

BAB 2

MENEMUKAN DAN MERANCANG IDE BISNIS

*“Dari Keterampilan Menjadi Peluang,
Dari Peluang Menjadi Bisnis”*

IDE LAB / BUSINESS LAB

SMA / SMK / MA • DOUBLE TRACK • KELOMPOK USAHA SISWA



**KETERAMPILAN → MASALAH → IDE → CUSTOMER → VALUE → BUSINESS
MODEL**

“Tidak semua ide harus langsung menjadi bisnis. Tetapi setiap bisnis dimulai dari sebuah ide yang berusaha menyelesaikan masalah.”

Tujuan Pembelajaran

- Mengenal potensi dan keterampilan kelompok.
- Mengidentifikasi masalah yang dialami calon pelanggan.
- Menghasilkan berbagai alternatif ide bisnis.
- Menilai dan memilih peluang bisnis.
- Menentukan target pelanggan.
- Merumuskan value proposition.
- Menyusun Business Model Canvas sederhana.
- Menentukan satu ide bisnis yang akan dikembangkan pada tahap riset pasar.

Peta Konsep

**KETERAMPILAN → POTENSI → MASALAH → KEBUTUHAN → IDE → PELUANG →
TARGET CUSTOMER → VALUE PROPOSITION → BUSINESS MODEL CANVAS → IDE
BISNIS TERPILIH**

Cabang: Keterampilan Double Track → Produk/Jasa | Masalah Konsumen → Solusi

Output utama bab: satu ide bisnis yang siap divalidasi pada BAB 3.

Dari Keterampilan Menjadi Ide

Setelah mengikuti kegiatan Double Track, sekelompok siswa memiliki berbagai keterampilan. Ada yang bisa memasak, mendesain, memotret, membuat kerajinan, mengelola media sosial, atau membuat produk tertentu. Mereka merasa memiliki modal awal: keterampilan, pengalaman, teman satu kelompok, serta fasilitas yang tersedia di sekolah.

Namun, ketika diminta menentukan bisnis, muncul satu pertanyaan sederhana: “Keterampilan ini bisa dijadikan bisnis apa?”

Pertanyaan itu penting, tetapi belum cukup. Jika mereka hanya memikirkan apa yang ingin dijual, pilihan ide bisa sangat banyak dan sulit menentukan mana yang benar-benar dibutuhkan. Guru pendamping kemudian mengajak mereka melihat persoalan dari sisi calon pelanggan.

“Coba jangan mulai dari produk. Mulailah dari masalah.”

Kelompok itu mulai mengamati lingkungan sekolah. Pada jam istirahat, beberapa siswa mencari camilan yang praktis. Ada yang ingin pilihan lebih sehat, ada yang ingin harga terjangkau, dan ada pula yang membutuhkan makanan yang mudah dibawa ke kelas. Mereka tidak langsung menyimpulkan bahwa satu produk tertentu pasti laku. Mereka mencatat masalah, bertanya kepada teman, dan membandingkan solusi yang sudah tersedia.

Dari pengamatan tersebut, keterampilan memasak yang semula hanya dianggap sebagai kemampuan teknis mulai memiliki arah. Keterampilan itu dapat digunakan untuk membuat solusi. Tetapi solusi pun belum otomatis menjadi peluang bisnis. Kelompok perlu mengetahui siapa yang membutuhkan, kapan masalah terjadi, seberapa sering terjadi, dan apakah calon pelanggan bersedia memilih solusi tersebut.

Mereka lalu melakukan brainstorming. Selama sepuluh menit, setiap anggota diminta menuliskan ide sebanyak mungkin tanpa menghakimi apakah ide itu bagus atau buruk. Muncullah salad cup, buah potong, healthy snack, paket sarapan, hingga catering siswa. Lima ide tersebut belum dianggap sebagai keputusan akhir. Semuanya menjadi bahan untuk dibandingkan.

Tahap berikutnya adalah memilih peluang. Kelompok menggunakan kriteria sederhana: apakah masalahnya nyata, apakah ada calon pelanggan, apakah sesuai dengan keterampilan mereka, apakah produk mudah dibuat, apakah ada potensi pendapatan, dan apakah ide tersebut mudah diuji.

