



ESG
MODEL



Pertemuan 4 Kewirausahaan

RISET PRODUK DENGAN TOOLS ESG MODEL

Sesi I

FOLLOW



pkk_uma



pkk_uma@uma.ac.id



www.pkk.uma.ac.id

Sebelum perkuliahan kita mulai!



Step I :

Sudah mengisi absen waktunya cuma 10 menit sejak jam perkuliahan dimulai.

Step II :

Sudah membaca bahan.

Step III :

Berdoa bareng-bareng.

FOLLOW



pkk_uma



pkk_uma@uma.ac.id



www.pkk.uma.ac.id



Jangan lupa:

*Bersyukur &
Bahagia*

FOLLOW



pkk_uma



pkk_uma@uma.ac.id



www.pkk.uma.ac.id

REMAINDER

Pada pertemuan III Kita sudah memahami tentang :

- Makna Sukses dan Gagal, dimana sukses adalah sebuah paradigma dimana ia tidak hadir serta merta akan tetapi butuh sebuah upaya, dan upaya adalah sebuah proses yang dimulai dari sikap atau karakteristik
- Gagal adalah proses dimana seorang individu gagal menginternalisasi sebuah formulasi dan dalam pertemuan ke III kita sudah sepakat bahwa karakter penting dalam membentuk sikap seorang wirausahawan sukses, gagal dalam menginternalisasi karakteristik maka kita sudah mengawali kegagalan, karena karakteristik yang kita pelajari adalah bersumber dari hasil penelitian pada 400 orang sukses berwirausaha di dunia.
- Ada karakteristik distal dan karakteristik spesifik untuk menjadi seorang wirausahawan sukses



pkk_uma



pkk_uma@uma.ac.id



www.pkk.uma.ac.id



Target Pertemuan Hari Ini



pkk_uma



pkk_uma@uma.ac.id



www.pkk.uma.ac.id

-
- **ESG MODEL ?**
 - **Mahasiswa mengerti pentingnya cita-cita mulia (Noble Purpose) sebagai dasar energi berwirausaha**
 - **Mahasiswa mampu mengidentifikasi masalah pasar dan menganalisis target konsumen**
-
- **Mahasiswa mampu mengidentifikasi calon pembeli**
 - **Mahasiswa mampu menjelaskan tentang hasil identifikasi potensi lain dari produk/jasa**
-

ESG MODEL?

- ESG MODEL atau dikenal dengan Entrepreneurship Smart Guide Model adalah sebuah tools bisnis, dimana fungsi tools ini adalah menjadi dasar-dasar mengapa sebuah bisnis dilakukan
- ESG Model berisi prinsip-prinsip tentang mengapa sebuah gagasan bisnis perlu diaktualisasikan (direalisasikan)
- ESG Model tidak hanya berfungsi sebagai tools untuk mengawali sebuah bisnis, akan tetapi juga dapat dijadikan sebagai “MAINTANANCE TOOLS” dimana setiap prinsip-prinsip pertanyaan didalamnya dapat dijadikan sebagai alasan mengapa bisnis yang sudah didirikan masih layak dipertahankan atau malah harus di hentikan
- ESG Model berupa isian form yang merupakan hasil observasi mendalam, analisis kondisi, dan mini riset yang dapat dipertanggung jawabkan sebagai sebuah gagasan bisnis

