**15-Perencanaan: Asumsi**

Kita sudah masuk di bagian perencanaan. Pada seri ini sampai 2 seri selanjutnya anda akan belajar membuat rencana bisnis.

Setiap kewirausahaan selalu bermulai dari sebuah asumsi dasar. Asumsi dasar adalah syarat dimulainya sebuah kewirausahaan karena anda belum membuat apapun. Anda hanya berasumsi bahwa apa yang kelak anda ciptakan akan diterima oleh pasar, asumsi soal perilaku konsumen, atau bagaimana kompetitor akan merespon. Tapi seringkali asumsi-asumsi ini tidak tersampaikan, dan hal ini bisa membawa masalah bagi anda. Karena, anda akan sulit membedakan apa yang sesungguhnya anda sudah tahu dan apa yang anda asumsikan anda tahu. Tercampurnya kedua hal ini bisa mengarahkan anda pada kegagalan atau hilangnya peluang.

Saya akan beri contoh.

Ini adalah perangkat pengisi daya atau charger ponsel bernama ChargeItSpot. Charger besar mirip ATM ini diletakkan di mal, supermarket dan tempat keramaian. Pembuatnya bernama Douglas Baldasare, alumni Wharton School yang mengerjakannya untuk project kuliah. Asumsi dasarnya adalah pengunjung tempat umum yang kehabisan daya pada ponselnya bisa mengisi di mesin ini yang terdiri dari beberapa laci. Untuk membuka laci pengguna harus memasukkan pin dan email untuk notifikasi bila terjadi sesuatu pada laci mereka. Ketika ponsel dimasukkan ke laci dan mengisi daya, pemilik bisa berkeliling dulu misalnya di mal.

Mereka memilih model bisnis B2B yakni menjual mesin ini kepada toko, rumah sakit, mal, atau supermarket. Tapi ternyata penjualan tidak berjalan baik. Konsumen, yakni klien yang membeli mesin ini, tidak melihat ada dampak langsung yang bisa mereka dapatkan dengan menyediakan mesin tersebut kepada pengunjung toko. Ternyata asumsi Douglas tentang apa yang menjadi benefit bagi konsumennya keliru. Benefit hanya diterima oleh pengunjung toko, tapi tidak bagi toko pemilik alat ini.

Belakangan Douglas menyadari bahwa mesinnya memiliki harta karun yang belum termanfaatkan, yakni data email pemilik ponsel. Data email tersebut bisa sangat bermanfaat bagi konsumen pemilik mesin untuk mengetahui data pelanggan dan alat promosi misalnya email marketing. Sehingga, kemampuan mesin ini melakukan data capture adalah nilai atau benefit tertinggi yang bisa diberikan ChargeItSpot kepada konsumennya. Saat ini ChargeItSpot sudah berkembang menjadi perusahaan dengan modal ventura sebesar 7 juta dolar.

Dari kasus ini anda belajar bahwa asumsi dasar yang mengawali usaha kita bisa keliru karena kita tidak memiliki informasi yang lengkap. Douglas baru mendapatkan informasi tersebut ketika usahanya sudah berjalan dan penjualan tidak memberikan hasil baik. Anda bisa bayangkan bila sejak awal Douglas memulai usahanya dengan asumsi yang benar sehingga dapat memilih model bisnis yang tepat. Pasti ia bisa mendapatkan lebih banyak keuntungan dan peluang.

Sebelum anda mengerjakan dan menguji asumsi dasar yang anda miliki, asumsi itu harus lebih dulu anda bawa ke permukaan. Tom Eisenmann dari Harvard Business School mengelompokkan asumsi pada 4 kelompok. Customer value, operasional dan teknologi, sales dan marketing, serta keuangan dan laba. Anda harus mengerjakan tiap kategori ini dan bertanya pada diri sendiri lalu menemukan jawabannya.

Kita mulai dari yang pertama.

Customer value adalah bagaimana anda menyediakan nilai lewat produk kepada konsumen. Bagaimana konsumen mengetahui bahwa nilai itu telah anda sediakan. Bagaimana anda akan menghadapi kompetisi.

Pada kategori customer value, ada 4 bagian yang mesti anda jawab.

Mulailah dengan bertanya pada diri sendiri soal apa kebutuhan konsumen yang akan anda penuhi dan bagaimana caranya. Lalu, apa segmen yang anda sasar.

Pada pertanyaan soal kompetisi, anda harus mampu menjawab mengapa produk anda berbeda dengan produk yang sudah ada? Bagaimana anda mengelola kelebihan atau keuntungan kompetitif? Bagaimana anda memproteksi properti intelektual anda? Bagaimana kompetitor akan bereaksi?

Mengenai harga, mesti diasumsikan berapa harga jual yang anda kenakan dan siapa yang akan membeli. Apa model harga yang anda tentukan dan mekanismenya.

Berlanjut ke rekanan, anda mesti tahu siapa yang akan menjadi partner usaha anda dan bagaimana anda akan meyakinkan mereka untuk bergabung.

Saya akui bahwa menjawab pertanyaan-pertanyaan ini mungkin melelahkan. Namun bila anda tidak mampu menjawabnya, maka anda berpeluang menemui masalah besar di tengah jalan nantinya. Karena, pertanyaan ini cepat atau lambat harus dan akan anda jawab. Hanya persoalan kapan anda akan menjawabnya: sebelum memulai usaha atau di tengah usaha.

