



**USAID**  
DARI RAKYAT AMERIKA



# MODUL

# JADI PENGUSAHA MANDIRI

## #JAPRI



Nama:

---



Modul versi revisi ini dibuat dengan dukungan USAID untuk upaya memperkuat aspek pemberdayaan dan penguatan inklusifitas bagi individu penyandang disabilitas dalam bidang ekonomi melalui peningkatan kemampuan kewirausahaan.



# BAB 2 GALI IDE USAHA ANDA

## ANALISIS ASPEK POSITIF DAN ASPEK NEGATIF

**Analisis aspek positif dan aspek negatif** adalah suatu cara untuk menilai apakah ide usaha yang diusulkan layak untuk dijalankan atau tidak. Caranya dengan membandingkan aspek positif dan aspek negatif dari masing-masing ide usaha.

**Analisis sederhana ini digunakan jika terdapat lebih dari satu ide usaha, misalnya dua, tiga atau lebih.** Dengan menggunakan analisis aspek positif dan negatif ini, kita dapat menentukan satu ide usaha yang dinilai paling baik.



Sumber Gambar : freepik.com

Dalam analisis ini, pengusaha harus dapat mencari, mengumpulkan, dan mencatat semua informasi yang terkait dengan usulan ide usaha dan kemudian mengelompokkan apakah informasi tersebut termasuk aspek positif atau termasuk aspek negatif. Beberapa informasi yang harus didata adalah:

### **1 Keahlian yang dimiliki pengusaha untuk menjalankan usaha tersebut**

Pengusaha harus dapat mengetahui keahlian yang dimiliki. Keahlian yang dimaksud di sini merupakan berbagai hal yang dikuasai oleh pengusaha untuk mendukung usaha yang akan dijalankan. Misalnya kemampuan memasak, kemampuan memperbaiki motor, kemampuan menggambar, kemampuan mengoperasikan komputer, dan keterampilan lain sebagainya.

### **2 Ketersediaan bahan baku yang dibutuhkan**

Pengusaha harus mengetahui apakah bahan baku yang dibutuhkan tersedia atau tidak. Jika tersedia, di mana bahan baku tersebut tersedia dan apakah jumlahnya mencukupi untuk kegiatan produksi. Jika tidak tersedia, pengusaha harus memikirkan bahan baku pengganti. Misalnya si A ingin memulai usaha keripik bayam kemasan maka si A harus mengetahui bahan yang digunakan untuk membuat keripik bayam (bayam, terigu, minyak goreng, dan lain sebagainya) tersedia atau tidak.

### **3 Kemudahan mendapatkan bahan baku yang dibutuhkan**

Setelah mengetahui bahan baku yang dibutuhkan, pengusaha juga harus mengetahui apakah bahan yang dibutuhkan tersebut mudah atau sulit didapat. Apakah bahan baku yang dibutuhkan dapat dibeli di pasar-pasar terdekat atau harus mencari ke wilayah lain. Apakah bahan baku tersebut dapat diperoleh kapanpun atau hanya didapat secara musiman.

#### 4 Kemampuan produksi dalam satu periode

Pengusaha harus mengetahui berapa jumlah produk yang mampu dibuat dalam satu periode produksi. Misalnya dalam menjalankan usaha keripik bayam, si A mampu membuat 3 kilogram keripik bayam dalam satu hari. Dari 3 kilogram keripik bayam tersebut, si A mampu mengemasnya menjadi 30 kemasan keripik bayam siap jual.

#### 5 Keberadaan dan jumlah pesaing yang mempunyai produk sejenis

Pengusaha juga harus mengetahui apakah ada pengusaha lain yang menjual produk yang sejenis dengan yang dibuat. Jika ada, berapa banyak pengusaha yang menjual produk tersebut. Misalnya, Si A membuat dan menjual keripik bayam, ternyata di wilayah tempat tinggalnya ada 2 orang lain yang menjual produk sejenis

| Aspek Positif                             | Aspek Negatif                             |
|---|---|
| 1. ....                                   | 1.....                                    |
| 2. ....                                   | 2.....                                    |
| 3. ....                                   | 3.....                                    |
| 4. ....                                   | 4.....                                    |
| 5. ....                                   | 5.....                                    |
| 6. ....                                   | 6.....                                    |
| 7. ....                                   | 7.....                                    |
| 8. ....                                   | 8.....                                    |
| 9. ....                                   | 9.....                                    |
| <b>Total Aspek Positif yang dimiliki:</b> | <b>Total Aspek Negatif yang dimiliki:</b> |

Tabel di atas ini adalah contoh tabel untuk analisis aspek positif dan negatif. Tabel ini digunakan untuk satu ide usaha. Jika memiliki dua ide usaha, maka harus dibuat dua tabel. Setelah mengetahui apa saja aspek positif dan aspek negatif yang dimiliki, keseluruhan poin-poin tersebut di total. Tabel usaha yang memiliki total aspek positif lebih banyak dari total aspek negatif yang dinilai paling layak untuk dijalankan.

**Contoh,** Si A memiliki dua ide usaha yaitu usaha keripik bayam dan usaha telur asin. Setelah membuat tabel aspek positif (*pros*) dan aspek negatif (*cons*) diatas, didapatkan hasil sebagai berikut:

| Usaha Keripik Bayam     | Usaha Telur Asin        |
|-------------------------|-------------------------|
| Total aspek positif : 7 | Total aspek positif : 6 |
| Total aspek negatif : 5 | Total aspek negatif : 5 |
| Jumlah: $7-5 = 2$       | Jumlah: $6-5 = 1$       |

Jika dilihat pada hasil di atas, maka didapati usaha keripik bayam memiliki hasil aspek positif yang lebih tinggi dari pada usaha telur asin. Maka ide usaha keripik bayam lebih layak untuk dijalankan.