FOLLOW



pkk_uma

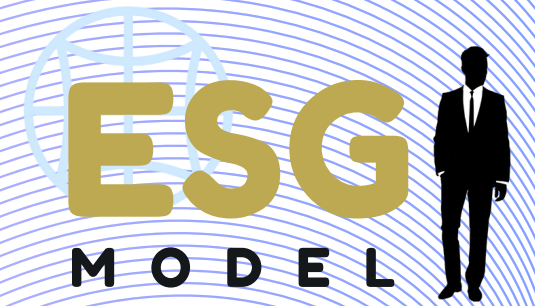


pkk_uma@uma.ac.id



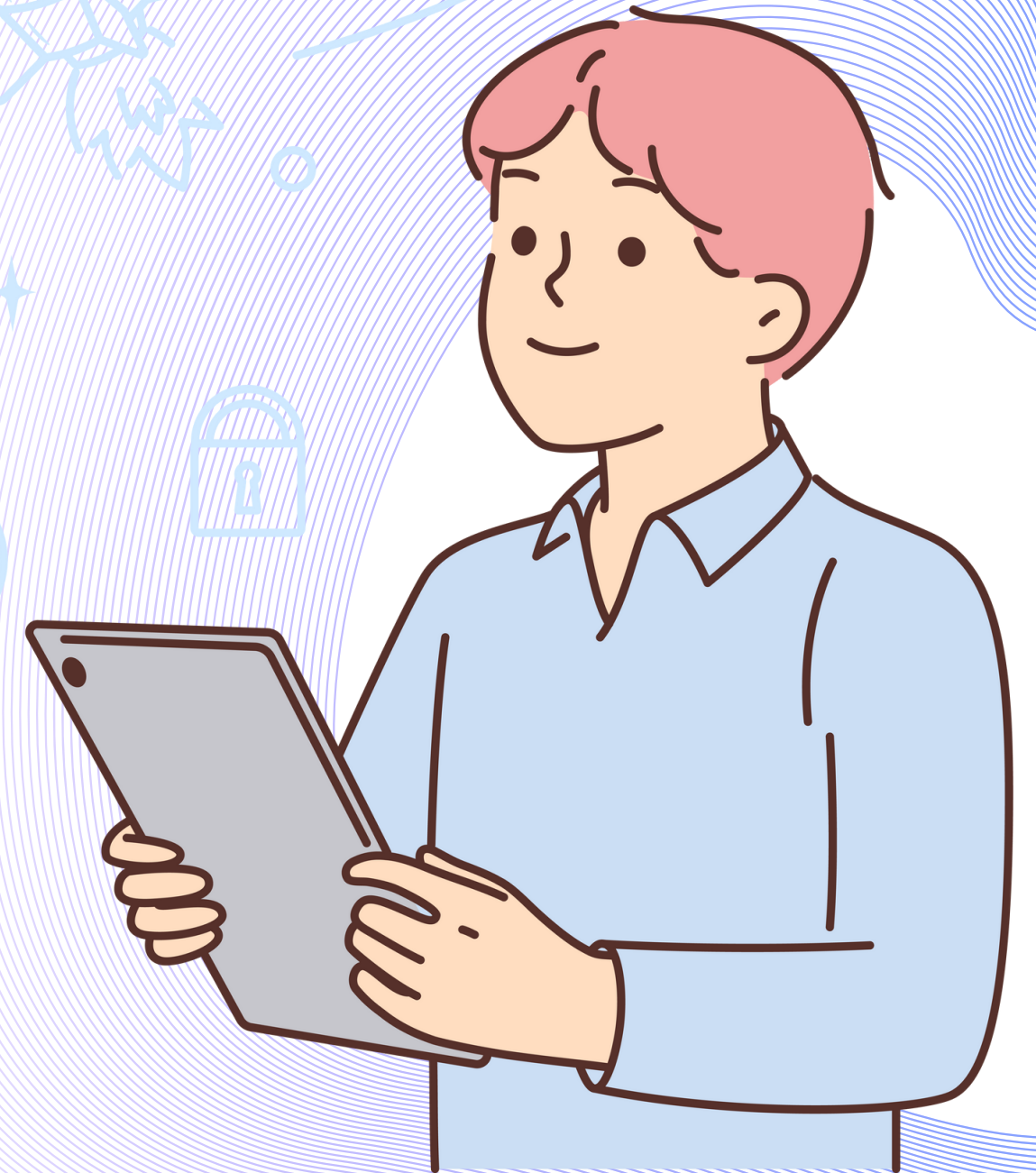
www.pkk.uma.ac.id

PART 1



NOBLE PURPOSE

Pentingnya cita-cita mulia
(Noble Purpose) sebagai
dasar energi berwirausaha



FOLLOW



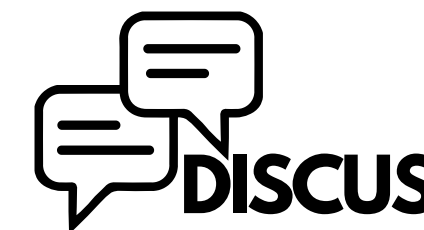
pkk_uma



pkk_uma@uma.ac.id



www.pkk.uma.ac.id



NOBLE PURPOSE?

- Apa pendapat kalian tentang cita-cita?
- Apa pentingnya cita-cita dalam kehidupan kalian?
- Bagaimana hidup tanpa cita-cita?
- Lalu apa itu cita-cita mulia?

