

**Tata Kelola Keuangan
Untuk Bisnis
Panduang Memulai Usaha Untuk Pemula**

Budi Sasongko
STIE Jaya Negara Tamansiswa Malang

Suryaning Bawono
STIE Jaya Negara Tamansiswa Malang

Janega Press
Malang - Indonesia

© Budi Sasongko dan Suryaning Bawono

Seluruh hak cipta. Tidak ada bagian dari publikasi ini yang boleh direproduksi, disimpan dalam sistem pengambilan atau ditransmisikan dalam bentuk apa pun atau dengan cara apa pun, elektronik, mekanis atau fotokopi, rekaman, atau lainnya tanpa izin sebelumnya dari penerbit

Dipublikasikan
05 November 2020

Diterbitkan Oleh:
Janega Press
Jl. R. Tumenggung Suryo No.17, Bunulrejo,
Kec. Blimbing, Malang, East Java 65123 Indonesia

Dicetak Oleh :
PT.Frost Yunior
Banyuwangi,Indonesia

Daftar Isi

Bagian 1 Memulai Usaha

Bab 1. Ketahui Apa Yang Kamu Miliki Sekarang	
1.1. Tinjau Apa yang Anda Miliki Sekarang	1
1.2. Apakah Anda Memiliki Tim atau Bekerja Dengan Diri Anda Sendiri?	12
1.3. Lihat Keluar	30
Bab 2. Semuanya Beresiko	
2.1. Ketahui Resiko Usaha Mu	33
2.2. Rencanakan Strategi Mu	45
2.3. Jangan Lupa Pintu Belakang dan Rencana Keluar	68
Bab 3. Bisnis dan Skenario Resiko	
3.1. Bayangkan sebelum Anda berbisnis	76
3.2. Penelitian Bisnis	107
3.3. Studi Kelayakan Bisnis	135
Bab 4. Rencanakan Bisnis Mu	
4.1. Faktor Internal dan external Bisnis	140
4.2. SWOT Matric	157
4.3. Canvas Model	165

Bagian 2. Mari Tentukan Pilihan

Bab 5. Kenali Dirimu

5.1.Kenali Dirimu, Ekstrovet dan Introvet	198
5.2.Kenali Teman Mu, Teman Digital atau Teman Nyata	219
5.3.Kenali Lingkungan Mu, Lautan Merah, Lautan Biru	235

Bab 6.Pasar Dulu atau Produk Dulu

6.1. Kamu Bisa Memilih Ketika Kamu Mengenali Diri Mu	244
6.2. Lihat Kedalam atau Lihat Keluar	256

Bab 7. Setiap Bisnis Dimulai dari Uang Atau Manusia

7.1. Uang Lebih Dulu Atau Manusia Lebih Dulu	264
7.2. Kamu adalah Karyawan Terbaik Mu	268
7.3. Tidak Ada Uang, Tidak Ada Tangisan, Semua Baik-Baik Saja	277
7.4. Human Capital Vs Money Capital	300

Bagian 3 Mari Membuat Proyek Pertama

Bab 8. Mencari Sumber Daya Utama

8.1. Mencari Modal	307
8.2. Mencari Talent atau Merekrut dirimu sendiri terlebih dahulu	319
8.3. Mencari Tempat Usaha	333
8.4. Mencari peralatan dan mesin	346
8.5. Mencari Bahan Baku	359

Bab 9.Uang dan Biaya

9.1. Proses Penganggaran	363
9.2. Cash Flow	366
9.3. Pengukuran Kinerja Bisnis	371

Daftar Pustaka

Bagian 1

Memulai Usaha

Pada bagian ini di jabarkan langkah perlangkan memulai usaha atau bisnis dari nol dengan asumsi pembaca belum pernah berbisnis atau memiliki bisnis sama sekali

Bab 1
Ketahui Apa Yang Kamu
Miliki Sekarang

1.1. Tinjau Apa yang Anda Miliki Sekarang

Banyak orang yang kebingungan memulai bisnis dari mana. Keinginan yang kuat untuk memulai usaha di iringi dengan kebingungan memulai dari mana.

Jika kamu mengalami hal seperti ini, sebaiknya duduk sejenak. Kosongkan pikiran mu, Tenang, tarik nafas yang dalam dan hembuskan.

Tak perlu berangan - angan jauh kedepan dan memulai segalanya dengan sempurna. Fahami kita baru memulai. Fahami semua butuh proses.

Boleh bermimpi setinggi apapun yang kamu mau. Namun, jangan lupa untuk kembali ke realita.

Fahami realita saat ini. Fahami apa yang ingin engkau capai. Fahami mimpi-mimpi terbesar mu yang sangat ingin kamu wujudkan. Tapi, jangan lupa hari ini. Jangan lupa saat ini dan jangan lupa apa yang sudah kau miliki sekarang.

Sabar, tenangkan pikiran. Tarik nafas dan hembuskan. Pejamkan mata mu, bayangkan, rasakan, nyatakan dalam diri mu bahwa kamu akan mencapainya. Pikirkan dan bayangkan apa yang sangat ingin kau wujudkan.

Yakini bahwa kau mampu mewujudkannya. Tapi , sabar

Semua butuh proses. Kembalilah kamu pada posisimu saat ini tanpa melupakan mimpi-mimpi besar mu. Tapi yakini kau mampu meraihnya.

Masihkah kau terpejam saat ini?

Jika kau ingin memejamkan mata mu dan merasakan kebahagiaan dengan merasakan mimpi - mimpi besar mu terwujud dan nyatakan hinga terasa sangat nyata. Pejamkan mata mu, pikirkan , yakini dan rasakan seakan mimpi mu adalah nyata. Lakukan terus sampai kau merasa benar-benar puas

dan mendapatkan energi baru untuk siap memulai.

Lakukan lagi sampai kau mendapatkan semangat baru untuk memulai. Tarik nafas mu. Buka mata mu. Dan lihat sekeliling mu.

Ambillah secarik kertas. Tuliskan apa mimpi mu dan kapan ingin kau raih. Yakini kau mampu meraihnya.

Tuliskan semua mimpi mu. Lalu kembalilah ke realitas. Lihatlah sekeliling mu. Apa yang sudah kau miliki sekarang.

Jangan fokus pada apa yang kurang tapi fokuslah apa yang sudah ada saat ini.

Tuliskan apa yang kau miliki saat ini yang mungkin bisa mendukung mu. Mungkin diri mu sendiri dengan otak cerdas mu dan dengan kreatifitas mu. Mungkin sahabat mu. Mungkin orang tua mu atau saudara-saudari mu.

Fokus pada apa yang sudah kau miliki sekarang. Sekarang, bayangkan ketika kau kehilangan mereka. Apa yang kau rasakan. Fahami bahwa orang yang sangat berharga di hidup mu pergi.

Rasakan rasa sakitnya, rasakan pedihnya ,rasakan semua rasa sakit yang kau rasakan ketika mereka yang kau sayang pergi.

Jika kau merasa sedih,jika kau merasa marah. Pejamkan mata mu. Bayangkan apa yang ingin kau lakukan untuk mereka. Bayangkan apa yang kau rasakan ketika membuat mereka bahagia.

Jika kau merasa lebih baik. Itu adalah modal dasar dalam bisnis yaitu merasakan apa yang kamu rasakan dan merasakan atas apa yang mungkin terjadi pada orang lain.

Modal yang paling berharga yang tidak mungkin bisa hilang dari diri mu adalah diri mu sendiri. Sekarang hargai dirimu bayangkan mimpi-mimpi mu tuliskan apa yang hebat dan keren dari dirimu.

Tuliskan dalam secarik kertas. Tuliskan apa yang sudah kau miliki yang mungkin bisa membantu meraih mimpi-mimpi mu. Mungkin gitar tua mu. Atau komputer lama mu. atau sepatu warisan ayah mu.

Hargai yang ada sekarang. Maka kau akan bisa menghargai apa yang kau dapatkan setelahnya.

Fahami apa yang kau miliki sekarang.
Fahami apa yang mendukung mu
meraih mimpi mu di masa depan yang
sudah kau miliki sekarang.
Tuliskan,rasakan , hargai, terima dan
bersiaplah mendapatkan kekuatan dari
apapun yang sudah kau miliki dan kau
anggap berharga. Jangan pernah
menilai sesuatu dari nominal materi
tapi hargai apapun yang mungkin bisa
membantu mu meraih mimpi-mimpi
mu.

Tidak ada kaya dan miskin yang ada
hanyalah kondisi yang berbeda. Ketika
kau merasa tak ada uang atau
mengalami kebangkrutan. Tenang hal
tersebut bukan melekat pada diri mu

selamanya. Kau tidak miskin hanya dalam situasi kekurangan uang.

Begitu juga ketika kau sedang memiliki banyak uang atau harta. Tenang jangan merasa hebat dulu. Kau tidak kaya hanya dalam situasi memiliki banyak harta.

Kaya dan miskin hanyalah perpektif. Yang ada hanya manusia yang berada pada situasi yang berbeda. Sehingga kekayaan dan harta tidka mempengaruhi mu.

Ketika kau berada pada situasi kekuarang uang, fahami dan terima bahwa kau berada pada situasi

kekurangan uang maka kau harus merencanakan apapun untuk mencapai mimpi mu dengan kondisi mu sekarang yang artinya tiap menit kedepan adalah peluang mu untuk membuat segalanya lebih baik.

Begitu juga ketika kau berada mendapatkan profit besar, banyak uang dan harta. Sabar dulu jangan gegabah karena setiap orang bisa berada pada posisi yang berbeda. Fahami kau telah berada pada kondisi yang cukup secara harta. Maka, kendalikan harta mu, kelola harta mu dengan baik dan investasikan dengan cermat. Karena setiap menit bahkan detik dimasa depan dari masa mu sekarang adalah

peluang untuk mu membuat lebih baik dan jika kau lengah bisa mengancam mu menjadi kehilangan apa yang kau miliki sekarang.

Fahami apa yang kau miliki sekarang. Fahami situasi mu saat ini , terima harga dan bersiaplah untuk merubah lebih baik lagi. Karena setiap detik dimasa depan dari masa mu saat ini adalah peluang mu sekaligus ancaman mu dalam mewujudkan mimpi mu.

Fahami,terima dan tuliskan.

1.2. Apakah Anda Memiliki Tim atau Bekerja Dengan Diri Anda Sendiri?

Kembali pada pemahaman diri pada bagian sebelumnya. Sebuah pertanyaan mendasar. Apakah kau punya seorang yang bisa kau percaya sebagai team work yang bisa mendukung mu?

Kenali teman-teman mu. Namun, jika kau tidak memiliki teman tidak masalah. Kau punya dirimu sendiri sebagai teman mu. Jika kau tidak memiliki teman yang bisa kau percaya sebagai rekanan tidak masalah. Kau

bisa menjadikan dirimu sendiri sebagai rekan mu karena kau adalah manusia.

Membangun team work memiliki kelebihan untuk berkembang dengan cepat namun memiliki kelemahan yaitu perbedaan pendapat dan dibutuhkan komunikasi yang baik untuk mmebangun sebuah team. Namun, jika kau memiliki modal sosial yang cukup yang mampu mengarahkan teman-teman mu sebagai team work yang solid kau bisa mengandalkan mereka untuk membantu mu meraih mimpi mu. Namun, jika kau tidak memiliki orang-orang yang bisa kau percaya dalam bisnis mu. Kau bisa memulai

dari dirimu sendiri dan membangun bisnis di mulai dari dirimu.

Apa Itu Modal Sosial?

Istilah modal sosial mengacu pada produk positif dari interaksi manusia (Sakhi,2020). Hasil positif mungkin berwujud atau tidak berwujud dan dapat mencakup informasi yang berguna, ide inovatif, dan peluang masa depan.

Modal sosial dapat digunakan untuk menggambarkan kontribusi terhadap kesuksesan organisasi yang dapat dikaitkan dengan hubungan dan jaringan pribadi, baik di dalam maupun di luar organisasi. Ini juga

dapat digunakan untuk menggambarkan hubungan pribadi dalam perusahaan yang membantu membangun kepercayaan dan rasa hormat di antara karyawan, yang mengarah pada peningkatan kinerja perusahaan.

Memahami Modal Sosial

Modal sosial memungkinkan sekelompok orang untuk bekerja sama secara efektif untuk mencapai tujuan atau sasaran bersama. Ini memungkinkan masyarakat atau organisasi, seperti korporasi atau nirlaba, berfungsi bersama sebagai satu kesatuan melalui kepercayaan dan identitas bersama, norma, nilai, dan

hubungan timbal balik. Sederhananya, modal sosial menguntungkan masyarakat secara keseluruhan melalui hubungan sosial. Dengan demikian, studi tentang bagaimana modal sosial bekerja atau gagal bekerja meliputi ilmu-ilmu sosial.

Modal sosial bisa menggambarkan tanggung jawab sipil dan sosial atau bagaimana anggota komunitas bekerja sama untuk hidup secara harmonis dan berbarengan. Ketika digunakan dalam konteks ini, definisi tersebut murni sosial tanpa implikasi finansial.

Tetapi istilah tersebut dapat memiliki arti yang berbeda tergantung

bagaimana penerapannya termasuk dalam hal bisnis.

Padahal, modal sosial tidak lagi sempit dan bersifat lokal. Konsep ini biasanya digunakan untuk mendeskripsikan hubungan yang membantu berkontribusi pada kesuksesan bisnis.

Modal sosial bisa dibilang dianggap sama berharganya dengan modal finansial atau manusia. Jaringan, penggunaan internet adalah contoh utama bagaimana modal sosial bekerja dalam arti bisnis. Ini memungkinkan para profesional untuk membentuk hubungan sosial dan seringkali global dalam banyak variasi.

Jenis Modal Sosial

Peneliti melihat dua bentuk utama modal sosial. Ikatan mengacu pada modal sosial yang dibuat dalam kelompok dengan minat dan tujuan yang sama. Asosiasi lingkungan adalah contoh yang baik tentang cara kerja ikatan. Di sisi lain, menjembatani adalah penciptaan modal sosial lintas kelompok. Ketika menjembatani berhasil, individu dalam dua kelompok menemukan minat dan tujuan yang sama dan bekerja sama untuk mencapainya. Asosiasi lingkungan yang terkait dengan departemen kepolisian setempat adalah contoh cara kerja menjembatani.

Internet telah merevolusi modal sosial, secara efektif menciptakan koneksi sosial dalam jumlah tak terbatas yang cocok untuk setiap kesempatan. Sebagai contoh: Pengguna Airbnb, Uber, dan eBay dapat menggunakan modal sosial untuk membuat pilihan berdasarkan ulasan pengguna sebelumnya.

Orang yang sama berkontribusi pada modal sosial dengan meninggalkan ulasan mereka nanti. Perusahaan yang memiliki situs menggunakan ulasan sebagai komponen penting dari program kendali mutu mereka.

Situs jejaring sosial seperti Facebook memperkuat ikatan berdasarkan minat pribadi, seperti hobi, pengalaman masa lalu, berbagi kampung halaman, atau perusahaan sebelumnya.

Media sosial juga merupakan sumber utama modal sosial bagi pemilik bisnis kecil yang dapat menampilkan produk dan layanan mereka secara online secara efektif, jika lebih murah, daripada perusahaan besar.

Kerugian Modal Sosial

Banyak orang percaya bahwa keberhasilan sebuah organisasi apakah itu masyarakat secara keseluruhan atau kelompok tertentu

bergantung pada tingkat modal sosial yang tersedia. Inilah mengapa modal sosial selalu dikaitkan dengan perubahan positif. Tapi itu tidak selalu benar. Meskipun terdapat keuntungan yang berbeda dari modal sosial, ia dapat digunakan untuk tujuan manipulatif atau destruktif.

Kelompok berbahaya, seperti geng dan kartel narkoba, seringkali menggunakan modal sosial untuk memperkuat ikatan di dalam kelompok dan merekrut anggota baru. Demikian pula, sekelompok eksekutif perusahaan mungkin berkolusi untuk memanipulasi dan harga pasar untuk mengusir persaingan. Munculnya

kelompok-kelompok seperti itu dapat mengurangi modal sosial suatu lingkungan atau kota secara keseluruhan. Penduduk dan bisnis lokal menderita, dan calon pelanggan menghindari daerah tersebut.

Untuk mu yang merasa sendirian dan tidak memiliki teman

Tidak masalah jika kau sendirian dan lebih senang sendiri. Penyendiri seperti mu pasti memiliki kelebihan yang orang lain tak tahu.

Penyendiri cenderung lebih senang menciptakan dunianya sendiri dan membaut orang lain bahagia dengan

caranya. Tidak ada yang salah ketika kau sendirian dan lebih nyaman sendirian.

Gunakan kesendirian mu sebagai kelebihan mu yang bisa lebih fokus menyelesaikan apa yang kau rintis. Setiap orang berbeda, ada yang populer ada yang senang sendirian. Jadi tak ada salahnya tak ada orang yang dipercaya dan sendirian.

Selama merasa nyaman kau punya kesempatan yang luas dengan adanya internet. Banyak peretas lebih senang sendirian dan berhasil meraih apa yang mereka impikan dan tidak selalu

berkaitan dengan sesuatu yang merugikan.

Kau bisa fokus melakukan apa yang ingin kau lakukan. Dan kau bisa fokus pada apa yang ingin kau kembangkan. Siapapun kau, sesenyap apapun dunia mu. Aku disini ingin memberitahu mu bahwa kau berharga.

Selain modal social ada modal lainnya yang tak kalah berharga yang bisa kau maksimalkan untuk kesuksesan mu. Ada intelektual capital yang membuat mu mampu menciptakan banyak hal dengan dunia mu. Tapi belajarlh untuk hangat dan jangan menjadi pribadi yang dingin. Buka sedikit hati

mu untuk belajar memahami orang lain dan belajar mengerti kebutuhan orang lain. Tugas mu adalah menciptakan sesuatu yang berharga dan berguna untuk orang lain apapun bidang mu. Dan, kau akan temukan bahwa diri mu sangat berharga melebihi apa yang kau ketahui dari diri mu sejak awal

Apa itu Modal Intelektual?

Kekayaan intelektual adalah nilai pengetahuan, keterampilan, pelatihan bisnis, atau informasi kepemilikan perusahaan atau organisasi, atau informasi kepemilikan apa pun yang dapat memberikan keunggulan kompetitif (Moore,2017). Modal intelektual dianggap sebagai aset, dan

secara luas dapat didefinisikan sebagai kumpulan dari semua sumber daya informasi yang dimiliki perusahaan yang dapat digunakan untuk mendorong keuntungan, mendapatkan pelanggan baru, membuat produk baru, atau meningkatkan bisnis. Ini adalah jumlah dari keahlian karyawan, proses organisasi, dan hal-hal tak berwujud lainnya yang berkontribusi pada keuntungan perusahaan.

Beberapa himpunan bagian dari modal intelektual termasuk modal manusia, modal informasi, kesadaran merek dan modal instruksional.

Memahami Modal Intelektual

Modal intelektual adalah aset bisnis, meskipun mengukurnya adalah tugas yang sangat subjektif.

Aset untuk perusahaan ini tidak dibukukan di neraca sebagai "modal intelektual"; sebaliknya, sejauh mungkin, ia diintegrasikan ke dalam kekayaan intelektual (sebagai bagian dari intangible dan goodwill di neraca), yang dengan sendirinya sulit untuk diukur.

Perusahaan menghabiskan banyak waktu dan sumber daya untuk mengembangkan keahlian manajemen dan melatih karyawan mereka di

bidang khusus bisnis untuk menambah 'kapasitas mental', bisa dikatakan, perusahaan mereka. Modal yang digunakan untuk meningkatkan modal intelektual ini memberikan keuntungan bagi perusahaan, meskipun sulit diukur, tetapi sesuatu yang dapat berkontribusi terhadap nilai bisnis selama bertahun-tahun.

Berbagai metode ada untuk mengukur modal intelektual tetapi tidak ada konsistensi atau standar seragam yang diterima di industri. Misalnya, Balanced Scorecard mengukur empat perspektif karyawan sebagai bagian dari upaya untuk mengukur modal intelektual. Perspektifnya adalah

keuangan, pelanggan, proses internal, dan kapasitas organisasi.

Di sisi lain, perusahaan Denmark, Skandia, menganggap transformasi modal manusia menjadi modal struktural sebagai misi modal intelektual. Perusahaan telah merancang struktur seperti rumah dengan fokus keuangan sebagai atap, fokus pelanggan dan atap proses sebagai dinding, dan fokus pengembangan dan terbarukan untuk keberlanjutan sebagai platform untuk mengukur modal intelektual.

Karena sifat samar-samar dan ciri khas modal intelektual, ia juga disebut

sebagai aset tak berwujud dan lingkungan.

Buat kamu yang merasa sendirian dan merasa tidak memiliki teman. Sabar ya, kau bisa fokus mengembangkan Intellectual capital mu dan menjadikan diri mu sendiri sebagai sahabat baik mu.

1.3. Lihat Keluar

Setelah kau memahami dirimu setelah kau memahami lingkungan mu dan teman-teman mu (atau orang lain disekitar mu). Lihatlah diluar lingkaran hidup mu ada banyak peluang yang bisa dikolaborasikan dengan apa yang kau miliki didalam dirimu.

Untuk kamu yang penyendiri didalam kamar. Kau bisa melihat keluar dari layar komputer mu melalui akses internet mu. Atau pergilah ke cafe dan akses internet mu. Carilah peluang di luar sana. Para penyendiri cenderung bisa lebih aktif dan fokus di dunia maya.

Bagi kau yang berbakat bersama teman-teman mu. Kembangkan modal social mu. Fahami siapa saja pendukung mu dan majulah bersama teman-teman mu menjadi team yang solid. Lihat diluar lingkungan mu dan lingkaran hidup mu ada banyak

peluang di luar sana kau adalah para pengelanan dan penakluk jalanan.

Para penyendiri bisa memaksimalkan modal intelektualnya dan para pegiat sosial bisa memaksimalkan modal sosial dan emosionalnya.

Setiap orang adalah unik. Dan, tugas utama mu sebelum berbisnis adalah memahami diri mu sendiri, orang-orang terdekat mu dan lingkungan mu. Jika kau memahami itu semua tentukan pilihan mu. Memulai dari diri mu sendiri dengan segala yang kau miliki saat ini atau berjuang bersama teman - teman mu sebagai team yang solid.

Bab 2

Semuanya Berisiko

2.1. Ketahui Resiko Usaha Mu

Setiap keputusan yang diambil pasti diikuti oleh resiko dan biaya peluang. Apapun yang kita putuskan dalam hidup pasti ada resiko dan peluang dibalik itu semua.

Tidak ada manusia yang mampu berada ditempat berbeda dalam waktu yang sama. Artinya setiap kita memilih melakukan sesuatu kita akan kehilangan kesempatan untuk melakukan sesuatu yang lain. Begitu juga dalam keputusan bisnis selalu diikuti oleh biaya peluang dan resiko di belakangnya.

Apa itu Biaya Peluang?

Biaya peluang mewakili potensi keuntungan yang hilang dari individu, investor, atau bisnis saat memilih satu alternatif daripada yang lain. Ide biaya peluang adalah konsep utama dalam ekonomi.

Karena menurut definisi biaya peluang tidak terlihat, biaya peluang dapat dengan mudah diabaikan jika tidak hati-hati. Memahami potensi kehilangan peluang dengan memilih satu investasi di atas investasi lainnya memungkinkan pengambilan keputusan yang lebih baik.

Sementara laporan keuangan tidak menunjukkan biaya peluang, pemilik bisnis sering menggunakan konsep tersebut untuk membuat keputusan cerdas ketika mereka memiliki banyak pilihan sebelumnya. Kemacetan, misalnya, sering kali disebabkan oleh biaya peluang.

Rumus dan Perhitungan Biaya Peluang

Biaya Peluang = FO - CO

dimana:

FO = Kembali dengan opsi sebelumnya yang terbaik

CO = Pengembalian opsi yang dipilih

Rumus untuk menghitung biaya peluang hanyalah selisih antara hasil yang diharapkan dari setiap opsi.

Katakanlah kamu memiliki opsi A: berinvestasi di pasar saham dengan harapan memperoleh pengembalian modal. Opsi B, di sisi lain adalah: menginvestasikan kembali uang kamu kembali ke dalam bisnis, mengharapkan peralatan yang lebih baru akan meningkatkan efisiensi produksi, yang mengarah pada biaya operasional yang lebih rendah dan margin keuntungan yang lebih tinggi.

Asumsikan laba atas investasi yang diharapkan di pasar saham adalah 12 persen selama tahun depan, dan perusahaan kamu mengharapkan pembaruan peralatan menghasilkan laba 10 persen selama periode yang

sama. Biaya peluang untuk memilih peralatan di pasar saham adalah (12% - 10%), yang sama dengan dua poin persentase. Dengan kata lain, dengan berinvestasi dalam bisnis, kamu akan kehilangan kesempatan untuk mendapatkan keuntungan yang lebih tinggi.

Perhitungan biaya peluang bisa diaplikasikan pada dunia bisnis dan kehidupan sehari-hari. Sehingga, apapun yang akan kau putuskan dan bisnis apa yang akan kau jalankan fahami bahwa kau akan kehilangan kesempatan melakukan hal lain dan atau peluang kehilangan bisnis yang

lain ketika memutuskan menjalani sebuah usaha.

Analisis biaya peluang juga memainkan peran penting dalam menentukan struktur modal bisnis.

Perusahaan mengeluarkan biaya dalam menerbitkan hutang dan modal ekuitas untuk mengkompensasi pemberi pinjaman dan pemegang saham atas risiko investasi, namun masing-masing juga membawa biaya peluang. Dana yang digunakan untuk melakukan pembayaran pinjaman, misalnya, tidak dapat diinvestasikan dalam saham atau obligasi, yang menawarkan potensi pendapatan investasi.

Membandingkan Investasi

Saat menilai potensi profitabilitas berbagai investasi, bisnis mencari opsi yang kemungkinan besar menghasilkan pengembalian terbesar. Seringkali, mereka dapat menentukan ini dengan melihat tingkat pengembalian yang diharapkan untuk sarana investasi. Namun, bisnis juga harus mempertimbangkan biaya peluang dari setiap opsi.

Asumsikan bahwa, dengan sejumlah uang untuk investasi, bisnis harus memilih antara menginvestasikan dana dalam sekuritas atau menggunakannya untuk membeli peralatan baru. Tidak peduli opsi mana yang dipilih bisnis,

potensi keuntungan yang diberikan dengan tidak berinvestasi pada opsi lain adalah biaya peluang. Memang, hal itu tidak bisa dihindari.

Biaya Peluang vs. Biaya Sunk

Perbedaan antara biaya peluang dan biaya hangus adalah perbedaan antara uang yang telah dihabiskan di masa lalu dan potensi pengembalian yang tidak diperoleh di masa depan atas investasi karena modal tersebut diinvestasikan di tempat lain. Membeli 1.000 saham perusahaan A seharga \$ 10 per saham, misalnya, mewakili sunk cost sebesar \$ 10.000. Ini adalah jumlah uang yang dibayarkan untuk melakukan investasi, dan mendapatkan

uang itu kembali membutuhkan likuidasi saham pada atau di atas harga beli. Tetapi biaya peluang malah bertanya di mana \$ 10.000 itu dapat digunakan dengan cara yang lebih baik.

Dari perspektif akuntansi, sunk cost juga dapat merujuk pada pengeluaran awal untuk membeli alat berat yang mahal, yang mungkin diamortisasi seiring waktu, tetapi tenggelam dalam arti kamu tidak akan mendapatkannya kembali. Biaya peluang akan mempertimbangkan pengembalian yang hilang yang mungkin diperoleh di tempat lain saat kamu membeli alat berat dengan pengembalian investasi

(ROI) yang diharapkan sebesar 5% vs. ROI dengan ROI 4%.

