

MAKALAH
TEORI KEWIRAUSAHAAN IDE DAN PELUANG USAHA

Mata Kuliah : Kewirausahaan

Dosen Pengampu : Muhisom, M.Pd.I.



Disusun oleh:

Annisa Rahayu	2413053152
Aulia Dewi Rachmawati	2413053156
Cintia Dwi Cahyati	2413053154
Farda NurAziza	2413053146
Maria Fasela Nurdianto	2413053178
Naysila Sekar Ramadhani	2413053155
Nazwa Fadhliah Tamamah	2413053168
Puspita Lingga	2413053148

PROGRAM STUDI PENDIDIKAN GURU SEKOLAH DASAR
JURUSAN ILMU PENDIDIKAN
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS LAMPUNG
TAHUN AKADEMIK 2025/2026

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat rahmat dan karunia-Nya makalah berjudul " Teori Kewirausahaan Ide Dan Peluang Usaha" dapat diselesaikan tepat waktu untuk memenuhi Tugas Mata Kuliah Kewirausahaan. Kami banyak mendapatkan bimbingan dan juga bantuan dari berbagai pihak dalam penyusunan makalah ini.

Pada kesempatan ini diucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Muhsom, M.Pd.I. selaku dosen pengampu Mata Kuliah Kewirausahaan
2. Orang tua yang telah memberikan doa dan juga semangat.
3. Rekan-rekan mahasiswa yang telah banyak memberikan masukan untuk makalah ini.

Penyusun sangat berharap semoga makalah ini dapat menambah pengetahuan bagi pembaca. Bahkan kami berharap lebih jauh lagi agar makalah ini dapat pembaca mengerti tentang teori kewirausahaan ide dan peluang usaha. Bagi kami sebagai penyusun merasa bahwa masih banyak kekurangan dalam penyusunan makalah ini karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman kami. Untuk itu kami sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari pembaca demi kesempurnaan makalah ini.

Metro, 24 November 2025

Penyusun

DAFTAR ISI

HALAMAN COVER.....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	1
1.3 Tujuan	2
BAB II PEMBAHASAN	3
2.1 Teori Kewirausahaan Ide Usaha	3
2.2 Cara Menemukan Ide Usaha.....	5
2.3 Faktor Yang Memengaruhi Ide Usaha.....	7
2.4 Teori Kewirausahaan Peluang Usaha	8
2.5 Cara Menemukan Peluang Dalam Usaha	10
2.6 Aspek Yang Perlu Diperhatikan Saat Melihat Peluang Usaha	11
BAB III PENUTUP.....	15
3.1 Kesimpulan	15
3.2 Saran	15
DAFTAR PUSTAKA	17

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan ekonomi di masa globalisasi mengharuskan masyarakat dapat beradaptasi dengan perubahan yang terus-menerus, terutama dalam hal persaingan bisnis yang semakin sengit. Kewirausahaan menjadi salah satu cara penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi, menciptakan pekerjaan baru, dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Melalui kewirausahaan, seseorang tidak hanya perlu mempunyai kreativitas dan keberanian mengambil risiko, tetapi juga kemampuan untuk menemukan dan memanfaatkan peluang usaha di sekitar kita.

Dalam bidang pendidikan dan pembangunan, pemahaman tentang teori kewirausahaan menjadi dasar bagi calon pengusaha. Teori-teori ini menjelaskan cara seseorang menghasilkan ide bisnis, mengubah ide menjadi peluang yang realistis, serta strategi untuk mengembangkan bisnis secara terus menerus. Kemampuan menemukan ide dan peluang usaha tidak muncul begitu saja, tetapi dipengaruhi oleh pengetahuan, pengalaman, lingkungan, serta sikap seorang wirausaha.

Dengan perkembangan teknologi, perubahan gaya hidup masyarakat, dan meningkatnya kebutuhan akan inovasi, topik ide dan peluang usaha semakin relevan. Banyak usaha baru muncul dari kemampuan melihat masalah sebagai peluang, mengembangkan produk atau layanan yang bernilai tambah, serta memanfaatkan teknologi untuk mengembangkan bisnis. Oleh karena itu, diperlukan pemahaman yang dalam tentang konsep, teori, dan proses menemukan ide serta peluang usaha agar generasi muda dapat bersaing dan berkontribusi dalam pembangunan ekonomi kreatif.

Berdasarkan penjelasan di atas, makalah ini dibuat untuk membahas teori kewirausahaan terkait ide dan peluang usaha, sehingga dapat memberikan pemahaman yang lengkap kepada pembaca mengenai pentingnya kreativitas, inovasi, serta kemampuan analitis dalam dunia wirausaha.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apa teori kewirausahaan ide usaha?
2. Bagaimana cara menemukan ide usaha?
3. Apa faktor yang memengaruhi ide usaha?