FOLLOW



pkk_uma

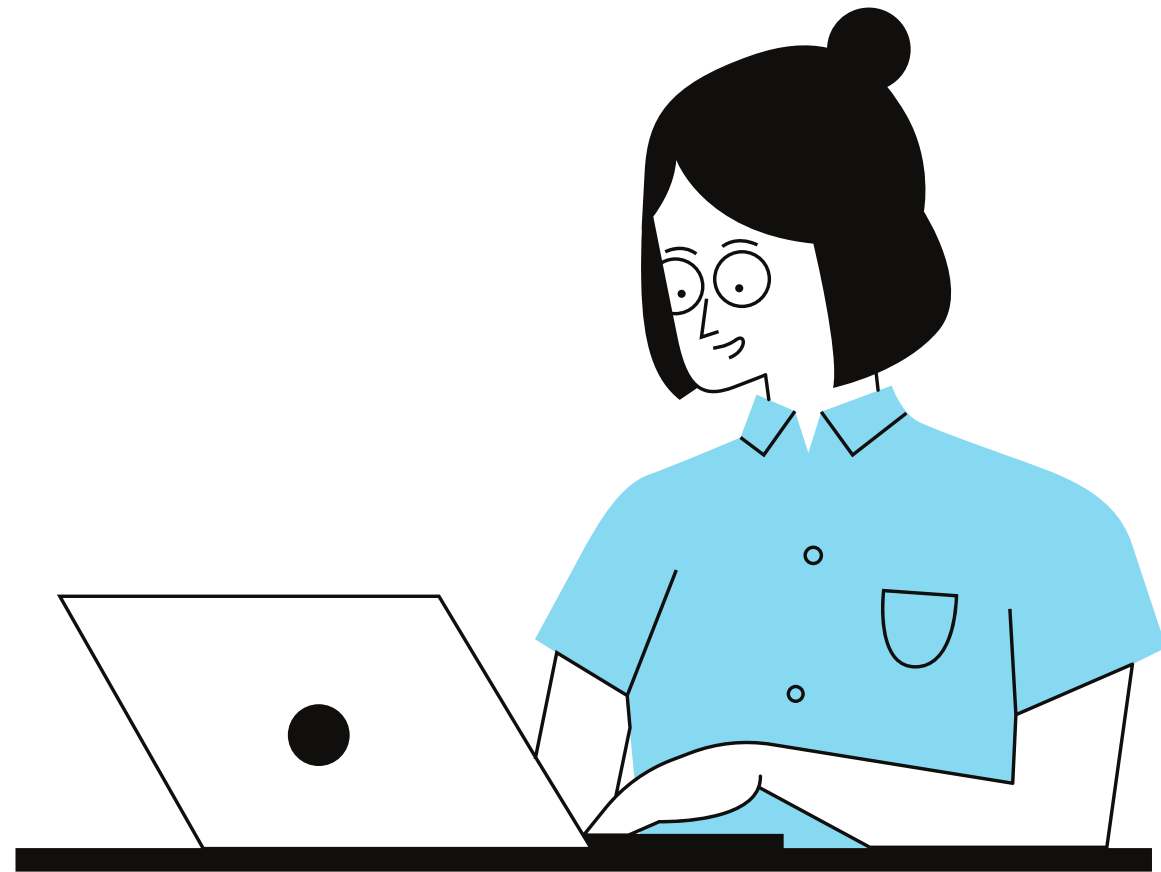


pkk_uma@uma.ac.id



www.pkk.uma.ac.id

cita-cita
MULIA
NOBLE PURPOSE



- Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, cita-cita diartikan sebagai keinginan atau harapan yang sangat kuat untuk dicapai atau didapatkan
- Cita-cita mulia lebih mendasar dalam mendudukan makna cita-cita.
- Jika cita-cita adalah sebuah harapan yang harus dicapai, cita-cita mulia apa yang mendasari mengapa cita-cita harus dimiliki dan harus dicapai berupa hal-hal mulia (kemuliaan)

contoh :

Jika seorang bercita-cita mendapat pekerjaan lalu dari pekerjaan itu mendapatkan gaji, maka itu adalah hal yang semestinya dan wajar, akan tetapi jika seseorang bekerja kemudian dari hasil kerjanya ingin membahagiakan kedua orang tua, membawa mereka berjarah ke tempat suci adalah hal yang sangat mulia, dan dengan kemuliaan itu seseorang menjadi lebih bersemangat, lebih termotifasi dan mengupayakan pekerjaannya menjadi lebih produktif dan berprestasi

FOLLOW



pkk_uma



pkk_uma@uma.ac.id



www.pkk.uma.ac.id

- **Berbisnis sangat membutuhkan cita-cita mulia**, karena kalau hanya sebatas laba yang akan dicari oleh seorang pebisnis pada akhirnya pasti akan diperoleh.
- Seorang pebisnis membutuhkan sebuah alasan yang mulia yang tidak sebatas pada laba, akan tetapi sebuah **energi yang mampu menggerakkan dirinya agar berproses dengan lebih optimis, termotifasi, bekerja lebih keras, rela mengurangi jam santai hingga impian menjadi pebisnis tercapai**
- Kalau hanya sebatas laba pasti akan diperoleh, tapi dengan adanya bisnis “**ingin mempekerjakan orang-orang didesanya agar bisa makmur**”, didalamnya ada kemuliaan yang patut untuk dipertaruhkan, sehingga mampu menjadi energi dalam bentuk aktifitas dalam berbisnis

BISNIS BUTU CITA-CITA MULIA?



FOLLOW



pkk_uma



pkk_uma@uma.ac.id



www.pkk.uma.ac.id

CITA-CITA
MULIA
TOKOH DUNIA



Steve Jobs



Tujuan saya menciptakan apple adalah untuk membantu mensejahterakan umat manusia

Why welfare of mankind ?

- Bukankah untuk mendapatkan laba dari hasil karya steve jobs sudah kaya?
- Mengapa harus menjadikan orang lain sebagai penyemangatnya?
- Membantu mensejahterakan umat manusia ternyata alasan yang membuat steve akhirnya menciptakan produk yang benar-benar membantu umat manusia dengan teknologinya yang paling mutakhir diawal penciptaan apple.

SUMMARY

BAGIAN PERTAMA ESG



Refrensi Video Tentang
NOBLE PURPOSE
Jangan lupa like, subscribe
and share...

