

Pendapatan driver transportasi online semakin hari mengalami penurunan dan ketidakpastian akibat turunnya jumlah order, ketatnya persaingan dan skema pendapatan yang semakin tidak sesuai dengan kenaikan biaya hidup. Buku ini mencoba memberi inspirasi dan peluang untuk menambah pendapatan dari berbagai sumber yang seringkali tidak disadari dan belum tergal di sekitar kita. Buku ini memuat apa itu entrepreneur, bagaimana menumbuhkan jiwa entrepreneur, menggali potensi bisnis disekitar kita, melakukan analisa bisnis dan kunci sukses mengelola bisnis. Isi buku ini berdasarkan pengalaman penulis dalam kurun waktu 5 tahun terakhir sebagai mitra driver Gojek dan Shopee Food, disinkronkan dengan teori-teori ekonomi dari mahasiswa, akademisi dan praktisi bisnis.



✦
D
R
I
V
E
R

P
R
E
N
E
U
R
✦



Airlangga Ardhayatama
Siska Ardhya Garini
Fajar Suryatama
Pitaloka Dharma Ayu
Nurmiyati

DRIVERPRENEUR

Airlangga Ardhyatama

Siska Ardhya Garini

Fajar Suryatama

Pitaloka Dharma Ayu

Nurmiyati

CV. Science Techno Direct

DRIVERPRENEUR

Airlangga Ardhyatama

Siska Ardhya Garini

Fajar Suryatama

Pitaloka Dharma Ayu

Nurmiyati

Copyright © 2024 by Penulis

Diterbitkan oleh:

CV. Science Techno Direct

Perum Korpri Pangkalpinan

Terbit: Mei, 2024

ISBN: 978-623-8379-59-0

Hak Cipta dilindungi undang-undang

Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini dengan bentuk dan cara apa pun tanpa izin tertulis dari penerbit.

Kata Pengantar

Puji syukur ke hadirat Allah SWT, atas berkat rahmat dan ridho-Nya, penulis dapat menyelesaikan buku ini, tak lupa sholawat dan salam kepada junjungan kita, Nabi Besar Muhammad SAW beserta keluarga dan para pengikutnya.

Istilah *Driverpreneur* terinspirasi setelah penulis membaca salah satu buku karangan Ir. Ciputra yang membahas seputar pengalaman beliau di bidang *entrepreneur*. Pengalaman sebagai *driver* transportasi online sejak tahun 2019, mengilhami penulis untuk memaksimalkan pendapatan yang diperoleh setiap harinya dalam menjalankan aktivitas pekerjaan sebagai *driver*, penulis melihat banyak celah-celah peluang usaha yang berpotensi menambah pendapatan. Realita pengalaman diselaraskan oleh tim penulis dari mahasiswa dan akademisi dengan teori-teori ekonomi-nya dan para praktisi yang memiliki *experience* di bidang *entrepreneur* dan transportasi online, diharapkan menjadi perpaduan yang tepat antara teori dan aplikasinya di dunia bisnis.

Buku ini mencoba mengupas strategi bagaimana di sela-sela menjalankan pekerjaan utama, kita dapat

menumbuhkan jiwa entrepreneur dan harapan akhirnya menjadi entrepreneurship. Lingkup buku ini tidak hanya berlaku untuk para pekerja transportasi online tetapi lebih luas dapat digunakan oleh semua kalangan mulai Ibu rumah tangga, pelajar, mahasiswa, para pencari kerja dan para pensiunan, dapat memperoleh manfaat agar dimanapun dan kapanpun, kita selalu produktif menghasilkan uang.

Kontribusi dalam ilmu ekonomi secara khusus, banyak terkait pada bidang ilmu Kewirausahaan, yaitu memahami jiwa entrepreneur, apa saja yang diperlukan untuk menjadi entrepreneur, tantangan yang dihadapi, menggali potensi diri, melakukan analisis kelayakan bisnis dan tips sukses dalam mengelola bisnis.

SUKSES WIRAUSAHA ADA DI DEPAN ANDA!

Pengantar Dari Pembaca

Judul buku ini adalah “Driverpreneur” yang dapat diartikan seorang driver yang mempunyai ide, inovasi, improvisasi berbeda dan memiliki value(nilai) lebih yang dibutuhkan oleh orang lain. Setelah membaca buku ini, saya belajar bagaimana menambah penghasilan dengan membangun bisnis dan menumbuhkan jiwa entrepreneur dalam menghadapi dinamika bisnis yang cepat berubah.

Buku ini benar-benar membantu bagaimana bisa memanfaatkan peluang yang ada untuk menambah penghasilan, dalam buku ini juga terdapat apa saja yang dibutuhkan oleh seseorang untuk memupuk jiwa entrepreneur, apa saja syarat wajib yang harus dimiliki seorang entrepreneur, bagaimana cara mengetahui potensi diri agar dapat menjadi potensi bisnis, menjadi entrepreneur itu juga tidak mudah, harus ada niat, tekad yang kuat dan pantang menyerah disertai dengan disiplin, fokus dan komitmen adalah kunci sukses menjadi entrepreneur sejati.

Terima kasih Penulis telah membagikan ilmu yang bermanfaat tentang bagaimana menjadi entrepreneur handal.

Anda wajib baca!

Ungaran, 07 Mei 2024

Salam Sukses,

Asih Widya Pratiwi,A.Md

Daftar Isi

Kata Pengantar.....	iii
Daftar Isi	v
PENDAHULUAN.....	1
JIWA ENTREPRENEUR.....	7
MENGGALI POTENSI DIRI.....	27
ANALISA KELAYAKAN BISNIS.....	37
KUNCI SUKSES MENGELOLA BISNIS	49
Tentang Penulis	72

PENDAHULUAN

Transportasi online dalam kurun waktu 10 tahun terakhir mengalami perkembangan pesat seiring semakin majunya teknologi informasi dan komunikasi, transportasi online sudah menjadi bagian tak terpisahkan dengan kebutuhan manusia akan berbagai hal yang berkaitan dengan perpindahan manusia dan produk dari satu titik lokasi ke titik lokasi yang lain. Dunia transportasi online sangat dinamis utamanya masalah permintaan dan penawaran, jumlah order jasa transportasi naik-turun seiring kondisi dan situasi. Demand-supply dunia jasa transportasi online dipengaruhi banyak faktor, beberapa faktor tersebut diantaranya; kondisi ekonomi, aturan hukum, waktu, cuaca.

Kondisi ekonomi masyarakat yang baik akan membuat permintaan jasa transportasi online akan meningkat, sebaliknya situasi ekonomi yang buruk (inflasi tinggi, PHK tinggi, krisis ekonomi) membuat permintaan akan turun. Aturan hukum berkaitan dengan kebijakan dari pemerintah utamanya transportasi dan lalu-lintas, misalnya aturan ganjil-genap, jalan berbayar, jalan searah, tarif,

larangan dan pembatasan area parkir. Waktu berkaitan dengan jam sibuk(berangkat/pulang kerja/sekolah) atau jam makan, hari libur. Cuaca berkaitan dengan kondisi panas, mendung, hujan, angin.

Awal 2023, ditandai dengan berbagai prediksi ekonomi yang cenderung kearah potensi krisis ekonomi, sepanjang awal tahun sampai dengan pertengahan tahun, permintaan jasa transportasi online utamanya makanan mengalami penurunan, hal ini diperparah dengan banyaknya aplikasi transportasi online yang jumlah dan kualitas persaingannya semakin meningkat. Perang diskon dan perang tarif antar aplikasi semakin sengit, efeknya pendapatan para driver mengalami penurunan yang disebabkan jumlah order yang diterima semakin sedikit dan tarif per order stagnan bahkan turun, ada yang tarif per order hanya Rp. 5.000. Skema bonus semakin hari semakin tidak realistis alias sama saja tidak ada bonus akibat algoritma order yang lebih banyak menutup peluang mendapatkan insentif.

Memasuki awal tahun 2024 kondisi dunia transportasi online tidak mengalami perubahan kearah yang lebih baik, utamanya dari segi pendapatan driver, realita yang terjadi berbanding terbalik dengan biaya hidup yang justru

semakin meningkat tajam, membuat pendapatan driver semakin kecil nilainya untuk memenuhi kebutuhan hidupnya, driver harus berfikir dan berusaha keras untuk bertahan menghadapi kondisi ini, sudah banyak hal yang dilakukan driver untuk meningkatkan/mempertahankan pendapatannya, mulai dari menambah durasi waktu kerja sampai dengan mengurangi/menghilangkan hari libur/istirahat mereka. Efeknya tentu saja merugikan para driver, mulai dari kondisi kesehatan yang rentan sakit dan quality time untuk keluarga yang hilang, berujung pada menurunnya performa driver dan memperberat untuk mendapatkan prioritas order dari aplikator.

Fakta di lapangan menunjukkan, saat ini, jeda antar order semakin lama, jumlah order diterima semakin sedikit bahkan ada yang tidak mendapatkan order sama sekali, hal ini diperparah dengan program mitra jarak dekat dan pembukaan/ penerimaan driver baru tanpa melihat situasi/jumlah permintaan konsumen yang stagnan, sehingga driver semakin kesulitan bersaing memperoleh pendapatan yang layak untuk kehidupannya, apalagi untuk biaya operasional kendaraannya, perawatan kendaraan dan kuota data. Akibat dari semua ini, performa kendaraan menurun

dan berpotensi membahayakan keselamatan diri dan orang disekitarnya.

Alih profesi, bukan hal mudah bagi para driver, selain faktor keahlian, usia, tingkat pendidikan dan minimnya lowongan kerja, menambah dilema bagi driver, ibarat lanjut profesi driver pendapatan sangat minim, mencari pekerjaan lain, susah diperoleh. Solusi yang ditawarkan dari buku ini, yaitu mencoba mencari, menemukan, membangkitkan potensi dalam diri seseorang dan lingkungan sekitar yang dapat memberikan peluang menambah pendapatan.

Bukan sesuatu yang mudah bagi seseorang untuk menemukan ide, merintis dan menjalankan suatu ide bisnis/usaha. Perlu berbagai persiapan dan perhitungan matang agar usaha yang dirintis tidak mengalami kegagalan dan membuat para pelaku bisnis menjadi trauma/kapok berbisnis kembali. Melalui buku ini, penulis mencoba untuk se-sederhana mungkin memberikan gambaran yang mudah dipahami oleh semua pihak mengenai strategi dan langkah yang dapat ditempuh mulai dari bagaimana menemukan ide bisnis, menganalisa prospek bisnis, mempersiapkan bisnis sampai dengan menjalankan, mengelola dan menjalankan bisnis.

