



TECHNOPRENEURSHIP

4. IDEA EVALUATION

LECTURER : RAMBU YETTI KALAWAY

- 
- Melakukan bisnis yang tepat pada saat yang tepat
 - Penentuan jenis produk (yang menguntungkan) dan memilih waktu (saat konsumen membutuhkan produk tersebut) sangatlah penting
 - Mencapai sukses tidaklah mudah. Sedikit ide baru yang meraih sukses
 - Produk baru yang dipasarkan pada pasar baru akan memengaruhi 1 dari 20 orang
 - Produk lama dipasarkan pada pasar baru akan memengaruhi 1 dari 4 orang
 - Produk baru dipasarkan pada pasar lama akan memengaruhi 1 dari 2 orang
 - Produk lama yang dipasarkan pada pasar lama akan memengaruhi 1 dari 1 orang.

- 
- Seorang entrepreneur tidak cukup hanya mengandalkan gagasan kreatif dalam pembuatan produk saja, tapi juga dukungan strategi yang jitu dan eksekusi yang tepat



Saatnya mengevaluasi ide bisnis

- Untuk sebuah ide menjadi peluang bisnis :
 - Harus memiliki potensi
 - Harus dapat memenuhi tujuan pribadi Anda



Memilih Peluang

Faktor Penentu Keberhasilan Usaha:

1. **Cocok dengan diri kita.** Peluang bersifat personal yang memerlukan kemampuan (skill), kepribadian, dan sesuai dengan hobi atau minat kita.
2. **Akses.** Kita dapat mengaksesnya. Hal ini berkaitan dengan jaringan, lingkungan pendukung.
3. **Potensial.** Komersialisasinya harus mampu memberikan tingkat pertumbuhan dan pengembalian investasi yang layak




Mendapatkan ide usaha yang cocok dengan diri Anda ?

1. Apa yang paling Anda **senangi**?
2. Apakah **kegemaran** atau **hobi** Anda?
3. **Produk dan proses** apa yang paling Anda ketahui?




Mendapatkan ide usaha yang cocok dengan diri Anda ?

4. Adakah sesuatu yang Anda lakukan ketika sedang **menganggur**?
5. Apakah **tujuan terpenting** Anda dalam bisnis sendiri? Apakah mendapatkan keuntungan, kebebasan, atau yang lainnya?
6. **Ide mana yang muncul** sebagai respons terhadap 4 pertanyaan pertama di atas yang memenuhi tujuan pada pertanyaan no 5?



“Creative Imitation”, “Creative Adopters”

1. Mempelajari bisnis yang sudah ada
 2. Mengkaji *input* dan *output* suatu bisnis
 3. Menganalisis tren populasi dan data demografi
1. Masuki segmen/ceruk pasar yang belum dilayani
 2. Memenuhi kebutuhan yang belum terpenuhi
 3. Melayani permintaan baru



“Creative Imitation”, “Creative Adopters”

4. Mengkaji tren ekonomi
5. Menganalisis perubahan sosial
6. Mengkaji pengaruh aturan baru
7. Menganalisis 4 P pesaing

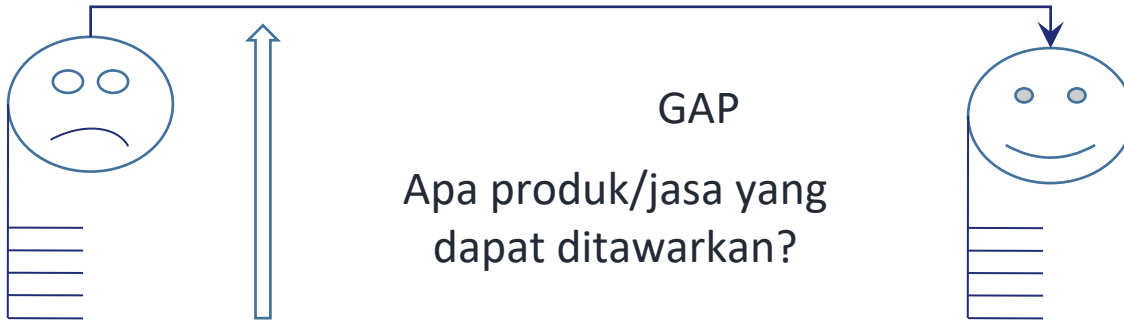
4. Memanfaatkan peluang pertumbuhan bisnis
5. Mengembangkan produk baru
6. Manfaatkan peluang usaha baru
7. Meniru dan memodifikasi 4 P