**Apa kesimpulan yang
kalian peroleh dari materi
dan video tayangan
tentang noble purpose?**



FOLLOW



pkk_uma



pkk_uma@uma.ac.id

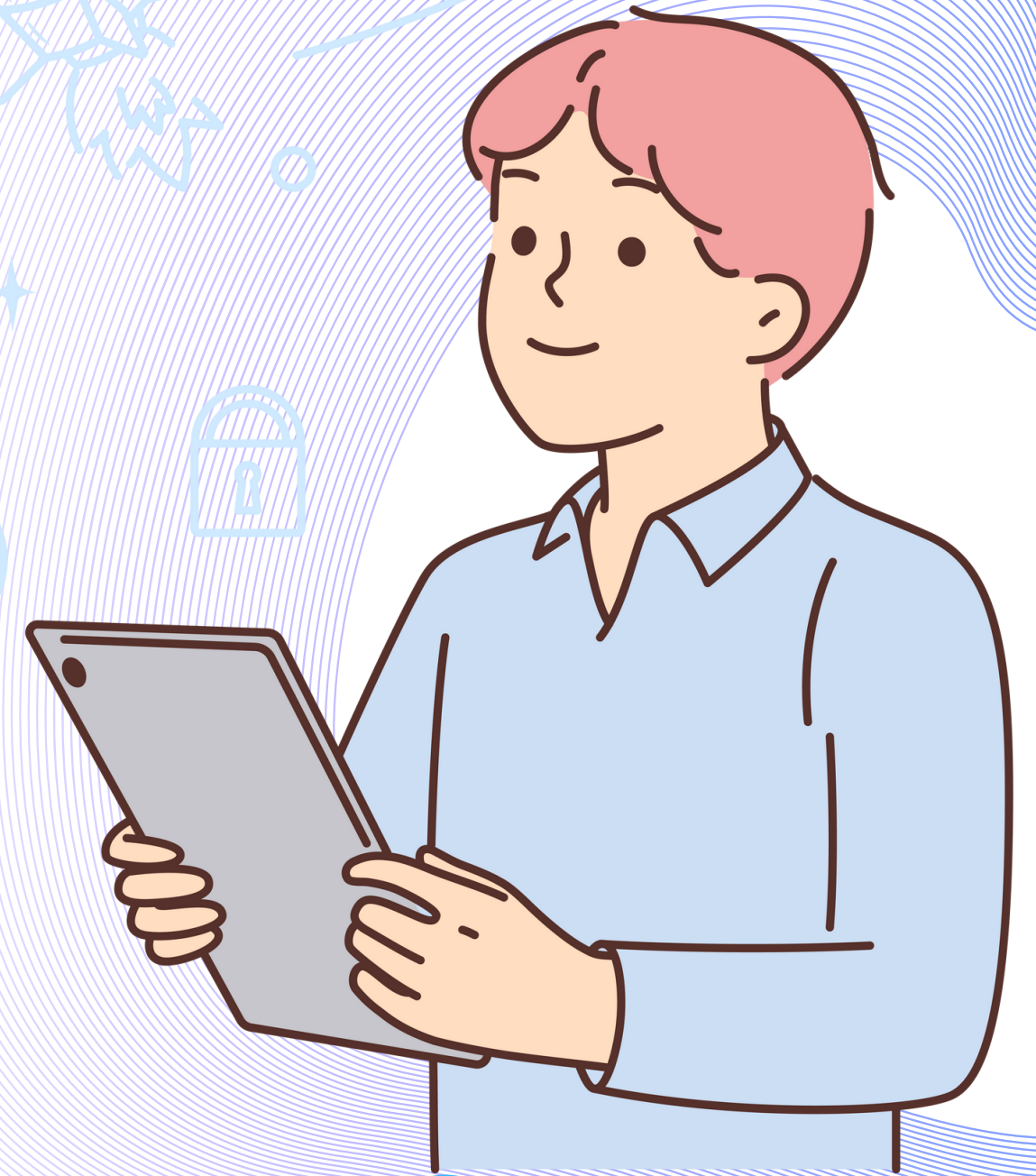
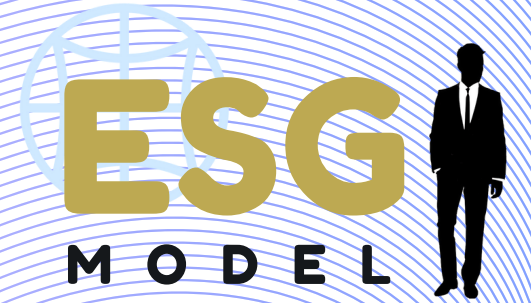


www.pkk.uma.ac.id

PART 2

RISET

mengidentifikasi masalah pasar dan menganalisis target konsumen



pkk_uma

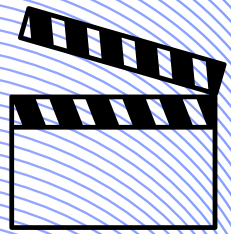


pkk_uma@uma.ac.id



www.pkk.uma.ac.id

VIDEO REFRENSI



#4 RISET SEBAGAI DASAR KEPUTUSAN GAGASAN BISNIS | BAB II ESG MODEL BERSAMA KAK DJOJO

Share

RISET

MENETAPKAN GAGASAN/
PRODUK/ JASA

WALYONO, S.PSI (KAK DJOJO)
K.U. PUSAT KARIR DAN KEWIRAUSAHAAN

UNIVERSITAS MEDAN AREA
ENTREPRENEUR AND CAREER DEVELOPMENT
Pusat Pengembangan Kewirausahaan dan Karir

Watch on YouTube

FOLLOW



pkk_uma



pkk_uma@uma.ac.id



www.pkk.uma.ac.id



Burns (1994)

Research is a systematic investigation to find answers to a problem.

