1. **Pengantar**

Selamat datang di Arkademi pada kelas Menggali dan Mengembangkan Peluang Kewirausahaan. Terima kasih banyak atas kesediaan anda bergabung .

Saya Hilman Fajrian, mentor anda di kelas ini. Senang bertemu dengan Anda.

Sebelum kelas ini saya mulai, izinkan saya memperkenalkan diri terlebih dulu.

Saya adalah founder Arkademi yang merupakan perusahaan ke-5 yang saya ikut dirikan sepanjang 37 tahun hidup saya. Dunia kewirausahaan saya dimulai saat saya berusia 21 tahun pada 2001 dimana saya ikut mendirikan sebuah perusahaan teknologi bidang software di Yogyakarta. Berlanjut ikut mendirikan sebuah perusahaan surat kabar di Kalimantan Timur, dan 2 startup di Balikpapan.

Semoga pengalaman saya dalam perjalanan kewirausahaan dapat bermanfaat bagi anda.

Materi di kelas ini bukan saja berasal dari pengalaman saya. Tapi sebagian besar juga saya dapatkan dari materi pengajaran kewirausahaan yang diajarkan oleh para profesor bisnis dari Wharton Business Shcool  University of Pensylvania Amerika Serikat. Antara lain profesor Kartik, Karl Ulrich, hingga profesor marketing David Bell.

Di kelas ini saya akan membantu anda menjawab beberapa pertanyaan kunci tentang kewirausahaan:

Apakah kewirausahaan adalah sesuatu yang tepat untuk diri anda?

Apa saja pendekatan yang digunakan dalam kewirausahaan?

Apa saja jenis kewirausahaan baru dalam masyarakat?

Bagaimana cara kita mengidentifikasi peluang kewirausahaan yang menjanjikan?

Bagaimana cara kita memilih peluang yang paling menjanjikan?

Bagaimana kita mengembangkan konsep solusi atas sebuah kebutuhan yang telah kita identifikasi?

Bagaimana cara kita menguji konsep tersebut?

Bagaimana cara kita mengelola risiko dan ketidakpastian yang berada di sekitar peluang?

Terakhir, bagaimana kita meyakinkan orang lain terhadap peluang yang menjanjikan tersebut?

Pertanyaan-pertanyaan tersebut akan coba kita jawab dalam keseluruhan kelas.

Namun di seri pengantar ini, saya akan mendahuluinya dengan mendefinisikan apa itu kewirausahaan, memberikan beberapa contoh, dan kemudian menjawab pertanyaan tentang keberlanjutan finansial.

Bagaimana cara anda membangun sebuah perusahaan yang mampu berjalan dan memiliki daya tahan?

Pertanyaan ini akan membawa kita pada sebuah pertanyaan lanjutan: bagaimana peluang kesuksesan anda?

Apa risiko yang anda ambil sebagai seorang wirausaha?

Mungkin saat ini anda sudah menjadi seorang wirausahawan, atau berminat menjadi seorang wirausahaawan, atau sebatas tertarik pada kewirausahaan. Apapun motif anda, saya bisa pastikan meteri pengajaran ini bisa sangat bernilai bagi anda.

Kelas ini diperuntukkan bagi level pemula dalam kewirausahaan, terutama bagi mereka yang sedang mencari peluang. Juga untuk para wirausahawan yang sedang mencari peluang baru atau mengembangkan peluang yang sudah ada.

Kelas ini terdiri dari 4 modul dan 22 seri berbentuk video animasi dengan durasi masing-masing antara 5 sampai 15 menit. Tersedia 3 kuis buat anda untuk berlatih pada skenario dunia nyata sesuai dengan materi yang telah diajarkan.

Bila anda telah mengikuti seluruh seri dan kuis, anda akan mendapatkan lencana dan sertifikat kelas. Bagi setiap peserta kelas akan disediakan forum tempat dimana siswa dan mentor bisa berdiskusi, bertanya, berkonsultasi, atau bertukar gagasan dalam jangka waktu tidak terbatas.

Kelas Menggali Peluang ini adalah implementasi pertama dari learning path atau jalur pembelajaran yang diterapkan di Arkademi dalam spesialisasi kewirausahaan. Learning path kewirausahaan yang dirancang terdiri dari 4 kelas. Kelas pertama yakni kelas menggali peluang ini, kelas kedua adalah tentang meluncurkan perusahaan, kelas ketika tentang strategi pertumbuhan, kelas keempat adalah pengelolaan keuangan. Kelas-kelas tersebut akan dirilis bergiliran tiap bulan. Anda kelak hanya bisa mengikuti kelas ke 2, ke 3 dan ke 4 bila telah menyelesaikan kelas sebelumnya. Bila seluruh kelas pada learning path kewirausahaan tersebut telah anda selesaikan, diharapkan anda sudah bisa meluncurkan perusahaan anda sendiri, atau mengelola perusahaan yang sudah ada lebih baik lagi.

