengalahkan email dan surat langsung.

Twitter juga memberikan Anda akses ke influencer di niche Anda, sehingga Anda dapat dengan mudah mengikuti mereka dan berinteraksi dengan mereka. Beberapa mungkin mengikuti Anda kembali, memberikan merek Anda lebih banyak eksposur. Influencer yang jauh lebih sulit untuk menemukan di Facebook, misalnya.

Twitter membuat lebih mudah untuk mencari influencer ini, baik perorangan maupun perusahaan, karena mayoritas Twitter bios bersifat publik. Untuk mencari influencer, Anda dapat menggunakan alat seperti [Follower Wonk: A Moz App](#). Misalnya, jika Anda berada di penjualan anggur dan ingin terhubung dengan influencer dalam industri anggur di Twitter, [ini](#) adalah apa yang akan Anda lihat ketika Anda menggunakan Follower Wonk. Influencer adalah peringkat oleh "otoritas sosial." Setelah Anda memiliki daftar, itu mudah untuk mulai mengikuti mereka.

Cara lain Anda dapat menggunakan Twitter untuk membantu bisnis Anda untuk berlangganan program seperti [Sosial Centiv](#) , alat yang mudah digunakan untuk usaha kecil. Hal ini memungkinkan Anda untuk menemukan konsumen yang tweeting tentang pencarian mereka untuk produk tertentu atau layanan yang berhubungan dengan bisnis. Anda kemudian dapat menghubungi konsumen ini secara real time dengan penawaran Anda.

Google+

Jika Anda tidak memiliki sebuah situs web, Google+ dapat menjadi pengganti yang baik. Anda dapat menggunakannya sebagai halaman rumah tanpa biaya, menambahkan informasi tentang bisnis Anda, posting, foto, video dan interaksi dengan pelanggan.

Jika waktu memungkinkan Anda, bergabung dengan Google+ Komunitas, seperti [Ditambah Bisnis Anda!](#) , Sebuah komunitas informatif dan membantu. Tapi berpikir dua kali tentang memulai sebuah komunitas sendiri, karena ini adalah kegiatan waktu-intensif.

Memulai halaman bisnis Google+ membutuhkan minimal keterampilan teknis. Berikut adalah [video tutorial](#) yang akan menunjukkan betapa mudahnya untuk mengatur dan menavigasi halaman Anda sehingga Anda dapat memulai segera. Bahkan jika Anda sudah memiliki laman Google+ pribadi untuk sementara waktu, pertimbangkan untuk menambahkan halaman bisnis. Cari tahu mengapa [di sini](#) .

Yelp

Yelp tidak hanya untuk restoran dan belanja. Ini adalah tempat di mana pelanggan potensial pergi untuk menemukan semua jenis usaha, dari jasa keuangan dan profesional untuk penanganan hewan peliharaan dan bengkel otomotif. Apapun bisnis kecil Anda, Anda bisa mendapatkan keuntungan dengan memiliki kehadiran di Yelp.

[Yelp untuk Pemilik Bisnis](#) memberikan serangkaian alat untuk membangun kehadiran Anda di sini. Anda dapat meng-upload foto dan informasi bisnis, link ke website Anda dan terhubung dengan pelanggan dengan menanggapi ulasan (melalui pesan pribadi atau komentar publik), semuanya gratis.

Facebook

Facebook memiliki bagian terbesar dari pengguna dan merupakan tempat yang baik untuk mencapai berbagai khalayak, termasuk keluarga. Tapi Facebook [mengumumkan](#) bahwa pada bulan Januari, itu akan menyedot keluar

update status pemasaran yang belum dibayar, sehingga kecil kemungkinan bagi orang untuk melihat lapangan yang belum dibayar. Sekarang untuk menjangkau pelanggan di Facebook, Anda akan perlu membeli iklan untuk mempromosikan posting Anda.

Meskipun demikian, tidak ada salahnya untuk memiliki halaman Facebook untuk bisnis Anda. Berikut adalah [video tutorial](#) tentang cara mengatur halaman Anda. Tapi jika Anda tidak memiliki anggaran sekarang untuk meningkatkan kehadiran media sosial Anda dengan iklan, Facebook tidak mungkin menjadi tempat pertama yang Anda ingin menempatkan usaha Anda di media sosial untuk bisnis Anda-bahkan jika situs tersebut memiliki jumlah terbesar pengguna .

Tidak peduli apa platform yang Anda gunakan, tidak mengabaikan untuk menambahkan tagline ke profil Anda. Seperti Guy Kawasaki dan Peg Fitzpatrick merekomendasikan di [The Art of Social Media: Kekuatan Tips untuk Power User](#) , membuat tagline Anda mantra: ". ... 3:58 kata yang menjelaskan mengapa organisasi Anda ada" Kawasaki memberikan tiga contoh mantra teoritis: "Canva: demokratisasi desain," "Google: Informasi demokratisasi," atau "FedEx: ketenangan pikiran".

Selanjutnya, memeriksa kehadiran online pesaing Anda. Mencari tahu situs media sosial yang mereka pilih? Jawaban atas semua pertanyaan ini akan membantu Anda mempersempit upaya awal Anda dalam dunia baru yang berani dari media sosial. Jangan pernah menyebar sendiri dan melompat ke dalam setiap platform media sosial.

TUJUH FITUR TERBAIK UNTUK MEMBANGUN WEBSITE USAHA KECIL

Usaha kecil Anda mungkin memiliki website sendiri, tetapi sudahkah dioptimalkan? layout Web yang friendly, bekerja baik dengan mouse? Keyboard dan monitor besar cenderung tidak kompetibel pada layar smartphone kecil. Dan link kecil yang mudah untuk mengklik pada layar komputer tidak begitu bekerja saat diklik oleh pelanggan menggunakan ujung jari.

Semakin banyak, pelanggan Anda mengakses website melalui perangkat smartphone. Poulasi pemakai smartphone kini semakin meningkat, dan orang-orang muda cenderung mencari bisnis lokal pada ponsel atau tablet. Tetapi membangun situs web mobile tidak berarti Anda harus melakukan tugas ganda. Ada banyak layanan yang solid yang mengotomatisasi proses membangun pendamping seluler ke situs utama Anda. Sebelum Anda memilih salah satu, ada baiknya Anda

mengetahui tujuh fitur terbaik dibawah ini yang dapat membantu dalam membangun website bisnis Anda.

1. Template

Hampir setiap website builder seluler menawarkan template untuk membantu Anda merancang tampilan dan nuansa situs Anda. Tapi memilih web-builder dengan pilihan template akan membantu Anda menemukan yang tepat untuk bisnis Anda. Anda ingin website seluler bisnis Anda memiliki tampilan berbeda yang memberikan esensi dari merek Anda. Sebuah website builder seluler besar akan menawarkan template yang bervariasi dalam warna, gaya dan tata letak. Template juga harus sangat disesuaikan, sehingga Anda dapat men-tweak sampai situs mobile Anda tepat.

2. Drag-and-drop

Anda tidak harus memiliki coding atau HTML pengetahuan untuk mendapatkan situs mobile berfungsi dengan baik. Anda seorang pengusaha, bukan desainer Web, jadi mari website builder yang melakukan untuk Anda. Untuk itu, mencari builder dengan fungsi drag-and-drop sehingga Anda dapat dengan mudah mengubah dan mengedit tata letak situs Anda. Dengan memilih pembangun dengan alat desain intuitif, Anda bisa mendapatkan website mobile Anda online. Di sisi lain, yang terbaik pembangun situs mobile termasuk HTML dan mengedit CSS sebagai pilihan bagi pengguna yang lebih maju.

3. Google Analytics

Pembangun situs terbaik selalu memiliki banyak penawaran bahkan setelah situs Anda up. Itu termasuk integrasi dengan Google Analytics, alat yang menyediakan update real-time tentang lalu lintas di situs Web Anda. Ini adalah alat penting untuk membantu pemilik usaha mencari tahu apa yang berhasil dan apa yang tidak - dan pada gilirannya, meningkatkan penjualan, menemukan lebih banyak pengunjung dan meningkatkan situs Web mereka. Sebelum Anda menetapkan website builder ponsel, pastikan memiliki dukungan untuk Google Analytics untuk dibangun.

4. Media sosial

Terlibat dengan pelanggan online adalah cara yang bagus untuk membangun bisnis Anda. Berinteraksi di situs media sosial seperti Facebook.com, Twitter.com dan YouTube.com, bisnis Anda dapat memberikan keunggulan karena membantu Anda membangun hubungan yang langgeng dengan pelanggan Anda. Bahkan, pelanggan telah datang ke harapan itu, jadi pastikan bahwa website builder Anda memungkinkan Anda mengintegrasikan saluran media sosial ke bisnis Anda. Pembangun terbaik memiliki opsi untuk mengimpor Facebook bisnis Anda,

mengintegrasikan pesan Twitter Anda, menampilkan video promosi terbaru dari saluran YouTube dan banyak lagi.

5. Klik-to-peta

Fungsi GPS adalah salah satu fitur yang membuat smartphone seperti alat yang hebat untuk mencari bisnis lokal. Ketika calon pelanggan berada di luar, mereka dapat menggunakan telepon mereka untuk segera mencari bisnis terdekat, kemudian menggunakan GPS untuk navigasi di sana. Jangan membuat pelanggan Anda mengetik alamat bisnis Anda ke dalam aplikasi navigasi mereka dengan tangan. Sebaliknya, mencari website builder mobile yang mencakup fungsi "klik-untuk-peta". Konsumen dapat melihat di mana bisnis Anda tertetak, kemudian klik untuk mendapatkan navigasi arah. Pembangun situs terbaik juga mencakup klik untuk fungsi panggil, yang memungkinkan Anda untuk menanamkan nomor telepon bisnis Anda pada halaman Anda sehingga pelanggan dapat menghubungi dengan satu tekan.

6. Dukungan multiplatform kuat

Ada ratusan model smartphone dan tablet yang berbeda tersedia dengan ukuran layar yang berbeda-beda, dimensi dan kemampuan hardware. Bila Anda berinvestasi dalam situs web mobile untuk bisnis Anda, Anda akan ingin memastikan bahwa setiap konsumen bisa melihatnya dengan cara yang Anda inginkan, tidak peduli akan smartphone mereka sendiri. Hampir setiap situs pembangun memiliki dukungan yang kuat untuk dua sistem operasi utama mobile: iOS dan Android. Pelayanan terbaik membangun situs Anda menggunakan HTML5 sehingga juga sepenuhnya kompatibel dengan Window Phone, BlackBerry dan platform niche yang lebih kecil.

7. Bantuan & Dukungan

website Anda Link online untuk pelanggan baru. Jika ada yang salah, Anda akan akses ke perbaikan cepat. Sebuah website builder seluler besar memiliki pilihan layanan pelanggan. Yang terbaik dapat dicapai melalui telepon, email atau Web chatting, dan menawarkan bantuan FAQ dengan jawaban untuk masalah umum.

Tips Memaksimalkan Anggaran Pemasaran Untuk Usaha Kecil

Sebuah elemen penting untuk setiap usaha kecil yang sukses adalah mengembangkan rencana pemasaran yang efektif. Sementara bisnis yang lebih besar memiliki kemampuan untuk berinvestasi dalam jumlah besar dari sumber dayanya untuk anggaran pemasaran mereka, sebagian besar usaha kecil tidak memiliki hal

itu. Kunci untuk usaha kecil adalah mencari tahu bagaimana mendapatkan yang paling efisien mengenai biaya pemasaran mereka.

Berikut adalah poin-poin dalam membuat rencana pemasaran yang hemat biaya.

Jangan buang waktu melakukan hal-hal yang tidak baik. Langkah pertama dalam menciptakan strategi pemasaran yang sukses adalah untuk melaksanakan hanya hal-hal yang Anda merasa nyaman melakukannya. Misalnya, memaksimalkan pemasaran melalui email, promosikan usaha Anda melalui email dengan tulisan yang singkat, padat dan mudah di pahami.

Jangan membuat tulisan yang berkesan memelas atau memohon bantuan, selanjutnya upayakan ada sisi yang memberikan pemecahan masalah bagi konsumen melalui usaha Anda. Kedua, mengadakan kampanye iklan dengan membayar biaya per-klik yang disesuaikan dengan anggaran yang dimiliki.

Gunakan promosi untuk membuat pelanggan merasa istimewa . Salah satu cara yang ampuh adalah memberikan kepada pelanggan kebebasan dalam memilih dan menghargai setiap apa yang mereka inginkan. Meminta dengan hormat dan bersahabat kepada pelanggan untuk memberikan saran dan kritik akan produk atau penawaran yang diberikan oleh kita, ingat pelanggan adalah raja yang mana lewat mereka usaha kita dapat berjalan dari mereka juga usaha kita dapat berhenti, selalu berikan sisi baik dan tonjolkan nilai Anda.

Menjadi pemimpin bisnis. Jangan hanya duduk dan berdiam ditempat, lakukan jemput bola mencari pelanggan. Anda dapat melakukannya melalui sebuah komunitas dan aktif dalam komunitas itu, ingat dalam setiap anggota komunitas ada beberapa rekan dibelakang mereka yang dapat di informasikan olehnya mengenai usaha kita. Anda juga dapat melakukannya dibeberapa media sosial dan beberapa forum diskusi.

Mengucapkan terima kasih . Salah satu cara yang sederhana namun sangat ampuh adalah selalu mengucapkan terima kasih kepada setiap pelanggan yang telah memakai produk kita ataupun sekedar berkunjung ke tempat usaha kita. Kirimilah pelanggan dengan email terimakasih dan berilah mereka kesan yang baik akan diri Anda dan usaha Anda. Tidak hanya meninggalkan pelanggan dengan kesan yang baik, tapi juga berfungsi sebagai pengingat kepada mereka bahwa mungkin ada sesuatu yang lain yang mereka ingin memesan.

Mengubah apa yang tidak bekerja . Selain berfokus pada apa yang dilakukan, pemilik usaha kecil tidak usah menjadi takut untuk mengubah rencana mereka

ketika beberapa aspek tidak bekerja. Hal ini akan memberikan Anda solusi baru yang dapat mengubah hal yang tidak berjalan efektif menjadi berjalan dan tentunya membuahkan hasil yang diharapkan.

Pemilik usaha kecil perlu membuat rencana pemasaran agar diketahui sampai dimana usaha yang dijalankan telah bergerak dan dikenal oleh masyarakat atau segmen pasar yang dibidik. Selanjutnya mereka harus dapat menjaga dan manage pelanggannya agar tetap royal dan diharapkan bertumbuh sesuai dengan yang diharapkan. Rencana pemasaran adalah penting bagi sebuah usaha tetapi harus tetap diukur dengan budget yang dimiliki, buatlah rencana pemasaran yang sederhana, budget rendah namun efektif dan efisien serta memberikan feedback yang diinginkan.

BAB VII. MEMBANGUN TIM YANG KUAT

Topik manajemen manusia adalah sesuatu yang sangat menarik bagi semua orang, terutama bagi seorang pengusaha, tidak jadi masalah apakah ia memimpin 5, 12, 100, atau 10.000 karyawan. Entah itu pebisnis, seorang profesional, atau ibu rumah tangga, kita semua harus mengatur keluarga, kerabat, teman, dan rekan kerja kita. Prinsip, konsep, kebiasaan, dan keterampilan mengatur orang lain, untuk semua bidang adalah sama, tidak peduli apakah yang sedang Anda kelola itu sebuah bisnis kecil atau besar.

Begitu Anda mengerti dasarnya, yakinlah Anda akan mampu mengatur karyawan dengan lebih baik sehingga untuk jangka panjang akan menghasilkan lebih banyak laba, kegembiraan, dan kedamaian. Yang harus Anda perhatikan dan menjadi tujuan utama Anda adalah hasil jangka panjang, karena setiap aksi yang berhubungan dengan orang lain memiliki dampak jangka pendek, menengah dan panjang.

Manajemen yang efektif merupakan investasi dalam pengembangan manusia. Tidak ada tongkat sihir atau matra magic yang dapat membantu Anda dalam mengatur karyawan. Bahkan bagi seorang manajer paling sukses sekalipun masih terus menyempurnakan cara mengelola karyawannya.

Ada beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam mengelola karyawan di sebuah perusahaan, apalagi sebuah usaha yang baru, banyak membutuhkan ekstra kerja keras.

