

Ide Usaha & Potensi Lokal

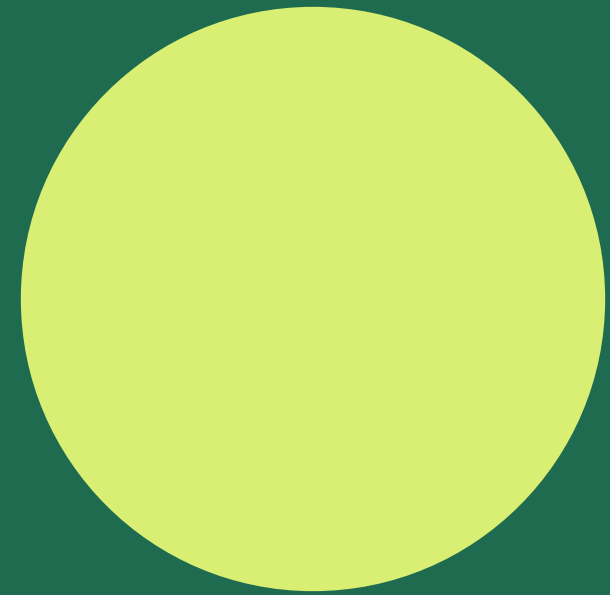
Temukan peluang yang dekat, dibutuhkan, dan realistis untuk dijalankan.

10 MASALAH

3 IDE USAHA

1 IDE PRIORITAS

Output: ide usaha prioritas + profil konsumen sasaran



Dari Mana Ide Usaha Muncul?

01

Masalah

Keluhan yang berulang

02

Kebutuhan

Hal yang harus dipenuhi

03

Pengalaman

Pekerjaan dan perjalanan hidup

04

Hobi

Aktivitas yang ditekuni

05

Keterampilan

Hal yang Anda kuasai

06

Tren

Perubahan perilaku pasar

07

Lingkungan

Potensi yang tersedia di sekitar

Ide terbaik sering kali bukan yang paling rumit—tetapi yang paling relevan.

Jangan Mulai dari Produk, Mulailah dari Masalah

PRODUK DULU

“Saya bisa membuat keripik.
Bagaimana cara menjualnya?”

RISIKO Produk ada, pembeli belum tentu ada.

MASALAH DULU

“Orang butuh camilan praktis, tahan lama, dan cocok jadi oleh-oleh. Solusi apa yang bisa saya buat?”

Masalah yang jelas → solusi yang tepat → pasar lebih mudah ditemukan

Masalah di Sekitar = Peluang

Orang sibuk tidak sempat masak



Paket lauk siap santap / frozen food

Produk desa sulit menjangkau pembeli



Reseller, katalog digital, jasa titip

Banyak UMKM tidak sempat membuat konten



Jasa foto produk & admin media sosial

Hasil panen cepat rusak



Olahan, pengeringan, pengemasan, distribusi

LATIHAN CEPAT

Apa keluhan yang paling sering Anda dengar dalam 7 hari terakhir?

Mengenali Kebutuhan Konsumen

FUNGSIONAL

Berfungsi dan menyelesaikan tugas

EMOSIONAL

Memberi rasa senang, aman, bangga

PRAKTIS

Mudah dibeli, digunakan, disimpan

HEMAT

Harga dan manfaat terasa sepadan

CEPAT

Mengurangi waktu tunggu

NYAMAN

Pengalaman tanpa repot

Produk kuat biasanya memenuhi lebih dari satu kebutuhan sekaligus.

Mengamati Kebiasaan Konsumen

APA

Produk/jasa apa yang paling sering dibeli?

KAPAN

Jam, hari, musim, atau momen apa?

DI MANA

Warung, pasar, WA, marketplace, atau titip jual?

MENGAPA

Harga, rasa, dekat, cepat, dipercaya, atau kebiasaan?

Jangan menebak. Amati 5 calon konsumen nyata.

CATAT POLANYA

Potensi Diri sebagai Modal Usaha

Modal bukan hanya uang.

Inventarisasi apa yang sudah Anda miliki sebelum mencari yang belum ada.

Tulis: “Orang biasanya meminta bantuan saya untuk ...”

01

Skill

02

Pengalaman

03

Hobi

04

Jaringan

05

Alat

06

Waktu & minat

Mengenali Potensi Lokal

Cari yang melimpah, khas, mudah diakses, atau belum dimanfaatkan optimal.

Sumber daya

Produk unggulan

**DESA /
KECAMATAN**

Budaya

Lokasi

Komunitas

Aktivitas ekonomi

Peluang Usaha Makanan & Minuman

- | | | |
|----|----------------------|---|
| 01 | Kuliner lokal | Naikkan kemudahan, kemasan, dan cerita asal. |
| 02 | Siap santap | Solusi makan cepat untuk pekerja dan keluarga. |
| 03 | Frozen food | Praktis, tahan simpan, dapat dijual berulang. |
| 04 | Minuman | Segmen harian, acara, kebugaran, dan oleh-oleh. |
| 05 | Katering | Pesanan kantor, sekolah, rapat, dan hajatan. |

Uji 4 hal: rasa • kebersihan • daya tahan • kemudahan membeli

Peluang Usaha Jasa & Perdagangan

JASA

Menjual keterampilan, waktu, kemudahan, atau keahlian.

- Laundry
- Servis
- Desain
- Jasa digital
- Kebutuhan rumah tangga

PERDAGANGAN

Menghubungkan produk yang dibutuhkan dengan pembeli yang tepat.