FOLLOW



pkk_uma

Riset adalah investigasi sistematis untuk menemukan jawaban dari sebuah permasalahan.

Riset Menurut Para Ahli adalah suatu proses kegiatan penyelidikan (investigasi) atau eksplorasi terhadap suatu masalah yang dilakukan menurut kaidah dan metodologi tertentu secara ilmiah dan sistematis.

Tujuan dilakukan riset adalah untuk meningkatkan ilmu pengetahuan, menemukan fakta yang baru, atau melakukan penafsiran yang lebih baik.

Kata riset ini diserap dari kata bahasa Inggris research yang diturunkan dari bahasa Perancis yang memiliki arti harfiah “menyelidiki secara tuntas”.



pkk_uma@uma.ac.id



www.pkk.uma.ac.id



GAGASAN BISNIS HARUS DI RISET ?

Gagasan Bisnis Wajib di Riset!

- Sebagai bagian dari masyarakat ilmiah (sarjana), mendudukan sebuah argumentasi dengan pola yang sistematis adalah hal yang sangat penting, karena ciri masyarakat ilmiah adalah argumentasi yang bisa dipertanggung jawabkan secara akademik.
- Bagaimana mungkin keputusan dengan resiko gagal dan ketidak pastian tanpa argumentasi yang terukur?
- Bagaimana mungkin sebuah tujuan besar tidak melewati analisis yang detail?
- Bagaimana menjalankan bisnis tanpa keyakinan ? (perhitungan, data, observasi dan penelitian yang mendalam)
- Jadi, riset sangat penting dilakuakn sebagai pijakan dan fundamental sebuah gagasan bisnis dipilih untuk kemudian diaktualisasikan.
- Riset juga sebagai upaya untuk mengurangi dampak resiko, karena dengan riset tingkat validitas sebuah gagasan lebih dapat dipertanggung jawabkan apakah untuk investor ataupun untuk diri kita sendiri sebagai pelaku usaha.

FOLLOW



pkk_uma



pkk_uma@uma.ac.id



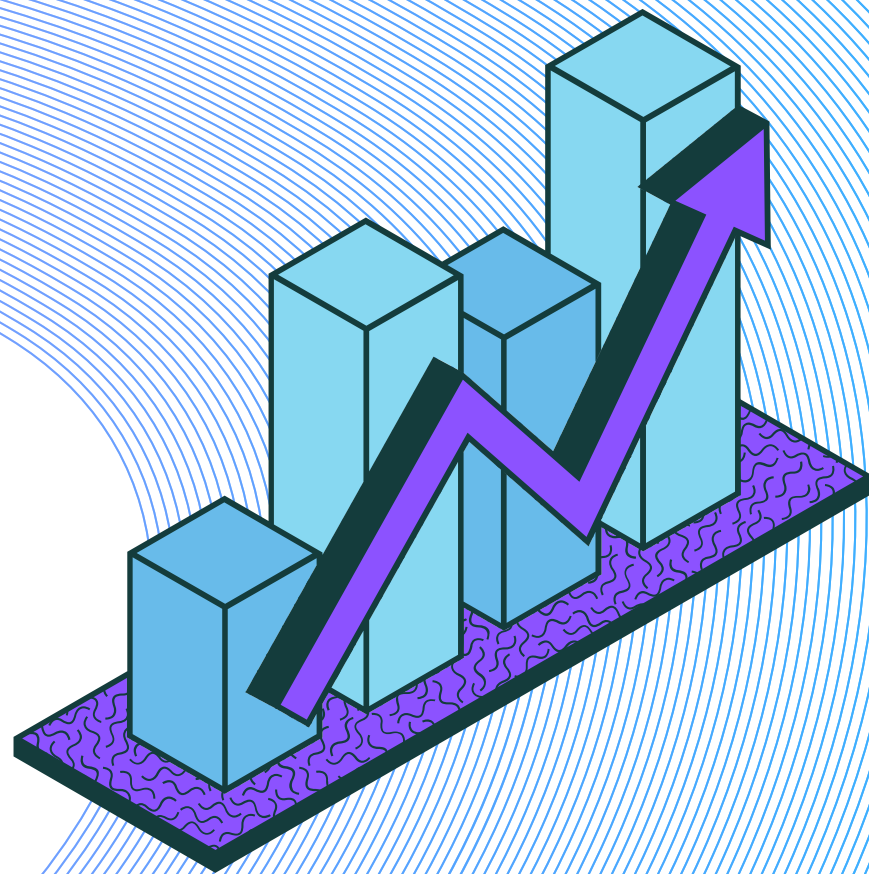
www.pkk.uma.ac.id

METODE



RISET ESG MODEL

MODEL (BUSINESS TOOLS)



FOLLOW



pkk_uma

ESG MODEL



- Metode riset bisnis adalah sebuah metode yang sistematis yang berguna untuk meneliti berbagai aspek yang terkait dengan bisnis.
- Metode ini sebagian besar menggunakan ide penyelesaian yang sama dengan metode riset ilmiah lainnya.
- Dalam metode tersebut, penjelasan dan langkah-langkah penyelesaian masalah harus logis dan sistematis.
- Logis artinya kesimpulan yang ada harus didasarkan dari fakta-fakta yang ada di lapangan, bukan inspirasi belaka.
- Sistematis artinya cara kerja penelitian tersebut terstruktur sesuai dengan metode riset ilmiah lainnya.