1. **Pimpinlah karyawan dengan bendera di tangan.** Artinya, seorang pengusaha harus selalu berperilaku seperti seorang pemimpin, dengan bendera di tangan, sehingga karyawannya dapat mengikutinya di belakang. “keberhasilan seorang pemimpin adalah keberhasilan tim”. Ingatlah akan ilmu itik, pernahkah Anda memperhatikan saat itik di gembalakan oleh pengembalanya? Coba perhatikan bagaimana saat ia mengacungkan tongkatnya ke kiri atau ke kanan, pemimpin itik yang biasanya jantan di barisan paling depan mengikuti pemerintah “sang bos”.
2. **Pahami efek pygmalion dalam mengembangkan karyawan.** Begini maksudnya, apabila seseorang meyakini sesuatu sebagai hal yang benar, ia akan bertindak laku sesuai dengan keyakinannya itu. Pikiran menjadi aksi, dan aksi-aksi ini dengan adanya pihak kedua berubah menjadi inter-aksi. Persepsi individu lainnya inilah yang menjadi dasar dalam mengambil keputusan. Ini disebut ramalan yang

terwujud dengan sendirinya (*self fulfilling prophecy*), atau efek pymalion.

3. **Kesuksesan karyawan adalah kesuksesan Anda.** Kebebasan, kesuksesan, dan kebahagiaan adalah tiga hal yang tidak dapat Anda miliki kecuali jika Anda bersedia memberi dan berbagi akan ketiga hal tersebut dengan karyawan Anda. Biasakan untuk memberitahu alasan Anda menginginkan mereka melakukan sesuatu. Karena seorang karyawan tidak akan pernah sungguh-sungguh bekerja hingga mereka memahami bahwa peran mereka dapat membuat perusahaan menjadi sukses.
4. **Selalu memupuk harga diri karyawan.** Pujilah karyawan Anda yang melakukan pekerjaan baik secara spontan, jangan ditunda-tunda, karena spontanitas yang Anda lakukan akan memberikan kebahagiaan bagi mereka. Ajarkan pula pada karyawan Anda untuk disiplin dengan memberi contoh dari diri Anda sendiri. Dan berilah karyawan Anda rasa aman, pendidikan, pelatihan, uang, tantangan, serta kepuasan bekerja. Diatas semua itu, berilah mereka penghargaan, seperti Anda berharap pada atasan Anda semasa bekerja tentunya.
5. **Maafkan kesalahan Anda dengan tulus hati.** Manusia adalah karyawan, karyawan adalah manusia. Manusia memiliki kelemahan seperti malas, tamak, pemaarah, berdusta, egois, dan sebagainya. Setelah Anda mengetahui bahwa semua kelemahan ini merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari karyawan. Anda dapat terus mengingatkannya sementara karyawan menyelesaikan tugas. Lakukanlah dengan tulus untuk memaafkan kesalahan yang dilakukan oleh karyawan Anda.

MENJADIKAN TIM PEMENANG

Bukan sebuah perkara yang mudah untuk menjadikan tim Anda sebuah tim pemenang. Apalagi bagi sebuah usaha yang baru dirintis tentunya banyak sekali hal-hal yang perlu dibenahi, apalagi menyangkut hasil produk atau jasa yang diharapkan dapat diserap oleh pasar. Selain hal produk atau jasa yang adalah penting untuk keberlangsungan usaha Anda, faktor manusia adalah penting, sebab merelalah yang menjadi tangan Anda, kaki, mata dan telinga Anda. Bagaimana akan berjalan sebuah usaha apabila tim work-nya tidak berjalan seperti yang diharapkan? Produk yang dihasilkan dapat diproses dengan baik melalui sebuah mesin, sedangkan manusia ia memiliki hati dan pikiran yang harus kita satukan dengan visi

perusahaan kita dan keinginan serta harapan kita. Ada lima prinsip yang perlu Anda perhatikan dalam membangun sebuah tim pemenang:

- Jangan menerapkan konsep manajemen petunjuk/instruksi
- Harus ada pengorbanan yang setara
- Memiliki relasi yang baik dengan karyawan
- Tempatkan diri Anda dalam posisi orang lain
- Berkomunikasilah dengan baik

Mengelola Diri Sendiri

1. Apa Kekuatan Saya?

Sebagian orang menganggap dirinya tahu apa yang mereka kuasai dengan baik. Tapi biasanya mereka salah. Orang lebih sering tahu tentang apa yang tidak mereka kuasai dengan baik – tapi kebanyakan mereka keliru.

Seseorang tidak dapat membangun kinerja melalui kelemahannya atau bergantung pada sesuatu yang sama sekali tidak dapat dilakukannya.

Satu-satunya cara untuk menemukan kekuatan Anda adalah melalui analisa umpan balik. Ketika Anda membuat keputusan atau mengambil tindakan penting, tuliskan kejadian yang Anda harap terjadi. Sembilan atau 12 bulan kemudian, bandingkan hasil nyata dengan harapan Anda. Jika diterapkan secara konsisten, dalam waktu dua hingga tiga tahun, metode ini akan menunjukkan letak kekuatan Anda – dan inilah hal terpenting yang perlu diketahui. Metode ini akan menunjukkan apa yang Anda lakukan serta kegagalan apa yang menghalangi Anda dalam memanfaatkan kekuatan Anda sepenuhnya. Metode ini juga menunjukkan titik di mana Anda tidak kompeten. Akhirnya, metode ini menunjukkan titik kelemahan Anda dan tugas-tugas yang tidak dapat Anda jalankan dengan baik.

Analisa umpan balik diikuti dengan implikasi berupa beberapa tindakan. *Pertama dan terutama*, konsentrasikan pada kekuatan Anda. Tempatkan diri pada titik dimana kekuatan Anda membuahkan hasil. *Kedua*, tingkatkan kekuatan Anda. Hasil analisis ini dengan cepat akan memperlihatkan titik di mana Anda perlu meningkatkan dan memperoleh ketrampilan baru. metode ini juga akan memperlihatkan kekosongan pengetahuan Anda – biasanya kekosongan itu dapat diisi. Ahli matematika memang dilahirkan, tetapi setiap orang dapat mempelajari trigonometri. *Ketiga*, analisis umpan balik akan menemukan di mana keangkuhan intelektual yang melumpuhkan ketidaktahuan Anda, dan kemudian mengatasinya.

2. Bagaimana Saya Berkinerja?

Secara menakutkan hanya sedikit orang yang mengetahui bagaimana cara mereka menyelesaikan sesuatu. Walaupun begitu, sebagian besar dari kita bahkan tidak mengetahui bahwa orang lain bekerja secara berbeda. Terlalu banyak orang yang bekerja bukan dengan cara mereka sendiri, dan itu menjamin tidak adanya kinerja. Bagi pekerja, pertanyaan “Bagaimana saya berkinerja?” mungkin merupakan pertanyaan yang lebih penting ketimbang “Apa talenta saya?”.

Hal itu berkaitan dengan kepribadian, apakah kepribadian itu alami atau dikembangkan, tentu saja dibentuk jauh sebelum seseorang bekerja. Dan bagaimana seseorang berkinerja adalah bakat atau pemberian (given), demikian juga halnya dengan kelebihan atau kekurangan seseorang. Kinerja seseorang dapat sedikit dimodifikasi, tetapi tidak mungkin menjadi benar-benar berubah – dan tentunya bukan hal mudah.

3. Apakah Saya Seorang Pembaca atau Pendengar?

Pertama-tama Anda harus tahu termasuk tipe pembaca atau pendengar. Sedikit sekali orang yang tahu bahwa mereka seorang pembaca dan pendengar, dan jarang sekali ada orang yang merupakan keduanya. Bahkan lebih sedikit lagi orang yang tahu bahwa mereka adalah salah satunya. Sedikit sekali pendengar yang diciptakan, atau membuat dirinya menjadi pembaca yang kompeten, begitu pula sebaliknya. Pendengar yang mencoba menjadi pembaca akan mengalami kegagalan, begitu juga dengan pembaca yang menjadi pendengar akan bernasib sama. Keduanya tidak akan pernah berhasil jika tidak menjadi apa adanya, jadilah seorang pendengar dan jadilah seorang pembaca.

4. Bagaimana Saya Belajar?

Hal kedua untuk mengetahui cara kerja seseorang adalah dengan mengetahui cara belajarnya. Banyak penulis kelas atas (salah satunya adalah Winston Churchill) tidak memiliki prestasi yang baik di sekolah. Mereka cenderung mengenang masa sekolahnya sebagai masa penyiksaan. Mungkin mereka tidak terlalu menikmati sekolah, tetapi hal terburuk yang mereka derita adalah kebosanan. Penjelasanannya adalah bahwa lazimnya penulis tidak boleh belajar dengan cara menulis. Karena sekolah tidak mengizinkan mereka untuk belajar dengan cara ini, maka mereka mendapat nilai buruk.

Sekolah di mana pun disusun dengan asumsi bahwa hanya ada satu cara tepat untuk belajar dan cara ini berlaku bagi semua orang. Tetapi tekanan

untuk belajar dengan cara yang diajarkan di sekolah adalah ibarat neraka bagi pelajar yang memiliki cara belajar berbeda . sebenarnya mungkin terdapat banyak cara lain untuk belajar.

Dari semua bagian penting tentang pengetahuan mengenai diri sendiri, memahami cara Anda belajar adalah sesuatu hal yang mudah untuk dikuasai. Setelah Anda memahaminya pertanyaan penting yang harus dijawab adalah apakah saya bekerja dengan baik di bawah tekanan, atau apakah saya memerlukan lingkungan yang terstruktur dan dapat diprediksi? Apakah saya bekerja dengan baik dalam organisasi besar atau dalam organisasi kecil? Sangat sedikit orang yang dapat bekerja dengan baik dalam semua jenis lingkungan. Intinya satu pengulangan kata, jangan mencoba untuk mengubah diri Anda kemungkinan tidak berhasil.

5. Apa Nilai-Nilai Saya?

Untuk dapat mengelola diri Anda, pada akhirnya Anda harus bertanya. *Apa saja nilai saya?* Ini buka pertanyaan tentang etika. Sehubungan dengan etika, aturan yang berlaku akan sama bagi setiap orang, dan ujian ini sangat mudah.

Bekerja dalam suatu organisasi yang memiliki sistem nilai yang tidak dapat diterima atau tidak sesuai dengan sistem nilai seseorang akan menyebabkan seseorang frustrasi dan tidak dapat bekerja dengan baik. Sebuah bisnis akan berjalan untuk hasil jangka pendek atau jangka panjang itu dikarenakan memiliki sebuah nilai. Setiap pemain bisnis yang sukses memahami hal ini dengan lebih baik. Dapat dipastikan bahwa setiap perusahaan harus membuahkan hasil dalam jangka pendek. Tetapi dalam konflik antara hasil jangka panjang dan pertumbuhan jangka pendek, tiap-tiap perusahaan akan menentukan prioritasnya. Ini bukan ketidaksetujuan terhadap ekonomi. Pada dasarnya ini adalah konflik nilai tentang fungs suatu bisnis dan tanggung jawab manajemen.

Seperti halnya manusia, organisasi memiliki nilai. Agar dapat bekerja efektif dalam suatu organisasinya. Nilai ini tidak harus sama, tetapi cukup berdekatan untuk dapat hidup bersama. Jika tidak, orang itu tidak hanya akan merasa frustrasi tetapi tidak akan memberikan hasil.

Kekuatan seseorang dan cara bekerjanya jarang sekali mengalami konflik, biasanya keduanya saling melengkapi. Tetapi kadang kala ada konflik anatara nilai seseorang dengan kekuatannya. Apa yang dilakukan oleh

seseorang dengan baik (bahkan sangat baik dan berhasil) tidak cocok dengan sistem nilainya. Pada kasus ini, pekerjaan tidak lagi menjadi sesuatu yang berharga dan penting dalam kehidupan seseorang.

6. Di mana Tempat Saya?

Segelintir orang sudah tidak tahu sejak dini tempat yang tepat bagi mereka. Ahli matematika, musikus, dan jurumasak, biasanya telah menjadi ahli matematika, musikus atau jurumasak sejak mereka berusia 4 atau 5 tahun. Dokter biasanya memutuskan karier mereka pada usia belasan tahun, atau mungkin lebih muda. Tetapi kebanyakan orang yang sangat berbakat, belum benar-benar mengetahui tempat mereka sampai usia pertengahan 20-an. Walaupun sejak saat itu seharusnya mereka sudah tahu jawaban dari ketiga pertanyaan ini apa kekuatan saya, bagaimana saya bekerja dan apa saja nilai-nilai saya. Kemudahan mereka dapat memutuskan di mana tempat mereka.

7. Apa Yang Harus Saya Kontribusikan?

Sepanjang sejarah, banyak orang tidak pernah bertanya “Apa yang harus saya kontribusikan?” Mereka diperintahkan untuk mengotribusikan sesuatu, dan tugas mereka didikte oleh pekerjaan itu sendiri (seperti petani maupun montir) atau oleh tuan besar (seperti pembantu rumah tangga). Sampai belum lam berselang, masih ada anggapan bahwa kebanyakan orang adalah bawahan yang melakukan perintah. Bahkan tahun 1950-an dan 1960-an, *knowledge worker* yang baru (selanjutnya disebut sebagai orang organisasi) mengandalkan departemen personalia perusahaannya untuk merencanakan karier mereka.

Knowledge worker harus belajar untuk mengajukan pertanyaan yang belum pernah diajukan sebelumnya apa yang harus saya kontribusikan? Untuk menjawabnya mereka harus mengacu pada tiga elemen berbeda; Apa yang dituntut oleh situasi ini? Dengan kekuatan saya, cara saya berkinerja, dan nilai-nilai saya, bagaimana saya dapat memberikan kontribusi terbesar terhadap pekerjaan yang perlu diselesaikan ini? Dan yang ketiga, hasil apa yang harus dicapai untuk menciptakan perbedaan?.

8. Tanggung Jawab Membina Hubungan

Sebagian besar orang bekerja sama dan efektif dengan orang lain. Hal itu berlaku baik sebagai anggota organisasi ataupun pekerja lepas. Mengelola diri sendiri termasuk menerima tanggung jawab untuk membina hubungan. Mengelola diri sendiri terbagi atas dua bagian.

Pertama, adalah menerima fakta bahwa orang lain adalah sosok individu yang sama dengan Anda. Mereka berusaha keras untuk bersikap manusiawi. Ini berarti bahwa mereka juga memiliki kekuatan; memiliki cara untuk menyelesaikan pekerjaan; dan memiliki nilai-nilai. Oleh karenanya, agar efektif, Anda harus mengetahui kekuatan, cara kerja, dan nilai-nilai rekan kerja Anda.

Kedua, dalam pengelolaan diri sendiri adalah tanggung jawab komunikasi. Komunikasi yang tidak berjalan akan menimbulkan konflik antar pribadi. Kebanyakan hal ini muncul karena orang-orang tidak tahu apa yang oleh orang lain dan bagaimana cara kerjanya, atau konsentrasi kontribusi dari orang lain dan hasil yang diharapkan. Penyebab dari ketidaktahuan itu adalah karena mereka tidak bertanya dan karenanya, mereka tidak diberitahu.

Kegagalan bertanya ini mencerminkan bahwa kebodohan manusia tercermin dalam sejarah manusia. Sampai belum lama berselang, orang tidak perlu menceritakan hal seperti ini pada siapa pun. Di tengah kota, setiap orang dalam dalam satu distrik melakukan perdagangan yang sama. Di tepi kota, setiap orang di lembah menanam sayur cabai yang sama 4 atau 5 bulan menjelang hari raya tiba. Bahkan ada segelintir orang yang bekerja sendirian dalam melakukan sesuatu yang tidak “biasa”, sehingga mereka tidak harus bercerita pada orang lain tentang apa yang mereka kerjakan.

Organisasi tidak lagi dibangun berdasarkan pemaksaan, tetapi berdasarkan kepercayaan. Adanya kepercayaan diantara orang-orang yang berada di dalamnya tidak perlu berarti bahwa mereka saling menyukai. Kepercayaan berarti Anda saling memahami satu sama lain. Oleh karenanya, bertanggung jawab dalam membina hubungan adalah sesuatu yang penting, bahkan merupakan keharusan.

Mengelola Karyawan

Memaksimalkan daya pikir karyawan. Rata-rata manusia menggunakan 10% dari total kapasitas otaknya. Karenanya, potensi untuk berkembang masih sangat besar. Otak manusia adalah pabrik pikiran yang dapat menghasilkan pikiran negatif dan positif. Otak dapat memproduksi pikiran setiap menitnya, bagaimana pikiran membentuk diri kita tergantung pada tanggapan dari diri kita sendiri. Lebih banyak kita memasukan pikiran positif dan membuang pikiran negatif maka akan terjadi lompatan besar dalam hidup Anda. Begitu juga dengan karyawan Anda, sebagai pemimpin tugas Anda adalah membentuk “berlian-berlian” itu menjadi bercahaya dan berdaya jual tinggi.