Banyak kisah-kisah orang mencoba masuk ke dunia usaha, tetapi karena tanpa persiapan dan perhitungan yang cermat, akhirnya bisnis tersebut mengalami kegagalan. Fatalnya, setelah mengalami kegagalan bisnis, mereka tidak mau untuk mencoba bangkit kembali dan justru meratapi kegagalan tersebut terus-menerus. Disekitar kita, kalau cermat mengamati, terlihat silih berganti orang membuka bisnis dan tak lama kemudian bisnis tersebut ditutup, muncul orang lain lagi yang membuka usaha baru, tetapi tak lama kemudian juga ditutup karena tidak laku. Prinsip “Kegagalan adalah Guru yang terbaik” perlu ditanamkan pada diri kita, kegagalan justru membuat seseorang akan menjadi tahu, apa masalahnya dan bagaimana solusinya, semakin banyak mengalami masalah dan kegagalan, pelaku bisnis akan semakin pandai dan berpengalaman dalam membaca situasi, mengambil pelajaran dari pengalaman tersebut dan menemukan solusi terbaik, sehingga ke depan akan menjadi pelaku bisnis yang lebih siap dan dapat menghadapi segala masalah serta mengatasinya dengan baik. Hal penting yang diperoleh dari pengalaman dan periode waktu menerjuni dunia usaha adalah ter-asah-nya intuisi bisnis (insting), dimana intuisi bisnis tidak bisa dimiliki oleh pelaku bisnis pemula, insting bisnis akan bekerja di alam bawah sadar

seseorang secara otomatis untuk melihat, merasakan dan memberikan respon terhadap setiap adanya peluang, ancaman, kesempatan dan kelemahan untuk bisnis mereka.

Memulai usaha membutuhkan kecerdikan melihat peluang pasar, tekad yang kuat dan usaha berkesinambungan. Jiwa bisnis bisa dimiliki oleh semua orang, jiwa bisnis dapat ditumbuh kembangkan dalam diri setiap manusia, hal ini memang butuh proses dan setiap orang berproses dalam waktu yang berbeda-beda dan pastinya tidak akan muncul dalam waktu singkat. Perlu kedisiplinan dan konsistensi untuk membangun usaha secara bertahap agar usaha yang dibangun memiliki pondasi yang kuat dalam menghadapi dinamika bisnis yang cepat berubah.

JIWA ENTREPRENEUR

Menumbuhkan jiwa entrepreneur bukan hal mudah untuk dilakukan, karena berkaitan dengan merubah perspektif(cara pandang), pola pikir atau mindset seseorang, merubah perilaku seseorang, merubah apa yang sudah menjadi pattern/pola hidup seseorang. Sesuatu yang telah dijalani seseorang sekian lama, bertahun-tahun sepanjang hidupnya, untuk dirubah, pastinya membutuhkan niat dan usaha yang kuat dan berkesinambungan. Misalnya seseorang yang dari kecil berasal dari keluarga yang orang tuanya pegawai kantor, pasti dalam benaknya akan terekam bahwa kehidupan normal seseorang di masa yang akan datang adalah seperti orang tuanya, sehingga cita-citanya pun akan mengikuti bahwa apabila sudah besar nanti juga akan menjadi seorang pegawai. Untuk merubah pola pikir tersebut inilah yang pasti sulit dilakukan, apalagi dunia pegawai dan pebisnis sangatlah berbeda bagaikan dua sisi mata uang.

Sebelum terlalu jauh membaca buku ini, perlu dimengerti dan dipahami terlebih dahulu dengan tepat istilah entrepreneur, entrepreneurship dan jiwa entrepreneur serta perbedaan diantara ketiganya. Entrepreneur adalah seseorang yang mempunyai gagasan unik dan praktis didalam benak

hatinya, sedangkan entrepreneurship adalah proses memulai dan menjalankan bisnis penyediaan produk dan layanan kreatif. (<https://it.telkomuniversity.ac.id>) Jiwa entrepreneur adalah suatu kekuatan mental(batin) yang tumbuh dalam diri seseorang yang memberikan dorongan dan energi lebih bagi orang tersebut dalam menjalankan kegiatan kewirausahaan guna mencapai tujuan. (<https://www.bisnisjasa.id> 2017).

Sesuai judul dan ide munculnya buku ini khususnya dari dunia driver transportasi online, penulis menggunakan gabungan antara driver dan entrepreneur menjadi driverpreneur. **Driverpreneur adalah seorang driver yang mempunyai ide, inovasi, improvisasi berbeda dan memiliki value(nilai) lebih yang dibutuhkan oleh orang lain, sedangkan Driverpreneurship adalah seorang driver yang siap mengalokasikan waktu, tenaga dan biaya untuk memulai dan menjalankan suatu usaha membuat atau memindahkan produk dari produsen kepada konsumen.** Driverpreneur adalah istilah baru yang tercipta dalam pikiran penulis ketika menunggu order masuk sambil membaca salah satu buku karangan Ir. Ciputra berjudul “Ciputra Quantum Leap, Entrepreneurship Mengubah Masa Depan Bangsa dan Masa Depan Anda”

yang sangat menginspirasi pembaca untuk menjadi seorang entrepreneurship seperti beliau.

Awalnya ada kebingungan untuk memulai dari mana dan harus bagaimana untuk terjun di dunia wirausaha, untungnya dengan bantuan rekan-rekan penulis yang berprofesi sebagai akademisi dan praktisi bisnis, penulis mendapatkan supervisi/pendampingan dari pihak terkait, mulai dari menemukan ide bisnis, menemukan peluang pasar, menentukan produk, operasional usaha, pemasaran dan promosi produk, meningkatkan kompetensi sumber daya manusia untuk berbisnis, menganalisa pesaing, mengelola keuangan bisnis dan mengelola resiko bisnis. Pada akhirnya penulis berhasil merintis bisnis skala kecil yang berjalan lancar dan memberikan kontribusi yang signifikan dalam menambah pendapatan dan mengisi waktu luang di sela-sela menjalankan profesi driver transportasi online.

Melalui buku ini, penulis mencoba berbagi kepada masyarakat luas, bahwa menjadi seorang entrepreneur dan memiliki bisnis dapat dibentuk dan dibangun dengan modal minimal bahkan 0(nol) rupiah oleh semua orang, setiap orang dapat memaksimalkan potensi dalam diri dan lingkungan sekitarnya untuk menghasilkan pendapatan. Langkah apa saja yang perlu dipersiapkan, perlu dimiliki dan perlu

kembangkan, diulas secara sederhana dengan harapan dapat dipahami dan dimengerti dengan mudah oleh para pembaca.

Menumbuhkan jiwa entrepreneur perlu pedoman baku agar dapat diketahui dan evaluasi sampai sejauh mana perkembangannya. Beberapa point-point yang dapat menjadi acuan dan dibutuhkan oleh seseorang yang ber-jiwa entrepreneur antara lain;

1. Fokus dan total menjalankan bisnis
2. Mampu berfikir secara rasional
3. Otak bekerja lebih cemerlang
4. Mampu menyusun planning/perencanaan secara efektif
5. Menumbuhkan insting/intuisi
6. Menjaga pikiran dan mindset positif
7. Lebih percaya diri
8. Tidak mudah capek/lesu/lelah
9. Memiliki kemampuan belajar dari kesalahan dan pengalaman dari orang lain
10. Berani mengambil resiko
11. Mampu membaca perkembangan pasar(<https://www.bisnisjasa.id> 2017)

Mulai menjalankan bisnis harus fokus pada satu bidang usaha, agar sebagai pemula, pelaku bisnis mengerti dan memahami persoalan, masalah dan hambatan

operasional usaha. Skala kecil dan bertumbuh lebih baik dibandingkan memulai usaha dengan skala besar dan biasanya berakhir dengan kegagalan. Menjalankan bisnis bagaikan seorang bayi yang mulai belajar berjalan, dimulai dengan merangkak, berdiri, berjalan pelan dan semakin berjalan cepat. Semuanya butuh proses untuk hasil yang konsisten. Ilustrasi sederhana; untuk menjadi juragan mie ayam dengan memiliki 10(sepuluh) gerobak, bisa saja dengan mudah diwujudkan pada awalnya, akan tetapi ketika usaha mulai dijalankan, muncul banyak persoalan, misalnya dibohongi oleh karyawan atau mitra bisnis, kita tidak akan tahu mana info yang benar atau yang salah, mana kebohongan mana realita karena sebagai pemilik usaha, kita tidak pernah punya pengalaman sama sekali mengenai masalah dan hambatan yang akan terjadi dalam dunia usaha mie ayam. Beda hasilnya pada saat membuka usaha dimulai dari 1(gerobak), dijalankan sendiri, langsung menghadapi masalah-masalah di lapangan, baik ketika pengadaan bahan baku, proses memasak maupun ketika berhadapan dengan pembeli. Pasti si pemilik akan mengerti dan memahami seluk-beluk bisnis tersebut, masalah dan solusinya. Akhirnya ketika memperluas usaha dan memiliki karyawan, pemilik usaha menjadi tahu, paham dan mengerti

masalah dan solusi dari masalah serta sulit dibohongi oleh karyawan maupun mitra usaha.

Berfikir rasional dengan logika, data dan informasi diperlukan dalam bisnis sebagai dasar pengambilan keputusan. Setiap tindakan bisnis harus didasari dengan data, informasi dan analisa yang menggunakan metode-metode tertentu. Data-data diperlukan untuk diolah menjadi informasi, informasi perlu dianalisa dan diinterpretasi untuk menjadi dasar pengambilan keputusan yang tepat. Bisnis tidak boleh dijadikan ajang spekulasi, spekulasi merupakan awal kegagalan bisnis, ini bisa terjadi karena pelaku bisnis sekarang ini, sebagian besar sudah menggunakan berbagai metode/alat untuk pengambilan keputusan secara sistematis.

Bisnis lebih mengedepankan pikiran dan analisa, kemampuan otak dalam mencari solusi permasalahan dan tantangan bisnis sangat menentukan keberhasilan suatu usaha. Inovasi dan improvisasi usaha dihasilkan dari hasil olah pikir manusia, dibutuhkan otak yang cemerlang untuk lebih unggul dibandingkan dengan pesaing. Berfikir out of the box(diluar kebiasaan) merupakan salah satu alternatif untuk menciptakan keunggulan yang unik dibandingkan pesaing.

Menyusun rencana bisnis(business plan) yang sistematis menjadi salah satu kunci keberhasilan seorang pebisnis. Rencana bisnis diperlukan sebagai pijakan awal pelaku bisnis dalam menjalankan usahanya sekaligus pedoman pada saat bisnis berjalan. Rencana Bisnis disusun berdasarkan urutan dan metode tertentu mulai dari awal bisnis sampai periode waktu tertentu sebagai acuan/dasar apakah bisnis masih berjalan dengan sehat atau mulai menyimpang dari rencana yang sudah disusun ataupun sebagai bahan kontrol agar segala proses usaha telah dijalankan tanpa ada sesuatu yang terlewatkan. Evaluasi menjadi tahap akhir dari realisasi hasil dari rencana bisnis untuk mencari tahu apa saja keunggulan, kelemahan, peluang dan ancaman yang terjadi agar penyusunan rencana bisnis ke depan menjadi semakin baik.