4. Apa teori kewirausahaan peluang usaha?
5. Bagaimana cara menemukan peluang dalam usaha?
6. Apa aspek yang perlu diperhatikan saat melihat peluang usaha?

1.3 Tujuan

1. Untuk mengetahui teori kewirausahaan ide usaha.
2. Untuk mengetahui cara menemukan ide usaha.
3. Untuk mengetahui faktor yang memengaruhi ide usaha.
4. Untuk mengetahui teori kewirausahaan peluang usaha.
5. Untuk mengetahui cara menemukan peluang dalam usaha.
6. Untuk mengetahui aspek yang perlu diperhatikan saat melihat peluang usaha.

BAB II

PEMBAHASAN

2.1 Teori Kewirausahaan Ide Usaha

Ide usaha adalah gagasan awal yang muncul dari proses berpikir kreatif, dengan tujuan menciptakan kegiatan bisnis yang dapat menghasilkan nilai ekonomi. Ide ini menjadi dasar penting sebelum seseorang memulai usaha, karena dari ide ini biasanya terdapat peluang yang dapat dikembangkan. Menurut Anwar dkk. (2024), “Ide usaha adalah gagasan atau pemikiran awal yang dapat diwujudkan menjadi bisnis yang menguntungkan” (Jurnal Identifikasi Peluang Usaha, 2024). Kutipan ini menunjukkan bahwa ide usaha bukan sekadar ide acak, tetapi harus memiliki kemungkinan untuk dikembangkan menjadi usaha nyata.

Peluang usaha adalah kondisi atau situasi yang memungkinkan seseorang menjalankan kegiatan bisnis untuk mendapatkan keuntungan. Peluang ini timbul setelah ide usaha tersebut dianalisis. Anwar dkk. (2024) menyebutkan bahwa “Peluang usaha muncul ketika ada kebutuhan konsumen yang belum terpenuhi atau pasar yang masih terbuka untuk diisi” (JOE, 2024). Dengan kata lain, peluang usaha muncul dari celah kebutuhan yang dapat diisi oleh produk atau jasa baru.

Ide usaha tidak muncul secara tiba-tiba, tetapi berasal dari berbagai sumber yang dapat diamati di sekitar lingkungan.

1. Kreativitas dan Inovasi

Rahmawati & Aulia (2024) menyatakan bahwa “Kreativitas merupakan sumber utama dalam menciptakan ide bisnis yang baru dan bernilai” (JRPP, 2024). Artinya, ide usaha dapat muncul saat seseorang mampu mengembangkan gagasan baru yang berbeda dari yang sudah ada.

2. Identifikasi Kebutuhan Lingkungan

Menurut Anwar dkk. (2024), “Ide usaha dapat muncul dari pengamatan terhadap kebutuhan masyarakat dan perubahan lingkungan” (JONEDU, 2024). Lingkungan sosial memberikan banyak petunjuk tentang masalah yang dapat menjadi ide usaha.

3. Modal Sosial dan Dukungan Lingkungan

Aminah dkk. (2024) menyebutkan bahwa “Lingkungan sosial dan jaringan dapat mendorong munculnya ide baru melalui pertukaran informasi”

(Forbiswira, 2024). Relasi seperti teman, keluarga, atau komunitas dapat memberikan inspirasi dan membuka akses informasi.

4. Perkembangan Teknologi dan Era Digital

Putra & Nurhaliza (2024) menegaskan bahwa “Digitalisasi membuka peluang baru mulai dari usaha online, jasa konten digital, hingga pemasaran berbasis aplikasi” (JCSR, 2024). Masa digital menciptakan peluang usaha yang lebih luas dan berkembang lebih cepat.

Menurut Putra & Nurhaliza (2024), “Proses pembentukan ide usaha dimulai dari identifikasi kebutuhan pasar, pemilihan ide yang paling layak, hingga validasi usaha” (JCSR, 2024). Tahapan-tahapannya mencakup:

- Mengamati masalah dan kebutuhan pasar
- Menghasilkan ide awal
- Menganalisis kelayakan usaha
- Menyaring ide terbaik
- Menentukan konsep usaha
- Menguji pasar (market validation)

Faktor yang Mempengaruhi Munculnya Ide dan Peluang Usaha Beberapa hal utama yang memengaruhi munculnya ide dan peluang usaha adalah: kreativitas dan inovasi seseorang, kebutuhan pasar dan perubahan gaya hidup, modal sosial serta lingkungan sosial di sekitar, perkembangan teknologi, serta pengalaman dan informasi tentang pasar. Faktor-faktor tersebut secara bersama-sama membantu menentukan kualitas dari ide yang dihasilkan.

