

Mengenal Pasti Peluang Perniagaan



Bill Gates

KUNCI kepada keusahawanan ialah kebolehan untuk mengenal pasti, mencari, dan merebut peluang perniagaan yang sedia ada. Seseorang tidak dapat dianggap sebagai usahawan jika dia tidak melakukan perkara ini. Masalahnya, untuk mengenal pasti peluang perniagaan yang menguntungkan bukanlah semudah yang disangka. Perubahan dalam teknologi dan bagaimana pengguna serta industri mengadaptasinya, selain dinamikannya persaingan, menyebabkan usahawan sukar menyenaraikan apa-apa yang dianggap sebagai peluang perniagaan. Hal ini ditambah lagi dengan kemunculan peluang dalam ruang siber yang menyukarkan usahawan mengenal pasti peluang tersebut.

Walaupun bagaimanapun, penyelidikan tentang keusahawanan dapat mengelaskan peluang perniagaan. Peluang wujud di atas kertas atau sebagai idea dalam fikiran kita. Peluang yang diterjemahkan dan menjadi nyata adalah dalam bentuk perniagaan yang menguntungkan dan berfungsi. Peluang dapat didefinisikan sebagai konsep perniagaan yang menjadi produk dan perkhidmatan yang nyata yang ditawarkan oleh entiti perniagaan dan menghasilkan keuntungan. Kita boleh mempelajari beberapa peluang perniagaan dengan memerhatikan perlakuan dan tindakan usahawan bagi menangani peluang yang ada.

Pertama, peluang usahawan untuk menajankan nilai dan tidak semestinya pengurangan kos. Kebanyakan usahawan lebih memberatkan isu harga kompetitif yang ditawarkan atau menawarkan produk yang berkualiti rendah. Persoalannya bukanlah tentang kos tetapi sebenarnya tentang penajanan nilai. Adakah peluang perniagaan ini memberikan nilai kepada pengguna dari segi keberkesanan atau menambah kecekapan? Kebanyakan usahawan gagal untuk memahami bahawa mereka tidak

berkomunikasi dengan pengguna tentang nilai yang ditawarkan kerana terlalu fokus tentang kos.

Kedua, peluang usahawan tidak sama antara satu sama lain. Kebanyakan model ekonomi dan perniagaan mencadangkan bahawa peluang itu "sedia ada" untuk direbut. Masalahnya, siapakah yang akan melabur dan merebut peluang tersebut? Banyak yang terperangkap dalam perspektif begini.

Secara realitinya, tidak semua orang yang mempunyai kebolehan untuk merebut peluang yang ada. Hal ini dikatakan demikian kerana setiap usahawan mempunyai pengalaman dalam produk dan perkhidmatan yang ditawarkan, maka mereka melihat setiap peluang perniagaan dari perspektif yang berlainan. Hal ini bermakna kita tidak harus khuatir orang lain akan merebut peluang yang kita anggap menguntungkan kerana mereka mungkin tidak melihat prospek perniagaan itu sebagai peluang. Mereka mungkin tidak mempunyai kemahiran tertentu untuk merealisasikan peluang itu menjadi kenyataan.

Ketiga, tidak semua usahawan mengejar peluang walaupun peluang itu kelihatan nyata. Apabila seseorang menjalankan perniagaan dan memperoleh keuntungan, kita sering mendengar ungkapan daripada orang lain seperti, "saya juga mempunyai idea yang sama". Masalahnya, mereka hanya mempunyai idea yang sama tetapi tidak menjalankan inisiatif untuk berniaga. Idea yang bernas tentang perniagaan memanglah baik tetapi jika tidak diterjemahkan dengan tindakan, iaitu membuat perniagaan, idea itu hanya tinggal idea.

Keempat, peluang yang sukar dan rumit jarang-jarang dilaksanakan oleh usahawan. Jika peluang perniagaan itu rumit dan menyukarkan kerana melibatkan banyak pihak dan proses pelaksanaan yang menyukarkan besar kemungkinan hal ini menjadi realiti perniagaan. Kebanyakan usahawan mempunyai idea tetapi apabila mereka menyedari bahawa pelaksanaan idea itu menyukarkan, mereka mengambil keputusan untuk tidak meneruskan rancangan perniagaan tersebut.