Insting bisnis atau sering disebut feeling adalah kemampuan yang dimiliki oleh seorang pelaku bisnis dalam menyikapi suatu fenomena atau peristiwa bisnis di sekitarnya. Insting bisnis tidak bisa dipelajari tanpa praktek, insting bisnis ditumbuhkan dan dilatih dari pengalaman-pengalaman yang diterima. Semakin banyak pengalaman yang pernah dijalani, maka semakin kuat insting seseorang terhadap suatu permasalahan yang pernah dihadapi

seseorang akan cenderung lebih siap akan sesuatu yang akan terjadi, lebih tahu apa yang harus dilakukan untuk menghadapi permasalahan yang terjadi. Pengalaman penting dalam menguatkan insting bisnis seseorang, maka dari itu pebisnis harus sabar dalam berproses untuk berkembang lebih baik, pebisnis yang berpengalaman bertahun-tahun, peluang mengambil solusi bisnis dengan tepat akan lebih besar dibandingkan dengan pebisnis baru.

Mindset positif diperlukan utamanya dalam pengambilan keputusan bisnis, mindset negative menghasilkan pikiran-pikiran buruk yang pada akhirnya membuat kesulitan dalam pengambilan keputusan dan lama dalam memutuskan suatu masalah. Mindset positif membuat keputusan lebih cepat dibuat dan tindakan lebih cepat diambil. Mindset negatif muncul akibat berbagai kegagalan atau kesalahan pengambilan keputusan bisnis yang pernah dilakukan, inilah yang harus dirubah bagi para pelaku bisnis, berbagai kegagalan dan kesalahan yang dialami seharusnya membuat pelaku bisnis menjadi semakin percaya diri dan optimis, semakin banyak gagal dan salah, semakin bertambah pula ilmu dan pengetahuan pelaku bisnis tersebut, artinya di masa depan kita akan lebih

siap dan solutif dalam menghadapi setiap permasalahan yang muncul.

Percaya diri diwujudkan seorang pebisnis dalam menghadapi masalah, mengambil keputusan, negosiasi bisnis dan ketika bangkit dari suatu kesalahan atau kegagalan bisnis. Percaya diri terlihat dari sikap, ucapan dan tindakan seseorang. Ini dibutuhkan untuk menumbuhkan kepercayaan dari partner bisnis. Sikap yang tenang, ucapan yang baik dan tindakan yang terukur membuat partner bisnis menjadi lebih yakin akan bisnis/produk yang dijual. Menumbuhkan kepercayaan diri dimulai dari bertambahnya pengalaman yang dialami dan bertambahnya pengetahuan serta wawasan informasi dari bisnis sejenis.

Pebisnis tidak boleh mudah merasa capek atau lelah. Pelaku bisnis wajib selalu kuat karena pebisnis harus siap sedia 24 jam alias sewaktu-waktu menghadapi urusan bisnis. Berbeda dengan seorang karyawan dimana dia bekerja dan berfikir untuk perusahaannya mulai dari awal jam kerja sampai dengan pulang kerja. Untuk seorang pebisnis, masalah bisa hadir kapanpun dan dimanapun tanpa mengenal waktu dan tempat. Kesempatan/peluang bisnis bisa datang setiap saat, maka tidak ada alasan bagi

pebisnis untuk merasa capek dalam mengurus bisnisnya. Misalnya; pelanggan menghubungi atau datang di waktu istirahat larut malam atau pagi buta, kita harus siap merespon dengan baik.

Kemampuan belajar dari kesalahan dan pengalaman orang lain. Belajar tidak mengenal waktu dan usia, belajar dilakukan terus-menerus karena dunia bisnis bersifat dinamis, perubahan selalu muncul setiap saat begitu pula teknologi dan informasi. Pesaing muncul setiap saat, masalah muncul setiap waktu, maka seorang pebisnis wajib selalu belajar baik dari pengalamannya sendiri maupun pengalaman pebisnis lainnya untuk menambah wawasan dan melatih kekuatan insting dalam menghadapi masalah, utamanya belajar dari kesalahan orang lain agar jangan sampai hal tersebut terjadi pada bisnis kita.

Pelaku bisnis harus memiliki sifat berani menghadapi resiko, hal yang paling ditakuti oleh orang yang akan terjun didunia bisnis adalah resiko yang pada ujungnya adalah kerugian finansial dan kebangkrutan usaha. Resiko bisnis selain menghabiskan modal usaha, seringkali membawa serta asset-aset pribadi untuk menutup kerugian, hal ini membuat pelaku bisnis akan merasa kapok dan terpuruk serta susah untuk bangkit lagi. Orang lain yang

melihat juga akan ikut terpengaruh dan takut untuk berbisnis. Ibarat bola basket, semakin keras bola tersebut dijatuhkan, akan semakin tinggi bola tersebut akan memantul kembali, demikian pula dalam berbisnis, semakin keras kita mengalami kesulitan usaha dan dapat menyelesaikannya, maka kemampuan berbisnis kita akan semakin meningkat. Artinya, ketika mengalami masalah atau kerugian bisnis, jangan sampai usaha bisnis kita malah ditutup, justru kita akan mendapatkan pelajaran berharga untuk di masa yang akan datang, masalah yang sama akan lebih awal terdeteksi dan mudah diatasi berdasarkan pengalaman yang sudah dilalui. Fenomena yang umum terjadi ketika mengalami kegagalan bisnis, si pelaku akan berhenti berbisnis di bidang tersebut, mereka akan merasa trauma dan kemudian pindah ke bisnis bidang yang lain, disinilah seringkali letak kesalahannya, seharusnya ketika mengalami kegagalan, justru harus bangkit dan tetap menggeluti bisnis yang sama, agar ke depan lebih siap menghadapi masalah yang muncul. Kalau setiap mengalami kegagalan terus pindah bidang bisnis, justru resiko gagal dan gagal lagi akan semakin besar karena masalah yang dihadapi sudah pasti berbeda.

Kemampuan membaca atau menganalisa kondisi pasar, membuat pelaku bisnis dapat melakukan antisipasi dinamika dan perubahan iklim bisnis, semakin cepat melakukan antisipasi, semakin siap pula seorang pebisnis menghadapi perubahan kondisi pasar dibandingkan para pesaingnya. Kondisi pasar, paling sering berubah berkaitan dengan perubahan selera konsumen, di tengah kemajuan jaman sekarang ini yang didukung oleh kemajuan ilmu pengetahuan, teknologi dan informasi, membuat perubahan pasar dan selera konsumen semakin cepat. Hal ini membutuhkan kemampuan serta kecepatan pelaku bisnis untuk membaca lebih awal perubahan tersebut yang salah satu diantaranya dengan melakukan observasi dan riset pasar secara berkala baik secara langsung maupun tidak langsung.

Selain 11(sebelas) point yang dibutuhkan untuk menjadi seorang entrepreneur diatas, masih diperlukan lagi beberapa syarat wajib yang harus dimiliki seorang pebisnis, yaitu:

1. Memiliki mimpi besar
2. Pandai mengatasi ketakutan
3. Mempunyai cara pandang yang berbeda
4. Menyukai tantangan

5. Mempunyai keyakinan kuat
6. Selalu mencari dan melakukan yang terbaik
7. Disiplin waktu
8. Memiliki kemampuan memimpin
9. Pantang menyerah (hiqmad muharram, Jakarta, 2022)(economy.okezone.com)

Mimpi seringkali hanya dianggap sebagai bunga tidur, realitanya semua penemuan-penemuan besar, berawal dari mimpi yang dianggap mustahil terwujud pada awalnya. Contohnya, manusia bermimpi bisa terbang seperti burung dan akhirnya ditemukan pesawat, mimpi berlanjut manusia ingin terbang ke bulan dan akhirnya terwujud melalui misi Apollo 11. Mimpi yang ingin dicapai akan berubah menjadi cita-cita, orang yang memiliki mimpi, akan berusaha untuk mewujudkan mimpinya dengan berbagai cara. Menjadi pelaku bisnis juga diawali dengan mimpi, seperti apa usaha yang akan kita buat, bagaimana menjalankannya, bagaimana mengembangkannya dan seterusnya.

Kaitannya dengan resiko dalam berbisnis, seorang entrepreneur harus memiliki kemampuan dalam mengelola rasa takut, dalam situasi sesulit dan darurat

dalam bisnis, entrepreneur harus tetap tenang, karena ketenangan dan berfikir jernih akan membuat pengambilan keputusan menjadi lebih tepat dan efektif. Menghadapi masalah dan mencari solusi masalah dapat dilakukan dengan baik pada saat pikiran dalam kondisi tenang, melibatkan lebih banyak rasionalitas dibandingkan perasaan emosionalitas yang negatif.

Mempunyai cara pandang(perpektif) yang berbeda dalam menyikapi suatu fenomena yang akan terjadi atau setelah kejadian, dibutuhkan oleh seorang entrepreneur, kenapa demikian, hal ini berkaitan dengan competitive advantage(keunggulan bersaing). Produk yang kita buat pada prinsipnya harus berbeda/unik dibandingkan produk sejenis, selain itu produk juga harus memiliki keunggulan dibanding produk sejenis. Untuk itu perlu seorang entrepreneur memiliki perspektif yang berbeda dengan pebisnis yang bergerak di bidang yang sama dengan tujuan menghasilkan sesuatu yang memiliki value/nilai yang beda dan lebih dibanding produk sejenis.

Menyukai tantangan menjadi syarat wajib para entrepreneur, karena tantangan merupakan sesuatu hal yang pasti dijumpai setiap waktu oleh pelaku bisnis.

Tantangan merupakan kata lain dari masalah, individu yang optimis akan menganggap masalah sebagai tantangan, secara psikologis ketika menghadapi kata “masalah”, sesuatu akan dianggap berat dan sulit sehingga kita inginnya menghindarinya, akan tetapi ketika kita merubah masalah menjadi “tantangan”, kita akan merasa lebih termotivasi untuk menghadapi dan menyelesaikannya karena akan muncul sensasi rasa puas ketika berhasil.

Memiliki keyakinan kuat menjadi dasar utama dalam rangka memilih berbagai alternatif pilihan pengambilan keputusan. Memilih alternatif solusi merupakan suatu proses yang wajib dilalui ketika menghadapi masalah, maka memperkuat keyakinan dapat dilakukan dengan menghadapi berbagai macam pengalaman dan belajar dari pengalaman orang lain, sehingga insting entrepreneur dalam menghadapi berbagai situasi bisnis akan selalu siap dan tepat, hal inilah yang membuat keyakinan seorang entrepreneur menjadi kuat.