Sekali lagi, biaya peluang menggambarkan pengembalian yang bisa diperoleh seseorang jika dia menginvestasikan uangnya ke instrumen lain. Jadi, sementara 1.000 saham di perusahaan A pada akhirnya mungkin dijual seharga \$ 12 per saham, dengan laba bersih sebesar \$ 2.000, selama periode yang sama, perusahaan B meningkat nilainya dari \$ 10 per saham menjadi \$ 15. Dalam skenario ini, menginvestasikan \$ 10.000 di perusahaan A menghasilkan \$ 2.000, sementara jumlah yang sama yang diinvestasikan di perusahaan B akan

menghasilkan \$ 5.000 yang lebih besar. Selisih \$ 3.000 adalah biaya peluang untuk memilih perusahaan A daripada perusahaan B.

Sebagai investor yang telah memasukkan uang ke dalam investasi, kamu mungkin menemukan investasi lain yang menjanjikan keuntungan lebih besar. Biaya peluang untuk memegang aset yang berkinerja buruk dapat meningkat ke tempat opsi investasi rasional adalah menjual dan berinvestasi dalam investasi yang lebih menjanjikan.

Risiko vs. Biaya Peluang

Dalam ilmu ekonomi, risiko menggambarkan kemungkinan bahwa pengembalian investasi aktual dan yang diproyeksikan berbeda dan bahwa investor kehilangan sebagian atau semua pokok.

Biaya peluang berkaitan dengan kemungkinan bahwa pengembalian investasi yang dipilih lebih rendah daripada pengembalian investasi yang hilang. Perbedaan utamanya adalah bahwa risiko membandingkan kinerja investasi yang sebenarnya dengan kinerja yang diproyeksikan dari investasi yang sama, sedangkan biaya peluang membandingkan kinerja

sebenarnya dari suatu investasi dengan kinerja aktual dari investasi yang berbeda. Namun, seseorang dapat mempertimbangkan biaya peluang ketika memutuskan di antara dua profil risiko. Jika investasi A berisiko tetapi memiliki ROI 25% sedangkan investasi B jauh lebih berisiko tetapi hanya memiliki ROI 5%, meskipun investasi A mungkin berhasil, mungkin tidak. Dan jika gagal, maka biaya peluang untuk menggunakan opsi B akan menonjol.

2.2. Rencanakan Strategi Mu

Setelah memahami adanya biaya peluang dan resiko dalam setiap keputusan bisnis sekaligus ada peluang

dan harapan untuk tumbuh dan berkembang. Kita tidak bisa diam yang dimana diam sendiri juga beresiko dan kehilangan kesempatan dalam bentuk waktu untuk sesuatu yang berpotensi menguntungkan.

Apapun yang kita lakukan , ada peluang dan resiko dibaliknya meskipun kita hanya diam saja tetap berbiaya yaitu peluang yang hilang atas detik waktu yang kita gunakan untuk diam. Oleh karena itu kita membutuhkan strategi.

Dalam konteks bisnis, dalam buku ini kita membahas strategi bisnis yang mungkin bisa kamu terapkan dalam

membangun bisnis. Tapi, jangan lupa bahwa setiap keputusan mu dikehidupan sehari-hari mengandung biaya peluang, resiko dan peluang untuk membuat kehidupan mu lebih baik termasuk keputusan untuk membuka usaha sendiri dan termasuk juga tidak melakukan apapun. Karena tidak melakukan apapun adalah sebuah keputusan juga.

Untuk membangun strategi bisnis, tentunya kamu harus tau dan mengerti tentang strategi bisnis dan tipe strategi bisnis secara umum. Setelah memahaminya, kamu bisa merumuskan sendiri strategi bisnis mu

sesuai dengan bisnis yang paling kamu mengerti, fahami dan inginkan.

Bisnis yang berbeda memiliki tujuan yang berbeda dan mengambil rute yang berbeda untuk memenuhi tujuan tersebut. Rute-rute ini merupakan strategi bisnis dari bisnis-bisnis yang dijalani setiap orang.

Meskipun mudah untuk memahami definisi strategi bisnis, terkadang merupakan tugas berat untuk membentuk dan menjalankan strategi yang berhasil.

Apa Itu Strategi Bisnis?

Strategi bisnis dapat didefinisikan sebagai penggabungan semua

keputusan yang diambil dan tindakan yang dilakukan oleh bisnis untuk mencapai tujuan bisnis dan mengamankan posisi kompetitif di pasar.

Ini adalah tulang punggung bisnis karena merupakan peta jalan yang mengarah ke tujuan yang diinginkan. Setiap kesalahan dalam peta jalan ini dapat mengakibatkan bisnis tersesat di tengah kerumunan pesaing yang sangat banyak.

Pada tahap ini, penting untuk memperjelas beberapa aspek penting. Strategi bukan hanya jalur yang dihitung, tetapi sering kali

merupakan pilihan filosofis tentang cara kerja dunia.

Biasanya, dibutuhkan waktu bertahun-tahun dan, terkadang, juga puluhan tahun agar sebuah strategi dapat dijalankan. Dan begitu itu menjadi layak. Namun, ingat kembali, bahwa semuanya butuh proses. Rencanakan strategi bisnis mu setelah kamu memahami apa itu strategi bisnis dan terapkan dalam hidup mu dan bisnis mu. Jangan mengejar kesempurnaan yang terpenting maksimalkan yang kamu bisa dan lakukan

Tujuan bisnis tanpa strategi hanyalah mimpi. Ini tidak kurang dari taruhan

jika kamu masuk ke pasar tanpa strategi yang terencana dengan baik.

Dengan meningkatnya persaingan, pentingnya strategi bisnis menjadi jelas dan terdapat peningkatan besar dalam jenis strategi bisnis yang digunakan oleh bisnis. Berikut lima alasan mengapa strategi diperlukan untuk bisnis kamu.

1. Strategi adalah bagian dari perencanaan bisnis. Tanpanya hanya membuat bisnis mu mudah dikalahkan oleh pesaing mu atau hancur ditengah jalan.Strategi bisnis adalah bagian dari rencana bisnis. Sementara rencana bisnis menetapkan tujuan dan sasaran,

strategi memberi kamu cara untuk memenuhi tujuan tersebut. Ini adalah rencana untuk mencapai tempat yang kamu inginkan.

2. Setiap orang pasti memiliki kelemahan dan kelebihan, termasuk kamu. Tidak ada orang yang sempurna. Seringkali, kamu mengetahui tentang kekuatan dan kelemahan kamu yang sebenarnya saat merumuskan strategi. Selain itu, ini juga membantu kamu memanfaatkan apa yang kamu kuasai dan menggunakannya untuk menutupi kelemahan kamu (atau menghilangkannya).

3. Setiap orang memiliki keterbatasan. Baik keterbatasan modal cash, keterbatasan sumber daya manusia,

keterbatasan bahan baku dan yang pasti setiap orang memiliki batasan waktu yang sama yaitu 24 jam sehari. Tidak ada orang yang memiliki waktu lebih dari atau kurang dari 24 jam dalam sehari. Waktu adalah sumber daya paling adil sedunia karena waktu yang dimiliki dalam satu hari, satu jam bahkan satu menit adalah sama. Karena setiap orang memiliki keterbatasan termasuk kamu, kamu butuh efektifitas dan efisiensi dari apa yang kamu miliki baik uang, waktu atau sumber daya manusia. Ketika setiap langkah direncanakan, setiap sumber daya dialokasikan, dan semua orang tahu apa yang harus dilakukan,

aktivitas bisnis menjadi lebih efisien dan efektif secara otomatis.

4. Setiap orang adalah unik dan memiliki keunggulan yang berbeda. Strategi bisnis berfokus pada memanfaatkan kekuatan bisnis dan menggunakannya sebagai keunggulan kompetitif untuk memposisikan merek dengan cara yang unik. Ini memberikan identitas pada bisnis dan membuatnya unik di mata pelanggan.

5. Kamu perlu mengendalikan dirimu, hidup mu dan bisnis mu. Ini juga memutuskan jalan yang harus diikuti dan tujuan sementara yang akan dicapai. Ini memudahkan untuk mengontrol aktivitas dan melihat apakah berjalan sesuai rencana.

Tipe strategi bisnis secara umum

Jenis strategi Bisnis yang digunakan akan tergantung pada tujuan jangka pendek dan jangka panjang yang ingin dicapai, pasar sasaran, industri dan persaingan perusahaan. Keberhasilan strategi ini jelas akan tergantung jika perusahaan mampu menarik di atas margin keuntungan industri sekaligus menjadi pemimpin pasar.

Untuk itu fahami dirimu, orang-orang sekitar mu termasuk pesaing mu dan lingkungan mu.

Secara umum strategi bisnis dibagi tiga tipe yaitu Cost leadership, differentiation, dan Focus Strategies.

1. Cost Leadership Strategies :

Strategi di mana perusahaan memberi harga produknya dengan biaya serendah mungkin, untuk menembus dan / atau mempertahankan posisi kepemimpinannya dalam pasar adalah Strategi Kepemimpinan Biaya.

Daya tarik strategi ini untuk konsumen berupa orang-orang yang sadar biaya. Dengan kata lain, kelas pelanggan yang sensitif terhadap harga adalah segmen sasaran perusahaan dan semua kegiatan bisnis direncanakan sesuai,

mulai dari pengadaan bahan baku hingga distribusi dan pemasaran. Ini adalah salah satu jenis strategi Bisnis yang digunakan oleh perusahaan top seperti Walmart dan Amazon, yang menjual produk dengan janji biaya rendah.

Berpikir dari sudut pandang perusahaan, misalkan sebuah perusahaan ingin memproduksi telepon seluler murah. Sekarang di sini, cara, serta tujuan dari ini, akan menjaga biaya tetap rendah sehingga produk akhir diberi harga yang sesuai sambil menjaga margin keuntungan tidak terganggu. Salah satu cara untuk mencapai hal ini adalah dengan

mengurangi biaya operasi yang akan mengurangi biaya produksi sambil mempertahankan keuntungan, cara lain adalah mencapai skala ekonomi, dimana perusahaan akan melakukan produksi massal dengan menggunakan aset secara berlebihan dan cara ketiga adalah mempertahankan kontrol atas rantai nilai seperti pembelian massal untuk mengurangi biaya pengadaan.

Untuk mengurangi biaya pengoperasian, kamu perlu menstandarkan produk dan mencapai keluaran yang optimal. Hal ini mengurangi biaya overhead dan menyebarkan biaya tetap ke seluruh bagian produksi.

Penggunaan aset yang tinggi adalah cara lain, di mana perusahaan akan mempertahankan volume output yang tinggi sambil menggunakan aset mereka dalam skala besar untuk mencapai output yang lebih besar.

Penggunaan aset yang masif akan menyebabkan biaya tetap menyebar ke seluruh produk, sehingga mengurangi biaya per unit dan mencapai Skala Ekonomi. Bagi banyak industri, ini adalah cara dan hasil untuk mencapai biaya produksi yang rendah dan, pada gilirannya, mencapai diferensiasi biaya.

Untuk mempertahankan kendali atas rantai nilai, perusahaan harus mencapai kendali atas semua kelompok fungsional seperti pengadaan, keuangan, inventaris, dll. Pengadaan dalam jumlah besar dari vendor yang dikenal atau akses unik ke bahan baku, mencapai manajemen inventaris efisiensi tinggi, Pembelian Just-in-time akan menjadi beberapa cara untuk mencapai hal ini.

Perusahaan besar dan pemimpin pasar dapat memanfaatkan strategi kepemimpinan biaya tetapi tidak dengan perusahaan baru yang berskala kecil atau menengah. Risiko dalam menerapkan strategi ini adalah retensi

pelanggan. Jika pesaing meluncurkan produk dengan harga lebih rendah, kemungkinan retensi pelanggan batal. Selain itu, peningkatan biaya dan fluktuasi ekonomi dapat mempengaruhi perusahaan secara serius. Selain itu, penetapan harga produk di bawah rata-rata industri dengan tetap menjaga kualitas tidak dapat dilakukan oleh setiap perusahaan.

2. Differentiation Strategies :

Ketika produk dibedakan dengan keistimewaannya yang unik atau unique selling point (USP) untuk bersaing dan menang secara efektif, maka dikenal dengan strategi

diferensiasi. Bedakan produk atau layanan kamu, berapa pun biayanya, dan tawarkan kepada pelanggan dengan harga lebih tinggi (biasanya pasar khusus). Ini adalah Jenis Strategi Bisnis yang digunakan oleh Apple, sebuah perusahaan yang menjanjikan produk yang berbeda kepada pelanggannya.

Strategi ini justru kebalikan dari Strategi Biaya, di mana di sini, audiens target jauh dari sensitif terhadap harga. Sebaliknya mereka sadar kualitas atau berfokus pada kualitas, dan mereka tidak keberatan membayar ekstra jika itu adalah sesuatu yang unik yang mereka dapatkan.

Dalam kasus diferensiasi, biaya awal jauh di atas rata-rata industri karena penawarannya unik, termasuk paten, IPR, dan lebih sedikit pesaing. Karenanya, pricingnya adalah premium.

Tidak seperti Strategi Kepemimpinan Biaya, loyalitas pelanggan sangat tinggi dalam diferensiasi, sama seperti tingkat keuntungan, yang membentuk keunggulan. Hal ini juga melibatkan biaya produksi per unit yang tinggi, tetapi dapat dengan mudah diperoleh kembali dari harga produk yang di atas rata-rata. Tidak seperti kepemimpinan Biaya, banyak organisasi dapat

mengikuti strategi ini dengan penawaran unik mereka.

Dalam hal layanan, titik diferensiasinya adalah kesopanan, ketersediaan, keahlian, dan lokasi karyawan. Meski hampir identik, produk dan layanan dapat dibedakan dengan promosi dan iklan. Namun, iklan untuk produk khusus ini harus unik dan menarik.

3. Focus Strategies :

Seperti namanya, strategi ini hanya diterapkan untuk audiens pasar kecil (Ceruk pasar) tertentu dengan kebutuhan khusus. Pasar sasaran memiliki kebutuhan unik dan untuk

memenuhi kebutuhan inilah yang menjadi fokus perusahaan. Terserah perusahaan untuk membebaskan premi atau mempertahankannya di bawah rata-rata untuk produk ini. Biasanya perusahaan yang menerapkan strategi ini akan memilih pasar sasaran dengan pesaing rendah atau tanpa pesaing dan dengan tujuan untuk mencapai keunggulan bersaing. Ini adalah salah satu Jenis Strategi Bisnis terkuat karena memiliki permintaan yang pasti di pasar. Strategi ini harus menargetkan segmen pasar yang kurang rentan terhadap substitusi atau di mana persaingan paling lemah untuk mendapatkan laba atas investasi di atas rata-rata.

Jenis Fokus Strategi Bisnis dibagi menjadi dua bagian yaitu Strategi Biaya Terfokus dan strategi Diferensiasi Terfokus.

1. Dalam fokus biaya, harga disesuaikan dengan kebutuhan khusus untuk melayani sekelompok orang tertentu. Ini tidak berarti harga lebih rendah, sebaliknya, harga mungkin lebih tinggi.

2. Dalam kasus strategi diferensiasi Terfokus, perusahaan yang bersaing berdasarkan keunikan dan menargetkan tanda yang sempit mengikuti strategi diferensiasi terfokus. Perusahaan-perusahaan ini berfokus

pada kebutuhan khusus pelanggan dan hanya melayani mereka.

Pilihan strategi dan implementasinya sangat penting bagi perusahaan bisnis karena strategi akan membantu perusahaan mencapai keunggulan kompetitif yang berkelanjutan dan membantu dalam keputusan bisnis jangka panjang dan pendek. Selain itu, keputusan penting seperti Pemasaran, penganggaran, Perkiraan penjualan, dan perluasan bisnis didasarkan pada pilihan dan implementasi strategi.

Jadi fahami dirimu, fahami orang di sekitar mu, fahami lingkungan mu dan rencanakan strategi mu.

2.3. Jangan Lupa Pintu Belakang dan Rencana Keluar

Exit plan diperlukan untuk mengamankan masa depan keuangan pemilik bisnis, tetapi banyak yang tidak berpikir untuk membuatnya sampai mereka siap untuk pergi.

Semua dokumen perencanaan bisnis yang baik memiliki rencana keluar bisnis yang jelas yang menguraikan kemungkinan besar strategi keluar sejak hari pertama.

Mungkin tampak aneh untuk mengembangkan rencana keluar bisnis secepat ini, untuk mengantisipasi hari kamu akan meninggalkan bisnis kamu,

tetapi calon investor ingin mengetahui rencana jangka panjang kamu. Rencana keluar kamu harus jelas di benak kamu karena rencana itu akan menentukan cara kamu mengoperasikan perusahaan.

Menetapkan strategi keluar biasanya bukan hal pertama yang dipikirkan pengusaha saat memulai bisnis. Namun, ketika tiba waktunya untuk pergi, memiliki rencana yang solid membantu memastikan masa depan keuangan yang sukses.

Apa Itu Strategi Keluar Bisnis?

Strategi keluar bisnis adalah rencana strategis pengusaha untuk menjual

kepemilikannya di suatu perusahaan kepada investor atau perusahaan lain. Strategi keluar memberi pemilik bisnis cara untuk mengurangi atau melikuidasi sahamnya dalam bisnis dan, jika bisnis berhasil, menghasilkan keuntungan besar. Jika bisnis tidak berhasil, strategi keluar (atau "rencana keluar") memungkinkan pengusaha untuk membatasi kerugian. Strategi keluar juga dapat digunakan oleh investor seperti pemodal ventura untuk merencanakan penarikan tunai dari investasi.

Sederhananya exit plan adalah rencana tentang bagaimana meninggalkan bisnis pada kondisi tertentu untuk

menyelamatkan aset pemilik termasuk aset pendiri sekaligus pemodal pada kondisi tertentu misalkan kebangkrutan atau sudah ditentukan batas waktu bisnis sejak awal atau alasan lain yang masuk akal.

Memahami Strategi Keluar Bisnis

Idealnya, seorang wirausahawan akan mengembangkan strategi keluar dalam rencana bisnis awal mereka sebelum terjun ke bisnis. Pilihan exit plan dapat mempengaruhi keputusan pengembangan bisnis. Jenis strategi keluar yang umum termasuk penawaran umum perdana (IPO),

akuisisi strategis, dan pembelian manajemen (MBO).

Strategi keluar yang dipilih wirausahawan bergantung pada banyak faktor, seperti seberapa besar kendali atau keterlibatan (jika ada) yang ingin mereka pertahankan dalam bisnis, apakah mereka ingin perusahaan dijalankan dengan cara yang sama setelah kepergian mereka, atau apakah mereka 'bersedia melihatnya bergeser, asalkan mereka dibayar dengan baik untuk menandatangani.

Misalnya, akuisisi strategis akan membebaskan pendiri dari tanggung jawab mereka sendiri dan berarti

pendiri melepaskan kendali. IPO sering dipandang sebagai cawan suci dari strategi keluar karena sering membawa prestise dan hasil tertinggi. Di sisi lain, kebangkrutan dipandang sebagai cara yang paling tidak diinginkan untuk keluar dari bisnis.

Aspek kunci dari strategi keluar adalah penilaian bisnis, dan beberapa spesialis dapat membantu pemilik bisnis (dan pembeli) memeriksa keuangan perusahaan untuk menentukan nilai wajar. Ada juga manajer transisi yang berperan membantu penjual dengan strategi keluar bisnis mereka.

Strategi keluar bisnis yang berbeda juga menawarkan tingkat likuiditas yang berbeda kepada pemilik bisnis. Menjual kepemilikan melalui akuisisi strategis, misalnya, dapat menawarkan jumlah likuiditas terbesar dalam kerangka waktu tersingkat, tergantung pada bagaimana struktur akuisisi. Daya tarik dari strategi keluar yang diberikan akan bergantung pada kondisi pasar juga; misalnya, IPO mungkin bukan strategi keluar terbaik selama resesi, dan pembelian manajemen mungkin tidak menarik bagi pembeli saat suku bunga tinggi.

Jenis strategi keluar terbaik juga bergantung pada jenis dan ukuran

bisnis. Seorang mitra di kantor medis mungkin mendapatkan keuntungan dengan menjual ke salah satu mitra lain yang ada, sementara strategi keluar yang ideal dari pemilik tunggal mungkin hanya menghasilkan uang sebanyak mungkin, kemudian menutup bisnis. Jika perusahaan memiliki banyak pendiri, atau jika ada pemegang saham substansial selain para pendiri, kepentingan pihak-pihak lain ini juga harus diperhitungkan dalam pemilihan strategi keluar.

Bab 3

Bisnis dan Skenario Resiko

3.1. Bayangkan sebelum Anda berbisnis

Sebelum memahami apa itu resiko bisnis, kita mulai dengan memahami apa itu bisnis.

Dengan memahami apa itu bisnis, kamu bisa mengerti langkah apa yang bisa kamu ambil dan mengimajinasikan seperti apa bisnis kamu kedepannya. Jadi, sebelum memulai bisnis pastikan kamu memiliki pemahaman yang jelas tentang apa yang dimaksud dengan bisnis, serta aktivitas terkait bisnis apa pun Itu termasuk mengetahui

undang-undang atau hukum bisnis, baik secara nasional maupun lokal.

Pengetahuan ini akan membantu kamu menghindari penalti dan denda, yang dapat melumpuhkan atau mengakhiri bisnis mu segera setelah dimulai. Informasi ini juga akan membantu Anda mengembangkan rencana bisnis yang kuat untuk awal yang sukses di pasar.

Bisnis umumnya mengacu pada organisasi yang mencari keuntungan dengan menyediakan barang atau jasa sebagai imbalan pembayaran. Namun, bisnis tidak perlu menghasilkan keuntungan untuk dianggap sebagai

bisnis. Mengejar keuntungan, dengan sendirinya, menjadikan organisasi sebagai bisnis. sebagian besar bisnis mendaftar ke pemerintah dalam kapasitas tertentu. Individu yang menjalankan bisnis atas nama mereka sendiri mungkin tidak perlu mendaftarkan bisnis mereka ke pemerintah, tetapi mereka mungkin kehilangan pemotongan pajak dan kredit, seperti pengurangan bisnis kecil, yang tidak dapat diklaim oleh individu.

Beberapa pekerja lepas, penghobi, dan orang-orang dengan pertunjukan sampingan mungkin akan terkejut mengetahui bahwa mereka benar-benar terlibat dalam bisnis dan perlu

menyatakan pendapatan bisnis mereka, sesuai dengan cara pemerintah mereka mendefinisikan bisnis.

Apa Itu Bisnis?

Bisnis adalah setiap entitas yang mencari keuntungan dari suatu aktivitas (Raabe,et al,2016).

Bisnis adalah istilah yang luas, tetapi aktivitas mencari keuntungan ini umumnya mencakup penyediaan barang atau jasa yang diinginkan atau dibutuhkan orang. Bisnis mungkin mengalami kerugian, tetapi itu tidak menghentikan mereka untuk menjadi bisnis. Dari sudut pandang mendefinisikan bisnis, yang penting

adalah entitas mencari keuntungan dari apa yang dilakukannya.

Keuntungan tidak harus mengacu pada pembayaran tunai secara ketat. Ini bisa merujuk ke sekuritas lain, seperti saham dan cryptocurrency, atau merujuk pada perdagangan gaya barter dari satu barang atau layanan dengan barang lain.

Bisnis didefinisikan sebagai organisasi atau badan usaha yang bergerak dalam kegiatan komersial, industri, atau profesional. Bisnis dapat berupa entitas nirlaba, atau organisasi nirlaba yang beroperasi untuk memenuhi misi amal atau tujuan sosial (Girard, et al, 2015).

Istilah "bisnis" juga mengacu pada upaya dan aktivitas terorganisir individu untuk memproduksi dan menjual barang dan jasa untuk mendapatkan keuntungan. Skala bisnis berkisar dari kepemilikan perseorangan hingga perusahaan internasional. Beberapa jalur teori terlibat dengan pemahaman administrasi bisnis, termasuk perilaku organisasi, teori organisasi, dan manajemen strategis.

Memahami Bisnis

Umumnya, bisnis dimulai dengan konsep bisnis (ide) dan nama. Bergantung pada sifat bisnis, riset

pasar yang ekstensif mungkin diperlukan untuk menentukan apakah mengubah ide menjadi bisnis layak dan memberikan nilai kepada konsumen. Nama bisnis bisa menjadi salah satu aset paling berharga dari sebuah perusahaan; pertimbangan yang cermat harus diberikan saat memilihnya. Bisnis yang beroperasi dengan nama fiktif harus terdaftar di negara bagian.

Bisnis paling sering terbentuk setelah mengembangkan rencana bisnis, yang merupakan dokumen formal yang merinci tujuan dan sasaran bisnis dan strateginya tentang bagaimana itu akan mencapai tujuan dan sasaran. Rencana

bisnis hampir penting saat meminjam modal untuk memulai operasi.

Penting juga untuk menentukan struktur hukum bisnis. Bergantung pada jenis bisnisnya, mungkin perlu mendapatkan izin, mematuhi persyaratan pendaftaran, dan mendapatkan izin untuk beroperasi secara legal. Di banyak negara, perusahaan dianggap badan hukum, artinya bisnis dapat memiliki properti, berutang, dan dituntut di pengadilan.

Jenis Bisnis

Ada banyak jenis model bisnis, dan bisnis biasanya beroperasi di lebih dari

satu area secara bersamaan. Namun, untuk menggeneralisasi kategori bisnis, secara umum ada tiga yaitu :

1. Layanan, seperti restoran
2. Manufaktur, seperti pabrik industri
3. Retail, seperti toko pakaian

Di luar jenis produk atau layanan yang disediakan, bisnis juga dapat diklasifikasikan berdasarkan ukuran dan struktur hukumnya.

Struktur Bisnis

Banyak bisnis mengatur diri mereka sendiri di sekitar hierarki atau birokrasi, di mana posisi di sebuah perusahaan telah menetapkan peran dan tanggung jawab. Struktur yang paling umum

termasuk perseorangan, kemitraan, korporasi, dan perseroan terbatas .

1. Perseorangan.

Kepemilikan perseorangan adalah bisnis yang dimiliki dan dioperasikan oleh satu orang perorangan. Tidak ada pemisahan hukum antara bisnis dan pemilik; Pajak bisnis dan kewajiban hukum menjadi milik pemilik.

2. Kemitraan.

Kemitraan adalah hubungan bisnis antara dua orang atau lebih yang bergabung untuk menjalankan bisnis. Setiap mitra menyumbangkan sumber daya dan uang untuk bisnis dan berbagi keuntungan dan kerugian

bisnis. Keuntungan dan kerugian bersama dicatat pada pengembalian pajak masing-masing mitra.

3. Korporasi.

Korporasi adalah bisnis di mana sekelompok orang bertindak bersama sebagai satu kesatuan; paling umum, pemilik perusahaan adalah pemegang saham yang mempertukarkan pertimbangan untuk saham biasa perusahaan. Memasukkan bisnis membebaskan pemilik dari kewajiban keuangan dari kewajiban bisnis; Namun, perusahaan memiliki aturan perpajakan yang tidak menguntungkan bagi pemilik bisnis.

Memahami Resiko Bisnis

Risiko bisnis adalah eksposur yang dimiliki perusahaan atau organisasi terhadap faktor-faktor yang akan menurunkan keuntungannya atau menyebabkannya gagal (Bejinariu,2020). Apa pun yang mengancam kemampuan perusahaan untuk mencapai tujuan keuangannya dianggap sebagai risiko bisnis. Banyak faktor yang dapat bertemu untuk menciptakan risiko bisnis. Terkadang kepemimpinan atau manajemen puncak perusahaan yang menciptakan situasi di mana bisnis dapat menghadapi risiko yang lebih besar. Namun, terkadang penyebab risiko ada di luar perusahaan. Karena itu,

perusahaan tidak dapat sepenuhnya melindungi dirinya dari risiko. Namun, ada cara untuk memitigasi keseluruhan risiko yang terkait dengan pengoperasian bisnis; kebanyakan perusahaan mencapai ini dengan mengadopsi strategi manajemen risiko.

