

**Penilaian Pasar Secara Cepat:
Manual untuk Pelatih
Telah direvisi untuk Indonesia**

ditulis oleh: Ira Febriana

Banda Aceh, Desember 2006

International Labour Office

Hak cipta © Kantor Perburuhan Internasional 2006
Terbit pertama (2006)

Hak cipta publikasi Kantor Perburuhan Internasional dilindungi oleh Protokol 2 Konvensi Hak Cipta Universal (*Universal Copyright Convention*). Walaupun begitu, kutipan singkat yang diambil dari publikasi tersebut dapat diperbanyak tanpa otorisasi dengan syarat agar menyebutkan sumbernya. Untuk mendapatkan hak perbanyakan dan penerjemahan, surat lamaran harus dialamatkan kepada *ILO Publications (Rights and Permissions)*, International Labour Office, CH 1211 Geneva 22, Switzerland atau melalui Kantor ILO di Jakarta. Kantor Perburuhan Internasional akan menyambut baik lamaran tersebut.

ILO / Ira Febriana

Penilaian Pasar Secara Cepat: Manual Untuk Pelatih. Telah direvisi untuk Indonesia.
Jakarta, Kantor Perburuhan International, 2006

ISBN 978-92-2-819561-3 (cetak)
ISBN 978-92-2-819562-0 (web pdf)

Juga tersedia dalam (Bahasa Inggris): (*Rapid Market Appraisal: Manual for Trainers. Revised Version for Indonesia.*) (ISBN 978-92-2-119562-7 web pdf), Jakarta, (2006).

Sesuai dengan tata cara Perserikatan Bangsa-Bangsa, pencantuman informasi dalam publikasi-publikasi ILO beserta sajian bahan tulisan yang terdapat di dalamnya sama sekali tidak mencerminkan opini apapun dari Kantor Perburuhan Internasional mengenai informasi yang berkenaan dengan status hukum suatu negara, daerah atau wilayah atau kekuasaan negara tersebut, atau status hukum pihak-pihak yang berwenang dari negara tersebut, atau yang berkenaan dengan penentuan batas-batas negara tersebut.

Dalam publikasi-publikasi ILO tersebut, setiap opini yang berupa artikel, kajian dan bentuk kontribusi tertulis lainnya, yang telah diakui dan ditandatangani oleh masing-masing penulisnya, sepenuhnya menjadi tanggung jawab masing-masing penulis tersebut. Pemuatan atau publikasi opini tersebut tidak kemudian dapat ditafsirkan bahwa Kantor Perburuhan Internasional menyetujui atau menyarankan opini tersebut.

Penyebutan nama perusahaan, produk dan proses yang bersifat komersil juga tidak berarti bahwa Kantor Perburuhan Internasional mengiklankan atau mendukung perusahaan, produk atau proses tersebut. Sebaliknya, tidak disebutkan suatu perusahaan, produk atau proses tertentu yang bersifat komersil juga tidak kemudian dapat dianggap sebagai tanda tidak adanya dukungan atau persetujuan dari Kantor Perburuhan Internasional.

Publikasi-publikasi ILO dapat diperoleh melalui kantor-kantor perwakilan ILO di berbagai negara atau langsung melalui Kantor Pusat ILO dengan alamat ILO Publication, International Labour Office, CH-1211 Geneva 22, Switzerland atau melalui Kantor ILO di Jakarta dengan alamat Menara Thamrin Lantai 22, Jl. M.H. Thamrin kav. 3, Jakarta 10350. Katalog atau daftar publikasi terbaru dapat diminta secara cuma-cuma pada alamat tersebut, atau melalui e-mail: pubvente@ilo.org; www.ilo.org/jakarta.

Kunjungi website kami: www.ilo.org/publns; www.un.or.id/ilo.

Dicetak di Indonesia.

Kata Pengantar

Kontribusi utama dari Kantor Buruh Internasional dalam program tanggap tsunami adalah membantu laki-laki dan perempuan untuk mendapatkan pekerjaan yang menguntungkan, melindungi kelompok rentan, dan memulihkan kembali perekonomian di Aceh dan Nias. Salah satu strategi utama dari program ini adalah memperkuat badan-badan penyedia layanan pengembangan usaha setempat dengan perangkat yang berkualitas dan kapasitas yang lebih baik untuk menjawab kebutuhan perempuan maupun laki-laki yang menjalankan usaha mikro dan kecil.

Di Aceh telah banyak upaya dilakukan untuk mendukung pendirian usaha, tetapi sangat sedikit yang dilakukan untuk mendukung pemasaran. Pengusaha mikro dan kecil dan penyedia layanan pengembangan usaha setempat sering sekali tidak mengetahui tantangan-tantangan pemasaran dan cara menanggapi tantangan-tantangan semacam ini. Peluang pasar tidak dikaji dan dicari. Produk-produk baru yang disesuaikan dengan kecenderungan pasar dan selera pelanggan tidak dikembangkan. Seperti itulah situasi yang dihadapi para pengusaha mikro dan kecil di Aceh dan di seluruh dunia. Mengembangkan kemampuan para pengusaha mikro dan kecil untuk meneliti dan berinteraksi dengan pasar adalah cara yang efektif untuk mendorong perkembangan usaha.

Menyadari bahwa pemahaman akan pasar merupakan faktor penting bagi pengembangan usaha, ILO memutuskan untuk membuat buku petunjuk Penilaian Pasar secara Cepat (*Rapid Market Appraisal/RMA*) bagi para pelatih. Buku petunjuk ini didasarkan pada perangkat serupa yang telah dikembangkan oleh ILO di seluruh dunia dan diadaptasi sesuai dengan konteks Aceh.

Ira Febriana, *National Project Officer* bagi ILO mengepalai proses adaptasi dan validasi ini. ILO ingin menyatakan rasa terima kasih atas kontribusi dari para pelatih dari penyedia layanan pengembangan usaha di Aceh, yaitu Aceh ka Bangkit, Beujroh, CCDE, HMI, dan IWAPI, yang telah memberikan umpan balik yang amat berharga.

Penerbitan buku petunjuk RMA ini didukung dengan dana yang diterima ILO dari pemerintah Irlandia. Informasi lebih jauh tentang Program Aceh ILO dan kegiatannya dalam pengembangan kewirausahaan perempuan dapat dilihat pada website ILO (www.ilo.org/jakarta)

Jakarta, Desember 2006

Alan Boulton
Direktur ILO Jakarta

Daftar Isi

Kata Pengantar.....	iii
1. Tentang Buku Panduan Ini.....	1
Untuk siapa buku panduan ini?	1
Dasar pemikiran untuk buku panduan ini: kenapa sekarang?.....	2
Konsep penilaian pasar secara cepat.....	3
Berdasarkan pengalaman apa buku panduan ini dibuat?.....	3
Bagaimana buku panduan ini disusun?.....	4
2. Manfaat dari Penilaian Pasar Secara Cepat (<i>Rapid Market Appraisal</i>).....	2
Dampak kuantitatif.....	5
Dampak Kualitatif.....	5
3. Mengorganisir dan Melakukan Penilaian Pasar Secara Cepat.....	7
Langkah awal: perencanaan permulaan.....	7
Siapa target peserta pelatihan.....	7
Memasarkan pelatihan penilaian pasar secara cepat.....	8
Panduan umum untuk pelatihan.....	9
Metodologi pelatihan.....	10
Perkenalan dan mencairkan suasana.....	12
Identifikasi harapan dan kekhawatiran.....	13
Menetapkan norma belajar.....	14
Memperkenalkan analisa sederhana: kekuatan, kelemahan, peluang, tantangan suatu produk.....	15
Definisi produk.....	16
Permintaan pasar.....	17
Cara mencari gagasan untuk produk baru.....	21
Membuat gagasan produk spesifik.....	22
Kilas balik hari sebelumnya.....	23
Mempersiapkan penilaian pasar secara cepat.....	24
Melakukan telaah mendalam gagasan terbaik.....	24
Identifikasi informan kunci dan konsumen potensial.....	25
Menyusun daftar pertanyaan.....	27

Simulasi wawancara penilaian pasar.....	29
Melakukan kerja lapangan.....	30
Memaparkan hasil penelitian pasar secara cepat.....	30
Menganalisa hasil dan mengembangkan rencana.....	31
4. Mengevaluasi Penilaian Pasar Cepat.....	32

Bab 1. Tentang Buku Panduan Penilaian Pasar Secara Cepat

***Untuk Siapa
Buku
Panduan Ini?***

Buku panduan ini ditujukan untuk para pelatih, institusi maupun kelompok yang mendorong pengembangan usaha kecil dan mikro (MSE). Secara khusus, buku panduan ini ditujukan pada institusi-institusi yang tertarik untuk mendorong Pelayanan Pengembangan Usaha (BDS) yang mandiri untuk dampak yang lebih besar. Pelayanan Pengembangan Usaha mencakup pelayanan-pelayanan non-finansial untuk membantu usaha untuk berkembang, yang mencakup pengembangan produk, pelatihan, pemasaran, pengembangan keterampilan usaha, pelayanan konsultasi dan pemberian nasehat usaha. Buku panduan ini menawarkan satu metode untuk membuat pengusaha peka akan pasar dan mengembangkan produk-produk praktis yang dapat menempati tempat yang menguntungkan dalam pasar lokal.

Pemasaran adalah wilayah yang seringkali diabaikan baik oleh MSE dan institusi-institusi pendukungnya, dan banyak MSE yang menghadapi masalah dengan menurunnya pasar karena kompetisi untuk produk yang sama semakin meningkat. Jarang terjadi seorang pengusaha mikro dan kecil mengembangkan produk berdasarkan pengetahuan pasar, walaupun perhatian pada aspek pasar dapat membantu usaha untuk berkembang.

Buku panduan ini menggambarkan pelatihan tiga hari yang mengajak para pengusaha untuk menjalani langkah-langkah guna mengerti permintaan pasar, mengembangkan produk-produk inovatif dan mensurvei pasar lokal mereka untuk menguji potensi dari suatu produk baru. Pengalaman selama lima tahun terakhir di Kenya, Uganda and Tanzania mengindikasikan bahwa pelatihan ini sangat praktis dan berguna untuk pengusaha skala kecil dan mikro. Sangat berguna hingga para pengusaha tersebut bersedia untuk membayar agar dapat mengikutinya. Yang paling penting, ada indikasi bahwa pelayanan penilaian pasar secara cepat ini diminta oleh para pengusaha mikro dan kecil begitu mereka merasakan keuntungan-keuntungannya dan adanya peluang bahwa pelatihan ini dapat ditawarkan dengan cara yang mandiri.

Pelatihan ini telah membantu memberikan pendapatan bagi angkatan baru pelatih di tataran akar rumput atau aktor-aktor yang bergerak dalam promosi usaha kecil. Di Uganda para pelatih atau tokoh-tokoh lokal di bidang pengembangan wirausaha ditawarkan untuk mengikuti pelatihan ini dengan insentif (potongan harga) bagi peserta latihan pertama yang diadakan di Uganda. Sekarang mereka menawarkan pelatihan ini pada pengusaha lokal dengan keuntungan yang cukup bagi mereka sendiri. Usaha serupa sedang direncanakan untuk Kenya dan Indonesia. Angkatan baru pelatih ini tidak bergantung pada organisasi non pemerintah maupun donor untuk memasarkan keahlian mereka, namun menghubungi para pengusaha mikro dan kecil sendiri. Jadi orientasi pasar para pelatih telah bergeser dari donor dan organisasi non pemerintah ke pengusaha mikro dan kecil. Pengusaha mikro dan kecil menganggap bahwa pelatihan Penilaian Pasar Secara Cepat (RMA) sangat membantu dalam mengembangkan produk yang menguntungkan dipasaran.