Mencari dan melakukan yang terbaik dibutuhkan seorang entrepreneur, mencari kaitannya dengan apa yang dibutuhkan konsumen, seperti apa yang dibutuhkan

konsumen, dimana bisa didapatkan dan bagaimana memperolehnya. Melakukan yang terbaik berkaitan dengan bagaimana produk yang dibutuhkan tersebut dapat sampai di tangan konsumen dengan efisien dan efektif. Mencari dapat dilakukan dengan melakukan riset pasar mulai dengan metode yang sederhana (misalnya observasi), maupun dengan metode yang lebih sistematis (misalnya dengan kuesioner dan pengolahan data). Riset pasar yang benar akan menghasilkan informasi yang tepat mengenai produk yang dibutuhkan konsumen, spesifikasi produk yang dibutuhkan, dimana produk terbaik bisa didapatkan dan cara paling efisien untuk mendapatkan dan memindahkan produk kepada konsumen, sehingga apa yang akan kita jual memiliki harga pokok penjualan yang paling rendah dibandingkan pesaing. Setelah produk diperoleh mulailah proses bagaimana menentukan harga yang tepat sesuai pasar sasaran dengan melihat daya beli pasar dan harga jual pesaing, mengkomunikasikan produk kepada konsumen agar produk kita dikenal dan mengetahui keunggulannya, serta menjual produk di tempat yang tepat.

Disiplin waktu, seperti halnya yang mudah, akan tetapi pada prakteknya susah untuk dilakukan tanpa kemauan yang kuat. Disiplin waktu menjadi salah satu kunci sukses ber-wirausaha, disiplin waktu menambah keyakinan konsumen pada komitmen pemilik usaha mengenai usahanya dan akan meningkatkan kepuasan konsumen terhadap bisnis kita. Sebagai ilustrasi; masalah jam buka-tutup tempat usaha jualan nasi goreng, jam buka tertulis mulai pukul 17.00 WIB, disini mengandung konsekuensi bahwa setiap harinya, apapun yang terjadi mulai jam 17.00 WIB, warung nasi goreng harus buka karena konsumen ketika memutuskan untuk membeli sesuatu, pasti sudah melalui proses perencanaan, pemilihan alternatif dan pengambilan keputusan akhir produk apa yang akan dibeli dan dimana akan membeli dan menghabiskannya, dalam proses ini melibatkan berbagai macam pertimbangan-pertimbangan dan harapan konsumen akan produk tersebut (misalnya; lokasi jualan sama dengan rute jalan pulang konsumen, atau lokasi jualan dianggap paling dekat dengan tempat tinggal konsumen). Pada titik ini pastilah konsumen akan mengalami kekecewaan yang besar ketika sampai ditempat penjual nasi goreng tapi

ternyata belum buka atau belum siap. Rasa kecewa ini diwujudkan dengan berbagai macam tindakan antara lain, kapok membeli di tempat tersebut dan berpindah ke penjual nasi goreng yang lain yang ternyata di tempat baru tersebut justru konsumen mendapatkan rasa, porsi dan harga yang lebih sesuai.

Kemampuan memimpin tentu saja wajib dimiliki pelaku bisnis, diawali dengan mengelola diri sendiri pada awal usahanya dan ketika bisnis sudah berjalan serta berkembang, perlu menambah karyawan, disinilah dibutuhkan jiwa kepemimpinan untuk mengelola dan mengatur karyawannya, sifat-sifat seorang pemimpin harus dimiliki seperti; tegas, adil, bijaksana, tanggung jawab, berani mengambil resiko dan lain-lain. Seorang pemimpin bukan dibawa sejak lahir, tetapi akibat tempaan dan ujian yang dihadapi selama hidupnya, artinya menjadi pemimpin bisa belajar dan dipelajari.

Pantang menyerah dalam menghadapi segala permasalahan mulai dari yang ringan sampai yang berat, pantang menyerah dalam menghadapi keterpurukan. Jiwa pantang menyerah akan selalu membangkitkan rasa untuk selalu mencari solusi terhadap masalah yang dihadapi, pada titik tertentu

dari segala ikhtiar dan usaha menghadapi masalah pasti akan didapat solusi yang setidaknya akan menyelesaikan masalah atau setidaknya mengurangi dampak buruk dari suatu permasalahan.

MENGGALI POTENSI DIRI

Mengetahui dan memahami potensi diri tidak mudah dilakukan, orang cenderung kesulitan untuk tahu apa kelebihanannya dibanding orang lain, begitupula untuk tahu kekurangannya. Suatu aktivitas rutin yang biasa dan mudah kita lakukan, bisa jadi merupakan hal yang sulit/tidak bisa dilakukan orang lain. Sesuatu yang kita miliki dan tidak terpakai kadang-kadang adalah sesuatu yang dibutuhkan orang lain. Ketidaktahuan dan ketidaksadaran mengenai potensi diri inilah yang menjadi masalah untuk menentukan bisnis/usaha apa yang tepat untuk digeluti.

Menemukan potensi diri bisa didapatkan dengan mencermati dan membandingkan diri kita dengan orang lain, kondisi diri dibandingkan orang lain, kebiasaan kita, rutinitas kita dan kadang secara tidak sengaja kata-kata/komentar orang lain terhadap diri kita. Misalnya, karena keluarga saya penyuka pedas, maka setiap hari keluarga kami selalu bikin aneka sambal. Pada suatu ketika, saudara jauh berkunjung kerumah dan kita ajak makan bersama dengan lauk bikinan sendiri beserta sambal, pada saat makan, saking enaknyanya sambal bikinan kita, saudara kita berkomentar “ini sambal uenak banget”. Kepekaan kita terhadap komentar-

komentar seperti ini wajib cepat disadari dan merespon untuk ditindaklanjuti dengan melakukan uji lagi terhadap orang yang berbeda-beda, sekaligus kita simpulkan apakah komentar saudara kita sebelumnya itu memang sesuai kenyataan atau dipengaruhi oleh faktor lain(kelaparan atau hanya basa-basi). Ketika terbukti bahwa komentar saudara dan orang-orang lain yang ikut mencicipi sambel tersebut sama, perlu digali terlebih dahulu secara lebih mendalam; yang enak apanya?, apa kelebihan sambel ini dibanding sambel lain? Apa ada yang dirasa masih kurang?, apakah sambal ini bikin nagih? Apakah sambal ini layak untuk dijual? Dan pertanyaan-pertanyaan lain yang relevan.

Mengetahui potensi diri dapat dilakukan melalui beberapa cara mudah untuk menggali dan menemukan potensi bisnis dari dalam diri dan lingkungan sekitar, antara lain;

1. Hobby
2. Bisnis di sekitarnya
3. Lingkungan sekitar
4. Pengalaman masa lalu
5. Aset/modal yang dimiliki
6. Tren bisnis terkini
7. Update informasi

8. Perluas wawasan dan pengetahuan
9. Franchise

Segala macam jenis hobi, pasti bisa dijadikan ladang bisnis, contohnya; hobi mendaki gunung menjadi pemandu pendaki, hobi memasak membuka warung makan, hobi touring menjadi sopir travel, hobi memancing membuka usaha penjualan alat pancing, hobi bermain musik membuka usaha orgen tunggal atau persewaan sound sistem, hobi burung berkicau membuka usaha jual-beli pakan dan vitamin burung, dan lain sebagainya. Seringkali tanpa sadar, dalam diri kita tumbuh dan memiliki suatu bidang keahlian yang orang lain tidak memilikinya. Inilah yang perlu digali pada diri kita, contoh yang mudah, dari hobi memelihara burung berkicau bertahun-tahun, ternyata kita memiliki kemampuan memilih bibit burung berusia muda dan belum bisa berkicau, tetapi di masa depan ketika burung tersebut menginjak dewasa, burung tersebut menjadi burung yang berkicau/gacor. Hobi memelihara ikan Koi, tanpa disadari kita memiliki kemampuan memilih bibit Koi yang masih kecil yang dimasa dewasa nanti akan memiliki warna yang memiliki nilai jual tinggi.

Suatu daerah terkadang memiliki citra sebagai daerah bisnis atau sentra bisnis tertentu, misalnya;

ungaran dikenal dengan tahu baxo-nya, kudu dikenal dengan jenang-nya, desa jimbaran dikenal sebagai sentra pemancingan. Dari sudut ini, pastinya ada potensi-potensi bisnis yang bisa dikembangkan tanpa mengganggu usaha-usaha yang sudah ada bahkan akan memperkuat daerah tersebut sebagai suatu lingkungan bisnis. Peluang usaha yang dapat dibuka bisa mengikuti bisnis sejenis yang sudah ada maupun dengan membuka bisnis baru yang sifatnya melengkapi bisnis yang sudah ada (misal; pada usaha pemancingan, kita memasok krupuk atau keripik sebagai pelengkap pada saat konsumen menikmati makan di pemancingan tersebut).

Lingkungan sekitar tanpa disadari seringkali terdapat potensi-potensi bisnis yang menguntungkan. Misalnya kita tinggal di daerah pegunungan penghasil sayuran Onclang, dimana harganya sangat murah, tetapi di tempat kita bekerja yang jaraknya cukup jauh dari tempat tinggal kita, ternyata harga Onclang sangat tinggi, ketika berangkat kerja membawa beberapa karung sayuran Onclang dengan sepeda motor, kita akan mendapatkan penghasilan tambahan dengan menjual sayuran tersebut ke pedagang maupun kepada pembeli secara langsung.

Pengalaman masa lalu dapat dipakai untuk modal membuka usaha sampingan di masa sekarang, misalnya di masa lalu pernah menjadi karyawan toko penjualan sepeda motor bekas, sehingga kita memiliki kemampuan dalam menilai kondisi suatu sepeda motor beserta prediksi harganya, ketika ada orang yang akan membeli sepeda motor bekas, kita dapat menawarkan diri sebagai konsultan atau inspector sepeda motor yang akan dibeli dan akan mendapatkan upah atas kemampuan yang kita miliki tersebut.

Aset modal yang dimiliki. Selain keahlian atau kompetensi diri, aset-aset yang kita miliki dapat dijadikan modal usaha sampingan, misalnya; apabila memiliki sepeda motor lebih dari 1(satu) unit, maka unit yang tidak terpakai bisa disewakan. Memiliki kamera digital, bisa disewakan atau menyediakan jasa foto. Memiliki alat-alat masak yang lengkap, dapat disewakan pada acara-acara hajatan. Memiliki alat-alat sound system dan home theatre, dapat disewakan untuk acara meeting atau nonton bareng event siaran langsung olahraga.

Mengikuti tren bisnis terkini. Selera masyarakat cenderung berubah secara cepat, suatu bisnis tertentu

terkadang muncul dan menjadi viral dimasyarakat, produk tersebut akan diburu secara masif akibat rasa penasaran masyarakat walaupun pada akhirnya setelah periode waktu tertentu masyarakat akan cepat bosan meninggalkannya. Ini merupakan peluang yang harus dengan cepat dimanfaatkan, segera terjun di bidang produk tersebut dan saat tren penjualan mulai menurun segera tinggalkan bisnis tersebut untuk berganti bidang bisnis yang lain yang sedang booming. Contoh bisnis viral yang cepat muncul dan cepat hilang; cappuccino cincau, Boba, es kepal milo dan lain-lain.

Update informasi terkini masih berkaitan dengan perkembangan tren bisnis yang terjadi, salah satu penyebab cepat berubahnya selera konsumen adalah derasnya informasi melalui media daring(dalam jaringan), maka dari itu untuk mengikuti perkembangan terkini adalah mengikuti informasi yang selalu muncul setiap saat khususnya di media-media daring agar perubahan trend segera bisa diketahui.