Mulailah dari diri Anda untuk mengerjakan hal-hal dengan cara yang berbeda dan melihat sesuatu dari sudut pandang yang berbeda. Ingat karyawan Anda memiliki ragam otak, watak dan pikiran yang berbeda. Anda harus cepat melakukan perubahan besar dalam cara berpikir Anda dan kemudian bantu karyawan Anda untuk menemukan potensi besar dalam pikirannya, mereka adalah aset Anda yang berharga.

Ingat Anda membeli waktu karyawan. Oleh karena itu, Anda berhak meminta kepada mereka untuk menjadi efektif dengan melakukan hal-hal yang benar, alih-alih sekedar menjadi efisien karena melakukan hal-hal dengan benar. Penelitian menunjukkan bahwa 20% dari hal-hal yang kita kerjakan mempengaruhi 80% dari hasilnya, demikian juga sebaliknya. Oleh karena itu, sebagai seorang pengusaha, begitu Anda memprioritaskan untuk melakukan hal-hal yang benar dalam organisasi, Anda akan sukses. Setiap orang lebih suka melakukan apa yang mereka sukai daripada apa yang harus diselesaikan. Motivasi dan bimbingan yang tepat adalah kunci untuk menghadapi fenomena ini dalam organisasi.

Komunikasi yang efektif dengan karyawan. Setiap orang membutuhkan informasi. Jumlah dan jenis informasi yang tepat akan membantu organisasi meraih sukses. Informasi bagi sebuah organisasi ibarat makanan bagi tubuh. Terlalu banyak atau sedikit makanan, atau jenis makanan yang tidak tepat, lebih cenderung membahayakan tubuh daripada menyehatkan tubuh. Bagaimana caranya mendapatkan informasi yang tepat yang kelak dapat memaksimalkan laba perusahaan? Kuncinya adalah komunikasi yang efektif dengan karyawan. Belajarlah untuk mendengarkan dan memahami karyawan serta belajarlah menuliskannya.

Jangan menempatkan karyawan pada posisi yang tidak tepat. Karyawan terkadang tidak mendapatkan pekerjaan yang cukup menantang! Karenanya, mereka kurang bersemangat dalam bekerja. Anda dapat menciptakan suatu keadaan bagi karyawan di mana pekerjaan mereka jadi terasa membosankan atau menyenangkan. Bekerja harus menjadi suatu aktivitas pemenuhan diri yang menantang, dan memang sudah sepantasnya mendapatkan potensi diri yang terbaik dari seorang karyawan. Bekerja sebaiknya bukan hanya sekedar untuk mendapatkan penghasilan, tetapi juga menjadi sesuatu aktivitas di mana karyawan dapat tumbuh dan berkembang.

Ubah sikap mentalitas 8-17 (jam 8 sampai jam 17), inilah sebuah sikap dan mentalitas seorang staff yang berpatok pada kuantitas bukan pada kualitas. Masuk pukul 08.00 dan pulang pukul 17.00, pekerjaan bukan lagi sesuatu yang

menyenangkan tetapi sebuah rutinitas hingga yang terjadi adalah hal yang monoton dalam hidup. Bagaimana Anda sebagai pemimpin dapat mengubah sikap dan mental seperti itu? Tugas Anda adalah menjadikan mereka memiliki pikiran seperti seorang pengusaha, dan memiliki mental yang mengutamakan kualitas bukan kuantitas kerja.

Delegasikan, tetapi jangan di lupakan. Berelasi dengan orang lain pada dasarnya berarti menyelesaikan tugas dengan perantara orang lain. sebagian besar pekerjaan dapat diselesaikan oleh orang lain. delegasikan, tetapi jangan di lupakan. Delegasi adalah sebuah seni, dan kita mempelajarinya dari kesalahan kita. Kesalahan dapat ditekan dengan cara mengamati dan mempraktikan, disertai sedikit inovasi dan keberanian untuk mengambil resiko. Bisnis adalah sebuah seni berstrategi seperti hal-nya peperangan kita membutuhkan banyak strategi dalam memenangkan setiap medan peperangan yang berbeda. Salah satu strategi bisnis agar efisien adalah dengan mendelegasikan tugas pada karyawan, hal ini dapat memberikan pengalaman dan pengetahuan kepada karyawan.

Memotivasi karyawan Anda

Asa Yang Memudar

Karyawan yang tanpa goal akan secara alami tanpa tujuan. Menyediakan mereka tujuan yang jelas dan memastikan ada standar terukur di perusahaan untuk mengevaluasi kinerja mereka. Karyawan harus tahu tindakan apa yang mereka akan ambil dan menghasilkan kinerja yang diinginkan. Karyawan harus memahami apa yang diharapkan oleh perusahaan pada mereka untuk melakukannya dan bagaimana mereka akan dinilai untuk itu.

Memberikan Feedback Yang Berkelanjutan

Segera, beri umpan balik terus-menerus memungkinkan karyawan tahu bahwa tindakan mereka mempengaruhi perusahaan. Sulit bagi Anda dan karyawan untuk mengingat kejadian tertentu ketika penilaian kinerja karyawan tidak tercatat. Teori penetapan tujuan memprediksi bahwa karyawan termotivasi dengan menetapkan tujuan dan dengan umpan balik terus-menerus dimana mereka berdiri dengan tujuan-tujuan tersebut. Penelitian terbaru menunjukkan betapa memotivasi dapat membuat karyawan membuat kemajuan.

Perbaiki Pribadi dan Berikan Pujian

Kebanyakan orang tidak termotivasi oleh umpan balik negatif, hal itu bagi mereka adalah memalukan. Satu-satunya tempat yang dapat diterima masalah yang sedang berlangsung atau mengoreksi adalah di kantor di ruangan dengan pintu tertutup.

Merasa kurang di hargai akan membuat karyawan membuat berbagai macam alasan, hal ini akan berdampak pada kinerja perusahaan. Sebuah pujian dari atasan akan menjadi “stimulus” bagi karyawan Anda dimana mereka merasa di hargai dan diperhatikan, buatlah yang tulus bukan hanya kepuraan. Beberapa penelitian bahkan menyarankan agar pengusaha (Anda) memberikan insentif dan bonus sebagai bentuk penghargaan atas kinerja karyawan untuk perusahaan. Jadikan hal tersebut sebagai standar perusahaan untuk mengenali orang-orang yang positif dan tren dalam bisnis.

Percaya Pada Karyawan Anda

Apa yang Anda katakan kepada karyawan selama masa review, atau di tempat lain, seorang karyawan yang di panggil “bos” dan mendapatkan “perkataan” yang kurang berkenan perihal hasil kinerjanya pasti akan merasa sedih. Bagaimanapun dia tidak akan termotivasi untuk meningkatkan prestasinya. Persepsi kepercayaan dan transformasional pemimpin adalah komponen kunci dalam bisnis.

Kepemimpinan Anda adalah jiwa dari penggerak motivasi dalam membangun kinerja bawahan, kepemimpinan yang tegas, lugas dan memberi kepercayaan pada bawahan untuk berkembang dan “mengembangkan” diri mereka, adalah kepemimpinan yang banyak diharapkan karyawan.

Berikan Bonus Perjalanan Wisata

Semua orang akrab dengan dengan bonus perjalanan tahunan yang diberikan kepada karyawan yang berkinerja sangat baik. Masalahnya hal tersebut biasanya akrab hanya pada satu atau dua karyawan. Hal ini akan membuat seluruh staf Anda merasa seperti tidak ada gunanya bekerja keras, karena yang akan menuai hasil selalu hanya beberapa orang saja.

Sebagai pemimpin, jangan hanya melihat pada angka penilaian untuk menilai seorang karyawan. Pemimpin seharusnya lebih berperan untuk membantu masing – masing karyawan dalam mencapai tujuan, aspirasi dan keinginan yang hendak mereka capai. Dengan begitu seorang pemimpin akan lebih mengenal secara spesifikasi. Tujuan akhirnya satu sama lain akan saling membantu mencapai “finish” dan untuk mencapai hal itu masing-masing harus mengidentifikasi hal-hal yang memotivasi baik untuk bekerjasama.

CUSTOMER ADALAH BOS YANG SESUNGGUHNYA

Dunia sekarang mengalami banyak perubahan dengan kecepatan yang luar biasa, hanya kegesitan yang dapat membantu Anda mengatasi setiap tantangan dan mencapai puncak harapan Anda. Jagalah diri Anda agar tetap bugar! Serap setiap gagasan baru, dan waspadai perubahan. Jika tidak, maka pesaing Anda akan melesat jauh meninggalkan Anda. Di zaman sekarang kegiatan bisnis bagaikan mengendarai sebuah sepeda, harus terus bergerak atau Anda akan jatuh dan terlupakan. Doronglah diri Anda untuk terus bergerak! Ingat ada banyak tempat di puncak, tetapi tidak ada tempat untuk duduk bersantai.

Dunia boleh berubah dengan cepat, tetapi customer tetaplah menjadi bos Anda yang sesungguhnya. Tanpa customer bisnis Anda akan mati, ingatlah, 70% customer pergi akibat pelayanan yang buruk dan tidak memuaskan. Selain menjual produk yang berkualitas, hal-hal lain yang juga penting adalah layanan purnajual. Jika Anda dapat memahami keadaan customer Anda, Anda akan tahu cara membuat mereka senantiasa tersenyum. Dan senyuman mereka adalah pertanda mesin kas Anda akan selalu berdenting. Bukan itu saja satu senyuman dari customer, ia akan membawa 100 customer baru bagi bisnis Anda. Harus Anda ingat, untuk mendapatkan satu customer baru dibutuhkan biaya yang nilainya enam kali lipat biaya mempertahankan satu orang customer lama Anda.

Apa yang harus Anda lakukan untuk dapat menjaga customer, berikut ini beberapa hal yang harus Anda ketahui;

Cara Menjual, bayangkan diri Anda berada di posisi customer. Kuncinya, temukan sebuah kebutuhan dan penuhi! Begitu Anda mengenali kebutuhan customer dan memuaskan mereka, artinya Anda memiliki sebuah tongkat sihir yang akan memberi Anda kemakmuran.

Customer adalah atasan, tidak akan pernah ada atasan lain selain customer, merekalah satu-satunya atasan Anda yang seharusnya Anda layani. Ingat! Semua yang Anda miliki, merekalah yang membiayai. Mobil mewah, rumah besar, hingga pakaian yang Anda kenakan, semua itu mereka menanggungnya. Jangan membuat mereka menjadi jengkel atau Anda akan dipecat dan habis semua yang Anda miliki.

Customer adalah bisnis, bisnis adalah orang, orang adalah customer, ini adalah sebuah lingkaran, dan kita bergerak dalam lingkaran yang kita buat sendiri, lingkaran besar, sedang, dan kecil. Anda harus menentukan untuk diri sendiri, seberapa besar lingkaran yang Anda inginkan. Begitu telah Anda tentukan besarnya lingkaran, tentukanlah sebuah cara agar lingkaran itu tetap berputar, kepuasan orang adalah kata kuncinya.

Bangunlah bisnis yang berorientasi pada customer, jadikanlah hal ini sebagai tujuan tunggal Anda. Dan percayalah, Anda tidak akan gagal. Apa yang akan terjadi? Anda akan mempertahankan customer dengan lebih baik, dan Anda boleh yakin bahwa karyawan akan mulai mempertahankan customer Anda dengan lebih baik.

Dengarkanlah customer Anda, dengarkan kata-kata customer, keluhan mereka ibarat bara api , Anda dapat mengubahnya menjadi kobaran api. Atau malah sebaliknya menjadikannya debu dengan meneteskan beberapa tetes air mata penyesalan.

Lakukan pengecekan dengan customer tentang perilaku karyawan, jujurilah pada diri Anda sendiri demi kebaikan, dan cobalah untuk melihat kapan terakhir kali Anda melakukan pengecekan dengan customer, tentang perlakuan karyawan Anda terhadap mereka.

Bab VIII. MERINTIS SEBUAH BISNIS PERJALANAN YANG MELELAHKAN

Business Insider baru-baru ini menerbitkan sebuah artikel tentang epidemi depresi di masyarakat pendiri usaha baru. Menurut artikel, hanya 7% dari laporan populasi umum menderita depresi, namun sebanyak 30% dari pendiri melaporkan berurusan dengan efek, termasuk kecemasan. statistik yang mengejutkan, tetapi sepenuhnya dapat dipercaya. Kewirausahaan adalah perjalanan yang sangat pribadi, dan itu sangat sulit untuk memisahkan identitas individu dari bisnis yang Anda bangun.

Dalam perjalanan merintis sebuah usaha pasti akan menguras seluruh energi yang ada pada diri Anda, waktu yang biasanya saat Anda bekerja konstan di 8-17 tidak berlaku saat merintis usaha. Menjalankan sebuah bisnis benar-benar membutuhkan totalitas kehadiran Anda, sibuk adalah kata yang tepat dalam menggambarkan bagaimana Anda mengelola bisnis pada tahun-tahun pertama membuka sebuah usaha. Tidak ada mantra sihir yang dapat membantu Anda agar bisnis cepat berkembang dan bertumbuh. Persaingan dunia bisnis begitu ketat, tak terkecuali pada perusahaan yang dianggap mapan pun dapat mengalami kehancuran dalam sekejap. Walaupun kompetisi semakin ketat dan Anda banyak mendengar perusahaan besar banyak yang rontok jangan menjadikan mental Anda menjadi ciut.

Jika Anda menemukan diri Anda berjuang dengan kecemasan, jangan putus asa. Ada cara untuk mengatasi tantangan-tantangan ini, tidak peduli seberapa besar mereka mungkin tampak. Penting bagi Anda untuk berhenti sejenak dan mencari perspektif yang segar sebelum Anda jatuh ke dalam spiral negatif. Kehidupan, seperti bisnis, adalah sebuah perjalanan penuh pasang surut. Mereka selalu tampak lebih ekstrim untuk orang-orang yang mengalami langsung daripada orang-orang di luar. Jika Anda menemukan diri Anda dalam posisi yang sulit dan merasa seperti dinding mendekati Anda, mengunjungi seseorang yang dekat dengan Anda adalah hal yang baik untuk sekedar diskusi. Penilaian objektif mereka atas situasi Anda akan memberikan perspektif yang segar bagi Anda. Kemungkinannya adalah, Anda akan pergi dengan kesadaran bahwa hal-hal yang buruk tidak seburuk yang Anda pikir.

Mentor bisa menjadi sumber daya yang sangat baik untuk berdiskusi, tetapi jika Anda menemukan diri Anda tanpa mentor terpercaya, menjangkau orang lain yang Anda percaya, hormati, dan kagumi. Tidak peduli apakah itu teman, pasangan, rekan, atau anggota keluarga. Yang penting adalah bahwa Anda menemukan seseorang yang dapat Anda benar-benar terbuka dengan mereka tidak peduli apapun.

Stres dan kecemasan terjadi ketika pikiran Anda berbalik melawan dirinya sendiri, sehingga pikiran dan ide-ide tidak membantu dan malah merusak serta mendatangkan malapetaka. Salah satu teknik untuk mengatasi pikiran-pikiran seperti ini dikenal sebagai *terapi perilaku kognitif*, atau CBT (Congnitif Behavior Tehnic). Ide inti di balik CBT adalah bahwa seorang individu dapat mengubah perilaku, pemikiran, atau emosi dengan memahami dan reorganisasi cara ketiga elemen berinteraksi satu sama lain.

MEMBANGUN MENTAL YANG KUAT

Jatuh bangun sebuah usaha adalah hal yang wajar terjadi, penurunan penjualan, tuntutan hukum, hingga lilitan hutang adalah serangkaian peristiwa yang umum terjadi. Namun, hal ini dapat menjadikan mental melemah dan berakibat pada “kematian kreatifitas usaha” serta parahnya dapat membuat depresi hingga frustrasi yang berkepanjangan.

Anda mungkin belum menghadapi kesulitan yang signifikan saat menjalankan bisnis Anda, atau mungkin Anda sudah berhasil melewati satu (atau lebih) dan berharap Anda telah menangani hal-hal yang berbeda. Berikut adalah enam langkah yang dapat diambil untuk meringankan beban kesulitan, ketika - Anda menemukan diri Anda menghadapi masa-masa sulit.