Teori yang Melandasi Ide Usaha

1. Teori Kreativitas (Creativity Theory)

Rahmawati & Aulia (2024) menjelaskan bahwa kreativitas adalah kemampuan seseorang untuk menghasilkan gagasan baru yang bernilai (JRPP, 2024).

2. Teori Peluang Usaha (Opportunity Recognition Theory)

Anwar dkk. (2024) menyebutkan bahwa peluang usaha muncul ketika ide bisnis bertemu dengan kebutuhan pasar (JOE, 2024).

3. Teori Inovasi (Innovation Theory – Schumpeter)

Aminah dkk. (2024) menyatakan bahwa inovasi diperlukan agar ide usaha memiliki nilai tambah dan mampu bersaing (Forbiswira, 2024).

4. Teori Kewirausahaan (Entrepreneurship Theory)

Hosea (2022) menjelaskan bahwa kewirausahaan adalah proses menciptakan nilai melalui kreativitas, inovasi, serta keberanian mengambil risiko (BAB II UKSW, 2022).

Dari berbagai jurnal yang ada, dapat disimpulkan bahwa ide usaha adalah gagasan awal yang dapat dikembangkan menjadi peluang usaha melalui proses kreativitas, inovasi, analisis pasar, serta dukungan teknologi. Peluang usaha akan muncul ketika ide tersebut sesuai dengan kebutuhan konsumen dan memiliki potensi keuntungan.

2.2 Cara Menemukan Ide Usaha

Menentukan ide usaha kerap menjadi tantangan, terutama bagi mereka yang ingin mandiri secara finansial dan merintis bisnis sendiri. Namun, justru karena terlalu terpaku pada pencariannya, ide tersebut sering kali terasa semakin sulit untuk muncul.

1. Mulai dari Hal yang Anda Sukai.

Keterarikan pribadi dapat menjadi sumber ide usaha yang kuat dan berkelanjutan. Misalnya, jika hobi berkebun, aktivitas tersebut dapat dikembangkan menjadi usaha penjualan tanaman, bibit, atau perlengkapan berkebun.

2. Lakukan Riset Peluang Bisnis.

Setelah mengetahui apa yang kamu sukai, langkah selanjutnya adalah melakukan riset untuk mengetahui apakah ada peluang bisnis yang potensial dari, minat tersebut.

3. Pahami Kebutuhan Pasar.

Produk atau jasa yang mampu menjawab kebutuhan nyata di masyarakat memiliki potensi lebih besar untuk berhasil. Fokuslah pada masalah yang sering dihadapi orang, lalu pikirkan solusi bisnis yang dapat di tawarkan.

4. Susun Strategi Bisnis.

Beberapa strategi dasar yang dapat diterapkan, antara lain:

- Menerapkan pemasaran digital (online marketing) Melakukan inovasi produk secara berkala.

- Menganalisis dan memantau kompetitor.
 - Menentukan sumber modal (dapat dari tabungan pribadi atau pinjaman non-riba).
 - Memperluas jaringan bisnis dan kerja sama.
 - Mengelola operasional dengan efisien.
5. Tentukan Produk atau Jasa yang Akan Dijual.
- Setiap usaha harus memiliki produk atau layanan yang ditawarkan kepada konsumen. Jika kamu memiliki keahlian tertentu, produk dapat berasal dari keterampilan sendiri. Namun jika belum memiliki produk sendiri, kamu dapat mempertimbangkan menjual produk milik orang lain dengan sistem reseller, dropship, atau affiliate marketing.
6. Riset Kompetitor.
- Melakukan riset kompetitor membantu kamu mengetahui posisi usaha dibandingkan dengan pelaku usaha lain. Dari riset ini, kamu dapat:
- Menentukan standar kualitas dan harga.
 - Mengidentifikasi kelebihan dan kekurangan produk kompetitor
 - Merancang strategi diferensiasi (Unique Selling Proposition/USP).
 - Mengikuti tren yang sedang berkembang di pasar.
 - Gunakan analisis SWOT untuk memetakan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam persaingan.
7. Belajar dari Pengalaman Orang Lain.
- Jika belum memiliki modal untuk mengikuti pelatihan bisnis, Anda dapat belajar dari pengalaman pelaku usaha lain melalui YouTube, podcast, atau media sosial.
8. Siapkan Modal.
- Modal adalah salah satu aspek penting dalam memulai usaha. Tidak harus besar, modal dapat disesuaikan dengan kapasitas. Bahkan dengan modal kecil sekalipun, usaha tetap dapat dijalankan jika memiliki keterampilan atau ide yang kuat.
9. Latih Kemampuan Menyelesaikan Masalah.
- Dalam dunia usaha, tantangan dan masalah adalah hal yang lumrah. Yang membedakan pebisnis sukses adalah kemampuannya dalam menyelesaikan masalah dengan cepat dan tepat. Mental entrepreneur adalah mental yang tahan

banting, kreatif, dan adaptif terhadap perubahan. Masalah yang datang justru dapat menjadi pelajaran berharga untuk berkembang dan menemukan ide-ide baru yang lebih relevan dengan kondisi pasar.