Perluas wawasan dan pengetahuan, kaitannya dengan update informasi, tujuan utamanya adalah mengikuti perkembangan dan perubahan tren bisnis, tujuan lainnya yang tidak kalah penting adalah

menambah wawasan dan pengetahuan kita di segala bidang kehidupan agar ketika menghadapi calon konsumen untuk menawarkan produk, kita dapat selalu mengimbangi, mengerti dan memahami apa yang menjadi kebutuhan konsumen sehingga komunikasi akan selalu hidup dan menggugah minat konsumen untuk menggunakan produk yang ditawarkan.

Franchise/waralaba adalah salah satu bentuk kerja sama usaha antara merk dagang, produk atau sistem operasional . kerja sama ini didelegasikan kepada pihak kedua yang berhak mendapatkan ijin untuk pemakaian merek, produk, serta system operasional tersebut dalam menjalankan sebuah usaha. <https://www.cimbniaga.co.id>. Waralaba adalah salah satu solusi mudah bagi pelaku bisnis pendatang baru dimana tanpa memiliki keahlian tertentu, kita dapat menjadi pelaku bisnis di suatu bidang tertentu dengan cara membelinya. Dengan menjadi waralaba suatu produk tertentu, kita akan mendapatkan berbagai sarana dan prasarana untuk membuka usaha, mulai dari alat-alat, bahan-bahan, maupun pengetahuan operasional usaha tersebut, semua hal yang berkaitan dengan bisnis tersebut akan disediakan oleh penjual waralaba dan akan

didampingi dan di suplai segala kebutuhannya. Contoh usaha waralaba; Teh Poci, Teh Solo, Ayam D’Kriuk, KFC, Alfamart dan masih banyak lagi.

Berbagai macam contoh dalam memaksimalkan pendapatan dari berbagai sumber, diantaranya;

1. Rumah kosong atau kamar kosong dirumah untuk dikontrakkan atau kost
2. Halaman kosong bisa ditanami tanaman produktif/peternakan/perikanan atau disewakan untuk lahan (tempat usaha atau tempat parkir mobil tetangga) apabila tanah kosong tersebut cukup luas.
3. Halaman depan rumah ditanami tanaman produktif(sayur hidroponik)/perikanan(lele dalam ember)/peternakan
4. Memaksimalkan fungsi smartphone untuk berbisnis(pulsa listrik, pulsa dan kuota HP, Isi saldo (OVO, Gopay, ShopeePay, Dana, e-money), Pembayaran tagihan tagihan (listrik, air, bpjs, angusuran, internet TV, Telkom, asuransi, PBB, PKB, pajak, pegadaian), pembayaran Zakat dan Infaq. Jualan produk di aplikasi jual-beli online, menjadi konten creator, jualan produk lewat status Whatsapp.

5. Menulis artikel, penelitian dan pengarang buku untuk diterbitkan dan dijual.
6. Berjualan ATK (ballpoint, pensil 2B, penggaris, busur, eraser(penghapus),penajam pensil, buku tulis dan buku gambar (sering terjadi penumpang khususnya pelajar lupa membawa hal-hal tersebut). Agar penumpang tahu, bisa ditempel daftar jualan tersebut di helm driver bagian belakang atau di dashboard mobil atau dibelakang kursi pengemudi atau kursi penumpang.
7. Jasa charge smartphone di motor atau mobil
8. Menyediakan kartu nama dan bidang keahlian yang dimiliki (driver antar kota, driver langganan antar-jemput, BTL, jasa bangun rumah, pijat dan lain-lain)
9. Khusus mobil, akan lebih banyak produk yang bisa dibawa dan ditawarkan misalnya jual minuman dingin, makanan atau cinderamata.
10. Jual ban dalam sepeda motor dan Busi(sekalian untuk cadangan)

ANALISA KELAYAKAN BISNIS

Bisnis harapannya akan selalu eksis, bisnis harapannya selalu memberikan profit, bisnis harapannya akan selalu berkembang di masa yang akan datang. Realitanya, banyak bisnis yang tidak bisa bertahan, tidak berkembang bahkan lebih banyak yang tumbang daripada yang bertahan. Salah satu kesalahan para pelaku bisnis skala kecil dan pemula adalah tidak melakukan analisa kelayakan bisnis, tidak melakukan studi awal mengenai prospek usaha yang akan digeluti di masa yang akan datang.

Pentingnya analisa kelayakan bisnis adalah diketahui/diprediksi tingkat keberhasilan bisnis yang akan dijalankan di masa depan, meminimalkan potensi kerugian bisnis di masa depan dan menilai apakah suatu bisnis layak dijalankan atau tidak. Menilai kelayakan suatu bisnis tidak bisa dengan cara menebak-nebak atau hanya melihat usaha di bidang sejenis yang telah berjalan, analisa kelayakan bisnis dilakukan dengan metode yang sistematis dan berdasarkan data-data akurat dan terkini. Banyak faktor yang perlu dinilai kelayakannya didalam bisnis, Item apa saja yang perlu dianalisa dan bagaimana

melakukan analisa item tersebut akan diulas secara sederhana pada bagian ini.

Produk

Produk didalam kontek bisnis merupakan obyek yang diperjualbelikan dalam suatu transaksi antara penjual dengan pembeli. Produk terdiri dari 2(dua) macam yaitu Barang dan Jasa, barang sangat mudah dikenali karena ciri utamanya adalah memiliki wujud fisik, sedangkan produk jasa memiliki karakteristik yang berbeda yaitu; tidak berwujud, tidak terpisahkan(perlu keterlibatan produsen/penjual jasa dan konsumen pada saat transfer produk tersebut), beragam (hasil yang dirasakan antara satu orang dengan orang lain berbeda-beda), tidak tahan lama.

Dunia bisnis sekarang ini banyak yang memadukan antara barang dan jasa, karena banyak produk barang yang akan makin banyak penjualannya dan kuat tertanam di benak konsumen ketika disertai dengan jasa layanan yang baik. Contohnya menjual baju melalui aplikasi online (Lazada, Tokopedia, Bukalapak), menjual makanan melalui jasa antar makanan online(GoFood, ShopeeFood, GrabFood).

Memilih dan menentukan produk yang akan dijual butuh cermat dan tepat, kedua hal ini bisa didapatkan dengan melihat karakteristik produk ataupun berdasarkan pengalaman (apabila sudah lama terjun di dunia bisnis) melihat dan membuat peluang bisnis. Karakteristik produk dapat dilihat apakah produk yang akan dijual memiliki keunikan dibanding produk lain dan apakah produk tersebut dibutuhkan oleh konsumen. Melihat peluang bisnis yang ada dengan merasakan produk apa yang memiliki permintaan tinggi di masyarakat, sedangkan membuat peluang bisnis dilakukan dengan memunculkan ide produk baru yang sebelumnya belum ada (inovasi), melakukan modifikasi produk yang sudah ada atau membuat differensiasi produk.

Bagaimana memunculkan ide produk baru? Dunia semakin berkembang, begitupula ilmu pengetahuan dan teknologi, keduanya memunculkan kondisi dan situasi baru bagi masyarakat yang sebelumnya belum ada, misalnya dengan ditemukannya teknologi Handphone, memunculkan permintaan baru di masyarakat akan unit telepon genggam, pulsa dan aksesoris handphone. Munculnya teknologi internet,

memicu bisnis baru melalui media online dengan menjamurnya bisnis-bisnis usaha perorangan di bidang penjualan produk yang dijual melalui media online. Menemukan ide dan membuat produk baru perlu kepekaan tinggi melihat situasi dan kondisi masyarakat.

Modifikasi produk yang sudah ada lebih mudah dilakukan, tetapi dibutuhkan kreatifitas tinggi untuk membuat modifikasi produk yang tepat dengan selera konsumen. Perubahan selera konsumen sekarang ini sedemikian cepat, hal ini diakibatkan kemajuan teknologi informasi yang membuat masyarakat dengan mudah tahu apa saja yang terjadi di sekitarnya maupun di dunia, sehingga apa yang menjadi tren saat ini, dapat berubah dengan cepat, hanya dalam hitungan hari, minggu ataupun bulan, selera konsumen berubah-ubah. Inilah yang perlu dicermati oleh para pelaku bisnis. Misalnya; bisnis minuman, mulai dari tren soup buah, tren cincau, tren boba, tren nyoklat, es kepal milo dan lain-lain, silih berganti berubah-ubah dengan cepat.

Differensiasi produk adalah membuat berbagai macam produk untuk berbagai segmen pasar, tujuannya untuk meningkatkan volume penjualan perusahaan dari berbagai segmen pasar yang dilayani.

Segmen pasar adalah membagi pasar dalam beberapa bagian menurut kriteria tertentu (misalnya; usia dan jenis kelamin). Contoh differensiasi produk sepeda motor Yamaha, membuat type matic Mio M3 untuk pemakai perempuan, Nmax untuk pemakai laki-laki. Sport Vixion untuk laki-laki, Vega Force untuk konsumen dengan aktivitas medan tanjakan ekstrim.

Pasar

Pasar adalah tempat bertemunya penjual dan pembeli, tempat terjadinya transaksi bisnis atau tempat bertemunya penawaran dan permintaan. Pertanyaan utama dalam kelayakan bisnis adalah apakah produk yang akan dijual memiliki pasar yang akan menyerap produk tersebut? Apabila potensi produk tidak ada pembelinya, maka bisnis yang telah direncanakan harus dihentikan dan dikaji ulang dengan mengganti produk lain yan sekiranya berpotensi laku dijual. Jadi dalam analisa pasar ini, dua pertanyaan utama adalah Ada pasarnya atau tidak? Ada potensi pembeli atau tidak?

Menjawab kedua pertanyaan tersebut dapat dilakukan dengan cara Riset Pasar. Aktivitas riset pasar adalah mencari dan menganalisa data yang diperoleh dari

pasar sasaran dimana produk akan dijual. Metode untuk memperoleh data dapat dilakukan dengan observasi(pengamatan), wawancara langsung dan menyebarkan kuesioner(daftar pertanyaan). Observasi adalah mengamati secara langsung dimana rencana produk akan dijual, disitu dapat terlihat apakah produk yang akan dijual diminati oleh konsumen. Metode wawancara dilakukan kepada orang-orang yang berpotensi menjadi konsumen sasaran dari produk, tujuannya untuk melihat sejauh mana kebutuhan dan ketertarikan terhadap produk. Kuesioner digunakan untuk mengumpulkan data-data mengenai minat dan selera konsumen terhadap produk dalam skala yang lebih luas.