Membangun kepercayaan diri Anda

Situasi sulit niscaya akan mengguncang keyakinan Anda sebagai pengusaha, jadi penting untuk memiliki cadangan yang kuat dalam menghadapi situasi seperti itu. Memiliki kemampuan dan keyakinan yang kuat dalam menangani situasi sulit adalah hal yang harus ada pada diri setiap pengusaha.

Sebagai pengusaha, pasti akan menghadapi banyak tantangan setiap tahun, dan kadang-kadang, pekerjaan sehari-hari dapat membuat hal-hal menjadi tampak agak suram. Menemukan bahwa Anda memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi selama situasi sulit membantu untuk menemukan solusi kreatif untuk masalah-masalah atau tantangan yang ada . Pengusaha kadang-kadang melakukan karya terbaik ketika berada di bawah tekanan.

Membuat jaringan dukungan yang kuat

Bila Anda telah jatuh di masa-masa sulit, sangat mudah untuk membiarkan diri Anda menjadi terbebani dengan pikiran negatif. Salah satu cara untuk menarik diri dari pikiran-set negatif adalah untuk terhubung dengan orang-orang yang mendorong Anda untuk menjadi yang terbaik, dan mengembalikan kepercayaan

diri Anda. Kelilingi diri Anda dengan orang-orang yang ingin bersama Anda dan yang membantu Anda tetap akuntabel, otentik, jujur, bahagia dan berpikiran terbuka. Carilah orang yang mendorong Anda untuk terus menerus tumbuh dan berkembang.

Cari pengacara besar

Bahkan pemilik bisnis yang paling rajin mungkin menemukan diri mereka pada akhirnya menerima gugatan, yang dapat mendatangkan malapetaka pada keuangan dan reputasi mereka. Mencoba untuk menemukan seorang pengacara selama ini dapat menambah situasi bertambah stres, jadi yang terbaik untuk dipersiapkan dengan membangun hubungan dengan penasihat hukum yang terpercaya - sebelum Anda benar-benar membutuhkan mereka.

Buat rekening darurat untuk bisnis Anda

Anda mungkin memiliki rekening darurat untuk dana pribadi Anda, tetapi apakah Anda memilikinya untuk bisnis Anda? kesulitan keuangan yang cukup umum di kalangan usaha kecil, terutama ketika mereka baru memulai, sehingga segera setelah itu layak untuk Anda, mulai menetapkan sebagian dari pendapatan Anda untuk menutup biaya tak terduga. Itu adalah sebuah ide yang baik untuk memiliki modal yang cukup agar dapat bertahan disituasi sulit, atau keadaan darurat tak terduga.

Mengetahui diri dengan baik

Filsuf Yunani kuno melahirkan pepatah yang terkenal, "Kenalilah dirimu," dan itu masih berlaku hingga saat ini, terutama dalam dunia bisnis. Seorang pengusaha perlu mengenali tentang dirinya dan memahami kekuatan mereka, kelemahan, motivasi dan perilaku. Introspeksi diri akan sangat membantu sebelum Anda akhirnya hancur dan menemui kegagalan. Memahami diri sendiri dan kemudian mengeksplorasi untuk menemukan 'titik-titik' yang mungkin mempengaruhi realitas Anda dan hasil Anda. Setelah Anda mulai mendapatkan hubungan dengan ini lebih lanjut, Anda dapat menyadari bagaimana Anda secara pribadi harus menangani kesulitan, dan bersiaplah untuk menangani ini dengan cara yang lebih memberdayakan.

Belajar untuk menanggapi bukan bereaksi

Di tengah krisis pribadi atau bisnis, banyak pengusaha membiarkan emosi mereka tumpah dari satu sisi ke sisi lain. Jangan pernah terikat pada sikap emosional untuk isu-isu tertentu, nikmati apa yang sedang terjadi. Anda perlu berlatih mengisolasi setiap masalah dan berurusan dengan kepala dingin, satu per satu.

Ingat! membangun itu membutuhkan waktu dan proses yang lama sedangkan menghancurkan itu cukup dengan waktu lima menit....bangs hancur semuanya!.

Bertahan dalam kesulitan

Jika Anda berada di tengah-tengah situasi keuangan atau pribadi yang sulit sekarang ini, itu adalah bagaikan sebuah perjuangan untuk keluar dari tempat tidur di pagi hari, apalagi bisnis Anda tetap berjalan. Ingat masalah tidak ada yang abadi mereka akan segera pergi dan berlalu, singkapi setiap masalah itu dengan sikap yang tenang. Yakinlah setiap masalah yang ada dan timbul dihadapan Anda itu karena Anda dapat menyelesaikannya dan agar Anda menjadi lebih dewasa serta keluar sebagai pemenang.

Mencari hikmahnya. Tetap positif melalui masa-masa sulit. Setiap pemilik bisnis akan menghadapi tantangan yang tak terhitung jumlahnya, dan tantangan-tantangan mungkin sangat baik menjadi agen perubahan bagi Anda dan bisnis Anda untuk menjadi lebih baik dalam jangka panjang.

Percaya pada diri sendiri di atas segalanya. Anda dapat mengandalkan tim yang hebat, keluarga atau siapa pun yang Anda melihat sebagai jaringan dukungan, tapi pada akhirnya, Anda harus menjadi pihak yang bertanggung jawab dan pengambil keputusan. Keputusan Tangguh tidak pernah mudah dan jarang populer, percaya pada diri sendiri akan membantu menarik Anda dari situasi yang sulit dan yakin Anda dapat mengubah segalanya. Dengan kata lain, penderitaan adalah guru terbesar. Jadi, merasa nyaman dengan kegagalan Anda dan krisis. Kesulitan tidak hanya bisa dihindari, tapi perlu. Jangan pernah takut untuk mengalami hal ini, karena ini adalah dasar kuat untuk membangun sebuah kerajaan bisnis Anda.

SELALU MENAMBAH WAWASAN BARU

Calon pengusaha yang hanya mengandalkan pembelajaran tradisional (guru, ruang kelas, dan kursus kilat) ditakdirkan untuk gagal dalam mendirikan bisnis hari ini. Entah mereka tidak pernah benar-benar siap untuk memulai, kesempatan belajar telah berlalu, atau gagal dengan alat dan teknik dari era bisnis dulu. Internet dan gelombang informasi saat ini telah mengubah segalanya.

Menjadi seorang pengusaha sukses hari ini membutuhkan wawasan untuk segudang masalah, termasuk banyak yang belum terintegrasi ke dalam pembelajaran akademis dan buku teks akademis. Internet adalah pintu wawasan terkini, dengan memfasilitasi perubahan yang konstan, dan itu menjadi sebuah solusi, dengan memberikan pandangan yang benar-benar obyektif, tren, dan menjadi sarana praktik terbaik.

Tantangannya adalah untuk menemukan waktu dan inisiatif serta bersaing dengan gelombang informasi, yang dapat menjadi sumber data pengetahuan yang harus dipelajari, terpelajar, atau pembelajar. Hal ini membutuhkan sikap-pendidikan dari diri pribadi, dibandingkan asumsi bahwa orang lain akan memberikan pendidikan. Untuk seorang pengusaha, perubahan adalah norma, sehingga Anda harus menikmati itu sebelum Anda dapat mewujudkannya.

Kemampuan yang diperlukan ini dibantu oleh beberapa atribut pribadi yang mendukung, seperti kepercayaan diri, inisiatif, pemecahan masalah, dan tekad, tetapi prinsip-prinsip pembelajaran dasar harus mencakup sebagai berikut:

1. Kepuasan akan datang dari belajar sesuatu yang baru setiap hari. Ini berjalan melalui keinginan setiap pengusaha untuk melakukan hal-hal yang lebih baik, dan membuat dampak yang nyata pada dunia. Ini adalah bagian penting dari menikmati perjalanan, serta tujuan. Itu tidak menyiratkan rasa superioritas atau kelemahan, tetapi sering memberikan motivasi diluar uang.
2. Belajar cara memahami, jauh melampaui menghafal. Pengusaha besar berusaha untuk memahami kedalaman kebutuhan pelanggan, bukan hanya kemampuan untuk membaca daftar panjang fitur. Teknologi bukanlah solusi, tetapi memahami teknologi, dalam konteks kebutuhan pelanggan, akan menghasilkan solusi yang lebih kompetitif dan tahan lama.
3. Belajar tidak lebih dari mencari di luar kotak Memperluas pengetahuan Anda seperti berurusan dengan pesaing - jika Anda tidak memperpanjang zona kenyamanan Anda, Anda kehilangan momentum. Dengan Internet, Anda dapat dengan cepat menguji konsep-konsep bisnis baru, dan mendapatkan umpan balik yang cepat dari seluruh dunia dengan biaya rendah.
4. Tindakan berkomunikasi dan menulis meningkatkan pembelajaran. Proses mendokumentasikan apa yang Anda pikir atau tahu dalam rencana bisnis, untuk tim dan bagi investor, memberikan pemahaman bagi bisnis baru Anda. Dengan belajar, Anda dapat lebih efektif berbagi dan memasarkan solusi untuk pelanggan dan mitra bisnis.
5. Membangun bisnis baru bukan ilmu roket. Tumbuh bisnis adalah memahami kebutuhan dan pengalaman dari orang-orang biasa dan transaksi keuangan yang sederhana, tidak beberapa teknologi yang kompleks yang Anda mungkin menganggap Anda tidak pernah bisa belajar. Dengan Internet, Anda dapat melihat semua yang Anda butuhkan dijelaskan dalam selusin cara melalui teks, video, gambar, dan podcast.

6. Kesuksesan membutuhkan asumsi menantang dan *status quo* . Dengan prinsip ini, pengusaha mulai yakin bahwa pembelajaran baru akan mengungkapkan kelemahan dalam model yang ada, yang mengarah ke peluang baru. Internet adalah sumber data untuk pandangan alternatif, dan media sosial memungkinkan interaksi langsung untuk menguji pandangan ini.
7. Hubungan adalah tes kesiapan belajar Anda. Membangun bisnis baru hari ini adalah semua tentang membangun hubungan dengan pelanggan Anda dan tim Anda. Sebagai seorang pengusaha dengan bisnis dan merek baru, Anda memerlukan hubungan yang dalam dengan pelanggan hari ini. Selain itu, Anda selalu membutuhkan hubungan dengan penasihat, investor, influencer, dan rekan-rekan.
8. Proaktif meminta bantuan dan mengantisipasi kebutuhan. Dengan internet, Anda dapat meminta bantuan dari para ahli biasanya tidak dapat diakses, dengan eksposur pribadi dan biaya yang minmun akan dapat Anda Akses. Sangat mudah untuk melihat seberapa sering orang lain membuat perubahan, sehingga Anda harus belajar dan terus belajar namun, semua tergantung pada diri Anda sendiri dan hindari jebakan kesombongan.

Sebagai seorang pengusaha Anda jangan pernah berpikir sudah terlalu tua untuk belajar hal-hal baru, apakah Anda keluar dari sekolah pada usia dua puluh, dan mengakhiri karier di enam puluh?. Jika Anda mengikuti prinsip-prinsip yang diuraikan di sini, dan mengambil keuntungan dari besarnya kegunaan dari Internet, Anda juga bisa menjadi bagian dari solusi dan bukan bagian dari masalah.

MEMBANGUN BUDAYA BISNIS SEJAK AWAL

Menciptakan budaya perusahaan yang tepat harus menjadi prioritas utama dari setiap pengusaha dan pemimpin bisnis. Tidak hanya cukup berbicara, hal pertama yang harus dilakukan adalah menempatkan orang-orang membuat bisnis, bukan sebaliknya. Sebagian besar pengusaha mulai dari satu atau dua orang pendiri, Mereka senantiasa fokus pada visi dan pengembangan solusi inovatif, daripada mengembangkan orang. Ketika membutuhkan anggota tim, mereka cenderung menganggap bahwa orang-orang akan datang dengan semangat dan motivasi yang sama namun, yang terjadi malah sebaliknya.

Apabila pada awal bisnis dimulai lebih mengutamakan hal produk, pelanggan dan yang terakhir ditangani adalah karyawan maka akan menjadi sulit untuk sebuah transformasi budaya. Bisnis yang berhasil bukan semata pada kontrol produk dan keep pelanggan, tetapi perusahaan harus memiliki budaya yang tercermin pada nilai-nilai. Hampir dipastikan bisnis yang telah sukses dan bertahan lama memiliki budaya dan peran seluruh komponen didalam perusahaan harus nyata. Konsumen sekarang ini bukan hanya mengutamakan masalah produk dan harga tetapi mereka cerdas untuk memilih perusahaan yang memiliki budaya dan memberikan nilai-nilai kepada mereka.

Pada sebuah buku **"Culture Transformation"- Lesson of Leadership** yang ditulis ahli kepemimpinan John Mattone dan Nick Vaidya, mereka percaya hal itu dapat dicapai, dengan enam langkah-langkah spesifik diantaranya;

1. Budaya dimulai dengan berpikir berbeda dan berpikir besar.

Di tengah krisis sehari-hari dan informasi yang berlebihan, dibutuhkan pemimpin yang kuat untuk mengembangkan dan berkomunikasi secara teratur kepada karyawan "gambaran besar visi perusahaan" dari mana perusahaan akan menuju ke pelanggan dan masyarakat. Hal ini akan memberikan perspektif yang positif terhadap karyawan.

2. Menerima akan kesalahan kepemimpinan.

Yang terbaik, pengusaha yang paling mampu, melihat diri mereka sendiri dan mengakui bahwa mereka membuat kesalahan. Mereka berlatih salah satu prinsip kepemimpinan yang paling penting dari perspektif - kerendahan hati. Hal ini diperlukan untuk memperkuat kepercayaan antara pemimpin dan anggota tim.

3. Berkomunikasi dan hadirkan peran Anda disana.

Anggota tim tidak akan pernah menciptakan budaya yang Anda inginkan jika mereka tidak tahu apa yang Anda harapkan dari mereka. Mereka perlu memahami dan dihargai untuk atribut, kompetensi, dan hasil yang diinginkan. Anda perlu untuk melukis masa depan yang menarik untuk perusahaan Anda bahwa mereka semua dapat terhubung.

4. Transformasikan pola pikir kepada anggota tim.

Semakin Anda berhasil membantu mereka, semakin banyak kesempatan mereka dalam menafsirkan kemenangan ini sebagai hal yang permanen, dan meresap pada masing-masing pribadi.

5. Cari, dan pelihara, bakat serta berikan reward hal in akan mendukung masa depan yang menarik.

Langkah utama adalah untuk mendorong setiap bakat dalam mendukung masa depan yang menarik bagi Anda. Pastikan Anda mempekerjakan, memberikan pelatihan, dan mempromosikan pemimpin masa depan yang memiliki apa yang diperlukan untuk membuat organisasi yang Anda inginkan. Pastikan untuk membedakan kompensasi dan manfaat dengan benar.

6. Ukur dan ukur lagi.

Yang paling penting, Anda harus mengukur kekuatan dan semangat budaya Anda saat ini. Juga, Anda perlu fokus secara eksternal untuk mendapatkan umpan balik dari pelanggan, pemasok, dan pesaing.

Dalam sebuah pengobatan, resep sebelum diagnosis adalah malpraktik. Dalam dunia transformasi budaya, hal yang sama berlaku. Budaya menentukan tingkat keterlibatan, bukan sebaliknya. Menurut penulis, survei budaya yang baik akan menunjukkan kekuatan relatif dari lima budaya yang diinginkan dalam organisasi: "bisa melakukan" ; yang "akan melakukan budaya; "harus melakukan" budaya; dan "kinerja tim". Semua ini tenggabung untuk menentukan kesehatan dan semangat bisnis Anda secara keseluruhan.

Mungkin sudah waktunya untuk mengambil budaya bisnis dalam organisasi Anda, dan apa yang telah terjadi atau tidak telah dilakukan untuk mengatur atau mengubah ke tingkat yang kompetitif yang lebih tinggi. Dalam setiap kasus, upaya ini bukan satu kali tembakan atau sprint, tetapi sebuah maraton. Kesuksesan bisnis jangka panjang di dunia saat ini tergantung padanya.

