

PERAN PENGETAHUAN PENDAHULUAN DAN KEPEKAAN TERHADAP KEMAMPUAN MENGIDENTIFIKASI PELUANG USAHA MIKRO PEDESAAN

Oleh:

Muhammad Setiawan Kusmulyono
Universitas Prasetiya Mulya

Abstract: Opportunity identification skills is important element in determining the success of a venture. Good opportunity identification skills will be a key success factors in optimizing gap that existed in the market. Through a micro enterprises development program that run by Prasetiya Mulya University, researcher tried to analyze the relations of prior knowledge and alertness to the opportunity identification skills of the students.

Keywords: Opportunity Identification, Students, Alertness, Prior Knowledge

PENDAHULUAN

Penelitian ini mengambil objek mahasiswa yang menempuh mata kuliah *Community Development* di Fakultas Bisnis dan Ekonomi Universitas Prasetiya Mulya. Mata kuliah *Community Development* merupakan mata kuliah kewirausahaan berbasis praktik yang dilaksanakan oleh mahasiswa di semester VI. Praktik di dalam mata kuliah ini dilaksanakan dengan mengirimkan mahasiswa selama 3 minggu untuk tinggal di sebuah desa binaan dan mengembangkan usaha pada mitra yang telah ditentukan. Mitra ini merupakan penduduk desa yang bersedia bergabung untuk menjalankan dan mengembangkan usaha yang akan dirintis bersama mahasiswa.

Keunikan mata kuliah *Community Development* ini adalah pembentukan kelompok mahasiswa yang di dalamnya terdiri dari mahasiswa lintas disiplin dalam Fakultas Bisnis dan Ekonomi. Maksud dari lintas disiplin ini adalah di dalam kelompok yang berjumlah 7-8 mahasiswa, terdapat mahasiswa yang berasal dari program S1 Bisnis, S1 *Marketing*, S1 *Accounting*, dan S1 *Finance*. Kombinasi ini bertujuan untuk meningkatkan kolaborasi pengetahuan antar mahasiswa sehingga dapat meningkatkan kemungkinan sukses dari usaha mitra yang akan didampingi. Hal yang menjadi tantangan utama dalam mata kuliah *Community Development* ini adalah bagaimana mahasiswa yang terbiasa dengan lingkungan urban dan perkotaan harus turun ke desa dan bermitra dengan warga desa yang relatif memiliki perbedaan dalam latar belakangnya, baik pendidikan maupun kebudayaan. Perbedaan latar belakang ini menuntut kemampuan adaptasi yang tinggi dari mahasiswa agar program-program yang direncanakan dapat tepat guna dan mencapai hasil yang diharapkan.

Objektif dari pelaksanaan mata kuliah *Community Development* bagi mahasiswa adalah mampu mengimplementasi konsep-konsep manajemen bisnis dan kewirausahaan yang telah diajarkan di kampus. Selain itu, bagi mitra usaha *Community Development* di desa, mata kuliah ini dapat memberikan alternatif

pilihan berwirausaha yang dapat menjadi sumber peningkatan kesejahteraan bagi mitra tersebut.

Kelompok mahasiswa dan mitra usaha akan disatukan berdasarkan aktivitas lelang mitra yang diselenggarakan oleh Tim Pelaksana Program *Community Development*. Aktivitas lelang mitra ini akan mengarahkan mahasiswa kepada calon mitra usaha yang paling sesuai dengan modal kewirausahaan yang diajukan dalam lelang mitra. Jika sudah disetujui, maka kelompok mahasiswa akan melakukan survey pendahulu dan kemudian menjalankan tahapan tinggal di desa untuk mewujudkan rencana usaha tersebut.

Perbedaan lokasi usaha yaitu di pedesaan tentunya membuat tantangan menarik bagi mahasiswa. Mahasiswa harus berpikir lebih keras agar dapat menemukan peluang usaha yang paling tepat untuk dijadikan rencana usaha bersama mitra usaha. Identifikasi peluang merupakan salah satu determinan penting untuk memulai sebuah langkah usaha (Chang, 2014 dan Hsieh, dkk, 2009). Ketika orang lain menganggap suatu fenomena adalah sebuah masalah, maka seorang wirausaha akan menangkap hal tersebut sebagai sebuah peluang. Namun, tidak semua wirausaha memiliki cara yang sama dalam mengidentifikasi dan mengelola peluang tersebut. Shane (2000) dalam penelitiannya menyatakan bahwa orang-orang cenderung akan lebih mudah mengenali adanya peluang usaha pada sektor yang dipahaminya, dibandingkan sektor-sektor yang sedang mengalami popularitas. Identifikasi peluang usaha tersebut menjadi tantangan karena saat menjalankan mata kuliah *Community Development*, mahasiswa tidak berada pada lingkungan yang dia kenali. Hal ini kemudian menjadi suatu hal yang menarik untuk diteliti apakah yang menjadi dasar bagi mahasiswa dalam mengidentifikasi peluang usaha, khususnya pada suatu wilayah baru yang belum dikenal sama sekali.

Salah satu literatur yang disampaikan oleh Shepherd dan DeTienne (2005) menyatakan bahawa untuk meningkatkan kemungkinan teridentifikasinya suatu peluang usaha, maka penguasaan atas pengetahuan pendahulu menjadi penting, tidak hanya pemahaman atas sektor usaha. Penelitian tersebut juga menunjukkan bahwa dengan adanya pengetahuan pendahulu, maka potensi memunculkan tingkat inovasi yang akan dihasilkan dalam peluang usaha tersebut akan menjadi semakin besar. Selain pengetahuan pendahulu, Shepherd dan DeTienne (2005) juga mengidentifikasi faktor-faktor lain yang menentukan dalam proses identifikasi peluang usaha antara lain kepekaan (*alertness*), kognisi, kreativitas, motivasi ekstrinsik dan insentif finansial, modal manusia, pembelajaran, dan jejaring. Hal yang tentu saja menarik dalam penelitian Shepherd dan DeTienne adalah adanya faktor kepekaan. Faktor ini menurut Kirzner (1978) merupakan kemampuan untuk memerhatikan peluang yang selama ini diabaikan tanpa perlu melihatnya terlebih dahulu. Dalam konteks mata kuliah *Community Development* yang dilaksanakan di desa, identifikasi faktor ini akan menarik untuk mengetahui apakah memiliki kontribusi terhadap kemampuan mahasiswa dalam mengidentifikasi peluang usaha.

