

HASIL BELAJAR ANALISIS PELUANG BISNIS (BUSINESS OPPORTUNITY) MENGGUNAKAN ANALISIS PASAR (MARKET ANALYSIS)

Oleh: Ikhwanuddin, Suparma, Agus Santoso

ABSTRAK

Salah satu faktor penyebab kegagalan dalam merintis bisnis adalah ketidak mampuan mengenali kebutuhan dan keinginan konsumen. Kegagalan tersebut menyebabkan produk atau jasa yang ditawarkan tidak laku, yang mengakibatkan kerugian dan berhentinya aktivitas bisnis. Oleh sebab itu, kemampuan mengenali kebutuhan dan keinginan pasar sangat penting diajarkan dalam pembelajaran kewirausahaan. Penelitian ini bertujuan menggambarkan output hasil belajar analisis peluang bisnis menggunakan analisis pasar (*market analysis*).

Berdasarkan tujuannya, penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif. Sedangkan berdasarkan metodenya, termasuk penelitian evaluasi dengan pendekatan *objective-oriented*. Pendekatan penelitian ini bertujuan menilai keberhasilan belajar berdasarkan tujuan belajarnya. Keberhasilan belajar dinilai dari output hasil analisis dibandingkan dengan hasil observasi/wawancara. Obyek bisnis penelitian ini adalah kegiatan bisnis lima buah kantin pada lingkungan Fakultas Teknik UNY, sedangkan konsumennya adalah mahasiswa yang terdaftar pada semester genap tahun akademik 2018/2019. Pengumpulan data menggunakan kuisioner, observasi dan wawancara. Teknik analisis menggunakan proporsi dan akumulasi skor.

Hasil penelitian ini adalah sebagai berikut: *Pertama*, *primary value* berdasarkan *market requirement* adalah: a) kombinasi rasa yang disukai adalah pedas-manis dan pedas-asin, b) harga pada kisaran Rp 10.000,- sampai Rp 11.000,-, c) porsi yang cukup sesuai keinginan, dan d) menu yang disukai adalah sayur berkuah santan, sayur tanpa kuah santan, dan tumis. *Kedua*, *secondary value* pada aspek layanan adalah kecepatan dan keramahan, sedangkan pada aspek tempat adalah kebersihan dan keluasan tempat. *Ketiga*, terdapat kekurangan *supply* sebanyak 1.395 porsi dengan potensi pasar sebesar Rp 12,63 juta dari 72,22% konsumen. *Keempat*, masih terdapat perbedaan jenis menu yang disukai konsumen antara hasil analisis dengan hasil observasi. *Kelima*, kendala dalam mencapai kompetensi belajar analisis pasar adalah penentuan sub-sektor obyek bisnis, akses terhadap konsumen dan data sekunder, serta pengetahuan dan pengalaman menggunakan produk atau jasa bisnis.

Kata Kunci: *peluang bisnis, analisis pasar, market requirement*