Bab IX. KUMPULAN PELUANG BISNIS

Bab ini berisi beberapa peluang bisnis yang pernah di terbitkan di media online yaitu di WebBlog : www.sinarsejahterakarawang.blogspot.co.id, dimana penulis mengelola web tersebut secara personal. Blog yang sederhana tersebut adalah sebagai sarana penulis mendedikasikan diri turut serta berbagi informasi yang bermanfaat, dan utamanya sebagai wadah menyalurkan hobi menulis dan membaca. Dalam kesempatan ini penulis ingin berbagi beberapa peluang usaha yang mungkin dapat menjadi ide bagi pembaca dalam membuka usaha baru. Beberapa tulisan ide peluang bisnis diantaranya:

1.Telur Asin Sumber Protein Hewani Yang Murah

Konsumen terbesar produk telur asin adalah masyarakat menengah ke bawah, karena telur asin dapat dijadikan sumber protein hewani yang murah. Sebagian besar konsumen telur asin adalah penduduk di kota-kota besar. Disamping untuk konsumen rumah tangga, konsumen lainnya yang sangat **potensial** adalah restoran, rumah makan, kapal-kapal laut, rumah sakit, asrama-asrama, perusahaan jasa boga dan sebagainya. Perkembangan industri telur asin akan mendorong perkembangan **peternakan itik** akan berdampak kepada peningkatan pendapatan para peternak itik yang umumnya merupakan masyarakat pedesaan. Oleh karena itu, industri telur asin dapat dijadikan salah satu usaha yang dapat diandalkan untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat menengah dan bawah serta dapat mengurangi ketergantungan terhadap sumber protein mahal seperti daging.

Pusat-pusat produksi telur asin umumnya berlokasi sama dengan sentrasentra penghasil telur itik. Produsen telur itik terbesar di Indonesiia adalah Provinsi Jawa Barat dengan jumlah produksi 37.447 ton diikuti dengan Provinsi Sulawesi Selatan 22.153 ton dan Provinsi Kalimantan Selatan 20.105 ton. Di Provinsi Jawa Barat, sentra-sentra telur itik antara lain terdapat di Kabupaten Indramayu dan Cirebon.

Ruangan proses produksi industri telur asin tidak harus memenuhi suatu standar tertentu, namun diperlukan beberapa ruangan dengan tingkat pencahayaan yang berbeda. Ruangan untuk melakukan penyortiran dan pencucian telur harus ruangan yang terang, sedangkan ruangan untuk pengasinan telur diharapkan cukup tertutup dan hangat.

Peralatan yang banyak digunakan dalam proses produksi telur asin adalah ember atau baskom untuk tempat pencampuran adonan dengan telur serta tempat untuk mencuci telur. Adapun peralatan lainnya berupa panci tempat perebusan telur dan

kompor. Disamping itu dibutuhkan tempat penyimpanan telur untuk menyimpan telur asin pada proses pengasinan.

Proses pembuatan telur asin ini sangat sederhana dan tidak memerlukan teknik yang khusus, bisnis ini dapat dikatakan [sebuah bisnis](#) rumahan dalam artian tidak membutuhkan permodalan yang cukup besar dalam pengadaan sarana dan prasarananya. Barang-barang yang ada di dapur atau di rumah Anda dapat dimanfaatkan sebagai peralatan produksi. Dengan membuat telur asin selain untuk dikonsumsi sendiri juga dapat dijadikan sebagai pendapatan tambahan bagi rumah tangga.

Hanya saja mungkin untuk masyarakat di kota besa dalam penyediaan bahan baku utamanya yaitu telur itik agak sedikit kesulitan, tetapi di pasar tradisional ada juga yang menjual telur itik tawar. Hanya saja Anda perlu jeli dalam memilih bahan bakunya. Jika usaha pembuatan telur asin sudah berkembang Anda dapat mencari sumber bahan bakunya langsung ke peternak di sekitar kota Anda. Lakukan saja pembuatan telur asin dalam skala rumahan, jika ditekuni bisa jadi yang tadinya sebagai penghasilan tambahan malah menjadi sumber penghasilan utama penopang keluarga.

Proses produksi telur asin:

Penseleksian telur itik

Penseleksian telur itik dilakukan pada saat pembelian telur itik dimana telur dengan kualitas jelek tidak akan diterima/ dibeli. Sedangkan penyeleksian telur di lokasi pembuatan telur asin dilakukan pada saat akan melakukan pencampuran dengan adonan. Tingkat kegagalan proses ini sangat rendah, dimana dari 1000 butir telur hanya terdapat 1 butir yang tidak layak untuk dijadikan telur asin (**satu** permil).

Proses penseleksian telur itik pada saat akan melakukan pencampuran dengan adonan terbagi menjadi dua macam pengamatan, yaitu pengamatan kekuatan kulit telur (dites dengan membenturkan dua butir telur satu sama lain) serta pengamatan keutuhan kulit telur (diamati secara visual apabila terdapat keretakan) dapat dilakukan di bawah sinar lampu.

Proses produksi

Telur asin dapat dibuat melalui beberapa teknik penggaraman yang secara umum dibagi menjadi tiga macam proses, yaitu :

1. Cara penyuntikan, yaitu memasukkan larutan garam ke dalam telur dengan teknik penyuntikan,
2. Cara perendaman, yaitu telur direndam dalam larutan garam atau adonan lumpur garam,

3. Cara pemeraman, yaitu pembungkusan atau penyalutan telur yang dilumuri dengan adonan pengasin (garam dan tanah liat).
4. Dengan media abu gosok (sisa pembakaran sekam) dari penggilingan padi yang dicampur dengan garam sesuai ukuran.

Teknik penyuntikan merupakan teknik yang paling mudah dan cepat untuk menghasilkan telur asin, tetapi cara ini sangat beresiko dalam menghasilkan telur asin yang baik dan mulus, karena adanya proses pelubangan kulit telur guna memasukkan cairan garam. Jika pengusaha belum trampil dan belum menguasai cara ini, maka teknik ini dianjurkan untuk tidak dilakukan.

Cara pengasinan dengan perendaman dalam larutan garam atau adonan adalah proses pembuatan telur asin yang paling sederhana. Pada proses ini dilakukan pembuatan larutan garam dengan cara mencampur air dan garam dapur sampai jenuh, dimana air tidak mampu lagi melarutkan garam atau pembuatan adonan tepung bata merah dengan garam. Perendaman telur yang sudah dicuci kedalam larutan tersebut selama 8 hari.

Keunggulan pembuatan telur asin dengan cara ini adalah prosesnya lebih singkat, meski kualitas telur asin yang dihasilkan kurang bagus dibandingkan proses pemeraman. Untuk menghindari telur tidak mengapung jika menggunakan larutan jenuh garam maka diberi pemberat pada permukaannya, sedangkan untuk adonan bata merah dan garam tidak perlu diberi tutup pemberat.

Pencucian

Pencucian telur dilakukan dengan tujuan menghilangkan sisa-sisa adonan pengasin yang masih melekat pada telur. Pencucian ini dilakukan dengan cara menggosok kulit telur dengan sikat yang telah dibasahi cairan sabun

Perebusan

Proses perebusan bertujuan untuk mematangkan telur asin mentah. Proses ini dilakukan pada panci perebus dengan ukuran yang bervariasi dengan kapasitas panci berkisar antara 500 - 1.000 butir untuk sekali rebus . Proses perebusan sendiri dilakukan selama kurang lebih 3-5 jam. Setelah direbus telur asin dapat dikonsumsi hingga 21 hari.

Penirisan dan Pemberian Cap

Setelah dilakukan perebusan, telur asin dikeluarkan dari panci perebus dan dilakukan proses penirisan. Proses ini dilakukan di atas wadah dimana telur

diangin-anginkan hingga kering dan tidak terlalu panas. Proses selanjutnya adalah pemberian cap [merek](#) dagang dan kode produksi.

Penyimpanan

Pada tahapan akhir proses produksi, telur asin yang telah diberi cap merek akan dikemas dalam berbagai macam bentuk pengemas, seperti pengemas plastik kue agar terlihat manis dan berkualitas. Atau Anda dapat mendisain sendiri tempat untuk telur asinnya agar lebih menarik.

2. Meraup untung bisnis pengiriman barang

Di tengah maraknya tren bisnis online, jasa pengiriman barang semakin dibutuhkan. Lantaran peluangnya menjanjikan, kini banyak perusahaan ekspedisi menawarkan kemitraan untuk mengembangkan jaringannya. Anda yang masih bingung untuk memulai bisnis dapat menangkap peluang ini. Biaya yang harus Anda keluarkan tidak banyak untuk memulai bisnis ke-agenan ini, biasanya seorang agen cukup di mintakan biaya Administrasi saja yang besarnya tergantung dari perusahaan logistik yang Anda bidik. Namun, untuk peralatan kerja harus disiapkan sendiri oleh agen.

Peralatan yang dibutuhkan antara lain satu unit komputer atau laptop dengan spesifikasi minimal processor Pentium 4, memori 1GB, HDD 80GB, 1 unit printer, jaringan internet, dan satu unit timbangan manual 60 kg. Dan untuk masalah tempat usaha dapat Anda manfaatkan ruangan kosong di rumah Anda, atau Anda menyewa ruang usaha kecil dipinggir jalan.

Keuntungan yang dapat diperoleh bagi agen dalam bisnis ini adalah pembagian hasil yang besarnya tergantung dari kebijakan masing-masing perusahaan logistik. Mengenai teknis dalam bisnis ini akan Anda peroleh saat kerjasama akan dimulai, semua tercantum dalam perjanjian kerjasama ke agenan ini. Anda tidak usah khawatir akan barang yang akan di kirim sebab kurir dari perusahaan logistik datang menjemput barang-barang dari klien Anda yang akan di kirim.

Selain bisnis ke agenan ini, Anda dapat memadukan usaha dengan bisnis pembayaran online berupa token listrik, pulsa hingga pembayaran kredit baik motor maupun cicilan kartu kredit, hingga layanan tiket online. Selain itu Anda dapat menggabungkan dengan ke agenan laundry, hal ini akan memberikan pendapatan yang beragam bagi Anda.

Bisnis jasa tidak terlampau banyak membutuhkan [modal](#) yang banyak dan hasil yang Anda peroleh cukup lumayan. Dalam bisnis ini faktor [lokasi](#) juga menjadi salah satu pertimbangan, jika Anda membuka di tempat yang masih sepi

penduduknya mungkin bisnis ini tidak akan berjalan sesuai dengan harapan Anda. Selain itu faktor penting yang harus dijaga adalah menjaga hubungan baik dengan [konsumen](#) Anda. Bagaimana Anda tertarik untuk memulai bisnis ke-agenan ini?.

3. Minyak Jarak Pelapis Ramah Lingkungan

Ide merupakan awal dari terciptanya sebuah maha karya dari manusia, dari ide yang di kaji, di uji, dan di implementasikan dengan sungguh-sungguh terbukti menghasilkan sesuatu yang baru dan bermanfaat. Itulah yang dilakukan oleh Tatsuya Nakagawa co-founder dan wakil presiden pemasaran di [Castagra](#) yang menciptakan pelapis untuk melindungi baja yang sangat ramah lingkungan.

Bahan utama dari produk pelapis ini adalah biji pohon jarak, teknologi ini dikembangkan oleh Nakagawa bersama rekannya CEO Peter ROOSEN, yang hasilnya untuk coating dan komposit pelapis pelindung baja atau di kenal sintesis poliuretan. Teknologi ini memanfaatkan sifat alami dari minyak jarak untuk membuat lapisan yang disebut "Ecodur." Respon daripada konsumen ternyata positif untuk sintesis poliuretan berasal dari tanaman jarak ini. Keunggulan dari pelapis pelindung baja produksi Castagra dibandingkan dengan produk berbasis dari minyak bumi konvensional, adalah produk produksi Castagra yang berbahan utama dari minyak jarak tidak berbahaya dan sangat ramah lingkungan dibandingkan produk konvensional seperti epoxies yang berbahaya.

Selain ramah lingkungan dan tidak berdampak bahaya bagi lingkungan produk dari Castagra ini juga memiliki kualitas yang lebih baik. Tingkat penyerapan pada obyek yang dilapisi sangat tinggi, menutup pori-pori dengan rapat sehingga melindungi dari korosi. Produk ini telah teruji dapat dipergunakan oleh berbagai industri baik itu industri minyak dan gas hingga kapal. Dengan visi membuat dunia menjadi tempat yang lebih baik, Castagra telah membuktikan dengan produknya yang berbasis ramah lingkungan. Dengan membantu mengurangi bahan kimia berbahaya yang digunakan dalam industri coating, kedepan pasti dunia akan menjadi tempat yang sangat menyenangkan.

Indonesia memiliki banyak sumber daya nabati, di antaranya kelapa sawit, kemiri, saga, kapuk, karet dan jarak pagar. Pengembangan potensi minyak jarak pagar di Indonesia sekarang ini masih terbatas untuk mengembangkan bahan bakar alternatif (biodiesel). Sampai saat ini, pengembangan minyak jarak pagar sebagai bahan baku poliuretan masih belum banyak dilakukan terutama untuk aplikasi bahan pelapis. Pengembangan minyak jarak pagar sebagai bahan baku poliuretan alternatif merupakan

salah satu cara mendapatkan bahan baku pelapis poliuretan yang selama ini masih diimpor dan berasal dari bahan baku tidak terbarukan. Minyak jarak pagar mengandung 55,14% asam lemak tak jenuh dengan bilangan iodin 97.2574 g I₂/100 g.

Gugus takjenuh pada minyak jarak pagar dapat ditransformasi menjadi gugus hidroksil melalui reaksi epoksidasi dilanjutkan dengan reaksi pembukaan cincin epoksida. Pemanfaatan minyak jarak pagar sebagai bahan baku polioliol diharapkan dapat menjadi alternatif pemenuhan bahan baku poliuretan menggantikan polioliol berbasis petrokimia. Oleh karena itu, diperlukan penelitian untuk menghasilkan poliuretan dari minyak jarak pagar yang dapat diaplikasikan sebagai bahan pelapis.

4. Mendulang Fulus Dari Bisnis Kecantikan

Menjalankan sebuah bisnis yang sesuai dengan passion adalah hal yang menyenangkan, walau persaingan bisnis kini semakin ketat tidak menjadikan hati ciut. Bisnis yang terlahir dari hati akan lebih membuat kita merasa “enjoy” dalam menjalankan aktivitasnya. Bagi Anda yang memiliki gairah dalam fashion mulailah berbisnis di bidang fashion atau jika Anda menyukai bidang kecantikan dan perawatan kenapa tidak menekuni bidang tersebut secara daring. Tetapi, untuk memulai bisnis produk kecantikan dan perawatan secara *online* tentu harus memiliki keahlian di bidang komputer yang terkoneksi dengan internet. Selain itu Anda harus tahu mengenai produk-produk yang akan Anda jual.

Paling tidak Anda harus tahu fungsi atau kegunaan kosmetik yang Anda jual. Sebab sebagai penjual kosmetik, Anda akan kebanjiran pertanyaan seputar produk dari calon pembeli. Anda juga harus memiliki kemampuan berbahasa iklan yang baik. Sebab, dengan mengandalkan berjualan di media *online* sangat mengandalkan foto dan bahasa iklan yang mudah diterima calon pembeli. Bahasa iklan di media sosial itu harus singkat, tidak bertele-tele tetapi mampu memberi penjelasan yang mencakup segala informasi yang dibutuhkan dan menarik tentunya.

Karena bisnis ini berbasis *teknologi informasi*, tentu Anda harus menguasai aplikasi atau software untuk memberikan kesan menarik pada dinding toko Anda. Pastikan juga Anda mendapatkan produk yang aman untuk dipakai. Jangan pernah menjual produk yang “Aspal” juga bila ini Anda lakukan, usaha Anda akan cepat berakhir dengan tuntas. Dari segi kesehatan harus diperhatikan dengan benar jangan sampai produk yang Anda tawarkan memiliki efek negatif dan berbahaya bagi kesehatan. Awali dengan beberapa item produk dulu semisal, tiga hingga lima produk setelah berkembang Anda baru diperbanyak kembali item produknya.