Organisasi yang bergerak untuk mempromosikan usaha mikro dan kecil dapat mencapai

kelompok target yang lebih luas dengan cara yang sangat berkelanjutan. Institusi-institusi dan para pelatih yang diperkerjakan oleh organisasi non pemerintah juga akan menemukan betapa pelatihan Penilaian Pasar Secara Cepat berguna dan praktis untuk organisasi-organisasi kunci dalam hal kewirausahaan, namun pada akhirnya pelatihan ini akan lebih berkelanjutan bila keterampilan-keterampilan ini diteruskan kepada para pelatih yang akan langsung bertanggungjawab pada pengusaha mikro dan kecil itu sendiri. Institusi-institusi juga harus menghindarkan diri dari adanya distorsi pasar dengan adanya penawaran RMA bagi pelatih lokal dibawah harga pasar. Jadi disarankan agar institusi-institusi tersebut mempertimbangkan untuk memperkerjakan pelatih profesional (atau menggunakan stafnya sendiri) untuk melatih pelatih-pelatih lokal. Setelah itu, institusi-institusi tersebut dapat mempertimbangkan untuk mensubsidi biaya untuk pelatihan bagi pengusaha mikro yang sangat lemah dan kurang akses untuk pengembangan usaha ataupun yang baru saja memulai usahanya. Pada jangka panjang, subsidi pada akhirnya tidak dibutuhkan lagi. Berdasarkan pada pengalaman FIT ILO, pelatihan Penilaian Pasar Secara Cepat adalah suatu investasi yang efektif biaya bagi pengusaha mikro dan kecil. Para pengusaha kecil dan mikro akan menuai hasil dari pelatihan itu, yaitu dengan adanya peningkatan keuntungan bagi usaha masing-masing.

**Dasar
Pemikiran
Untuk Buku
Panduan ini:
Kenapa
Sekarang
Diperlukan?**

Keberlanjutan secara finansial bagi pengusaha mikro dan kecil telah tercapai melalui metode simpan pinjam berbasis kelompok. Namun demikian bagi institusi yang bergerak pada pelayanan pengembangan usaha (BDS), keberlanjutan finansial ini belum ada.

Banyak praktisi yang menyatakan bahwa untuk mendorong inovasi dan pengembangan bagi pengusaha mikro dan kecil, institusi pengembangan usaha (BDS) sangat penting perannya. Oleh sebab itu perlu suatu pengembangan pelayanan bagi institusi pengembangan usaha (BDS) yang dapat menjadikan institusi tersebut mandiri secara ekonomi. Hingga saat ini, langkah-langkah dukungan yang komprehensif dibutuhkan untuk memungkinkan kemandirian ekonomi bagi institusi pengembangan usaha (BDS) .

Pemberian pinjaman lunak bagi pengusaha mikro dan kecil dapat menggantikan pendekatan bantuan hibah secara total. Paket pinjaman lunak dalam jumlah kredit yang kecil dapat ditawarkan pada pengusaha mikro dan kecil atau pada assosiasi pengusaha mikro dan kecil. Akses untuk mendapatkan pinjaman seringkali disebut-sebut oleh pengusaha mikro dan kecil sebagai salah satu tantangan terbesar yang harus dihadapi untuk meningkatkan atau mengembangkan usaha mereka. Pinjaman dapat dilakukan dalam rangka memperluas usaha, misalnya untuk membeli peralatan baru untuk usahanya, menyewa gudang, dan sebagainya sehingga pendapatan akan meningkat dan dengan demikian mereka dapat membayar kembali pinjaman tersebut. Bunga pinjaman harus bisa mencakup biaya operasional pinjaman, namun bunga pinjaman tersebut tetap harus lebih rendah dari tingkat bunga yang diminta sektor informal atau tengkulak. Besarnya pinjaman ini harus memenuhi permintaan pengusaha mikro dan kecil dan sesuai dengan kemampuan mereka untuk membayar kembali. Pinjaman bukan satu-satunya cara untuk memperluas usaha, ada banyak macam pelayanan keuangan mikro, misalnya melalui program kredit untuk alat (

microleasing), program menabung dan lain sebagainya.

**Konsep
Penilai Pasar
Secara Cepat**

Penilaian pasar (*market appraisal*) adalah pelayanan yang sangat dibutuhkan dan dilakukan oleh perusahaan-perusahaan besar secara rutin. Namun demikian tidak kalah pentingnya, para pengusaha mikro dan kecil mampu mempelajari bagaimana melakukan penilaian pasar sendiri dalam skala kecil setelah pelatihan tiga hari tentang penilaian pasar secara cepat. Dari pengalaman program FIT ILO, Penilaian Pasar Secara Cepat (*Rapid Market Appraisal*) awalnya ditujukan kepada pengusaha mikro dan kecil. Pada perkembangannya, target pelatihan bukan lagi hanya terbatas kepada pengusaha mikro dan kecil, namun juga bagi para pelatih dibidang kewirausahaan dalam rangka untuk menjawab permintaan pasar. Penilaian pasar secara cepat adalah metode yang telah dikenal oleh pengusaha mikro dan kecil sebagai cara yang berharga untuk menemukan gagasan-gagasan produk baru yang sesuai dengan permintaan pasar.

Penilaian pasar secara cepat membantu para pengusaha mikro dan kecil untuk mengembangkan produk yang dapat dipasarkan dan membuat mereka menjadi lebih peka akan pentingnya pemasaran. Kebanyakan pengusaha mikro dan kecil cenderung berkuat pada produksi barang atau jasanya saja. Mereka cenderung mendapatkan gagasan produk dari pesaingnya sampai pasar menjadi jenuh dengan sejumlah besar produsen yang memproduksi barang yang sama dan saling berkompetisi untuk pasar yang sama. Pengusaha mikro dan kecil cenderung mencari konsumen atas dasar hubungan pribadi seperti kerabat dan teman dan bukannya menggunakan produk yang inovatif untuk menarik konsumen baru. Para perempuan pengusaha mikro di Aceh bahkan hanya membuat produknya berdasarkan pesanan dari teman dan kerabatnya saja, sehingga keuntungan usaha sangat terbatas karena produksi sangat tergantung dari jumlah pesanan. Pada umumnya pengusaha mikro dan kecil jarang menanyakan kepada konsumennya bagaimana mereka dapat memperbaiki barang atau jasa produk mereka. Penilaian pasar secara cepat membantu pengusaha mikro dan kecil untuk menyadari kebutuhan dan kesempatan yang ada di pasar. Ketika konsumen dan informan kunci menjadi sumber informasi, gagasan untuk produk baru yang lebih baik dapat dieksplorasi. Permintaan atas produk dapat dikaji kembali sehingga hanya produk yang mempunyai peluang pasar yang bagus yang akan diproduksi dan dengan demikian para pengusaha ini mulai menyadari pentingnya mengutamakan konsumen dan berkomunikasi secara aktif dengan mereka.

**Berdasarkan
Pengalaman
Apa Buku
Panduan Ini
Disusun?**

Program FIT ILO telah mensponsori banyak pelatihan penilaian pasar secara cepat di Kenya, Ghana, Uganda, dan Tanzania selama empat tahun terakhir. Pelatihan ini juga dilakukan di Propinsi Nanggroe Aceh Darussalam (NAD), Indonesia. Setelah menjalani pelatihan penilaian pasar secara cepat, sejumlah peserta dari organisasi yang bergerak bagi pengembangan wirausaha dan peserta yang merupakan pelatih profesional telah melakukan pelatihan penilaian pasar secara cepat dengan cara mandiri, tanpa dukungan finansial dari program FIT ILO. Di Aceh, organisasi-organisasi yang pernah mendapatkan pelatihan pasar secara cepat dari program WED ILO Aceh, juga melakukan pelatihan serupa bagi perempuan pengusaha binaan dari masing-masing organisasi, misalnya Beujroh dan HMI. Ratusan pengusaha mikro dan kecil yang telah dilatih penilaian pasar secara cepat di Kenya, Uganda, Ghana dan Tanzania telah dievaluasi secara formal.

***Bagaimana
Buku
Panduan ini
Disusun?***

Bab 2 memaparkan tentang memfasilitasi pelatihan penilaian pasar secara cepat. Setelah pelatihan, institusi-institusi pengembangan usaha (BDS) mendata kembali dampak apa yang didapatkan oleh para pengusaha mikro dan kecil dari keikutsertaannya dalam pelatihan tersebut dan apakah ada permintaan untuk melakukan pelatihan ini. Para calon pelatih wirausaha dan organisasi yang bergerak pada bidang wirausaha juga ingin tahu apakah ada permintaan untuk pelatihan ini. Para pengusaha mikro dan kecil juga ingin mengetahui lebih lanjut apakah pelatihan ini sesuai dengan waktu, uang dan usaha yang harus diberikan dan keuntungan-keuntungan apa yang dapat dicapai setelah mengikuti pelatihan tersebut.

Bab 3 memberikan pendekatan langkah demi langkah untuk melakukan pelatihan penilaian pasar secara cepat. Penekanannya diletakkan pada pelatihan bagi para pelatih yang pada gilirannya akan melatih pengusaha mikro dan kecil dengan harapan mendapatkan keuntungan finansial dari jasa memberikan pelatihan tersebut.

Bab 4 akan memberikan petunjuk tentang monitor dan evaluasi pelatihan dan memberikan saran-saran untuk inovasi-inovasi di masa depan.

Bab 2. Manfaat dari Penilaian Pasar Secara Cepat

Dampak Kuantitatif

Semua pengusaha yang mengikuti pelatihan dan mempraktekkan penilaian pasar secara cepat melaporkan adanya peningkatan penjualan. Sayangnya evaluasi sampai saat ini belum berusaha mengkuantifikasi jumlah keuntungan yang didapatkan dari peningkatan penjualan ini. Untuk melakukan kalkulasi dengan akurat, diperlukan kelompok kontrol yang belum pernah mengikuti pelatihan dan melakukan penilaian pasar secara cepat sebagai pembanding. Dampak kuantitatif lain bagi peserta pelatihan penilaian pasar secara cepat yang dapat diukur adalah adanya peningkatan jumlah konsumen. Persentase kenaikan hingga sejauh ini juga belum diukur secara mendetail. Mengukur manfaat secara kuantitatif memang tidak mudah. Mengukur manfaat secara spesifik yang didapatkan pasca pelatihan penilaian pasar secara cepat berarti harus memisahkannya dari faktor kecenderungan ekonomi secara keseluruhan yang berpengaruh pada dunia wirausaha.

Cara lain untuk mengukur dampak pelatihan penilaian pasar secara cepat secara kuantitatif adalah dengan mengamati berapa jumlah uang yang bersedia dibayarkan oleh pengusaha mikro dan kecil untuk bisa berpartisipasi dalam pelatihan (dan jumlah ini merupakan sekian persen dari pendapatan mereka). Institusi pengembangan usaha di Uganda menemukan bahwa para pengusaha mikro dan kecil bersedia mengalokasikan sejumlah besar dari pendapatannya untuk bisa mengikuti pelatihan penilaian pasar secara cepat terutama setelah mereka melihat manfaat pelatihan ini bagi para pesaingnya yang telah mengikuti pelatihan tersebut. Keinginan untuk menginvestasikan sejumlah uang untuk mengikuti pelatihan penilaian pasar secara cepat adalah indikator yang jelas tentang nilai pelatihan ini bagi para pengusaha mikro dan kecil mengingat pada umumnya mereka tidak memiliki banyak kelebihan uang, apa lagi untuk diinvestasikan secara tidak bijaksana. Perlu dicatat bahwa kemauan untuk menginvestasikan uang dan waktu adalah merupakan indikasi penting dari adanya permintaan untuk menyelenggarakan pelatihan penilaian pasar secara cepat. Pengusaha mikro dan kecil pada umumnya memperkerjakan karyawan dalam jumlah yang kecil dan harus melakukan sendiri banyak tugas untuk menjaga kelangsungan jalannya usaha. Mereka tidak memiliki banyak waktu luang kecuali bila waktu tersebut dihabiskan untuk sesuatu yang dapat mengembalikan investasi waktu tersebut.

Dampak Kualitatif

Pada umumnya para pengusaha yang mengikuti pelatihan penilaian pasar secara cepat melaporkan adanya peningkatan keterampilan, setelah pelatihan mereka dapat melakukan sendiri penelitian pasar dan pengembangan produk. Di Aceh, sebagian besar peserta pelatihan penilaian pasar secara cepat mengatakan bahwa mereka tidak pernah melakukan penilaian pasar secara cepat sebelumnya karena mereka tidak memiliki ketrampilan dan pengetahuan untuk melakukannya. Para pengusaha mikro dan kecil juga melaporkan bahwa ada peningkatan kesadaran atas kebutuhan untuk mencari konsumen, memajang produk, dan menghargai para konsumen serta mengutamakan kebutuhan mereka. Kesadaran atas kebutuhan untuk pemasaran semakin meningkat. Hasilnya, produk-produk dikembangkan atau dimodifikasi agar memenuhi permintaan pasar dan kualitas produkpun meningkat. Bahkan setelah menerapkan penilaian pasar secara cepat komunikasi dengan konsumen dan informan kunci terus berlanjut dan saran yang mereka berikan membantu untuk memperbaiki produk secara terus menerus. Perbaikan produk ini kemudian memicu naiknya penjualan dan naiknya jumlah tenaga kerja yang dibutuhkan dalam usahanya.