2.3 Faktor Yang Memengaruhi Ide Usaha

Terdapat empat faktor utama yang memengaruhi kemunculan gagasan atau kesempatan bisnis berdasarkan studi tentang Pengaruh Jaringan Sosial, Kreativitas, Pengetahuan Pasar Kewirausahaan, dan Kewaspadaan terhadap Peluang Usaha (Delicia dan Handoyo, 2019):

1. Jaringan Sosial

Elemen ini berkaitan dengan kemampuan seseorang untuk menjalin hubungan, berinteraksi, dan terhubung dengan orang lain, baik secara tatap muka maupun melalui platform sosial atau grup komunitas. Penelitian menunjukkan bahwa adanya jaringan sosial memberikan dampak positif yang signifikan terhadap kemunculan peluang bisnis.

Ini berarti: semakin luas dan strategis jaringan yang dimiliki seseorang, semakin besar peluangnya untuk memperoleh informasi, mendapatkan inspirasi, atau akses ke sumber daya yang dapat memicu ide bisnis.

2. Kreativitas

Kreativitas merujuk pada kemampuan untuk menciptakan gagasan-gagasan baru serta menemukan sudut pandang berbeda terhadap masalah dan peluang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kreativitas memiliki dampak langsung terhadap peluang bisnis.

Ini berarti: ide bisnis yang inovatif atau berbeda biasanya berasal dari orang-orang yang memiliki kreativitas — yang dapat "melihat" kebutuhan yang belum terpenuhi atau "menggabungkan" elemen-elemen dengan cara yang baru.

3. Pengetahuan Pasar Kewirausahaan

Pengetahuan ini mencakup pemahaman mendalam mengenai produk, pasar, struktur organisasi bisnis, sumber pendanaan, dan cara kerja pasar dalam kerangka kewirausahaan. Penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan pasar kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap peluang bisnis.

Ini berarti: individu yang memiliki pemahaman yang baik tentang pasar dan bidang usaha lebih mampu mengidentifikasi gagasan yang realistis dan layak, serta menilai potensi penerapan dari suatu gagasan bisnis.

4. Kewaspadaan

Faktor ini menunjukkan bahwa individu secara aktif mengamati kondisi sekitar, perubahan dalam pasar, tanda-tanda yang muncul, dan mampu membedakan peluang yang menguntungkan dari yang tidak. Penelitian menunjukkan bahwa kewaspadaan berdampak positif pada kesempatan usaha.

Ini berarti: gagasan bisnis lebih cenderung muncul ketika seseorang memiliki tingkat kesadaran yang tinggi terhadap perubahan dan mampu menangkap peluang dari sinyal-sinyal di lingkungan sekitarnya.

2.4 Teori Kewirausahaan Peluang Usaha

Teori kewirausahaan berbasis peluang usaha menjelaskan bagaimana individu atau seorang pengusaha mampu mengenali, menilai, dan memanfaatkan peluang yang muncul dalam lingkungan ekonomi, sosial, maupun teknologi untuk memulai dan mengembangkan suatu bisnis. Konsep ini berasal dari pandangan bahwa kewirausahaan tidak hanya berfokus pada penciptaan produk atau jasa yang inovatif, tetapi juga mencakup kemampuan untuk membaca perubahan, menangkap celah pasar, dan mengubahnya menjadi sumber nilai baru yang bernilai ekonomi. Dalam kajian literatur kewirausahaan, peluang usaha dipandang sebagai rangkaian kondisi atau situasi yang tersedia di sekitar individu dan dapat dimanfaatkan untuk mencapai tujuan bisnis, terutama ketika seseorang mampu mengombinasikan sumber daya yang dimiliki dengan kebutuhan pasar. Peter Drucker, salah satu tokoh utama dalam teori kewirausahaan, menekankan bahwa seorang pengusaha sejati adalah mereka yang mampu melihat perubahan—baik dalam perkembangan teknologi, pergeseran preferensi konsumen, maupun dinamika sosial—sebagai peluang yang dapat dikembangkan menjadi aktivitas bisnis. Perspektif ini menegaskan bahwa kewirausahaan bukan sekadar menciptakan perubahan, melainkan mengelola dan mengejar peluang yang tercipta dari perubahan tersebut secara strategis.

Berbagai teori telah menjelaskan dasar-dasar bagaimana peluang usaha dikenali dan dimanfaatkan.

