





Idea perniagaan yang bernas mampu membina keyakinan pembiaya kewangan untuk meluluskan pembiayaan perniagaan.

menawarkan produk itu. Keperluan masyarakat dapat dikaitkan dengan kelompangan yang wujud dalam pasaran, misalnya ketiadaan atau kekurangan produk halal untuk memenuhi permintaan pelanggan Muslim atau produk sedia ada ketinggalan dari aspek teknologi. Hal ini menunjukkan wujud kelompangan dalam pasaran yang seterusnya menjadi titik mula kepada penjaan sesuatu idea perniagaan.

Oleh hal yang demikian, idea perniagaan yang hanya mengambil kira ciri produk yang akan ditawarkan dan kepakaran yang dimiliki usahawan tanpa mengenal pasti kelompangan pasaran belum memenuhi syarat untuk diangkat sebagai idea perniagaan yang bernas. Oleh itu, ciri utama idea perniagaan yang bernas ialah idea tersebut menawarkan penyelesaian kepada lompong yang wujud dalam pasaran.

Dalam kata lain, idea tersebut bukan setakat menawarkan produk yang mahu atau mampu ditawarkan oleh usahawan, sebaliknya produk itu merupakan keperluan yang dituntut oleh komuniti pengguna. Jika anda sedang menghadiri temu duga untuk mendapatkan pembiayaan dan soalan yang diajukan kepada anda berbunyi: Apakah produk perniagaan

anda? atau apakah idea perniagaan anda? Anda sepatutnya dapat mengaitkan produk yang bakal ditawarkan dengan "ruang kosong" atau lompong dalam pasaran.

Walaupun bagaimanapun, lazimnya pemohon pembiayaan memilih produk untuk diniagakan yang berkaitan dengan pengalaman kerja yang lepas, produk yang mudah dipasarkan atau produk yang sesuai dengan kemahiran yang dimiliki. Biarpun penjelasan tentang semua hal begini tidak salah, pemohon masih perlu mengaitkan produk yang ingin ditawarkan dengan kelompangan pasaran kerana lompong dalam pasaran yang dikenal pasti ialah pembuka jalan kepada nasib perniagaan pada kemudian hari. Produk yang diperlukan oleh pasaran ialah prasyarat pertama untuk mencapai kejayaan perniagaan sebelum usahawan mengemukakan pelan perancangan kewangan, strategi pemasaran, dan sebagainya.

Selapas berjaya mengenal pasti produk yang dapat mengisi lompong yang wujud dalam pasaran, usahawan perlu memperincikan penyelesaian yang akan dilakukan untuk memenuhi lompong tersebut. Dalam keadaan tertentu, kelompangan pasaran yang sama cuba dipenuhi oleh banyak usahawan yang lain. Misalnya dalam keadaan sesuatu pasaran memerlukan perkhidmatan dobi layan diri, kemungkinan terdapat banyak pihak yang telah dan sedang mengintai peluang untuk menawarkan perkhidmatan itu. Jika sekalipun belum ada perkhidmatan dalam nic tersebut, pesaing baharu boleh timbul pada bila-bila masa pada masa hadapan terutama dalam nic perniagaan yang tidak mempunyai banyak halangan untuk ditembusi oleh pemain baharu. Antara ciri perniagaan yang mudah diceburi oleh banyak pesaing termasuklah perniagaan yang tidak memerlukan modal besar, tidak memerlukan kemahiran dan pengetahuan yang sangat khusus serta tidak mempunyai peraturan atau undang-undang yang sangat ketat.

Dalam keadaan pasaran yang terbuka kepada kemunculan pesaing, usahawan mesti berupaya mengemukakan idea unik dalam usahanya memenuhi lompong pasaran. Jika strategi perniagaan atau kaedah penyelesaian lompong pasaran yang ditawarkan sama sahaja dengan strategi dan kaedah yang sedia ada dalam pasaran, hal ini boleh menjejaskan keupayaan perniagaan untuk menjadi pendahulu pasaran. Jika perniagaan

tidak diposisikan pada kedudukan yang berbeza daripada perniagaan yang lain, maka perniagaan terpaksa bergelut dengan pesaing lain. Bagi pembiaya kewangan, keunikan strategi perniagaan diperlukan untuk memberikan kelebihan daya saing dan kesan positif kepada prestasi perniagaan serta keupayaan pemjamin untuk meluluskan pembiayaan tanpa liku.