Evaluasi pelatihan terhadap 22 anggota asosiasi Kamukunji menunjukkan bahwa 80 persen dari mereka yang disurvei telah memperkerjakan dua hingga lima tenaga kerja baru dalam usahanya setelah mengikuti pelatihan dan mempraktekkan penilaian pasar secara cepat.

Bab 3. Mengorganisir dan Melaksanakan Penilaian Pasar Secara Cepat

Langkah Awal:	Pelatihan ini akan mempertemukan beberapa pengusaha mikro dan kecil dari sektor yang sama dan dengan begitu peserta mempunyai kesempatan untuk belajar satu sama lain.
Perencanaan Permulaan	Beberapa manfaat yang didapatkan adalah teknologi dan kontak usaha, termasuk teknik produksi baru, informasi tentang alat dan suku cadang, informasi tentang pemasok bahan baku dan tanggapan dari sesama peserta untuk memperbaiki produk yang peserta miliki.
Siapa Target Peserta Pelatihan?	Konsumen baru adalah manfaat pelatihan penilaian pasar secara cepat yang sering kali terjadi. Semua yang disurvei melaporkan adanya peningkatan jumlah konsumen. Peserta belajar untuk mendapatkan konsumen baru baik itu dengan secara aktif mencari atau dengan cara meningkatkan kualitas produknya.

Setelah pelatihan penilaian pasar secara cepat, saya mengunjungi Neusu dan Keutapang dimana saya mendapatkan konsumen baru. Saya juga menjalin komunikasi secara aktif dengan konsumen di Lhokseumawe, terutama melalui pertemuan atau kegiatan sosial.
(Cut Nurlaila, Asosiasi Perempuan Pengusaha Aceh)

Semua peserta juga melaporkan adanya peningkatan komunikasi dengan konsumen mereka dan mengakui bahwa umpan balik dan saran dari konsumen dan informan kunci sangat penting untuk pengembangan produk mereka. Hal positif lain yang didapatkan adalah cara berkomunikasi dengan konsumen secara sopan dan strategi untuk memuaskan konsumen.

Semua pengusaha mikro dan kecil yang disurvei paska pelatihan melaporkan adanya kontak-kontak usaha baru yang didapat setelah mengikuti pelatihan, termasuk pemasok bahan baku, organisasi non pemerintah yang bergerak untuk pengembangan kewirausahaan dan informasi tentang pasar baru untuk produknya. Empat puluh persen peserta pelatihan melaporkan bahwa mereka mendapatkan gagasan pemasaran baru, terutama dari sesama peserta dan hingga saat ini mereka masih saling berkomunikasi satu sama lain. Indikasi adanya perbaikan manajemen usaha juga dikemukakan oleh para peserta. Hal ini secara tidak langsung dipelajari selama pelatihan berlangsung atau dari para pengusaha mikro dan kecil lainnya pada saat berbagi pengalaman dalam pelatihan.

Beberapa pengusaha mikro dan kecil menyatakan ada kemajuan dalam sistem pembukuan usaha, pengendalian stok, dan pengelolaan usaha pada umumnya. Semua yang disurvei melaporkan pembukuan dan dokumentasi yang lebih baik bagi usahanya. Sebagaimana yang dinyatakan oleh salah satu pengusaha:

Saya telah belajar untuk membedakan uang untuk usaha dan uang dari sumber-sumber lain. Untuk membuat usaha menguntungkan dan berkelanjutan, saya telah merancang pemberian insentif bagi para pegawai saya

(Mustafa Kudri, Pengusaha Batako, Banda Aceh)

Semua pengusaha yang disurvei juga melaporkan adanya peningkatan kepercayaan diri dan peningkatan wawasan. Beberapa pengusaha yang telah dilatih juga menemukan pemecahan masalah atas usaha yang selama ini mereka hadapi.

Jelas bahwa pelatihan penilaian pasar secara cepat adalah pelatihan yang sangat berguna bagi para pengusaha mikro dan kecil. Pelatihan ini adalah investasi yang sangat berharga, hanya membutuhkan tiga hari saja, dan biaya pelatihan tidak mahal. Di Bab berikutnya kita akan menggali bagaimana mengatur dan melaksanakan pelatihan penilaian pasar secara cepat.

Periode perencanaan merupakan hal yang penting bagi anda, para pelatih, dalam menyiapkan diri untuk melaksanakan pelatihan ini. Ini juga saat yang penting bagi para pengusaha untuk menyadari kesempatan-kesempatan yang ditawarkan dalam pelatihan penilaian pasar secara cepat. Pertanyaan pertama yang harus dijawab adalah target peserta pelatihan. Pelatihan ini tidak mensyaratkan semua peserta yang terdiri dari pengusaha mikro dan kecil berasal dari subsektor yang sama karena adanya kekhawatiran akan adanya persaingan dengan pengusaha lain yang bergerak di bidang yang serupa. Namun, mempertemukan pengusaha dari subsektor yang sama memiliki banyak keuntungan dan dalam buku panduan ini kita akan mengasumsikan bahwa para peserta pelatihan dari satu atau dua subsektor yang sama. Bila mereka dari satu atau dua subsektor yang sama, ada berbagai manfaat, yakni diantaranya adalah membangun jaringan kerja, mendapatkan gagasan baru dan membangun kepercayaan diri. Bila memungkinkan, untuk meminimalisir persaingan antar pengusaha mikro dan kecil, maka dapat dicoba untuk mengumpulkan para pengusaha dari berbagai lokasi (namun dari subsektor yang sama).

Pada umumnya pelatihan penilaian pasar secara cepat dilaksanakan untuk para pengusaha yang sudah menjalankan usahanya. Dengan kata lain, usaha mereka setidaknya sudah berumur satu tahun. Walaupun pengusaha yang baru memulai usahanya akan mendapatkan manfaat dari pelatihan penilaian pasar cepat, namun kebutuhan pengusaha yang baru memulai usaha mencakup berbagai aspek pelayanan lainnya sehingga mereka harus mempertimbangkan berbagai masalah ketika merancang barang atau jasa apa yang akan ditawarkan pada konsumen.

Bagi para pelatih, penilaian pasar secara cepat adalah produk pelatihan untuk dipasarkan pada konsumen atau klien potensial. Konsumen pelatihan ini adalah organisasi non pemerintah atau asosiasi pengusaha kecil dan mikro. Untuk melakukan pelatihan bagi pelatih, kelompok target pesertanya sudah ditentukan, setidaknya sebagian, oleh klien. Tidak terlalu sulit memasarkan pelatihan penilaian pasar secara cepat pada organisasi atau institusi yang mendorong pada pengembangan kewirausahaan, dan organisasi-organisasi tersebut memang membutuhkan penilaian pasar cepat sebagai salah satu upaya untuk membantu kelompok dampingan mereka agar bisa mengembangkan usaha yang lebih baik.

***Memasarkan
Pelatihan
Penilaian
Pasar Secara
Cepat***

Untuk mengurangi ketergantungan kepada donor dan meningkatkan aspek keberlanjutan dari pelatihan ini, lebih baik pelatihan dipasarkan langsung kepada pengusaha mikro dan kecil. Pada Bab 2 ada beberapa contoh manfaat pelatihan ini. Daftar manfaat pelatihan ini dapat digunakan untuk memasarkan pelatihan penilaian pasar secara cepat. Pemasaran dengan cara bertatap muka dengan klien atau konsumen adalah cara yang paling efektif, namun pelatihan ini juga bisa dipasarkan kepada pengusaha mikro dan kecil yang buta huruf. Metode lainnya mencakup iklan melalui selebaran, poster, pengumuman di tempat

umum dan pemberian insentif. Insentif dapat mencakup potongan harga khusus untuk pelatihan pengenalan. Anda juga bisa menjalin kerjasama dengan organisasi-organisasi yang bergerak pada pengembangan usaha mikro dan menengah dan mengajukan usulan agar organisasi tersebut membiayai lima puluh persen dari biaya pelatihan pertama sebagai penawaran khusus kepada pengusaha mikro dan kecil. Berita dari mulut ke mulut yang tersebar mengenai manfaat pelatihan penilaian pasar secara cepat akan mendatangkan klien-klien baru begitu para pesaing usaha dari para peserta pelatihan melihat manfaat dari pelatihan ini. Dengan berbagai strategi ini, maka organisasi non pemerintah dan organisasi yang mendorong mengembangkan usaha kecil tidak bisa mendistorsi pasar untuk pelatihan penilaian pasar secara cepat.

Pilihan lainnya adalah untuk mengadakan pelatihan penilaian pasar secara cepat bagi para pelatih, baik itu untuk pelatih yang sudah mapan, calon pelatih, atau pelatih dari institusi pengembangan usaha (BDS). Biasanya di suatu kelompok masyarakat, terdapat orang-orang yang memiliki kemampuan menjadi pelatih atau seseorang dengan ketrampilan kepemimpinan yang bagus. Memberikan ketrampilan penilaian pasar secara cepat kepada mereka akan mendorong proses pembelajaran yang berkelanjutan pada masyarakat setempat dan memberikan kesempatan bagi mereka untuk mendapatkan sumber pendapatan baru dengan cara melatih pengusaha mikro dan kecil untuk penilaian pasar secara cepat. Metode ini telah sukses diterapkan oleh FIT ILO di Uganda. Pelatih lokal atau organisasi yang bergerak dalam bidang kewirausahaan mendaftar setelah diumumkan melalui iklan di koran-koran nasional. Di dalam iklan disebutkan bahwa pelatihan ini diperuntukkan bagi para pelatih potensial sebagai peluang usaha untuk menjadi bagian dari penyelia jasa bagi pengembangan usaha secara profesional. FIT ILO menyediakan lima puluh persen biaya pelatihan untuk para peserta pelatihan pertama. Mereka yang telah mendapatkan pelatihan penilaian pasar secara cepat sekembalinya dari pelatihan mulai menawarkan pelatihan ini dan juga pelatihan keterampilan usaha lainnya kepada para pengusaha mikro dan kecil di daerahnya masing-masing.

***Panduan
Umum untuk
Pelatihan***

Pengalaman FIT dan WED ILO menyarankan panduan-panduan umum dibawah ini dalam mengadakan pelatihan penilaian pasar secara cepat:

- Pelatihan ini dirancang untuk berlangsung selama tiga hari, diadakan dalam tiga babak, tiap babak berlangsung selama empat jam. Pelatihan ini pendek dan berlangsung hanya setengah hari tiap harinya, agar pengusaha mikro dan kecil tidak perlu mengambil waktu terlalu banyak dari kegiatan rutinnnya. Pengusaha mikro dan kecil biasanya sibuk dan tidak dapat meluangkan terlalu banyak waktu. Mengadakan pelatihan ini dalam setengah hari memungkinkan pengusaha mikro dan kecil untuk mengelola usahanya terlebih dahulu.
- Pelatihan ini dirancang untuk 10 hingga 15 peserta. Lebih dari 20 peserta akan membutuhkan lebih dari tiga hari pelatihan, sementara kurang dari 10 peserta akan membuat peserta tidak mungkin untuk mendapatkan manfaat penuh, misalnya dalam diskusi kelompok. Walaupun jika jumlah peserta kurang dari sepuluh maka tiap peserta bisa mendapatkan perhatian yang lebih banyak.

- Pelatihan sebaiknya diadakan di lokasi yang tidak terlalu jauh dari tempat usaha para peserta. Namun lokasi pelatihan tidak boleh terlalu dekat dengan lokasi usaha para peserta karena akan membuat peserta terganggu dengan pegawai dan konsumennya. Ruangan yang digunakan harus cukup besar untuk mengakomodasi semua peserta dengan nyaman. Bila tidak ada meja dan kursi, tikar atau karpet dapat digunakan. Peserta harus duduk sedemikian rupa agar dapat saling melihat satu sama lain, misalnya dengan formasi lingkaran ataupun berbentuk U. Kertas plano, metaplan, pulpen, spidol, papan plano atau papan tulis harus tersedia untuk pelatih.
- Apabila anda melatih pengusaha mikro dan kecil, mintalah mereka untuk membawa contoh produk masing-masing sehingga selama proses pelatihan para peserta mendapatkan saran dan pendapat untuk mengembangkan produk baru yang inovatif berdasarkan produk lama yang diproduksinya.
- Para peserta harus menunjuk seseorang untuk menjadi notulen selama lokakarya atau pelatih harus mempekerjakan seorang notulen selama proses pelatihan. Para peserta seharusnya tidak mencatat sendiri sehingga mereka dapat berpartisipasi sepenuhnya dalam diskusi kelompok.
- Penentuan waktu untuk pelatihan bagi pengusaha mikro dan kecil harus disesuaikan dengan waktu luang mereka berdasarkan siklus usahanya masing-masing. Dengan demikian penentuan waktu pelatihan bergantung pada musim dan tipe usaha yang dijalani oleh para peserta tersebut.