Ketika sebuah perusahaan mengalami tingkat risiko bisnis yang tinggi, hal tersebut dapat mengganggu kemampuannya untuk memberikan pengembalian yang memadai kepada investor dan pemangku kepentingan. Misalnya, CEO suatu perusahaan mungkin membuat keputusan tertentu yang memengaruhi labanya, atau CEO

tersebut mungkin tidak secara akurat mengantisipasi peristiwa tertentu di masa depan, yang menyebabkan bisnis mengalami kerugian atau kegagalan.

Risiko bisnis dipengaruhi oleh sejumlah faktor berbeda termasuk:

Preferensi konsumen, permintaan, dan volume penjualan

Harga per unit dan biaya input

Kompetisi

Iklim ekonomi secara keseluruhan

Regulasi pemerintah

Perusahaan dengan jumlah risiko bisnis yang lebih tinggi dapat memutuskan untuk mengadopsi

struktur modal dengan rasio hutang yang lebih rendah untuk memastikan bahwa ia dapat memenuhi kewajiban keuangannya setiap saat. Dengan rasio hutang yang rendah, ketika pendapatan turun, perusahaan mungkin tidak dapat membayar utangnya (dan ini dapat menyebabkan kebangkrutan). Di sisi lain, ketika pendapatan meningkat, perusahaan dengan rasio utang yang rendah mengalami keuntungan yang lebih besar dan mampu memenuhi kewajibannya.

Untuk menghitung risiko, analis menggunakan empat rasio sederhana: margin kontribusi, efek leverage operasi, efek leverage keuangan, dan

efek leverage total. Untuk perhitungan yang lebih kompleks, analis dapat memasukkan metode statistik. Risiko bisnis biasanya terjadi dalam salah satu dari empat cara: risiko strategis, risiko kepatuhan, risiko operasional, dan risiko reputasi.

Risiko bisnis mengacu pada ancaman terhadap kemampuan perusahaan untuk mencapai tujuan keuangannya. Dalam bisnis, risiko berarti bahwa rencana perusahaan atau organisasi mungkin tidak seperti yang direncanakan semula atau mungkin tidak memenuhi targetnya atau mencapai tujuannya.

Risiko tersebut tidak selalu dapat disalahkan pada pemilik perusahaan, karena risiko dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor eksternal, yang dapat berupa kenaikan harga bahan baku untuk produksi, meningkatnya persaingan, atau perubahan atau penambahan peraturan pemerintah yang ada.

Risiko melekat pada setiap lingkungan dan bisnis. Mereka tidak dapat dihindari dan, oleh karena itu, harus ditangani secara langsung untuk meminimalkan dampaknya. Langkah pertama dalam manajemen risiko adalah mengidentifikasi risiko untuk

menghasilkan strategi manajemen risiko.

Bagaimana Mengidentifikasi Risiko Bisnis

Menjalankan bisnis memiliki banyak jenis risiko. Beberapa dari potensi bahaya ini dapat menghancurkan bisnis, sementara yang lain dapat menyebabkan kerusakan serius yang memakan biaya dan waktu perbaikan. Terlepas dari risiko tersirat dalam menjalankan bisnis, CEO dan pejabat manajemen risiko dapat mengantisipasi dan mempersiapkan terlepas dari ukuran bisnis mereka.

Berikut beberapa langkah mengidentifikasi resiko bisnis.

1. Analisis sumber-sumber yang dapat memicu masalah

Penting untuk mengidentifikasi dan menganalisis sumber yang dapat menyebabkan masalah. Pemicu risiko dapat bersifat internal atau eksternal.

Jika risiko menjadi kenyataan, bisnis yang dipersiapkan dengan baik dapat meminimalkan dampak pada pendapatan, kehilangan waktu dan produktivitas, serta dampak negatif

pada pelanggan. Untuk pemula dan bisnis yang sudah mapan, kemampuan untuk mengidentifikasi risiko adalah bagian penting dari perencanaan bisnis strategis. Risiko diidentifikasi dengan beberapa cara. Strategi untuk mengidentifikasi risiko-risiko ini bergantung pada analisis aktivitas bisnis spesifik perusahaan secara komprehensif. Sebagian besar organisasi menghadapi ancaman yang dapat dicegah, strategis, dan eksternal yang dapat dikelola melalui penerimaan, transfer, pengurangan, atau eliminasi. Di bawah ini adalah jenis utama risiko yang dihadapi perusahaan:

Risiko Fisik

Risiko bangunan adalah jenis risiko fisik yang paling umum. Pikirkan tentang kebakaran atau ledakan. Untuk mengelola risiko bangunan dan risiko bagi karyawan

Risiko Lokasi

Di antara bahaya lokasi yang dihadapi bisnis adalah kebakaran di dekatnya, kerusakan akibat badai, banjir, angin topan atau tornado, gempa bumi, dan bencana alam lainnya. Karyawan harus terbiasa dengan jalan masuk dan keluar dari lingkungan di semua sisi tempat bisnis. Orang-orang harus menyimpan bahan bakar yang cukup di dalam kendaraan mereka untuk keluar masuk area tersebut. Asuransi kewajiban atau

properti dan kecelakaan sering digunakan untuk mentransfer beban keuangan dari risiko lokasi kepada pihak ketiga atau perusahaan asuransi bisnis.

Resiko Manusia

Penyalahgunaan alkohol dan obat-obatan merupakan risiko utama bagi personel di tempat kerja. Jika perlu, karyawan yang mengalami penyalahgunaan alkohol atau obat-obatan harus didesak untuk mencari perawatan, konseling, dan rehabilitasi. Beberapa polis asuransi mungkin memberikan perlindungan parsial untuk biaya pengobatan.

Perlindungan terhadap penggelapan, pencurian, dan penipuan mungkin sulit, tetapi ini adalah kejahatan umum di tempat kerja.

Sistem persyaratan tanda tangan ganda untuk cek, faktur, dan verifikasi hutang dapat membantu mencegah penggelapan dan penipuan.

Prosedur akuntansi yang ketat dapat menemukan penggelapan atau penipuan. Pemeriksaan latar belakang menyeluruh sebelum mempekerjakan personel dapat mengungkap pelanggaran sebelumnya di masa lalu pelamar. Meskipun ini mungkin bukan alasan untuk menolak mempekerjakan

pelamar, hal ini akan membantu departemen sumber daya manusia menghindari menempatkan karyawan baru dalam posisi kritis di mana karyawan tersebut terbuka terhadap godaan.

Penyakit atau cedera di antara tenaga kerja merupakan masalah potensial. Untuk mencegah hilangnya produktivitas, tugaskan dan latih personel cadangan untuk menangani pekerjaan penting karyawan saat mereka tidak hadir karena masalah yang berhubungan dengan kesehatan.

Risiko Teknologi

Pemadaman listrik mungkin merupakan risiko teknologi yang paling umum. Pembangkit listrik tenaga gas tambahan adalah sistem cadangan yang andal untuk menyediakan listrik untuk penerangan dan fungsi lainnya. Pabrik manufaktur menggunakan beberapa generator tambahan yang besar untuk menjaga pabrik tetap beroperasi sampai daya utilitas pulih.

Komputer mungkin tetap aktif dan berjalan dengan baterai cadangan berkinerja tinggi. Lonjakan listrik dapat terjadi selama badai petir (atau secara acak), sehingga organisasi harus melengkapi sistem bisnis penting

dengan perangkat pelindung lonjakan arus untuk menghindari hilangnya dokumen dan kerusakan peralatan. Buat sistem cadangan data offline dan online untuk melindungi dokumen penting.

Meskipun kegagalan telepon dan komunikasi relatif jarang terjadi, manajer risiko dapat mempertimbangkan untuk menyediakan telepon seluler perusahaan yang digunakan secara darurat kepada personel yang penggunaan telepon atau internetnya penting untuk bisnis mereka.

Risiko Strategis

Risiko strategi sama sekali tidak diinginkan. Lembaga keuangan seperti bank atau credit unions mengambil risiko strategi saat memberikan pinjaman kepada konsumen.

Pada saat yang sama, perusahaan farmasi dihadapkan pada risiko strategi dengan meneliti dan mengembangkan obat baru. Masing-masing risiko terkait strategi ini melekat dalam tujuan bisnis organisasi. Ketika terstruktur secara efisien, penerimaan risiko strategi dapat menciptakan operasi yang sangat menguntungkan.

Perusahaan yang terkena risiko strategi substansial dapat mengurangi potensi

konsekuensi negatif dengan menciptakan dan memelihara infrastruktur yang mendukung proyek berisiko tinggi.

Sebuah sistem yang dibuat untuk mengendalikan kesulitan keuangan yang terjadi ketika usaha berisiko gagal sering kali mencakup diversifikasi proyek saat ini, arus kas yang sehat, kemampuan untuk membiayai proyek baru secara terjangkau, dan proses komprehensif untuk meninjau dan menganalisis laba atas investasi masa depan usaha potensial.

2. Bertindak sekarang

Manajer tidak boleh menunggu potensi masalah menjadi masalah nyata sebelum mereka mulai melakukan sesuatu. Saat suatu masalah dianggap sebagai ancaman, masalah tersebut harus segera ditangani oleh eksekutif perusahaan dengan menyusun rencana tindakan jika risiko tersebut benar-benar menjadi perhatian penuh yang dihadapi perusahaan.

3. Libatkan karyawan

Mengidentifikasi risiko bukanlah tanggung jawab manajer dan pejabat tingkat atas. Manajemen harus melibatkan karyawannya dalam mengidentifikasi risiko yang mereka lihat di departemennya masing-masing

dan melatih mereka untuk menangani risiko tersebut di level mereka.

4. Buat daftar risiko khusus industri

Dengan melihat ke dalam industri tempat perusahaan beroperasi, manajer akan dapat mengidentifikasi kemungkinan risiko yang mungkin dihadapi bisnis. Jika risiko yang sama terjadi pada perusahaan lain di industri yang sama, ada kemungkinan hal itu juga akan terjadi pada perusahaan Anda. Oleh karena itu, para pelaku bisnis harus siap dengan daftar solusi atau langkah-langkah untuk mengatasi risiko tersebut.

5. Buat catatan risiko

Terkadang, risiko yang sama muncul berulang kali. Dengan mencatat semua risiko yang dialami perusahaan sejak dimulai, manajemen akan dapat melakukan review secara berkala atas kejadian-kejadian di masa lalu guna mendeteksi pola-pola yang dapat mempersiapkan perusahaan dengan lebih baik dalam menghadapi risiko di masa depan.

Dengan memahami bisnis dan resikonya, cobalah anda fahami dan imajinasikan bisnis seperti apa yang ingin kamu bangun. Pejamkan mata mu dan bayangkan serta simulasikan didalam pikiran mu. Setelah itu cari

tau apapun yang berhubungan dengan bisnis yang akan kamu kembangkan.

3.2. Penelitian Bisnis

Sebelum memulai sebuah usaha dan merencanakannya dengan matang, perlu dilakukan penelitian bisnis atau minimal pengamatan bisnis yang akan di jalankan dari sisi pasar , operasi dan estimasi cash flow serta tenaga manusia yang dibutuhkan.

Apa Itu Riset Bisnis?

Saat menjalankan bisnis, banyak keputusan yang harus diambil, seperti membuka cabang baru, mengembangkan produk baru, dan

merekrut karyawan. Atau memulai bisnis baru.

Pemilik bisnis dapat menggunakan penelitian untuk membuat keputusan yang bijak dan tepat. Ketika orang berbicara tentang penelitian bisnis, umumnya, mereka mengacu pada penelitian pemasaran bisnis yang membantu mengidentifikasi area tertentu untuk mengeluarkan uang untuk pengembangan dan periklanan.

Riset bisnis adalah proses memperoleh informasi rinci dari semua area bisnis dan menggunakan informasi tersebut untuk memaksimalkan penjualan dan keuntungan bisnis (Eriksson & Kovalainen,2015). Studi semacam itu

membantu perusahaan menentukan produk / layanan mana yang paling menguntungkan atau diminati. Dengan kata sederhana, dapat dikatakan sebagai perolehan informasi atau pengetahuan untuk tujuan profesional atau komersial untuk menentukan peluang dan tujuan bisnis.

Riset bisnis bisa dilakukan untuk apa saja. Secara umum, ketika orang berbicara tentang penelitian bisnis, itu berarti mengajukan pertanyaan penelitian untuk mengetahui di mana uang dapat dibelanjakan untuk meningkatkan penjualan, keuntungan, atau pangsa pasar. Penelitian semacam

itu penting untuk membuat keputusan yang bijak dan terinformasi.

Riset bisnis membantu membuat keputusan yang cerdas dan terinformasi serta mengidentifikasi area utama untuk menginvestasikan uang.

Mengapa riset bisnis penting?

Riset bisnis membantu bisnis memahami pola pembelian, preferensi, dan poin kesulitan pelanggan mereka, mendapatkan wawasan yang lebih dalam tentang pesaing, tren pasar saat ini, dan demografi. Menggunakan strategi yang efektif untuk memahami

permintaan dan penawaran pasar, bisnis selalu dapat menjadi yang terdepan dalam persaingan. Dengan menggunakan riset bisnis, mereka dapat mengurangi biaya dan merancang solusi yang ditujukan pada permintaan pasar dan target audiens.

Peluang kegagalan lebih sedikit dengan riset bisnis karena memberikan gambaran tentang target pelanggan dan waktu yang tepat untuk meluncurkan produk. Selain itu, dengan pemahaman yang mendalam tentang nilai merek, bisnis dapat terus berinovasi untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Ini penting untuk menumbuhkan pangsa pasar dan pendapatan. Analisis SWOT

dalam riset bisnis sangat penting untuk membuat keputusan yang tepat dan membuat bisnis sukses besar.

Penelitian adalah blok bangunan bisnis apa pun. Ini bertindak sebagai katalisator untuk berkembang di pasar. Jadi, jangan pernah meremehkan nilai riset pasar dan memanfaatkan manfaatnya untuk memberikan keunggulan ekstra bagi bisnis Anda.

Riset bisnis: Jenis dan metodologi

Dalam melakukan riset bisnis, ada beberapa alat dan metode yang membantu dalam menetapkan pasar untuk produk dan layanan bisnis.

Termasuk metode research. Penelitian bisnis diperlukan sebelum memulai usaha untuk memastikan usaha dapat dijalankan dengan baik.

Peneliti menggunakan berbagai metode penelitian untuk mengumpulkan data yang relevan sehingga perusahaan bisnis dapat membuat keputusan yang lebih bijak. Ada dua jenis metode utama untuk melakukan penelitian bisnis yaitu kualitatif dan kuantitatif.

Riset bisnis adalah bagian dari proses intelijen bisnis. Biasanya dilakukan untuk menentukan apakah suatu perusahaan dapat berhasil di wilayah

baru, memahami pesaing mereka, atau sekadar memilih pendekatan pemasaran produk. Penelitian ini dapat dilakukan dengan menggunakan metode penelitian kualitatif atau metode penelitian kuantitatif.

Metode penelitian kuantitatif

Penelitian kuantitatif mengambil semua ide dan opini yang telah Anda temukan dalam penelitian kualitatif dan mencoba untuk mengukur temuan dengan menghasilkan statistik atau bentuk data numerik lainnya. Ini tentang memiliki jumlah pembeli, bukan hanya kualitasnya.

Metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berhubungan dengan angka. Ini adalah penyelidikan empiris sistematis menggunakan teknik statistik, matematika, atau komputasi. Metode tersebut biasanya dimulai dengan pengumpulan data dan kemudian dilanjutkan ke analisis statistik dengan menggunakan berbagai metode. Berikut ini adalah beberapa metode penelitian yang digunakan untuk melakukan penelitian bisnis.

Penelitian survei

Riset survei adalah salah satu metode yang paling banyak digunakan untuk

mengumpulkan data, terutama untuk melakukan riset bisnis.

Survei melibatkan berbagai pertanyaan survei yang diajukan kepada audiens melalui berbagai jenis seperti polling online, survei online, kuesioner, dll. Saat ini, sebagian besar perusahaan besar menggunakan metode ini untuk mengumpulkan data dan memahami pasar serta membuat keputusan bisnis yang tepat.

Berbagai jenis survei seperti survei cross-sectional yang diperlukan untuk mengumpulkan data dari sekumpulan audiens pada titik waktu tertentu, atau survei longitudinal yang diperlukan untuk mengumpulkan data dari

sekumpulan audiens di berbagai durasi waktu untuk memahami perubahan dalam perilaku responden digunakan untuk melakukan penelitian survei. Dengan kemajuan teknologi, survei kini dapat dikirim secara online melalui email atau media sosial.

Penelitian korelasional

Penelitian korelasional dilakukan untuk memahami hubungan antara dua entitas dan apa dampak masing-masing entitas terhadap entitas lainnya. Dengan menggunakan metode analisis matematis, penelitian korelasional memungkinkan peneliti menghubungkan dua variabel atau

lebih. Penelitian semacam itu dapat membantu memahami pola, hubungan, tren, dll. Manipulasi satu variabel dimungkinkan untuk mendapatkan hasil yang diinginkan juga. Secara umum, kesimpulan tidak dapat ditarik hanya berdasarkan penelitian korelasional.

Penelitian Perbandingan-Kausal

Penelitian kausal-komparatif adalah metode yang didasarkan pada perbandingan. Ini digunakan untuk menyimpulkan hubungan sebab-akibat antara variabel. Kadang-kadang juga dikenal sebagai penelitian kuasi-eksperimental, ini melibatkan

pembentukan variabel independen dan menganalisis pengaruhnya terhadap variabel dependen. Dalam penelitian semacam itu, manipulasi tidak dilakukan; Namun, perubahan diamati pada variabel atau kelompok di bawah pengaruh perubahan yang sama. Menarik kesimpulan melalui penelitian semacam itu sedikit rumit karena variabel independen dan dependen akan selalu ada dalam suatu kelompok; oleh karena itu semua parameter lain harus dipertimbangkan sebelum menarik kesimpulan dari penelitian.

Penelitian eksperimental

Penelitian eksperimental didasarkan pada upaya untuk membuktikan teori. Penelitian semacam itu mungkin berguna dalam penelitian bisnis karena dapat membuat perusahaan produksi mengetahui ciri perilaku konsumennya, yang dapat menghasilkan lebih banyak pendapatan. Dalam metode ini, sebuah eksperimen dilakukan pada audiens untuk mengamati dan kemudian menganalisis perilakunya ketika dipengaruhi oleh parameter tertentu.

Penelitian online / Penelitian literatur

Penelitian literatur adalah salah satu metode tertua yang tersedia. Penelitian ini sangat ekonomis, dan banyak informasi dapat dikumpulkan dengan menggunakan penelitian semacam itu. Riset online atau riset literatur melibatkan pengumpulan informasi dari dokumen-dokumen yang ada dan studi-studi yang tersedia di Perpustakaan, laporan tahunan, dll. Saat ini, dengan kemajuan teknologi, riset semacam itu menjadi lebih sederhana dan dapat diakses oleh semua orang. Seorang individu dapat secara langsung melakukan penelitian online untuk informasi yang dibutuhkan, yang akan memberinya

informasi mendalam tentang topik atau organisasi.

Riset semacam itu sebagian besar digunakan oleh pemasaran dan tenaga penjualan di sektor bisnis untuk memahami pasar atau pelanggannya. Penelitian tersebut dilakukan dengan menggunakan informasi yang tersedia dari berbagai sumber. Namun, kehati-hatian harus diberikan untuk memvalidasi sumber dari mana informasi akan dikumpulkan.

Metode Penelitian Kualitatif

Penelitian bisnis kualitatif adalah jenis penelitian eksplorasi. Bisnis menggunakannya untuk mendapatkan

wawasan tentang alasan, pendapat, dan motivasi mengapa sesuatu dilakukan.

Penelitian kualitatif dapat membantu mengungkap tren untuk menemukan pembeli yang paling sesuai untuk produk dan layanan bisnis.

Penelitian kualitatif adalah metode yang sangat penting dalam penelitian bisnis. Penelitian kualitatif melibatkan perolehan data melalui alat komunikasi percakapan terbuka. Penelitian semacam itu memungkinkan peneliti untuk memahami apa yang dipikirkan audiens dan mengapa dia memikirkannya. Dalam penelitian semacam itu, informasi yang

mendalam dapat dikumpulkan dari subjek tergantung pada tanggapan mereka. Ada berbagai macam jenis metode penelitian kualitatif seperti wawancara, focus group, penelitian etnografi, analisis isi, penelitian studi kasus yang banyak digunakan. Metode seperti itu sangat penting dalam penelitian bisnis karena memungkinkan peneliti untuk memahami konsumen. Apa yang memotivasi konsumen untuk membeli dan apa yang tidak akan menghasilkan penjualan yang lebih tinggi, yang merupakan tujuan utama bisnis apa pun.

Berikut adalah beberapa metode yang banyak digunakan di dunia saat ini oleh sebagian besar bisnis.

Wawancara

Wawancara agak mirip dengan survei, karena terkadang wawancara mungkin menggunakan pertanyaan yang sama. Perbedaannya adalah responden dapat menjawab pertanyaan terbuka tersebut dengan panjang lebar. Arah percakapan atau pertanyaan yang ditanyakan dapat diubah tergantung pada respon subjek. Metode seperti itu biasanya memberikan informasi rinci kepada peneliti tentang perspektif atau pendapat subjeknya.

Fokus Group

Fokus Group adalah sekumpulan individu yang dipilih secara khusus untuk memahami pendapat dan perilaku mereka. Biasanya sekelompok kecil kelompok yang dipilih, dengan mengingat parameter untuk audiens pasar sasaran mereka untuk mendiskusikan produk atau layanan tertentu. Metode seperti itu memungkinkan seorang peneliti dengan sampel yang lebih besar daripada wawancara atau studi kasus sambil memanfaatkan komunikasi percakapan.

Saat ini, kelompok fokus dapat dikirim survei online untuk mengumpulkan data dan menjawab pertanyaan mengapa dan bagaimana. Metode seperti itu sangat penting untuk menguji konsep atau produk baru sebelum diluncurkan di pasar.

Penelitian etnografi

Penelitian etnografi adalah salah satu penelitian yang paling menantang tetapi dapat memberikan hasil yang pasti. Penelitian semacam itu jarang digunakan, karena memakan waktu dan bisa mahal juga. Ini melibatkan peneliti untuk beradaptasi dengan

lingkungan alam dan mengamati target audiensnya untuk mengumpulkan data. Metode seperti itu umumnya digunakan untuk memahami budaya, tantangan, atau hal-hal lain dalam latar tertentu itu.

Penelitian studi kasus

Penelitian studi kasus adalah salah satu riset terpenting dalam bisnis. Ini juga digunakan sebagai jaminan pemasaran oleh sebagian besar bisnis untuk mendapatkan lebih banyak klien.

Penelitian studi kasus dilakukan untuk menilai kepuasan pelanggan,

mendokumentasikan tantangan, dan solusi perusahaan. Menggunakan kesimpulan ini dibuat untuk menunjukkan manfaat yang dinikmati pelanggan untuk memilih perusahaan spesifik mereka.

Penelitian semacam itu banyak digunakan di bidang lain seperti pendidikan, ilmu sosial, dan sejenisnya. Studi kasus disediakan oleh bisnis kepada klien baru untuk menunjukkan kemampuan mereka, dan karenanya penelitian semacam itu memainkan peran penting dalam sektor bisnis.

Pembuatan profil / penelitian pengunjung situs web

Survei intersepsi situs web atau pembuatan profil / penelitian pengunjung situs web telah muncul dan cukup membantu di sektor bisnis.

Penelitian ini adalah pendekatan inovatif untuk mengumpulkan umpan balik langsung dari pengunjung situs web Anda menggunakan survei.

Belakangan ini, banyak generasi bisnis terjadi secara online, oleh karena itu penting untuk memahami pengunjung situs web Anda karena mereka adalah pelanggan potensial Anda.

Mengumpulkan umpan balik sangat penting untuk bisnis apa pun karena tanpa memahami pelanggan, tidak ada bisnis yang bisa sukses. Perusahaan harus menjaga kepuasan pelanggannya dan berusaha menjadikan mereka pelanggan setia untuk tetap berada di puncak.

Survei intersepsi situs web adalah survei online yang memungkinkan Anda menargetkan pengunjung untuk memahami maksud mereka dan mengumpulkan masukan untuk mengevaluasi pengalaman online pelanggan. Informasi seperti niat pengunjung, jalur perilaku, dan

kepuasan situs web secara keseluruhan dapat dikumpulkan menggunakan ini.

Bergantung pada informasi apa yang dicari perusahaan, berbagai bentuk survei penyadapan situs web dapat mengumpulkan tanggapan. Beberapa yang populer adalah Pop-up atau disebut juga kotak Modal, dan survei di halaman.

Pentingnya Riset Bisnis

Riset bisnis adalah salah satu cara paling efektif untuk memahami pelanggan, pasar, dan pesaing. Riset semacam itu membantu perusahaan untuk memahami permintaan dan penawaran pasar. Menggunakan

penelitian semacam itu akan membantu bisnis mengurangi biaya dan menciptakan solusi atau produk yang ditargetkan untuk permintaan di pasar dan audiens yang tepat.

Riset bisnis internal dapat memungkinkan manajemen senior untuk membangun tim yang efektif atau melatih atau mentor bila diperlukan. Riset bisnis memungkinkan perusahaan melacak pesaingnya dan memberi Anda keunggulan untuk tetap di depan mereka.

Kegagalan dapat dihindari dengan melakukan penelitian karena dapat

memberikan gambaran kepada peneliti apakah waktunya tepat untuk meluncurkan produk / solusinya dan audiens yang tepat. Ini akan membantu memahami nilai merek dan mengukur kepuasan pelanggan, yang penting untuk terus berinovasi dan memenuhi permintaan pelanggan. Ini akan membantu perusahaan meningkatkan pendapatan dan pangsa pasarnya. Riset bisnis juga membantu merekrut kandidat ideal untuk berbagai peran di perusahaan. Dengan melakukan penelitian tersebut, perusahaan dapat melakukan analisis SWOT yaitu memahami kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Dengan bantuan informasi ini, keputusan bijak

dapat dibuat untuk memastikan kesuksesan bisnis.

Riset bisnis adalah langkah pertama yang dibutuhkan setiap pemilik bisnis untuk mendirikan bisnisnya, bertahan, atau unggul di pasar. Alasan utama mengapa penelitian semacam itu sangat penting adalah karena penelitian tersebut membantu bisnis untuk tumbuh dalam hal pendapatan, pangsa pasar, dan nilai merek.

3.3. Studi Kelayakan Bisnis

Sebuah bisnis mengandung peluang keuntungan sekaligus resiko kerugian. Bisnis juga membutuhkan modal. Tidak hanya modal uang tapi juga

waktu, pikiran tenaga dan lain sebagainya.

Setiap bisnis yang dijalankan berbiaya peluang berupa tak bisa menjalankan bisnis lain secara bersamaan. Untuk itu diperlukan keputusan yang bijak agar bisa mendapatkan keuntungan maksimal dan menjalankan bisnis yang layak.

Studi kelayakan bisnis diperlukan untuk mendapatkan keputusan terbaik dalam memilih pilihan peluang bisnis yang ada.

Apa itu Studi Kelayakan?

Studi kelayakan adalah analisis yang mempertimbangkan semua faktor proyek yang relevan termasuk pertimbangan ekonomi, teknis, hukum, dan penjadwalan untuk memastikan kemungkinan penyelesaian proyek yang berhasil. Manajer proyek menggunakan studi kelayakan untuk membedakan pro dan kontra menjalankan proyek sebelum menginvestasikan banyak waktu dan uang ke dalamnya.

Studi kelayakan juga dapat memberikan informasi penting kepada manajemen perusahaan yang dapat mencegah perusahaan memasuki bisnis berisiko secara membabi buta. Seperti

namanya, studi kelayakan dirancang untuk mengungkapkan apakah suatu proyek / rencana layak. Ini adalah penilaian kepraktisan proyek / rencana yang diusulkan.