Kelima, peluang perniagaan tidak semestinya terdapat dalam pasaran yang mantap dan sedang tumbuh. Kebanyakan usahawan terperangkap untuk mengejar peluang perniagaan yang dimasuki oleh semua orang. Umpamanya industri komputer di Amerika Syarikat pada suatu masa dahulu mengalami gelembung kerana kebanyakan terlalu banyak peserta.

Sebagai petunjuk yang mudah untuk menyaring peluang perniagaan ialah apabila perniagaan itu terlalu dipamerkan dalam akhbar perniagaan. Hal ini menjadi petunjuk bahawa berlakunya kebanyakan peserta, maka pasaran itu perlu dielakkan. Kita juga harus dapat membezakan arah aliran yang bertumbuh daripada pasaran yang tumbuh. Contohnya, e-dagang bukanlah pasaran sebaliknya merupakan arah aliran dalam pembangunan perniagaan melalui internet. Sebagai arah aliran dan saluran perniagaan, internet membuka banyak peluang perniagaan.

Peluang perniagaan tidak semestinya terhasil daripada ciptaan usahawan. Banyak pendapat yang menyarankan bahawa usahawan tidak semestinya pencipta (*inventors*), tetapi banyak usaha, sumber dan tenaga dikeluarkan oleh usahawan untuk mencipta sesuatu berasaskan perkembangan teknologi. Sememangnya hal ini baik dan patut dipuji, namun mereka tidak perlu menjalankan perniagaan.

Sehubungan itu, timbul juga persoalan - daripada mana datangnya peluang perniagaan? Peluang perniagaan boleh timbul dalam pelbagai bentuk dan cara. Kebanyakan orang mempunyai kelebihan untuk mengenal pasti peluang perniagaan dalam produk dan perkhidmatan dengan pantas. Ada pula yang mendapat idea perniagaan daripada akhbar dan majalah atau menerusi perbualan dengan rakan sejawat. Walau bagaimanapun, setiap usahawan harus mempunyai daya kreatif walaupun minda yang kreatif tidak semestinya diperlukan dalam hal ini.

Peranan usahawan bukanlah untuk melahirkan individu yang beridea tetapi melibatkan kaedah untuk menstrukturkan sesuatu idea agar menjadi sebuah perniagaan dan merealisasikan idea. Dapat diperhatikan bahawa peluang perniagaan berkaitan rapat dengan pengalaman seseorang kerana tidak mungkin idea perniagaan datang secara tiba-tiba atau tanpa asal usul. Peluang biasanya berkaitan rapat dengan pengalaman kerja, kegemaran atau hobi dan persekitaran sosial kita.



Setiap peluang berbeza dari segi potensi dan risikonya. Sesetengah orang berusaha untuk mengejar peluang perniagaan yang berpotensi tinggi yang juga membawa risiko yang tinggi. Ada pula yang mencari peluang yang mempunyai profil pulangan atau risiko yang lebih rendah, iaitu mereka bersedia untuk menerima keuntungan yang lebih rendah asalkan risikonya dapat diterima. Hal ini bermakna mereka tidak mengejar perniagaan berasaskan silikon tetapi memadai menjalankan perniagaan francais.

Untuk melihat peluang perniagaan, bukan sahaja dihitung hubungan antara pulangan atau risiko, tetapi yang lebih penting ialah sasaran objektif kita. Objektif untuk menjalankan perniagaan juga merupakan pertimbangan utama bagi menyaring dan merebut peluang yang ada. Setengah orang melihat kepada peluang sepanjang hayat yang mempunyai potensi yang besar. Bagi mereka, peluang akan mendefinisikan kehidupan mereka lalu berusaha untuk merealisasikan idea.

Usahawan yang seumpama ini adalah seperti Richard Branson dan Bill Gates. Usahawan harus bijak mengenal pasti peluang perniagaan yang datangnya dalam pelbagai bentuk dan cara. Walau bagaimanapun, untuk menerjemahkan peluang tersebut kepada entiti perniagaan, mereka harus mengambil kira profil, pulangan, dan risiko supaya perniagaan itu tidak kecondong. ●

Rahim Aziz,
Ketua Pegawai
Eksekutif
ELD Global