Operasional

Analisa faktor operasional dilakukan dengan tujuan mencari tahu apakah proses produksi produk sudah efisien? Produksi adalah merubah masukan(misal; bahan baku, bahan penolong) dengan bantuan alat, mesin dan atau skill manusia menjadi keluaran (produk setengah jadi atau produk jadi). Produk setengah jadi adalah produk yang harus melalui proses pengolahan terlebih dahulu sebelum dapat dikonsumsi oleh konsumen(contoh; mie

instan, kain), sedangkan produk jadi adalah produk yang sudah siap untuk dikonsumsi tanpa melalui proses pengolahan lebih lanjut(contoh; nasi goreng, baju).

Efisiensi proses produksi dilihat dari 3(tiga) hal yaitu efisien tenaga, efisien waktu dan efisien biaya. Prinsip efisien adalah melakukan pengorbanan yang seminimal mungkin untuk mendapatkan hasil yang semaksimal mungkin. Untuk mengetahui apakah proses operasional produk sudah efisien atau belum dengan cara sederhana dilakukan dengan membandingkan biaya produksi produk yang dihasilkan dengan harga produk sejenis yang ada di pasaran. Apabila produk memiliki harga yang sama atau lebih mahal artinya proses produksi belum efisien atau produk tidak layak diproduksi dengan alat dan metode kerja tersebut. Sebaliknya apabila biaya produksi lebih rendah dibandingkan harga produk sejenis di pasar dengan selisih tertentu (nantinya ada biaya distribusi, laba penjual akhir), maka proses produksi dapat dianggap efisien sehingga layak untuk dilanjutkan pada realisasi usaha.

Sumber daya manusia

Analisa kelayakan sumber daya manusia berkaitan dengan kompetensi/keahlian yang dimiliki oleh para pelaku usaha, artinya apakah sumber daya manusianya sudah memiliki kemampuan untuk membuat produk dengan efisien dan berkualitas, apakah sumber daya manusianya cukup dari segi jumlah yang dibutuhkan untuk menghasilkan sejumlah produk yang diinginkan. Hal ini penting berhubungan dengan tingkat kepuasan konsumen pada produk. Sebagai ilustrasi; apabila akan membuka bengkel sepeda motor khusus matic, maka perlu dilihat apakah karyawan bengkel tersebut memiliki keahlian dan pengalaman dalam memperbaiki sepeda motor jenis matic. Apabila tidak memiliki kemampuan di bidang tersebut maka usaha yang akan dijalankan dinyatakan tidak layak untuk dibuka, demikian pula sebaliknya, apabila kemampuan sumber daya manusianya sudah sesuai dalam hal kemampuan dan pengalaman memperbaiki sepeda motor tipe matic, usaha yang telah direncanakan dapat dijalankan.

Pemasaran

Pemasaran adalah aktivitas pemindahan produk dari pembuat/penjual kepada pembeli. Strategi wajib disiapkan untuk keberhasilan pemindahan produk dari produsen kepada konsumen. Ilmu manajemen pemasaran didalamnya mencakup 4P(product, place, price, promotion) untuk produk barang dan 7P(4P ditambah people, process dan bukti fisik) untuk produk jasa, artinya dalam kegiatan analisa kelayakan bisnis dari segi pemasaran dasar studi-nya menggunakan indikator 4P atau 7P tersebut. Dimulai dengan apakah produk yang akan dijual sudah tepat sesuai kebutuhan masyarakat, cara mendistribusikan produk tersebut, tempat menjual produk, apakah harganya terjangkau sesuai daya beli, apakah cara meng-komunikasikan produk tersebut sudah tepat sasaran, apakah sumber daya manusia yang dimiliki sudah memiliki keahlian/kemampuan yang sesuai dan dibutuhkan, apakah proses penyampaian produk dari produsen ke konsumen akan memuaskan konsumen dan apakah bukti fisik yang dimiliki akan sesuai dengan harapan pelanggan.

Keuangan

Analisa keuangan secara sederhana dilakukan dengan mencatat semua pengeluaran yang dibutuhkan mulai dari awal usaha didirikan(modal, material, mesin dan metode kerja), mulai operasional usaha sampai dengan produk berhasil dibuat dan sampai dengan prediksi penyaluran produk tersebut di tangan konsumen. Dari aktivitas tersebut akan terlihat cash flow keuangan usaha apakah termasuk macet, berjalan lambat atau atau lancar. Keuangan usaha yang baik adalah ketika cash flow perusahaan berjalan dengan lancar dan fleksibel dalam operasional bisnis.

Pertanyaan-pertanyaan sederhana yang perlu dijawab dalam analisa keuangan adalah Kapan/berapa modal akan kembali? Berapa jumlah unit yang harus dibuat atau modal yang harus dikeluarkan agar usaha dalam posisi tidak untung maupun tidak rugi? Sehingga kita tahu kapan usaha akan mengalami keuntungan dan jumlahnya berapa. Hal ini akan menjadi tolak ukur apakah usaha dapat dijalankan atau tidak.

Yuridis

Analisa yuridis perlu dilakukan untuk mencari tahu apakah produk atau bisnis yang akan dijalankan tidak melanggar hukum, norma dan etika yang berlaku di masyarakat. Analisa yuridis lebih mudah dilakukan karena sebagian besar masyarakat telah “melek” hukum utamanya mengenai produk atau bisnis yang dianggap legal atau sebaliknya illegal, yang terkadang cukup sulit adalah kesesuaian usaha dengan norma dan etika yang berlaku (contoh; memelihara ayam ditengah perkampungan akan mengganggu lingkungan, membuang limbah industri rumah tangga ke saluran air secara langsung akan mencemari air tanah warga sekitar). Pemahaman aturan hukum dan kepekaan terhadap kondisi lingkungan sekitar menjadi kunci keberhasilan dalam melakukan analisa yuridis.

Pesaing

Menganalisa pesaing dengan cara sederhana dilakukan dengan membeli dan mengkonsumsi produk pesaing, agar dapat dilihat dengan detail bisnis pesaing dari berbagai perspektif, mulai harga, kualitas, layanan, purna jual, spesifikasi produk dan lain-lain. Analisa

pesaing digunakan sebagai dasar menentukan apakah produk layak dijual sebagai kompetitor, apakah produk kita memiliki keunggulan dibanding produk pesaing, apakah produk memiliki ke-unik-an dibanding pesaing sekaligus bagaimana cara merespon produk dan perilaku usaha pesaing. Dari sini dapat diambil keputusan layak tidaknya bisnis dijalankan.

KUNCI SUKSES MENGELOLA BISNIS

Membuka dan memulai usaha bukanlah hal yang sulit dilakukan, tetapi bagaimana membuat usaha dapat berjalan terus-menerus, berkembang dan sukses adalah suatu hal yang tidak mudah, banyak hal yang perlu diperhatikan dan dijadikan prinsip bisnis pada saat menjalankan usaha. Kegagalan bisnis seringkali terjadi bukan karena produknya yang tidak bagus dan menarik, tetapi lebih banyak dari faktor manusia pengelola bisnis tersebut, masalah-masalah yang dianggap sepele oleh pelaku bisnis malah justru membuat bisnis tersebut hancur tanpa kita sadari.

Berbisnis butuh strategi yang dinamis untuk menyesuaikan diri dengan kondisi dan situasi ekonomi yang selalu fluktuatif, penuh ketidakpastian, seperti tren dan selera konsumen yang selalu berubah setiap saat serta daya beli masyarakat yang naik turun. Kecepatan membaca perubahan dan pergerakan situasi pasar, melakukan antisipasi dan merespon dengan tindakan nyata dan tepat, akan membuat bisnis yang dikelola akan selalu survive.

Pada bagian ini, penulis mencoba merangkum pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki selama ini serta hasil sharing dari forum grup discussion yang dilakukan dengan para akademisi dan praktisi yang berpengalaman di bidang bisnis. Harapannya dari diskusi dari ketiga pihak ini dapat menghasilkan point-point penting sebagai kunci sukses dalam mengelola bisnis.

Step by step

Step by step atau langkah demi langkah, artinya dalam melakukan sesuatu(dalam hal ini bisnis), hasil akan maksimal apabila dilakukan mulai dari 0(nol), mulai dari sedikit, mulai dari dasar. Pentingnya usaha dari 0(nol) agar mengetahui dan memahami problematika yang berkaitan dengan usaha yang dijalankan. Bisnis dimulai dari skala kecil dan dikembangkan secara bertahap agar kita dapat belajar seluk-beluk yang berkaitan dengan bisnis yang dijalani utamanya masalah-masalah yang muncul dan solusi-solusi yang dapat menyelesaikan permasalahan tersebut. Setelah usaha mulai berkembang, kita sudah paham mengenai seluk beluk bisnis yang dijalani, ketika kita

memiliki karyawan, memiliki cabang usaha, kita akan bisa mengontrol dan mengawasi usaha kita dengan baik, kita bisa melakukan problem solving(memecahkan masalah) dengan tepat, kita tidak bisa dibohongi/dimanipulasi oleh mitra bisnis dan karyawan.

Membuka bisnis baru skala menengah atau besar, bisa saja dilakukan, dengan modal yang cukup, bisnis langsung dimulai, bisa merekrut karyawan, bisa membuka cabang usaha, tetapi minim pengalaman dan pengetahuan mengenai bisnis yang dijalankan, akan sulit ketika bisnis menghadapi masalah, misalnya sepi pembeli, pindahnya pembeli ke pesaing, manipulasi oleh karyawan. Pemilik bisnis sulit memberikan solusi tepat mengatasi masalah yang dihadapi, solusi yang diambil sifatnya hanya spekulatif, trial and error. Ketika keputusan yang diambil keliru dan usaha merugi, akan membuat pemiliknya mudah frustrasi dan putus asa, sehingga trauma untuk memulai bisnis kembali.

Ilustrasi berikut akan memberikan gambaran mengapa bisnis harus dimulai dari skala kecil; Pak Budi mendapatkan uang pesangon pension dari pabrik garment tempat beliau bekerja, dari uang tersebut, digunakan untuk membuka warung bakso yang cukup

besar dengan merekrut 5(lima) karyawan(bagian belanja, memasak,menyajikan, kasir, kebersihan). Sebelumnya Pak Budi belum memiliki pengalaman di bidang usaha bisnis bakso, pemilihan bisnis bakso hanya didasarkan pada hobi-nya akan makan bakso dan warung bakso yang menjadi langganannya selalu ramai pengunjung, Pak Budi ber-persepsi bahwa membuka dan menjalankan resto bakso itu mudah dan pasti ramai asal ada modal. Realita setelah usaha benar-benar dibuka, banyak muncul masalah, mulai dari harga bahan baku yang naik-turun, ketersediaan bahan-baku yang tidak selalu ada, kualitas bahan baku berubah-ubah, rasa masakan yang berubah-ubah, pembeli yang kadang ramai kadang sepi pada hari dan waktu tertentu sehingga menyulitkan manajemen persediaan bahan baku, sulitnya mengawasi transaksi keuangan dan lain-lain. Akibatnya Pak Budi merasa kesulitan mengatasi masalah yang muncul dan berat dalam menjalankan bisnisnya, bisnis selalu merugi dan pada akhirnya tutup.