1. Teori ekonomi memandang wirausaha sebagai respon terhadap kondisi ekonomi yang membuka kesempatan bagi peningkatan nilai dan keuntungan, sehingga keputusan berwirausaha erat kaitannya dengan dinamika permintaan dan penawaran.
2. Teori psikologi menyoroti peran karakter individu—seperti keberanian mengambil risiko, kreativitas, kepercayaan diri, serta motivasi intrinsik—yang mendorong seseorang untuk bertindak sebagai wirausaha ketika melihat peluang.
3. Teori sosiologi menekankan bahwa konteks sosial, jaringan masyarakat, hubungan interpersonal, dan struktur sosial dapat memengaruhi kemampuan individu dalam mengidentifikasi dan mengejar peluang usaha. Dari perspektif antropologi, budaya dan kebiasaan masyarakat menjadi faktor penting yang menentukan bagaimana seseorang memaknai suatu peluang dan bagaimana ia bertindak dalam lingkungan usaha setempat.
4. Teori berbasis peluang (opportunity-based theory) yang diperkenalkan Peter Drucker menegaskan bahwa pengusaha harus senantiasa waspada dan peka terhadap perubahan yang sedang terjadi karena perubahan tersebut merupakan sumber peluang potensial yang dapat dikembangkan menjadi bisnis yang menguntungkan.
5. Teori berbasis sumber daya (resource-based theory) menambahkan bahwa keberhasilan memanfaatkan peluang sangat dipengaruhi oleh kemampuan pengusaha dalam mengakses dan mengelola berbagai sumber daya, termasuk modal finansial, jaringan sosial, keterampilan manusia, dan kemampuan organisasi.

Secara umum, peluang usaha dipahami sebagai kondisi yang menguntungkan yang lahir dari kebutuhan pasar yang belum terpenuhi, munculnya tren sosial atau teknologi yang sedang berkembang, serta inovasi yang mampu memberikan nilai tambah atau menawarkan solusi baru bagi konsumen. Wirausaha yang berhasil adalah mereka yang mampu melihat sebelum orang lain melihat, mengolah sebelum orang lain memikirkan, dan mengambil keputusan ketika peluang itu masih terbuka lebar. Kemampuan ini ditunjang oleh kreativitas dalam menciptakan gagasan baru, inovasi dalam mengembangkan produk atau proses yang lebih baik, kecakapan dalam mengelola risiko, serta keberanian dalam mengambil keputusan bisnis meskipun kondisi penuh ketidakpastian. Dengan demikian, teori kewirausahaan peluang usaha menegaskan bahwa kewirausahaan merupakan suatu proses sistematis untuk melihat,

mengevaluasi, dan memanfaatkan peluang yang tersedia dalam lingkungan sosial dan ekonomi sehingga mampu melahirkan usaha yang berkelanjutan, adaptif, dan memberikan nilai tambah bagi masyarakat.

2.5 Cara Menemukan Peluang Dalam Usaha

Menemukan peluang dalam usaha merupakan langkah awal yang sangat penting bagi seorang wirausahawan, karena keputusan untuk memulai atau mengembangkan bisnis yang berkelanjutan berangkat dari kemampuan dalam membaca dan memahami kondisi lingkungan sekitar. Proses identifikasi peluang usaha pada dasarnya merupakan kegiatan sistematis yang melibatkan pengamatan, analisis, serta pemanfaatan sumber daya yang tersedia untuk melihat kemungkinan yang dapat dikembangkan menjadi aktivitas bisnis yang bernilai ekonomi.

1. Langkah pertama yang perlu dilakukan adalah mengenali potensi, minat, dan kompetensi diri sendiri, sebab usaha yang dibangun berdasarkan minat pribadi dan keahlian yang dimiliki cenderung lebih stabil, konsisten, dan memiliki tingkat keberhasilan yang lebih tinggi.
2. Setelah memahami potensi internal, wirausahawan dapat memperluas pandangannya dengan mengamati kebutuhan, permasalahan, serta dinamika yang terjadi dalam masyarakat. Memahami perilaku konsumen serta kondisi pasar memberikan peluang untuk menemukan celah yang belum terpenuhi atau aspek tertentu yang masih membutuhkan inovasi dan perbaikan.
3. Selain memahami karakter pasar, observasi dan analisis lingkungan secara lebih luas juga menjadi tahap penting. Melalui pengamatan tren, perubahan sosial, perkembangan teknologi, hingga pergeseran gaya hidup masyarakat, seorang calon wirausaha dapat melihat peluang baru yang muncul seiring dengan perubahan tersebut.
4. Selain itu, riset pasar yang lebih terarah seperti survei, wawancara, hingga pengumpulan data lapangan membantu memvalidasi peluang yang ditemukan sehingga keputusan bisnis dapat dilakukan dengan dasar yang lebih kuat.
5. Langkah lain yang tidak kalah penting adalah membangun jaringan atau *networking* yang luas dengan pelaku usaha, komunitas bisnis, maupun konsumen. Melalui interaksi dan diskusi yang intens, ide-ide baru dapat muncul dan pandangan yang berbeda dapat membantu wirausahawan melihat peluang yang

