**5-Peluang dan Ketidakpastian**

Kewirausahaan selalu menjadi hal yang mencemaskan. Karena ketika kita mengambil peluang, kita sekaligus dihadapkan pada ketidakpastian. Pertanyaan paling umum ketika seseorang hendak berwirausaha adalah: apakah ia akan sukses atau tidak.

Bila anda membuat sebuah lompatan besar, bagaimana anda tahu anda akan sukses atau tidak?

Bagaimana anda yakin bahwa anda melakukan hal benar dalam memulai dan menjalankan wirausaha anda?

Dan sayangnya, tidak ada jawaban mudah untuk pertanyaan-pertanyaan tersebut. Karena kewirausahaan memang berawal dari ketidakpastian.

Kewirausahaan yang sukses, faktanya, mengambil keuntungan atas peluang yang tidak dilihat oleh orang lain. Anda memulai sebuah inovasi, ide, atau menyediakan yang dibutuhkan oleh orang lain atau menyelesaikan sebuah masalah di pasar.  Namun, bukan hanya karena anda menyelesaikan sebuah masalah di pasar, maka otomatis anda bisa tahu jawabannya sejak awal. Bila sebuah peluang benar-benar bebas risiko, pasti orang lain sudah melakukannya.

Artinya, kewirausahaan adalah mengambil keuntungan atas ketidakpastian yang tak mau diambil orang lain, sekaligus anda harus menghadapi ketidakpastian itu sendiri.

Tapi bukan berarti tak ada yang bisa anda perbuat. Banyak hal yang bisa anda lakukan untuk menurunkan derajat ketidakpastian itu dalam perusahaan anda. Hal pertama dan hal terpenting yang mesti anda lakukan adalah membuat rencana.

Ada 3 kategori ketidakpastian.

Pertama, adalah hal yang sudah diketahui atau fakta. Informasi yang sudah jelas bagi kita. Kategori ini memiliki risiko terendah. Kita tahu produk kita akan diterima pasar, konsumen akan membeli, bank akan memberikan pinjaman dan sebagainya. Inilah kualitas pengetahuan tertinggi yang bisa kita dapatkan.

Selanjutnya adalah ketidakpastian. Ketidapastian adalah dimana kita mengetahui sesuatu yang hendak kita perbuat, tapi tidak mengetahui bagaimana kelak dampaknya atau imbal hasilnya. Kita perlu modal, tapi tidak tahu dari siapa. Kita perlu partner usaha atau karyawan, tapi tidak tahu sampai kapan mereka bertahan.

Ketidakpastian paling parah adalah risiko yang tidak diketahui. Segala hal bisa terjadi. Pasar berubah, teknologi baru ditemukan sehingga produk kita tak dipakai lagi, perubahan situasi politik, atau rekanan usaha keluar.

Jadi, perencanaan yang kita buat berguna untuk menurunkan derajat ketidakpastan dengan memindahkan apa yang tidak pasti, menjadi sesuatu yang kita ketahui.

Masalah pada kewirausahaan adalah anda berahadapan dengan begitu banyak ketidakpastian dibandingkan perencanaan konvensional. Perencanaan konvensional adalah ketika kita merilis produk yang sudah diketahui faktanya. Perencanaan model ini biasa dilakukan pada perusahaan besar. Di sana anda akan mengetahui data penjualan atau perilaku pasar di masa lalu, atau apa yang telah dilakukan kompetitor. Sudah tersedia pula analisa tentang segmen market yang anda layani. Perencanaan konvensional cenderung dilakukan oleh pihak yang hanya bersedia berhadapan pada kepastian dan fakta.

Tapi ketika anda memulai wirausaha anda, anda hanya tahu sedikit sekali hal. Anda belum pernah membuat produk. Jadi, bagaimana anda tahu reaksi konsumen?

Anda tidak punya data masa lalu yang bisa dijadikan referensi.

Anda tahu bahwa anda butuh konsumen, tapi tidak tahu siapa yang akan jadi konsumen.

Anda akan presentasi di depan para pemodal, tapi tidak tahu siapa yang mau menerima anda.

Anda tahu akan masuk dalam kompetisi, tapi tidak tahu bagaimana kompetitor akan bereaksi.

Kita dapat mengeliminasi risiko dan ketidakpastian tersebut dengan cara melakukan perencanaan dan identifikasi risiko, lalu memindahkannya menjadi ketidakpastian yang bisa kita kelola. Sehingga kita dapat meningkatkan derajat pengetahuan kita sekaligus menurunkan level ketidakpastian.

Yang perlu diingat, setiap perusahaan rintisan wajib untuk learning by doing, belajar sambil berjalan. Anda perlu merancang perusahaan rintisan anda agar mampu beradaptasi pada kebutuhan untuk selalu belajar tersebut.

Perhatikan grafik ini. Ini adalah hasil riset Wharton Business School dalam hubungannya antara pivot yang dilakukan perusahaan rintisan dan kemajuan yang mereka dapat. Pivot artinya banting setir, mengubah haluan, atau mengubah strategi. Garis merah adalah perusahaan rintisan yang mengubah arah mereka secara radikal yang tidak lagi sejalan dengan ide awal. Garis biru adalah perusahaan yang tidak mengubah arah secara radikal. Menariknya, garis merah berada di atas garis biru. Artinya, mereka yang melakukan pivot memiliki daya tahan dan berkembang lebih baik dibanding yang tidak.

Yang perlu anda lakukan dalam perusahaan rintisan anda adalah belajar sambil berjalan. Penting bagi anda mengadaptasikan strategi untuk menghadapi ketikdapastian di masa depan. Keuntungan yang anda miliki sebagai usaha rintisan, pemain besar atau incumbent sangat jarang yang mau melakukan pivot. Karena mereka tidak suka dengan ketidakpastian. Jadi, bila anda cukup lincah dalam beradaptasi, anda akan memiliki peluang besar untuk sukses.

Tersedia beberapa teknik untuk perencanaan strategi tersebut. Di kelas ini kita akan membahas salah satunya yakni discovery driven planning di modul 3.