Jelas disini, salah satu kunci sukses berbisnis adalah memulai dari 0(nol), berproses sedikit demi sedikit, mengasah kemampuan secara bertahap, menghadapi dan menyelesaikan permasalahan mulai

dari yang kecil dengan resiko bisnis yang kecil pula. Tujuan akhirnya adalah ter-asah-nya mental dan insting bisnis yang semakin hari semakin kuat dalam menghadapi dinamika dunia usaha yang selalu berubah.

Fokus

Dalam kehidupan sehari-hari, seringkali seseorang melakukan 2(dua) atau lebih kegiatan sekaligus dalam waktu yang bersamaan, contoh sederhana; menyetir mobil sambil membalas chat whatsapp, yang terjadi pasti salah satu dari kegiatan tersebut akan terbengkalai/terganggu atau bahkan keduanya mengalami kegagalan, entah itu ketikannya salah atau mobil terperosok ke selokan. Melakukan aktivitas dalam kehidupan manusia, lebih maksimal apabila dilakukan satu-persatu, agar setiap aktivitas kegiatan dapat diselesaikan dengan maksimal. Demikian pula dalam aktivistas usaha, hendaknya fokus pada 1 bidang usaha terlebih dahulu secara maksimal daripada punya banyak bidang usaha yang nantinya malah akan terbengkalai semuanya gegara tidak fokus.

Contoh kasus; Pak Agus yang berprofesi sebagai pegawai kantor, menerima warisan penjualan rumah dan

tanah dari orang tuanya, untuk mengembangkan uang tersebut, beliau berfikir untuk membuka beberapa usaha sekaligus agar uang tersebut cepat bertambah yaitu; bengkel sepeda motor, toko kelontong dan barbershop. Minimnya pengetahuan dan pengalaman di bidang usaha tersebut, ditambah statusnya yang masih aktif sebagai pegawai kantor, alhasil; Pak Agus kesulitan membagi waktu untuk fokus bekerja sebagai pegawai dan mengelola bisnisnya sekaligus, akhirnya selain usaha bisnisnya terbengkalai, kerjaan dikantor pun terkena imbasnya dengan target kerja yang tidak terpenuhi.

Memulai bisnis baru, akan lebih berhasil kedepannya apabila fokus pada satu bidang usaha tertentu, dan apabila sudah mulai dapat berjalan dengan baik, lebih baik kembangkan bisnis usaha tersebut terlebih dahulu sebelum memulai bidang usaha bisnis lainnya. Apabila usaha sudah maju dan stabil, maka ketika akan membuka usaha baru, hendaknya yang masih ada kaitannya dengan usaha sebelumnya, tujuannya agar ilmu nya tidak terlalu jauh berbeda, sehingga tidak terlalu menguras pikiran dan tenaga. Contohnya setelah membuka bengkel sepeda motor, maka bisa menambah usaha jual spare

part sepeda motor, setelah usaha jual spare part sudah berkembang, maka bisa membuka usaha aksesoris sepeda motor.

Disiplin dan konsisten

Disiplin artinya melakukan suatu aktivitas tepat waktu dan tempat, sedangkan konsisten artinya melakukan atau menjalankan suatu aktivitas secara terus-menerus sesuai waktu dan tempat yang telah ditentukan. Disiplin dan konsisten adalah dua hal yang berpasangan dan saling bergantung satu sama lain untuk menunjang berjalannya bisnis kearah yang tepat. Disiplin harus diikuti oleh konsistensi, sedangkan konsisten harus didukung dengan disiplin yang tinggi.

Misalnya mengenai jam buka-tutup usaha, apabila kita memiliki warung angkringan, waktu jam buka adalah jam 06.00, istirahat sholat jam 12.00 s/d 12.30 dan tutup jam 15.00, maka kita harus disiplin, membuka warung angkringan, istirahat sholat dan tutup sesuai jadwal tersebut. Hal ini harus dilakukan secara konsisten dari hari ke hari, jangan sampai terjadi yang tidak konsisten, hari ini buka jam 06.00,

besoknya lagi buka jam 07.30, hari ini buka, besok tutup.

Mengapa disiplin dan konsisten diperlukan? Pelanggan ketika melakukan pembelian ulang, salah satu alasannya adalah adanya harapan bahwa usaha tersebut ada dan siap di waktu dan tempat seperti ketika pelanggan tersebut melakukan pembelian sebelumnya, atau ketika konsumen di hari sebelumnya lewat dan melihat usaha tersebut dalam kondisi buka. Pada saat konsumen datang dan ternyata usaha tersebut sedang tutup di waktu yang sama dengan hari sebelumnya di waktu yang sama usaha dalam kondisi buka, yang terjadi adalah perasaan kecewa dan akhirnya dikemudian hari, konsumen tidak akan melakukan keputusan pembelian di tempat usaha tersebut sebagai prioritas utama.

Disiplin dan konsisten juga diperlukan dalam hal pengelolaan keuangan usaha, pemilik usaha harus memisahkan antara uang perusahaan dan uang pribadi, salah satu kelemahan usaha skala kecil adalah tidak membedakan antara uang bisnis dan uang pribadi, keduanya bercampur, akibatnya

pemilik usaha tidak tahu apakah usahanya rugi, mandek atau untung, sehingga pemilik tidak tahu harus bagaimana dan apa yang bisa dilakukan untuk bisnisnya. Tahunya usaha rugi, padahal kenyataannya usahanya justru semakin untung, pemilik akhirnya menutup usahanya yang justru memiliki masa depan cerah hanya gara-gara tidak memisahkan keuangan bisnis dan pribadinya. Tip sederhana untuk memisahkan keuangan tersebut bisa dilakukan dengan prinsip “Kantong kanan-kantong kiri” dengan menggunakan 2(dua) dompet, yang satu untuk menyimpan uang hasil usaha, dompet yang satu untuk uang pribadi.

Catatan harian usaha

Memiliki dan menulis segala hal yang berkaitan dengan aktivitas bisnis sangat penting dilakukan, semua hal yang telah ditulis akan menjadi media pengingat mengenai segala hal berkaitan dengan aktivitas bisnis yang telah dan akan dijalankan, menulis adalah hal yang sangat mudah dilakukan dan memiliki manfaat yang sangat besar, catatan merupakan data dan informasi yang harus

dijadikan dasar dalam mengambil suatu keputusan bisnis. Menyusun rencana bisnis, menyusun strategi, memecahkan masalah, mengoperasikan bisnis, mengawasi bisnis, dan melaporkan bisnis, semuanya berdasarkan catatan-catatan yang telah dibuat. Tidak mungkin seseorang menjalankan bisnis yang sukses tanpa melakukan pencatatan.

Mutu

Mutu atau kualitas adalah tingkat kondisi suatu produk dalam memenuhi ekspektasi/harapan dari konsumen. Semakin tinggi suatu produk dapat memenuhi harapan konsumen, maka suatu produk dikatakan semakin bermutu, demikian pula sebaliknya, apabila produk tidak bisa memenuhi ekspektasi konsumen, produk tersebut dianggap tidak bermutu. Bisnis yang baik adalah bisnis yang dapat konsisten mempertahankan dan meningkatkan kualitas produknya. Konsumen memiliki harapan pada saat mulai mencari, membeli, menggunakan/menghabiskan suatu produk, ketika harapan tersebut terpenuhi, konsumen akan merasa

puas dan berpotensi besar melakukan pembelian ulang pada produk/penjual yang sama.

Kelemahan pelaku bisnis dalam hal mutu adalah ketidakmampuan mereka mempertahankan kualitas produk dan layanannya, misalnya rasa berubah-ubah dan produk berbeda dari sebelumnya (harga, bentuk, ukuran dan bahan). Kualitas yang tidak konsisten pada akhirnya membuat bisnis akan ditinggalkan oleh konsumen dan pelanggan karena tidak terpenuhi harapannya pada produk yang dibelinya.

Komitmen

Komitmen adalah melakukan atau menjalankan sesuatu sesuai dengan apa yang telah disepakati sebelumnya. Komitmen dalam dunia bisnis bisa disamakan dengan Tepat Janji kaitannya dengan waktu, tempat, hari, jumlah, dimensi dan spesifikasi suatu produk. Komitmen memiliki efek menumbuhkan trust(kepercayaan) pada diri konsumen, trust merupakan salah satu indikator kepuasan konsumen pada perusahaan. Pelaku bisnis yang selalu komitmen pada apa yang sudah

disepakati bersama, pasti akan membuat kepercayaan konsumen menjadi tinggi. Sebaliknya komitmen yang buruk, akan membuat perusahaan ditinggalkan oleh konsumennya karena kecewa.

Ilustrasi kasus sederhana, Bu Siska menyerahkan sepotong kain pada tanggal 1 kepada penjahit untuk dibuat baju seragam untuk acara wisuda putranya pada tanggal 9, penjahit berjanji bahwa baju seragam tersebut akan jadi pada tanggal 7, sesuai tanggal yang dijanjikan, Bu Siska mendatangi penjahit tersebut untuk mengambil baju pesannya, ternyata sesampainya di penjahit, kain tersebut belum diproses sama sekali, tentunya hal ini membuat Bu Siska sangat kecewa dan akhirnya membatalkan pesanan tersebut dan memindahkan ke penjahit lain yang hasilnya hanya dalam beberapa jam saja, baju seragam tadi sudah selesai dibuat. Hal ini membuat Bu Siska tidak mau lagi memesan jahitan pada penjahit yang pertama tadi, bahkan saking kecewanya, Bu Siska selalu menceritakan kejadian ini kepada keluarga, teman dan saudaranya. Tentu saja pihak yang paling rugi adalah si penjahit pertama tadi, pesan dari mulut ke mulut (words of

mouth) sangat mudah sekali menyebar apalagi untuk informasi yang sifatnya negatif.

Empati

Empati adalah kemampuan merasakan apa yang dirasakan oleh orang lain. Pihak konsumen adalah pihak yang perlu diberi empati, tujuannya agar kita mengetahui dan memahami dengan tepat, apa yang dibutuhkan dan diinginkan oleh konsumen. Cara paling efektif untuk ber-empati adalah menjadi pendengar yang baik. Kunci sukses dalam menjual produk bukan karena si penjual banyak bicara mengenai produknya, tetapi justru karena lebih banyak mendengarkan apa yang konsumen sampaikan, sehingga kita jadi tahu apa yang benar-benar dibutuhkan oleh konsumen, ketika kita bisa memenuhi kebutuhan tersebut, maka konsumen pasti akan merasa senang dan puas. Kedepannya konsumen akan melakukan pembelian ulang pada produk yang kita jual.

Pelayanan

Pelayanan kepada pembeli dan calon pembeli, memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen dan keputusan pembelian. Walaupun produk yang dijual sangat bagus dan berkualitas tinggi, tetapi dalam melayani pembeli dilakukan dengan kata-kata kasar dan sikap yang tidak sopan, pasti konsumen akan kecewa dan kapok membeli produk tersebut. Pelayanan sangat menentukan pada tingkat kepuasan konsumen, produk yang mahal dengan kualitas biasa tetapi dalam pelayanan penjualan dilakukan dengan sangat baik, dampaknya membuat konsumen puas dan akan mereferensikan pada orang lain untuk membeli.