- Reseller
- Toko harian
- Titip jual
- Agen
- Katalog produk lokal

TES CEPAT

Bisakah mendapatkan pelanggan pertama dalam 7 hari?

Peluang Industri Kreatif & Digital

KONTEN

Foto, video pendek, caption

DESAIN

Logo, kemasan, promosi

CRAFT

Souvenir, dekorasi, produk khas

MERCHANDISE

Kaos, totebag, hampers

ADMIN SOSMED

Jadwal, balas pesan, laporan

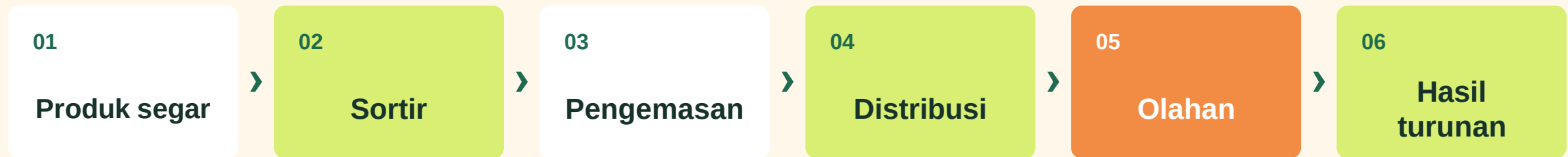
MARKETPLACE

Listing, chat, optimasi toko

Bisa dimulai dari ponsel, portofolio sederhana, dan satu pelanggan pertama.

Peluang dari Pertanian & Perikanan

Nilai tambah tidak berhenti pada panen.



Bibit & pakan

Sambal / abon / kerupuk

Cold storage & antar

Kemasan siap jual

Pertanyaan kunci: bagian mana yang paling banyak kehilangan nilai atau belum dilayani?

Menghubungkan Potensi dengan Pasar

POTENSI LOKAL

Apa yang tersedia, khas, terampil dibuat, dan dapat diproduksi konsisten?



PASAR YANG JELAS

Siapa yang membutuhkan, untuk situasi apa, berapa daya belinya, dan bagaimana menjangkaunya?

Potensi yang bagus belum tentu laku. Harus ada kecocokan dengan kebutuhan pasar.

Kenali Siapa Kompetitor Anda

Langsung

Produk/jasa serupa untuk pelanggan yang sama.

Tidak langsung

Solusi berbeda untuk kebutuhan yang sama.

YANG DIAMATI	KOMPETITOR A	KOMPETITOR B	IDE PERBAIKAN
Harga			
Produk			
Layanan			
Keunggulan			
Kelemahan			

Isi berdasarkan observasi nyata—bukan asumsi.

Belajar dari Kompetitor, Bukan Meniru

01

AMATI

Apa yang disukai dan dikeluhkan pelanggan?

02

PAHAMI

Mengapa harga, layanan, dan kanalnya bekerja?

03

BEDAKAN

Temukan celah yang bisa Anda layani lebih baik.

Diferensiasi bisa sederhana: lebih cepat, lebih dekat, lebih praktis, lebih personal, atau lebih konsisten.

Tren Boleh Diikuti, Jangan Asal Ikut

TREN SESAAT

Ramai cepat, turun cepat

STRATEGI

Uji kecil • stok terbatas

TREN BERKEMBANG

Permintaan tumbuh bertahap

STRATEGI

Bangun kemampuan • ukur pertumbuhan

KEBUTUHAN JANGKA PANJANG

Masalah dasar terus ada

STRATEGI

Bangun sistem • loyalitas pelanggan

Sebelum ikut tren: siapa pembelinya, berapa lama bertahan, dan apa yang tetap dibutuhkan setelah tren lewat?

Rumus Menemukan Ide Usaha



Validasi Ide Usaha Sederhana

Mulai dari bukti termurah. Naikkan komitmen calon pelanggan sedikit demi sedikit.

01

TANYA

Wawancara calon pelanggan

02

AMATI

Lihat perilaku nyata

03

SAMPEL

Berikan versi kecil

04

PRE-ORDER

Minta komitmen pesanan

05

TES JUAL

Ukur pembelian ulang

Validasi bukan bertanya “bagus tidak?” — tetapi mencari bukti bahwa orang bersedia membeli.

Praktik: Temukan 3 Ide Usaha

10

MASALAH

Catat kebutuhan/keluhan di lingkungan sekitar.

3

IDE USAHA

Gabungkan masalah dengan potensi diri dan lokal.

4

KRITERIA

Nilai kebutuhan, kemampuan, modal, dan peluang.

Skor setiap ide: 1 = rendah • 2 = cukup • 3 = tinggi • 4 = sangat tinggi

Kebutuhan pasar

Kemampuan

Modal terjangkau

Potensi berkembang

Jumlahkan skor. Pilih 2 ide tertinggi untuk diuji.

Pilih 1 Ide Prioritas

IDE USAHA TERPILIH

Nama ide + solusi utama

Mengapa dipilih? Kebutuhan pasar •
kemampuan • modal • peluang

PROFIL KONSUMEN SASARAN

- Siapa mereka?
- Masalah utamanya?
- Kapan membutuhkan?
- Daya beli?
- Biasa membeli di mana?
- Alasan memilih Anda?

LANGKAH BERIKUTNYA: VALIDASI KEPADA 5 CALON PELANGGAN