Untuk mendapatkan produsen atau distributor produk kosmetik Anda bisa berselancar di internet. Bila sudah mendapatkan barang yang cocok sebaiknya Anda menjalin kerjasama dengan distributor atau produsen tersebut demi menjamin ketersediaan produk. Pastikan pula barang yang Anda jual itu asli, sebab zaman sudah canggih. Pembeli bisa cek untuk membandingkan antara yang asli dan palsu. Sekali Anda jual produk palsu risikonya besar untuk usaha Anda, ingat ini bisnis kepercayaan!,

Hal lain yang penting dari bisnis secara online ini, mintakan testimoni dari setiap konsumen yang sudah memakai produk yang Anda jual. Dengan banyaknya testimoni ini akan memberikan efek yang bagus untuk pertumbuhan bisnis Anda selanjutnya. Bisnis ini memang terbilang susah-susah gampang, produk kecantikan dan perawatan kini tidak hanya didominasi oleh kaum Hawa, kaum Adam juga mempergunakan produk perawatan khusus pria. Pengetahuan dan kesadaran pria akan pentingnya kesehatan dan perawatan untuk penampilan diri menjadi faktor pemicu akan penggunaan produk kesehatan dan perawatan. Bukan itu saja tentunya juga untuk melindungi diri dari serangan radikal bebas dan polusi udara yang semakin tinggi. Lebih dari itu semua dalam sebuah bisnis jangan terlalu mengejar untung saja, karena tidak akan ada habisnya. Kunci terpenting untuk mencapai sukses dalam bisnis ini adalah menjaga [kepuasan konsumen](#),

Selain strategi dengan testimoni, Anda juga dapat melakukan strategi [endorse](#) untuk meyakinkan calon pembeli. Sekarang banyak artis yang membuka diri untuk menjadi pemberi [endorsement](#) produk kecantikan. *Endorsement* adalah cara iklan dengan meminta testimoni dari tokoh terkenal atau berpengaruh yang memiliki jumlah *followers* cukup banyak di media sosial. Bagaimana caranya? Cukup meminta si artis untuk berfoto dengan produk yang Anda jual lalu tag foto tersebut ke akun Anda. Si artis biasanya mendapatkan produk Anda secara gratis. Bagaimana Anda berani mencoba?.

5. Dari Rambut Uangpun Mengalir

Memperhatikan penampilan, khususnya perawatan rambut tidak hanya urusan kaum hawa saja. Kini, pria pun ingin tampil bersih, rapi dan trendi dengan potongan rambut yang mengikuti perkembangan terkini. Itu sebabnya, potensi bisnis pangkas rambut masih terbuka lebar. Anda tentunya pernah mendengar singkatan “Asgar” yang biasanya terpajang pada banner barber shop. Asgar atau Asli Garut biasanya mendominasi kios-kios pemangkas rambut yang menandakan bahwa pemilik atau pun pemangkas rambutnya berasal dari kota Garut, Jawa Barat. Pada dekade 1990 industri bisnis pangkas rambut khusus pria memang didominasi

oleh orang-orang yang berasal dari daerah ini, khususnya di Jabodetabek. Dan biasanya berada di pinggiran jalan utama di kota-kota besar, kini barbershop sudah merambah ke mall-mall serta pusat perbelanjaan modern lainnya, dan semakin variatif dengan sentuhan teknologi modern.

Seiring dengan perkembangan zaman pangkas rambut atau barbershop tidak hanya fokus pada jasa gunting rambut saja. Kini barbershop menyediakan juga jasa perawatan rambut, kesehatan dan sebagainya yang berhubungan dengan dunia mode rambut. Bukan saja jasa yang ditawarkan, produk dari perawatan rambut juga kini mereka tawarkan.

Jika Anda tertarik untuk menekuni bidang jasa pangkas rambut ini, kini banyak barber shop yang menawarkan kemitraan atau waralaba. Peluang bisnis pangkas rambut sudah makin banyak. Jika Anda **memilih waralaba** pangkas rambut perlu Anda perhatikan adalah bagaimana mitra yang bergabung bisa terjamin akan mendapat omzet yang ditargetkan oleh pusat. Beberapa kendala yang kerap terjadi seperti pasokan SDM yang terlatih pun harus dapat diatasi nantinya. Dengan menjalankan pelatihan karyawan di barbershop, tidak menjanjikan pegawai akan loyal karena mereka bisa membuka gerai barbershop sendiri. Disinilah Anda harus dapat memilih pewaralaba yang memiliki sistem yang kuat, dengan begitu jaminan keberlangsungan bisnis dan pertumbuhan omset dapat diperoleh.

Namun, jika Anda dapat menyediakan tenaga pangkas rambut yang handal kenapa tidak untuk membuka sendiri bisnis pangkas rambut ini dengan sistem bagi hasil misalnya. Atau Anda memilih sistem kemitraan yang lain dengan “tukang pangkas” Anda. Mungkin, dengan menerapkan sistem kemitraan antara Anda dan karyawan di bidang jasa pangkas rambut ini lebih fair dan menguntungkan. Titik utama di jasa ini adalah pemangkas rambut itu sendiri, merekalah **[kunci sukses](#)** Anda jadi Anda perlu mempertimbangkan sistem yang terbaik bagi bisnis Anda. Kesuksesan bisnis ini tergantung dari kreatifitas Anda dan juga **[kepemimpinan](#)** Anda dalam membentuk tim yang solid dan kuat. Akan lebih baik jika Anda memiliki tim yang sehati dan satu visi dengan Anda. Sukses untuk bisnis Anda!

6. Memulai Bisnis Tanpa Modal

Sudah banyak tulisan bertema bisnis tanpa modal di tulis banyak penulis namun, benarkah ada bisnis yang dapat di mulai tanpa modal?. Tentu saja tidak mungkin ada bisnis yang dapat dimulai tanpa modal, pastinya sebuah bisnis di mulai dengan modal baik besar maupun kecil tergantung dari bisnis yang kita garap. Ada harga yang harus Anda bayar dari setiap pekerjaan yang Anda lakukan. Bagi Anda yang

tidak memiliki modal “materi” yang banyak jangan berkecil hati apabila ingin membuka suatu usaha, banyak yang dapat Anda kerjakan. Bila Anda menyenangi dunia tulisan Anda dapat memulainya dengan membuat sebuah blog sebagai sarana belajar bagi Anda. Bagi yang memiliki jaringan luas, mulailah Anda membuka peluang melalui jaringan Anda dengan jalan sebagai “penghubung” atau agen atau broker, tidak masalah bukan selagi sesuatu yang Anda hasilkan adalah halal!.

Bagi Anda yang memiliki gairah dalam bidang tulisan dan sudah memiliki blog atau web pribadi tidak ada salahnya, jika Anda untuk memulai menghasilkan pendapatan melalui blog atau web yang Anda miliki. Dengan jalan mengikuti program PPC (Pay Per Click) dan sebagai publisher iklan melalui program affiliate.

PPC (Pay Per Click) adalah sejenis program di mana anda menjadi seorang publisher periklanan online. Peranan Anda adalah sebagai pengelola website yang menampilkan iklan dari pihak ketiga di website Anda. Keuntungan menjadi publisher iklan PPC adalah Anda akan mendapatkan laba klik dari iklan yang sudah terpasang di blog Anda. Besarnya laba klik tergantung dari kebijakan yang telah ditetapkan oleh penerbit iklan. Untuk program PPC sendiri yang sangat terkenal dan menjadi dambaan setiap blogger adalah [Google Adsense](#) untuk informasi lebih detail Anda dapat langsung mengunjungi web nya. Selain google adsenses, Anda dapat mencoba untuk memulai melalui program PPC dari Indonesia seperti: [ADSID.ME](#), [Kliksaya.com](#), dan [bloggerklik.com](#)

Sedangkan program publisher iklan yang satunya dan banyak dilakukan oleh blogger yaitu program affiliate. Dimana sebagai publisher kita wajib memasarkan produk dari program yang kita ikuti, selain itu untuk menunjang keberhasilan Anda juga seharusnya membuat review sebuah produk. Anda dapat belajar melalui review yang sudah di buat, pelajari apa saja yang harus Anda ketahui dalam setiap review produk. Dengan jalan seperti itu maka bisnis yang Anda jalankan akan mendapatkan keberhasilan. Memang tidak ada yang instan disini, semua butuh proses dan dalam setiap proses dalam sebuah bisnis pasti akan menemukan banyak kendala, disitulah seni dalam berbisnis Anda pasti dapat melalui segala rintangan. Anda dapat memulai berbisnis dengan membuka account di [Amzon.com](#), [Clikbank.com](#), [Lazada.com](#) dan [Bibli.com](#)

Apapun yang Anda kerjakan untuk meniti sebuah bisnis lakukan dengan penuh keyakinan, dan terus jaga semangat Anda karena dalam bisnis yang Anda jalani pasti kan menemui sebuah jalan yang sukar yang membuat hati Anda sedikit down. Karena dari sekian lama Anda memulai bisnis ternyata belum juga menghasilkan apa yang Anda harapkan. Padahal Anda sudah sangat aktif membuat promo dan sudah banyak membuat tulisan namun tetap belum juga berbuah manis. Tetap semangat mungkin belum saatnya Anda mendapatkan keberhasilan, alangkah

baiknya jika Anda membuat koreksi dari apa yang sudah Anda kerjakan dan cobalah terus dengan berbagai strategi, yakin Anda pasti bisa! Taklukan segala kelemahan yang ada pada diri Anda, sebetulnya lawan dan musuh yang paling berat adalah diri Anda sendiri. Tetap semangat dan pastikan Anda berhasil!

7. Bisnis Suku Cadang Masih Memiliki Prospek?

Suku cadang (*spare parts*) adalah bagian dari alat, mesin atau kendaraan yang disediakan untuk penggantian. Penggantian bagian tersebut perlu atau harus dilakukan karena terjadinya keausan, kerusakan oleh sebab dari luar atau tidak berfungsinya komponen tersebut sesuai dengan standar kinerja yang diharapkan. Penyediaan suku cadang adalah suatu keharusan, untuk menjamin bahwa alat, mesin, atau kendaraan dapat tetap bisa berdayaguna setidaknya selama umur ekonomisnya. Di Indonesia banyak alat, mesin atau kendaraan digunakan jauh lebih lama dari umur ekonomisnya, sehingga suku cadang yang harus disediakan juga mencakup tipe alat, mesin dan kendaraan yang masih banyak digunakan oleh masyarakat.

Jika melihat dari data pertumbuhan produksi kendaraan baik jenis motor, kendaraan penumpang hingga angkutan barang dari tahun ke tahun mengalami kenaikan. Jumlah kendaraan yang beroperasi di Indonesia begitu banyak dan hal ini tentunya sebuah peluang bisnis yang tercipta bagi pengadaan suku cadang atau spare parts. Data jumlah kendaraan dari tahun 2012 hingga 2015 dapat kita lihat di bawah ini:

Jenis	2012	2013	2014	2015
Motor	77.500.000	86.225.300	95.710.083	108.152.394
Pertumbuhan		11%	11%	13%
Mobil Penumpang	9.524.000	10.540.000	11.910.200	13.696.730
Pertumbuhan		11%	13%	15%
Mobil Barang	4.723.000	5.156.000	5.620.040	6.013.443
Pertumbuhan		9%	9%	7%

Kendaraan penumpang dijual dalam jumlah yang jauh lebih banyak untuk setiap tipenya dan tersebar luas di berbagai wilayah, sehingga suku cadang yang harus disediakan juga cukup banyak. Dengan demikian pertumbuhan bisnis yang diduga dari permintaan suku cadang kendaraan dapat diprediksi dari besarnya permintaan atau penjualan kendaraan. Besarnya pertumbuhan penjualan kendaraan

penumpang didukung oleh skema pembiayaan yang beragam dan mudah diakses oleh masyarakat yang berminat memiliki kendaraan tersebut. Sebagai contoh, berapa banyak oli mesin yang di butuhkan setiap bulannya atau periode tertentu yang biasanya paling lama berlangsung tiga bulan sekali ganti oli tergantung pemakaian ini baru dari ganti oli belum untuk spare parts-nya. Jika rata-rata untuk motor terjadi penggantian spare parts setiap bulannya bernilai Rp. 100.000,- berapa nilai transaksi yang terjadi? Belum dari mobil penumpang dan mobil barang, tentunya ini merupakan sebuah pasar yang besar bukan?.

Jika dalam hal ini kita membidik pangsa pasar mobil penumpang yang akan kita jadikan sebagai bisnis pengadaan spare parts dan jasa pemasangannya masihkah kita memiliki prospek dalam bisnis ini?. Permintaan suku cadang juga dipengaruhi oleh kondisi ekonomi, pada saat daya beli menurun, pemilik kendaraan cenderung menunda penggantian suku cadangnya, sepanjang masih bisa berfungsi, walaupun petunjuk pemeliharaan kendaraan sudah merekomendasikan penggantian. Namun demikian perkiraan pertumbuhan bisnis yang diduga dari permintaan suku cadang kendaraan penumpang dalam keadaan ekonomi normal adalah sebesar 13 - 17% per tahun.

Selain menjual suku cadang, kita juga dapat menyediakan komponen pelengkap tambahan kendaraan (asesories), termasuk untuk audio dan video, dan komponen yang bersifat umum seperti mur, baut, *clamp* dan lainnya yang bisa digunakan pada berbagai jenis kendaraan. Jenis barang yang dijual pada umumnya terdiri atas 2 atau 3 merek (*brand*) kendaraan penumpang umum, sebagian ada yang lebih dan sebagian yang lain ada yang hanya satu merek. Penetapan suku cadang untuk merek kendaraan penumpang tertentu pada umumnya didasarkan pada hal-hal sebagai berikut:

- Merek-merek dari negara yang sama (Jepang, Jerman, Korea, Amerika, Perancis dan sebagainya)
- Merek-merek yang dikuasai oleh perusahaan yang sama (Astra, Indomobil dan sebagainya)
- Merek (*brand*) kelas atas (Mercedes Benz, BMW, Rover dan lainnya)
- Menjual suku cadang dan asesories
- Tidak berpola (campuran merek)

Harga suku cadang mengikuti perubahan kurs rupiah terhadap dollar, namun seringkali pada saat nilai tukar rupiah menguat harga suku cadang seringkali tidak kembali ke posisi semula, sehingga harga suku cadang dari waktu ke waktu cenderung terus meningkat. Terdapat perbedaan harga untuk setiap tingkatan kualitas dari suku cadang dengan rumusan sebagai berikut:

- Harga suku cadang asli (*genuine*) adalah 100% atau 1 kali (P_g)
- Harga suku cadang kualitas satu ($kw-1$) adalah 60 s/d 70% atau $0,6 \text{ s/d } 0,7 \times P_g$
- Harga suku cadang kualitas dua ($kw-2$) adalah 40 s/d 50% atau $0,4 \text{ s/d } 0,5 \times P_g$

Permasalahan Pemasaran

Ketergantungan penjual pada pemasok yang juga bisa sekaligus sebagai importir suku cadang sangatlah besar. Seperti telah dikemukakan sebelumnya bahwa lebih dari 90% suku cadang yang diperdagangkan masih diimpor dari berbagai negara. Hal ini akan menyulitkan posisi penjual jika mereka harus berhadapan secara sendiri-sendiri dengan pemasok/importir. Oleh karenanya adanya asosiasi pedagang suku cadang sangatlah penting, untuk meningkatkan posisi tawar pedagang, bahkan jika mungkin asosiasi ini bisa membentuk badan usaha dan mengimpor suku cadang sendiri sebagai alternatif.

Persaingan yang semakin ketat akan menyebabkan harga suku cadang lebih menguntungkan bagi konsumen, namun hal ini bisa memberikan tekanan pada penjual. Importir yang juga pemasok suku cadang impor kepada penjual, bisa dikatakan tidak terpengaruh oleh adanya pembukaan pusat-pusat penjualan suku cadang baru di berbagai wilayah tersebut, bahkan dalam jangka menengah menguntungkan mereka. Dalam jangka panjang akan terjadi keseimbangan baru, sehingga semua pihak akan mendapatkan alokasi yang adil (*fair*) dan cenderung untuk mempertahankan aktivitas bisnisnya dan tidak membiarkan usaha partnernya terhenti.

Persaingan penjualan suku cadang meningkat karena dibukanya pusat-pusat penjualan baru suku cadang di berbagai lokasi dalam rangka memenuhi kebutuhan konsumen untuk bisa mendapatkan suku cadang dengan lebih mudah, harus diantisipasi dengan baik oleh para penjual suku cadang yang sudah lebih lama berada pada bisnis ini. Pertumbuhan bisnis suku cadang yang cukup tinggi (17-23% pertahun) merangsang enterpreneur untuk memasuki bisnis ini, persaingan menjadi semakin ketat.