Studi kelayakan adalah bagian dari tahap desain awal dari setiap proyek / rencana. Hal ini dilakukan untuk secara obyektif mengungkap kekuatan dan kelemahan dari proyek yang diusulkan atau bisnis yang ada. Ini dapat membantu mengidentifikasi dan menilai peluang dan ancaman di lingkungan alam, sumber daya yang diperlukan untuk proyek, dan prospek keberhasilan. Itu dilakukan untuk

menemukan jawaban atas pertanyaan-pertanyaan berikut:

Apakah perusahaan memiliki sumber daya dan teknologi yang diperlukan?

Akankah perusahaan menerima pengembalian investasi yang cukup tinggi?

Sebelum memasuki bisnis perlu difahami di pelajari dan dimengerti untuk meminimalkan resiko dan kegagalan dalam bisnis.

Bab 4

Rencanakan Bisnis Mu

4.1. Faktor Internal dan external Bisnis

Bisnis, seperti yang dilakukan di dunia kita saat ini, bersifat dinamis. Beberapa faktor mempengaruhi bisnis. Faktor-faktor ini dapat menjadi faktor internal bisnis. Faktor-faktor ini juga bisa berasal dari luar bisnis.

Faktor internal dan eksternal ini membentuk lingkungan bisnis dan faktor-faktor yang mempengaruhi bisnis. Faktor internal yang mempengaruhi bisnis adalah faktor karyawan, kepemimpinan, pemasok, pernyataan misi dan budaya organisasi. Ini adalah faktor-faktor yang dapat dikendalikan oleh bisnis.

Faktor eksternal yang mempengaruhi bisnis meliputi teknologi, pemerintah, dan kebijakannya, kekuatan dan elemen ekonomi, faktor sosial budaya, dan faktor internasional. Ini adalah faktor-faktor yang tidak dapat dikendalikan oleh bisnis.

Faktor internal dan eksternal memiliki pengaruh yang sangat besar terhadap keberhasilan atau kegagalan suatu bisnis. Pemilik bisnis tidak dapat mengontrol faktor eksternal, tetapi mereka harus mengantisipasi dan menyesuaikan dengan faktor-faktor ini untuk menjaga organisasi mereka tetap pada jalurnya. Namun, pemilik dan pemimpin bisnis memang memiliki

pengaruh signifikan terhadap faktor internal yang memengaruhi bisnis. Bagaimana mereka menangani faktor-faktor internal ini akan berdampak besar pada masa depan perusahaan mereka.

Faktor Internal yang Mempengaruhi Bisnis

Apa faktor internal sebuah perusahaan? Internal faktor sederhananya adalah faktor yang bisa dikendalikan oleh pengelola bisnis atau organisasi. Berikut beberapa faktor internal bisnis yang perlu diperhatikan dalam mengendalikan bisnis.

1. Kepemimpinan

Kepemimpinan mengacu pada orang-orang di organisasi Anda yang membuat semua keputusan penting terkait pembiayaan, anggaran, penjualan, pemasaran, dan sumber daya manusia. Perusahaan dengan kepemimpinan yang kuat memiliki visi yang jelas untuk masa depan, rencana untuk mencapai tujuan mereka, dan cara yang dapat diukur untuk mengukur kesuksesan. Mereka juga telah mengembangkan semacam struktur manajemen yang memungkinkan karyawan merasa diberdayakan sekaligus memenuhi tujuan produksi dan penjualan. Kepemimpinan yang lemah seperti kapal tanpa kemudi tanpa arah dan

terancam tenggelam. Pemimpin yang tidak memiliki visi yang kuat dan tidak mampu mengelola timnya dengan baik akan mengalami kesulitan untuk mencapai tujuan mereka.

2. Para karyawan

Bisnis yang kuat menampilkan pekerja termotivasi yang memahami ekspektasi manajemen dan diberikan alat, pelatihan, dukungan, dan dorongan untuk tidak hanya memenuhi ekspektasi tersebut tetapi juga untuk melampauinya. Tidaklah cukup bagi para pemimpin untuk mempekerjakan karyawan yang berkualitas karena setiap perusahaan yang baik melakukan hal yang sama.

Agar perusahaan secara konsisten menghasilkan hasil yang tinggi, manajer harus memastikan bahwa mereka terus berkomunikasi dengan karyawan. Masalah atau ketidakpuasan apa pun akan segera ditangani. Ketika karyawan merasa dihargai, mereka akan berusaha lebih keras untuk mempertahankan standar organisasi yang tinggi.

Karyawan mengacu pada tenaga kerja umum dari suatu organisasi atau bisnis. Mereka adalah orang-orang (Pria dan Wanita) yang terlibat dalam produksi.

Mereka mempengaruhi bisnis dalam lebih dari satu cara. Karyawan harus diperlakukan secara adil dan dengan rasa hormat karena perlakuan buruk apa pun terhadap karyawan dapat memengaruhi bisnis.

Salah satu cara karyawan mengungkapkan ketidakpuasannya adalah melalui pemogokan industri. Dan bila ini terjadi, dapat mempengaruhi produksi bisnis.

Pernyataan Misi

Apakah karyawan Anda mengerti mengapa perusahaan Anda ada? Dengan kata lain, apakah manajemen telah mengomunikasikan pernyataan

misi bisnis Anda, yang merupakan alasan mendasar Anda membuat produk tertentu dan menawarkan layanan tertentu? Menentukan 'mengapa' perusahaan daripada 'apa' perusahaan adalah kunci untuk memberikan motivasi dan dukungan kepada karyawan yang memengaruhi seberapa keras mereka bekerja, dan seberapa besar mereka percaya pada apa yang mereka lakukan.

Budaya Organisasi

Setiap organisasi memiliki budaya. Budaya organisasi bisa jadi baik atau buruk. Baik atau buruk dalam arti bagaimana hal itu mempengaruhi pencapaian tujuan dan sasaran bisnis.

Budaya organisasi mempengaruhi bisnis karena berkontribusi besar pada pencapaian tujuan bisnis.

Faktor Eksternal yang Mempengaruhi Bisnis

Banyak faktor diluar perusahaan atau organisasi yang mempengaruhi bisnis dan tidak bisa dikendalikan secara langsung.

Pesaing

Pesaing mengacu pada mereka yang berada di lini bisnis yang sama.

Kecuali Anda menemukan sesuatu yang unik, perusahaan lain dalam industri Anda menjual apa yang Anda jual. Itu berarti Anda harus waspada

terhadap pesaing Anda dan apa yang mereka lakukan di pasar dan menggunakan informasi tersebut untuk membedakan diri Anda dengan sebanyak mungkin cara. Meskipun Anda tidak dapat mengontrol apa yang dilakukan pesaing Anda, Anda dapat menemukan area kelemahan dalam pemasaran mereka dan menggunakannya untuk keuntungan Anda.

Pelanggan

Selera dan keinginan pelanggan terus berubah. Ini adalah tanggung jawab dan tujuan bisnis untuk memenuhi permintaan dan selera pelanggan yang berubah.

Ini berarti bahwa kepuasan pelanggan sangat penting untuk kesuksesan bisnis, dan setiap bisnis yang gagal memuaskan pelanggan akan segera gulung tikar.

Pelanggan tidak bisa diprediksi dan tidak dapat diprediksi, dan ketika Anda merasa Anda mendapatkan kesetiaan mereka, mereka beralih ke hal besar berikutnya. Anda tidak dapat mengontrol perilaku pelanggan, tetapi Anda dapat mempelajarinya dan mempelajari cara beradaptasi dengan perubahan yang dapat memengaruhi penjualan Anda. Ketika pelanggan menunjukkan bahwa mereka

menginginkan sesuatu yang tidak Anda tawarkan, Anda mungkin ingin mendengarkan dan mulai menawarkan apa yang mereka minta sebelum pesaing Anda melakukannya.

Pemasok

Pemasok menyediakan sumber daya untuk aktivitas produksi bisnis. Pemasok memengaruhi bisnis karena, sebagai sumber bahan mentah untuk produksi, ketika mereka gagal memasok bisnis dengan sumber daya yang dibutuhkan untuk produksi, hal itu memengaruhi produksi dan layanan bisnis kepada pelanggannya.

Ekonomi

Pemilik bisnis tidak dapat mengontrol ekonomi, tetapi mereka harus menanggapi indikator yang cenderung naik atau turun, kemudian menyesuaikan operasi mereka sendiri. Misalnya, jika ekonom meramalkan resesi, mungkin sudah waktunya untuk memperketat anggaran, menghilangkan beberapa proyek, dan tetap dalam pola penahanan sampai keadaan membaik. Namun, ketika ekonomi tumbuh dan suku bunga rendah, lebih mudah bagi Anda untuk mendapatkan pinjaman berbunga rendah untuk membantu mengembangkan bisnis Anda.

Kondisi ekonomi yang berlaku setiap saat mempengaruhi bisnis. Kekuatan ekonomi dan elemen yang dapat mempengaruhi bisnis adalah permintaan dan penawaran serta ketersediaan dan biaya modal. Selama masa resesi ekonomi, bisnis tidak berjalan dengan baik karena pengeluaran konsumen yang rendah mengalami resesi.

Teknologi

Teknologi sangat penting bagi sebuah bisnis karena menentukan seberapa baik sebuah bisnis melakukan produksi dan juga upaya pemasarannya.

Perkembangan teknologi baru dapat secara drastis mempengaruhi suatu industri sekaligus menciptakan yang baru.

Melalui teknologi bisnis melakukan produksi barang dan jasa. Teknologi terus berubah dan bisnis harus berusaha untuk mengikuti tren terbaru dan perkembangan teknologi untuk menghindari usang dengan penggunaan dan aplikasi teknologi usang.

Pemerintah dan Kebijakannya

Kegiatan pemerintah mempengaruhi bisnis. Prioritas pemerintah di bidang ekonomi tertentu memengaruhi bisnis.

Melalui intervensi pemerintah melalui badan-badannya, bisnis terpengaruh. Tingkat bunga dan pasar modal juga, dan mekanisme dan lembaga pemerintah lainnya mempengaruhi bisnis.

Kekuatan dan Elemen Ekonomi

Kondisi ekonomi yang berlaku setiap saat mempengaruhi bisnis. Kekuatan ekonomi dan elemen yang dapat mempengaruhi bisnis adalah permintaan dan penawaran serta ketersediaan dan biaya modal. Selama masa resesi ekonomi, bisnis tidak berjalan dengan baik karena

pengeluaran konsumen yang rendah mengalami resesi.

Faktor Sosial Budaya

Faktor sosial budaya yang mempengaruhi bisnis adalah permintaan, selera, dan preferensi barang dan jasa tertentu pada waktu tertentu oleh konsumen.

Faktor sosial budaya berhubungan dengan nilai dan adat istiadat yang dianut setiap masyarakat. Dalam masyarakat tertentu di mana makanan dan minuman tertentu tidak dikonsumsi di depan umum, hal ini mempengaruhi bisnis semacam itu di masyarakat tersebut.

Sebuah bisnis harus sangat memperhatikan faktor sosial budaya yang dapat mempengaruhi masyarakat di mana bisnis itu beroperasi.

Faktor Internasional

Dunia saat ini adalah komunitas global. Artinya, peristiwa di satu negara dapat berdampak serius di negara lain karena metode transportasi dan komunikasi modern. Biaya impor dan ekspor juga mempengaruhi bisnis.

4.2. SWOT Matric

Bagaimana produk diukur di pasar yang kompetitif? Matriks SWOT dan analisis yang dihasilkan dapat

membantu mendapatkan gambaran yang jelas tentang posisi organisasi.

SWOT adalah singkatan dari Strengths, Weaknesses, Opportunities, dan Threats. Keempat faktor ini membentuk MATRIKS SWOT.

SWOT mengacu pada S-Strengths, W-Weaknesses, O-Opportunities, dan T-Threats.

Analisis SWOT dapat mengukur kompetensi organisasi dan mengidentifikasi peluang yang akan diambil oleh manajemen bisnis di masa depan.

SWOT adalah suatu cara untuk menilai situasi perusahaan saat ini, produk, atau bahkan pesaing. Berbekal analisis ini, dapat merumuskan strategi untuk bergerak maju.

Dengan menggunakan SWOT, Organisasi dapat memperoleh gambaran lengkap tentang apa yang dihadapi secara internal dan eksternal, termasuk positif dan negatif dari situasi saat ini.

Organisasi melakukan Analisis SWOT untuk mengidentifikasi berbagai faktor yang dapat memengaruhi kinerja. Dengan kata lain, SWOT digunakan untuk memperbaiki keadaan saat ini.

Aspek internal diteliti dengan melihat Kekuatan dan Kelemahan bisnis seperti keterampilan dan produk karyawan. Peluang dan Ancaman diperiksa untuk mengungkap faktor eksternal yang dihadapi bisnis, seperti pesaing atau situasi ekonomi. Berikut form SWOT

Strengths	Weaknesses
Opportunities	Threats

Dalam SWOT dapat dipetakan kondisi internal saat ini. Apa kelemahan dan kelebihan organisasi dapat dituliskan pada kolom Strengths untuk kelebihan

organisasi dan kolom Weaknesses untuk kekurangan organisasi.

Untuk faktor external dapat di masukkan pada kolom Opportunities untuk peluang organisasi dan kolom Threats untuk faktor eksternal yang mengancam organisasi.

Matriks SWOT

Matriks SWOT adalah ilustrasi empat. Baris teratas mencantumkan kekuatan dan kelemahan produk atau organisasi yang sedang dipertimbangkan. Daftar ini didasarkan pada tampilan Anda saat ini. Daftar di bawah tajuk tebal adalah area umum untuk dipertimbangkan

saat menilai tampilan internal. Hal Ini termasuk hal-hal seperti:

- Kemampuan Produk
- Kompetensi Perusahaan
- Posisi Pasar
- Sumber kunci
- Proses atau Kualitas Kuat
- Kemitraan Utama
- Peluang dan Ancaman

Bagian bawah Matriks SWOT berkaitan dengan Peluang dan Ancaman. Unsur-unsur perhatian ini di luar perusahaan Anda. Mereka meliputi tren atau peristiwa yang dapat memengaruhi situasi perusahaan Anda di kemudian hari.

Peluang mengacu pada faktor-faktor yang dapat memengaruhi produk atau perusahaan Anda secara positif. Ancaman adalah kekuatan yang dapat berdampak negatif pada situasi. Analisis berfokus pada situasi yang berubah-ubah yang dapat dipengaruhi oleh:

- Gerakan di Pasar
- Kompetisi
- Teknologi
- Proses
- Sumber daya
- Mitra Anda

Berikut form SWOT Matrix untuk menggambarkan posisi organisasi dan

strategi menghadapi peluang dan ancaman dari faktor eksternal yang terdeteksi dengan kelebihan dan kelemahan dari faktor internal yang dimiliki

	Strengths (S)	Weaknesses(W)
Opportunities (O)	S O	W O
Threats (T)	S T	WT

Ingatlah bahwa tingkat atas (Kekuatan dan Kelemahan) menyangkut produk dan perusahaan dalam lanskap yang kompetitif. Tingkat bawah, Peluang, dan Ancaman berhubungan dengan tren dan situasi di pasar di luar perusahaan.

4.3. Canvas Model

Punya ide bisnis baru tetapi tidak tahu bagaimana cara mewujudkannya? Ingin meningkatkan model bisnis Anda yang sudah ada? Kewalahan dengan menulis rencana bisnis ? Ada teknik satu halaman yang dapat memberikan solusi yang kamu cari, dan itu adalah kanvas model bisnis.

Apa pun yang Anda pikirkan untuk dilakukan, Anda akan memerlukan beberapa rencana bisnis. Dan jenis rencana yang Anda perlukan akan bergantung pada tujuan Anda, jenis aktivitas yang Anda rencanakan, dan tingkat detail apa yang perlu Anda

sampaikan kepada pemangku kepentingan.

Dalam panduan ini, kamu akan mendapatkan penjelasan tentang kanvas model bisnis, bersama dengan langkah-langkah cara membuatnya. Semua template kanvas model bisnis.

Canvas Model menggambarkan bagaimana perusahaan menciptakan, memberikan, dan menangkap nilai. Setiap orang memiliki cara unik dalam memandang model bisnis. Ada peningkatan kebutuhan akan template seragam untuk mendefinisikan dan mendiskusikan model bisnis selama diskusi tentang ini. Template ini

berlaku untuk bisnis baru dan lama, di seluruh industri.

Apa itu Kanvas Model Bisnis

Canvas Model bisnis merupakan sebuah rencana yang menggambarkan bagaimana sebuah bisnis. Canvas Model Ini menjelaskan siapa basis pelanggan dan bagaimana memberikan nilai kepada mereka, dan detail pembiayaan terkait. Dan kanvas model bisnis memungkinkan menentukan berbagai komponen ini pada satu halaman.

Kanvas model bisnis adalah alat manajemen strategis yang memungkinkan untuk

memvisualisasikan dan menilai ide atau konsep bisnis. Canvas model adalah dokumen satu halaman yang berisi sembilan kotak yang mewakili berbagai elemen fundamental bisnis.

Kanvas model bisnis mengalahkan rencana bisnis tradisional yang mencakup beberapa halaman dengan menawarkan cara yang lebih mudah untuk memahami elemen inti yang berbeda.

Sisi kanan kanvas berfokus pada pelanggan atau pasar (faktor eksternal yang tidak Anda kendalikan). Sebaliknya, sisi kiri kanvas berfokus pada bisnis (sebagian besar faktor

internal di bawah kendali Anda). Anda mendapatkan proposisi nilai yang mewakili pertukaran nilai antara bisnis Anda dan pelanggan Anda di tengah.

Business Model Canvas adalah ringkasan satu halaman dari detail strategis tingkat tinggi yang Anda butuhkan untuk mengembangkan, memelihara, dan memasarkan bisnis Anda. Template kanvas dibagi menjadi sembilan kotak yang membantu Anda fokus pada elemen terpenting dari bisnis atau produk.

Mengapa Anda Membutuhkan Model Bisnis Kanvas

Model Canvas memberikan gambaran singkat tentang model bisnis dan tidak memiliki detail yang tidak perlu dibandingkan dengan rencana bisnis tradisional.

Sifat visual dari kanvas model bisnis membuatnya lebih mudah untuk dirujuk dan dipahami oleh siapa pun.

Lebih mudah untuk mengedit, dan dapat dengan mudah dibagikan dengan karyawan dan pemangku kepentingan.

Perusahaan besar dan pemula dapat menggunakan kanvas model bisnis hanya dengan beberapa karyawan. Hal ini menjelaskan bagaimana berbagai aspek bisnis terkait satu sama lain.

Anda dapat menggunakan template Business Canvas Model untuk memandu sesi brainstorming dalam mendefinisikan model bisnis Anda secara efektif.

Cara Membuat Model Bisnis Kanvas

Ada sembilan blok bangunan dalam kanvas model bisnis dan itu adalah proposisi nilai pelanggan, segmen pelanggan, saluran, hubungan pelanggan, aliran pendapatan, sumber daya utama, mitra utama, aktivitas utama, dan struktur biaya.

Saat mengisi kanvas model bisnis, Anda akan bertukar pikiran dan

melakukan penelitian tentang masing-masing elemen ini. Data yang Anda kumpulkan dapat ditempatkan di setiap bagian kanvas yang relevan. Jadi siapkan kanvas model bisnis saat Anda memulai latihan. Berikut Template canvas model

KP	KA	VP	CR	CS
	KR		C	
CS		RS		

Kanvas Model Bisnis berisi kategori berikut untuk membantu menjawab pertanyaan penting tentang bisnis :

Value proposition (VP) : Nilai apa yang diberikan produk atau layanan Anda kepada pelanggan?

Key partners (KP): Siapa pemasok dan mitra Anda?

Key activities (KA): Apa yang perlu Anda lakukan agar model bisnis ini berhasil?

Key resources (KR): Siapa atau aset terpenting apa yang Anda perlukan agar model ini berhasil?

Customer relationships (CR): Bagaimana hubungan Anda dengan pelanggan dan pelanggan potensial?

Customer segments (CS): Siapa yang akan membeli produk Anda?

Channels (C): Bagaimana Anda akan menjangkau segmen pelanggan yang Anda pilih?

Cost structure (CS): Berapa biaya yang akan Anda keluarkan untuk mengoperasikan model bisnis Anda?

Revenue streams (RS): Bagaimana Anda akan menghasilkan pendapatan dari setiap segmen pelanggan?

Dokumen ini dirancang untuk menjadi representasi visual dari apa yang dibutuhkan untuk membuat atau menjaga kesuksesan bisnis. Hal ini memungkinkan organisasi dengan cepat meringkas bagaimana bisnis harus bekerja berdasarkan informasi yang dimiliki.

Business Model Canvas dimaksudkan untuk menjadi dokumen yang dapat diperbarui dengan cepat saat menguji teori dan asumsi.

Business Model Canvas mengategorikan proses dan aktivitas internal ke dalam 9 kategori terpisah, masing-masing mewakili blok bangunan dalam pembuatan produk atau layanan. Kategori-kategori ini mewakili empat aspek utama bisnis; pelanggan, penawaran, infrastruktur, dan kelayakan finansial. Kesembilan kategori tersebut terdaftar dan dijelaskan di bawah ini.

1. Segmen Pelanggan

Pai pelanggan total dibagi menjadi beberapa segmen berdasarkan bagaimana produk atau layanan organisasi memenuhi kebutuhan spesifik untuk segmen tersebut. Segmen pelanggan adalah bagian penting dari model bisnis organisasi. Ini adalah kunci untuk memastikan bahwa fitur produk selaras dengan karakteristik dan kebutuhan segmen.

Untuk melakukan segmentasi pelanggan yang efektif, perusahaan harus terlebih dahulu mengenal pelanggannya, baik melalui kebutuhannya saat ini maupun yang akan datang.

Organisasi kemudian harus membuat daftar pelanggannya berdasarkan prioritas, termasuk daftar pelanggan potensial di masa depan. Akhirnya, perusahaan harus melakukan penilaian menyeluruh terhadap pelanggannya dengan memahami kekuatan dan kelemahan mereka dan mengeksplorasi jenis pelanggan lain yang mungkin lebih menguntungkan perusahaan jika mereka fokus pada mereka.

Berbagai segmen pelanggan adalah sebagai berikut;

Pasar Massal: Sebuah organisasi yang memilih jenis segmen pelanggan ini

memberi dirinya banyak pelanggan potensial karena merasa bahwa produknya relevan di antara populasi umum. Produk potensial untuk organisasi semacam itu adalah Tepung. Pasar Khusus: Segmen pelanggan ini didasarkan pada kebutuhan yang sangat spesifik dan sifat unik dari kliennya.

Tersegmentasi: Organisasi yang mengadopsi pendekatan tersegmentasi membuat segmentasi lebih lanjut di segmen pelanggan utama mereka berdasarkan sedikit variasi dalam demografi pelanggan dan, akibatnya, kebutuhan mereka.

Diversifikasi: Organisasi dengan Segmen Pasar Diversifikasi fleksibel

dalam iterasi atau layanan produk atau layanannya, menyesuaikannya agar sesuai dengan kebutuhan segmen dengan kebutuhan atau sifat yang berbeda.

Platform / Pasar Multi-Sisi: Segmen jenis ini melayani pelanggan yang memiliki hubungan satu sama lain, yaitu situs blog membutuhkan sekelompok besar blogger aktif untuk menarik pengiklan. Dan mereka membutuhkan pengiklan untuk menciptakan arus kas. Karenanya, hanya dengan menarik kedua segmen, situs blog akan memiliki model bisnis yang sukses.

2. Proposisi Nilai

Proposisi nilai organisasi adalah kombinasi produk dan layanan yang diberikannya kepada pelanggannya. Osterwalder menyatakan bahwa penawaran ini harus unik dan mudah dibedakan dari persaingan. Proposisi nilai dapat dibagi menjadi dua kategori:

Kuantitatif: ini menekankan harga atau efisiensi produk atau layanan

Kualitatif: proposisi nilai ini menyoroti pengalaman dan hasil produk dan penggunaannya, hasilkan.

Proposisi nilai memberikan nilai melalui sejumlah atribut seperti penyesuaian, kinerja, "menyelesaikan

pekerjaan", merek / status, desain, kebaruan, harga, pengurangan biaya dan risiko, aksesibilitas, serta kemudahan / kegunaan.

Saat membuat proposisi nilai produk Anda, pertanyaan pertama yang harus ditanyakan oleh seorang wirausahawan adalah, masalah apa yang dia selesaikan melalui produk atau layanan yang ditawarkannya. Kemudian kita perlu melihat bagaimana produk, layanan, atau pengalaman keseluruhan dapat ditingkatkan sehingga memberikan nilai yang lebih besar daripada persaingan. Terakhir, sangatlah penting untuk mengidentifikasi nilai inti yang

diberikan bisnis Anda. Salah satu cara untuk mengidentifikasi nilai ini adalah agar pemilik menentukan apa yang dia ingin pelanggan ingat tentang interaksi mereka dengan perusahaan.

3. Saluran

Media yang digunakan organisasi untuk memberikan proposisi nilainya kepada segmen pelanggannya dikenal sebagai saluran. Ada berbagai pilihan saluran yang tersedia untuk organisasi, dan pemilihan didasarkan pada saluran yang tercepat, paling efisien dengan jumlah investasi paling sedikit yang diperlukan. Ada dua jenis saluran dasar; Saluran milik perusahaan seperti etalase toko atau Saluran Mitra seperti

Distributor. Perusahaan dapat memilih salah satu atau menggunakan kombinasi keduanya.

Bagi seorang pengusaha, langkah pertama dalam menangani saluran adalah mengidentifikasi saluran pelanggan. Titik kontak dengan pelanggan dapat dibatasi atau beragam tergantung pada strategi perusahaan. Kemudian dia perlu mengevaluasi kekuatan saluran tersebut dengan melakukan analisis SWOT pada saluran tersebut. Akhirnya, perusahaan dapat mengidentifikasi dan membangun saluran pelanggan baru.

4. Hubungan Pelanggan

Sebuah organisasi harus memilih jenis hubungan yang akan dimiliki dengan segmen pelanggannya untuk menciptakan kesuksesan dan keberlanjutan finansial. Hubungan Pelanggan dapat dikategorikan sebagai berikut;

Bantuan Pribadi: Dalam hubungan semacam ini perusahaan berinteraksi dengan pelanggan secara langsung melalui seorang karyawan yang memberikan sentuhan manusia dengan membantu pelanggan pra-penjualan, selama penjualan dan bahkan dapat memberikan layanan purna jual.

Bantuan Pribadi Khusus: Jenis hubungan ini ditandai dengan interaksi yang sangat erat antara pelanggan dan perusahaan melalui perwakilan berdedikasi yang diberikan sekumpulan klien dan secara pribadi bertanggung jawab atas seluruh pengalaman yang dimiliki pelanggan dengan perusahaan.

Layanan Mandiri:

Layanan Mandiri, menempatkan tanggung jawab pengalaman pelanggan pada alat yang disediakan perusahaan bagi pelanggan untuk melayani dirinya sendiri.

Layanan Otomatis: Ini adalah hubungan layanan mandiri yang disesuaikan di mana preferensi historis pelanggan diperhitungkan untuk meningkatkan pengalaman keseluruhan.

Komunitas: Di era elektronik saat ini, membuat komunitas klien memungkinkan organisasi untuk berkomunikasi dengan mereka secara langsung. Hal ini memungkinkan pengalaman klien yang lebih baik karena komunitas memungkinkan klien untuk berbagi pengalaman mereka dan menghasilkan tantangan dan solusi yang sama.

Kreasi bersama: Pelanggan memiliki pengaruh langsung dalam bentuk produk atau layanan perusahaan.

Bagi seorang wirausahawan, prioritasnya adalah mengidentifikasi jenis hubungan yang dia miliki dengan pelanggan. Kemudian nilai pelanggan harus dievaluasi dalam kaitannya dengan frekuensi pengeluarannya untuk produk dan jasa perusahaan. Pelanggan setia adalah hubungan yang harus menjadi tujuan perusahaan untuk berinvestasi karena mereka akan menghasilkan pendapatan yang stabil sepanjang tahun.