Modifikasi 4P

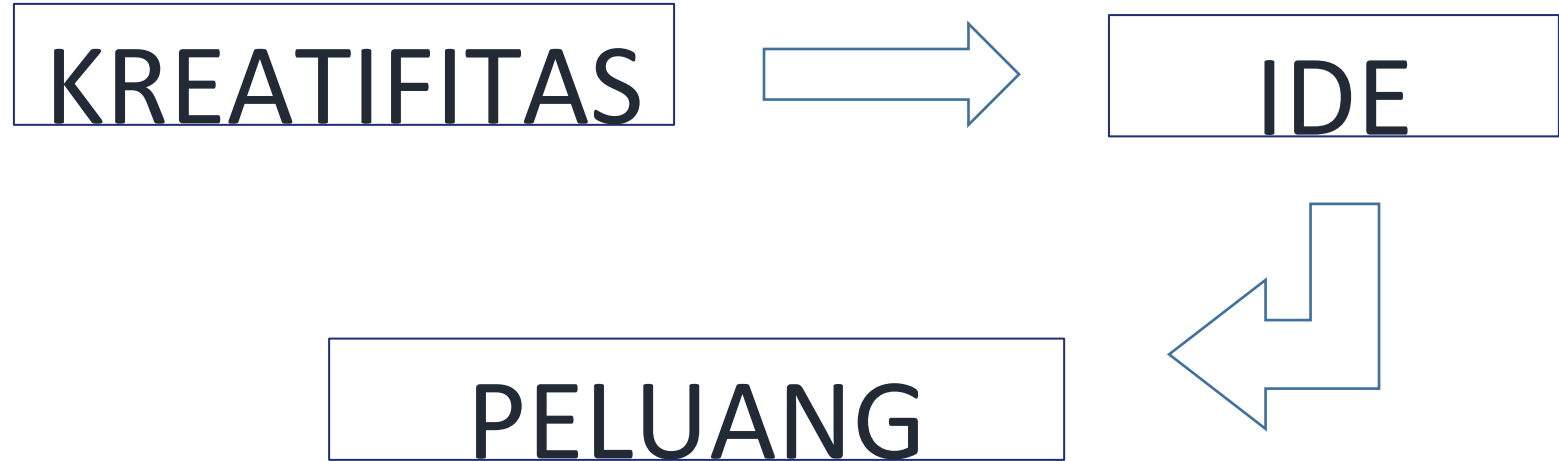
Apa yang diinginkan konsumen?
Bagaimana cara memuaskan konsumen?
Apakah cara terbaik untuk memuaskan konsumen?

Konsumen yang memiliki
masalah/keinginan dalam 4P

Apa solusinya?



Hubungan Kreativitas, Idea, dan Peluang





Ada 4 cara untuk menilai apakah sebuah ide merupakan peluang yang baik:

- Pasar
- Potensi Pertumbuhan Pasar
- Biaya
- Resiko

Pasar



- **JENIS PRODUK**
(Customized/massal)
- **BESAR/UKURAN**
- **SASARAN (STP)**
- **PENGEMBANGAN**

Ekonomi +/-



- Margin Cukup
- Tahan Lama

Resiko +/-



- Persaingan Ketat/Tidak
- Sulit/Mudah Ditiru



Merangsang Ide Kreatif

Metode	Meliputi
Memodifikasi	Warna, bentuk suara, bau, gerakan
Menyusun kembali	Urutan, komponen, jadwal, pola
Menggandakan	Imitasi, transfer, copy
Membalik arah	Dari depan ke belakang, atas-bawah, berlawanan
Menambah	Unit, aksi, harga, lebih tinggi, dst
Mengurangi	Miniatur, menghilangkan, memperpendek, memecah
Mengganti	Isi, kekuatan, proses
Mengadaptasi	Memperbaharui, menyesuaikan
Mengidentifikasi kebutuhan dasar	Personal, melebihi yang ada, sense, antisipasi
Mengombinasikan	Paduan, unit, pencampuran, perakitan, penggabungan ide