Tiga ide terbaik kemudian dipelajari lebih jauh. Kelompok mulai menggambarkan target pelanggan. Mereka menyadari bahwa “semua siswa” terlalu luas. Mereka perlu membayangkan pelanggan yang lebih spesifik: siswa SMA di lingkungan sekolah yang membutuhkan camilan praktis saat jam istirahat.

Setelah pelanggan lebih jelas, kelompok merumuskan nilai. Bukan sekadar “kami menjual makanan”, melainkan alasan mengapa pelanggan memilih produk mereka: camilan sehat, praktis,

dan terjangkau untuk kebutuhan selama kegiatan sekolah.

Akhirnya, ide tersebut dituangkan ke dalam Business Model Canvas. Mereka memetakan pelanggan, nilai yang ditawarkan, saluran penjualan, hubungan pelanggan, sumber pendapatan, sumber daya, aktivitas, mitra, dan biaya.

Mereka belum mengatakan, “Bisnis kami pasti berhasil.” Sebaliknya, mereka mengatakan, “Ini adalah ide yang ingin kami uji.”

Di situlah cara berpikir wirausaha mulai terbentuk. Keterampilan bukan sekadar kemampuan yang disimpan. Keterampilan dapat menjadi sumber solusi. Masalah memberi arah. Pelanggan memberi konteks. Nilai memberi alasan untuk memilih. Dan model bisnis membantu kelompok melihat bagaimana sebuah ide dapat dijalankan.

Bab ini membawa siswa dari pertanyaan “Apa yang bisa kami jual?” menuju pertanyaan yang lebih penting: “Masalah siapa yang dapat kami selesaikan dengan keterampilan yang kami miliki?”

2.1 Mengenali Potensi Keterampilan Double Track

Langkah pertama adalah mengenali kekuatan yang sudah dimiliki kelompok. Potensi tidak hanya berupa keterampilan teknis, tetapi juga pengalaman, minat, sumber daya, fasilitas, jaringan, dan kondisi lingkungan.

KETERAMPILAN	PENGALAMAN	SUMBER DAYA	POTENSI USAHA
Memasak	Membuat makanan	Dapur/peralatan	Bisnis makanan
Fotografi	Dokumentasi kegiatan	Kamera/smartphone	Jasa fotografi
Desain	Membuat poster	Laptop	Jasa desain
Kerajinan	Membuat produk handmade	Bahan lokal	Produk kerajinan

Pertanyaan Pemantik

- Apa yang paling bisa dilakukan anggota kelompok?
- Apa pengalaman yang sudah dimiliki?
- Peralatan apa yang tersedia?
- Siapa yang dapat membantu kelompok?
- Potensi apa yang ada di lingkungan sekolah?

Prinsip: mulai dari apa yang dimiliki, lalu cari masalah yang dapat diselesaikan.

Worksheet 1 — Profil Potensi Kelompok

Potensi/Keterampilan	Pengalaman	Fasilitas/Sumber Daya	Minat	Peluang Usaha

Nama kelompok: _____ Kelas: _____ Tanggal: _____

Aktivitas: Petakan Kekuatan Kelompokmu. Tandai keterampilan yang paling kuat dan paling siap digunakan.

OUTPUT: Profil Potensi Kelompok

2.2 Mengidentifikasi Masalah Konsumen

Peluang bisnis sering muncul ketika kita menemukan masalah yang benar-benar dialami orang. Masalah dapat berupa:

- Masalah fungsional
- Masalah kenyamanan
- Masalah waktu
- Masalah biaya
- Masalah kualitas
- Masalah akses

Jangan berasumsi. Tanyakan kepada calon pelanggan.

OBSERVASI → WAWANCARA → SURVEI → TEMUKAN MASALAH → VALIDASI

Pertanyaan Penggalan

- Apa yang membuat kegiatan ini sulit?
- Kapan masalah biasanya terjadi?
- Bagaimana cara Anda mengatasinya sekarang?
- Apa yang kurang dari solusi yang ada?

Tujuan tahap ini bukan menjual, tetapi memahami.

Worksheet 2 — Peta Masalah Pelanggan

Masalah	Siapa yang mengalami?	Kapan terjadi?	Seberapa sering?	Dampak	Solusi saat ini

Pilih masalah yang paling sering muncul dan paling relevan dengan keterampilan kelompok.