pkk_uma@uma.ac.id



www.pkk.uma.ac.id

INSTRUMENT DASAR

ESG MODEL PART 2

ESG
MODEL



MENETAPKAN GAGASAN/ PRODUK/ JASA

1. Apa Masalah Yang Akan Dipecahkan Dari Gagasan Usaha kita?
2. Siapa Yang Memerlukan Solusi ?
3. Apa Yang Menjadi Solusinya?
4. Kategori Produk/Jasa Sunrise Atau Sunset?
5. Berapa Banyak Market Yang Membutuhkan Produk Atau Jasa kita?
6. Hal-hal Penting Yang Menjadi Factor Untuk Kemajuan Usaha

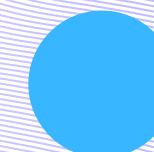
FOLLOW



pkk_uma



pkk_uma@uma.ac.id



www.pkk.uma.ac.id

PROBLEM SOLVING

1. Apa Masalah Yang Akan Dipecahkan Dari Gagasan Usaha kita?



- Sebelum sebuah produk di gagas, tahapan pertama adalah menjawab, **MASALAH APA YANG AKAN DIPECAHKAN?**
- Fenomena GOJEK diawal kelahirannya adalah menjawab masalah yang dihadapi oleh para pengguna ojek sehari-hari di Jakarta, dimana untuk memanggil gojek adalah hal yang membaut para pengguna kesal, ditambah lagi harga yang tidak pernah pasti, resiko jalanan yan selalu mengancam penggunanya.
- Gojek berhasil menjawab dengan segala fitur di aplikasi gojek, Sebuah bisnis yang akan didirikan harus mampu mengurai persoalan apa kira-kira yang akan di pecahkan sehingga solusi adalah dasar sebuah gagasan bisnis.
- Bagaimana sebuah bisnis didirikan tanpa ada sebuah masalah sebagai objek fokus bisnisnya?
- Maka penting menjawab bagian pertama ini, lihat mengapa boba jalanan mulai hilang, ice kepal yang pernah melegenda juga hilang, tela-telah juga hilang, warung kopi mulai sepi? karena kebanyakan mereka hanya mengikuti trend tanpa ingin membantu menyelesaikan probel spesifik yang dihadapi oleh konsumen pada lini bisnis apapun.

FOLLOW



pkk_uma

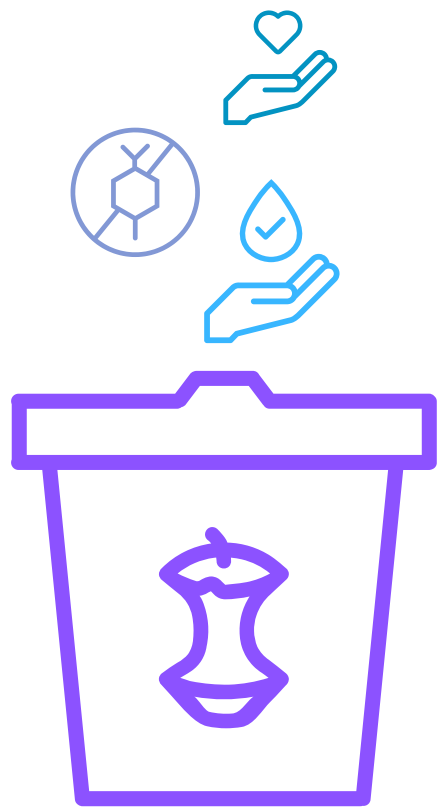


pkk_uma@uma.ac.id



www.pkk.uma.ac.id

!PENTING



- Jika kita berniat membuat produk skincare terbaru kita harus cek dan review, kira-kira produk sejenis menyelesaikan masalah apa saja?
- Jika produk sejenis menyelesaikan 3 masalah (glowing, whitening, moisting), maka kita harus bisa ciptakan kelebihan yang bersumber dari masalah konsumen, misalkan selain 3 hal yang juga dimiliki oleh produk sejenis kita harus tambahkan kelebihan produknya yaitu comfort, tanpa lengket, penolak UV
- Atau jika produk sejenis tidak distandarisasi oleh pihak berwenang maka setidaknya-tidaknya kita sudah memiliki berbagai sertifikat untuk membangun trust konsumen misalkan halal, BPOM, dll

FOLLOW



pkk_uma



pkk_uma@uma.ac.id



www.pkk.uma.ac.id

PROBLEM SOLVING

2. Siapa Yang Memerlukan Solusi ?



Setelah kita mendapatkan 3 atau 5 atau mungkin lebih masalah publik (konsumen/pasar), maka berikutnya kita harus mengurai jika kita lihat masalah yang telah kita urai kita harus analisis :