Metodologi Pelatihan

Peserta pelatihan perlu berpartisipasi dengan konsentrasi penuh dan terlibat secara aktif dalam diskusi dan latihan agar benar-benar paham. Pelatih didorong untuk mencari metodologi yang kreatif agar setiap peserta pelatihan dapat berpartisipasi secara penuh. Penggunaan permainan dengan menggunakan gerak tubuh secara rutin selama pelatihan dapat membantu proses belajar. Pelatih disarankan untuk menggunakan permainan yang membantu peserta untuk saling mengenal, dan permainan pembangkit semangat yang membantu peserta untuk berkonsentrasi kembali, menghilangkan bosan dan kantuk ketika konsentrasi kelas sedang menurun. Permainan pembangkit semangat bisa merupakan kegiatan apa saja yang membuat orang bergerak aktif, misalnya menyanyi atau melakukan gerakan tubuh. Dalam memberikan materi, pelatih harus melakukan komunikasi dua arah melalui pertanyaan-pertanyaan yang dilontarkan kepada peserta dan mengajak keterlibatan setiap peserta dan bukan berkomunikasi satu arah seperti penceramah. Para pelatih tidak boleh memberikan jawaban melainkan membantu peserta untuk berpikir sendiri, menggunakan bahasa yang sederhana dan konstruktif.

Pelatih harus mendorong peserta yang pendiam untuk mengungkapkan pendapatnya dan pelatih harus pula mendorong peserta yang cenderung mendominasi forum untuk belajar mendengarkan peserta lain. Ucapkan kembali dengan cara yang berbeda kata-kata yang diucapkan peserta ketika peserta mengajukan pendapat atau saran. Tulislah atau ulangi dihadapan peserta. Jangan pernah melecehkan pendapat peserta dan dengan penuh perhatian dengarkanlah pertanyaan, pengamatan dan saran peserta. Diskusi membantu

peserta untuk berpikir secara kreatif. Jelaskan peraturan berdiskusi:

- Tujuannya adalah kuantitas, bukan kualitas. Pikirkan semua pemecahan masalah yang mungkin diambil, apapun itu.
- Jangan mengomentari atau mengkritik gagasan atau saran siapapun.
- Bercanda tidak apa-apa. Tertawa didukung.

Pelatihan selama tiga hari ini terdiri dari pemberian materi, kerja kelompok melalui diskusi kelompok dan praktek lapangan. Semua peserta mempunyai kesempatan untuk melaporkan dan mempresentasikan hasil temuan praktek lapangan kepada forum. Bila peserta pelatihan lebih dari 15 orang, mungkin perlu untuk memperpanjang pelatihan selama satu hari.

Hari 1, Langkah 1: Perkenalan Peserta untuk Mencairkan Suasana

Perkenalan dan Mencairkan Suasana



Tujuan

- agar suasana lebih akrab dan peserta saling mengenal satu sama lain dan bekerjasama dalam kelompok lebih baik

Peserta pelatihan akan dapat bekerja sama dalam kelompok dengan efektif bila mereka merasa nyaman satu sama lain. Bila pelatihan dilakukan khusus untuk satu asosiasi atau organisasi, maka peserta pelatihan anda mungkin telah mengenal satu sama lain, namun latihan-latihan ini masih dapat membantu untuk menghasilkan dinamika kelompok yang konstruktif. Metodologi perkenalan yang menyenangkan dapat mencairkan suasana dan membantu meningkatkan semangat belajar serta menambah keakraban sesama peserta pelatihan. Latihan apapun yang membuat orang-orang lebih akrab satu sama lain dapat digunakan.



Pengaturan Ruangan

- Tanpa kursi tanpa meja



Bahan-Bahan Yang Diperlukan

- Tiga buah bola warna warni



Waktu

- 30 menit



Langkah-Langkah

- Inilah beberapa contoh permainan yang bisa dilakukan:
 - a. Mintalah setiap orang berhitung lalu mintalah mereka berpasang-pasang. Setiap orang akan menanyakan mitranya beberapa pertanyaan seperti dari mana asalnya, tipe usaha yang dijalankannya, apa yang paling ingin ia pelajari, saat yang paling memalukan dalam hidupnya, prestasinya yang paling besar dan lain-lain. Setelah beberapa saat mintalah tiap pasang untuk saling mengenalkan mitranya keseluruhan kelas dengan mengutip informasi yang didapatkan.
 - b. Mintalah orang untuk mengenalkan satu sama lain, dengan membuat kalimat yang terdiri dari kata-kata yang diawali huruf yang sama. Misalnya: "Saya Pandi Peunayong dan saya pembuat pigura" atau "Saya Tazmah tinggi dan saya tukang tenun". Kalimat-kalimat ini akan membantu orang untuk mengingat nama-nama yang lain.
 - c. Secara berurutan dalam lingkaran dan perkenalkan diri anda dan peserta lain yang memperkenalkan diri sebelumnya, misalnya peserta pertama mengatakan "Saya Zaenal" dan peserta berikutnya, "Saya Marlina dan dia Zaenal", dan peserta berikutnya "Saya Laila, dan mereka Marlina dan Zaenal". Peserta terakhir harus

menyebutkan nama semua peserta. Bila ada yang salah maka peserta ini harus pindah ke akhir lingkaran untuk mendapatkan kesempatan kedua yang lebih sulit.

- d. Mintalah peserta berdiri dalam satu lingkaran bersama anda. Lemparkan sebuah bola ke salah satu peserta dan sebutkan namanya sebelum melempar bola. Minta peserta yang menerima bola tersebut melemparkan bola ke peserta lain sambil menyebutkan nama peserta tersebut. Lakukan terus menerus hingga semua peserta mendapatkan bola tersebut. Peserta yang sudah mendapatkan lemparan bola tidak boleh menerima bola kembali, sehingga semua mendapat giliran menerima dan melempar bola. Lakukan selama beberapa menit dalam beberapa kali putaran lalu minta peserta melakukannya lagi dengan lebih cepat. Setelah perputaran bola lancar, gunakan bola kedua dan ketiga dalam permainan ini.

Hari 1, Langkah 2: Identifikasi Harapan, Kekhawatiran

Identifikasi Harapan dan Kekhawatiran



Tujuan

- Pelatih mengetahui apakah harapan dari peserta pelatihan sesuai dengan tujuan pelatihan ini.
- Identifikasi kekhawatiran agar pelatih mengetahui kendala-kendala yang mungkin timbul selama pelatihan dan melakukan langkah-langkah untuk mengantisipasi kendala tersebut sehingga kekhawatiran tersebut tidak menjadi kenyataan

Pada topik ini pelatih akan memberikan presentasi tujuan dari pelatihan penilaian pasar secara cepat dan menjelaskan struktur pelatihan, metodologi dan jadual pelatihan ini. Anda perlu melakukan identifikasi harapan peserta atas apa yang akan pelajari dalam pelatihan ini dan kekhawatiran atau kendala yang dimiliki oleh peserta untuk mencapai harapan tersebut, misalnya kekhawatiran peserta akan datang terlambat atau peserta akan mengantuk selama pelatihan



Pengaturan Ruangan

- Meja peserta disusun berbentuk U



Bahan-Bahan Yang Diperlukan

- Kertas metaplan dua warna yang berbeda, merah dan biru, spidol, selotip, papan menggantung kertas plano, gunting



Waktu

- 30 menit



Langkah-Langkah

- a. Jelaskan tujuan identifikasi harapan dan kekhawatiran
- b. Gunakan alat bantu kertas metaplan dua warna yang berbeda untuk melakukannya. Bagikan pada tiap peserta dua kertas metaplan, satu berwarna merah dan satu

**Peraturan
yang
Mengatur
Ketertiban
Pelatihan**

- berwarna biru dan sebuah spidol warna hitam.
- Minta peserta menuliskan harapan pada kertas metaplan biru dan kekhawatiran pada kertas metaplan merah.
 - Lalu minta peserta yang telah selesai menulis jawabannya untuk menempelkan metaplan tersebut pada papan yang terlihat oleh semua peserta berdasarkan lajur, lajur kiri untuk harapan dan lajur kanan untuk kekhawatiran.
 - Minta peserta untuk mengelompokkan masing-masing pendapat peserta yang tertera dalam metaplan berdasarkan pendapat yang mirip atau sama.

Hari 1, Langkah 3: Menetapkan Norma Belajar



Tujuan

- Pelatihan akan berlangsung lebih lancar bila ada kesepakatan bersama tentang norma belajar yang mengatur ketertiban selama pelatihan.
- Mengantisipasi kekhawatiran-kekhawatiran peserta atas kendala yang mungkin dihadapi sepanjang proses pelatihan

Partisipasi setiap peserta dalam pembuatan kesepakatan bersama ini akan mengawali partisipasi penuh dari peserta pada hari-hari berikutnya. Peraturan ketertiban dapat mencakup ketepatan waktu, mengangkat tangan bila ingin bicara atau tidak memotong peserta lain yang sedang berbicara, mengubah nada dering telepon genggam peserta menjadi getar sehingga tidak mengganggu konsentrasi peserta lain selama proses kegiatan belajar mengajar. Anda bisa menetapkan sanksi atas kesepakatan bersama untuk peserta yang melanggar peraturan atau untuk mengantisipasi hal-hal yang dikhawatirkan oleh peserta menjadi kenyataan, misalnya bagi peserta yang terlambat akan bertanggung jawab untuk membuat permainan ketika kelas sedang jenuh dan konsentrasi peserta menurun. Anda juga bisa menunjuk seseorang yang akan berkewajiban untuk menjaga ketepatan waktu selama pelatihan atau hal-hal lainnya.



Pengaturan Ruangan

- Bentuk U



Bahan-Bahan Yang Dibutuhkan

- Kertas plano, papan untuk menggantung plano, spidol, double tape, gunting



Waktu

- 30 menit



Langkah-Langkah

- Sebutkan manfaat dari membuat aturan belajar yang disepakati bersama oleh semua peserta
- Mintalah para peserta untuk mengusulkan peraturan-peraturan yang disepakati bersama yang akan berlaku selama pelatihan berlangsung.
- Tuliskan dalam selembar kertas plano semua usulan peserta dengan menggunakan

- spidol.
- d. Gantungkan aturan ketertiban belajar tersebut pada tempat yang mudah dilihat peserta setiap harinya agar peserta mengetahui, mengingat dan mematuhi kesepakatan tersebut

Hari 1, Langkah 4: Memperkenalkan Analisa Sederhana atas Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Tantangan Suatu Produk

Memperkenalkan Analisa Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Tantangan Suatu Produk



Tujuan

- Peserta mampu melakukan analisa sederhana dari suatu produk berdasarkan kekuatan, kelemahan, peluang dan tantangan

Produk yang baik adalah produk yang dapat menjawab kebutuhan konsumennya. Produk tersebut akan memecahkan masalah yang sedang dihadapi konsumen. Bila konsumen cukup menyukai produk tersebut, maka mereka akan membelinya. Dan jika ini terjadi, artinya ada **permintaan pasar** untuk produk tersebut. **Pasar** merujuk pada semua kegiatan perdagangan yaitu semua pembelian dan penjualan barang dan jasa yang menciptakan suatu pasar. Permintaan merujuk pada kenyataan bahwa ada cukup konsumen yang membutuhkan dan bersedia mengeluarkan sejumlah uang untuk membelinya. Untuk memutuskan apakah suatu produk memenuhi permintaan pasar, diperlukan suatu penilaian yaitu seberapa bagus suatu produk dalam menjawab kebutuhan atau memecahkan masalah.



Pengaturan Ruangan

- Meja disusun berbentuk U dengan sebuah meja kecil ditengah-tengahnya.