sebelumnya tidak tampak. Pemanfaatan teknologi dan data juga menjadi strategi modern yang sangat relevan dalam menemukan peluang usaha. Di era digital, teknologi memungkinkan akses informasi yang luas dan cepat sehingga wirausahawan dapat mengidentifikasi tren pasar, memetakan kebutuhan konsumen, serta menganalisis potensi bisnis yang sedang berkembang.

Dalam buku *Strategi Menemukan Peluang Usaha* (2025), dijelaskan bahwa terdapat tiga strategi utama yang dapat digunakan dalam menemukan peluang, yaitu mengenali potensi diri, memperhatikan permintaan pasar, dan melakukan riset serta analisis yang mendalam. Pendekatan ini sejalan dengan temuan dalam artikel jurnal *Identifikasi Peluang Usaha*, yang menekankan pentingnya pemahaman terhadap pasar dan industri, observasi lingkungan secara komprehensif, serta penggunaan teknologi sebagai alat bantu dalam mengidentifikasi peluang potensial.

Dengan demikian, menemukan peluang usaha merupakan proses dinamis yang tidak hanya bergantung pada munculnya ide semata, tetapi juga membutuhkan ketekunan, kejelian, kreativitas, dan kemampuan analisis yang baik. Wirausahawan dituntut untuk mampu membaca perubahan, memahami kebutuhan pasar, dan memanfaatkan celah yang ada di lingkungan sekitar. Proses ini bersifat berkelanjutan karena peluang dapat muncul kapan saja seiring perkembangan masyarakat dan teknologi. Oleh karena itu, kemampuan untuk terus mengamati, belajar, dan beradaptasi menjadi kunci utama dalam menemukan peluang usaha yang dapat dikembangkan secara berkelanjutan dan memberikan nilai tambah bagi masyarakat.

2.6 Aspek Yang Perlu Diperhatikan Saat Melihat Peluang Usaha

Peluang usaha adalah langkah awal yang sangat penting dalam dunia kewirausahaan. Sebelum memulai suatu bisnis, calon wirausahawan perlu melakukan analisis peluang secara mendalam. Hal ini sangat penting karena tidak semua peluang dapat berkembang menjadi usaha yang menguntungkan dan berkelanjutan. Banyak bisnis yang gagal karena pendiri tidak mempertimbangkan faktor-faktor penting seperti pasar, aspek keuangan, serta lingkungan luar.

Menurut Munadi et al. (2025), penilaian peluang usaha perlu melibatkan berbagai elemen baik internal maupun eksternal supaya keputusan yang dibuat bersifat logis dan berpotensi menghasilkan keuntungan yang stabil. Dengan demikian,

pemahaman tentang aspek-aspek ini menjadi dasar yang kuat dalam menilai kelayakan suatu bisnis.

1. Aspek Pasar (Market Feasibility)

Aspek pasar adalah indikator kunci dalam menentukan apakah suatu usaha memiliki prospek yang baik atau tidak. Analisis pasar dilakukan untuk memahami seberapa besar potensi permintaan terhadap produk atau layanan yang disediakan. Ini meliputi pengenalan konsumen target, segmentasi pasar, tren industri, serta tingkat persaingan yang ada.

Pasar yang menjanjikan adalah pasar yang stabil, memiliki jumlah konsumen yang cukup banyak, dan menunjukkan pertumbuhan positif. Mengetahui kebutuhan dan preferensi konsumen juga sangat krusial, karena produk yang tidak sesuai dengan kebutuhan pasar akan kesulitan untuk bersaing. Yuliani (2018) menyatakan bahwa pemahaman pasar melibatkan analisis kebutuhan konsumen yang dapat meningkatkan minat wirausaha dalam menerapkan ide bisnis yang realistis. Oleh karena itu, riset pasar harus dilakukan sebelum memulai usaha agar memiliki dasar keputusan yang solid.

2. Aspek Produk atau Layanan (Product Feasibility)

Aspek ini mengevaluasi apakah produk atau layanan yang ditawarkan dapat memberikan nilai tambah yang lebih baik dibandingkan dengan kompetitor. Produk harus memenuhi kebutuhan pelanggan, mudah digunakan, dan memberikan manfaat yang nyata. Selain itu, inovasi juga menjadi elemen penting yang dapat menentukan daya tarik produk bagi konsumen.