Mari kita mulai tentang definisi kewirausahaan.

Kita bisa mendefinisikan kewirausahaan sebagai penciptaan dan pengelolaan sebuah perusahaan baru untuk mencapai tujuan tertentu. Kewirausahaan juga bisa terjadi dalam skala kecil.

Seperti tampak pada foto ini contohnya. Seorang penjual bakso yang menggunakan alat, inventori, dan logistik sederhana. Penjual bakso ini adalah seorang wirausahawan. Ia menciptakan bisnisnya sendiri, dan kemungkinan besar tujuan utamanya adalah mendapatkan penghasilan untuk memenuhi kebutuhan dasar hidup.

Bagi anda dan sebagian besar wirauwasahawan dari negara maju dan berkembang, tujuan kewirausahaan biasanya lebih dari sekadar untuk mendapatkan uang.

Saya mencontohkan Laura Overdeck yang mendirikan sebuah perusahaan bernama Bedtime Math. Bedtime Math menyediakan sebuah software agar anak belajar matematika sebelum mereka tidur. Mirip dongeng pengantar tidur, tapi yang ini belajar matematika. Laura menciptakan bisnisnya karena ia ingin melakukan sesuatu yang lebih baik dalam pendidikan matematika, dan itulah tujuan utamanya.

Nata Hodge dan Ryan Cheney, contoh lainnya, adalah pendiri perusahaan Raaka Chocolate. Mereka mendirikan perusahaan itu karena mereka memiliki passion pada cokelat.

Berikutnya, Carl Dietrich adalah pendiri dan CEO Terrafugia, sebuah startup pengembang mobil terbang. Sejak remaja ia terobsesi akan mobil terbang dan berimpian membuat mobil terbang untuk konsumen massal.

Para wirausahawan yang saya sebut tadi memiliki tujuan dan motif yang lebih dari sekadar mendapatkan uang lewat menciptakan dan membangun perusahaan.

Namun, pada kenyataannya, mereka tetap perlu uang untuk memastikan perusahaan mereka berkelanjutan. Mereka harus menciptakan sebuah perusahaan dimana arus kasnya positif dalam jangka panjang. Bila tidak, mereka akan bangkrut dan aktivitas perusahaan terthenti.

Sehingga, agar dapat mencapai tujuan awal mereka yang tidak sekadar atau bukan uang, mereka harus mampu mencapai keberlanjutan finansial. Jadi, meski uang bukan tujuan utama, tapi tetap mesti menjadi tujuan penting bagi setiap wirausahawan.

Saya akan menunjukkan 2 pendekatan dasar dalam keberjalanjutan finansial. Yakni pendekatan untuk perusahaan yang menjual barang, dan perusahaan yang menjual jasa.

Mari kita mulai dari yang pertama.

Ini adalah semangkuk bakso. Lalu bagaimana cara menghitung keberlanjutan finansial sebuah usaha warung bakso?

Berikut ini adalah rumusnya berdasarkan jangka waktu tahunan.

Q atau quantity adalah kuantitas atau berapa jumlah porsi bakso yang dijual dalam 1 tahun.

P atau price adalah harga per porsi bakso

C atau cost adalah biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi per porsi bakso.

Sedangkan F adalah fixed cost, atau biaya tetap yang dikeluarkan dalam 1 tahun. Fixed cost dengan cost adalah, besarnya fixed cost tidak mengikuti kuantitas porsi bakso. Fixed cost ini misalnya biaya sewa warung 1 tahun, membeli mangkuk, gelas, kompor, dan sebagainya.

Untuk mencapai keberlanjutan finansial, nilai Q dikali P dikurang C, harus lebih besar dari F.

Misal Q atau kuantitas 1 tahun adalah menjual 18.000 porsi bakso atau 50 porsi per hari. P atau harga per porsi Rp 20.000. C atau biaya porsi Rp 10.000. Hasilnya adalah 180 juta  rupiah. Angka 180 juta rupiah ini biasa juga disebut gross margin atau keuntungan kotor.

Sementara Fixed cost atau biaya tetap per tahun, misalnya 80 juta. Artinya, usaha bakso ini berkelanjutan karena 180 juta itu lebih besar daripada 80 juta. Bila dikurangi, hasilnya 100 juta yang biasa disebut nett margin atau laba bersih.

Pendekatan kedua untuk perusahaan yang menjual jasa. Jasa yang saya sebut di sini adalah mereka yang pendapatannya tidak tergantung dari 1 kali pembelian, tapi dari pengulangan pembelian dari konsumen yang sama. Biasa juga disebut sebagai retensi. Asisten rumah tangga misalnya, umumnya tidak dibayar per hari atau per kegiatan, tapi minimal 1 bulan. Bahkan biasanya perjanjian kerja 1 tahun. Hal yang sama juga terjadi pada usaha software. Pada usaha jasa sejenis ini kita menggunakan pendekatan keberlanjutan finansial yang berbeda. Saya contohkan sebuah usaha hosting, IDcloudhost.