5. Arus Pendapatan

Aliran pendapatan adalah metodologi perusahaan untuk membuat segmen pelanggannya membeli produk atau layanannya. Aliran pendapatan dapat dibuat melalui cara-cara berikut;

Penjualan Aset: perusahaan menjual hak kepemilikan atas barang tersebut kepada pelanggan.

Biaya Penggunaan: perusahaan mengenakan biaya kepada pelanggan untuk penggunaan produk atau layanannya.

Biaya Langganan: perusahaan menagih pelanggan untuk penggunaan produk

atau layanannya secara teratur dan konsisten.

Lending / Leasing / Renting: pelanggan membayar untuk mendapatkan akses eksklusif ke produk untuk jangka waktu tertentu.

Perizinan: perusahaan mengenakan biaya untuk penggunaan kekayaan intelektualnya.

Biaya Perantara: perusahaan atau individu yang bertindak sebagai perantara antara dua pihak mengenakan biaya perantara untuk layanan mereka.

Periklanan: sebuah perusahaan mengenakan biaya kepada orang lain untuk mengiklankan produk mereka menggunakan media mereka.

Saat menyiapkan aliran pendapatan, penting untuk diketahui bahwa harga efektif untuk produk dan / atau layanan akan diperoleh melalui proses penghapusan. Iterasi harga yang berbeda harus dicantumkan dan dievaluasi. Pada akhirnya, penting untuk mengambil jeda iklan untuk merefleksikan kemungkinan jalan yang terbuka bagi Anda sebagai bisnis.

6. Sumber Daya Utama

Ini adalah aset organisasi yang mendasar tentang bagaimana ia memberikan nilai kepada pelanggannya. Sumber daya dapat dikategorikan sebagai manusia, keuangan, fisik, dan intelektual.

Bagi seorang wirausahawan, penting untuk memulai dengan membuat daftar sumber daya Anda. Ini memberi Anda gambaran yang jelas tentang produk akhir atau layanan apa yang perlu dibuat perusahaan Anda untuk pelanggan dan sumber daya mana yang dapat dikeluarkan, yang menghasilkan penghematan biaya bagi perusahaan Anda. Setelah daftar akhir sumber

daya tersedia, perusahaan dapat memutuskan berapa banyak yang perlu diinvestasikan dalam sumber daya utama ini untuk menjalankan bisnis yang berkelanjutan.

7. Aktivitas Utama

Aktivitas yang merupakan kunci untuk menghasilkan proposisi nilai perusahaan. Pengusaha harus memulai dengan membuat daftar aktivitas utama yang relevan dengan bisnisnya. Aktivitas ini adalah proses terpenting yang perlu terjadi agar model bisnis menjadi efektif. Kegiatan utama akan bertepatan dengan aliran pendapatan. Penting untuk mengevaluasi aktivitas mana yang menjadi kunci dengan

menambah atau menghapus beberapa dan mengevaluasi dampaknya.

8. Kemitraan Utama

Untuk menciptakan operasi yang efisien dan efisien serta mengurangi risiko yang terkait dengan model bisnis apa pun, organisasi membentuk kemitraan dengan pemasok berkualitas tinggi. Kemitraan utama adalah jaringan pemasok dan mitra yang saling melengkapi untuk menciptakan proposisi nilai mereka. Kemitraan dapat dikategorikan sebagai berikut;

- Aliansi strategis antara pesaing (juga dikenal sebagai koopetisi),

- Usaha patungan dan Hubungan antara pembeli dan pemasok.

Seorang wirausahawan harus mulai dengan mengidentifikasi mitra utamanya, diikuti dengan membuat rencana kemitraan di masa depan. Hal ini dapat dilakukan dengan mengevaluasi hubungan kemitraan untuk menilai karakteristik hubungan mana yang perlu ditingkatkan dan kemitraan seperti apa yang diperlukan di masa depan.

9. Struktur Biaya

Ini menentukan biaya menjalankan bisnis menurut model tertentu. Bisnis dapat didorong oleh biaya, yaitu,

berfokus pada meminimalkan investasi ke dalam bisnis, atau didorong oleh nilai, yaitu, berfokus pada pemberian nilai maksimum kepada pelanggan.

Berikut adalah beberapa ciri struktur biaya umum;

- Biaya Tetap: biaya yang tetap sama selama periode waktu tertentu
- Biaya Variabel: seperti namanya, biaya ini bervariasi sesuai dengan variasi dalam produksi
- Skala Ekonomi: biaya menurun seiring dengan peningkatan produksi
- Ruang Lingkup Ekonomi : biaya diturunkan dengan berinvestasi dalam bisnis yang terkait dengan produk inti.

Langkah pertama bagi seorang pengusaha adalah mengidentifikasi semua biaya yang terkait dengan bisnis, jelas.

Pemahaman yang realistis tentang biaya bisnis adalah salah satu ciri model bisnis yang baik.

Setelah identifikasi, penting untuk membuat daftar semua biaya di kanvas, ditampilkan secara visual, dan kemudian membuat rencana untuk setiap biaya. Beberapa biaya dapat diturunkan melalui langkah-langkah tertentu, sementara yang lain mungkin naik jika Anda memutuskan bahwa investasi di bagian tertentu akan

menguntungkan keuntungan di masa
depan.

Part 2

Mari Tentukan Pilihan

Pada part ini pembaca di minta
untuk mengambil pilihan
memulai bisnis secara mandiri
dan dimulai dari diri sendiri
atau membangun tim printis

Bab 5

Kenali Dirimu

5.1. Kenali Dirimu, Ekstrovet dan Introvet

Sebagian besar dari kita berpikir menjadi introvert atau ekstrover sesederhana jatuh ke dalam salah satu dari dua kotak. Apakah Anda lebih suka tinggal di rumah atau pergi bersama teman? Apakah Anda lebih suka menjadi pusat perhatian atau menjauh dari sorotan sebisa Anda?

Tapi kenyataannya, kepribadian Anda tidak begitu hitam dan putih. Tidak ada tipe murni dalam psikologi. Meskipun ekstroversi hanyalah salah satu bagian dari kepribadian kita, itu masih menjadi bagian besar dari cara kita

berpikir dan bertindak. Dan seberapa ekstrover atau introver kita dapat memengaruhi segalanya mulai dari pandangan sosial kita hingga hubungan kita hingga karir kita. Inilah yang perlu diketahui tentang dua ujung kutub kontinum dan menentukan di mana kamu jatuh.

Satu faktor yang menjadi inti dari banyak penilaian kepribadian adalah apakah Anda introver atau ekstrover. Anda mungkin memiliki kecenderungan tentang di mana Anda berbaring pada spektrum (tergantung pada seberapa ramah atau pemalu Anda) tetapi bagaimana Anda bisa tahu dengan pasti?

Ternyata, pertanyaan ekstrovert versus introvert cukup kompleks. Hal ini lebih dari sekadar jika kamu dianggap lebih pendiam atau banyak bicara. Dan karena memahami introversi vs. ekstroversi dapat membantu kita memahami diri sendiri dan orang lain dengan lebih baik berikut adalah penjelasan yang lebih mendalam tentang cara mengetahui siapa kita dan mengapa itu penting.

Meskipun setiap orang berbeda, berusaha memahami perbedaan antara kecenderungan introver dan ekstrover dapat menjadi alat yang berguna untuk memahami diri sendiri dan orang lain di sekitar Anda dengan lebih baik. Dan

memiliki lebih banyak kesadaran diri dapat membantu ketika segala sesuatunya terasa tidak nyaman dan tidak berjalan dengan baik dalam hidup. Mengetahui kecenderungan kita dapat membantu kita menemukan keseimbangan yang lebih baik saat kita merasa tidak fokus. Hal yang sama berlaku ketika konflik muncul dalam hubungan.

Apa artinya menjadi seorang introvert

Orang-orang di ujung spektrum yang introvert terkadang mendapat tanggapan yang buruk.

Sering dikatakan bahwa mereka:

- pemalu atau canggung secara sosial
- kurang keterampilan interpersonal yang kuat
- jangan menjadi pemimpin yang baik

Tetapi karakteristik ini sebenarnya tidak ada hubungannya dengan introversi, yang berarti energi mereka datang dari dalam bukan dari orang dan hal-hal di sekitar mereka.

Anda mungkin seorang introvert jika:

- Anda menikmati menghabiskan waktu sendirian
- Anda lebih suka waktu berkualitas dengan satu atau dua orang daripada menghabiskan waktu

dengan kelompok teman yang lebih besar

- Anda membutuhkan waktu sendiri untuk beristirahat dan memulihkan tenaga setelah hari kerja yang sibuk atau masa aktivitas
- Anda bisa tersesat dalam pikiran Anda dengan mudah dan membutuhkan waktu untuk memproses dan memikirkan banyak hal

Sifat introvert yang umum

- Mampu menghabiskan waktu dalam kesendirian
- Tidak suka menjadi pusat perhatian.

- Hargai hubungan satu lawan satu yang dekat
- Berpikirlah sebelum berbicara / tidak banyak bicara
- Butuh waktu sendiri untuk mengisi ulang dan merenung
- Lebih suka bekerja di lingkungan yang tenang dan mandiri
- Fokus secara mendalam dan pikirkan tentang minat tertentu.
- Bisa dilihat sebagai pendiam

Faktanya, selain masih memiliki hubungan yang baik, introvert juga bisa sangat sukses dalam karir mereka. Satu-satunya perbedaan adalah, mereka cenderung lebih condong ke peran yang memiliki elemen

kesendirian, seperti akuntansi, teknik, menulis, atau mengemudi truk jarak jauh.

Secara umum, orang yang introvert cenderung tidak memulai percakapan dengan orang yang tidak mereka kenal baik atau bahkan dengan orang yang mereka kenal baik.

Ini bisa berhubungan dengan preferensi untuk dialog internal dan refleksi. Tapi ketidaksukaan pada konflik juga bisa berperan.

Introvert seringkali memiliki kepekaan yang lebih tinggi terhadap umpan balik negatif. Jika khawatir seseorang akan

mengkritik mereka atau memandangi mereka dari sudut pandang yang buruk, mereka tidak akan tertarik untuk menempatkan diri mereka dalam situasi apa pun yang mengarah pada hasil tersebut.

Jika mereka bergabung dalam debat atau diskusi, kemungkinan besar mereka akan berbagi ide dalam bentuk tertulis, tanpa nama, atau keduanya. Menanggapi secara tertulis memberi mereka kesempatan untuk memikirkan apa yang ingin mereka katakan terlebih dahulu, yang mungkin terasa paling nyaman.

Orang-orang di ujung spektrum yang lebih tertutup sering menghabiskan banyak waktu di kepala mereka. Teman dan orang yang mereka cintai mungkin berkata mereka selalu berada di dunia mereka sendiri atau sesuatu yang serupa dengan itu.

Tapi dunia itu adalah tempat mereka melakukan pekerjaan terbaik mereka. Mereka mungkin memikirkan tantangan atau menggunakan imajinasi mereka untuk bertukar pikiran tentang ide-ide baru.

Berbagi pikiran dan perasaan itu dengan lantang mungkin tidak mudah bagi mereka, tetapi mungkin tampak

sangat wajar untuk menulis, mengilustrasikan, atau menyetelnya ke musik.

Seorang introver, bersosialisasi dapat menguras cadangan energi mereka, jadi mereka lebih suka mendengarkan dan menyerap apa yang terjadi di sekitar mereka.

Saat di tempat kerja, di antara teman, atau di lingkungan sosial lainnya, mereka biasanya duduk dengan nyaman di bagian belakang.

Mitos bahwa introvert pemalu atau cemas secara sosial berasal dari

kecenderungan alami untuk mengamati secara diam-diam.

Tentu, mereka mungkin menghindari obrolan ringan, lebih memilih untuk membiarkan kebisingan kerumunan membanjiri mereka, atau merasa lebih baik ketika mereka bisa mengabaikan semua orang dengan headphone.

Tetapi mereka juga mendengarkan dan menimbang ide dengan cermat, dan ketika dimintai pendapat, mereka sering kali memiliki ide berkualitas untuk disumbangkan.

Seorang yang introvet tidak berarti selalu menghindari orang, tetapi

mereka mungkin tidak memiliki jaringan sosial yang besar. Sebaliknya, mereka kemungkinan besar berbagi energi sosial yang tersedia dengan beberapa teman dekat.

Meskipun mereka tidak mudah berteman dan merasa tidak perlu memperluas lingkaran, mereka sangat menghargai orang yang membuat mereka nyaman.

Apa artinya menjadi lebih ekstrover

Orang yang cenderung berada di dekat ujung ekstrovert menarik energinya dari dunia luar: orang, tempat, dan benda di sekitar mereka.

Menjadi orang yang lebih ekstrover berarti mengembangkan energi orang-orang dan hal-hal di sekitar mereka.

Kamu mungkin ekstrovert jika:

- Kamu lebih suka menghabiskan waktu bersama orang lain dan tidak suka sendirian
- Kamu menyukai kerumunan, pesta, dan pertemuan lain dengan banyak orang baru
- Kamu supel, banyak bicara dan suka menjadi pusat perhatian

Sifat ekstrovert yang umum

- Punya jejaring sosial yang besar

- Nikmati menjadi pusat perhatian
- Cenderung untuk berpikir keras
- Buat keputusan cepat
- Dapatkan energi dengan berada di sekitar orang lain
- Ramah, antusias, dan positif
- Berkembang dalam pengaturan kerja yang berorientasi tim dan terbuka

Orang ekstrover cenderung merasa paling nyaman saat bekerja dengan orang lain, baik tugas itu proyek kerja, perencanaan pesta dengan teman, atau tugas sekolah.

Mereka dapat mengatur grup, menjaganya tetap berjalan lancar, atau bahkan melompat sebagai pemimpin.

Tidak peduli bagaimana mereka berpartisipasi, kemungkinan besar mereka merasa bersemangat untuk melakukan pekerjaan terbaik mereka ketika pekerjaan itu melibatkan kolaborasi aktif dengan orang lain.

Mereka tidak takut mengambil kesempatan untuk sesuatu yang belum pernah mereka lakukan sebelumnya, meskipun itu sedikit berisiko? Mungkin mereka merasa mudah untuk mengubah rencana atau beradaptasi dengan situasi baru.

Orang ekstrovert cenderung mengambil tindakan daripada merenung. Begitu mereka memutuskan untuk melakukan sesuatu, mereka biasanya melakukannya tanpa terlalu khawatir tentang apa yang mungkin terjadi.

Mereka mungkin tidak menghabiskan banyak waktu untuk mempertimbangkan semua hasil potensial, dan orang-orang bahkan mungkin menggambarkan mereka sebagai orang yang impulsif.

Orang ekstrover sering merasa lebih mudah untuk memahami dan

memecahkan masalah ketika mereka dapat membicarakannya, menyatakannya kembali dengan kata-kata mereka sendiri, atau mencari masukan dari orang lain.

Orang ekstrover biasanya memiliki sedikit atau tidak ada kesulitan dalam mengungkapkan pikiran, perasaan, dan pendapat. Ini dapat berkisar dari preferensi kecil, seperti makanan yang tidak disukai, hingga emosi yang lebih dalam, termasuk perasaan romantis.

Orang ekstrover mengisi ulang yang terbaik saat ditemani orang lain. Anda mungkin berpindah dari satu

lingkungan sosial ke lingkungan lain, suka memiliki orang-orang di sekitar Anda hampir sepanjang waktu dan menghindari menghabiskan waktu sendirian jika memungkinkan.

Orang ekstrover umumnya dikenal sangat ramah. Jika kamu termasuk dalam ujung spektrum ini, kamu mungkin:

- memiliki banyak teman
- senang bertemu orang baru
- merasa mudah untuk melakukan percakapan dari hati ke hati dengan orang asing atau orang yang tidak terlalu Anda kenal

Bisakah menjadi introver dan ekstrover?

Kamu tidak harus mengidentifikasi sebagai introvert atau ekstrovert. Ada begitu banyak jalan tengah di sini juga di mana kita sekarang melihat orang-orang menggambarkan diri mereka sebagai ekstrovert-introvert, Tidak apa-apa berada di tengah-tengah sini dan tidak merasa bahwa Anda termasuk dalam satu kategori yang berbeda.

Misalnya, jika kamu seorang ekstrover-introvert, kamu mungkin merasa bahwa kamu kebanyakan introvert, tetapi kamu tidak selalu lebih suka sendirian atau dalam kelompok

kecil, dan kamu dapat merasa bersemangat saat berada di sekitar kerumunan pada waktu yang tepat.

Mungkin kombinasi ciri-ciri dari kedua daftar tersebut paling sesuai dengan kepribadian seseorang. Misalnya, mereka mungkin meluangkan sedikit waktu untuk memikirkan keputusan yang mengandung risiko, tetapi kemudian mereka mengambil tindakan tegas tanpa menoleh ke belakang.

Tak masalah, kamu seorang introvert atau ekstrovert atau kombinasi keduanya. Yang terpenting adalah

kamu mampu memahami siapa kamu dan bagaimana kamu. Karena setiap manusia memiliki kelebihan dan potensi masing-masing, temukan potensi mu, hargai dan kembangkan.

5.2. Kenali Teman Mu, Teman Digital atau Teman Nyata

Teman yang membutuhkan memang teman. Pepatah ini telah ada selamanya. Kita semua tahu bahwa setiap orang yang bergaul dengan kita bukanlah teman sejati. Namun, terkadang itu bisa menjadi sangat rumit ketika kita sendiri tidak yakin siapa yang kita anggap sebagai teman kita.

Persahabatan harus menjadi sesuatu yang mudah dimengerti. Ada seseorang dalam hidup yang biasa diajak bicara secara teratur, berbagi perasaan dengannya, dan mereka membalas budi. Namun, sangat sulit akhir-akhir ini untuk mencari tahu siapa teman dan siapa yang bukan. Terkadang, yang menurut kita adalah sahabat, pada akhirnya menusuk kita dari belakang. Sebaliknya, beberapa pertemanan bisa datang dari orang yang paling tidak terduga.

Persahabatan adalah salah satu konsep yang menurut kita akan semakin mudah seiring bertambahnya usia, tetapi terkadang tampaknya menjadi

semakin kompleks. Pertama-tama mari kita lihat definisi teman.

Seorang teman adalah seseorang selain keluarga atau kekasih yang sangat dekat (Sow & Friedman,2020). Teman mampu berbagi kebaikan, simpati, empati, kasih sayang, minat yang sama, kepercayaan yang sama, kesetiaan, dan kesenangan dengan mereka. Mereka bisa secara langsung atau online.

Ada beberapa derajat persahabatan. Beberapa teman santai, Mereka mungkin berbagi beberapa minat dengan kita, dan Kita mungkin kadang-kadang berbicara, tetapi kita tidak sedalam yang kita bisa, dan

begitulah persahabatan. Teman lain mungkin lebih dekat.

Kita menghabiskan waktu kapan pun yang kita bisa, dan kita telah melalui semuanya. Kita mungkin pernah memiliki masa kecil bersama mereka dan pernah mengalami pasang surut, namun mereka tetaplah teman baik Kita.

Teman bisa pergi untuk waktu yang lama tanpa bicara, tapi begitu mulai bicara lagi, rasanya tidak ada waktu yang berlalu.

Lalu ada definisi media sosial tentang teman, di mana teman memiliki akun

yang ditautkan bersama di media sosial, tetapi mungkin kita tidak berbicara sama sekali. Kita tidak boleh bingung antara 'teman' media sosial dengan teman di kehidupan nyata.

Pikirkan tentang itu. Jika kita memiliki 500 teman di Facebook, dapatkah Anda melihat diri Anda menjadi teman yang mendalam dengan semua 500 teman? Mungkin tidak. Mereka hanyalah angka di media sosial. Dalam hal persahabatan, lebih sedikit lebih baik. Banyak dari teman-teman di Facebook itu seharusnya hanya disebut kenalan, tetapi itu tidak memiliki kesamaan. "Saya berkenalan dengan

seseorang di Facebook hari ini,"
sepertinya tidak benar.

Apa perbedaan antara teman dan kenalan? Kenalan adalah orang yang kadang-kadang kita ajak bicara, tetapi ikatan pertemanan tidak ada. Mungkin itu akan ada jika kita berdua berbicara lebih banyak, tetapi kemungkinan besar, orang tersebut adalah seseorang yang baik dan baik untuk diajak bicara pada kesempatan, tetapi ikatan itu tidak terjadi. Mereka tidak akan menjadi orang yang kita ajak bicara saat masalah terjadi. Mereka tidak akan menjadi orang yang membuat kita menghabiskan banyak waktu bersama kita. Mungkin mereka adalah

teman dari teman yang kita toleransi setiap kali mereka ada.

Lihat media sosial, serta orang yang kamu kenal di kehidupan nyata. Berapa banyak dari mereka yang menurut kamu berteman? Berapa banyak yang hanya kenalan? Mungkin masalah terbesar dengan persahabatan saat ini adalah mencampurkan keduanya. Kemungkinannya, hanya segelintir orang dalam hidup kita yang layak menjadi teman kita, sementara yang lain sebenarnya adalah kenalan.

Tanda Teman Baik

Berikut beberapa cara untuk mengetahui bahwa teman kita itu baik.

1. Selalu ada

Teman yang baik akan selalu ada untuk kita, apa pun situasi kita. Mereka tidak akan lari karena kita kehilangan uang atau karena kita pindah lebih jauh. Teman tahu bahwa hidup memberikan banyak cobaan, dan mereka akan bertahan melalui percobaan itu sampai akhir.

2. Mendengarkan Dan Menyimpan Rahasia

Teman yang baik adalah seseorang yang dapat kita ceritakan rahasia kita, dan kita tahu mereka tidak akan bergosip. Saat kita berkata, "berjanji untuk tidak memberi tahu siapa pun,"

mereka tidak akan memberi tahu siapa pun.

3. Merasa Baik Dengan Mereka

Seorang teman yang baik akan menjadi orang yang kita sukai untuk menghabiskan waktu bersama, dan tidak peduli seberapa sering kita bergaul dengannya, sepertinya itu selalu berakhir terlalu cepat.

4. Kita Berempati Dengan Mereka

Jika sesuatu yang buruk terjadi pada teman kita, kita juga merasa tidak enak, meskipun kita tidak terpengaruh secara langsung. Persahabatan membutuhkan empati agar bisa berhasil. Persahabatan dimana teman tidak memperhatikan

perasaan satu sama lain bukanlah persahabatan yang baik.

Persahabatan jangka panjang tidak akan sempurna. Ada kemungkinan akan ada pertengkaran dan saat-saat ketika kita dan teman kita tidak mau berbicara satu sama lain. Tetapi seorang teman yang baik tahu bahwa ini adalah bagian dari kehidupan, dan mereka bersedia mengubur amarah dan mencoba berteman lagi.

Kebanyakan pertengkaran bukanlah alasan untuk mengakhiri persahabatan. Teman yang baik bisa saling memaafkan, tidak menahan masa lalu

melawan temannya, belajar dari kesalahannya, dan terus maju.

Tanda-tanda Teman yang Buruk

Jika kita pernah mempertanyakan persahabatan kita dengan seseorang, pikirkan tentang apa yang mereka lakukan. Berikut beberapa tanda persahabatan kita dengan seseorang tidak terlalu bagus.

Pengguna

Beberapa yang disebut teman hanya menginginkan kita ketika mereka membutuhkan sesuatu. Baik itu tumpangan, uang, atau kebutuhan lainnya.

Mereka menjadi teman yang nyaman ketika kita memiliki keuntungan yang ditawarkan, dan begitu kita tidak memiliki keuntungan yang ditawarkan, tidak ada tempat untuk kita baginya.

Jangan salah paham. Teman harus membantu satu sama lain. Kata kuncinya adalah satu sama lain. Jika bantuannya sepihak, ini mungkin merupakan tanda bahwa kita dimanfaatkan.

Orang yang Tidak Bisa Menerima Kritik

Sebagai teman, kita harus saling membantu. Dan salah satu cara kita

harus membantu seseorang terkadang memberi mereka pil yang sulit ditelan.

Teman yang baik akan mengingat kritik tersebut, sementara teman yang buruk mungkin menjadi agresif dan mungkin membuat kita keluar dari kehidupannya saat kita mengatakan sesuatu yang tidak ingin mereka dengar.

Orang yang Tidak Bisa Menoleransi Perbedaan

Teman bergaul karena kemiripan mereka. Hanya sedikit teman yang pernah terikat karena perbedaan mereka. Dengan demikian, kita akan memiliki beberapa perbedaan, baik itu

hobi, pandangan hidup, dan alasan lainnya. Jika teman kita selalu mengganggu kita untuk apa yang kita yakini dan bahkan berhenti berbicara dengan kita karena perbedaan itu, mereka bukanlah teman yang baik.

Tak Bersahabat

Teman yang tidak bersahabat sulit untuk diajak berteman karena mereka sering kali memiliki alasan untuk menghindari kita. Ada perbedaan besar antara memiliki alasan nyata untuk membatalkan rencana dan selalu membuat alasan.

Jika kita adalah orang yang selalu membuat rencana dan mereka adalah

orang yang tidak pernah bergaul dengan kita meskipun selalu mengatakan betapa mereka merindukan kita, mereka mungkin bukan teman yang baik.

Beberapa teman mungkin mengalami kecemasan sosial dan merasa sulit untuk membuat rencana. Itu pasti situasional.

Pemaksa

Di sisi lain, jika kita memiliki kewajiban seperti pekerjaan, sekolah, atau keluarga, dan teman kita marah setiap kali kita harus mengatakan tidak, ini bisa menjadi pertanda persahabatan yang buruk.

Seorang teman yang baik tahu bahwa kehidupan, terutama kehidupan dewasa, sibuk, dan terkadang kita berdua tidak dapat bertemu satu sama lain. Bersabarlah, dan tunggu kesempatan bagus untuk hangout.

Banyak teman yang mungkin memiliki satu atau dua kecenderungan bermasalah, tetapi itu mungkin merupakan pertanda bahwa kita harus berpisah jika kecenderungan tersebut sering terjadi.

Lihatlah teman-teman kita, lihat siapa itu teman, kenalan, dan siapa yang mungkin menjadi teman yang buruk.

Fahami siapa teman mu. Karena salah satu modal dalam bisnis yang tak ternilai adalah modal sosial.

5.3. Kenali Lingkungan Mu, Lautan Merah, Lautan Biru

Lingkungan adalah sesuatu yang sangat kita kenal. Itu semua yang membentuk lingkungan kita dan memengaruhi kemampuan kita untuk hidup di bumi. Udara yang kita hirup, air yang menutupi sebagian besar permukaan bumi, tumbuhan dan hewan di sekitar kita, dan banyak lagi.

Dimensi lingkungan bisnis berarti semua faktor, kekuatan, dan institusi

yang secara langsung maupun tidak langsung mempengaruhi transaksi bisnis (Gandhi,2020).

Lingkungan bisnis adalah total faktor eksternal dan internal yang memengaruhi bisnis.

Aspek apa yang ada di dalam atau di luar bidang bisnis yang mempengaruhi operasinya secara substansial? Misalnya, orang yang mengonsumsi produk atau layanan berada di luar bisnis. Mereka secara signifikan memengaruhi operasi bisnis . Mengapa? Itu karena mereka memutuskan untuk membeli atau tidak membeli dari

perusahaan yang memengaruhi kesuksesan bisnis.

Perubahan dalam lingkungan bisnis memengaruhi bisnis secara positif atau negatif. Oleh karena itu, penting bagi kita untuk selalu memiliki pengetahuan tentang lingkungan bisnis tempat beroperasi.

Kita dapat melakukannya dengan melakukan survei dan mengamati tren bisnis secara kritis. Selain itu, Kita dapat mengajukan pertanyaan dan mengunjungi tempat-tempat di mana Kita dapat memperoleh informasi berguna tentang lingkungan bisnis tempat beroperasi.

Lingkungan Umum adalah dimensi terpenting dari lingkungan bisnis karena pengusaha tidak dapat mempengaruhi atau mengubah komponen lingkungan secara umum. Sebaliknya dia harus mengubah rencana dan kebijakannya sesuai dengan perubahan yang terjadi di lingkungan umum. Dalam bisnis kita harus mengenal lingkungan dari berbagai sudut pandang seperti lingkungan ekonomi, sosial, politik dan perkembangan teknologi serta persaingan.