Diferensiasi produk—baik dari segi desain, kualitas, fitur, atau harga—dapat menjadi keunggulan kompetitif yang memungkinkan konsumen memilih produk tersebut. Menurut Munadi et al. (2025), UMKM yang menghadirkan inovasi dan keunikan pada produk mereka memiliki lebih banyak peluang untuk bertahan dalam persaingan dan mengembangkan bisnis. Dengan kata lain, usaha yang menawarkan produk inovatif lebih mungkin menghasilkan keuntungan karena dapat memberikan solusi yang lebih baik bagi konsumen.

3. Aspek Finansial (Financial Feasibility)

Analisis finansial sangat esensial terkait dengan modal awal, kebutuhan biaya operasional, serta potensi laba. Modal yang mencukupi berpengaruh pada kemampuan usaha untuk bertahan pada fase awal ketika pendapatan belum

stabil. Di samping itu, aspek finansial juga mencakup proyeksi arus kas, perhitungan titik impas, dan sumber pendanaan.

Tanpa perencanaan finansial yang baik, suatu usaha berisiko mengalami kegagalan meskipun terdapat peluang pasar yang besar. Zakiah et al. (2024) menekankan bahwa pengelolaan modal dan biaya merupakan faktor kunci yang memengaruhi keberlangsungan UMKM, terutama dalam kondisi persaingan yang ketat. Oleh karena itu, calon wirausahawan harus menilai apakah usaha tersebut layak secara finansial dan jika potensi keuntungan jangka panjang dapat tercapai.

4. Aspek Sumber Daya Manusia (Human Resource Feasibility)

Sumber Daya Manusia adalah aset yang sangat berharga dalam bisnis. Kualitas SDM mempengaruhi bagaimana usaha itu dirancang, dijalankan, dan dikembangkan. Aspek ini mencakup pengalaman pendiri, keterampilan, kemampuan manajerial, motivasi, serta kemampuan untuk bekerja sama dalam tim.

Indarto dan Prawihatmi (2022) menemukan bahwa elemen internal seperti percaya diri, kemampuan, dan dorongan memiliki dampak besar pada kesiapan individu untuk memulai bisnis baru. Tanpa sumber daya manusia yang terampil, sebuah usaha akan mengalami kesulitan dalam beroperasi secara maksimal. Selain itu, penting untuk mengevaluasi kebutuhan tenaga kerja, pembagian tugas, dan pelatihan yang diperlukan agar kegiatan operasional dapat berjalan dengan efektif.

5. Aspek Operasional (Kelayakan Operasional)

Aspek operasional mengevaluasi cara usaha akan dilaksanakan dari sudut teknis, mulai dari lokasi usaha, proses produksi, penggunaan teknologi, hingga pengelolaan rantai pasokan. Lokasi yang strategis dapat meningkatkan akses bagi pelanggan, sementara proses produksi yang efisien dapat mengurangi biaya dan meningkatkan kualitas. Saprida et al. (2023) menjelaskan bahwa keberhasilan UMKM sangat bergantung pada efektivitas operasional, khususnya dalam produksi dan manajemen bahan baku. Usaha yang memiliki sistem operasional yang baik akan mampu mempertahankan kualitas dan memenuhi permintaan pasar secara konsisten. Oleh sebab itu, penting melakukan analisis operasional untuk memastikan usaha dapat berjalan lancar tanpa mengalami masalah teknis.

6. Aspek Lingkungan Eksternal (Kelayakan Lingkungan dan Regulasi)

Lingkungan eksternal mencakup berbagai faktor seperti ekonomi, sosial, teknologi, politik, dan hukum yang dapat memengaruhi proses bisnis. Kondisi eksternal dapat menjadi peluang atau tantangan bagi perusahaan. Misalnya, kebijakan pemerintah terkait pajak, perizinan, atau dukungan untuk UMKM dapat memberikan dampak yang signifikan. Selain itu, kemajuan teknologi dapat membuka peluang baru seperti pemasaran daring atau otomatisasi dalam produksi. Munadi et al. (2025) menekankan bahwa analisis SWOT yang menggabungkan faktor internal dan eksternal sangat penting untuk menilai kelayakan usaha secara keseluruhan. Dengan memahami faktor eksternal, wirausahawan dapat memprediksi risiko dan memanfaatkan peluang yang ada.