Evaluasi Ide

Lima Pertanyaan :

1. Manakah Produk/Layanan itu?
2. Apa Model Bisnisnya?
3. Seberapa Besar Pasar Anda?
4. Bagaimana Anda Dapat Melindungi Bisnis Anda?
5. Apa yang Anda Dapatkan?



Manakah Produk/ Layanan anda?

- Anda harus dapat dengan jelas menyatakan dan mendeskripsikan produk/layanan yang Anda sediakan dan manfaat yang ditawarkannya.
- Identifikasi masalah penting pelanggan yang ditangani oleh bisnis.
- Pikirkan tentang nilai yang akan diperoleh calon pelanggan.



Manakah Produk/ Layanan anda?

- Penting untuk berfokus pada '**kebutuhan**' pelanggan daripada atribut produk atau layanan yang dijual.
- Jika masalah pelanggan ditangani, penting untuk menganalisis seberapa menyakitkan masalah tersebut.



Manakah Produk/ Layanan anda?

- Kebutuhan pasar harus dinilai secara hati-hati oleh para ahli industri konsultasi serta pelanggan potensial.
- **Apakah ada segmen pasar yang dapat kita targetkan dengan menawarkan manfaat yang jelas dan menarik dengan harga yang bersedia dibayar oleh pelanggan?**
 - Jawaban atas pertanyaan di atas akan membantu mengidentifikasi segmen pasar yang Anda bidik.



Manakah Produk/ Layanan anda?

- Segmen dapat dijelaskan dalam hal faktor demografis, geografis, atau gaya hidup.
- **Jelaskan pelanggan yang Anda tuju.**
- **PENTING:**
 - Untuk melakukan penjualan, Anda harus mengubah perilaku pelanggan potensial Anda saat ini.



Apa Model Bisnis anda?

- Model bisnis adalah deskripsi dari berbagai aspek bisnis, seperti proses operasional, program pemasaran, dan struktur organisasi.
- Untuk menjawab pertanyaan ini, Anda harus menguraikan dengan jelas bagaimana Anda ingin memecahkan masalah pelanggan.



Apa Model Bisnis anda?

- Ini akan mencakup deskripsi produk terperinci dan gambaran umum tentang bagaimana produk itu akan diproduksi dan dikirimkan ke pelanggan sasaran.
- Dapatkah bisnis mengembangkan dan menggunakan proses, kapabilitas, atau sumber daya organisasi yang unggul dibandingkan dengan pesaingnya.



Apa Model Bisnis anda?

- Anda harus memiliki gagasan tentang profitabilitas bisnis.
- Apakah bisnis terlihat layak secara ekonomi?



Apa Model Bisnis anda?

- Margin yang tinggi jelas lebih baik tetapi margin yang sangat tinggi biasanya tidak berkelanjutan atau terukur.
- Margin bisa turun ketika kita mencoba memproduksi dalam jumlah besar atau ketika ada persaingan yang ketat di pasar.



Seberapa besar pasar anda?

- Ada berapa total pelanggan? Ini memberikan ukuran pasar total. Berapa banyak yang akan membeli dari Anda? Ini memberikan bagian Anda di pasar.
- Sekarang Anda memiliki gambaran mental tentang pelanggan pertama Anda.



Seberapa besar pasar anda?

- Sekarang, Anda harus mencari tahu berapa banyak pelanggan seperti itu yang dapat diyakinkan untuk beralih ke produk Anda.
- Juga, pikirkan apakah Anda ingin menargetkan profil pelanggan yang berbeda.
- Anda harus menilai apakah Anda dapat secara efektif menargetkan segmen yang berbeda pada saat yang sama



Seberapa besar pasar anda?