Merujuk kepada elemen-elemen penyusun identifikasi peluang tersebut, peneliti ingin melihat faktor-faktor apa saja yang berkontribusi terhadap keputusan mahasiswa dalam merumuskan ide bisnis yang dikembangkan bersama mitra usaha dalam sebuah program pengembangan usaha mikro masyarakat di pedesaan. Pengetahuan pendahulu merupakan faktor penting untuk mengetahui seberapa signifikan peran pembelajaran yang telah diberikan dan dibekali kepada mahasiswa

selama ini sebelum terjun langsung ke desa untuk menjalankan mata kuliah *Community Development*. Selain itu, faktor kepekaan juga penting untuk diidentifikasi untuk melihat seberapa peka mahasiswa untuk dapat beradaptasi di lingkungan yang jauh dari lingkungan kehidupan normal mahasiswa di perkotaan. Oleh karena itu, melalui penelitian ini, peneliti ingin melihat apakah pengetahuan pendahulu dan kepekaan memiliki peran dalam mempengaruhi kemampuan mahasiswa dalam mengidentifikasi peluang usaha di pedesaan.

KAJIAN LITERATUR

Peluang Usaha dan Kemunculannya

Awal mula hadirnya sebuah usaha ditentukan dari kemampuan mengidentifikasi adanya peluang untuk usaha tersebut. Peluang usaha merupakan sebuah situasi dimana barang-barang, layanan, bahan baku, dan metode pengelolaannya diperkenalkan dan dijual dengan nilai yang lebih tinggi dari biaya untuk memproduksinya (Shane S dan Venkataraman, 2000). Peluang dapat juga dianggap sebagai ide atau mimpi yang ditemukan atau dikreasikan oleh sebuah entitas wirausaha yang diungkapkan melalui analisis sepanjang waktu hingga memperoleh potensi hasil yang menguntungkan (Short, dkk 2010).

Kata kunci berikutnya yang penting dikaji adalah sumber-sumber yang dapat memicu kehadiran sebuah peluang dalam pemikiran seorang calon wirausaha. Salah satu kajian muncul didasarkan pada heterogenitas definisi dari munculnya sebuah peluang usaha. Kajian tersebut adalah sudut pandang temuan (*discovery view*) dan sudut pandang kreasi (*creation view*) (Alvarez dan Barney, 2007). Munculnya peluang usaha pada sudut pandang temuan didasarkan pada asumsi bahwa peluang adalah objek realitas yang nyata dan eksis secara independen, namun menunggu kepekaan, keterampilan, dan keberuntungan seorang calon wirausaha untuk menemukannya (Alvarez dan Barney, 2007). Pada sudut pandang kreasi, peluang usaha terbentuk dari suatu tekanan luar yang disebabkan ketidaksempurnaan pasar atau industri (Alvarez dan Barney, 2007). Sudut pandang kreasi menuntut aktivitas nyata wirausaha untuk mengeksplorasi harta tersembunyi ini untuk menjadi sebuah usaha yang bernilai (Guo dan Bielefeld, 2014).

Ketersembunyian peluang usaha tersebut membutuhkan suatu pemikiran mendalam untuk dapat mengeksplorasi peluang usaha tersebut (Smith dkk, 2009). Kemampuan pemikiran sangat dibutuhkan untuk menganalisis dan menginterpretasikan perubahan di lingkungan luar dengan tujuan mengidentifikasi peluang baru yang terabaikan dan belum ditemukan oleh orang lain (Chang, 2014). Chang (2004), menegaskan bahwa orang-orang dengan pemikiran yang terasah akan lebih sensitif terhadap informasi pasar dan mendeterminasikan dimana peluang usaha tersebut ada dan kemudian secara cepat mengkonversinya. Archdivili dkk (2003) juga menjelaskan bahwa untuk dapat mengeksplorasi peluang dibutuhkan beberapa tahapan, dimana persepsi atas peluang berwirausaha menjadi tahap awalnya, yang kemudian dilanjutkan dengan pengembangan konsep bisnis, rencana bisnis dan terakhir kreasi bisnis. Mengacu pada penelitian Archdivili tersebut, Geissler dkk (2013) menyatakan bahwa proses pembentukan peluang merupakan sebuah proses yang membutuhkan kesadaran kognitif dan intensi dari dalam diri wirausaha yang distimulasi oleh persepsi. Penelitian yang dilakukan oleh Geissler dkk mendorong mengemukanya bahwa faktor perubahan pada konsumen bukan

menjadi faktor yang mendasari munculnya peluang, melainkan kesadaran dari wirausaha sendiri untuk mengetahui adanya peluang yang dapat diperoleh pada suatu kebutuhan yang belum dipenuhi (Gregoire, dkk, 2010).

Penelitian Terdahulu

Sebuah penelitian sistematis yang didasarkan atas percobaan dilakukan oleh Arentz, dkk (2012) untuk mengetahui bagaimana dampak dari pencapaian hasil yang diinginkan dengan membagi dua kelompok yang memperoleh informasi berbeda. Kelompok pertama memperoleh informasi yang memang dibutuhkan untuk menyelesaikan kasus yang diberikan, sedangkan kelompok yang kedua tidak diberikan informasi yang tepat. Tentunya, bagi kelompok yang memperoleh informasi yang sesuai yang dibutuhkan untuk menyelesaikan kasus, maka tujuan akhirnya untuk mencapai arbitrase dapat terpenuhi dengan pasti. Namun hasil dari penelitian Arentz, dkk (2012) menunjukkan bahwa walaupun sudah diberikan informasi yang sesuai dengan kebutuhan kasus, hanya 38% dari total peserta yang mampu mencapai hal yang diharapkan. Sedangkan, bagi kelompok yang tidak diberikan informasi yang sesuai, terdapat 19% yang berhasil mencapai target yang ditetapkan. Penelitian tersebut tentunya memberikan rasa ingin tahu yang tinggi bahwa dari sebuah penelitian sederhana dengan dua jenis kelompok berbeda, dapat memberikan hasil yang bervariasi. Kelompok pertama dengan pengetahuan yang sesuai ternyata tidak mampu meraih hasil optimal, sedangkan kelompok berikutnya yang memiliki informasi yang berbeda, ternyata mampu meraih hasil yang ditetapkan. Secara sederhana, hal ini menunjukkan bahwa selain pengetahuan pendahulu, terdapat peran faktor lain dalam menentukan kesuksesan suatu kelompok. Melalui penelitian ini, kajian akan melihat bagaimana faktor pengetahuan dan pendahulu dan kepekaan dapat mempengaruhi kemampuan mengidentifikasi peluang usaha mikro di pedesaan.

