

URUTAN KEGIATAN MEMULAI USAHA

Oleh: **RB. Suharta, M.Pd**

- A. Pengamatan Pasar
- B. Menentukan Jenis Usaha
- C. Menentukan Besar Usaha
- D. Pengaturan Produksi dan Penyediaan Barang Dagangan
- E. Penentuan Harga Jual
- F. Membuat atau Membeli Produk
- G. Menjual Barang
- H. Cara Memperkenalkan Barang, Promosi dan Distribusi Barang
- I. Perluasan

KETERANGAN

A. Pengamatan Pasar

Kegiatan ini adalah untuk mencari dan memperoleh “bahan keterangan mengenai pasaran”, dan yang perlu di perhatikan antara lain:

1. Barang apa yang masih dapat diserap atau diminta pasar.
2. Berapa: perhari, perminggu, perbulan, dan seterusnya.
3. Kapan barang itu diperlukan: tiap hari, musiman?
4. Bagaimana cara penyampiannya: diambil, diantar, lewat perantara.
5. Suasana persaingan: berat, ringan?
6. Berapa dan siapa yang dapat menjadi atau merupakan pembeli langsung.

B. Menentukan Jenis Usaha

Ada dua pilihan dalam menentukan jenis usaha:

1. Mengatur potensi usaha sesuai dengan kebutuhan pasar, selama kebutuhan telah diketahui.
2. Menciptakan jenis kebutuhan pasar, sesuai dengan potensi usaha.

C. Menentukan Besar Usaha

Besarnya produksi ditentukan diantara jumlah terendah dan jumlah tertinggi dari hasil pengamatan pasar.

Jumlah terakhir itu akan dipengaruhi oleh:

1. Lama proses produksi
2. Lama pelemparan barang
3. Penekanan biaya
4. Permintaan pasar
5. Kelancaran pembayaran
6. Persaingan

D. Pengaturan Produksi dan Penyediaan Barang Dagangan

Pelanggan berbeda dalam minat dan selernya, maka untuk melayani mereka perlu dipertimbangkan:

1. Kemungkinan membuat barang yang sama namun dalam bentuk dan warna yang berbeda.
2. Sesuai dengan permintaan barang.
3. Memproduksi dengan barang yang baru sama sekali.

E. Penentuan Harga Jual

Penentuan harga jual tergantung kepada:

1. Keuntungan minimal harus sama dengan bunga modal.
2. Daya beli konsumen.
3. Harga umum dan persaingan.
4. Komisi agen-agen.
5. Cara pembayaran.

F. Membuat atau Membeli Produk

Setelah suatu jenis usaha dapat ditentukan dan akan dilaksanakan, ada pertimbangan lain yang masih perlu dipikirkan:

1. Apakah keseluruhan proses pembuatan produk yang akan dijual ditangani oleh usaha sendiri.

2. Apakah ada sebagian proses tersebut yang dipercayakan kepada pengusaha lain. Usaha yang dilaksanakan membeli barang setengah jadi ataupun sama sekali barang jadi dari pengusaha lain.

Untuk menentukan pilihan tersebut ada beberapa faktor yang yang perlu diperhatikan:

- a. Kemampuan modal si pengusaha;
- b. Jumlah tenaga dan mutunya;
- c. Keadaan pasar;
- d. Keuntungan;
- e. Tempat dan fasilitas atau kemudahan yang ada.

G. Menjual Barang

Dalam kegiatan menjual barang ini ada tiga hal yang perlu diperhatikan, yaitu:

1. Bagaimana mengetrapkan kepenjualan yang baik.
2. Bagaiman melayani umum dengan baik.
3. Bagaimana membentuk hubungan baik dengan pasar.

H. Cara Memperkenalkan Barang, Promosi dan Distribusi Barang

1. Cara Memperkenalkan Barang

Tujuan utama kegiatan ini adalah agar calon pembeli tahu dan selanjutnya diharapkan suka membeli barang-barang yang ditawarkan.