Bahan-Bahan Yang Diperlukan

- Salah satu produk yang diproduksi peserta pelatihan, sebuah meja kecil, kertas plano, kertas metaplan, double tape, gunting



Waktu

- 60 menit



Langkah-Langkah

- a. Sebut manfaat dari melakukan analisa sederhana atas suatu produk, baik dari sisi kekuatan, kelemahan, peluang dan tantangan
- b. Lakukan simulasi permainan tebak harga untuk pengantar analisa produk.
 - Untuk melakukan permainan tebak harga, letakkan meja di tengah ruangan dan letakkan salah satu produk peserta pelatihan sehingga semua peserta pelatihan dapat melihat produk tersebut dengan jelas.
 - Minta produsen produk tersebut berdiri disamping meja kecil tersebut. Bagikan kartu metaplan dua warna dan sebuah spidol kepada tiap peserta pelatihan.
 - Bagi peserta pelatihan dalam tiga kelompok dengan cara berhitung satu sampai

tiga.

- Bagikan pada tiap kelompok dua kertas metaplan, satu berwarna merah dan yang lainnya berwarna hijau. Minta tiap kelompok berdiskusi tentang :berapa rupiah mereka bersedia membeli/ membayar untuk produk tersebut. Dan berapa jumlah produk tersebut yang mereka bersedia beli.
 - Minta tiap kelompok untuk menuliskan jawabannya pada kertas metaplan. Gunakan kertas metaplan merah untuk menjawab harga dan gunakan kertas metaplan hijau untuk menjawab jumlah.
 - Semua peserta boleh maju kedepan untuk menyentuh produk tersebut, meraba dan bahkan mendapatkan informasi lebih jauh tentang produk tersebut dari si produsen yang berdiri di samping produknya. Semua informasi boleh ditanyakan kepada si produsen kecuali harga produksi dan harga jual barang tersebut.
 - Setelah kelompok selesai berdiskusi dan menuliskan jawabannya pada kertas metaplan, minta masing-masing perwakilan kelompok untuk menempelkan kartu metaplan pada papan plano.
 - Berikan kertas metaplan pada si produsen produk tersebut untuk menuliskan harga jual dari produk tersebut.
 - Review dari hasil tersebut, kelompok mana yang jawabannya paling mendekati harga jual produk tersebut? Bandingkan kelompok mana yang menjawab terlalu mahal dan kelompok mana yang menjawab harga lebih murah dari harga jual.
- c. Lakukan analisis kekuatan produk tersebut dengan menanyakan kepada kelompok yang menjawab harga lebih mahal dari harga jual. Tanyakan apa kekuatan dan kelebihan produk tersebut sehingga mereka bersedia membayar lebih mahal. Identifikasi semua jawaban peserta sebagai kekuatan dari produk dan tuliskan dalam selembar kertas plano. Kepada kelompok yang menjawab harga lebih murah dari harga jual, tanyakan apa alasannya. Identifikasi jawaban peserta sebagai kelemahan dari produk tersebut. Tanyakan pada peserta mengapa mereka membeli dalam jumlah tersebut. Apa alasannya tidak membeli lebih banyak atau apa alasannya membeli dalam jumlah banyak? Lalu tanyakan pada produsen kendala atau tantangan apa yang dihadapi oleh produsen. Tuliskan jawaban tersebut pada selembar kertas plano dan tanyakan pada peserta kemungkinan tantangan lain yang dihadapi untuk memasarkan produk tersebut. Tanyakan pada peserta bagaimana mengatasi tantangan tersebut, bagaimana memperbaiki produk dan bagaimanakah peluang bagi produk tersebut.
- d. Jelaskan bahwa ini latihan yang mereka akan ulangi ketika mereka mencoba memutuskan produk mana yang memiliki potensi pasar yang paling baik.

Hari 1, Langkah 5: Definisi Produk

Definisi Produk



Tujuan

- Peserta mengetahui definisi produk



Pengaturan Ruangan

- Berbentuk U



Bahan-bahan yang dibutuhkan

- Kertas metaplan satu warna, spidol, double tape, gunting



Waktu

- 30 menit



Langkah-langkah

- a. Bagikan kertas metaplan warna dan spidol kepada setiap peserta. Masing-masing peserta mendapatkan sebuah kertas metaplan lalu minta mereka menulis definisi produk menurut pendapat peserta.
- b. Tempelkan semua kertas metaplan yang telah diisi oleh peserta ke papan plano agar semua peserta bisa melihat. Kelompokkan kertas metaplan berdasarkan kemiripan isi jawaban.
- c. Buat kesimpulan dengan apa yang dimaksud dengan produk dan bahwa produk mencakup barang dan jasa, bukan hanya barang saja. Tulis kesimpulan tersebut pada kertas plano sehingga semua peserta bisa melihat dengan jelas.

Permintaan Pasar

Hari 1, Langkah 6: Permintaan Pasar



Tujuan

- Peserta mengetahui dampak produk produksi yang sama pada pasar yang sama

Produk memberikan pemecahan masalah. Dalam kasus ini, produk itu bisa saja berupa pelayanan, seperti pengasuhan bayi yang disediakan oleh seorang pekerja ataupun kerabat. Para peserta harus sampai kepada fakta bahwa semakin banyak peserta memproduksi produk yang sama, semakin banyak kompetisi sehingga semakin terbatas pula pangsa pasarnya. Pasar itu seperti kue, semakin banyak kue itu dipotong semakin tipis potongannya. Satu pemecahan masalah untuk terlalu banyaknya kompetisi dalam pasar yang sama adalah dengan menciptakan gagasan produk yang lebih baik atau baru. Dengan begitu anda akan berkompetisi dalam pasar yang cukup terbuka.



Pengaturan Ruangan

- Tanpa kursi, hanya tiga buah meja untuk permainan pedagang beras
- Berbentuk U untuk topik gagasan usaha



Bahan-Bahan Yang Dibutuhkan

10 lembar kartu bertuliskan nilai sejumlah uang, meja kecil, kertas plano, 10 lembar kartu bergambar padi, spidol, selotip, gunting, skenario untuk pembeli beras, skenario untuk pedagang beras.



Waktu

- 60 menit



Langkah-Langkah

- a. Lakukan permainan simulasi satu pedagang beras.
 - Pertama-tama bagilah peserta dalam lima kelompok dengan berhitung satu sampai lima. Kelompok satu dalam simulasi menjadi pedagang beras. Kelompok dua, tiga dan empat akan berperan sebagai pembeli. Kelompok lima sebagai pengamat.
 - Berikan skenario kepada tiap kelompok beserta dengan alat-alat bantu yang dibutuhkan misalnya spidol, kertas plano untuk menulis iklan dan promosi produknya dan juga kartu bergambar padi sebagai simbol beras yang dijual buat kelompok satu. Kepada kelompok konsumen (kelompok dua, tiga dan empat) berikan alat bantu yang dibutuhkan berupa kartu bergambar uang dengan sejumlah nilai uang tertera didalamnya. Kepada kelompok lima berikan alat bantu berupa sebuah kertas plano dan spidol.
 - Lakukan simulasi permainan seorang pedagang beras seperti tertulis dalam skenario masing-masing. Mintalah kelompok lima untuk mencatat dinamika apa yang terjadi dalam proses interaksi antara penjual beras dan pembeli, termasuk diantaranya adalah fluktuasi harga beras dan pelayanan yang diberikan si penjual beras kepada pembeli.
- b. Lakukan permainan simulasi tiga pedagang beras.
 - Mintalah kelompok dua dan kelompok tiga untuk menjadi pedagang beras juga. Bagikan skenario bagi kelompok dua dan tiga, dan mintalah kelompok empat tetap menjadi konsumen, berikan skenario bagi kelompok empat. Mintalah kelompok lima untuk tetap menjadi pengamat.
 - Bagikan kembali alat bantu bagi tiap kelompok. Lalu peserta melakukan permainan simulasi tiga pedagang beras dan minta kelompok lima untuk mencatat dinamika apa yang terjadi, berkaitan dengan dampak terhadap harga, terhadap konsumen, dampak terhadap penjual beras.
- c. Mintalah semua peserta duduk kembali dalam kursi masing-masing dan mintalah perwakilan dari kelompok lima yaitu kelompok pengamat untuk melakukan presentasi hasil pengamatan dari simulasi satu pedagang beras dan tiga pedagang beras kepada seluruh peserta.
- d. Bandingkan hasil pengamatan atas simulasi satu pedagang beras dan tiga pedagang beras, dan tanyakan pada peserta mengapa dampak terhadap harga, konsumen dan produsen berbeda? Lalu simpulkan bahwa semakin banyak produsen pada pasar yang sama akan menyebabkan pasar menjadi jenuh. Untuk itulah maka produsen perlu mencari gagasan untuk produk yang inovatif sehingga pasar tidak menjadi jenuh. Gambarkan bagan ini dalam kertas plano dan jelaskan pada peserta

Apa yang terjadi sekarang:

Produk serupa
Kompetisi yang tinggi
Pendapatan yang rendah

Apa yang diinginkan di masa depan:

Penelitian pasar
Identifikasi produk baru
Peningkatan laba dan pemasukan

Alat bantu

1. Skenario permainan satu pedagang beras
2. Skenario permainan tiga pedagang beras

Permainan Seorang Pedagang Beras: Skenario Untuk Kelompok 1, Pedagang

Anda adalah satu satunya pedagang beras di Meuraxa, Aceh. Semua orang ingin membeli beras pada anda. Sebagai seorang pedagang beras anda berhak menaikkan harga beras anda kapan saja untuk mendapatkan keuntungan sebesar-besarnya. Tujuan dalam permainan ini anda harus mencari untung sebesar-besarnya dan menjual beras anda sampai habis. Gunakan kertas plano dan spidol untuk membantu anda membuat promosi.

Permainan Seorang Pedagang Beras: Skenario Untuk Kelompok 2, Pembeli

Anda beserta keluarga anda harus makan hari ini, sedangkan persediaan beras anda telah habis. Hanya ada satu penjual beras se-kecamatan Meuraxa, Aceh. Anda memiliki uang. Tujuan anda dalam permainan ini adalah mendapatkan beras sebanyak-banyaknya karena beras langka persediaannya.

Permainan Seorang Pedagang Beras: Skenario Untuk Kelompok 3, Pembeli

Anda beserta keluarga anda harus makan hari ini, sedangkan persediaan beras anda telah habis. Hanya ada satu penjual beras se kecamatan Meuraxa. Anda memiliki uang. Tujuan anda dalam permainan ini adalah mendapatkan beras sebanyak-banyaknya karena beras langka persediaannya.

Permainan Seorang Pedagang Beras: Skenario Untuk Kelompok 4, Pembeli

Anda beserta keluarga anda harus makan hari ini, sedangkan beras anda telah habis. Hanya ada satu penjual beras se kecamatan Meuraxa. Anda memiliki uang. Tujuan anda dalam permainan ini adalah mendapatkan beras sebanyak-banyaknya karena beras langka persediaannya.