Pengetahuan Pendahulu

Salah satu cara untuk memiliki pemikiran yang sensitif dan terasah adalah adanya pengetahuan pendahulu (*prior knowledge*). Berikut adalah definisi dari pengetahuan pendahulu.

Tabel 1
Aspek Pengetahuan Pendahulu

Aspek Pengetahuan Pendahulu	Pengertian	Sumber
Pengetahuan tentang cara melayani pasar	Pengetahuan tentang bagaimana teknologi baru dipergunakan untuk menciptakan produk atau layanan	Shane (2000)
Pengetahuan tentang masalah pelanggan	Individu mengetahui bagaimana cara untuk memenuhi kebutuhan pelanggan	Shane (2000), Marvel & Lumpkin (2007)
Pengetahuan tentang pasar	Individu memiliki pengalaman sebagai	Shane (2000), Marvel & Lumpkin (2007)

Pengetahuan teknologi	tentang	pekerja profesional dalam sebuah industri Individual teknologi dipergunakan industri tertentu	memahami yang untuk	Shane (2000), Ardichvili dkk (2003)
--------------------------	---------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------	----------------------------------------

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Arentz (2012) yang mengacu kepada penelitian Kirzner, pengetahuan pendahulu memiliki hubungan dengan peluang-peluang menguntungkan yang kemudian ditemukan oleh wirausaha. Arentz (2012) menemukan bahwa pengetahuan pendahulu dan pengalaman dari seorang wirausaha memiliki peran yang kritical dalam menuntun keterampilannya untuk menatap suatu lahan bisnis yang kemudian diidentifikasi peluangnya dan dieksploitasi. Namun, pada sisi yang lain, penelitian Arentz (2012) juga menunjukkan bahwa seorang wirausaha akan peka terhadap suatu peluang bisnis ketika mengetahui ada sumber peluang menguntungkan dari bidang bisnis tersebut dan konten pengetahuan pendahulu yang dimiliki.

Kepekaan

Istilah kepekaan pertama kali diperkenalkan oleh Kirzner (1979, p.48) sebagai sebuah kemampuan untuk memerhatikan peluang yang selama ini diabaikan tanpa perlu melihatnya terlebih dahulu. Gaglio dan Katz (2001) menegaskan bahwa setiap orang yang memiliki kemampuan kepekaan yang tinggi akan menjadi sadar terhadap sesuatu yang terjadi di lingkungan pasar dan mampu mengidentifikasi kekuatan penggerak dan elemen kunci di dalam hubungan tersebut. Chang (2014) juga memperkuat bahwa adanya persepsi akan mempengaruhi perhatian dan cara mengolah informasi, yang kemudian menjadi lebih nyata dengan sinyal yang muncul dari informasi diluar lingkungan.

Orang dengan kepekaan tinggi membuat orang-orang tersebut lebih peka terhadap level ekonomi yang tidak seimbang (Chang, 2014). Gaglio dan Katz (2001) memiliki argumen bahwa kepekaan berwirausaha terdiri dari 2 jenis keterampilan, yaitu persepsi (upaya untuk mempersepsikan lingkungan dengan baik) dan interpretasi (mengidentifikasi dorongan yang paling benar dan faktor paling kritical serta menyimpulkan dinamika relasi yang paling nyata).

Menurut Kirzner (1979), kepekaan berbeda dengan pencarian dan kepekaan lebih mengarah kepada upaya dan kemampuan seseorang untuk mampu melihat peluang yang menguntungkan yang sebelumnya terlampau diperhatikan. Arentz, dkk (2012) memberi simpulan pada penelitian yang dilakukan oleh Kirzner dan menyatakan bahwa perspektif kepekaan dalam konteks kewirausahaan dan mekanisme pasar, mengasumsikan bahwa orang-orang memiliki pengetahuan yang berbeda dan menginterpretasikannya dunia dengan cara yang berbeda (perspesi subyektivitas). Hal ini akan menciptakan suatu pengetahuan dimana beberapa wirausaha dapat melihat dan menyadari adanya peluang, sedangkan yang lain tidak.

Kemampuan Mengidentifikasi Peluang Usaha

Kemampuan mengidentifikasi peluang merupakan salah satu keterampilan penting untuk dapat mewujudkan suatu usaha yang sukses. Park (2005) melakukan observasi

yang menunjukkan adanya hubungan erat antar kesuksesan sebuah usaha dengan kemampuan wirausaha tersebut untuk mengidentifikasi peluang usaha di tahap awal perjalanan bisnisnya. Hal ini juga menunjukkan hubungan antara kapabilitas berwirausaha untuk mengidentifikasi peluang dengan memproduksi produk inovatif. Pentingnya kemampuan identifikasi usaha untuk wirausaha menjadi fokus penting, terutama bagaimana untuk dapat fokus mengembangkan kemampuan tersebut untuk jangka yang lebih panjang (Chang, 2014). Menurut Chang (2014), sebagai bagian dari hasil penelitiannya, menunjukkan bahwa intensi seseorang untuk mengikuti suatu pelatihan merupakan salah satu cara orang tersebut untuk mengenali kelemahannya dalam pengetahuan dan keterampilan berwirausaha. Hal ini menunjukkan bahwa kemampuan mengidentifikasi peluang usaha dapat muncul setelah seseorang mengikuti suatu kegiatan pengembangan kapasitas kewirausahaan.

Program *Community Development*

Mata kuliah *Community Development* adalah sebuah program pengabdian masyarakat yang dilaksanakan oleh mahasiswa Program Studi S1 Manajemen Sekolah Bisnis dan Ekonomi Universitas Prasetiya Mulya. Mata kuliah *Community Development* ini memiliki karakteristik yang hampir sama dengan program kuliah kerja nyata yang dilaksanakan di perguruan tinggi lain. Mata kuliah *Community Development* sendiri wajib diambil oleh mahasiswa tingkat 3 yang telah menempuh 5 semester dan menjadi mata kuliah wajib di dalam Program Studi S1 Manajemen.

Mata kuliah *Community Development* dijalankan dengan sistem kemitraan dimana kelompok mahasiswa akan terjun langsung ke desa untuk membina mitra usaha yang telah diseleksi sebelumnya oleh manajemen program studi. 1 kelompok mahasiswa terdiri dari 7 – 8 mahasiswa dengan latar belakang jurusan yang berbeda-beda. Hal ini tentunya akan menciptakan dinamika positif dalam diskusi maupun aktivasi kegiatan.