Lingkungan Ekonomi terdiri dari Produk Domestik Bruto, tingkat Pendapatan di tingkat nasional dan

tingkat per kapita, Tingkat pendapatan laba, Tingkat Produktivitas dan Pekerjaan, Industri, kebijakan moneter dan fiskal pemerintah, dll.

Faktor lingkungan ekonomi berdampak langsung dan langsung pada pengusaha, sehingga pelaku bisnis harus memindai lingkungan ekonomi dan mengambil tindakan tepat waktu untuk menghadapi lingkungan tersebut. Lingkungan ekonomi dapat menjadi kendala dan dapat menawarkan peluang bagi pengusaha. Beberapa Aspek Lingkungan Ekonomi:

1. Peran Sektor Swasta dan Publik

2. Laju pertumbuhan PDB, GNP, dan Pendapatan Per Kapita
3. Tingkat Tabungan dan Investasi
4. Neraca Perdagangan
5. Neraca Pembayaran
6. Sistem Transportasi dan Komunikasi
7. Uang Beredar dalam Perekonomian
8. Hutang Internasional

Lingkungan Sosial terdiri dari adat istiadat dan tradisi masyarakat di mana bisnis berada. Ini mencakup standar hidup, selera, preferensi, dan tingkat pendidikan orang-orang yang tinggal dalam masyarakat tempat bisnis itu ada.

Pengusaha tidak dapat mengabaikan komponen lingkungan sosial karena komponen tersebut mungkin tidak berdampak langsung terhadap bisnis. Meski demikian, dalam jangka panjang, lingkungan sosial memiliki pengaruh yang besar terhadap bisnis.

Lingkungan politik merupakan semua faktor yang berkaitan dengan urusan pemerintahan seperti jenis pemerintahan yang berkuasa, sikap pemerintah terhadap kelompok masyarakat yang berbeda, perubahan kebijakan yang dilaksanakan oleh pemerintah yang berbeda, dll. Lingkungan politik mempunyai pengaruh yang langsung dan besar

terhadap transaksi bisnis, sehingga pebisnis harus hati-hati memindai lingkungan ini.

Lingkungan hukum merupakan undang-undang dan berbagai peraturan perundang-undangan yang disahkan di parlemen. Pengusaha tidak boleh mengabaikan peraturan perundang-undangan karena harus melakukan transaksi bisnisnya dalam kerangka lingkungan hukum.

Lingkungan teknologi mengacu pada perubahan yang terjadi dalam metode produksi, penggunaan peralatan dan mesin baru untuk meningkatkan kualitas produk. Pengusaha harus

memantau dengan cermat perubahan teknologi di industrinya karena dia harus menerapkan perubahan ini agar tetap kompetitif.

Fahami lingkungan sekitar mu. Identifikasi faktor eksternal dalam bisnis yang akan atau kamu jalankan, fahami dan beradaptasilah

Bab 6
Pasar Dulu atau Produk
Dulu

6.1. Kamu Bisa Memilih Ketika Kamu Mengenali Diri Mu

Ketika kau memahami siapa dirimu dan seperti apa kamu. Kamu bisa memilih yang terbaik untuk mu termasuk masalah bisnis. Dalam memulai bisnis ada pilihan dasar yang harus kamu pilih yaitu memulai dari sisi demand atau memulai dari sisi supply.

Jika kamu memulai dari sisi demand, kamu bisa mencari tahu apa yang dibutuhkan oleh orang-orang sekitar mu atau calon konsumen mu. Setelah itu kamu adakan apa yang mereka butuhkan.

Jika kamu memilih dari sisi supply, fahami dirimu. Apa yang bisa kamu produksi setelah itu carilah orang yang membutuhkan produk kamu tersebut.

Kamu hanya bisa memilih ketika kamu kenal diri mu, kenal orang-orang sekitar mu dan mengenali lingkungan mu.

Kondisi bisnis yang paling menguntungkan ketika supply dan demand terpenuhi secara menyeluruh dan seimbang dengan harga optimal (Ma,2020).

Pasokan dan permintaan adalah konsep berharga baik dalam bisnis dan

ekonomi, dalam hak mereka sendiri. Namun, gabungkan keduanya (sebagai penawaran dan permintaan, atau The Law of Supply and Demand). Secara sederhana, "penawaran dan permintaan" adalah teori ekonomi yang menjelaskan interaksi antara penjual dan pembeli sumber daya. Penawaran dan permintaan mempengaruhi harga dan volume barang yang diperdagangkan di pasar.

Penawaran dan permintaan adalah beberapa prinsip ekonomi mikro yang paling mendasar, cabang ekonomi yang mempelajari bagaimana keputusan faktor tunggal dan individu dibuat. (Sebaliknya, ekonomi makro

adalah studi tentang bagaimana perekonomian bekerja secara keseluruhan.)

Penting untuk memahami peran kedua pemain, konsumen, dan produsen dalam penawaran dan permintaan bisnis. Konsumen adalah pembeli barang dan jasa. Mereka dapat berupa individu atau unit bisnis dari kepemilikan perseorangan hingga perusahaan besar. Produsen, seperti namanya, memproduksi dan menjual barang dan jasa.

Penawaran dan permintaan adalah salah satu konsep terpenting dalam ekonomi. Mereka mendorong harga

barang dan jasa dalam ekonomi pasar, serta tingkat gaji.

- Permintaan mewakili seberapa banyak produk atau layanan yang diinginkan orang.
- Penawaran mewakili seberapa banyak (kuantitas) barang atau jasa yang dapat disediakan atau ditawarkan pasar.

Jumlah produk yang orang ingin beli dengan harga adalah "kuantitas yang diminta". Hubungan antara permintaan dan harga disebut hubungan permintaan.

Penawaran dan permintaan adalah model ekonomi yang menyatakan bahwa penawaran dan permintaan

barang menentukan harga di mana suatu barang dijual. Ketika penawaran suatu barang sama dengan permintaannya (dikenal sebagai ekuilibrium ekonomi), ia mencapai harga stabil yang dapat disepakati oleh pembeli dan penjual.

Jika penawaran suatu barang lebih tinggi dari permintaannya, maka harga akan turun (berbagai penjual harus bersaing satu sama lain dengan menawarkan harga yang lebih rendah, yang pada gilirannya akan menciptakan lebih banyak permintaan), sampai pada akhirnya penawaran dan permintaan menyamakan . Ketika

penawaran barang lebih besar dari permintaan, itu disebut surplus.

Jika permintaan suatu barang lebih besar dari persediaannya, maka yang terjadi sebaliknya. Pemasok akan menaikkan harga mereka untuk mendapatkan lebih banyak keuntungan dengan produk yang sudah mereka miliki sampai penawaran dan permintaan mencapai keseimbangan pada harga puncak. Ketika permintaan untuk suatu barang lebih besar dari penawaran, itu disebut sebagai kekurangan.

Penawaran dan permintaan barang dan jasa bergantung pada beberapa faktor,

tetapi yang paling penting adalah harga.

Produsen ingin menghasilkan uang sebanyak mungkin dari apa yang mereka jual. Menemukan keseimbangan yang tepat untuk penetapan harga disebut ekuilibrium pasar.

Para ekonom telah merancang model untuk menggambarkan bagaimana pasar yang berbeda bekerja. Tetapi salah satu konsep terpenting adalah pasar dengan persaingan sempurna.

Dalam persaingan sempurna, ada jumlah pemasok dan konsumen yang

sama untuk suatu produk. Akibatnya, harga barang dan jasa tidak berubah, dan produsen baru bisa masuk kapan saja.

Dalam persaingan sempurna, harga pasar barang atau jasa adalah di mana tidak ada kelebihan pasokan dan tidak ada permintaan berlebih.

Empat Hukum Penawaran dan Permintaan

Setelah kamu memahami terminologi dasar, kamu dapat mulai memahami empat hukum dasar penawaran dan permintaan, yaitu sebagai berikut:

1. Permintaan yang meningkat untuk penawaran tetap tidak berubah, yang mengarah ke harga ekuilibrium yang lebih tinggi dan kuantitas yang lebih tinggi.

Mengapa? Konsumen bersedia membayar lebih, mengarahkan produsen untuk menghasilkan lebih banyak sehingga mereka dapat memperoleh lebih banyak uang.

2. Penurunan permintaan untuk penawaran tetap tidak berubah, yang mengarah ke harga ekuilibrium yang lebih rendah dan kuantitas yang lebih rendah. Mengapa? Jika konsumen tidak membeli, produsen menurunkan

harga mereka untuk memindahkan produk. Mereka tidak akan memproduksi lebih banyak barang dan jasa yang tidak menjual.

3. Pergeseran yang meningkat dalam penawaran ketika permintaan tetap tidak berubah mengarah pada harga ekuilibrium yang lebih rendah dan kuantitas yang lebih tinggi.

Mengapa? Ketika barang atau jasa berlimpah dan mudah didapat, konsumen akan berbelanja dengan harga terendah dan tetap tidak menguras kelebihan pasokan.

4. Pergeseran menurun dalam penawaran ketika permintaan tetap tidak berubah mengarah ke harga ekuilibrium yang lebih tinggi dan kuantitas yang lebih rendah.

Mengapa? Ketika persediaan barang dan jasa menipis, konsumen biasa membeli, mereka akan membayar harga yang lebih tinggi agar tersedia.

Dengan memahami supply dan demand kamu bisa membuat strategi bisnis dan memiliki dasar study kelayakan bisnis sekaligus memahami dari mana kamu memulainya product first atau dari sisi supply atau market first atau dari sisi demand.

6.2. Lihat Kedalam atau Lihat Keluar

Dalam menjalankan bisnis kita tidak pernah dari faktor internal dan eksternal. Dan kita bisa berfokus padaantisipasi dan adaptasi faktor eksternal atau kita berfokus pada memperkuat diri pada internal dan bersiap menghadapi segala kemungkinan yang mungkin terjadi. Opsi pilihan lain adalah mengkombinasikan keduanya.

Dalam hal memperkuat internal (See inside) kamu bisa menggunakan balance score card untuk memahami dan mengukur kinerja internal perusahaan agar siap menghadapi segala kemungkinan yang mungkin

terjadi dari perubahan apapun di faktor eksternal. Dan, untuk see out side atau berfokus pada faktor eksternal bukan berarti tidak memperhatikan faktor internal justru dengan faktor internal yang sudah dimiliki kita berfokus untuk memahami faktor eksternal untuk menyusun strategi antisipasi dan adaptasi dari perubahan faktor eksternal dengan memaksimalkan peluang dan meminimalkan ancaman atau mengantisipasi ancaman. Hal ini bisa menggunakan SWOT Matrix yang sudah dijelaskan pada Chapter 4.

Balance Score Card

Balanced score card adalah metrik kinerja manajemen strategis yang digunakan untuk mengidentifikasi dan meningkatkan berbagai fungsi bisnis internal dan hasil eksternal yang dihasilkannya. Kartu skor seimbang digunakan untuk mengukur dan memberikan umpan balik kepada organisasi. Pengumpulan data sangat penting untuk memberikan hasil kuantitatif karena manajer dan eksekutif mengumpulkan dan menafsirkan informasi dan menggunakannya untuk membuat keputusan yang lebih baik bagi organisasi.

Model Balanced Scorecard memperkuat perilaku yang baik dalam organisasi dengan mengisolasi empat area terpisah yang perlu dianalisis. Empat area ini, juga disebut kaki, melibatkan pembelajaran dan pertumbuhan, proses bisnis, pelanggan, dan keuangan.

Balanced scorecard digunakan untuk mencapai tujuan, pengukuran, inisiatif, dan sasaran yang dihasilkan dari empat fungsi utama bisnis ini. Perusahaan dapat dengan mudah mengidentifikasi faktor-faktor yang menghambat kinerja bisnis dan menguraikan perubahan strategis yang dilacak oleh kartu skor di masa mendatang.

Balanced scorecard dapat memberikan informasi tentang perusahaan secara keseluruhan ketika melihat tujuan perusahaan. Organisasi dapat menggunakan model Balanced Scorecard untuk mengimplementasikan pemetaan strategi untuk melihat di mana nilai ditambahkan dalam suatu organisasi. Perusahaan juga menggunakan balanced scorecard untuk mengembangkan inisiatif strategis dan tujuan strategis.

Karakteristik Model Balanced Scorecard

Informasi dikumpulkan dan dianalisis dari empat aspek bisnis:

1. Pembelajaran dan pertumbuhan dianalisis melalui investigasi sumber daya pelatihan dan pengetahuan. Bagian pertama ini menangani seberapa baik informasi ditangkap dan seberapa efektif karyawan menggunakan informasi tersebut untuk mengubahnya menjadi keunggulan kompetitif atas industri.
2. Proses bisnis dievaluasi dengan menyelidiki seberapa baik produk diproduksi. Manajemen operasional dianalisis untuk melacak setiap celah,

penundaan, kemacetan, kekurangan, atau pemborosan.

3. Perspektif pelanggan dikumpulkan untuk mengukur kepuasan pelanggan dengan kualitas, harga, dan ketersediaan produk atau layanan. Pelanggan memberikan umpan balik tentang kepuasan mereka terhadap produk saat ini.

4. Data keuangan, seperti penjualan, pengeluaran, dan pendapatan digunakan untuk memahami kinerja keuangan. Metrik keuangan ini dapat mencakup jumlah dolar, rasio keuangan, varians anggaran, atau target pendapatan.

Keempat kaki ini mencakup visi dan strategi organisasi dan membutuhkan manajemen aktif untuk menganalisis data yang dikumpulkan. Oleh karena itu, Balanced Scorecard sering disebut sebagai alat manajemen daripada alat pengukuran.

Bab 7
Setiap Bisnis Dimulai dari
Uang Atau Manusia

7.1. Uang Lebih Dulu Atau Manusia Lebih Dulu

Dalam bisnis ada dua faktor produksi utama yaitu manusia dan non manusia (uang). Manusia merupakan faktor produksi yang mengoperasikan bisnis dan uang digunakan untuk membeli barang modal non manusia seperti mesin, peralatan, bahan baku, lahan dan bangunan serta gaji sebagai bentuk kompensasi atas kerja keras manusia kepada perusahaan.

Untuk memahami kedua faktor utama tersebut. Perlu di fahami fungsi produksi Cobb-Douglas. Fungsi Cobb-Douglas dikembangkan oleh

ekonom Paul Douglas dan matematikawan Charles Cobb, fungsi produksi Cobb-Douglas biasanya digunakan dalam model makroekonomi dan mikroekonomi karena memiliki beberapa sifat yang nyaman dan realistis.

Fungsi produksi Cobb-Douglas didasarkan pada studi empiris industri manufaktur Amerika yang dibuat oleh Paul H. Douglas dan C.W. Cobb. Ini adalah fungsi produksi homogen linier tingkat satu yang memperhitungkan dua input, tenaga kerja dan modal, untuk seluruh output industri manufaktur.

Dalam ilmu ekonomi, fungsi produksi adalah persamaan yang menggambarkan hubungan antara input dan output, atau apa yang digunakan untuk membuat produk tertentu, dan fungsi produksi Cobb-Douglas adalah persamaan standar khusus yang digunakan untuk menggambarkan berapa banyak output dua atau lebih. input ke dalam proses produksi, dengan modal dan tenaga kerja menjadi input tipikal yang dijelaskan.

Persamaan untuk rumus produksi Cobb-Douglas adalah sebagai berikut :

$$Q = f(k, l)$$

dimana k melambangkan modal, l melambangkan masukan tenaga kerja dan Q adalah fungsi produksi.

Dari fungsi tersebut, untuk membuat sebuah produk baik jasa maupun barang, diperlukan dua komponen yaitu manusia dan uang.

Artinya bisa dimulai dari uang dulu atau manusia dulu. Hal ini berkaitan dengan kondisi pengusaha saat memulai usaha.

Ketika kondisinya memiliki cukup uang, maka perlu disiapkan pengamanan investasi dan perencanaan yang matang disesuaikan dengan uang

yang dimiliki kemudia mencari sumber daya manusia (money first and then finding human). Namun, ketika tidak memiliki cukup uang maka yang bisa dilakukan adalah membuat konsep dan perencanaan bisnis yang matang, merealisasikan dengan segala apa yang ada saat ini, membentuk team kemudian mencari investor untuk bergabung dalam bisnis (human first and then finding capital).

7.2. Kamu adalah Karyawan Terbaik Mu

Sumber daya manusia terbaik dalam bisnis adalah pendiri dan pemilik bisnis tersebut. Dalam membentuk team bisa dimulai dari diri sendiri

dengan membangun bisnis secara mandiri dan membangun sistem yang baik sebelum merekrut rekan kerja atau karyawan.

Bagaimana Membangun Team

Membangun tim kerja yang sukses bisa jadi sulit dan menantang karena menyatukan berbagai pendapat, nilai, pengalaman kerja masa lalu, asuhan, pengalaman tim sebelumnya, tujuan kerja, dan keterampilan dalam komunikasi dan pembangunan tim. Namun, kerja tim dan kolaborasi dapat diajarkan dan dikembangkan. Berikut tips dalam memabngun team :

Fahami Tujuan Pembentukan Team

Sebelum membangun tim, penting untuk memahami tujuan tim. Secara umum, tim adalah kelompok karyawan yang saling bergantung yang bersatu di sekitar tugas, proyek, atau tujuan tertentu termasuk membangun bisnis baru.

Sebuah tim dengan tujuan yang jelas mengatur orang yang berbeda dengan tujuan dan rencana yang berbeda menjadi satu kesatuan yang utuh. Ketika berhasil, itu menyalurkan energi anggota tim untuk kebaikan organisasi secara keseluruhan.

Untuk mencapai tingkat kesuksesan ini dengan tim, Kita harus mengidentifikasi tujuan jangka pendek dan jangka panjang. Serta, keterampilan yang diperlukan untuk mencapai tujuan tersebut sebagai dasar mengidentifikasi orang yang tepat untuk direkrut sebagai tim.

Berdayakan Team Sesuai Kebutuhan Organisasi

Salah satu kebutuhan mendasar dalam lingkungan yang mendorong kerja tim dan kolaborasi adalah karyawan yang diberdayakan. Mereka bertindak secara mandiri dan membutuhkan arahan minimal. Manajer dalam organisasi

mengatakan bahwa mereka menginginkan pemberdayaan karyawan, tetapi mereka bertindak dengan cara yang merusak kemampuan karyawan untuk bertindak.

Berdasarkan keahlian dan kemampuan individu saat ini, sesuaikan pelatihan untuk memastikan mereka memahami cara berhasil dalam peran mereka saat ini di perusahaan. Kemudian, lanjutkan menawarkan alat pengembangan, kelas, pelatihan, dan tugas tambahan untuk mengembangkan pengalaman mereka dan membentuk kompetensi mereka untuk peran masa depan.

Pastikan team dalam organisasi menjadi orang-orang yang terlatih dan berkembang semakin terlatih berikan tanggung jawab kepada mereka . Berikan pengawasan dan kepercayaan semakin memercayai mereka, mereka akan semakin yakin akan kemampuan diri mereka. Berdayakan mereka untuk membuat keputusan dan untuk menangani tanggung jawab peran mereka.

Bangun hubungan kerja yang nyaman

Pernahkah Anda bertanya-tanya mengapa beberapa tim efektif dan yang lainnya tidak berfungsi untuk kehidupan tim? Tim yang efektif telah

menemukan inti dari dinamika dan hubungan komunikasi antarpribadi.

Mereka jelas tentang tujuan tim dan peran satu sama lain dalam tim. Selanjutnya, anggota tim telah menemukan cara untuk menilai bagaimana kinerja mereka sebagai sebuah tim secara konstan dan mereka sering memeriksa kemajuan dan hubungan. Kenyamanan dalam hubungan kerja sangat dibutuhkan dalam team.

Komunikasi

Faktor penting lainnya dalam kesuksesan tim adalah komunikasi yang efektif. Tekankan teknik

komunikasi yang akan membantu Anda membangun kerja tim dan persahabatan dengan rekan kerja Anda.

Teknik ini membidik pada perilaku interpersonal efektif yang membangun tim. Jika semua anggota tim mempraktikkan rahasia komunikator yang hebat, maka lingkungan kerja tim yang mendukung terjamin.

Bangun kebiasaan produktif yang sehat

Dalam proses normal bekerja satu sama lain, anggota tim mengembangkan cara tertentu untuk berinteraksi dan menyelesaikan pekerjaan. Mereka jatuh ke dalam

kebiasaan dan pola di sekitar perilaku seperti memenuhi komitmen, memenuhi tenggat waktu, merencanakan langkah selanjutnya, dan membuat keputusan.

Beberapa dari kebiasaan dan pola ini membantu tim dengan baik dan beberapa di antaranya merusak kesuksesan tim. Mengingat bahwa budaya dan norma tim akan terbentuk dengan cara yang terencana atau tidak terencana, pimpinlah dan minta tim menentukan jenis aturan dan pedoman apa yang paling sesuai untuk upaya mereka.

7.3. Tidak Ada Uang, Tidak Ada Tangisan, Semua Baik-Baik Saja

Memulai bisnis kecil adalah saat yang menyenangkan. Namun pertimbangkan bahwa dana awal tidak semuanya harus datang dari kita, pemilik bisnis, atau melalui pinjaman bank biasa. Ada cara untuk meringankan beban keuangan pengusaha kecil, baik melalui investor yang hanya mendapatkan uang ketika perusahaan memperoleh keuntungan, atau pinjaman dengan suku bunga rendah.

Ketika memulai usaha dan uang yang di miliki tidak cukup bukan berarti usaha tidak bisa jalan. Usaha bisa dijalankan secara bertahap dari usaha

kecil yang paling mampu di cover setelah itu bisa mulai mencari investor.

Konsep bisnis yang bagus belum cukup untuk mendapatkan investor yang bersedia menginvestasikan dananya kepada perusahaan.

Diperlukan eksistensi bisnis terlebih dahulu untuk menyakinkan investor berupa bisnis yang jalan meskipun kecil dan mampu memberikan nilai jual kepada investor baik potensial profit di masa depan maupun pertumbuhan pasar.

Investor bisnis kecil bisa berupa individu yang berspesialisasi dalam

pembiayaan perusahaan tahap awal. Dibandingkan dengan cek besar yang dibagikan perusahaan modal ventura, mereka memberikan jumlah modal yang relatif lebih kecil.

Saat kita mencoba mencari cara untuk menemukan investor, Kita akan segera mengetahui bahwa sebagian besar investor sering kali berspesialisasi dalam jenis bisnis tertentu. Itu mungkin berarti bisnis dalam industri tertentu, model bisnis tertentu, atau hal lain seperti mendanai pendiri yang kurang terwakili.

Berinvestasi tidak dilakukan atas dasar kebaikan hati seseorang bagaimanapun

juga, investasi. Individu yang menulis cek sedang mencari pengembalian, jadi mereka akan mengharapkan sesuatu sebagai gantinya. Umumnya, itulah ekuitas. Jadi, investor bisnis kecil memahami bahwa ketika memasukkan uang mereka ke bisnis tahap awal, mereka membuat apa yang kemungkinan akan menjadi taruhan beberapa tahun. Tetapi mereka biasanya mengharapkan semacam jalan keluar sehingga mereka dapat menghasilkan uang juga.

Banyak investor adalah mantan pengusaha itu sendiri yang dapat memberikan perspektif yang terinformasi kepada pemilik bisnis.

Namun, sebagai individu tahap awal yang menulis cek yang relatif lebih kecil, mereka tidak akan terlalu terlibat dalam operasi sehari-hari kita. Namun, mereka akan menjadi saluran yang bagus untuk jaringan dan sumber daya yang lebih besar di masa mendatang.

Saat kita mencari pendanaan dari investor bisnis kecil, ada beberapa definisi penting yang harus kita ketahui

Angel Funding vs. Seed Funding

Saat Anda mencari tahu cara menemukan investor, Anda mungkin ditanya apakah Anda hanya mencari investor bisnis kecil tunggal, atau jika

Anda sedang meningkatkan putaran benih penuh.

Untuk memulai pertumbuhan mereka dengan investor, beberapa bisnis baru akan mengambil dana hanya dari satu atau dua investor malaikat, tetapi sebelumnya mengumpulkan seluruh putaran benih (yang datang sebelum Seri A Anda). Itu memberi Anda hubungan yang dalam dengan investor Anda, dan juga memungkinkan Anda untuk mempertahankan sebagian besar ekuitas. Investor malaikat juga jarang mengambil kursi dewan.

Konon, banyak perusahaan akan meningkatkan putaran benih dengan

berbagai ukuran di mana investor malaikat akan berpartisipasi. Pastikan Anda tahu di mana Anda jatuh, dan apakah Anda berharap untuk terlibat dengan dana awal bersama investor malaikat atau tidak.

Karena terbatasnya skala usaha kecil dan pengusaha, akses dana yang dibutuhkan untuk ekspansi seringkali menjadi tantangan karena tidak tersedia pilihan pendanaan seperti masalah saham. Sementara sebagian besar investor lebih suka berinvestasi di bisnis yang sudah mapan, beberapa berinvestasi di perusahaan rintisan skala kecil. Investor malaikat dan pendanaan awal adalah pilihan

investasi bisnis skala kecil. Perbedaan utama antara pendanaan angel dan seed adalah bahwa sementara angel funding menyediakan keterampilan moneter dan pengembangan bisnis untuk pemula, investor pendanaan seed terutama tertarik pada saham ekuitas.

Apa itu Angel Funding

Pendanaan malaikat adalah investasi yang dilakukan oleh investor malaikat. Angel investor adalah sekelompok investor yang berinvestasi pada pengusaha dan bisnis startup skala kecil.

Investor malaikat juga disebut sebagai investor swasta atau investor informal.

Investor ini umumnya adalah individu berpenghasilan tinggi yang memiliki dana yang ingin mereka pinjamkan dan keahlian bisnis yang dapat membantu wirausahawan dan bisnis pemula dalam pengambilan keputusan.

Investor ini biasanya adalah mantan karyawan yang pernah memegang posisi manajemen senior di organisasi terkemuka atau pengusaha sukses. Tujuan utama mereka adalah untuk mendapatkan keuntungan finansial dari berinvestasi dalam bisnis baru dengan potensi pertumbuhan tinggi.

Karakteristik Angel Funding

Jenis bisnis yang bersedia diinvestasikan oleh angel investor yang berbeda dapat bervariasi. Misalnya, jika investor malaikat bisnis tertentu adalah mantan personel senior di organisasi berbasis teknologi, mereka cenderung tertarik untuk berinvestasi di startup berskala serupa. Selanjutnya, memilih proposal bisnis yang koheren dengan pengalamannya sendiri memungkinkan investor untuk berkontribusi dengan keahlian operasional dan keahlian keuangan, yang merupakan karakteristik umum dari malaikat bisnis.

Malaikat membuat investasi berisiko tinggi karena kesuksesan atau kegagalan pengusaha di masa depan, dan bisnis startup tempat mereka berinvestasi tidak diketahui.

Risiko yang mungkin terjadi juga tentang fakta bahwa para pemula ini memiliki pengalaman minimal dalam menjalankan bisnis. Dengan demikian, jika bisnis baru gagal mencapai hasil yang diinginkan, malaikat dapat kehilangan dana yang diinvestasikan sepenuhnya. Dengan demikian, angel membutuhkan return yang lebih tinggi karena resiko yang dilakukan lebih besar. Umumnya, pengembalian rata-rata 20% -30% mungkin

diharapkan oleh malaikat. Terkadang malaikat dapat memperoleh saham ekuitas di perusahaan.

Angel investor dapat berkontribusi dengan satu investasi atau beberapa investasi untuk membantu startup menstabilkan dirinya sebagai operasi bisnis yang mumpuni. Mereka terus mendanai permulaan sampai usaha tersebut cukup stabil dan mampu melaksanakan operasi yang sukses. Jika bisnis tidak berjalan seperti yang diharapkan dalam jangka waktu tertentu, investor dapat memutuskan untuk menarik diri dari bisnis tersebut. Ini disebut sebagai rute keluar.