Rumus keberlanjutan usaha finansial IDcloudhost adalah LTV lebih besar daripada CAC.

LTV adalah life time value, atau berapa pendapatan yang bisa kita hasilkan dari konsumen dalam jangka waktu tertentu. Sedangkan CAC adalah costumer acquisition cost atau biaya yang dikeluarkan untuk mendapatkan konsumen.

Misal, IDcloudhost memiliki 1.000 pelanggan. Rata-rata pelanggan berlangganan langsung 1 tahun dengan paket Rp 50.000 per bulan. Artinya rata-rata pelanggan membayar 600 ribu rupiah per tahun. Dengan demikian LTV IDcloudhost per pelanggan adalah 600 ribu rupiah.

Sedangkan CAC IDcloudhost adalah biaya yang mereka keluarkan untuk mendapatkan atau mengakuisisi konsumen. Biaya ini umumnya adalah biaya marketing seperti iklan, bonus refferal, atau upah freelance marketing. Misal dalam 1 tahun IDcloudhost mengeluarkan biaya-biaya tersebut sebesar 200 juta rupiah. Bila dibagi 1.000 pelanggan, maka CAC rata-rata per pelanggan adalah 200 ribu rupiah.

Sehingga, LTV IDcloudhost yang sebesar 600 ribu rupiah lebih besar dibanding CAC yang hanya 200 ribu rupiah. Dengan demikian, secara finansial IDcloudhost berkelanjutan.

Untuk dicatat, dua rumus tersebut berlaku untuk kelanjutan finansial jangka panjang. Rumus itu tidak berlaku apabila usaha yang anda jalankan membutuhkan modal besar di depan yang baru akan mencapai laba bersih misalnya 3 tahun ke depan.

Selanjutnya, penting bagi anda untuk memahami probabilitas atau peluang sukses dalam kewirausahaan, sama pentingnya kemungkinan anda gagal. Hal pertama yang menentukan probabilitas kesuksesan adalah anda sendiri. Lalu, tergantung pada peluang apa yang anda kejar.

Tiap peluang memiliki risiko yang berbeda-beda. Satu peluang sangat mungkin lebih tinggi risikonya dibanding yang lain.

Misalnya, ada memulai sebuah usaha waralaba di sebuah daerah dimana merk waralaba itu sudah terkenal. Maka peluang sukses anda lebih tinggi dibanding apabila anda misalnya, menjual sebuah produk yang belum dikenal orang. Sehingga, beda peluang, beda pula probabilitas kesuksesannya.

Untuk menambah referensi tentang peluang, mari kita pelajari data keberhasilan usaha kecil di Amerika Serikat ini. Saya menggunakan data dari Amerika Serikat karena data Indonesia tidak tersedia.

Data ini menunjukkan daya tahan usaha kecil bila dikaitkan dengan waktu. 78,5% usaha kecil berhasil melewati tahun pertama. 21,5% sisanya gagal sebelum melewatkan tahun pertama. Prosentasenya terus turun sepanjang waktu. Hingga tahun ke-10, hanya tersisa 33,5%.

Data selanjutnya yang sedang anda lihat ini adalah hasil riset Kauffman Foundation terhadap 499 usaha kecil dalam hubungannya dengan return atau imbal usaha. 499 usaha kecil memulai dengan total investasi 107 juta dolar, disebut juga cash in. Total penghasilan yang didapatkan atau cash out sejumlah 236 juta dolar. Lebih dari 350 usaha kecil tidak memberikan hasil apapun, nol. Bisa anda lihat pada batang di samping kiri.

Tapi bila cash in dan cash out dibagi, rata-rata memberi imbal hasil 2,2 kali lipat dengan rasio 0,34. Di sumbu horisontal anda akan melihat angka rasio dari 0 sampai 2,6 yang merupakan log dari 10. Angka 1.0 artinya memberi return atau imbal hasil 10 kali lipat dari modal. Angka 2.0 memberi return 100 kali lipat. Angka 2,6 artinya menghasilkan imbal 600 kali lipat. Dengan rasio 2,6, bila anda berinvestasi awal 10 juta rupiah, maka anda menghasilkan 6 miliar rupiah.

Grafik tersebut memberikan kita berita buruk dan berita baik. Berita buruknya, mayoritas usaha kecil tak menghasilkan apapun. Beritaa baiknya, usaha kecil bisa mencapai imbal hasil sampai 600 kali lipat. Namun begitu, rata-rata imbal usaha kecil adalah 2,2 kali lipat.

Yang perlu anda pahami adalah, menjadi seorang wirausahawan berarti anda mengambil risiko. Dan anda perlu memahami risiko tersebut.

Pada seri berikutnya, kita akan mengeksplorasi apakah anda memiliki profil seorang wirausahawan.

Tetaplah bersama saya, dan nikmati petualangan belajar anda ini.