Mata kuliah *Community Development* menekankan pendekatan berbeda sehingga mahasiswa dapat belajar langsung mengenai penciptaan dan pengembangan bisnis mikro dan kecil di tingkat desa. Tentunya, pengalaman ini dapat memberikan kontribusi positif bagi kemampuan mereka untuk pengembangan dirinya di masa depan.

Tantangan yang dihadapi oleh Mata kuliah *Community Development* tentunya cukup beragam. Salah satunya mengenai kemampuan mahasiswa dalam mengidentifikasi peluang usaha di desa. Hal ini tentunya memberi tantangan tersendiri bagi mahasiswa yang terbiasa hidup di kota, kemudian diminta untuk membangun sebuah bisnis bersama mitra di desa. Oleh karena itu, di dalam penelitian ini, peneliti ingin melihat faktor-faktor apa saja yang memberi kontribusi terhadap kemampuan identifikasi peluang usaha oleh mahasiswa ketika mengembangkan bisnis di desa.

HIPOTESIS

Merujuk kepada literatur yang telah dikaji, dapat dilihat bahwa salah satu peran penting dalam kesuksesan sebuah usaha, baik usaha mikro, kecil, maupun menengah, adalah kemampuan untuk mengidentifikasi peluang usaha. Kemampuan ini dibutuhkan untuk dapat menganalisis hal-hal yang dibutuhkan oleh pasar serta kemampuan yang dimiliki oleh calon pengusaha tersebut. Bahkan, kajian dari Short,

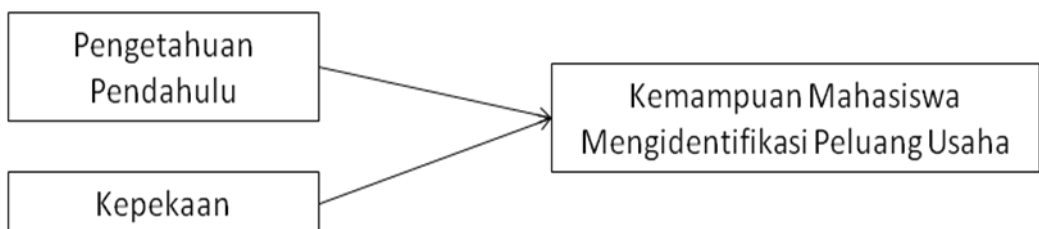
dkk (2010) menunjukkan bahwa analisis peluang usaha ini harus dilakukan sepanjang waktu dan terus menerus.

Menarik simpulan sederhana dari kajian literatur tersebut serta mengkombinasikannya dengan Program Community Development yang merupakan sebuah mata kuliah kewirausahaan yang diajarkan di Universitas Prasetiya Mulya, maka penelitian ini akan menganalisis faktor-faktor penting apa saja yang berkontribusi terhadap kemampuan mahasiswa dalam mengidentifikasi peluang usaha. Secara spesifik, peluang usaha yang dimaksud adalah peluang usaha mikro yang berada di pedesaan, hal ini berkaitan dengan studi yang dijalankan oleh mahasiswa.

Oleh karena itu, kemudian disusunlah suatu hipotesis untuk dapat mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi kemampuan identifikasi peluang usaha mikro di pedesaan. Faktor pengetahuan pendahulu dipilih karena mengacu pada kajian Arentz (2012), bahwa pengetahuan pendahulu memiliki peran kritical dalam menatap usaha di masa depan. Hal ini sejalan dengan upaya universitas yang berusaha membekali mahasiswa dengan pengetahuan dan keterampilan sebelum melakukan kegiatan *Community Development* ini.

Faktor berikutnya adalah kepekaan. Merujuk kepada Gaglio dan Katz (2001), seseorang yang terpapar informasi akan memiliki kesadaran yang lebih tinggi terhadap suatu perubahan yang terjadi di lingkungannya. Mengacu kepada konteks di lapangan, maka melalui penelitian ini ingin dilihat apakah kepekaan memiliki peranan dalam mengidentifikasi peluang usaha mikro di pedesaan, dikarenakan konteks pedesaan ini merupakan konteks yang sangat berbeda dengan kehidupan sehari-hari mahasiswa di kampus. Berdasarkan pemaparan tersebut, maka dapat diturunkan hipotesis sebagai berikut:

H1: Pengetahuan pendahulu dan kepekaan memiliki pengaruh secara simultan terhadap kemampuan mahasiswa dalam mengidentifikasi peluang usaha.



Gambar 1. Kerangka Berpikir Penelitian

METODE PENELITIAN

Variabel pengetahuan pendahulu dalam penelitian ini merupakan variabel bebas pertama (X1) didefinisikan sebagai bentuk pengetahuan awal yang telah dimiliki oleh mahasiswa sebelum memulai kegiatan baru. Pengetahuan pendahulu ini diperoleh oleh mahasiswa selama mengikuti perkuliahan di Fakultas Bisnis dan Ekonomi Universitas Prasetiya Mulya.

Variabel kepekaan dalam penelitian ini merupakan variabel bebas kedua (X2) didefinisikan sebagai kemampuan mahasiswa untuk memperkaya dirinya dengan pengetahuan dan informasi bisnis yang dapat membantunya untuk

mengambil keputusan. Pengetahuan dan informasi bisnis ini diperoleh dari luar tanggungjawabnya sebagai mahasiswa.

Variabel kemampuan mahasiswa dalam mengidentifikasi peluang usaha, merupakan variabel terikat dalam penelitian ini (Y1). Variabel ini didefinisikan sebagai keterampilan yang dimiliki oleh mahasiswa untuk melakukan aktivitas pengembangan usaha dalam proyek dan rencana usaha yang sedang dijalaninya.

Subyek dalam penelitian ini adalah mahasiswa Semester VI seluruh jurusan, mulai dari S1 Accounting, S1 Business, S1 Finance, dan S1 Marketing di Sekolah Bisnis dan Ekonomi Universitas Prasetiya Mulya yang telah menyelesaikan tahapan tinggal di desa dalam mata kuliah *Community Development*. Jumlah populasi dari mahasiswa yang memenuhi syarat adalah 633 mahasiswa. Namun, target untuk sampel adalah 216 mahasiswa.