Perlu diusahakan cara-cara:

- a. Mengingatnkan mereka pada barang itu dan bahwa mereka membutuhkan.
- b. Menonjolkan ciri daan kegunaan barang tersebut serta dimana barang itu dapat diperoleh.

2. Promosi

Sasaran yang dituju oleh setiap pengusaha ialah lakunya barang atau jasa yang dihasilkan atau ditawarkan.

Motif pembelian adalah pengaruh-pengaruh atau pertimbangan-pertimbangan yang mendorong atau membuat seseorang membeli barang tertentu atau membeli dari penjual barang tertentu.

Motif pembelian dapat digolongkan menjadi dua macam:

- a. Motif Emosional
- b. Motif Rasional

Cara-cara promosi yang sering digunakan dan terbukti keberhasilannya, diantaranya:

- a. Potongan harga
- b. Penjualan kredit
- c. Pemberian contoh barang
- d. Pameran-pameran
- e. Undian dan dan pemberian kupon
- f. Membuat iklan dan reklame
- g. Menjadi sponsor

Cara-cara pendekatan untuk melanjutkan promosi, melalui tahap-tahap pendekatan di bawah ini, yaitu:

- a. Menetapkan siapa yang akan dijadikan sasaran promosi.
- b. Berapa biaya yang disediakan untuk promosi?
- c. Cara apa saja yang ditempuh untuk promosi?
- d. Media dan sarana promosi yang dipilih.
- e. Melaksanakan promosi.
- f. Menilai hasil-hasil promosi.

3. Distribusi Barang

Distribusi adalah pelayanan penjualan sampai ke alamat pembeli dan terurus beres. Alamat pembeli dalam hal ini: pembeli langsung, pengecer, agen-agen,dll.

Ada dua hal yang perlu diperhatikan dalam memilih dasar saluran distribusi:

- a. Struktur pasar yang akan dimasuki. Siapa dan berapa yang akan menjadi pembeli langsung.
- b. Sifat produk yang akan dijual. Produk dapat dijual langsung atau harus lewat agen atau pengecer atau keduanya.

Menurut Singgih Wibowo ada empat pilihan strategi pemasaran yang dikenal, yaitu:

- a. Penetrasi pasar
- b. Perluasan pasar
- c. Pengembangan produk
- d. Diversifikasi pasar

I. Perluasan Pasar

Pemikiran mengenai perluasan usaha ini akan muncul manakala permintaan pasaran atas barang tertentu meningkat.

Masalah pemasaran yang perlu dipertimbangkan dalam menyusun perencanaan pengembangan usaha adalah:

- a. Kemampuan usaha dalam hal: penyediaan bahan baku, cara memproduksi barang, cara memasarkan hasil.
- b. Pengusaha perlu lincah dan terampil memperkirakan dan mengatasi penyimpangan perencanaan usaha yang mungkin terjadi.

Uraian mengenai perluasan usaha ini sangat penting karena perusahaan kecil yang mulanya sukses justru mengalami kemacetan setelah berkembang.

Menurut pengamatan ada banyak faktor yang menyebabkan, diantaranya sbb:

- a. Perkembangan yang terlalu mendadak tanpa diikuti peningkatan sikap dan kemampuan pengolahan dari pengusaha dan aparatnya.
- b. Dengan makin menuanya umur pemilik perusahaan kepemimpinan menua.
- c. Tidak melakukan persiapan jauh-jauh dari sebelumnya sehingga sewaktu perkembangan itu datang persiapan tidak ada.
- d. Terlambat mengadakan pembaharuan baik dibidang produksi, teknik kerja, pengelolaan maupun pemasarannya sehingga akhirnya kalah dalam persaingan.
- e. Terlambat mengadakan penyesuaian-penyesuaian dengan sikon yang sedang berlaku.
- f. Lupa daratan, mabuk kepayang ikut terjun dalam kegiatan gengsi-gengsian yang tidak ada hubungannya.