Kita lanjut ke kategori dua yakni operasional dan teknologi.

Pada pertanyaan bagian perencanaan dan operasional, anda mesti bisa menjawab apa kegiatan yang perlu dilakukan dalam usaha ini nantinya. Faktor apa yang akan menggerakkan biaya usaha, dan bagaimana anda membuat sebuah skenario agar setiap orang dalam perusahaan dapat belajar sambil berjalan.

Bagaimana kelak anda akan melakukan perekrutan, apakah sumberdayanya sudah tersedia? Bila tidak, bagaimana kelak anda merekrutnya?

Bila usaha anda turut tergantung pada teknologi, bagaimana kelak anda mengembangkan dan mengelola teknologi primer yang anda miliki.

Lalu, apa yang perlu anda lakukan saat ini untuk memastikan usaha anda berkelanjutan dalam jangka panjang? Anda tentu tak perlu bekerja selamanya pada usaha tersebut. Maka anda harus menemukan jawaban soal apa strategi exit anda dan bagaimana cara anda membangun sebuah usaha yang bisa berjalan tanpa anda.

Dalam asumsi kategori penjualan dan marketing, pertanyaan yang mesti bisa anda jawab adalah apa saluran distribusi yang akan anda gunakan. Bagaimana cara anda mengakuisisi saluran tersebut, siapa yang akan menangani kerja penjualan nantinya.

Apa cara yang anda gunakan untuk mendapatkan atau mengakuisisi konsumen, berapa biaya untuk mengakuisisi konsumen.

Optimasi penjualan dan pemasaran pasti diperlukan. Karena itu anda mesti bisa menjawab bagaimana optimasi ini akan dilakukan dan bagaimana anda mengukur kesuksesan usaha? Apa metrik utama keberhasilan anda?

Pada bagian finansial dan profit, pertanyaan yang mesti bisa anda jawab adalah apa proyeksi keuangan usaha anda, dan bagaimana cara anda mengelola proyeksi itu.

Setiap usaha memerlukan uang untuk memulai. Jadi, jawablah pertanyaan soal berapa uang yang anda perlukan untuk memulai usaha, bagaimana cara anda mendapatkan uang tersebut. Bagaimana cara anda memaksimalkan manfaat atas investasi tersebut untuk memaksimalkan nilai dan proses pembelajaran anda ketika usaha telah berjalan.

Setiap jawaban yang anda bubuhkan pada pertanyaan di atas, adalah asumsi dasar usaha anda dimulai.

Sekali lagi, menjawab sekian banyak pertanyaan di atas memang melelahkan, tapi harus anda jawab. Saya harap saya bisa membantu menjawabnya untuk anda, tapi saya tidak bisa. Dan tidak ada satupun yang bisa kecuali anda sendiri. Karena anda sendiri yang mengetahui segala aspek yang terdapat pada usaha anda. Mulai dari ide, peluang, strategi, konsumen, hingga dana yang anda miliki.

Makin cepat anda mampu menjawabnya dan mendapatkan asumsi dasar, maka makin baik. Karena asumsi dasar terpaut langsung dengan ongkos kewirausahaan yang kelak anda keluarkan dalam menjalankan usaha. Ada 3 ongkos penting dalam kewirausahaan.

Pertama, uang. Berapa uang yang anda punya akan terus dikeluarkan saat usaha dijalankan. Faktor pertama yang membuat usaha rintisan gagal adalah mereka kehabisan uang sebelum mampu mencapai percepatan pertumbuhan. Kita sudah membahas di depan bahwa setiap kewirausahaan selalu dikelilingi oleh ketidakpastian dan informasi yang belum terkuak. Untuk mendapatkan kepastian dan fakta, anda mesti menjalankan usaha terlebih dulu. Anda perlu mencoba dan belajar terus menerus hingga mendapatkan sebuah jawaban atau langkah yang tepat. Tapi dalam prosesnya anda akan terus keluar uang.

Kedua adalah waktu. Waktu tidak hanya berasosiasi pada uang yang akan anda keluarkan. Tapi juga tersedianya peluang itu di pasar yang ikut ditentukan berbagai faktor eksternal yang tak mampu anda kontrol. Seperti munculnya teknologi baru, pemain baru, atau perubahan perilaku konsumen. Begitu juga dengan respon kompetitor ketika inovasi anda langsung tersedia untuk orang banyak begitu anda masuk ke pasar.

Ketiga adalah upaya atau energi. Energi anda baik fisik maupun mental bukannya tak terbatas. Energi di awal biasanya akan sangat tinggi, namun akan menurun seiring waktu. Tidak sedikit wirausahawan yang mengalami fatigue atau kelelahan di tengah jalan sehingga memutuskan untuk berhenti.

Tujuan perencanaan dalam kewirausahaan adalah belajar sebanyak mungkin tentang asumsi dasar yang anda miliki agar dapat meminimalkan 3 ongkos di atas. Asumsi dasar akan membuat anda fokus pada hal yang penting yang perlu anda kuak fakta dan informasinya, karena pada awalnya asumsi itu adalah sebuah ketidakpastian. Makin cepat anda mendapatkan jawaban dan fakta akan asumsi dasar tersebut, maka makin baik. Anda akan lebih cepat mengarah ke arah yang tepat atau mengubah arah dengan segera.