Penelitian dilakukan dengan menggunakan teknik survei dengan kuesioner yang mengacu pada kuesioner yang telah dikembangkan oleh Chang, Wen-Long., Liu, Wen Guu Huang., dan Chiang, Shio-Mei. (2014) untuk menguji hubungan antara identifikasi peluang usaha dengan proses pembelajaran kewirausahaan. Penelitian dilakukan untuk mengetahui variabel apa yang paling mendominasi kemampuan mahasiswa dalam mengidentifikasi peluang usaha di saat melakukan Program *Community Development* yang diselenggarakan di Universitas Prasetiya Mulya.

Data dikumpulkan dalam kurun waktu Bulan Maret hingga Mei 2016 dan menggunakan skala Likert dalam kuesioner yang dipergunakan. Skor untuk tiap-tiap item bergerak dari 1 hingga 5 dengan memperhatikan sifat item sangat tidak setuju hingga sangat setuju. Sebelum menuju kesimpulan dan analisis terhadap variabel yang diuji, setiap pertanyaan di dalam variabel kuesioner yang diujikan terlebih dahulu diuji validitas dan reliabilitasnya. Hasil dari uji validitas dan reliabilitas menghasilkan variabel yang relevan untuk diuji dengan menggunakan analisis regresi. Desain kuesioner dilampirkan di bagian akhir penelitian ini.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Profil Responden

Tabel 2
Profil Responden

Jurusan	Jumlah Mahasiswa	Jumlah Responden	Persentase terhadap jumlah mahasiswa di angkatannya	Persentase dalam Perhitungan Penelitian
S1Accounting	58	51	87,93 %	23,60 %
S1 Business	395	108	27,34 %	50,00 %
S1 Finance	68	27	39,70 %	12,50 %
S1 Marketing	112	30	26,78 %	13,90 %
JUMLAH	633	216	100,00 %	100,00 %

Angka antar jurusan yang dijadikan sebagai objek penelitian tidak merata karena pendekatan yang dilakukan dalam mengambil sampel adalah pendekatan kenyamanan (*convenience sampling*), sehingga hal yang tetap dijaga adalah adanya

keterwakilan dari setiap jurusan, namun untuk masalah bobot yang setara tidak diperhatikan. Hal ini menjadi salah satu indikasi kelemahan riset yang dilakukan.

Argumentasi dilibatkannya seluruh jurusan sebagai sampel adalah karena dalam pelaksanaan Mata kuliah *Community Development* di Prasetiya Mulya, kelompok yang dibentuk untuk mengembangkan usaha mitra terdiri dari multi jurusan sehingga aktivitas identifikasi peluang usaha dapat muncul dari setiap mahasiswa di dalam kelompok tanpa mempedulikan mahasiswa tersebut harus berasal dari jurusan tertentu.

Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Tabel 3
Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

No	Variabel	Muatan Faktor	Cronbach Alpha
Pengetahuan Pendahulu			0,680
PP 1	Sebelum memulai Comdev, saya telah memiliki kedekatan (<i>engaged</i>) dengan produk dan pengalaman mengelola layanan	0,502	
PP 6	Sebelum memulai Comdev, saya mengetahui cara membuat pelanggan ingin menggunakan produk yang saya buat.	0,606	
PP 9	Sebelum memulai Comdev, saya mengetahui peran penting teknologi dalam industri ini	0,672	
PP 10	Sebelum memulai Comdev, saya memiliki akses kepada teknologi utama yang akan digunakan dalam industri ini.	0,796	
PP 11	Sebelum memulai Comdev, saya memiliki akses terhadap teknologi yang belum diketahui oleh publik.	0,725	
Kepekaan			0,867
KP 1	Bahkan dalam waktu luang saya, saya masih sering memikirkan tentang bisnis baru	0,744	
KP 3	Saya membaca publikasi terkait perdagangan setiap pekan	0,512	
KP 5	Saya menaruh perhatian yang serius terhadap pembicaraan dengan orang lain yang menyangkut tentang pengembangan peluang usaha baru	0,729	
KP 6	Jika saya dapat merencanakan waktu luang, saya akan mempergunakan waktu tersebut untuk mengeksplorasi ide bisnis baru	0,763	
KP 7	Saya mempergunakan waktu luang saya untuk memikirkan segala masalah yang dapat terjadi di kemudian hari jika saya menjadi wirausaha	0,721	
KP 8	Saya sering berpikir tentang ide bisnis baru	0,823	
KP 9	Saya selalu membayangkan diri saya adalah	0,650	

	seorang manajer bisnis dan mencoba berpikir tentang hal-hal yang berkaitan dengan manajemen.	
KP 10	Saya akan mempergunakan waktu luang saya memikirkan tentang peningkatan bisnis.	0,813
	Kemampuan Mengidentifikasi Peluang Usaha	0,858
KM 1	Saya akan mempergunakan cara inovatif terbaru untuk mendesain produk saya	0,731
KM 2	Saya akan menggunakan teknologi terbaru untuk mendesain produk saya	0,702
KM 3	Saya terbiasa untuk mencari informasi mengenai teknologi baru, proses baru, keterampilan baru dan produk baru	0,712
KM 4	Saya sering melakukan terobosan untuk mengimprovisasi produk dan layanan	0,706
KM 5	Saya akan mempergunakan metode berbeda untuk meluncurkan produk baru, berbeda dengan peluncuran yang telah ada sebelumnya	0,689
KM 7	Saya mampu untuk mengembangkan cara agar dapat memenuhi kebutuhan pelanggan yang belum terpenuhi	0,695
KM 11	Saya memiliki rencana bisnis yang formal sebelum memulai usaha	0,562
KM 13	Saya mampu untuk mengelola peluang usaha berkualitas tinggi	0,674
KM 14	Saya mampu untuk menemukan produk yang menguntungkan	0,706

Mengacu kepada tabel uji validitas dan reliabilitas di atas terdapat beberapa informasi yang juga menjadi salah satu kelemahan dalam penelitian yang dilakukan ini. Pada awalnya, untuk variabel pengetahuan pendahulu, disiapkan sebanyak 11 pertanyaan kuesioner. Namun, setelah melalui uji validitas, pertanyaan yang valid untuk diuji hanya sebanyak 5 pertanyaan. Pada variabel kepekaan, setelah melalui uji validitas, jumlah pertanyaan valid hanya sebanyak 8 dari 10 pertanyaan yang ditanyakan dalam kuesioner. Kemudian, pada variabel kemampuan identifikasi peluang usaha, jumlah pertanyaan valid adalah sebanyak 9 pertanyaan dari 14 pertanyaan yang ditanyakan kepada responden. Adapun, daftar pertanyaan lengkap terdapat pada bagian paling akhir penelitian ini.