Permainan Seorang Pedagang Beras: Skenario Untuk Kelompok 5, Pengamat

Amati dinamika interaksi antara kelompok pedagang beras dan kelompok para pembeli. Catat dampak apa yang terjadi pada harga beras, pelayanan penjual beras, strategi penjualan, pedagang dan pembeli. Catat alasan apa yang menyebabkan dampak tersebut bisa terjadi

Permainan Tiga Pedagang Beras: Skenario Untuk Kelompok 1, Pedagang

Dalam satu kampung ada tiga pedagang beras. Anda adalah salah satunya. Gunakan kertas flipchart untuk promosi dan bersaing dengan dua pedagang yang lainnya. Diskusikan strategi pemasaran anda dengan keluarga anda. Tujuan anda dalam permainan ini adalah bersaing dengan dua pedagang beras yang lain, menarik pembeli sebanyak mungkin agar membeli beras anda, menjual beras anda sampai habis dan mendapatkan keuntungan/ laba. Anda boleh mengubah/ menaikkan/ menurunkan harga beras asal anda bisa bersaing dengan dua penjual yang lain dan menjual beras anda sampai habis

Permainan Tiga Pedagang Beras: Skenario Untuk Kelompok 2, Pedagang

Dalam satu gampong (desa) ada tiga pedagang beras. Anda adalah salah satunya. Gunakan kertas plano untuk promosi dan bersaing dengan dua pedagang yang lainnya. Diskusikan strategi pemasaran anda dengan kelompok anda. Tujuan anda dalam permainan ini adalah bersaing dengan dua pedagang beras yang lain, menarik pembeli sebanyak mungkin agar membeli beras anda, menjual beras anda sampai habis dan mendapatkan keuntungan/ laba. Anda boleh mengubah/ menaikkan/ menurunkan harga beras asal anda bisa bersaing dengan dua penjual yang lain dan menjual beras anda sampai habis

Permainan Tiga Pedagang Beras: Skenario Untuk Kelompok 3, Pedagang

Dalam satu gampong (desa) ada tiga pedagang beras. Anda adalah salah satunya. Gunakan kertas plano untuk promosi dan bersaing dengan dua pedagang yang lainnya. Diskusikan strategi pemasaran anda dengan kelompok anda. Tujuan anda dalam permainan ini adalah bersaing dengan dua pedagang beras yang lain, menarik pembeli sebanyak mungkin agar membeli beras anda, menjual beras anda sampai habis dan mendapatkan keuntungan/ laba. Anda boleh mengubah/ menaikkan/ menurunkan harga beras asal anda bisa bersaing dengan dua penjual yang lain dan menjual beras anda sampai habis

Permainan Tiga Pedagang Beras: Skenario Untuk Kelompok 4, Pembeli

Anda beserta keluarga anda harus makan hari ini, sedangkan persediaan beras anda telah habis. Ada banyak penjual beras se kecamatan Meuraxa. Anda memiliki uang, anda menghendaki pelayanan terbaik dan mutu terbaik dari beras yang anda ingin beli. Tujuan anda dalam permainan ini adalah mendapatkan beras dengan harga semurah murahnya dan kualitas dan pelayanan yang sebaik-baiknya.

Permainan Tiga Pedagang Beras: Skenario Untuk Kelompok 5, Pengamat

Amati dinamika interaksi antara kelompok para pedagang beras dan kelompok pembeli. Catat dampak apa yang terjadi pada harga beras, pelayanan oleh penjual beras, strategi penjualan, pedagang dan pembeli. Catat alasan apa yang menyebabkan dampak tersebut bisa terjadi

Hari 1, Langkah 7: Cara Mencari Gagasan Untuk Produk Baru



Tujuan

Peserta mengetahui cara-cara atau dimana bisa mendapatkan inspirasi untuk mendapatkan gagasan bagi produk baru



Pengaturan Ruangan

Berbentuk U



Bahan

Kertas metaplan satu warna, gunting, double tape dan spidol



Waktu

- 30 menit



Langkah-langkah

- Bagikan kertas metaplan satu warna dan spidol kepada semua peserta. Tanyakan pada peserta dimana atau bagaimana biasanya mereka mendapatkan gagasan untuk produk baru. Minta semua peserta menuliskan jawabannya pada kartu metaplan. Satu jawaban untuk satu kartu metaplan, jika peserta ingin menulis banyak gagasan, bagikan tambahan kartu metaplan kepada peserta.
- Mintalah peserta untuk menempelkan kertas metaplan pada papan plano yang terletak didepan kelas, lalu kelompokkan kartu berdasarkan jawaban yang paling mirip.
- Bacakan pendapat tiap peserta yang tertuang dalam kertas metaplan. Tanyakan kepada semua peserta apakah masih ada gagasan lain yang belum masuk atau ada komentar atas jawaban dari peserta yang tertempel.
- Lalu sebutkan bahwa ada kemungkinan-kemungkinan untuk menemukan gagasan yaitu:
 - mengunjungi kota atau negara lain;
 - majalah, jurnal atau buku;
 - pameran perdagangan;

**Cara Mencari
Gagasan
Untuk
Produk Baru**

- memikirkan cara untuk menggunakan sumber daya lokal
 - memikirkan cara untuk menggunakan produk limbah
 - memikirkan kebutuhan konsumen besar misalnya institusi-institusi, petani, dan lain-lain, memikirkan masalah lokal yang membutuhkan pemecahan masalah
 - memikirkan cara untuk memperbaiki produk yang sudah ada;
 - memikirkan cara untuk menggunakan keterampilan atau hobi anda;
 - menanyakan pada konsumen;
 - menanyakan pada para ahli, misalnya institusi peneliti, pengecer, pemasok
- e. Jelaskan bahwa konsumen adalah sumber gagasan usaha yang sangat penting. Gagasan ini hanya dapat berhasil bila konsumen bersedia untuk membayar produk ini.

Hari 1, Langkah 8: Membuat Gagasan Produk Spesifik

Membuat Tiga Gagasan Produk Baru



Tujuan

- Peserta berlatih menemukan beberapa gagasan dan menganalisa gagasan terbaik untuk produknya



Pengaturan Ruangan

- Berbentuk U



Bahan-Bahan Yang Dibutuhkan

- Kertas plano, spidol warna-warni, selotip, gunting, papan plano



Waktu

- 45 menit



Langkah-langkah

- a. Bagilah peserta dalam tiga kelompok dengan cara berhitung satu hingga tiga.
- b. Sekarang katakan kepada masing-masing kelompok bahwa masing-masing harus membuat tiga gagasan produk **BARU**, berbeda dengan produk yang sudah mereka jual.
- c. Minta peserta untuk memikirkan tentang apa yang dapat mereka jual dan mereka memiliki kapasitas untuk memproduksi produk tersebut. Mereka mungkin membuat suatu gagasan yang bukan sama sekali baru, dimana orang sudah memproduksi produk yang sama atau gagasan itu membutuhkan lebih banyak keterampilan, peralatan, atau sumber daya manusia dari yang mereka mampu untuk dapatkan.
- d. Bagikan kertas plano dan spidol warna-warni dan minta masing-masing kelompok harus menggambar tiap produk di atas kertas terpisah. Asumsikan bahwa mereka mempunyai bahannya dan pinjaman yang terbatas untuk membeli bahannya. Bila memungkinkan tulislah kebutuhan yang dipenuhi oleh produk itu.
- e. Setelah para peserta menyelesaikan gambar tersebut, mintalah peserta menulis atau menggambarkan semua aspek negatif dan positif dari produk itu. Aspek positif dapat mencakup: bahan yang tidak mahal dan mudah didapatkan, tidak banyak persaingan,

Menganalisa Gagasan Produk Anda

potensi pasar yang besar, menggunakan keterampilan yang sudah dimiliki MSE, dan waktu produksinya tidak terlalu lama. Aspek negatif dapat mencakup: kurangnya kesadaran tentang manfaat produk tersebut diantara para konsumen, mudah ditiru oleh produser lainnya, terlalu rapuh, dan lain-lain.

- f. Mintalah kelompok tersebut menyimpulkan yang manakah gagasan terbaik untuk produk baru, lalu terbaik no 2 dan terakhir. Gagasan terbaik pertama haruslah yang paling banyak memiliki aspek positif.
- g. Minta perwakilan dari tiap kelompok untuk melakukan presentasi. Setiap kelompok akan memaparkan tentang gagasan terbaik pertama, kedua dan ketiga. Lalu minta peserta lain untuk memberikan tanggapan atau masukan aspek positif dan negatif lain dari produk tersebut (dan cara untuk mengatasi aspek-aspek negatifnya).

Hari 2, Langkah 1: Kilas Balik Hari Sebelumnya

Review Pelajaran Hari Sebelumnya



Tujuan

- Peserta mengingat kembali pelajaran yang didapatkan pada hari sebelumnya



Pengaturan Ruangan

- Berbentuk U



Bahan-Bahan Yang Dibutuhkan

- Tiga buah meja, kartu warna-warni bergambar wajah tersenyum



Waktu

- 30 menit



Langkah-Langkah

- a. Bagilah dalam tiga kelompok dan mintalah anggota kelompok berbaris ke belakang. Yang berbadan terkecil berdiri paling depan, yang paling tinggi berdiri paling belakang. Lalu lakukan kuis dengan pertanyaan yang berisi pelajaran hari kemarin. Semua anggota kelompok berhak menjawab. Setiap jawaban benar, berilah sebuah kartu warna bergambar wajah tersenyum. Minta peserta mengacungkan jari/ tangan sebelum menjawab pertanyaan. Yang paling dulu mengacungkan jari yang berhak mendapat kesempatan untuk menjawab pertanyaan. Apabila peserta tersebut menjawab salah, maka giliran menjawab diberikan kepada orang kedua yang mengacungkan tangan/ jari. Pastikan bahwa pertanyaan mencakup:
 - definisi pasar dan permintaan;
 - definisi produk;
 - bagaimana produk itu dapat memecahkan masalah konsumen;
 - darimana gagasan produk itu didapatkan;
 - bagaimana mengevaluasi produk dengan melihat aspek negatif dan positifnya
- b. Setelah kuis berakhir, hitung kelompok mana yang paling banyak memiliki kartu gambar wajah tersenyum. Lalu berikan tepuk tangan yang meriah kepada kelompok yang paling banyak mendapatkan gambar wajah tersenyum

Hari 2, Langkah 2: Mempersiapkan Penilaian Pasar Secara Cepat

Telaah Awal Gagasan Terbaik



Tujuan

- Peserta mampu melakukan telaah awal atas gagasan terbaik



Pengaturan Ruangan

- Berbentuk U



Bahan-Bahan Yang Dibutuhkan

- Kertas plano, spidol, papan plano, gunting, selotip



Waktu

- 45 menit



Langkah-Langkah

- Lakukan telaah awal atas gagasan terbaik dari ketiga gagasan yang kemarin telah diidentifikasi.
- Bagikan kertas plano dan mintalah peserta kembali dalam kelompok masing-masing dan melakukan telaah awal atas gagasan terbaik yang mereka simpulkan. Minta peserta melakukan diskusi kelompok dan menuliskan jawaban atas pertanyaan-pertanyaan berikut ini:
 - Bagaimanakah persiapan bahan baku atau peralatan untuk membuat barang (atau menawarkan jasa) ini?
 - Bagaimanakah ketersediaan produk tersebut di pasaran?
 - Apakah produk anda tersedia luas di pasar?
 - Apakah produk anda kuno atau mengikuti mode?
 - Bagaimana penggunaan produk tersebut? Apakah produk anda mudah untuk digunakan?
 - Bagaimanakah kualitas produk tersebut? Apakah produk anda kualitasnya lebih baik dari yang ada di pasar?
- Minta masing-masing kelompok menunjuk wakilnya untuk melakukan presentasi hasil telaah awal tersebut. Lalu minta kelompok lain mengamati dan memberikan masukan atas hasil presentasi tersebut.
- Apabila dalam hasil telaah awal tersebut ternyata peserta menemukan terlalu banyak potensi masalah dan tantangan dengan gagasan untuk produk baru terbaik tersebut, maka mintalah peserta kelompok tersebut untuk melakukan telaah awal kembali namun untuk gagasan produk terbaik no 2 dan lihat apakah gagasan yang lain memberikan hasil yang lebih baik.

Telaah

Hari 2, Langkah 3: Melakukan Telaah Mendalam Gagasan Terbaik

Mendalam Gagasan Terbaik



Tujuan

- Peserta mampu melakukan telaah mendalam atas gagasan terbaik



Pengaturan Ruangan

- Berbentuk U



Bahan-Bahan Yang Dibutuhkan

- Kertas plano, spidol, papan plano, selotip, gunting



Waktu

- 45 menit



Langkah-Langkah

- Mintalah peserta kembali kepada kelompok masing-masing. Bagikan kertas plano dan spidol dan mintalah mereka melakukan analisa mendalam atas gagasan yang memiliki hasil telaah awal terbaik. Minta peserta berdiskusi kelompok dan menulis hasilnya dalam selembar kertas plano dengan dipandu pertanyaan-pertanyaan berikut ini:
 - Kenapa anda memilih produk ini?
 - Apa yang membuatnya dapat terjual?
 - Bagaimana anda menyediakan apa yang diinginkan konsumen anda?
 - Bagaimanakah persiapan bahan baku atau peralatan untuk membuat barang (atau menawarkan jasa) ini?
 - Apa aspek negatif untuk merealisasikan gagasan tersebut? Apa solusinya?
 - Kesimpulan: Apakah ada pasar untuk gagasan anda?
- Minta masing-masing kelompok menunjuk wakilnya untuk melakukan presentasi hasil telaah awal tersebut. Lalu minta kelompok lain mengamati dan memberikan masukan atas hasil presentasi tersebut.
- Apabila dalam hasil telaah mendalam tersebut menyimpulkan bahwa tersebut ternyata ada pasar untuk produk tersebut dan semua aspek negatif ada solusinya maka tahap berikutnya peserta akan mengidentifikasi informan kunci dan konsumen potensial untuk penilaianan pasar bagi produk baru tersebut.