Beberapa hal yang perlu dilakukan oleh penjual suku cadang antara lain adalah:

- melihat penjualan suku cadang sebagai usaha jasa.
- membangun keintiman dan mengembangkan hubungan baik dengan konsumen (mengubah konsumen menjadi pelanggan).
- membuat *data base* pelanggan.
- berlaku jujur kepada konsumen dan membangun kepercayaan
- membantu konsumen mengatasi kesulitan yang dihadapi (peduli konsumen).
- mengembangkan sistem jasa penjualan yang inovatif: pesan lewat telepon, sistem

pembayaran transfer, sistem penyerahan produk (*delivery*).

- memperbaiki sistem inventory yang *on line* untuk mempercepat pelayanan.
- memperbaiki kemampuan tenaga penjual, khususnya dalam hal-hal teknis otomotif.

Ancaman yang signifikan justru berasal dari kondisi makro ekonomi terutama yang bisa menyebabkan harga suku cadang melonjak tinggi atau harga barang-barang secara umum melonjak, sehingga daya beli konsumen menurun. Dalam keadaan ini konsumen akan lebih memprioritaskan kebutuhan pokok seperti pendidikan, sandangpangan dan kesehatan. Turunnya kurs rupiah terhadap dollar, pemberian pajak atau bea masuk yang lebih tinggi akan menyebabkan harga suku cadang meningkat dan hal ini dapat mengakibatkan lesunya perdagangan suku cadang terutama yang berasal dari impor. Sebagian besar suku cadang yang diperdagangkan saat ini masih diimpor (sekitar 90%) dari berbagai negara, yang terdiri atas asli (*genuine*), buatan negara produsen, maupun buatan Taiwan (tiruan). Usaha perdagangan suku cadang, sebagaimana usaha perdagangan lain umumnya, secara teknis bisa dikatakan cukup sederhana, tidak banyak membutuhkan sarana dan prasarana yang beragam dan investasi yang mahal.

Lokasi dan Tempat Usaha

Perdagangan suku cadang sebaiknya dilakukan di pusat-pusat perbelanjaan modern atau tempat-tempat yang dirancang khusus untuk perdagangan suku cadang dan memiliki beberapa karakter sebagai berikut :

- akses menuju lokasi dari banyak arah mudah.
- terdapat areal parkir yang cukup luas di sekitar tempat penjualan.
- beberapa lantai atau seluruh gedung diperuntukkan bagi perdagangan suku cadang dan asesories.
- memilih tempat yang masih kurang persaingannya, ini akan lebih memudahkan bagi pebisnis pemula, lakukan promo melalui media yang Anda miliki dengan secara optimal misalnya, melalui media sosial, brosur, dan juga web.
- dimungkinkan konsumen melakukan penggantian suku cadang yang relatif mudah dilakukan.
- lingkungan bersih dan nyaman.

Luasan tempat usaha (kios) pada umumnya berukuran 4 x 4 m² dan 2 x 4 m², atau 4 x 3 m² dan 2 x 3 m². Pada pusat-pusat perdagangan yang baru kios dengan ukuran yang kedua-lah yang banyak disediakan, untuk menekan biaya sewa bagi pedagang suku cadang.

Hambatan dan Kendala

Secara internal tidak ada hal-hal yang sangat mengancam keberlangsungan usaha perdagangan suku cadang, kecuali hal-hal yang terkait dengan kemampuan tenaga penjual, termasuk pemilik, dalam memberikan pelayanan kepada konsumen. Kemampuan untuk mengubah konsumen menjadi pelanggan, dengan melakukan kedekatan (*intimacy*) yang lebih total kepada konsumen adalah sesuatu yang harus namun belum dimiliki oleh sebagian besar pedagang suku cadang. Konsumen masih dianggap sekedar orang yang membutuhkan barang yang dijual oleh pedagang suku cadang dan bukan partner yang perlu diberi pilihan dan pengetahuan atas dasar kejujuran. Kebijakan untuk memperluas pemasaran suku cadang ke berbagai wilayah memberi kemudahan dan pilihan yang lebih banyak kepada pemilik kendaraan untuk mendapatkan suku cadang yang dibutuhkan, oleh karena itu situasi seperti ini harus diantisipasi dengan meningkatkan kemampuan menjual dari pedagang suku cadang.

Anda tertarik untuk memulai bisnis pengadaan spare parts ini? Lakukan observasi dan penambahan amunisi pengetahuan agar Anda memiliki dasar yang kuat sebelum terjun ke bisnis ini. Dengan memiliki pengetahuan yang cukup, yakin Anda dapat mengatasi setiap permasalahan yang muncul dan bangunlah kerjasama yang baik antara pemasok dan pelanggan Anda. Jadikan mereka adalah mitra Anda dalam berbisnis, selalu berinovasi dalam setiap langkah bisnis dan yang utama adalah menjaga konsumen dan pemasok Anda karena keberlangsungan bisnis Anda tergantung pada mereka. Potensi pasar dari bisnis ini senantiasa mengalami pertumbuhan setiap tahunnya, di tambah dengan infrastruktur Indonesia yang masih di bawah standar hal ini menjadi salah satu pendorong yang membuat keausan dari komponen kendaraan lebih cepat dibandingkan dengan waktu yang seharusnya terjadi. Apalagi pengguna kendaraan di Indonesia sangat senang memodifikasi kendaraannya dimana hal ini juga dapat menjadi salah satu faktor pemicu keausan spare parts kendaraan.

8. Peluang Bisnis Pengadaan Furnitur Rumah Sakit

Data Kemenkes menunjukkan, jumlah rumah sakit swasta yang terdaftar per 1 Januari 2014 sebanyak 455 untuk rumah sakit umum dan 246 untuk rumah sakit khusus, rumah sakit umum swasta non provit sebanyak 531 dan rumah sakit khusus non provit berjumlah 202. Jumlah tersebut meningkat jika dibandingkan tahun sebelumnya, di mana rumah sakit swasta kategori umum sebanyak 300 dan kategori khusus sebanyak 168. Sedangkan rumah sakit swasta non provit untuk kategori rumah sakit umum sebanyak 515 dan kategori khusus sebanyak 212. Diprediksi

pada tahun 2015 akan tumbuh di kisaran 5-10%, dengan laju pertumbuhan yang cukup besar ini tentunya membuka peluang usaha di sektor pengadaan alat kesehatan hingga kebutuhan furnitur. Data dari BPS pada saat tulisan ini dibuat belum publikasi, tetapi melihat trend pertumbuhan dari tahun ke tahun yang menunjukkan peningkatan tentunya menjadi bahan pertimbangan dalam membidik peluang usaha di sektor ini.

Bertumbuhnya kesadaran masyarakat akan kesehatan mendorong mereka untuk lebih peka terhadap berbagai penyakit yang mungkin timbul pada tubuhnya. Ditambah dengan pemberlakuan Jaminan Kesehatan Nasional, makin banyak masyarakat yang tertarik untuk memanfaatkan fasilitas kesehatan. Alhasil, kebutuhan fasilitas kesehatan pun meningkat. Hal ini yang memicu pertumbuhan rumah sakit meningkat tajam dan mengalami trend pertumbuhan yang menggumkan.

Dengan tingginya animo masyarakat akan pentingnya kesehatan bukan saja membuka peluang untuk mendirikan rumahsakit atau fasilitas kesehatan lainnya. Peluang usaha lainnya adalah memproduksi berbagai perlengkapan furnitur untuk berbagai pusat kesehatan ini. Ambil contoh, ranjang (hospital bed), meja periksa (examination table), children bed, hingga boks bayi. Berbagai peralatan dan perlengkapan ini tak hanya mengisi rumahsakit baru. Kebutuhan juga datang dari rumahsakit atau fasilitas kesehatan yang ingin mengganti berbagai perlengkapannya dengan yang baru, baik karena kerusakan atau karena ada teknologi baru.

Bagaimana menyikapi peluang pasar yang besar ini, tentunya banyak faktor yang harus dipersiapkan sebelum memilih terjun di bisnis ini. Untuk merintis bisnis ini, tak hanya butuh modal uang. Calon pemain juga harus menguasai dari soal pemasaran dan proses produksi, berikut pemahaman akan produk. Selain itu, produsen juga harus mampu menghadirkan produk dengan harga yang masuk akal. Anda juga harus memperhatikan persaingan dengan produk sejenis asal China. Maklum, banyak pula perusahaan yang menjadi agen atau distributor produk-produk ini dari negeri tirai bambu itu. Tapi, jangan sampai kondisi ini justru mengerdilkan nyali Anda.

9. Peluang Bisnis Ikan Hias Air Tawar

Upaya optimalisasi budidaya [ikan hias air tawar](#) guna pemenuhan permintaan pasar domestik dan ekspor di Indonesia pada akhirnya telah menghasilkan output yang sangat baik. Jika dilihat dari angka penjualan ekspor ikan hias air tawar dari tahun 2012 sampai dengan tahun 2014 terjadi pertumbuhan yang sangat signifikan.

Nilai pendapatan ini cukup menjanjikan dan menjadi sebuah potensi produk [komoditas](#) unggulan. Hasil produk ikan hias air tawar yang dihasilkan pembudidaya ini telah membanjiri pasar domestik dan di terima dengan baik oleh [pasar](#) ekspor terutama Eropa. Hal tersebut tentunya menjadi suatu kabar yang menggembirakan bagi pembudidaya khususnya dan pemerintah.

Namun, permintaan pasar ekspor yang sangat tinggi ini belum di manfaatkan secara optimal oleh pembudidaya ikan hias air tawar. Dalam memenuhi pasar ekspor, pembudidaya mengalami kesulitan dikarenakan terbentur dengan masalah klasik yaitu [permodalan](#) dan juga masalah yang berkenaan dengan teknis serta kebijakan yang masih kurang keberpihakan pada [produksi](#) ikan non konsumsi. Selama ini kebijakan lebih banyak berpihak pada produksi ikan konsumsi, tentunya hal ini dapat menjadi hambatan bagi pengembangan sektor budidaya ikan hias air tawar padahal, sektor ini berpotensi besar bagi pendapatan negara di sektor non migas.

(Dirjen PB), Kementerian Kelautan dan Perikanan, mengemukakan, dari target produksi ikan hias tahun 2016 sebesar 125 juta ekor, dari catatan sementara sudah mencapai 978 juta ekor, atau 115,16% dari yang ditargetkan. Dan, sejak 2011, posisi Indonesia sebagai eksportir ikan hias berada di urutan ke-5, setelah Republik Ceko, Thailand, Jepang, dan Singapura. Pada Posisi ini Indonesia didukung oleh potensi ekspor ikan hias yang diperkirakan mencapai US\$ 65 juta, sebagaimana dikutip *Bisnis.Com*. [Perkembangan](#) dunia ikan hias Indonesia saat ini semakin pesat, ditandai dengan semakin meningkatnya animo masyarakat terhadap ikan hias. Selain ikan yang sedang trend, banyak juga penggemar ikan eksotik dan langka. Ikan hias adalah jenis ikan yang mempunyai daya tarik tersendiri baik warna, bentuk maupun tingkah lakunya yang unik. Di samping itu, ikan hias mempunyai nilai artistik yang tinggi bagi kehidupan manusia. Ikan hias dapat dinilai dari segi keindahannya yang memberikan rasa puas dan damai dalam jiwa. Selain itu, ikan hias juga berkaitan erat dengan pendidikan, ilmu pengetahuan, olahraga, kesehatan, kesenian dan rekreasi.

Perkembangan bisnis produk perikanan non konsumsi, termasuk komoditas ikan hias, sebagai salah satu andalan ekspor memang tak pernah lesu dan selalu mengalami perkembangan seiring dengan permintaan pasar internasional yang semakin tinggi. Kontribusi ekspor ikan hias Indonesia dalam neraca perdagangan perikanan pada 2014 mencapai 18,26 juta dollar AS. Tujuan utama ekspor ikan hias Indonesia dalah Amerika Serikat, Jepang, Hongkong, Australia, Inggris. Hal tersebut tidak terlepas dari keberadaan lima negara pengimpor ikan hias dunia. Kelimanya adalah Singapura 4,3 juta dollar AS, Jepang 3,2 juta dollar AS, Amerika Serikat 3 juta dollar AS, Malaysia 2,5 juta dollar AS dan Hongkong sebesar 3,1 juta dollar AS.

Komoditas ikan hias mengalami perkembangan yang cukup pesat dan memiliki prospek yang menjanjikan jika ditinjau secara ekonomi, melihat perkembangan produksi ikan hias dalam tiga tahun terakhir ini cukup menggembirakan. Hal ini terlihat dari *trend* produksi ikan hias yang terus meningkat setiap tahunnya, tercatat sampai dengan bulan Oktober 2012 produksi ikan hias telah mencapai 834.060.990 ekor. Sejalan dengan itu, pemerintah melalui Kementerian Kelautan dan Perikanan (KKP) secara aktif berupaya mengembangkan sentra-sentra produksi tanaman hias berorientasi ekspor dalam skala yang luas dan dikelola secara intensif, sehingga mampu menyediakan produk dalam jumlah cukup, berkualitas dan terjamin kontinuitasnya. Wilayah sentra produksi ikan hias Indonesia tersebar di 18 Provinsi di seluruh Indonesia, dengan sentra budidaya ikan hias terbesar terdapat di lima provinsi yakni, Jawa Timur, Jawa Barat, DKI Jakarta, Banten dan D.I. Yogyakarta. Sementara, sentra-sentra produksi ikan hias lainnya tersebar di 13 provinsi lainnya.

Dalam upaya menggenjot kualitas dan kuantitas ikan hias air tawar di pasar domestik maupun dunia, ada 4 (empat) hal yang dibutuhkan. **Pertama**, dengan memperbaiki kualitas dan kemampuan para pembudidaya dalam menjaga mutu secara konsisten. **Kedua**, memperkuat riset, teknologi, perbaikan kualitas pelatihan serta pembangunan sarana di sentra ikan hias. **Ketiga**, mensosialisasikan aturan standar ikan hias yang merujuk pada Sertifikasi Nasional Indonesia. Dan, **keempat**, peran asosiasi untuk melatih dan membimbing masyarakat dan para *breeder* (pembudidaya) untuk mengikuti standar yang telah ditetapkan.

Ikan hias merupakan salah satu komoditas andalan baru yang masih memerlukan upaya pengembangan yang lebih intensif, mengingat pasar internasional yang prospektif. Berangkat dari hal tersebut, pemerintah melalui instansi terkait berkomitmen dalam meningkatkan efisiensi sistem produksi, nilai tambah, maupun pening-katan produktivitas dengan harga yang kompetitif serta berdaya saing tinggi agar dapat memenuhi kualitas dan kuantitas yang dipersyaratkan pasar dunia. Seiring dengan itu, diterapkan pula strategi penguatan [branding](#) dan [promosi](#) ke pasar internasional. Berbagai program terus digencarkan di antaranya, registrasi produk, sertifikasi serta promosi dan penguatan *branding*. Dalam rangka memacu investasi di sektor budidaya ikan hias air tawar, selain memperbaiki perangkat kebijakan yang ada, pemerintah juga telah mempersiapkan sejumlah insentif antara lain: perbaikan proses perizinan, peniadaan bea kargo dan hal-hal yang terkait lainnya.

10. Membidik Peluang Bisnis Forex Online

Di era digital dan teknologi informasi yang semakin maju, hampir semua bisnis yang ada terintegrasi dengan teknologi internet. Dunia kini semakin dekat dan terhubung dengan cepat, kemajuan ini tentunya semakin memudahkan bagi kita dalam menyelesaikan sebagian dari pekerjaan dengan bantuan teknologi. Setengah dari populasi masyarakat di dunia kini aktif menggunakan internet, tentunya hal ini menjadi satu keunggulan dimana berbagai proses transaksi di dunia bisnis dapat dengan cepat di proses dan tidak lagi membutuhkan waktu yang lama. Seiring dengan perkembangan teknologi, bisnis online menjadi sebuah peluang yang dapat memberikan hasil bagi pelaku bisnis itu sendiri. Tak terkecuali bisnis trading forex, saham dan komoditas trading lainnya. [Trading online](#) sudah lama muncul di dunia internet dan sudah banyak broker yang menjadi fasilitator bagi trader hadir disana.

Namun pertanyaan yang senantiasa bergumul dalam sebagian pikiran masyarakat adalah, benarkah bisnis tersebut dapat memberikan penghasilan? Benarkah “broker” membayar hasil trading mereka? Bisakah “broker” dipercaya?. Banyak sudah pertanyaan “keraguan” hinggap dalam benak masyarakat, bukan tanpa sebab sebagian masyarakat memiliki keraguan semacam itu. Kenapa? Sebabnya adalah, ada juga beberapa “broker” yang nakal tidak dapat dipercaya dan hal ini bukan saja terjadi dalam trading online namun secara offline banyak “bisnis investasi” ini ternyata hanya sebuah penipuan. Tentunya hal itu menyangkut attitude dari masing-masing personal, bagi Anda yang hendak serius menekuni bisnis trading online sebelum memulai gali informasi lebih dalam tentang “bisnis trading online” ini.