Tidak validnya beberapa pertanyaan yang diajukan dalam penelitian ini dapat disebabkan oleh beberapa kesalahan mendasar yang dilakukan oleh peneliti, antara lain tidak melakukan pengecekan silang dan berbalik terhadap hasil terjemahan dari pedoman kuesioner yang diambil. Hal ini dapat dimungkinkan menjadi salah satu sumber tidak validnya beberapa pertanyaan yang diajukan oleh peneliti. Selain itu, kenyamanan dalam mengisi kuesioner menjadi hal yang cukup berperan karena dalam proses pengambilan data ini, kondisi yang ditemui adalah

setelah mahasiswa menyelesaikan kelas, sehingga ada kemungkinan faktor terburu-buru maupun ketidaknyamanan pada saat mengisi kuesioner yang diberikan. Pada sisi uji reliabilitas, ketiga variabel yang diuji memenuhi syarat dasar reliabilitas yaitu nilai Cronbach Alpha berada di atas 0,6, dimana variabel pengetahuan pendahulu memiliki nilai Cronbach Alpha sebesar 0,680, kepekaan memiliki nilai 0,867, dan kemampuan mengidentifikasi peluang usaha memiliki nilai 0,858.

Analisis Data

Analisis yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi. Dalam analisis ini, variabel pengetahuan pendahulu dan kepekaan dianggap sebagai variabel bebas dengan penamaan X_1 dan X_2 , sedangkan variabel kemampuan mengidentifikasi usaha merupakan variabel terikat dengan penamaan Y_1 .

Tabel 4
Hasil Analisis Regresi

Hubungan Antar Variabel	Beta	t-value	Tolerance	VIF
Pengetahuan Pendahulu → Kemampuan Mengidentifikasi Peluang Usaha	0,117	2,076	0,917	1,090
Kepekaan → Kemampuan Mengidentifikasi Peluang Usaha	0,569	10,058	0,917	1,090
R	0,613			
R ²	0,375			
Sig	0,000			
Adjusted R ²	0,370			

Tabel model regresi diatas menunjukkan hasil analisis regresi variabel pengetahuan pendahulu dan kepekaan terhadap variabel kemampuan mengidentifikasi peluang usaha. Mengacu pada nilai koefisien determinasi ganda (R^2) sebesar 0,375, hal ini menunjukkan bahwa variabel kemampuan mengidentifikasi peluang usaha yang dapat dijelaskan oleh variabel pengetahuan pendahulu dan kepekaan hanya sebesar 37,5%, sedangkan sisanya sebesar 62,5% dijelaskan oleh variabel lain.

Nilai signifikansi sebesar 0,000 menunjukkan bahwa pengetahuan pendahulu dan atau kepekaan secara bersama-sama mempengaruhi kemampuan mengidentifikasi peluang usaha dengan tingkat keyakinan 95%. Hal ini dapat dibuktikan karena nilai signifikansi (0,000) lebih kecil daripada nilai alpha (0,005). Nilai t di dalam hasil analisis, baik dari nilai variabel pengetahuan pendahulu (2,076) dan variabel kepekaan (10,058) menunjukkan bahwa hasil analisis dapat diterima karena area hasil lebih besar daripada nilai statistik, yaitu sebesar 1,96 (dengan tingkat signifikansi 95%). Hasil analisis regresi ini juga memberikan bukti bahwa variabel pengetahuan pendahulu berkontribusi sekitar 0,117 kali dan variabel kepekaan berkontribusi sebesar 0,569 kali terhadap kemampuan mengidentifikasi peluang usaha.

Mengacu kepada hipotesis yang diajukan pada bagian awal penelitian yang menyebutkan bahwa pengetahuan pendahulu dan kepekaan memiliki pengaruh

secara simultan terhadap kemampuan mahasiswa dalam mengidentifikasi peluang usaha.

Pembahasan

Penelitian ini dirancang untuk melihat kemampuan mengidentifikasi peluang usaha oleh mahasiswa saat melaksanakan Mata kuliah *Community Development*. Penelitian ini bermanfaat untuk mengetahui faktor apa yang paling mempengaruhi kemampuan mahasiswa tersebut ketika mengidentifikasi peluang usaha yang berada di wilayah pedesaan, dimana wilayah pedesaan merupakan wilayah asing bagi para mahasiswa. Oleh karena itu, dalam hal upaya pengembangan pendidikan kewirausahaan, maka peneliti mengambil dua variabel, yaitu pengetahuan pendahulu dan kepekaan sebagai variabel yang memiliki kemungkinan untuk berpengaruh terhadap kemampuan mengidentifikasi peluang usaha mahasiswa.

Kedua variabel ini dipilih didasarkan pada upaya peneliti untuk melihat secara sederhana efektivitas kelas pembekalan yang terlebih dahulu diberikan kepada mahasiswa sebelum terjun membangun masyarakat di pedesaan. Konsep kelas pembekalan ini sebagai salah satu bentuk implementasi dari pengetahuan pendahulu, selain dari pengetahuan yang telah diperoleh mahasiswa dalam 5 semester awal di perkuliahan.

Hasil dari analisis ternyata menunjukkan bahwa kedua variabel ini memiliki pengaruh terhadap kemampuan mengidentifikasi peluang usaha oleh mahasiswa, namun persentasenya belum mencapai 50%, baru pada angka 37,5%. Hal ini tentunya mengindikasikan bahwa masih terdapat beberapa variabel lain yang perlu diidentifikasi yang memiliki pengaruh terhadap kemampuan mengidentifikasi peluang usaha di desa oleh mahasiswa.

Komposisi besarnya kontribusi faktor lain dalam mempengaruhi kemampuan mengidentifikasi peluang usaha oleh mahasiswa ketika melaksanakan kegiatan pengembangan usaha di desa ini mengindikasikan bahwa cukup banyak faktor yang memiliki peran dalam pengambilan keputusan bagi mahasiswa ketika sedang berada di luar zona nyamannya. Hal ini membuktikan bahwa kompleksitas pertimbangan pengambilan keputusan menjadi lebih rumit dibandingkan ketika mahasiswa berada pada lingkungan kampus.

Namun, hal yang kemudian menjadi menarik dari temuan penelitian ini adalah lebih besarnya persentase kontribusi dari faktor kepekaan dibandingkan pengetahuan pendahulu. Temuan ini dapat mengindikasikan bahwa pada proses pembelajaran yang selama ini dialami mahasiswa sebelum terjun mengembangkan program kewirausahaan di desa tidak lebih banyak membantu dibandingkan aspek kepekaan yang dapat diperolehnya dari usahanya sendiri, melalui aktivitas-aktivitas positif untuk mengasah kepekaannya terhadap konsep bisnis.