Strategi pelayanan yang memuaskan tidaklah sulit yaitu melayani dengan sepenuh hati disertai dengan senyum, sapa, dan salam. Kebaikan akan menimbulkan kebaikan, ketika kita tersenyum kepada lawan bicara, maka lawan bicara akan merespon dengan hal yang sama, ketika kita melayani dengan sepenuh hati, orang yang kita layani akan memberikan respon yang sama, hal ini akan membuat urusan bisnis yang sedang dilakukan akan menjadi lancar dan mudah.

Relationship

Relationship atau menjalin dan menjaga hubungan yang baik. Bisnis adalah usaha perniagaan/perdagangan yang dilakukan secara terus-menerus, bisnis dijalankan untuk masa yang panjang, untuk itu perlu dilakukan berbagai macam strategi untuk selalu mendapatkan konsumen baru dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada. Bisnis dapat selalu hidup dan berjalan apabila ada konsumen yang selalu membeli produk. Tanpa ada konsumen dan pelanggan, usaha yang dijalankan pasti akan merugi dan tutup. Untuk itu pelaku bisnis wajib memiliki kemampuan relationship yang baik demi kelangsungan hidup usahanya.

Relationship yang baik, syarat utamanya diperoleh melalui komunikasi yang efektif, komunikasi yang efektif akan menumbuhkan trust/saling percaya antar pihak yang melakukan komunikasi, beberapa persyaratan komunikasi yang efektif diantaranya; jelas terdengar, kalimat dan bahasa yang mudah dipahami, pilihan kata yang tepat, tata krama yang baik, dilakukan pada waktu yang tepat, menggunakan media komunikasi yang tepat.

Terdengar dengan jelas meminimalkan terjadinya salah penangkapan dan pemahaman terhadap maksud dan tujuan sumber/pengirim informasi, dengan suara yang jelas, akan memaksimalkan efektivitas penerimaan informasi pada audien. Penggunaan kalimat yang singkat dan sederhana, mempermudah penerima pesan untuk mengerti inti informasi yang disampaikan, begitu pula dengan bahasa yang secara umum mudah dipahami. Diksi atau pilihan kata yang tepat, membuat penerima informasi lebih cepat memahami secara spesifik informasi yang disampaikan.

Tata krama penting dalam menjalin hubungan antar personal, tata krama yang baik akan menimbulkan rasa hormat dan penghargaan terhadap pihak yang melakukannya, dengan respect yang baik, komunikasi akan terjalin dengan rasa saling percaya. Waktu yang tepat dalam ber-komunikasi sifatnya fleksibel, tergantung situasi dan kondisi, pihak pengirim informasi harus jeli memprediksi waktu-waktu yang tepat untuk berkomunikasi dengan mempertimbangkan aktivitas umum seseorang sehari-hari(misalnya, seseorang yang beragama

islam, hendaknya tidak melakukan panggilan telepon pada waktu masuk sholat mahgrib jam 18.00).

Penggunaan media komunikasi yang tepat dapat memaksimalkan efektivitas komunikasi yang dilakukan, media komunikasi (contohnya; smartphone, tatap muka, email). Misalnya untuk meng-komunikasikan masalah spesifikasi suatu produk dan harganya, dapat disampaikan melalui smartphone, tujuannya agar di kemudian hari kedua belah pihak tidak lupa dan memiliki data-data akurat untuk melakukan transaksi bisnis. Masalah-masalah yang sifatnya butuh deskripsi yang sangat panjang(perjanjian kerja sama atau dokumen kontrak kerja sama), lebih tepat memakai media email. Apabila menyampaikan informasi yang sifatnya kurang begitu penting pada saat menyampaikan pesan tersebut, bisa menggunakan media whatsapp, tujuannya agar tidak terlalu mengganggu waktu si penerima informasi.

Niat, tekad kuat dan pantang menyerah

Ketiga prinsip diatas wajib dimiliki oleh pelaku bisnis agar bisnisnya sukses, niat merupakan dorongan dari dalam hati seseorang untuk melakukan

suatu aktivitas tertentu, tekad adalah komitmen dari dalam diri seseorang untuk meraih sesuatu tujuan tertentu, pantang menyerah adalah prinsip tidak mau berhenti berusaha sebelum berhasil mencapai suatu tujuan/target tertentu yang tertanam dalam jiwa seseorang.

Membuka usaha harus didasari niat, niat akan menggerakkan hati dan pikiran seseorang untuk melakukan aktivitas bisnis, dengan niat yang kuat, seseorang akan dengan senang hati tanpa rasa terpaksa untuk melakukannya, dengan pikiran dan hati yang positif, aktivitas yang dilakukan pasti akan menghasilkan sesuatu yang baik. Tekad yang kuat akan membuat niat yang dimiliki akan memiliki tujuan dan arah yang jelas, sehingga akan menjaga niat yang dimiliki selalu kuat karena hasil-hasil yang telah dicapai akan memberikan kepuasan. Pantang menyerah membuat keadaan dalam diri seseorang untuk terus-menerus berusaha tanpa kenal lelah untuk mencapai tujuan yang ingin dicapai, selalu bangkit ketika gagal menjadi indikator tingginya jiwa pantang menyerah yang dimiliki seseorang.

Harga kompetitif

Harga merupakan nilai tertentu yang harus diberikan/dikorbankan oleh pembeli untuk mendapatkan/memiliki/memperoleh suatu produk tertentu. Metode menentukan harga jual secara sederhana dapat dilakukan dengan menghitung segala pengeluaran yang dilakukan oleh penjual baik harga beli, tenaga, pikiran, transport dan waktu ditambah dengan prosentase/jumlah tertentu sebagai laba yang ingin didapatkan. Contoh; kita membeli nasi bungkus untuk dijual kembali di tempat kita bekerja, harga nasi per bungkus Rp. 5.000, ditambah biaya transport dari pasar tempat membeli nasi tersebut sampai tempat kita bekerja Rp. 500/bungkus, biaya tenaga dan waktu yang telah dikeluarkan Rp. 500, total keseluruhan biaya pengadaan produk nasi bungkus sampai dengan siap jual di tempat kerja adalah Rp. 6.000(inilah yang disebut biaya pokok penjualan), selanjutnya kita tentukan laba yang diinginkan dengan mempertimbangkan kondisi dan situasi di sekitar tempat kita menjual produk (misalnya; tanggal muda/tua, daya beli, pesaing). Harga pokok penjualan

Rp. 6.000 ditambah laba Rp. 2.000 total Rp. 7.000/bungkus.

Faktor-faktor yang perlu dijadikan bahan acuan penentuan harga antara lain; permintaan dan penawaran, value/nilai produk, ketersediaan produk, pesaing, tingkat kebutuhan konsumen, tingkat hubungan dengan konsumen.

Jumlah permintaan dan penawaran akan mempengaruhi tinggi-rendahnya harga, semakin tinggi jumlah permintaan dan jumlah penawaran yang tetap, akan membuat harga produk menjadi tinggi, sebaliknya semakin tinggi jumlah penawaran dibandingkan jumlah permintaan, maka harga akan semakin turun. Nilai produk mempengaruhi tinggi-rendah harga jual, semakin tinggi nilai produk, maka semakin tinggi pula harganya (misalnya; menjual sebotol air putih isi 500ml di tengah padang gurun tandus, dijual dengan harga Rp. 100.000 tetap akan dibeli karena nilai air putih akan sangat tinggi ketika berada di padang gurun yang pasti tidak ada air).

Ketersediaan produk mempengaruhi harga jual, produk yang jarang dijual di pasar akan memiliki harga yang lebih tinggi daripada produk yang banyak

dijual di pasar. Pesaing adalah pihak baik perorangan, kelompok atau perusahaan yang memiliki bidang usaha yang sama/sejenis. Semakin banyak pesaing disekitar lokasi usaha yang sama, akan semakin sulit dalam menentukan harga jual, fluktuasi(naik-turun) harga lebih sering dilakukan apabila banyak pesaing. Tingkat kebutuhan konsumen akan suatu produk mempengaruhi tingginya harga jual, semakin orang butuh, akan semakin mahal harga produk tersebut(misalnya saat Gas 3kg langka di pasaran, seorang ibu rumah tangga yang sedang proses memasak dan kehabisan gas, cenderung bersedia membeli dengan harga lebih tinggi dari biasanya, karena Gas tersebut dibutuhkan untuk menyelesaikan proses memasak, yang apabila tidak segera diselesaikan akan rusak). Tingkat hubungan dengan konsumen, semakin dekat hubungan antara penjual dan pembeli, akan semakin fleksibel harga jual yang diberikan oleh penjual demi keberlangsungan penjualan produk di masa yang akan datang.

DAFTAR PUSTAKA

Aplikasi Mitra Driver Gojek

Aplikasi Customer Gojek

Aplikasi Mitra Driver Shopee Food

Aplikasi Customer Shopee

Ciputra, Ir. *Ciputra Quantum Leap*. 2008. PT. Elex
Media Komputindo. Jakarta

Facebook Grup DGS(driver Gojek Semarang)

Hiqmad

Muharram.Jakarta.2022

(economy.okezone.com)

<https://it.telkomuniversity.ac.id>

<https://new.bisnisjasa.id>

<https://www.bisnisjasa.id>

Tentang Penulis

Airlangga Ardhyatama, lahir di Kabupaten Semarang 24 mei 2002, sedang menempuh pendidikan di STIE Semarang semester akhir (delapan) Fakultas Ekonomi Jurusan Akuntansi.

Siska Ardhya Garini, lahir di Kabupaten Semarang 12 desember 1974, lulusan D3 Manajemen Perusahaan Universitas Semarang tahun 1997. Perkerjaan saat ini, anggota DPRD Kabupaten Semarang antar waktu periode 2019-2024.

Fajar Suryatama, lahir di Semarang 22 april 1975, lulusan S1 FISIP Universitas Diponegoro tahun 1999, lulusan S1 Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang tahun 2000, lulus S2 Magister Manajemen Program Pascasarjana Universitas Diponegoro tahun 2007. Pekerjaan saat ini, Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Darul Ulum Islamic Centre Sudirman, Ungaran.

Pitaloka Dharma Ayu, Lahir di Kabupaten Kendal 17 februari 1988, lulusan S1 Manajemen Universitas Islam Indonesia Yogyakarta tahun 2010, lulus S2 Magister Manajemen Program Pasca Sarjana Universitas Gajah Mada tahun 2015. Pekerjaan saat ini, Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Darul Ulum Islamic Centre Sudirman, Ungaran.

Nurmiyati, Lahir di Kabupaten Semarang 03 maret 1973, lulusan S1 Manajemen Universitas Terbuka lulus tahun 2004, lulus S2 Magister Manajemen Program Pasca Sarjana Terbuka tahun 2009. Pekerjaan saat ini, Dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Darul Ulum Islamic Centre Sudirman, Ungaran.