Ada beberapa hal atau pertanyaan yang harus ada pertanyakan sebelum menekuni dunia “trading online” diantaranya:

[Apa resiko bisnis forex?](#) Sama seperti bisnis lainnya, resiko bisnis forex adalah kehilangan modal. Namun jika bisnis ini diusahakan dengan benar-benar maka tentu saja resiko ini bisa diminimalisir. Bahkan bisa menjadi sebuah bisnis yang sangat menguntungkan.

[Bagaimana cara bisnis forex untuk pemula atau bagi pemula?](#) Cara memulai bisnis forex itu sama saja bagi pemula maupun yang sudah ahli, karena yang ahli pun dulunya adalah pemula. Yang perlu ditekankan bagi pemula adalah jangan terburu-buru untuk melakukan transaksi dalam jumlah besar, lakukan transaksi kecil-kecilan saja dulu sampai anda memahami trading forex lebih dalam.

Apa beda bisnis forex dengan bisnis emas online? Dari segi cara memulainya dan [cara tradingnya](#) hampir sama. Hanya beda jenis yang ditransaksikannya, dalam trading emas tentu saja emas yang ditransaksikannya. Namun baik trading emas maupun forex bisa dilakukan dari satu akun forex. Saat didepan komputer, trading emas atau trading forex hanyalah soal pilihan.

Apa bisnis forex mudah? Memulai bisnis forex itu mudah. Melakukan tradingnya gampang-gampang susah, susahnyanya adalah mengendalikan emosi agar tidak terpancing melakukan transaksi seenaknya hati.

Bagaimana cara bisnis forex trading? Anda tinggal mengikuti panduan dari masing-masing broker yang di pilih. Perhatikan dan pahami dengan seksama apa yang ada dalam faq atau aturan yang berlaku di broker tersebut.

Seperti apa alur proses bisnis forex? Proses bisnis forex dimulai dengan mendaftar forex atau membuat akun forex pada sebuah broker, lalu menginstall metatrader atau tempat transaksi forex, kemudian menyetorkan modal ke akun forex. Setelah itu barulah melakukan inti dari bisnis forex yaitu transaksi (trading)

Bisakah bisnis forex tanpa modal? Bisa saja, ada broker yang menawarkan modal gratis sebesar \$5. Dengan modal gratis \$5 tersebut anda bisa bisnis forex tanpa modal. Tapi sepertinya tidak pantas jika anda ingin bisnis forex itu gratis tanpa modal. Silahkan siapkan modal, itu menunjukkan keseriusan anda menggeluti bisnis forex ini.

Bagaimana dengan bisnis forex modal kecil? Modal gratis saja bisa apalagi modal kecil tentu saja sangat bisa. Namun jika modal yang digunakan kecil maka jangan terlalu berharap mendapatkan keuntungan yang besar. harapkan saja keuntungan sewajarnya sesuai dengan besarnya modal.

Jadi berapa modal minimal bisnis forex? Aturannya untuk akun micro modal minimalnya \$5, akun standar \$100 dan akun unlimited \$500. Mengenai besarnya modal ini kembali pada anda, berapa keuntungan yang ingin didapatkan? Semakin besar modalnya maka keuntungannya pun bisa lebih besar.

Apa keuntungan dan kerugian bisnis forex? Keuntungannya yaitu bisa dilakukan sendirian tanpa perlu campur tangan pihak lain, sehingga jika anda untung maka keuntungannya untuk anda semua. Dalam bisnis forex anda mengelola uang sendiri dan menikmati hasilnya sendiri dengan kemampuan sendiri. Kerugiannya jika terjadi kehilangan modal akibat rugi maka cuma anda sendiri saja yang menanggungnya.

Apa bahaya bisnis forex? bagaimana dengan orang yang bangkrut? Resiko terbesar bisnis forex yaitu bangkrut akibat mengalami rugi dalam jumlah besar. Jadi usahakan modal untuk bisnis forex ini adalah uang dingin yang jika habis pun kehidupan keluarga anda tidak terpengaruh, semuanya tetap berjalan lancar. Cara mencegah bankrut yaitu atur volume transaksinya agar tidak terlalu besar. Jangan terburu-buru ingin dapat untung besar, nanti juga kalau sudah terbiasa trading bisa mudah dapat untung besar.

Mungkinkah terjadi gagal dalam bisnis forex? Bisnis apapun termasuk bisnis forex kemungkin gagal itu ada, namun perbandingan kemungkinan gagal dan kemungkinan berhasil itu 50:50. Artinya kemungkinan berhasil pun terbuka lebar.

Apa bisnis forex legal? Bisnis forex legal karena memiliki payung hukum dan ada lembaga negara yang mengaturnya. Di indonesia bisnis forex diatur oleh Bappebti. Di Australia diatur oleh ASIC, di Rusia diatur oleh CRFIN, di Cyprus diatur oleh CYSEC, di Inggris diatur oleh FCA

Seperti apa bisnis forex dalam islam? Dalam pandangan hukum islam bisnis forex ini dibolehkan (menurut fatwa MUI No: 28/DSN-MUI/III/2002 tentang Jual Beli Mata Uang) namun harus memenuhi beberapa ketentuan, salah satu yang paling penting adalah Tidak Ada Spekulasi (untung-untungan), artinya sebelum melakukan transaksi, silahkan analisa dulu. jangan karena dengar suara kokok ayam 3 kali lalu anda transaksi, itu namanya untung-untungan.

Adakah bisnis forex islami? Sama saja dengan bisnis forex biasa. Untuk orang muslim, broker menyediakan pilihan pengaturan agar akun menjadi swap free atau bebas bunga sehingga menjauhkan dari kata haram. Karena yang haram itu adalah riba, sedangkan bisnis forex adalah kegiatan jual beli. Namun walaupun begitu sebenarnya intinya selama anda tidak mendasarkan transaksi pada menghitung kancing, melempar koin, suara tokek, kokok ayam atau hal aneh lainnya yang tidak masuk akal, maka bisnis forex itu boleh dan lebih condong ke halal.

Setelah Anda pahami semuanya mulilah untuk mempelajari berbagai instrumen yang terkait dengan dunia bisnis yang akan bidik. Keseriusan, keuletan serta kegigihan Anda adalah faktor-faktor yang akan menunjang keberhasilan sebuah bisnis. Gagal dan kegagalan adalah hal biasa dalam kehidupan, saat Anda kecil sebelum dapat berjalan tentunya mengalami jatuh bangun dan Anda saat itu pantang menyerah hingga dapat berjalan. Atau saat belajar bersepeda dimasa kecil, berapa kali Anda mengalami “kegagalan” coba hitung kembali? Pasti jumlahnya banyak bukan? Tetapi Anda pantang menyerah, seharusnya dalam berbisnis Anda memiliki kembali nyali seorang anak kecil yang gigih dan pantang menyerah. Kunci

sukses Anda dalam hal ini adalah [belajar](#), [belajar](#) dan terus [belajar](#) hingga menemukan titik puncak yang Anda harapkan.

11. Peluang Usaha Ternak Itik

Pembangunan sektor peternakan bertujuan antara lain untuk meningkatkan pendapatan peternak melalui peningkatan populasi hasil ternak, guna mencukupi kebutuhan akan pangan yang bergizi terutama protein hewani dan dalam usaha penghematan devisa negara, penyediaan lapangan pekerjaan dan usaha dalam rangka pengentasan kemiskinan dengan memperhatikan azas kelestarian. Berbagai usaha komoditi ternak besar maupun ternak kecil tengah digalakkan oleh pemerintah guna memenuhi swasembada daging. Hal ini sangat memungkinkan karena Indonesia memiliki potensi perternakan yang cukup besar. Sumber daya alam akan ketersediaan pakan ternak berbahan baku hasil pertanian seperti jagung dan bekatul padi sangat mencukupi bahkan melimpah untuk usaha peternakan, baik yang diusahakan secara tradisional maupun modern.

[Konsumsi daging](#) di Indonesia umumnya berasal dari daging sapi. Pada saat ini peningkatan permintaan daging belum dapat diimbangi oleh laju peningkatan produksi, sehingga masih diperlukan impor daging. Impor daging ini terutama diperlukan untuk memenuhi permintaan konsumen, hotel atau restoran yang membutuhkan daging bermutu baik. Oleh karena itu perlu dicari penghasil daging selain ternak besar sebagai alternatif untuk mempercepat upaya peningkatan produksi daging, baik untuk mengurangi impor daging maupun sebagai konsumsi masyarakat untuk peningkatan gizi masyarakat. Salah satu alternatif yang dapat ditempuh adalah dengan jalan diversifikasi produk yaitu pemanfaatan produk-produk unggas, baik unggas yang sudah populer (ayam ras dan buras) maupun unggas lainnya (bebek dan entok). Ternak bebek sebagai salah satu sumber protein hewani memang patut dipertimbangkan.

Mutu karkas daging bebek belum mempunyai [SNI](#) (Standar Nasional Indonesia), berbeda dengan ayam ras pedaging yang telah memiliki SNI 3924:2009. Karkas yang baik dipengaruhi oleh : bibit, jenis kelamin, umur, kualitas pakan, bagian-bagian tubuh (sayap, dada, paha atas, paha bawah dan punggung).

[Daging bebek](#) sebagian mengandung serat merah dan sebagian kecil mengandung serabut putih. Pada bagian dada bebek, serabut merah sebanyak 84 % dan serabut putih sebanyak 16 %, perbedaan ini akan mempengaruhi komposisi daging, sifat biokimia dan karakteristik sensori. Daging yang sebagian besar terdiri atas serabut merah mempunyai kadar protein yang lebih rendah dan kadar lemak yang tinggi dibandingkan dengan daging yang sebagian besar terdiri dari serabut putih. Kadar

protein daging bebek berkisar antara 18.6 – 19.6 % dan lemak berkisar antara 2.7 – 6.8 %. Daging bebek termasuk sumber protein yang sangat baik, per 100 gram daging bebek bagian dada tanpa kulit mengandung protein sebanyak 28 gr. Komposisi lemak dengan kulit (%) dan tanpa kulit (%) berdasarkan bagian-bagian tubuh dari bebek adalah sebagai berikut daging dada dengan kulit 10.9, daging paha dengan kulit 20.6, daging dada tanpa kulit 1.4 dan daging paha tanpa kulit.

Makanan berbahan dasar daging bebek saat ini sedang digemari terutama di kota-kota besar di Indonesia. Untuk daerah Jakarta saja sangat banyak tempat makan/restoran yang menawarkan menu makanan berbahan dasar daging bebek. Masalah yang dihadapi oleh para pengelola tempat restoran adalah ketersediaan [daging bebek](#) yang terbatas, karena selama ini masih banyak yang mengandalkan pasokan dari [bebek petelur](#) afkir atau bebek jantan yang jumlahnya relatif tidak stabil. Sehingga seringkali pasokan bahan baku terganggu atau bisa mendapatkan bahan baku daging bebek akan tetapi jumlahnya tidak sesuai dengan permintaan.

Kebutuhan konsumsi daging dalam negeri terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun, sementara produksi nasional belum dapat memenuhi akan permintaan pasar. Begitu juga dengan produksi telur itik yang setiap tahun permintaannya selalu meningkat, namun produksi nasional belum dapat memenuhi permintaan pasar nasional. Berdasarkan hal tersebut diperkirakan konsumsi masyarakat terhadap bebek pedaging akan terus meningkat, sehingga bebek pedaging akan menjadi komoditas andalan usaha bagi masyarakat dimasa mendatang.

Konsumsi protein hewani yang dicapai oleh masyarakat Indonesia belum mencapai angka standar kecukupan protein yang ditetapkan, baru mencapai sekitar 4,48% sementara standar rata-rata konsumsi pangan hewani untuk Negara Asia sekitar 20%. Diperkirakan bahwa untuk tahun 2016, suplai kebutuhan protein hewani berasal dari unggas sebesar 70%, terdiri dari ayam ras, ayam buras, bebek dan bangsa unggas lainnya. Salah satu alternatif yang dapat dimanfaatkan untuk menaikkan konsumsi protein hewani yang berasal dari unggas adalah bebek.

Dengan melihat data di atas tentunya ini adalah sebuah peluang usaha yang sangat memiliki prospek di masa depan. Usaha peternakan ini dapat di jadikan sebuah bisnis skala menengah dan besar, bukan saja sebagai usaha skala kecil. Dengan kebutuhan akan daging dan telur yang sangat besar, guna pemenuhan permintaan pasar yang tinggi tidak salah jika prospek bisnis ini memiliki potensi keberhasilan baik jangka pendek maupun jangka panjang. Bukan hanya sebatas menghasilkan telur dan daging namun dari peternakan ini dapat juga diverifikasi usaha yang menunjang sektor bisnis ini sendiri seperti, pengolahan pakan ternak maupun

mengolah hasil produksinya menjadi bentuk lain yang memiliki nilai ekonomi yang tinggi. Seperti telurnya yang dapat di buat menjadi telur asin dan telur bakar, dagingnya yang dapat di olah yang pada akhirnya kita membuat bisnis baru di bidang kuliner seperti daging bebek bakar, bebek crispy atau pun menjadikan daging bebek sebagai bahan pokok dalam membuat bakso sebagai pengganti daging sapi.



Tentang Penulis:

AR. Rahadian dilahirkan di sebuah kota kecil yang berdekatan dengan Ibukota Indonesia, tepatnya di kota hujan Bogor. Semasa kecil hingga kelas satu SMAN 3 di habiskan di kota Bogor. Pada saat sering terjadi tawuran antar pelajar yang memakan korban jiwa, AR. Rahadian di bawa oleh orangtuanya ke kota kecil Ciamis, sebelah selatan kota Bandung. Kota yang kecil tetapi sangat asri, sebuah kota yang saat itu sangat sulit menemukan keramaian sebuah kota. Jangankan keramaian, kendaraan antar kota pun hanya beroperasi siang hingga sore hari iu pun masih jarang dan kebanyakan menggunakan kendaraan ojek. Tetapi di kota Ciamis AR. Rahadian menemukan dinamika kehidupan yang membawa perubahan pada pola berpikir.

Selepas pendidikan di SMAN 1 Ciamis, AR. Rahadian hijrah ke ibukota provinsi Jawa Barat, Bandung untuk menuntut ilmu di sebuah perguruan tinggi swasta. Di Bandung, AR. Rahadian menemukan banyak pengetahuan di bidang usaha, diantaranya, berkat bergaul dengan penggembala ternak itik ia mendapatkan pengetahuan tentang ternak itik, pertemuannya dengan buruh tani yang membawanya pengetahuan tentang kelola pertanian, dengan sopir angkot yang memiliki keahlian montir menambah pengetahuan akan bidang angkutan, servis dan sparepart dan beberapa hal lainnya.

Buku ini didedikasikan untuk sesama yang memiliki hasrat membuka usaha, buku yang sederhana sengaja di buat agar menambah wawasan bagi yang hendak membuka usaha. Agar kegagalan yang pernah dilalui oleh penulis tidak terjadi pada pelaku usaha yang baru memulai.

AR. Rahadian kini tinggal bersama istri terkasih yang banyak memberikan support luarbiasa dan sepenuh kasih menyokong & mendukung. Serta seorang anak yang kini sedang menimba ilmu di bidang visual grafis yang memiliki cita-cita menjadi seorang animator sesuai hobinya menggambar animasi. Terimakasih kepada pembaca yang sudi meluangkan waktu membaca buku sederhana ini, semoga buku ini bermanfaat.

Salam Hangat

[AR. Rahadian](#)

Daftar pustaka:

Definitive of Drucker, Peter. F Drucker, BIP Penerbit
Berpikir Besar Bertindak Kecil, Jenning Jasson, BIP Penerbit
Cara Jitu Hitung Modal Usaha, Wulan Ayodya, Gramedia. PT , Penerbit
B2B & B2C, Philip Kotler, Gramedia. PT, Penerbit
Culture Transformation - Lesson of Leadership
Be a Winner Everytime, Promod Batra, BIP, Penerbit

Daftar Website:

www.Kontan.co.id
www.forbes.com
www.businessnewsdaily.com
www.donutmarketing.co.uk
www.entrepreneur.com
www.hbr.org
www.liputan6.com