- Sekarang Anda memiliki gambaran tentang jenis investasi yang dibutuhkan untuk bisnis tersebut.
- Jika uang yang dapat Anda investasikan tidak cukup
 - Apakah Anda bersedia mencairkan ekuitas Anda dengan mendatangkan mitra yang bersedia berinvestasi?
 - Apakah Anda ingin meminjam dana dari bank atau lembaga keuangan? (mungkin dengan menempatkan beberapa aset sebagai jaminan/jaminan)



Seberapa besar pasar anda?

- **Anda harus merasa nyaman dengan persyaratan investasi bisnis sebelum Anda memutuskan untuk melanjutkannya.**



Bagaimana anda dapat melindungi bisnis anda?

- Bagaimana Anda dapat melindungi bisnis Anda dari bisnis lain yang sudah ada dan calon pendatang baru?
- Mengapa menurut Anda Anda berada dalam posisi yang lebih baik untuk melakukan bisnis ini daripada orang lain?.



Bagaimana anda dapat melindungi bisnis anda?

- Harus ada beberapa kekuatan yang memberi Anda keuntungan. (struktur biaya rendah, kualitas produk superior, anggota saluran khusus, atau elemen prioritas seperti paten, hak cipta, atau rahasia dagang)
- **Kekuatan bisnis yang tidak dapat dengan mudah diduplikasi atau ditiru oleh pesaing**



Bagaimana anda dapat melindungi bisnis anda?

- Setiap industri memiliki faktor penentu keberhasilannya sendiri.
- Sangat penting untuk mengidentifikasi faktor-faktor keberhasilan tersebut dan mengukur kemampuan Anda untuk melaksanakan faktor-faktor tersebut.
- Penting untuk mengetahui orang-orang di industri ini.



Bagaimana anda dapat melindungi bisnis anda?

- Anda dan tim Anda harus memiliki kontak di antara pemasok, pesaing, dan pelanggan.
- Jumlah dan kualitas kontak di atas dan di bawah rantai nilai merupakan penentu penting keberhasilan bisnis pada akhirnya



Apa yang anda dapatkan?

- Ini mungkin membawa Anda kembali ke pertanyaan sebelumnya.
- Bisnis tersebut harus cukup besar untuk membuat Anda layak menjadi bagian darinya.
- Ini harus menjadi bisnis yang Anda banggakan untuk dijalankan.



Apa yang anda dapatkan?

- *Seorang pedagang sayur membeli sayuran senilai Rp. 1.000 setiap hari dan menjualnya seharga Rp 3.000. Apa pun yang tersisa dikonsumsi oleh keluarga. (Pengembalian investasi yang besar dan opsi keluar yang bagus, tetapi apakah bisnis ini layak untuk diambil).*
- *Tingkatkan untuk meraih peluang yang layak*



Apa yang anda dapatkan?

- Bisnis yang menghasilkan lebih banyak uang adalah bisnis yang lebih baik.
- Tetapi kita tidak boleh melihat total keuntungan saja.
- Penting untuk mengukur keandalan keuntungan
- Periode pengembalian adalah waktu yang diperlukan untuk mendapatkan kembali jumlah yang telah diinvestasikan.



Apa yang anda dapatkan?

- Bisnis apa pun yang mengembalikan uang Anda dalam waktu tiga tahun adalah baik.
- Bisnis yang mengembalikan Anda dalam waktu satu tahun adalah luar biasa.
- Ini harus menjadi bisnis yang Anda nantikan untuk terlibat dalam waktu yang lama



TERIMA KASIH

Referensi

Rebernik, Miroslav, Barbara Bradač Hojnik. 2008. Module 4: Idea Evaluation Methods and Techniques. Ekonomiska-poslovna fakulteta

Suhartanto & Setijadi dkk. 2010. Technopreneurship: Strategi Penting Dalam Bisnis Berbasis Teknologi. Jakarta: Penerbit PT. Elex Media Komputindo