Apa itu Seed Funding?

Pendanaan awal, juga dikenal sebagai modal awal, mengacu pada investasi dalam bisnis awal dengan memperoleh kepemilikan ekuitas atau hutang konversi. Saham ekuitas sama dengan satu unit kepemilikan dalam bisnis, dan investor dalam pendanaan awal menjadi pemegang saham bisnis dan dapat mempengaruhi keputusan bisnis. Hutang konversi dapat dikonversi menjadi saham ekuitas di masa depan.

Karakteristik Pembiayaan Benih

Para pendiri bisnis bisa mengajak anggota keluarga, teman, dan kenalan lainnya untuk berinvestasi di bisnis startup. Tidak seperti investor malaikat,

investor pendanaan awal tidak memiliki keterampilan lanjutan untuk memberi nasihat tentang operasi bisnis.

Pendanaan awal lebih lanjut tidak terbatas pada bisnis pemula tetapi dapat digunakan sebagai sumber pendanaan untuk bisnis yang sedang berjalan. Banyak perusahaan mapan menggunakan dana awal untuk mendapatkan akses ke pembiayaan.

Equity vs. Convertible Note vs. SAFE Note

Anda mungkin sudah terbiasa dengan gagasan bahwa Anda mungkin harus

melepaskan ekuitas saat mencari cara menemukan investor. Tapi ide uang kertas convertible mungkin ada di meja juga, yang sedikit lebih bernuansa.

Catatan konversi adalah jenis hutang jangka pendek yang umum dalam pembiayaan bisnis tahap awal. Dengan uang kertas yang dapat dikonversi, Anda akan menerima dana. Namun, alih-alih membayar kembali bunga dengan pokok Anda, investor Anda akan mendapatkan ekuitas untuk saldo pinjaman yang belum dibayar berdasarkan penilaian bisnis di masa depan. Ini adalah penyiapan yang baik untuk banyak bisnis baru di tahap awal

dan awal yang membutuhkan uang tunai tetapi belum tentu berada di tempat di mana mereka siap untuk memberikan penilaian pada perusahaan.

Alternatif dari uang kertas konversi adalah uang kertas SAFE, yang berarti "perjanjian sederhana untuk ekuitas masa depan." Tidak seperti wesel konversi, ini bukan utang, tetapi diubah menjadi ekuitas. Biasanya lebih pendek.

Banyak orang berinvestasi sendiri, tetapi ada juga yang lebih suka bekerja dalam kelompok.

Mengapa? Pertama, tidak peduli berapa banyak uang atau waktu yang Anda miliki, investasi itu mahal dan berisiko, jadi lebih murah dan tidak terlalu berisiko untuk melakukannya bersama orang lain; dan, selanjutnya, memakan waktu lebih sedikit jika satu orang dalam kelompok melakukan uji tuntas yang melelahkan untuk semua orang.

Ada banyak perbedaan dalam investasi malaikat grup, yang dapat (dan harus) Anda ketahui jika Anda mencari cara untuk menemukan investor dari sindikat. Hal terpenting yang perlu Anda ketahui untuk saat ini adalah Anda dapat menemukan investor

bisnis kecil dari satu orang, atau kelompok, yang paling sering dipimpin oleh investor utama.

Di mana Menemukan Investor untuk Bisnis Kecil

Perlu mencari investor untuk memulai atau meningkatkan bisnis Anda? Ada lebih dari satu cara untuk mendekati penggalangan dana dan agar diperhatikan oleh mereka yang memiliki modal, Anda perlu naik ke level berikutnya.

Tidak peduli seberapa hebat produk atau ide bisnis Anda, seberapa ramping Anda dapat beroperasi, dan seberapa

besar Anda telah tumbuh, lebih banyak modal dan leverage keuangan hampir pasti akan menjadi kebutuhan. Bahkan startup miliaran dolar yang didanai terbaik dan sangat sukses telah terlibat dalam lebih banyak putaran penggalangan dana daripada sebelumnya.

Saat kamu ingin mulai membesarkan perusahaan atau memulai perusahaan pertimbangkan alternatif cara berikut untuk menemukan investor yang kamu butuhkan

Trusted Introductions

Pertama dan terpenting, tidak ada yang menggantikan dukungan dari

seseorang yang dipercaya oleh investor bisnis kecil. Cari tahu apakah bisnis Anda memiliki seseorang di orbitnya yang dapat Anda hubungi dan perkenalkan bisnis Anda yang juga memiliki hubungan langsung dengan investor atau jaringan investor. Keuangan Anda menceritakan sebuah kisah, tentu saja tetapi ada sedikit yang lebih baik daripada koneksi dan dukungan langsung.

Strategic Networking

Demikian pula, pikirkan cara lain untuk melakukan backchannel ke individu atau kelompok investor dengan jaringan yang sudah Anda ikuti

atau dapat dengan mudah menjadi bagiannya.

Jaringan alumni Anda adalah tempat yang tepat untuk mulai mencari investor terkenal, kelompok malaikat atau sindikat, atau koneksi dengan orang lain yang dapat menawarkan Anda nasihat tentang cara mencari investor.

Anda juga mungkin ingin melihat organisasi perdagangan industri, kamar dagang lokal Anda. Meskipun mungkin tampak aneh untuk fokus secara hiper-lokal, beberapa koneksi terbaik dan terunik Anda dapat dibuat di tingkat lokal saat Anda tidak

bersaing untuk mendapatkan pendanaan yang sama seperti bisnis baru lainnya di kota-kota besar.

Platform Investasi Online

Banyak platform online memungkinkan investor terakreditasi untuk pada dasarnya berbelanja peluang untuk mendukung bisnis baru, memungkinkan pendanaan bisnis kecil datang kepada Anda.

Beberapa dari platform tersebut contohnya Angel Investment Network, dan AngelList. Bergantung pada tempat yang di pilih untuk mengejar koneksi, kamu bisa bekerja dengan seorang individu, atau mungkin

bekerja dengan sindikat atau group investor.

Friends and Family

Mungkin kamu merasa tidak nyaman meminta pinjaman kepada teman atau keluarga, tetapi kamu dapat menawarkan untuk menjadikan mereka investor dalam bisnis mu. Jika kamu merasa nyaman memiliki pemangku kepentingan yang kamu kenal pada tingkat teman atau keluarga, Hal ini mungkin pilihan yang bagus untuk mu.

Bonus besar di sini adalah bahwa mereka mungkin memikirkan kepentingan terbaik kamu dan ingin kamu sukses dengan bisnis baru kamu.

Pastikan kamu meminta mereka menandatangani perjanjian investor dan membahas semuanya dengan pengacara untuk meresmikan prosesnya, memastikan tidak ada ruang untuk ketidaksepakatan atau perselisihan di masa mendatang. Anda harus menawarkan rencana bisnis Anda kepada mereka seperti yang Anda lakukan pada investor potensial lainnya.

7.4. Human Capital Vs Money Capital

Bisnis memiliki dua faktor kunci yaitu manusia atau human capital dan uang atau money capital.

Modal manusia memainkan peran penting dalam meningkatkan produktivitas dan keluaran suatu organisasi. Modal berperan sebagai katalisator untuk meningkatkan produktivitas dalam organisasi. Begitu juga manusia yang berperan sebagai karyawan tanpa karyawan organisasi tidak akan berjalan dengan baik (Nyberg & Moliterno, 2019).

Human capital sebagai salah satu sumber daya yang berguna untuk mempertahankan keunggulan kompetitif. Tindakan strategis membutuhkan seperangkat sumber daya fisik, keuangan, human atau organisasional. Sehingga,

keunggulan kompetitif ditentukan oleh kemampuannya untuk memperoleh dan mempertahankan sumber daya.

Human capital adalah salah satu modal penting bagi perusahaan, karena merupakan sumber inovasi dan pembaharuan strategi, proses re-engineering, serta sumber mimpi dari perusahaan. Salah satu unsur yang dapat menciptakan persepsi pasar yang positif bagi perusahaan adalah personal skill yang dimiliki karyawan sehingga perusahaan dapat mengungguli persaingan dan penjualan.

Uang berperan sebagai alat tukar dan alat pembayaran untuk mengadakan faktor produksi non manusia dan kompensasi atas hasil kerja manusia.

Modal manusia berupa keterampilan, pengetahuan, dan pengalaman yang dimiliki oleh individu (atau populasi) dilihat dari segi nilai atau biaya bagi organisasi atau komunitas.

Individu yang memiliki keterampilan, atribut karakter, pengetahuan, dan pengalaman tertentu, dan itu sangat berharga bagi perusahaan dan rekan kerja dalam organisasi.

Semakin banyak keterampilan yang dimiliki seseorang, semakin tinggi sumber daya manusia orang tersebut. Semakin banyak pengetahuan bermanfaat yang dimiliki, semakin tinggi sumber daya manusia yang dimiliki

Perhatikan di sini tidak berbicara tentang nilai manusia, tetapi modal manusia. Hal tersebut adalah dua konsep yang sangat terpisah. Modal manusia lebih mengacu pada apa yang akan dibayar orang lain untuk aspek hasil kerja atau hasil karya, keterampilan dapat dijual kepada mereka yang membutuhkan dan menghasilkan uang.

Nilai manusia sangat berbeda, karena orang memiliki nilai intrinsik terlepas dari apa yang dapat mereka jual.

Di sisi lain, modal finansial adalah jumlah dari semua aset fisik dikurangi hutang yang disebut kekayaan bersih.

Baik human capital maupun finansial capital atau uang, keduanya dibutuhkan dalam bisnis dan menjadi dua hal yang tak dapat dipisah dalam proses produksi. Human capital tanpa dukungan finansial capital akan kurang maksimal karena untuk berinvestasi pada human capital seperti pengadaan alat kerja juga membutuhkan uang.

Begitu juga finansial capital tanpa dukungan human capital akan berhenti karena tidak ada orang atau manusia yang menjalankan bisnis.

Bagian 3

Mari Membuat Proyek Pertama

Pada bagian ini pembaca diberikan wawasan memulai bisnis berbasis project karena setiap bisnis pasti memiliki project (Business Activity) Dan mengukur performance project atau bisnis

Bab 8
Mencari Sumber Daya
Utama

8.1. Mencari Modal

Dalam bisnis terdapat tiga jenis sumber dana yaitu dari modal investor, laba ditahan dan hutang.

Dalam pembahasan ini finansial capital atau modal uang, disebut modal.

Apa Modal?

Modal adalah istilah untuk aset keuangan, seperti dana yang disimpan di rekening simpanan dan / atau dana yang diperoleh dari sumber pembiayaan khusus. Modal juga dapat dikaitkan dengan aset modal perusahaan yang membutuhkan modal dalam jumlah besar untuk membiayai atau berkembang.

Modal dapat disimpan melalui aset keuangan atau diperoleh dari hutang atau pembiayaan ekuitas. Bisnis biasanya akan fokus pada tiga jenis modal bisnis: modal kerja, modal ekuitas, dan modal hutang. Secara umum modal usaha merupakan bagian inti dari menjalankan usaha dan pembiayaan aset padat modal.

Aset modal adalah aset bisnis yang ditemukan di bagian neraca saat ini atau jangka panjang. Aset modal dapat mencakup uang tunai, setara kas, dan sekuritas yang dapat dipasarkan serta peralatan manufaktur, fasilitas produksi, dan fasilitas penyimpanan.

Dari perspektif ekonomi modal keuangan, modal adalah bagian penting dalam menjalankan bisnis dan menumbuhkan ekonomi. Perusahaan memiliki struktur modal yang meliputi modal hutang, modal ekuitas, dan modal kerja untuk pengeluaran sehari-hari.

Individu memegang modal dan aset modal sebagai bagian dari kekayaan bersih mereka. Bagaimana individu dan perusahaan membiayai modal kerja mereka dan menginvestasikan modal yang mereka peroleh sangat penting untuk pertumbuhan dan laba atas investasi.

Modal biasanya berupa uang tunai atau aset likuid yang dimiliki atau diperoleh untuk pengeluaran. Dalam ekonomi keuangan, istilah ini dapat diperluas untuk mencakup aset modal perusahaan. Secara umum, modal dapat menjadi ukuran kekayaan dan juga sumber daya yang menyediakan peningkatan kekayaan melalui investasi langsung atau investasi proyek modal.

Modal digunakan untuk menyediakan produksi barang dan jasa yang berkelanjutan untuk menciptakan keuntungan. Perusahaan menggunakan modal untuk berinvestasi dalam segala macam hal untuk tujuan menciptakan

nilai bagi perusahaan. Perluasan tenaga kerja dan bangunan bisa menjadi dua bidang di mana modal sering dialokasikan. Dengan berinvestasi melalui penggunaan modal, bisnis atau individu mengarahkan uang mereka ke investasi yang memperoleh pengembalian lebih tinggi daripada biaya modal.

Definisi ekonomi modal keuangan dapat dianalisis oleh para ekonom untuk memahami bagaimana modal dalam perekonomian memengaruhi pertumbuhan ekonomi. Para ekonom mengamati beberapa metrik modal termasuk pendapatan pribadi dan konsumsi pribadi dari laporan

Pendapatan dan Pengeluaran Pribadi Departemen Perdagangan serta investasi yang ditemukan dalam laporan Produk Domestik Bruto triwulanan. Biasanya, modal bisnis dan modal finansial dilihat dari perspektif struktur modal perusahaan.

Struktur Modal Bisnis

Bisnis membutuhkan sejumlah besar modal untuk beroperasi dan menciptakan pengembalian yang menguntungkan. Analisis neraca sangat penting untuk review dan penilaian modal bisnis. Pemisahan antara aset, kewajiban, dan ekuitas, neraca perusahaan menyediakan analisis metrik dari struktur modal.

Pembiayaan hutang menyediakan aset modal tunai yang harus dibayar kembali melalui kewajiban terjadwal. Pembiayaan ekuitas menyediakan modal tunai yang juga dilaporkan dalam bagian ekuitas di neraca dengan ekspektasi keuntungan bagi pemegang saham yang berinvestasi.

Modal hutang biasanya datang dengan tingkat pengembalian relatif yang lebih rendah di samping ketentuan pembayaran yang ketat. Beberapa metrik utama untuk menganalisis modal bisnis termasuk biaya modal rata-rata tertimbang, hutang terhadap ekuitas, hutang terhadap modal, dan laba atas ekuitas.

Jenis Modal

Berikut empat jenis modal teratas secara umum:

Hutang modal

Sebuah bisnis dapat memperoleh modal melalui asumsi hutang. Modal hutang dapat diperoleh melalui sumber swasta atau pemerintah. Sumber modal dapat mencakup teman, keluarga, lembaga keuangan, pemberi pinjaman online, perusahaan kartu kredit, perusahaan asuransi, dan program pinjaman pemerintah.

Individu dan perusahaan biasanya harus memiliki riwayat kredit aktif untuk memperoleh modal hutang.

Modal hutang membutuhkan pembayaran kembali secara teratur dengan bunga. Bunga akan bervariasi tergantung pada jenis modal yang diperoleh dan riwayat kredit peminjam.

Penyertaan modal

Modal ekuitas bisa datang dalam beberapa bentuk. Biasanya perbedaan dibuat antara ekuitas swasta, ekuitas publik, dan ekuitas real estat. Ekuitas swasta dan publik biasanya akan disusun dalam bentuk saham. Peningkatan modal ekuitas publik terjadi ketika perusahaan mendaftar di bursa pasar publik dan menerima modal ekuitas dari pemegang saham.

Ekuitas swasta tidak dinaikkan di pasar publik. Ekuitas swasta biasanya berasal dari investor atau pemilik tertentu

Modal kerja

Modal kerja termasuk aset modal perusahaan yang paling likuid yang tersedia untuk memenuhi kewajiban sehari-hari. Ini dihitung secara teratur melalui dua penilaian berikut:

Aktiva Lancar - Kewajiban Lancar

Piutang + Persediaan - Hutang

Modal kerja mengukur likuiditas jangka pendek perusahaan — lebih

khusus lagi, kemampuannya untuk menutupi hutangnya, hutang dagang, dan kewajiban lainnya yang jatuh tempo dalam satu tahun.

Modal Perdagangan

Modal perdagangan dapat dipegang oleh individu atau perusahaan yang melakukan perdagangan dalam jumlah besar setiap hari. Modal perdagangan mengacu pada jumlah uang yang dialokasikan untuk membeli dan menjual berbagai produk.

Investor dapat mencoba menambah modal perdagangan mereka dengan menggunakan berbagai metode pengoptimalan perdagangan. Metode

ini mencoba memanfaatkan modal sebaik mungkin dengan menentukan persentase dana yang ideal untuk diinvestasikan dengan setiap perdagangan. Secara khusus, untuk menjadi sukses, penting bagi pedagang untuk menentukan cadangan uang tunai optimal yang diperlukan untuk strategi investasi mereka.

Secara umum memperoleh modal ada tiga cara yaitu melalui hutang atau mengajukan pinjaman ke bank atau non bank, Mengajukan permodalan ke investor atau memodali dengan uang yang sudah di miliki dan menahan laba usaha untuk digunakan sebagai modal kembali.

8.2. Mencari Talent atau Merekrut dirimu sendiri terlebih dahulu

Pasar kerja saat ini sangat kompetitif. Ada banyak lowongan kerja setiap hari, tapi pertanyaannya berapa banyak yang menarik calon potensial?

Perekrut sering kali kesulitan menemukan dan mempekerjakan kandidat pekerjaan yang ideal. Pendekatan yang tepat untuk mempekerjakan talenta terbaik adalah kebutuhan saat ini.

Strategi rekrutmen yang kuat dan terencana dapat membantu organisasi menonjol dari persaingan ini.

Merekrut talenta terbaik membutuhkan kombinasi kreativitas dan ketekunan. Teknologi membuatnya lebih mudah dari sebelumnya untuk memublikasikan posting pekerjaan ke khalayak luas tetapi untuk benar-benar terhubung dengan kandidat yang memenuhi syarat dan mendorong kegembiraan tentang peran tersebut, dan perusahaan harus menemukan cara untuk menonjol dari perusahaan lain

Menemukan orang-orang terbaik yang dapat menyesuaikan diri dengan budaya organisasi dan berkontribusi pada organisasi merupakan tantangan dan peluang. Begitu menemukannya, mempertahankan orang terbaik itu

mudah jika melakukan hal yang benar dengan benar. Ide-ide yang diberikan akan membantu organisasi dalam perekrutan karyawan yang sukses. Tindakan spesifik ini akan membantu organisasi merekrut dan mempertahankan semua talenta karyawan yang dibutuhkan organisasi.

Untuk awal membangun bisnis, bisa dimulai dengan mempekerjakan diri sendiri. Atau membangun team pionir yang mampu membantu bisnis dengan kondisi perintisan. Namun bagaimana mendapatkan talent terbaik dalam bidang pekerjaan yang dibutuhkan tentunya membutuhkan strategi terbaik untuk mendapatkan talent terbaik.

Strategi rekrutmen yang kuat dapat membantu menarik bakat terbaik

Pasar penuh dengan bakat, dan langkah yang salah dapat melepaskan kandidat yang cocok.

Membangun strategi merek pemberi kerja yang kuat dan terencana dapat membantu menonjol dari persaingan ini.

Ceruk perekrutan talenta terbaik adalah membuat langkah yang berbeda dan memastikan calon pertumbuhan karir jangka panjang. Berikut strategi merekrut team.

1. Perlakukan kandidat seperti pelanggan

Baik itu skringing telepon atau wawancara langsung, kesan pertama kandidat tentang perusahaan sangat penting. Penting untuk membuat mereka merasa seperti sebuah organisasi yang bersemangat untuk mengenal mereka sebagaimana mereka dipertimbangkan untuk peran tersebut. Salah satu teknik perekrutan terbaik adalah memperlakukan orang yang diwawancarai dengan cara yang sama untuk memperlakukan seperti pelanggan.

Hormati waktu mereka. Baik itu panggilan telepon, konferensi video, atau pertemuan langsung, selalu pastikan untuk datang tepat waktu.

Jika terlambat, beri tahu kandidat sedini mungkin.

Bersikaplah ramah. Ketika seorang kandidat datang untuk wawancara di tempat, tanyakan apakah mereka ingin minum dan tunjukkan di mana mereka bisa menemukan toilet. Buat mereka merasa diterima dan nyaman.

Buat diri Anda tersedia. Berikan informasi kontak kepada calon potensial untuk dihubungi dengan pertanyaan dan masalah selama proses perekrutan.

2. Gunakan media sosial

Media sosial adalah alat perekrutan yang fantastis. Perekrutan sosial memungkinkan perusahaan untuk membagikan postingan pekerjaan dengan seluruh jaringan dan mendorong percakapan dua arah. Meskipun orang yang dijangkau tidak tertarik untuk merekrut, mereka mungkin mengenal seseorang yang cocok. Selain itu, berbagi foto dan video dari acara perusahaan, tempat kerja, dan / atau kehidupan kantor sehari-hari yang selaras dengan merek pemberi kerja memberikan gambaran sekilas tentang budaya perusahaan kepada calon pelamar.

3. Menerapkan program rujukan karyawan

Orang hebat biasanya membiasakan diri dengan profesional berkemampuan tinggi lainnya. Sementara banyak karyawan mungkin sudah berbagi peran terbuka dengan kontak yang memenuhi syarat di jaringan mereka, program rujukan karyawan yang dikembangkan dengan baik dapat mendorong lebih banyak karyawan untuk merujuk bakat terbaik yang mereka ketahui. Pertimbangkan untuk memberikan insentif bagi rujukan dengan bonus dan kontes sehingga mereka dapat menciptakan kegembiraan seputar program.

4. Buat deskripsi pekerjaan yang menarik

- Menulis deskripsi pekerjaan yang menarik perhatian dan menyeluruh adalah salah satu bagian terpenting dari proses perekrutan.
- Berikut beberapa tip untuk dipertimbangkan:
- Buat judul sespesifik mungkin. Judul yang lebih akurat, semakin efektif dalam menarik minat pencari kerja yang paling berkualitas dan tertarik.
- Buka dengan ringkasan yang menawan. Berikan gambaran umum yang membuat pencari kerja bersemangat tentang peran dan perusahaan tersebut.

- Sertakan yang penting. Tuliskan tanggung jawab inti, hard skill dan soft skill, aktivitas sehari-hari, dan jelaskan bagaimana hal itu cocok dengan organisasi.

5. Manfaatkan pekerjaan yang disponsori agar menonjol

Salah satu cara terbaik untuk memastikan posting pekerjaan Anda terus menonjol adalah melalui pekerjaan bersponsor. Cantuman berbayar ini lebih sering muncul di hasil penelusuran yang relevan, dan penempatannya tidak akan kembali ke hasil penelusuran seiring waktu seperti cantuman pekerjaan gratis, yang dapat

menghasilkan lebih banyak pelamar berkualitas tinggi.

6. Periksa resume yang diposting online

Memang Resume menampung jutaan resume dari pencari kerja di hampir semua industri dan lokasi. Pemberi kerja dapat dengan cepat menemukan kandidat dengan memasukkan judul pekerjaan atau keahlian dan kota, negara bagian, atau kode pos. Ini dapat mempersempit hasil berdasarkan kriteria seperti pengalaman bertahun-tahun, tingkat pendidikan, dan banyak lagi. Itu juga dapat mengatur Resume Alert untuk menerima email harian dengan tautan

ke resume baru yang sesuai dengan kriteria untuk posisi yang ingin diisi.

7. Pertimbangkan kandidat sebelumnya

Saat merekrut suatu posisi, sering kali ada beberapa kandidat berbakat yang tidak dipotong karena waktu atau faktor eksternal lainnya. Saat merekrut untuk posisi serupa, pertimbangkan untuk mengunjungi kembali resume pelamar sebelumnya. sejak pembicaraan terakhir, para kandidat ini sudah akrab dengan perusahaan dan mungkin telah memperoleh keterampilan dan pengalaman baru

8. Klaim Halaman Perusahaan Anda

Pencari kerja sering kali meluangkan waktu untuk meneliti ulasan karyawan, data gaji, tunjangan, dan lainnya sebelum melamar pekerjaan.

9. Hadiri pertemuan terkait industri

Meskipun bursa kerja dapat membantu menemukan kandidat yang memenuhi syarat, acara khusus non-perekrutan juga merupakan peluang bagus untuk bertemu dengan para profesional industri yang termotivasi yang ingin membangun jaringan dan maju di bidangnya. Misalnya, jika ingin mempekerjakan seorang insinyur perangkat lunak, temukan grup,

pertemuan, atau asosiasi lokal yang berfokus pada pengembangan perangkat lunak dan hadiri pertemuan lokal. Profesional yang paling bersemangat akan segera menonjol.

10. Libatkan rekan-rekan dalam proses wawancara

Terkadang orang terbaik untuk mewawancarai kandidat adalah seseorang yang sudah bekerja di peran yang sama atau serupa. Karyawan ini sudah mengetahui apa yang diperlukan untuk unggul dalam posisi tersebut dan dapat memverifikasi apakah kandidat memiliki keterampilan dan pengalaman yang dibutuhkan untuk melakukan pekerjaan dengan baik.

Karyawan saat ini juga dapat secara akurat menggambarkan pengalaman sehari-hari dan membantu kandidat lebih memahami apa yang dapat mereka harapkan jika dipekerjakan.

8.3. Mencari Tempat Usaha

Setiap bisnis membutuhkan tempat untuk beroperasi meskipun berbasis digital. Minimal tempat untuk bekerja. Dalam menentukan lokasi usaha, tentunya disesuaikan dengan kebutuhan bisnis.

Jika kamu sudah lama berpikir untuk memulai bisnis, kemungkinan besar kamu sudah mengetahui seperti apa lokasi bisnis kamu nantinya.

Itu bagus, tapi itu belum cukup.

Memilih lokasi yang tepat lebih dari sekedar menemukan tempat yang terlihat paling dekat dengan yang kamu bayangkan.

Ini tentang berada di tempat yang akan dilihat pelanggan, tentang berada di lokasi yang kompetitif, tentang tetap sesuai anggaran, dan tentang memenuhi hukum.

Di mana lokasi terbaik untuk memulai bisnis?

Lokasi dapat memainkan peran utama dalam momentum yang dinikmati

startup, betapa mudahnya menarik pendanaan, dan seberapa besar kamu menikmati perjalanan dan benar-benar mendapatkan keuntungan. Gunakan sembilan hal ini untuk memilih lokasi optimal untuk menyiapkan dan meluncurkan usaha yang anda rintis.

1) Ketahui Tujuan & Kebutuhan Usaha

Meskipun kamu dengan senang hati memulai di garasi atau ruang kerja bersama, adalah bijaksana untuk mengantisipasi apa yang benar-benar kamu perlukan untuk mendorong dan meningkatkan skala bisnis mu. Selama beberapa bulan dan tahun mendatang.

Kamu selalu dapat pindah atau bercabang, tetapi kamu membutuhkan awal yang kuat untuk mencapainya.

Apa visi besar mu? Berapa banyak uang yang perlu kamu kumpulkan untuk sampai ke sana dan dari siapa?

Siapa lagi yang kamu perlukan untuk membantu dalam perjalanan? Seberapa besar pengaruh kedekatan dan overhead pada kemampuan mu untuk bertahan dan berkembang?

2) Dimana bisnis Bisa Mampu

Suatu tempat jauh lebih mahal daripada yang lain. Itu tidak hanya

berlaku untuk biaya langsung dalam menjalankan bisnis tetapi juga biaya overhead dan hidup sehari-hari.

Kamu mungkin harus mengawasi pengeluaran kantor dan banyak makan siang dan rapat minum kopi. Kamu mungkin akan bekerja dan tidur lebih nyenyak di apartemen sungguhan daripada di luar mobil. Padahal tetap lapar bisa memberi kamu banyak motivasi.

3) Di Mana Anda Dapat Menemukan Bakat

Jika Anda berencana memiliki startup dengan pertumbuhan cepat yang benar-benar berkembang, Anda

memerlukan tim. Lebih banyak pendiri memilih tim jarak jauh dan terdistribusi di seluruh dunia. Banyak yang mendapatkan bantuan teknis di luar negeri di negara-negara seperti Spanyol sambil mempertahankan kantor pusat di AS.