Konteks zona nyaman disini memiliki indikasi peran yang signifikan untuk membuat mahasiswa lebih banyak mengandalkan kepekaannya dibandingkan dengan pengetahuan pendahulunya. Salah satu hal pemicunya tentunya karena Program *Community Development* ini dilaksanakan di desa yang jauh dari kampus Prasetiya Mulya dan sama sekali memiliki latar belakang berbeda dengan lingkungan pergaulan di kampus. Ketika melaksanakan kegiatan ini, maka mahasiswa dituntut untuk mampu beradaptasi dengan kebudayaan dan norma sosial

setempat dan tentunya hal tersebut berpengaruh kepada pertimbangan-pertimbangan yang diambil oleh mahasiswa sebelum mengambil keputusan.

Perbedaan budaya ini menjadi salah satu elemen yang mungkin mendorong mahasiswa untuk berpikir lebih keras bagaimana idenya dapat dieksekusi. Merujuk pada penuturan salah satu mahasiswa dalam sebuah wawancara mendalam sebagai salah satu pendahulu kegiatan riset ini mengatakan:

“Saya harus memikirkan cara untuk menjelaskan konsep merek, kemasan, profit, cogs, margin, dan istilah lainnya kepada mitra dengan cara yang berbeda. Hal ini tidak saya peroleh di dalam kampus, sehingga saya harus memikirkan cara paling sederhana untuk dapat menjelaskan kepada mitra saya yang notabene sebagian hidupnya dihabiskan di desa dan lebih akrab dengan Bahasa Sunda”.

Penuturan tersebut memberi penguatan bahwa hasil penelitian ini memang menunjukkan bahwa pengetahuan pendahulu terkesan lebih tumpul dalam menemani mahasiswa mengambil keputusan. Hal ini didasarkan pada latar belakang mitra yang sebagian besar tidak memiliki ijazah hingga sekolah menengah atas. Oleh karena itu, cukup wajar ketika pada akhirnya, mahasiswa mengandalkan insting berwirausahanya yang diperolehnya dari kehidupan sehari-harinya.

Namun, temuan ini tetap dapat menjadi sebuah masukan berharga, baik bagi Universitas Prasetya Mulya sebagai institusi penyelenggara kegiatan Program Community Development, maupun institusi perguruan tinggi lain yang berminat menyelenggarakan program serupa. Temuan berharga ini adalah jika perguruan tinggi dapat menyusun kurikulum yang mampu mengkombinasikan antara pengetahuan dengan konten kepekaan di dalamnya, maka hasil yang akan diperoleh dapat memiliki kontribusi lebih signifikan terhadap kemampuan mengidentifikasi peluang usaha mahasiswa, khususnya ketika mahasiswa diberikan tantangan untuk membangun sebuah lingkungan baru di luar kampus.

Tentunya, di dalam penelitian ini masih cukup banyak terdapat limitasi, salah satunya dari identifikasi interaksi yang belum dapat ditangkap dengan jelas. Identifikasi interaksi ini mengandung arti bahwa dalam pelaksanaan Program *Community Development*, kelompok dibentuk dari multi-jurusan, mulai dari jurusan *Accounting, Business, Finance*, hingga *Marketing*, dimana dalam keempat jurusan tersebut tidak diberikan kelas yang sama perihal konsep-konsep kewirausahaan dan identifikasi peluang usaha. Tidak hanya itu, penelitian ini pun lebih berfokus pada sekolah dengan kurikulum pendidikan kewirausahaan yang sudah cukup lengkap, dimana jika penelitian akan coba diimplementasikan pada bidang lain di luar kewirausahaan, akan memperoleh tantangan penyesuaian yang cukup besar.

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian dan hasil analisis yang telah dilakukan, maka beberapa hal yang dapat disimpulkan antara lain:

1. Pengetahuan pendahulu dan kepekaan memiliki pengaruh terhadap kemampuan mahasiswa dalam mengidentifikasi peluang usaha di Mata kuliah *Community Development*.
2. Kepekaan memiliki kontribusi lebih besar dalam mendukung kemampuan mengidentifikasi peluang usaha mahasiswa di Mata kuliah *Community Development*.

3. Mata kuliah *Community Development* perlu mempertimbangkan memberikan pembekalan yang lebih bersifat pengetahuan umum kepada mahasiswa sekaligus mewajibkan mahasiswa untuk rajin dan aktif membaca informasi yang tersedia di berbagai media.
4. Pihak pengelola program studi perlu mempertimbangkan untuk mengidentifikasi kepekaan sebagai bagian dari tugas yang diberikan kepada mahasiswa diluar pembelajaran interaktif di dalam kelas dengan tujuan memperkaya kemampuan identifikasi peluang usaha bagi mahasiswa.

UCAPAN TERIMAKASIH

1. Ucapan terimakasih disampaikan kepada Chang, Wen-Long., Liu, Wen Guu Huang., dan Chiang, Shio-Mei atas izin penggunaan kuesioner dalam pengelolaan penelitian ini yang terdapat dalam jurnal yang ditulisnya dengan judul "A Study of the Relationship between Entrepreneurship Courses and Opportunity Identification: An Empirical Survey", *Asia Pacific Management Review*, 2014.
2. Ucapan terimakasih disampaikan kepada Alexander J. Ibnu Wibowo dalam pembimbingan penulisan penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Alvarez, S.A dan Barney, J.B. 2007. Discovery and Creation: Alternative Theories of Entrepreneurial Action. *Strategic Entrepreneurship Journal*. 1 (1-2). 11-26
- Ardichvili, A., Cardozo, R., Ray, S. 2003. A theory of entrepreneurial opportunity identification and development. *Journal of Business Venturing*. 18. 105-123
- Arentz, J., Sautet, F., Storr, V. 2013. Prior-knowledge and opportunity identification. *Small Business Econ Journal of Springer*.41:461-478
- Chang, W.L., Liu, W.G.H., dan Chiang, S.M. 2014. A Study of the Relationship between Entrepreneurship Courses and Opportunity Identification: An Empirical Survey. *Asia Pacific Management Review*. 19 (1). 1-24.
- Gaglio, C.M., Katz, J.A. 2001. The psychological basis of opportunity identification: Entrepreneurial alertness. *Small Business Economics*. 16(2). 95-111.
- Guo, C. dan Bielefeld, W. 2014. *Social Entrepreneurship : An Evidence-Based Approach to Creating Social Value*. Edisi. Jossey-Bass Wiley Board. California-USA
- Hsieh, Ru-Mei; Kelley, Donna J.; And Liu, Chang-Yung. 2009. "The Roles Of Entrepreneurial Alertness, Prior Knowledge And Social Networks In The Process Of Opportunity Recognition (Summary)," *Frontiers Of Entrepreneurship Research*: Vol. 29: Iss. 6, Article 12.
- Kirzner, I.M. 1979. Perception, opportunity and profit: Studies in the theory of entrepreneurship. *University of Chicago Press*, Chicago, IL.
- Marvel, M.R., Lumpkin, G.T. 2007. Technology entrepreneur's human capital and its effects on innovation radicalness. *Entrepreneurship Theory and Practice*. 31(6). 807-828.
- Park, J.S. 2005. Opportunity recognition and product innovation in entrepreneurial hi-tech startups: A new perspective and supporting case study. *Technovation*. 25(7). 739-752.