BAB III

PENUTUP

3.1 Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan mengenai teori kewirausahaan, ide usaha, dan peluang usaha, dapat disimpulkan bahwa kewirausahaan adalah proses yang terstruktur, yang melibatkan kreativitas, inovasi, pengamatan pasar, serta kemampuan mengenali perubahan di sekitar kita. Ide usaha biasanya muncul dari kreativitas, kebutuhan pasar, perkembangan teknologi, pengalaman, dan hubungan sosial. Ide tersebut dapat berkembang menjadi peluang usaha jika sesuai dengan kebutuhan pelanggan dan memiliki potensi untung. Untuk mengenali peluang usaha, dibutuhkan kemampuan mengamati tren, perubahan sosial, kemajuan teknologi, serta celah pasar yang belum terpenuhi. Selain itu, perlu dilakukan analisis terhadap aspek pasar, produk, keuangan, sumber daya manusia, operasional, serta lingkungan di luar usaha untuk memastikan usaha tersebut layak dilakukan. Dengan demikian, kesuksesan seorang wirausaha sangat bergantung pada kemampuan mengenali peluang, memanfaatkan sumber daya, serta mengelola risiko secara tepat dan berkelanjutan.

3.2 Saran

Mahasiswa perlu terus melatih kreativitasnya, memperluas pemahaman tentang bisnis, dan meningkatkan kemampuan mengamati perubahan sekitar agar dapat menemukan ide dan peluang usaha yang sesuai dengan apa yang dibutuhkan pasar.

Bagi calon wirausahawan, sebelum memulai bisnis, lebih baik lakukan riset pasar secara detail agar tahu kebutuhan pembeli, tingkat persaingan, serta peluang keuntungan yang akan didapat. Selain itu, kemampuan berinovasi dan dapat menyesuaikan diri dengan perubahan ekonomi juga sangat penting agar bisnis dapat bertahan lama.

Bagi peneliti, makalah ini dapat menjadi referensi untuk memperdalam penelitian mengenai hal-hal yang memengaruhi kemampuan mengenali peluang usaha, seperti pengaruh perkembangan digital, pola belanja masyarakat saat ini, serta strategi inovasi bisnis yang digunakan sekarang.

Bagi lembaga pendidikan, materi tentang wirausaha perlu diperkaya dengan pengalaman langsung, contoh nyata, dan kerja sama dengan para pengusaha agar

mahasiswa dapat belajar langsung bagaimana merancang dan mengembangkan ide serta peluang usaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Deepublish Store. (2023). Cara menemukan ide usaha. <https://deepublishstore.com/blog/cara-menemukan-ide-usaha/>
- Armi Permana Putri dkk.2023. Pengaruh kemampuan wirausaha, peluang usaha dan tingkat pendidikan terhadap pendapatan usaha mikro, kecil dan menengah (umkm) sektor kuliner di kecamatan somba opu kabupaten gowa.Jurnal Ekonomi dan bisnis.25(1).
- <https://www.scribd.com/document/715275141/Strategi-Menemukan-Peluang-Usaha>
- Desi Safitri dkk.2024.IDENTIFIKASI PELUANG USAHA.Jurnal on Education.7(1)
- Indarto, S., & Prawihatmi, N. (2022). Faktor-faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha pada startup. Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis.
- Munadi, M., Anam, H., Apriansen, S., & Hanan, A. (2025). Analisis SWOT pada UMKM sebagai dasar kelayakan usaha. Jurnal Inovasi Global.
- Saprida, S., Suhada, S., dkk. (2023). Faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi keberhasilan UMKM. Jurnal Akademik Ekonomi dan Manajemen.
- Yuliani, N. (2018). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kesiapan berwirausaha. Jurnal Pendidikan Ekonomi.
- Zakiah, N., Elviana, E., & Aprianto, A. (2024). Peluang dan tantangan UMKM dalam pemasaran produk. Musytari: Jurnal Manajemen, Akuntansi, dan Ekonomi.
- Delicia, A., & Handoyo, S. E. (2019). Pengaruh jaringan sosial, kreativitas, pengetahuan pasar kewirausahaan, dan alertness terhadap peluang usaha. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, 4(2), 115–124. Universitas Tarumanagara.
- Anwar, H., Syam, R., Agussalim, A. A., Lukman, & Rahmat, A. (2024). Identifikasi Peluang Usaha. Journal on Education. <https://jonedu.org/index.php/joe/article/download/6482/5268>
- Rahmawati, R., & Aulia, A. (2024). Menciptakan Peluang Bisnis Berdasarkan Kreativitas. JRPP. <https://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/jrpp/article/download/35794/23549>
- Putra, D., & Nurhaliza, S. (2024). Analisis Peluang Wirausaha Mahasiswa di Era Digital. JCSR. <https://ejurnal.politeknikpratama.ac.id/index.php/jcsr/article/download/3843/3630>

- Hosea, Y. (2022). Teori dan Konsep Kewirausahaan (BAB II). UKSW.
https://repository.uksw.edu/bitstream/123456789/31497/3/T1_212019041_BAB%20II.pdf
- Aminah, S., dkk. (2024). Tantangan dan Peluang Kewirausahaan di Era Digital. Forbiswira.
<https://jurnal.mdp.ac.id/index.php/forbiswira/article/download/7961/2071>