Identifikasi Informan Kunci dan Konsumen Potensial

Hari 2, Langkah 4: Identifikasi Informan Kunci dan Konsumen Potensial



Tujuan

- Mengidentifikasi konsumen potensial dan informan kunci untuk persiapan penilaian pasar secara cepat



Pengaturan Ruangan

- Berbentuk U



Bahan-Bahan Yang Dibutuhkan

- Kertas plano, spidol, papan plano, selotip, gunting



Waktu

- 90 menit



Langkah-Langkah

- Jelaskan tentang konsumen dan gunakan gambar pendukung sehingga pengusaha mengetahui benar relasi pengusaha dan konsumen.
 - Konsumen adalah orang terpenting dalam usaha.
 - Konsumen tidak tergantung pada pengusaha; pengusaha yang bergantung padanya.
 - Konsumen bukanlah pengganggu kerja pengusaha, pengusaha adalah tujuan dari kerja anda.
 - Pengusaha bukan sedang membantu konsumen dengan melayaninya, konsumen itulah yang sedang membantu pengusaha dengan memberikan kesempatan untuk anda melayaninya.
 - Tanpa konsumen, tidak ada bisnis!
- Jelaskan pada peserta bahwa ada dua kelompok yang akan diwawancarai untuk penilaian pasar secara cepat yaitu konsumen dan informan kunci.
- Jelaskan bahwa konsumen adalah kelompok pertama yang akan wawancara dalam penilaian pasar. Peserta perlu tahu sebanyak mungkin tentang konsumen, dari sisi berbagai aspek:
 - kelas sosial (Apakah mereka miskin, kaya?)
 - umur (Apakah mereka muda, tua?)
 - geografis (Apakah mereka masyarakat desa atau masyarakat kota?)
 - jender (Apakah mereka lebih mungkin perempuan atau laki-laki?)

kuantitas (Seberapa sering mereka akan membeli dari anda dan kapan?)

Bila ada banyak tipe orang yang akan membeli produk itu, atau bila tidak jelas siapa yang akan membeli produk itu, adalah penting untuk mencari **cross section** (sample dari berbagai kelompok) dari konsumen-konsumen potensial. Rencanakan dalam wawancara seseorang yang tua, seseorang yang muda, seorang perempuan dan seorang laki-laki. Beragamkan konsumen potensial yang diwawancarai. Bila konsumen cenderung berasal dari satu kelompok, misalnya perempuan setengah baya, maka sangatlah penting untuk menemukan beberapa perbedaan, seperti lingkungan yang berbeda, suku yang berbeda atau rentang pendapatan (*income brackets*) yang berbeda. Idealnya, adalah baik untuk mewawancarai setidaknya 10 konsumen, dan pastinya tidak boleh mewawancarai kurang dari enam.

- Jelaskan bahwa informan kunci adalah orang yang mempunyai informasi atau pengetahuan spesifik tentang produk anda, konsumennya dan aspek-aspek lain dari pasar tersebut.
- Bagikan kertas metaplan dan minta peserta menuliskan siapa saja informan-informan kunci untuk produk mereka. Informan kunci bisa mencakup:
 - Orang atau organisasi yang tahu tentang pembuatan produk tersebut
 - Orang atau organisasi yang mengetahui dari mana bahan dan teknologi yang dibutuhkan untuk memproduksi produk tersebut didapatkan

- Orang atau organisasi yang mungkin tahu tentang pemasarannya
- f. Tempelkan kertas metaplan warna tersebut. Kelompokkan berdasarkan jawaban yang sama. Lalu bacakan kembali hasil pendapat dari tiap kartu metaplan yang ada. Tanyakan pada peserta apakah masih ada informan kunci yang mereka ketahui namun belum termasuk dalam jawaban tersebut. Sebut juga kemungkinan lain untuk informan kunci, misalnya pemasok, asosiasi pengusaha, personel LSM, institusi-institusi pemerintah, peneliti, dan lain-lain.
- g. Lalu mintalah peserta kembali dalam kelompok masing-masing. Bagikan selembarnya kertas plano dan minta mereka menyusun daftar informan kunci yang terdiri dari 2-3 informan kunci. Minta peserta untuk berdiskusi kelompok dan menuliskan:
 - Sebut alasannya, mengapa memilih mereka sebagai informan kunci
 - Menyusun rencana bagaimana, kapan, dimana akan melakukan wawancara.
 - Menyusun daftar 6 -10 konsumen/ calon konsumen yang akan diwawancarai dari representasi berbagai kelompok umur, jender, geografis, kelas sosial.
 - Sebut alasan mengapa memilih mereka sebagai konsumen yang akan disurvei.
 - Menyusun rencana bagaimana, kapan, dimana akan melakukan wawancara
 - Tuliskan juga pembagian tugas yaitu siapa anggota kelompok anda yang akan mewawancarai masing-masing konsumen atau informan potensial

Hari 2. Langkah 5: Menyusun Daftar Pertanyaan

Mengembangkan Daftar Pertanyaan



Tujuan

- Peserta mampu membuat daftar pertanyaan bagi konsumen potensial dan informan kunci untuk penilaian pasar secara cepat



Pengaturan Ruangan

- Berbentuk U



Bahan-Bahan Yang Dibutuhkan

- Kertas plano, spidol, papan plano, selotip, gunting



Waktu

- 90 menit



Langkah-Langkah

- a. Mintalah peserta kembali ke kelompok masing-masing. Lalu bagikan selembarnya kertas plano dan sebuah spidol. Mintalah tiap kelompok untuk menyusun rencana penilaian pasar secara cepat dengan menyusun daftar pertanyaan bagi konsumen dan informan kunci, topik utama adalah pertanyaan berkisar tentang kebutuhan akan produk tersebut, kualitas dan harga.

- b. Tunjukkan contoh daftar pertanyaan pada konsumen, misalnya pertanyaan sebagaimana dibawah ini:
- Dimana anda membeli produk barang/ jasa tsb? (didekat rumah, dekat kantor, dll)
 - Dimana lagi anda bisa mendapatkan produk atau jasa ini?
 - Biasanya dimana anda membelinya?
 - Mengapa anda membeli pada pengusaha tersebut?
 - Berapa kali anda membeli dalam satu bulan?
 - Berapa harga yang anda bayarkan untuk membeli produk tersebut?
 - Apa pendapat anda tentang barang atau jasa yang anda beli?
 - Apa pendapat anda tentang harganya?
 - Adakah yang bisa diperbaiki dari barang/ jasa itu? (model, kemasan, pelayanan)
 - Apakah anda tahu orang lain yang berencana menyediakan produk atau jasa tsb?
 - Apakah ada produk lain yg anda inginkan ?
 - Bila ini merupakan produk baru, daftar ini harus mencakup pertanyaan-pertanyaan tentang model, kualitas, harga, kemasan, dimana dibeli atau diantarkan, dan pelayanan purna jual apa yang ditawarkan.
- c. Tunjukkan contoh daftar pertanyaan pada informan kunci, misalnya:
- Sejauh mana kebutuhan konsumen atas barang atau jasa ini?
 - Apa menurut anda yang paling penting untuk mendorong orang untuk membeli (misalnya kualitas, model, harga, dapat diandalkan dan lain-lain)?
 - Apakah anda merasa bahwa usaha ini dapat tumbuh seiring jalannya waktu?
 - Apa saja kecenderungannya/ trend-nya?
 - Apakah orang membutuhkan produk ini sepanjang tahun atau apakah permintaan berubah-ubah dalam 1 tahun?
 - Apakah ada aspek produk yang diinginkan oleh orang namun tidak ada atau sulit untuk didapatkan?
 - Menurut anda, apa lagi yang ingin dimiliki orang?
 - Apakah ada pasar untuk produk tersebut?
 - Siapa yang akan membelinya?
 - Apakah kebutuhan dari tiap konsumen?
 - Apa yang dicari konsumen dalam produk tersebut?
 - Bagaimana anda memproduksi?
 - Bagaimana anda akan mengemas dan memasarkannya?
 - Dengan harga berapa anda akan menjualnya?
 - Bagaimana produk itu akan dibuat?
 - Secara rinci, apakah yang akan dibuat?
 - Mengapa orang akan membelinya?
 - Apa yang dicari orang dalam produk ini?
 - Berapa yang mereka mau bayarkan untuk membeli produk ini?
 - Siapa lagi yang membuat produk ini dan dengan harga berapa?

Penilaian Pasar



Tujuan

- Peserta berlatih melakukan wawancara penilaian pasar dengan konsumen atau informan kunci



Pengaturan Ruangan

- Berbentuk U dengan dua kursi didalam lingkaran U



Bahan-Bahan Yang Dibutuhkan

- Daftar pertanyaan kepada konsumen dan daftar pertanyaan kepada informan kunci



Waktu

- 45 menit



Langkah-Langkah

- Mintalah dua peserta untuk menjadi sukarelawan untuk bermain peran. Mintalah satu untuk berperan sebagai konsumen dan yang lain sebagai pengusaha. Pengusaha akan melakukan pendekatan kepada konsumen dengan pertanyaan-pertanyaan yang ingin ia tanyakan sebagaimana dalam daftar pertanyaan bagi konsumen dan informan kunci.
- Mintalah kepada pemain yang berperan sebagai pengusaha untuk menanyakan pertanyaan-pertanyaan terbuka dengan menggunakan “Siapa? Apa? Kenapa? Dimana? Kapan? Bagaimana?”, misalnya “Sebagaimana puaskah anda dengan produk ini?” BUKAN “Apakah anda puas dengan produk ini?”. **Jangan** tanyakan pertanyaan yang dapat dijawab dengan **ya** atau **tidak**.
- Mintalah kepada pemain yang berperan sebagai pengusaha untuk tidak takut untuk menyambung suatu pertanyaan dengan pertanyaan lainnya. Namun tanyakan pertanyaan-pertanyaan itu satu per satu: misalnya, "Berapa keuntungan yang anda dapatkan dari tiap pesanan?", BUKAN "Berapa laba yang anda dapatkan dan berapa yang anda habiskan untuk biaya transportasi?".
- Mintalah kepada pemain yang berperan sebagai pengusaha untuk mengucapkan terimakasih kepada pemain yang berperan sebagai konsumen atau informan kunci yang anda wawancarai atas waktu dan kesabaran mereka. Bila wawancaranya berlangsung dengan baik, tanyalah apakah anda boleh untuk berkunjung lagi.
- Mintalah kedua pemain melakukan simulasi wawancara untuk penilaian pasar. Lalu mintalah peserta yang lain untuk mengkritisi interaksi yang terjadi dan menyarankan cara-cara untuk memperbaiki wawancara itu. Tulislah semua pendapat dari peserta dan saran-saran dalam kertas plano

Hari 2, Langkah 7: Melakukan Kerja Lapangan

**Mewawancarai
Konsumen dan
Informan
Kunci**



Tujuan

- Melakukan praktek kerja lapangan penilaian pasar secara cepat



Pengaturan Ruangan

- diluar ruangan kelas



Bahan-Bahan Yang Dibutuhkan

- alat tulis bagi semua peserta, contoh produk yang akan dibawa pada saat survei



Waktu

- 180 menit



Langkah-langkah

- a. Mintalah pengusaha kembali pada kelompok masing-masing.
- b. Lalu mintalah masing kelompok untuk mulai melakukan penilaian pasar cepat dan mewawancarai informan kunci dan konsumen sesuai dengan rencana. Dalam melakukan wawancara, cegahlah konsumen potensial yang sama didekati berulang kali.

Hari 3, Langkah 1: Memaparkan Hasil Penelitian Pasar Secara Cepat

**Memaparkan
Hasil**



Tujuan

- Peserta mendapatkan umpan balik atas penilaian pasar secara cepat yang dilakukannya



Pengaturan Ruangan

- Berbentuk U



Bahan-Bahan Yang Dibutuhkan

- Kertas plano, papan plano, spidol



Waktu

- 60 menit



Langkah-langkah

- a. Bagikan kertas plano kepada tiap kelompok, lalu minta perwakilan tiap kelompok untuk menuliskan informasi-informasi berikut untuk dipresentasikan:
 - Siapa saja informan kunci dan konsumen yang disurvei?