- **Gender** (Laki-laki atau perempuan) yang membutuhkan solusi
- **Usia**, kelompok usia dari berapa hingga berapa atau hanya tertentu saja yang perlu diselesaikan masalahnya)
- **Tingkat pendapatan** (Berapa pendapatan yang membutuhkan solusi karena ini akan berakibat pada penetapan harga produk/ jasa)
- **Status sosial** (Tidak semua orang butuh tas mahal, tidak semua orang butuh mobil mewah, jadi harus clear ini menyelesaikan masalah orang dengan status sosial seperti apa)
- **Tingkat pendidikan** (Produk nutrisi tidak selalu dibutuhkan oleh pasar, akan tetapi pada kalangan berpendidikan produk nutrisi sangat perlu, jadi penyelesain masalah harus clear untuk tingkat pendidikan seperti apa sehingga nantinya pada strategi iklan, strategi harga, dan lainnya dapat lebih spesifik)
- **Gaya hidup**, hal ini penting karena gaya hidup telah menjadi standar publik, dimana value produk tidak hanya dilihat dari utilitinya tetapi terkadang orang beli karena brand dan trendnya, kalau kita bisa menyelesaikan hal-hal berkaitan dengan gaya hidup atau isunya terkait gaya hidup maka pasar kita akan semakin luas.
- **Hobi, Hunian, Kepemilikan jenis kendaraan, suku, agama dll**, semua ini perlu dianalisa agar masalah yang diselesaikan benar-benar spesifik pada siapa?

!PENTING



- Medan merupakan pasar konsumen kopi yang sangat besar, tapi coba lihat sering sekali produknya tidak spesifik untuk siapa, akhirnya marketnya “confuse”
- Outletnya premium dengan target konsumen pemilik kendaraan roda 4 akan tetapi parkirannya lebih kecil dengan anggapan trotoar bisa dipergunakan, ini tidak menyelesaikan masalah bagi pemilik mobil jika outlet membludak.
- Merek menggunakan istilah Western tapi saat di review produknya tidak berkualitas, tidak standard, tidak estetik, dan ini tentu membuat masalah bukan menyelesaikan masalah.
- Target marketnya orang-orang berpenghasilan dan tingkat kehidupan menengah keatas, tapi outletnya tidak bersih, tidak terkelola, toilet sering sekali buat tidak nyaman, layanan sangat buruk, maka siap-siap outlet tutup.
- Membuka produk non halal sementara outlet berada di area market dengan sadar halal, maka tidak akan laku keras.

FOLLOW



pkk_uma



pkk_uma@uma.ac.id



www.pkk.uma.ac.id

PROBLEM SOLVING



3. Apa Yang Menjadi Solusinya?

Setelah kita analisa siapa yang akan diselesaikan masalahnya berikutnya adalah :

- Apa solusinya (apa produknya)?
- Pastikan bahwa produk adalah sebuah solusi atas masalah yang telah dianalisa sebelumnya
- Jika produk, apa produknya, jika jasa, jasa apa bentuknya?

FOLLOW



pkk_uma



pkk_uma@uma.ac.id



www.pkk.uma.ac.id

!PENTING



Jika point-point analisa penyelesaian masalah untuk siapa telah selesai artinya produknya harus sudah jelas :

- Produknya apa menyelesaikan masalah apa harus jelas!
- Jangan sampai produknya menyelesaikan masalah nutrisi tapi solusinya adalah obat cacing, jadi harus benar benar **solution solves the problem**

FOLLOW



pkk_uma



pkk_uma@uma.ac.id



www.pkk.uma.ac.id

PROBLEM SOLVING



4. Kategori Produk/Jasa Sunrise Atau Sunset?

Setelah kita menyelesaikan tahapan gagasan produk/jasa apa kira-kira yang akan dipilih, maka tahapan berikutnya adalah menganalisa apakah produk/jasa yang telah dipilih memiliki usia atau trend yang lama (sunrise), karena jika kita memilih produk/ jasa/gagasan yang cepat usang (sunset), maka usaha kita akan sia-sia.

FOLLOW



pkk_uma



pkk_uma@uma.ac.id



www.pkk.uma.ac.id

!PENTING



- Tau kan mengapa objek pangkalan akhirnya mulai tidak trend di pinggiran kota?
- Tau kan mengapa becak (kendaraan penumpang roda 3) makin tidak trend di Medan?
- Tau kan mengapa warnet mulai makin tidak trend?
- Tau kan mengapa poto kopi semakin tidak trend?
- Tau kan mengapa e-tilang diberlakukan?
- Tau kan mengapa aplikasi hotel dan bepergian makin laris?
- Tau kan marketplace makin dicintai public

Ciri sebuah bisnis yang akan kehilangan trendnya (sunset) adalah ketika fiturnya tidak berubah, manfaatnya tidak bertambah, inovasinya rendah, non digital, mendapatannya susah, tidak transparan, tidak standar, tidak nyaman, tidak aman dan tidak terpercaya.

Bisnis akan makin sunrise jika rajin melakukan riset ulang dan kajian ulang terkait produk dan terkait ide, selalu berinovasi, selalu meningkatkan fitur, meningkatkan nilai keamanan dan kenyamanan, easy to use, standar, bersertifikasi, diakui, dan transparan

FOLLOW



pkk_uma



pkk_uma@uma.ac.id



www.pkk.uma.ac.id

PROBLEM SOLVING

5. Berapa Banyak Market Yang Membutuhkan Produk Atau Jasa kita?



FOLLOW



pkk_uma

Setelah kita menyelesaikan tahapan analisis sunset dan sunrise berikutnya adalah kita harus memastikan berapa besar marketnya.