- Shane, S. 2000. Prior Knowledge and The Discovery of Entrepreneurial Opportunities. *Organizations Science*. 11 (4). 448-469.
- Shane, S. dan Venkataraman, S. 2000. The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research. *Academy of Management Review*. 25. 217-226
- Shepherd, D.A dan DeTienne, D.R. 2005. Prior Knowledge, Potential Financial Reward, and Opportunity Identification. *Entrepreneurship Theory and Practice*. 29 (1), 91-112.
- Short, J.C., Ketchen, D.J., Jr., Shook, C.L., dan Ireland, R.D. 2010. The Concept of Opportunity in Entrepreneurship Research: Past Accomplishment and Future Challenges. *Journal of Management*. 36 (1). 40-65.
- Smith, B.R., Matthers, C.H., Schenkel, M.T. 2009. Differences in entrepreneurial opportunities: The Role of Tacitness and Codification in Opportunity Identification. *Journal of Small Business Management*. 47 (1). 38-57
- Grégoire, D. A.; Shepherd, D. A.; Schurer Lambert, L. (2010): Measuring Opportunity-Recognition Beliefs. *Organizational Research Methods*, 13, 1, 114–145.

Desain Kuesioner

No	Variabel
	Pengetahuan Pendahulu
PP 1	Sebelum memulai Comdev, saya telah memiliki kedekatan (<i>engaged</i>) dengan produk dan pengalaman mengelola layanan
PP 2	Sebelum memulai Comdev, saya tidak memahami usaha mikro yang dijalani di Comdev
PP 3	Sebelum memulai Comdev, saya memiliki pengetahuan terkait pasar tentang bagaimana memproduksi produk dan layanan.
PP 4	Sebelum memulai Comdev, saya memiliki pemahaman tertentu mengenai standardisasi dalam proses produksi produk dan layanan
PP 5	Sebelum memulai Comdev, saya memiliki pemahaman tentang keraguan pelanggan dalam industri ini.
PP 6	Sebelum memulai Comdev, saya mengetahui cara membuat pelanggan ingin menggunakan produk yang saya buat.
PP 7	Sebelum memulai Comdev, saya mengetahui bagaimana cara berinteraksi dengan pelanggan
PP 8	Sebelum memulai Comdev, saya mengetahui bagaimana cara berinteraksi dengan pemangku kepentingan
PP 9	Sebelum memulai Comdev, saya mengetahui peran penting teknologi dalam industri ini
PP 10	Sebelum memulai Comdev, saya memiliki akses kepada teknologi utama yang akan digunakan dalam industri ini.
PP 11	Sebelum memulai Comdev, saya memiliki akses terhadap teknologi yang belum diketahui oleh publik.
	Kepekaan
KP 1	Bahkan dalam waktu luang saya, saya masih sering memikirkan tentang bisnis baru
KP 2	Saya membaca majalah terkait bisnis setiap pekan

- KP 3 Saya membaca publikasi terkait perdagangan setiap pekan
- KP 4 Saya mempergunakan waktu petang saya untuk berdiskusi tentang hal-hal yang tidak berkaitan dengan bisnis
- KP 5 Saya menaruh perhatian yang serius terhadap pembicaraan dengan orang lain yang menyangkut tentang pengembangan peluang usaha baru
- KP 6 Jika saya dapat merencanakan waktu luang, saya akan mempergunakan waktu tersebut untuk mengeksplorasi ide bisnis baru
- KP 7 Saya mempergunakan waktu luang saya untuk memikirkan segala masalah yang dapat terjadi di kemudian hari jika saya menjadi wirausaha
- KP 8 Saya sering berpikir tentang ide bisnis baru
- KP 9 Saya selalu membayangkan diri saya adalah seorang manajer bisnis dan mencoba berpikir tentang hal-hal yang berkaitan dengan manajemen.
- KP 10 Saya akan mempergunakan waktu luang saya memikirkan tentang peningkatan bisnis.

Kemampuan Mengidentifikasi Peluang Usaha

- KM 1 Saya akan mempergunakan cara inovatif terbaru untuk mendesain produk saya
- KM 2 Saya akan menggunakan teknologi terbaru untuk mendesain produk saya
- KM 3 Saya terbiasa untuk mencari informasi mengenai teknologi baru, proses baru, keterampilan baru dan produk baru
- KM 4 Saya sering melakukan terobosan untuk mengimprovisasi produk dan layanan
- KM 5 Saya akan mempergunakan metode berbeda untuk meluncurkan produk baru, berbeda dengan peluncuran yang telah ada sebelumnya
- KM 6 Saya mampu untuk mengidentifikasi produk dan layanan yang memenuhi keinginan pelanggan
- KM 7 Saya mampu untuk mengembangkan cara agar dapat memenuhi kebutuhan pelanggan yang belum terpenuhi
- KM 8 Sebelum perkenalan produk dan layanan baru, saya sudah mengetahui siapa target pelanggan saya sebenarnya.
- KM 9 Produk dan layanan terbaru dari usaha Anda didesain khusus untuk memenuhi permintaan pasar yang sudah ada
- KM 10 Alasan utama untuk mendirikan usaha adalah memuaskan pelanggan dengan produk yang sudah ada.
- KM 11 Saya memiliki rencana bisnis yang formal sebelum memulai usaha
- KM 12 Saya akan mempergunakan asesmen formal untuk setiap peluang ketika akan mengembangkan ide bisnis baru
- KM 13 Saya mampu untuk mengelola peluang usaha berkualitas tinggi
- KM 14 Saya mampu untuk menemukan produk yang menguntungkan