- Apakah ada pasar untuk produk tersebut?
 - Siapa yang akan menjadi konsumen?
 - Kebutuhan konsumen apa yang dipenuhi produk itu?
 - Apa yang diinginkan konsumen dari produk ini (kualitas, harga, kemasan, bagaimana dan dimana barang itu dijual)?
 - Apakah yang anda ketahui tentang rancangan produk ini?
 - Siapa informan kunci yang paling penting?
 - Informasi apa yang ia sediakan?
 - Berilah rincian dari informasi lain yang diberikan.
- b. Mintalah peserta untuk memberikan tanggapan dari tiap kelompok yang presentasi. Tuliskan tambahan saran atau pendapat dari peserta pada kertas plano presentasi tiap kelompok

Hari 3, Langkah 2: Menganalisa Hasil dan Mengembangkan Rencana

Menganalisa Hasil dan Mengembangkan Rencana



Tujuan

- Peserta mampu membuat rancangan realisasi gagasan inovatif produk baru berdasarkan umpan balik dari penilaian pasar secara cepat



Pengaturan Ruangan

- Berbentuk U



Bahan-Bahan Yang Dibutuhkan

- Kertas plano, spidol warna dan papan plano



Waktu

- 60 menit



Langkah-Langkah

- a. Selama peserta memberikan tanggapan berkaitan dengan presentasi tiap kelompok tanyakan juga kepada kelompok yang telah presentasi kendala atau tantangan apa yang muncul sehubungan dengan realisasi produk tersebut. Mungkin produk ini membutuhkan peralatan yang diperlukan yang tidak dimiliki pengusaha atau bahan yang tidak dapat didapatkan dengan mudah atau membutuhkan pendanaan awal.
- b. Identifikasi masalah yang sama yang dihadapi oleh lebih dari satu orang pengusaha dan ajaklah para peserta untuk melakukan curah pendapat untuk mendapatkan pemecahan masalah.
- c. Bagilah peserta dalam kelompok yang sama lalu bagikan kertas plano dan spidol warna. Mintalah mereka untuk berdiskusi dan membuat rencana realisasi pengembangan produk setelah penilaian pasar secara cepat. Rencana ini harus mencakup jawaban dari pertanyaan-pertanyaan berikut ini
 - Hal-hal apa yang harus diatasi/ kendala-kendala untuk memproduksi produk baru tersebut? Bagaimana solusinya?
 - Identifikasi alat, bahan dan ketrampilan yang dibutuhkan dan bagaimana

mendapatkannya. Tuliskan dengan detail seperti anda akan mempersiapkan produk tersebut

- Dimana anda akan menjual produk?
 - Bagaimana mengemas dan mengiklankan produk tersebut?
 - Berapa lama diperlukan untuk menyelesaikannya?
 - Berapa biaya yang dibutuhkan untuk produksi dan bagaimana anda memenuhi biaya tersebut?
 - Berapa harga bahan, alat, termasuk biaya pelatihan bila memang diperlukan?
 - Bagaimana pasokan untuk bahan baku produksi produk tsb? Siapa pemasok bahan baku untuk produk anda?
 - Adakah hal khusus yang berkaitan dengan penyimpanan, transportasi dan penggunaan bahan tsb? (misalnya untuk pembuatan tas pandan pengeringan dilakukan dengan menggunakan cahaya matahari sehingga pembuatan hanya pada musim kemarau saja.)
- d. Mintalah masing-masing kelompok presentasi. Mintalah pendapat semua peserta untuk memberikan tanggapan bagi masing-masing kelompok yang presentasi.
- e. Jelaskan kemungkinan-kemungkinan bagi peserta untuk mendapatkan dukungan sehingga bisa merealisasikan pembuatan produk purwarupa sebagai contoh untuk produk baru yang inovatif tersebut. Bila pelatihan ini diadakan dengan dukungan finansial dari organisasi non pemerintah atau asosiasi pengusaha mikro dan kecil, mungkin peserta dapat menghubungi lembaga-lembaga tersebut untuk dapat menyediakan sebagian dari biaya untuk mengembangkan contoh produk yang telah disurvei penilaian pasar secara cepat. Sebagai gantinya, pengusaha mikro dan kecil dampingan organisasi atau asosiasi tersebut membiayai sendiri seluruh biaya pelatihan penilaian pasar secara cepat. Pengembangan produk contoh atau purwarupa merupakan suatu investasi yang akan balik modal nantinya, namun setelah beberapa waktu. Perencanaan untuk dan pengembangan purwarupa adalah proses yang tidak akan tercakup dalam pelatihan ini namun para peserta harus mengerti bahwa mereka harus menerapkan hasil dari penelitian pasar mereka. Kadangkala proses penilaian pasar secara cepat sangat terbantu ketika purwarupa atau contoh produk dibuat sebelum melakukan survei, sehingga pada saat dilakukan survei lapangan dan melakukan wawancara dengan konsumen dan informan kunci, mereka dapat melihat dan mengamati contoh produk dengan lebih jelas. Namun demikian setelah penilaian pasar secara cepat purwarupa tersebut perlu disempurnakan berdasarkan dari umpan balik yang didapat dari konsumen dan informan kunci.

Bab 4. Mengevaluasi Proses Pelatihan Penilaian Pasar Cepat

Mengevaluasi Pelatihan



Tujuan

- Peserta mampu mengevaluasi proses pelatihan dan dampaknya



Pengaturan Ruangan

- Berbentuk U



Bahan-Bahan Yang Dibutuhkan:

- Kertas plano, papan plano, spidol, double tape, gunting



Waktu

- 30 menit



Langkah-Langkah

- Jelaskan pada peserta bahwa adalah penting untuk memonitor penerapan pelatihan penilaian pasar secara cepat yang sukses dan untuk mengevaluasi hasilnya. Ini menambah kemampuan anda sebagai pelatih untuk secara bertahap memperbaiki isi dan penyampaian pelatihan itu. Ini juga akan membantu anda untuk mengundang pengusaha mikro dan kecil dan organisasi pendukung pengusaha mikro dan kecil untuk mendorong dan menerapkan penilaian pasar secara cepat.
- Jelaskan bahwa setidaknya ada dua pihak yang harus dilibatkan dalam memonitor dan mengevaluasi pelatihan ini. Anda sebagai pelatih memiliki kewajiban untuk memastikan monitoring dan evaluasi yang cukup. Pengusaha mikro dan kecil tentunya juga menginginkan untuk memberikan masukannya. Bila institusi pendukung terlibat, seperti organisasi non pemerintah atau asosiasi pengusaha mikro dan kecil maka organisasi tersebut harus didorong untuk mendukung dan berpartisipasi dalam kegiatan monitoring dan evaluasi. Idealnya, institusi pendukung dapat membiayai evaluasi mandiri untuk dilakukan dua sampai enam bulan setelah pelatihan. Ini akan memberikan waktu kepada pengusaha mikro dan kecil untuk mengembangkan dan memasarkan purwarupanya. Jangka waktu tersebut memungkinkan untuk mendapatkan indikasi seberapa baik penjualan purwarupa tersebut paska penilaian pasar secara cepat.
- Mintalah peserta mengisi lembar data base karena formulir tersebut akan berguna untuk evaluasi di masa depan. Database mencakup:
 - tipe usaha yang dijalankan oleh pengusaha mikro dan kecil itu;
 - berapakah umur usaha itu;
 - berapa karyawan (penuh maupun paruh waktu) yang dipekerjakan;
 - rata-rata laba bulanan;
 - fluktuasi laba musiman;
 - produk apa yang saat ini sedang dijual;
 - bagaimana produk itu dipasarkan.
- Mintalah peserta untuk memberikan umpan balik kepada anda. Tuliskan jawaban pertanyaan-pertanyaan dibawah ini pada sebuah kertas plano
 - Apa yang paling anda sukai dari pelatihan ini?
 - Apa yang paling anda tidak sukai?
 - Apa yang dapat dilakukan dengan lebih baik dan bagaimana?
 - Apa manfaat yang telah diberikan oleh pelatihan ini untuk anda? (Kemungkinan jawaban mencakup gagasan produk baru, gagasan pemasaran baru, konsumen baru, pemahaman yang lebih baik dari konsumen.)
 - Apakah anda akan merekomendasikan pelatihan ini pada teman anda?
 - Berapa yang anda bersedia bayarkan untuk ikut serta dalam pelatihan ini?

- Berapa angka penjualan anda setiap bulan? (pada saat pelatihan berlangsung)

Evaluasi dan Monitoring Dampak Pelatihan

Penutup: Evaluasi Paska Pelatihan



Tujuan

- Pelatih mengetahui dampak dari pelatihan penilaian pasar cepat kepada pesertanya.



Bahan-Bahan Yang Dibutuhkan

- Daftar pertanyaan, alat tulis



Waktu

- 180 menit



Langkah-Langkah

- Jelaskan bahwa evaluasi paska pelatihan penilaian pasar secara cepat perlu dilakukan setidaknya beberapa bulan setelah pelatihan. Idealnya, evaluasi harus dilaksanakan tiga sampai enam bulan setelah pelatihan oleh seseorang yang tidak memiliki kepentingan terhadap hasilnya. Bila pelatihan penilaian pasar secara cepat dilaksanakan untuk pelatih atau institusi pelayanan pengembangan usaha (BDS), anda pasti ingin mengetahui berapa pengusaha yang telah mereka latih. Anda juga akan ingin tahu apakah mereka telah melakukan usaha untuk mengukur dampak dari pelatihan ini terhadap pengusaha mikro dan kecil dan mendorong mereka untuk melakukan hal tersebut bila belum. Bekerjasamalah untuk mewawancarai pengusaha mikro dan kecil dan mendapatkan gambaran yang lebih baik tentang dampak pelatihan.
- Bila peserta latih telah mencatat penjualan produk yang dikembangkan selama pelatihan, ini akan menjadi informasi yang sangat berharga untuk mengkuantifikasi manfaat dari penerapan penilaian pasar secara cepat. Perkiraan peningkatan atau penurunan laba secara umum akan lebih sulit untuk dikaitkan sebagai hasil dari penerapan penilaian pasar secara cepat. Faktor eksternal harus dihitung, termasuk fluktuasi musim atau perubahan dalam ekonomi lokal. Suatu kelompok kontrol merupakan cara yang paling akurat untuk memisahkan faktor eksternal.
- Ketika mewawancarai pengusaha mikro dan kecil tentang dampak pelatihan penilaian pasar secara cepat, bawalah daftar centang tentang hal-hal yang ingin anda tanyakan. Berhati-hatilah untuk tidak memaksakan jawaban. Ikuti pedoman yang sama untuk menanyakan pertanyaan yang sudah anda ajarkan pada pengusaha mikro dan kecil untuk melakukan wawancara dengan konsumen dan pihak lain. Lakukanlah wawancara yang peka, tanyakan klien apa yang mereka dapatkan dari pelatihan ini dan bagaimana mereka telah berubah sejak mengikuti pelatihan, dengan penggalan yang berhati-hati. Ini akan lebih mungkin untuk mendapatkan tanggapan yang akurat. Berikut adalah daftar centang tersebut:
 - Apakah yang telah mereka dapatkan dari pelatihan ini? (Misalnya, produk baru dan yang lebih baik, jumlah penjualan, konsumen baru, penambahan jumlah karyawan penuh atau paruh waktu, gagasan untuk metode produksi baru, informasi baru tentang dimana mendapatkan alat, suku cadang, bahan baku atau pelayanan lainnya, gagasan pemasaran baru, peningkatan antusiasme dan kepercayaan diri,

hubungan baru- kesempatan untuk saling berbagi alat, pasar atau sumber masukan)

- Dari semua yang diatas, apa yang paling berharga dan paling berguna untuk usaha mereka?
- Apakah mereka telah melakukan penilaian pasar secara cepat sendiri sejak telah mengikuti pelatihan dan bila ya, apa hasilnya?
- Apakah mereka merencanakan untuk melakukan penilaian pasar secara cepat selanjutnya sendiri?
- Akankah mereka merekomendasikan pelatihan penilaian pasar secara cepat kepada teman-teman kerja mereka?
- Berapa persen dari penghasilan mereka yang mereka bersedia bayarkan untuk ikut serta dalam pelatihan ini?(Berikan suatu kelompok harga)
- Apa yang disarankan untuk dilakukan secara berbeda di masa depan?