Sering sekali trend membuat pebisnis terkecoh oleh trend, terkecoh oleh keuntungan yang ditawarkan, akan tetapi terkadang tidak menganalisa dan melakukan study terkait berapa banyak yang membutuhkan solusi (produk/jasa) dari bisnis yang kita dirikan?

Siapa tidak tau warung padang (nasi padang)? Warung padang selalu menjadi pilihan publik karena rasa, harga, rupa, menyelesaikan masalah orang kebanyakan di indonesia, bahkan menunya cocok untuk semua kalangan dan berbagai tingkat pendapatan serta kasta sosial.



pkk_uma@uma.ac.id



www.pkk.uma.ac.id

! PENTING



- **Bela-belain buka warung kopi** dilingkungan gara-gara usaha kopi sedang trend, ternyata di radius dari titik dimana usaha kita dirikan peminat kopi hanya berjumlah 30 orang, dengan analisa minimal 1 orang minum 2 kali seminggu, dengan harga 15.000 dengan tingkat pendapatan 4.000.000, apakah masih mungkin untuk dipertahankan? coba hitung apa untung?
- **Bela-belain** buka warung nasi dikomplek dimana ibu-ibu yang tinggal dikomplek bukan pekerja, apakah bakal tetap laku, jika laku apakah laku banyak? apakah mungkin bertahan?
- **Maka perlu data**, minimal target market 30% dari total populasi dengan tingkat repeat order yang tinggi dan pertumbuhan pasar dengan optimasi variasi, dll yang perlu dilakukan untuk bisa sukses.
- **Fenomena carefour** bangkrut adalah karena carefour tidak konsisten dengan tagline kemunculannya, yaitu “jika ada yang lebih murah carefour akan ganti lebih mahal”, makin kemari carefour makin bersaing dari sisi harga dan makin mahal dari target market yang difokuskan sebelumnya yaitu menengah.

PROBLEM SOLVING

6. Hal-hal Penting Yang Menjadi Factor Untuk Kemajuan bisnis?



Setelah 5 tahapan kita analisis maka berikutnya yang tidak kalah penting adalah analisis faktor-faktor apa saja yang perlu dipenuhi untuk kemajuan bisnis.

Jika bisnis kita terkait dengan ancaman lingkungan maka perlu ijin tertentu, sehingga tidak mengancam keberadaan orang sekitar dan tidak berhubungan dengan LSM.

Jika target market kita adalah muslim sebagai mayoritas maka pastikan produk berstandar halal, telah diuji BPOM, dan layak guna.

Perlu legalitas perusahaan karena sangat mungkin berkolaborasi dengan perusahaan lain, karena tidak mungkin perusahaan bekerjasama dengan orang perorang, harus apple to apple.

! PENTING



Sebuah perusahaan yang spesifik menganalisa faktor lain kemajuan usaha biasanya selalu berbasis kepada pengguna, karena pengguna selalu ingin dirajikan maka penting :

- Legalitas perusahaan
- Standarisasi produk/ jasa
- Jaminan produk/ jasa
- Sertifikasi produk/ jasa
- Bagaimana produk/ jasa perusahaan pesaing?
- Kemudahan mendapatkan produk (adakah tersedia di marketplace terkenal, di indomaret, di toko terdekat)
- Kemudahan komplain (adakah no hp atau hotline untuk komplain dan berapa lama komplain di respon)
- Website perusahaan (adakah tersedia)
- Media sosial perusahaan (adakah tersedia)



Diskusi dan Kesimpulan

- Riset bagian pertama ini menjadi point-point penting dan landasan yang sangat perlu dipertimbangkan dalam membangun bisnis.
- Bagi mahasiswa yang sedang menjalankan bisnis, kalian bisa mendeteksi kira-kira apakah masih mungkin bisnis tersebut diteruskan? coba jawab satu persatu.
- Pada pertemuan praktikum kita akan menggunakan alat bantu untuk riset produk/ gagasan dengan google.trends

FOLLOW



pkk_uma



pkk_uma@uma.ac.id



www.pkk.uma.ac.id

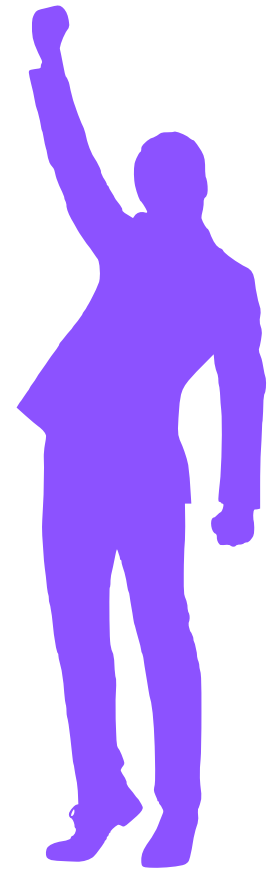


HOMEWORK:



**NONTON
DRAKOR TENTANG START-UP**

**BUATLAH KESIMPULAN DARI FILM
TERSEBUT DI MINGGU DEPAN**



**TERIMA
KASIH**
SEMOGA MENGINSPIRASI

FOLLOW



pkk_uma



pkk_uma@uma.ac.id



www.pkk.uma.ac.id

ESG
M O D E L