Jangan berbelanja secara royal dan semua kesembronoan yang menyertainya jika kamu tidak perlu.

Jika kamu merasa membutuhkan tim internal, kamu harus memulai atau merelokasi bisnis kamu untuk menemukan atau membawa bakat.

Setiap sen bisa berpengaruh pada hari-hari awal sebuah startup. Entah masuk ke bisnis atau terbangung percuma. Meskipun jika faktor lain memaksa Kamu ke tujuan yang lebih mahal, carilah cara untuk menjadi kreatif.

4) Dimana Anda Dapat Berbicara dengan Pelanggan

Setelah mensurvei banyak investor dan pendiri terkenal yang telah mencapai jalan keluar yang sangat besar, jelas bahwa berbicara dengan pelanggan adalah salah satu hal terpenting yang dapat dilakukan seorang wirausahawan.

Sangat penting di hari-hari pertama itu untuk menemukan produk yang sesuai dengan pasar. Sangat penting untuk terus mendapatkan masukan langsung dari pengguna. Investor ingin melihat data itu juga.

5) Di Mana Anda Terinspirasi & Didukung

Jangan mengabaikan unsur penting ini dalam meluncurkan dan menumbuhkan startup. Akan ada banyak hari yang sulit. Tidak apa-apa. Hari-hari besar membuatnya lebih dari layak.

Hari-hari gelap tidak akan terlalu mengganggu Anda jika Anda memiliki sistem pendukung yang baik. Anda dapat menikmati lebih banyak hari baik jika Anda berada di lingkungan yang sangat wirausaha. Salah satu yang inovatif dan mendapatkannya.

Lihatlah akselerator startup teratas, dan Anda akan menemukan salah satu benang merah mereka adalah mengumpulkan para pendiri. Menyatukan kelas pendiri di berbagai startup, serta menghubungkan lulusan sebelumnya dengan pendatang baru. Hal ini juga sering kali menghasilkan perkenalan yang bagus dengan investor.

6) Dimana Anda Bisa Menjadi Paling Produktif

Ide itu murah. Eksekusi itulah yang membuat perbedaan.

Sementara banyak yang mungkin pindah ke New York atau San Francisco untuk menanamkan diri dalam ekosistem startup yang menginspirasi, produktivitas masih menguasai.

Misalkan Anda dapat menjadi lebih produktif dan menyelesaikan lebih banyak setiap hari untuk mengembangkan bisnis Anda dari sofa

Anda. Jika Anda benar-benar bisa menyelesaikan lebih banyak hal di ruang kerja bersama daripada dengan semua kekacauan di rumah, keluar dan lakukanlah.

Pada akhirnya, Anda perlu menemukan sweet spot Anda dan menyelesaikan lebih banyak daripada pesaing.

7) Di Mana Anda Dapat Bertemu Investor

Beberapa kota menawarkan peluang jaringan yang jauh lebih baik. Di beberapa kota, ada peluang besar untuk bertemu investor di gym, kedai

kopi, dan happy hour dibandingkan yang lain. Anda dapat mengalami selusin minggu, di mana kota-kota lain mungkin terus berdatangan.

Setelah Anda menyelami proses penggalangan dana, Anda harus membangun hubungan dengan investor setiap bulan. Anda harus mengadakan pertemuan rutin untuk mempromosikan dan menjalani proses uji tuntas.

Harus terbang dan mengemudi sebanyak itu bisa menghabiskan banyak modal dan waktu. Lakukan perhitungan penuh dan lihat apa yang masih paling masuk akal.

8) Dimana Investor Ingin Menaruh Uang Mereka

Silicon Valley tidak hanya lebih pada konsentrasi VC dan dana yang tinggi; itu juga menarik banyak uang VC internasional. Persis seperti NYC. Lalu ada kota-kota seperti Bangalore, India, dan London di mana para investor mendapatkan banyak uang dari luar.

9) Dimana Pajak dan Kewajiban Rendah

Menjual perusahaan Anda seharga \$ 1 miliar kedengarannya bagus. Meskipun itu hanya sebegus berapa

banyak yang bisa Anda simpan. Ini terutama benar jika Anda mengurangi kepemilikan melalui penggalangan dana.

Carilah kota yang ramah investor dan ramah bisnis di mana pajak rendah, dan Anda dapat menyimpan lebih banyak pendapatan dan keuntungan modal.

8.4. Mencari peralatan dan mesin

Peralatan yang tepat dapat meningkatkan proses, produktivitas, kapasitas untuk berinovasi, dan keuntungan.

Tetapi untuk mendapatkan hasil tersebut dari investasi modal yang besar, kita memerlukan rencana investasi yang memenuhi kebutuhan jangka pendek dan jangka panjang . tidak hanya akan menghemat waktu dan sumber daya, tetapi juga akan menghindari perbaikan cepat yang mahal.

Sembilan tip ini akan membantu melakukan pembelian peralatan yang tepat.

1. Menilai realitas bisnis Anda

Penting untuk memahami tujuan Anda. Apakah Anda ingin meningkatkan produktivitas?

Akankah peralatan baru ini membuat Anda lebih sukses di pasar?

Akankah itu membantu Anda tetap terdepan dari pesaing Anda?

Bisakah Anda meningkatkan produksi daripada membeli peralatan baru dan masih mendapatkan kinerja yang lebih baik?

Pastikan untuk memiliki jawaban atas pertanyaan-pertanyaan ini sebelum membeli. Hindari dipengaruhi oleh kampanye pemasaran agresif yang membuat klaim tidak realistis.

2. Dapatkan sudut pandang eksternal

Bergantung pada skala investasi, mungkin ada gunanya bekerja dengan

konsultan eksternal yang dapat memastikan untuk mendapatkan hasil maksimal dari pembelian dengan membantu menilai kebutuhan perusahaan.

Praktik yang paling umum adalah melakukan analisis biaya-manfaat, yang membantu untuk membenarkan pembelian dan menentukan pro dan kontra.

Jika berada di bidang manufaktur, Dapat menggunakan rasio pemanfaatan aset, yang mengukur kemampuan organisasi untuk mendapatkan hasil yang optimal dari peralatan dan aset lainnya. Premisnya

adalah bahwa peralatan yang lebih efisien akan memberi hasil yang lebih baik.

3. Berinvestasi dalam teknologi yang lebih efisien sesuai kebutuhan organisasi

Pendorong utama pertumbuhan produktivitas adalah kapasitas untuk memprediksi dan mencegah waktu henti, serta mengoptimalkan efektivitas dan pemeliharaan peralatan.

Penghematan biaya berasal dari:
pemantauan produksi dan kontrol kualitas waktu nyata untuk mengurangi pemborosan dan pengerjaan ulang

pemeliharaan prediktif untuk mencegah perbaikan yang mahal dan waktu henti yang tidak direncanakan otomatisasi yang lebih tinggi untuk menghemat biaya tenaga kerja dan meningkatkan hasil penggunaan printer 3-D untuk mencapai pembuatan prototipe yang lebih cepat, mengurangi biaya rekayasa, dan mempercepat waktu pemasaran. Sementara itu, peningkatan kualitas berasal dari teknologi seperti kendali kualitas waktu nyata.

4. Buat peta jalan teknologi

Daripada melakukan pembelian terpisah, lihat keseluruhan kebutuhan bisnis dan rencanakan untuk jangka

panjang. Di sinilah peta jalan teknologi dapat membantu.

Peta jalan teknologi adalah alat perencanaan yang menyelaraskan tujuan bisnis dengan solusi teknologi jangka panjang dan pendek. Ini akan membantu memahami sistem teknologi saat ini, menetapkan prioritas pengembangan teknologi, dan memberikan garis waktu untuk penerapan sistem baru.

Bagian pertama untuk membangun peta jalan adalah mendapatkan gambaran yang jelas tentang apa yang sudah dilakukan dan memetakan proses bisnis.

Proses adalah rangkaian aktivitas atau operasi yang harus terjadi dalam urutan tertentu untuk menciptakan nilai bagi pelanggan dalam bentuk produk atau layanan (Kossiakoff,et al.,2020). Teknologi memiliki potensi untuk mengefisienkan proses.

5. Cari pemasok

Internet memberi akses ke berbagai perusahaan peralatan khusus, jadi luangkan waktu untuk menjelajah. Lihat buletin yang menargetkan industri tertentu, dan hadiri pameran dagang di mana bisa mendapatkan waktu langsung bertemu pemasok peralatan. Juga dapat menghubungi

asosiasi industri untuk informasi lebih lanjut.

Jangan biarkan harga memandu dalam mengambil keputusan pemasok.

Pertimbangkan juga aspek-aspek seperti layanan purnajual dan reputasi pemasok, dan dapatkan referensi. Jika kita adalah pelanggan setia, kita dapat meminta jaminan yang lebih baik atau paket layanan pelanggan yang diperpanjang.

6. Ingatlah selalu pelatihan

Terlalu sering, pengusaha tidak mempertimbangkan waktu, uang, dan sumber daya yang dibutuhkan untuk

melatih karyawan tentang peralatan baru. Kita ingin menghindari penurunan produktivitas yang terjadi ketika karyawan mengambil terlalu banyak waktu untuk beradaptasi dengan teknologi atau proses baru.

Jika peralatan baru atau memiliki fitur baru, Kita dapat berasumsi bahwa karyawan akan menghadapi kurva pembelajaran. Penting untuk mengatasi masalah dengan memastikan bahwa kita memiliki pembiayaan untuk mengatasi waktu henti yang diakibatkan. Kita harus memblokir waktu untuk melatih karyawan dan tetap memastikan bahwa

operasi kita dapat berjalan sesuai kapasitas.

7. Putuskan apakah membeli atau menyewa peralatan

Pembelian memungkinkan kita memiliki peralatan segera setelah transaksi selesai. Perusahaan mengamortisasi biaya selama umur peralatan. Dimungkinkan untuk mendapatkan pembiayaan lebih dari harga pembelian. misalnya, menawarkan pembiayaan hingga 100% untuk biaya pembelian dan kemungkinan pembiayaan tambahan untuk menutupi biaya pemasangan, pelatihan dan transportasi.

Opsi sewa atau sewa mungkin sesuai untuk peralatan yang dengan cepat menjadi usang atau diperlukan untuk proyek tertentu. Menyewa dapat membuat pembayaran lebih rendah daripada jika perusahaan membeli peralatan tersebut. Namun, jangan memiliki peralatan tersebut dan tunggu hingga kontrak berakhir untuk membelinya. Harga yang dibayarkan di akhir kontrak mungkin lebih rendah daripada harga pembelian awal, tetapi karena juga melakukan pembayaran, opsi ini mungkin lebih mahal dalam jangka panjang daripada yang lain. Bergantung pada struktur sewa, pembayaran dapat dimasukkan sebagai bagian dari biaya operasi.

8. Pikirkan keamanan dulu

Lingkungan kerja yang sehat dan aman membuat karyawan dan perusahaan menjadi lebih produktif, dan aturan ini berlaku untuk pembelian peralatan dan teknologi.

Pemasok bertanggung jawab untuk menjual peralatan yang dapat digunakan dengan aman tetapi bertanggung jawab untuk memastikan bahwa karyawan mengikuti aturan keselamatan.

9. Jaga agar tetap hijau

Saat membeli peralatan atau teknologi, pastikan itu hemat energi. Anda tidak hanya akan menghemat uang, tetapi

juga berkontribusi pada kesehatan planet ini. Teliti dampak lingkungan dari peralatan baru dan cari tahu bagaimana membuang peralatan yang ada untuk meminimalkan dampaknya terhadap lingkungan.

8.5. Mencari Bahan Baku

Menemukan pemasok untuk bisnis manufaktur apa pun adalah bagian dari pengembangan strategi rantai pasokan yang kuat. Strategi rantai pasokan yang efektif dimulai dengan menilai kebutuhan pelanggan dan mencakup perencanaan, manajemen inventaris, identifikasi pemasok, analisis biaya, transportasi, pasokan dan permintaan keseluruhan, ketersediaan produk, dan

penggunaan sistem manajemen terkomputerisasi.

Manajemen rantai pasokan dapat menjadi sistem yang kompleks karena banyak bisnis dan proses biasanya terlibat. Sebagian besar produsen mengidentifikasi pemasok utama yang akan digunakan tetapi mungkin juga memiliki dua atau tiga pemasok cadangan. Dokumentasi strategi rantai pasokan dapat membantu usaha kecil agar tetap kompetitif.

Salah satu masalah yang dihadapi oleh banyak usaha kecil adalah besarnya pesanan yang diminta oleh pemasok. Jumlah pesanan minimum mungkin

terlalu besar untuk kebutuhan manufaktur bisnis kecil. Membeli terlalu banyak mengikat uang tunai dan membuat bisnis kurang menguntungkan. Strategi yang mungkin untuk mengatasi masalah ini termasuk memperkirakan kebutuhan pasokan tahunan dan negosiasi untuk beberapa waktu pengiriman atau bermitra dengan bisnis kecil lain yang membutuhkan bahan yang sama dan membuat pesanan gabungan.

Penetapan harga juga menjadi masalah. Pemasok memberikan jeda harga untuk jumlah pesanan yang lebih banyak, yang mengurangi biaya produksi. Banyak pemilik usaha kecil

yang dirugikan karena meningkatnya biaya ini. Di beberapa daerah, produsen kecil akan membuat konsorsium pembelian di mana beberapa bisnis mencapai biaya yang lebih rendah dengan bekerja sama.

Bab 9

Uang dan Biaya

9.1. Proses Penganggaran

Penganggaran adalah implementasi taktis dari rencana bisnis (Prendergast,2018). Untuk mencapai tujuan dalam rencana strategis bisnis, Organisasi memerlukan peta jalan deskriptif rinci dari rencana bisnis yang menetapkan ukuran dan indikator kinerja. Kemudian, dapat membuat perubahan di sepanjang jalan untuk memastikan bahwa tujuan yang diinginkan dapat tercapai

Penganggaran adalah proses dimana pendapatan dan pengeluaran masa depan diputuskan untuk merampingkan proses pengeluaran. Penganggaran dilakukan untuk

melacak pengeluaran dan pendapatan. Ini berfungsi sebagai metode pemantauan dan pengendalian untuk mengelola keuangan bisnis. Ini dimulai dengan memutuskan tujuan keuangan yang sesuai dengan anggaran yang akan dibuat. Kegiatan penting lainnya dalam proses penganggaran meliputi hal-hal seperti peramalan, pemantauan, pengendalian dan evaluasi tujuan keuangan.

Proses penganggaran sangat penting untuk setiap badan usaha. Tanpa anggaran yang tepat, sebuah bisnis tidak akan pernah bisa melacak berapa banyak yang telah diperoleh dan berapa banyak yang telah dibelanjakan.

Anggaran berfungsi sebagai panduan hebat yang dengannya bisnis dapat mengawasi aliran pendapatannya dan dapat mengidentifikasi potensi bahaya sebelumnya. Lebih jauh, anggaran bertindak sebagai alat yang berharga untuk mengendalikan bagaimana suatu bisnis membelanjakan. Anggaran memastikan bahwa semua uang dibelanjakan ke arah yang benar dan tujuan keuangan tercapai.

Memperkirakan dan menyesuaikan pengeluaran dengan pendapatan (nyata atau diantisipasi) penting karena membantu pemilik usaha kecil untuk menentukan apakah mereka memiliki cukup uang untuk mendanai operasi,

mengembangkan bisnis, dan menghasilkan pendapatan untuk diri mereka sendiri. Tanpa anggaran atau rencana, bisnis berisiko menghabiskan lebih banyak uang daripada mengambilnya, atau sebaliknya, tidak menghabiskan cukup uang untuk mengembangkan bisnis dan bersaing.

9.2. Cash Flow

Arus kas adalah uang yang keluar masuk bisnis Anda dalam sebulan (Dover & Mariwalla,2020).Laporan arus kas menunjukkan bagaimana perusahaan membelanjakan uangnya (arus kas keluar) dan dari mana perusahaan menerima uangnya (arus kas masuk). Laporan arus kas

mencakup semua arus kas masuk yang diterima perusahaan dari operasi yang sedang berjalan dan sumber investasi eksternal, serta semua arus kas keluar yang membayar aktivitas bisnis dan investasi selama kuartal tertentu.

Untuk beberapa bisnis, seperti restoran dan beberapa pengecer, uang tunai adalah uang tunai. Bisnis mengambil uang tunai dari pelanggan dan terkadang membayar tagihannya secara tunai. Bisnis tunai memiliki masalah khusus dalam melacak arus kas, terutama karena mereka mungkin tidak melacak pendapatan kecuali ada faktur atau dokumen lain.

Pikirkan ' arus kas ' sebagai gambaran dari rekening giro bisnis dari waktu ke waktu. Jika lebih banyak uang masuk dari pada yang keluar, maka kita berada dalam situasi " arus kas positif " dan memiliki cukup uang untuk membayar tagihan. Jika lebih banyak uang tunai yang keluar daripada masuk, maka dalam bahaya penarikan berlebih, dan perlu mencari uang untuk menutupi kebutuhan.

Kekurangan uang tunai adalah salah satu alasan terbesar bisnis kecil gagal. Cadangan uang tunai yang tidak mencukupi adalah alasan utama startup tidak berhasil. Ini disebut kehabisan

uang, dan itu akan menutup bisnis lebih cepat dari apa pun.

Berurusan dengan masalah arus kas paling sulit saat memulai bisnis. memiliki banyak pengeluaran, dan uang keluar dengan cepat. Dan mungkin tidak ada penjualan atau pelanggan yang membayar. Bisnis akan memerlukan beberapa sumber arus kas sementara lainnya, seperti jalur kredit sementara, untuk maju dan maju ke situasi arus kas yang positif.

Enam bulan pertama bisnis adalah waktu yang penting untuk arus kas. Jika bisnis tidak memiliki cukup uang untuk dibawa saat ini, peluang untuk

sukses tidak baik. Pemasok sering kali tidak memberikan kredit untuk bisnis baru, dan pelanggan mungkin ingin membayar secara kredit, memberikan "kesulitan uang" untuk ditangani.

9.3. Pengukuran Kinerja Bisnis

Untuk mengukur kinerja bisnis, Perlu melacak metrik bisnis yang relevan, juga dikenal sebagai indikator kinerja utama, yang menampilkan nilai terukur dan menunjukkan kemajuan tujuan bisnis.

Mengukur kinerja adalah bagian penting dalam memantau pertumbuhan dan kemajuan bisnis apa pun. Ini memerlukan pengukuran kinerja aktual bisnis terhadap tujuan yang dimaksudkan. Memeriksa kinerja bisnis secara teratur akan melindungi bisnis dari masalah keuangan atau organisasi. Ini membantu bisnis dalam menurunkan biaya proses dan

meningkatkan produktivitas dan efektivitas misi.

Pengukuran kinerja bisnis mengacu pada manajemen dan proses analitis yang digunakan oleh manajemen organisasi untuk menilai kinerja organisasi untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan oleh manajemen organisasi. Manajemen kinerja bisnis juga dikenal sebagai manajemen kinerja perusahaan.

Mengelola kinerja bisnis bukanlah aktivitas satu kali dan merupakan pekerjaan biasa untuk menilai kinerja dan memastikan bahwa perusahaan bekerja untuk mencapai tujuan.

Business Process Management memiliki tiga kegiatan utama yaitu pemilihan tujuan, konsolidasi informasi pengukuran, dan intervensi manajer untuk meningkatkan tujuan masa depan. Ketiga aktivitas yang ada di sini berurutan, tetapi mereka berjalan secara bersamaan sesuai dengan tujuan organisasi.

Ada beberapa alat yang tersedia dengan manajer, dan mereka perlu memilih alat yang tepat untuk mengingat tujuan atau sasaran organisasi. Beberapa alat yang digunakan untuk hal yang sama adalah Balanced Scorecard, Benchmarking, Manajemen risiko perusahaan, dll.

Perubahan konstan dalam kondisi pasar berarti penting untuk terus melacak dan meninjau sasaran dan kinerja bisnis Anda agar tetap kompetitif.

Menentukan Tujuan

Apa yang ingin dicapai? Contoh sasaran mungkin memperoleh pelanggan baru, meningkatkan kepuasan pelanggan, dan menghasilkan volume lalu lintas yang tinggi ke situs web. Dengan adanya tujuan, memudahkan management mengukur kinerja bisnis berdasarkan tujuan yang sudah ditetapkan.

Berikut adalah contoh tujuan bisnis:

- Meningkatkan penjualan
- Layanan pelanggan yang lebih baik
- Meningkatkan margin keuntungan
- Meningkatkan efisiensi produksi
- Menangkap pangsa pasar yang lebih besar

Dari tujuan, tetapkan faktor penentu keberhasilan. Faktor penentu tersebut yang di ukur atau dijadikan dasar pengukuran kinerja bisnis.

Key Performance Indicators

Key performance indicators adalah rasio standar yang memberikan wawasan tentang kinerja bisnis Anda. Contohnya termasuk pendapatan yang dihasilkan per karyawan atau laporan

keuangan. Indikator kinerja ini membantu Anda mengukur kinerja terhadap sasaran yang telah Anda identifikasi.

Menyetel key performance indicators akan bervariasi antar bisnis. Penting untuk memilih key performance indicators yang berarti bagi bisnis , yang dapat diukur dan memberikan hasil untuk mencapai tujuan Anda.

Metrik Bisnis

Metrik bisnis adalah ukuran yang dapat diukur yang melacak dan menilai status proses bisnis tertentu. Bergantung pada bisnis dan tujuan Anda, Anda mungkin ingin fokus pada

metrik tertentu. Ini termasuk metrik pemasaran, metrik penjualan, metrik akuntansi dan keuangan, dan metrik online.

Metrik ini membuat pemilik bisnis, karyawan, investor, dan pelanggan mendapat informasi dan mengetahui bagaimana kinerja perusahaan.

Mengukur Key Performance Indicators
Pilih beberapa tujuan bisnis utama, kembangkan key performance indicators terkait, dan fokus pada pelacakan dan pengumpulan data yang relevan.

Menetapkan key performance indicators berfungsi untuk mengukur keberhasilan bisnis dalam mencapai target. Hasil pengukuran menunjukkan seberapa efektif bisnis mencapai tujuan utamanya. key performance indicators dapat menjangkau seluruh industri, departemen atau tugas individu.

Setelah menetapkan key performance indicators, kembangkan strategi untuk mencapainya dan mengevaluasi kemajuan bisnis, dan pada akhirnya memiliki catatan sejarah kinerja bisnis .

Mengukur Key Performance Indicators Keuangan dan Non-Keuangan.

Meninjau kinerja keuangan dapat membantu memeriksa tujuan bisnis dan merencanakan secara efektif untuk meningkatkan bisnis.

Saat melakukan tinjauan keuangan bisnis, Dapat dimulai dengan menilai arus kas bisnis, modal kerja, basis biaya dan pertumbuhan. Rasio keuangan utama lainnya adalah rasio efisiensi, pertumbuhan penjualan, rasio likuiditas dan leverage keuangan.

Target sebagian besar bisnis adalah peningkatan laba. Metrik utama untuk menilai profitabilitas adalah:

- Batas operasi
- Marjin laba kotor
- Margin laba bersih
- Pengembalian modal

Mengukur Loyalitas dan Retensi Pelanggan

Semakin banyak tahu tentang apa yang dibutuhkan pelanggan, semakin mudah untuk menangani peningkatan jumlah pelanggan. Untuk menangkap umpan balik pelanggan, Dapat menggunakan data penjualan, formulir keluhan, kuesioner, dan media sosial.

Mengumpulkan umpan balik dari pelanggan membantu mengidentifikasi di mana perbaikan dapat dilakukan pada produk atau layanan Anda.

Pengukuran Kinerja Karyawan

Mengevaluasi kinerja karyawan dari perspektif keuangan dapat menjadi alat manajemen yang sangat berharga. Metrik yang paling umum digunakan untuk menilai kinerja karyawan adalah penjualan per karyawan, kontribusi per karyawan dan laba per karyawan.

Analisa Pesaing

Informasi pesaing yang berguna bagi bisnis bergantung pada jenis bisnis dan pasar tempat bisnis beroperasi. Pertanyaan utama yang harus diajukan adalah siapa pesaing dalam bisnis, apa yang mereka tawarkan, bagaimana mereka memberi harga produk dan layanan mereka, apa saja keunggulan kompetitif.

Berguna untuk melakukan SWOT (kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman) untuk mengetahui lebih banyak tentang apa yang dikatakan pesaing Anda tentang diri mereka sendiri dan apa yang dikatakan orang lain tentang mereka.

Memiliki proses untuk memantau dan mengukur kinerja bisnis secara teratur dapat membantu pemilik bisnis mengidentifikasi praktik terbaik dan membuat strategi untuk mendorong pertumbuhan bisnis.

Pembandingan adalah cara yang berguna untuk membandingkan bisnis yang dijalani dengan bisnis yang dijalani pesaing di sektor yang sama. Penting untuk diperhatikan bahwa sasaran akhir dan posisi pasar akan memengaruhi perbandingan tertentu yang ingin dibuat.

Dengan memahami dan mengukur kinerja kita bisa mengerti performance

bisnis yang berjalan dan bagaimana prospek kedepannya.

Bisnis harus terus berinovasi untuk tetap terus bertahan dan tumbuh. Pengukuran bisnis adalah salah satu cara untuk memahami aktivitas bisnis dan penentuan dasar strategi bisnis yang akan dilakukan di masa depan.

Bibliography

Bejinariu,R Maria.(2020).Sustainable Business Performance and Risk Management. Cham : Springer

Dover,J.S., Mariwalla,K.(2020).The Business of Dermatology.New York :Thieme

Eriksson,P., Kovalainen,A. (2015). Qualitative Methods in Business Research: A Practical Guide to Social Research.New York : SAGE

Gandhi,P.(2020).Business Studies - Class 12 - CBSE (2020-21).New Delhi : VK Global

Girard,S.L., O'Keefe,M.F., Price,M.A.,
Scribner,K.(2015).Newburyport :Red
Wheel

Kossiakoff,A., Biemer,S.M.,
Seymour,S.J. (2020). Systems
Engineering Principles and Practice.
Hoboken : John Wiley and Sons

Ma,X.(2020).Great Transformation,
The: Supply-side Structural Reform.
Singapore : World Scientific

Moore,A.(2017).Intellectual Property
and Information Control: Philosophic
Foundations and Contemporary
Issues.London : Routledge

Nyberg,A.J., Moliterno,T.P. (2019).
Hand book of Research on Strategic
Human Capital Resources.
Cheltenham : Edward Elgar

Prendergast,H.(2018).Front Office
Management for the Veterinary Team
E-Book. Amsterdam : Elsevier

Raabe,W.A., Maloney,D.M., Young,
J.C., Smith,J.E., Nellen,A. (2016).
South-Western Federal Taxation 2016:
Essentials of Taxation: Individuals and
Business Entities. Singapore : Cengage
Learning

Sakhi,N.(2020).Human Security and Agency: Empowering Locally Led Peacebuilding in Afghanistan. London : Rowman & Littlefield

Sow,A., Friedman,A.(2020).Big Friendship: How We Keep Each Other Close.New York : Simon & Schuster

Profil Penulis



DR. Budi Sasongko

Praktisi bisnis dan berpengalaman lebih dari 10 tahun mengelola perusahaan BUMN sebagai direktur utama.

Di bidang akademis sebagai dosen tetap di STIE Jaya Negara Taman Siswa Malang dan aktif melakukan penelitian dalam bidang bisnis khususnya keuangan.



Suryaning Bawono, M.Si

Praktisi bisnis dan berpengalaman lebih dari 10 tahun mengelola perseroan terbatas di dalam dan diluar negeri sebagai pemilik, direktur utama dan komisaris.

Dibidang akademis aktif sebagai dosen tetap di STIE Jaya Negara Taman Siswa Malang dan aktif melakukan penelitian dalam bidang bisnis khususnya keuangan.