## ANALISIS SWOT

Setelah terpilih satu ide usaha dari analisis aspek positif dan aspek negatif, tahap selanjutnya adalah melakukan analisis SWOT yang dapat membantu pengusaha dalam mencari, mengumpulkan, dan mencatat informasi yang lebih detail dan rinci, sehingga pengusaha mampu untuk memaksimalkan apa yang dimiliki dan mengatasi kelemahan dan ancaman yang akan muncul.



Sumber: Hiwoeee

Analisis SWOT adalah suatu cara yang digunakan untuk menilai dan mengukur **kekuatan (Strengths)** dan **kelemahan (Weaknesses)** yang dimiliki oleh pengusaha, serta melihat **peluang (Opportunities)** dan mencari informasi adanya **ancaman/gangguan (Threats)** dari usulan produk dan pasar. Informasi yang digunakan dalam analisis SWOT adalah informasi yang berasal dari usulan ide usaha yang telah lolos analisis aspek positif dan negatif.

| Kondisi Internal Pengusaha<br>(Dalam diri pengusaha) |                           | Kondisi Eksternal Pengusaha<br>(Di luar diri pengusaha) |                         |
|--|---------------------------|---|-------------------------|
| Strengths<br>(Kekuatan)                              | Weaknesses<br>(Kelemahan) | Opportunities<br>(Peluang)                              | Threats<br>(Ancaman)    |
| Menyukai tantangan                                   | Mudah bosan               | Belum ada yang menjual di wilayah itu                   | Bahan baku sulit dicari |
|  |                           |   |                         |
|  |                           |   |                         |
|  |                           |   |                         |
|  |                           |   |                         |

Setelah melakukan analisis SWOT, pengusaha dapat memikirkan cara untuk memaksimalkan kekuatannya, mengatasi kelemahannya, memanfaatkan peluang yang ada, dan bersiap menghadapi ancaman dan gangguan yang muncul. Dengan analisis SWOT maka pengusaha dapat menilai dengan lebih dalam mengenai:

- Apa saja kekuatan (*strength*) yang dimiliki sehingga mampu mengambil keuntungan atau manfaat dari peluang (*opportunity*) yang ada;
- Bagaimana cara mengatasi kelemahan (*weakness*) yang dapat menghalangi pengusaha dalam menjalankan usahanya;
- Bagaimana kekuatan (*strength*) tersebut mampu menghadapi ancaman/ gangguan (*threat*) yang ada;
- Bagaimana cara mengatasi kelemahan (*weakness*) yang dapat membuat ancaman/gangguan (*threat*) menjadi nyata.

## ANALISIS PESAING USAHA

Saat ini bisa dipastikan banyak pengusaha yang menjual produk sejenis. Contohnya adalah telur asin. Dalam satu wilayah pasti ada lebih dari satu pengusaha yang menjual, bahkan bisa 5 orang pengusaha menjual produk yang sama. Konsumen tidak mungkin akan membeli dari seluruh penjual yang ada, konsumen hanya akan membeli dari satu penjual saja sehingga masing-masing penjual itu bersaing untuk mendapatkan calon konsumen.



Sumber Gambar: freepik.com

Penjual akan berusaha mendapatkan konsumen sebanyak-banyaknya, berusaha agar produknya lah yang dipilih dan diminati oleh konsumen, dengan begitu usahanya akan semakin laris dan maju. Kondisi seperti itulah yang dinamakan persaingan. Pengusaha yang bisa memenangkan persaingan, usahanya akan maju dan bertahan. Maka dari itu, sangat penting bagi seorang pengusaha untuk mengetahui siapa pesaingnya agar dapat membuat sesuatu yang “berbeda” dan mendapatkan tempat di hati konsumen.

Tabel analisis pesaing ini digunakan untuk pesaing yang menjual produk sejenis. Berikut adalah tabel sederhana untuk menganalisis pesaing:

| Nama Pesaing     | Kelebihan               | Kekurangan                               | Cara Mengatasi Persaingan  |
|------------------|-------------------------|--|--|
| <b>Pesaing 1</b> | a. Rasa enak            | a. Harga paling mahal diantara yang lain | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Rasaproduk harus enak</li> <li>• Kemasan produk harus bagus</li> <li>• Harga sedikit lebih murah</li> <li>• Pelayananharus cepat dan ramah</li> </ul> |
|                  | b. Kemasan bagus        | b. Penjual kurang ramah                  |  |
|                  | c. Produk dapat diantar | c. Tidak menerima hutang                 |  |
|                  | d. Pelayanan cepat      |  |  |
| <b>Pesaing 2</b> | a.                      | a.                                       | •  |
|                  | b.                      | b.                                       | •  |
|                  | c.                      | c.                                       | •  |
| <b>Pesaing 3</b> | a.                      | a.                                       | •  |
|                  | b.                      | b.                                       | •  |
|                  | c.                      | c.                                       | •  |

Dari tabel analisis di atas, pengusaha dapat menentukan perbaikan produk dan layanan agar menjadi nomor satu di antara para pesaing. Dari analisis ini pula, pengusaha dapat membuat inovasi (sesuatu yang baru) dari produk yang dibuat.