Oleh itu, usahawan mesti turut mengemukakan gagasan untuk mengharungi persaingan. Isu seperti keunikan produk, teknologi terkedepan dan kepintaran daya bersaing perlu dinyatakan dengan jelas dan terperinci untuk meyakinkan pembiaya kewangan sebelum sesuatu pembiayaan kewangan diluluskan. Dalam keadaan tertentu, sesetengah usahawan cenderung untuk berkeyakinan bahawa perniagaannya mempunyai potensi yang besar kerana tiada pesaing. Hal seperti ini biarpun merupakan satu titik kekuatan kepada potensi perniagaan yang diceburi, terdapat persoalan lain yang berkaitan dengannya yang perlu diulas lanjut.

Jika belum terdapat pesaing pada peringkat awal perniagaan, adakah keadaan itu akan berterusan? Jika sesuatu produk itu mempunyai permintaan yang tinggi, sudah tentu pesaing baharu berusaha untuk memasuki pasaran. Oleh itu, berapa lamakah masa yang diambil oleh pesaing lain untuk memasuki pasaran? Jika perniagaan lain berjaya memasuki pasaran, bagaimanakah perniagaan mengatur strategi persaingan? Mahu tidak mahu, cepat atau lambat, penawaran suatu produk dalam pasaran terbuka akan mengundang kehadiran pesaing baharu.

Memiliki produk yang dapat memenuhi keperluan pasaran dan strategi perniagaan yang kukuh untuk mengharungi perit getir persaingan, belum memadai untuk menjamin kelangsungan perniagaan. Bagi pembiaya kewangan, kelangsungan perniagaan ialah pemberat bagi memuktamadkan keputusan untuk meluluskan pembiayaan kerana perniagaan yang sentiasa mengekalkan momentum prestasi unggul dapat mengurangkan terjadinya risiko hutang tidak berbayar. Oleh itu, satu lagi komponen penting bagi membina keyakinan kepada pembiaya kewangan ialah usahawan atau pasukannya mesti mempunyai pengetahuan dan kemahiran yang diperlukan untuk membolehkan perniagaan berjaya. Mereka tahu dan arif tentang produk yang diniagakan, serta

mempunyai strategi pengurusan, pemasaran, dan kewangan yang baik.

Bagi perniagaan kecil yang sering kali diurus oleh usahawan secara individu dan dibantu oleh kumpulan pekerja yang kecil, usahawan dan pasukannya mempunyai pengetahuan dan kemahiran yang terbatas. Usahawan seharusnya dapat meyakinkan pembiaya kewangan bahawa beliau mempunyai akses terhadap kemahiran dan pengetahuan yang diperlukan, misalnya mendapat latihan atau asuhan untuk mengasah pengetahuan dan kemahiran yang diperlukan.

Selanjutnya idea perniagaan yang bernas tidak lengkap jika tidak dapat menghitung semua risiko yang berkaitan dengannya.

Keupayaan menelaah risiko sebelum risiko terjadi membolehkan persediaan awal dilakukan sama ada dengan cara menghapuskan terus risiko atau mengurangkan kesan risiko terhadap objektif perniagaan. Risiko sesuatu perniagaan boleh menjadi besar atau kecil, namun untuk mengatakan bahawa sesuatu idea perniagaan itu mempunyai risiko sifar, hal ini merupakan suatu kenyataan yang memerlukan pembuktian yang mencabar kerana risiko dalam perniagaan sangat sukar dihapuskan sepenuhnya.

Di luar sana terdapat ramai usahawan yang memerlukan pembiayaan. Jumlahnya lebih banyak daripada jumlah pihak yang menawarkan pembiayaan. Persaingan untuk mendapatkan pembiayaan merupakan perlumbaan yang sengit. Usahawan yang dapat mengemukakan idea perniagaan yang lebih bernas daripada pesaing lain akan menjadi pendahulu dalam perlumbaan ini. Bagi pembiaya pula, mereka hanya bersedia menghulurkan pembiayaan jika bakal penerima dapat meyakinkan mereka bahawa pembiayaan yang diberikan akan digunakan untuk sesuatu usaha yang akan berhasil. Titik persetujuan antara pembiaya dengan usahawan itu harus ditemukan dan salah satu titik pertemuan yang mempunyai pemberat untuk kelulusan pembiayaan ialah idea perniagaan mestilah unik, berpotensi dan berdaya maju. ●

Mahu tidak mahu, cepat atau lambat, penawaran suatu produk dalam pasaran terbuka akan mengundang kehadiran pesaing baharu.

Prof. Madya Dr. Zulnairi Yaacob, Pensyarah Kanan di Pusat Pengajian Pendidikan Jarak Jauh, USM.