2.3 Brainstorming Ide

Pada tahap awal, gunakan prinsip QUANTITY BEFORE QUALITY. Jangan buru-buru mencari satu ide terbaik. Hasilkan banyak kemungkinan terlebih dahulu.

Teknik Menghasilkan Ide

- Brainwriting — semua anggota menulis ide.
- Mind mapping — kembangkan cabang dari satu masalah.
- What if? — tanyakan “Bagaimana jika kita...?”
- SCAMPER sederhana — ubah, gabungkan, adaptasi, modifikasi, gunakan untuk hal lain, hilangkan, balikkan.
- Menggabungkan dua ide.
- Mengubah produk lama.
- Mengubah cara pelayanan.
- Mengubah target pelanggan.

Contoh masalah: Siswa sulit mendapatkan makanan sehat.

Alternatif: 1) Salad cup 2) Buah potong 3) Healthy snack 4) Paket sarapan 5) Catering siswa

Workshop — 10 Menit / 20 Ide

Aturan: 10 menit, minimal 20 ide, tidak mengkritik ide selama brainstorming. Setelah semua ide terkumpul, kelompok baru melakukan pengelompokan dan penyaringan.

No.	IDE	MASALAH YANG DISELESAIKAN	CALON PENGGUNA
1			
2			
3			
4			
5			
6			
7			
8			
9			
10			

Lanjutkan 10 ide berikutnya di lembar tambahan jika diperlukan.

TIP: Ide yang tampak sederhana jangan langsung dibuang. Catat dahulu, kemudian uji kelayakannya.

2.4 Menentukan Peluang Bisnis

IDE ≠ PELUANG. Ide adalah gagasan. Peluang adalah ide yang memiliki masalah nyata, kebutuhan pelanggan, kesesuaian dengan kemampuan kelompok, sumber daya, potensi pasar, dan kemampuan menghasilkan nilai.

Kriteria Seleksi

- Masalah nyata
- Jumlah calon pelanggan
- Kesesuaian keterampilan
- Kemudahan membuat produk
- Potensi pendapatan
- Kemudahan diuji

Skor: 1 = rendah • 2 = cukup • 3 = baik • 4 = sangat baik • 5 = sangat potensial

Pilih tiga ide dengan skor terbaik untuk dipelajari lebih lanjut.

Worksheet 4 — Matriks Pemilihan Ide

IDE	MASALAH	PASAR	SKILL	PRODUKSI	PENDAPATAN	TOTAL
Ide 1						
Ide 2						
Ide 3						
Ide 4						
Ide 5						

Catatan: gunakan skor 1–5 untuk setiap kriteria. Diskusikan alasan di balik skor, bukan hanya jumlah akhirnya.

Tiga ide terbaik: 1. _____ 2. _____ 3. _____

2.5 Menentukan Target Pelanggan

Tidak semua orang adalah pelanggan. Target pelanggan membantu kelompok menentukan kepada siapa solusi ditujukan.

Gunakan 6 pertanyaan sederhana: WHO • WHAT • WHERE • WHY • WHEN • HOW

Pertanyaan	Contoh: Camilan Siswa
WHO	Siswa SMA
WHAT	Camilan praktis
WHERE	Lingkungan sekolah
WHY	Membutuhkan makanan ringan
WHEN	Jam istirahat
HOW	Pembelian langsung / pemesanan

Semakin jelas target pelanggan, semakin mudah kelompok memahami kebutuhan dan merancang penawaran.

Worksheet 5 – Customer Persona

CUSTOMER PROFILE	ISIAN KELOMPOK
Nama Persona	
Usia	
Aktivitas	
Masalah	
Kebutuhan	
Kebiasaan	
Produk yang dicari	
Alasan membeli	

Gambarkan satu pelanggan pertama yang paling mungkin menggunakan produk/jasa kelompok.

2.6 Value Proposition

Value Proposition adalah alasan mengapa pelanggan memilih produk kita.

FORMULA

PELANGGAN + MASALAH + SOLUSI + MANFAAT = VALUE PROPOSITION

Contoh: “Camilan sehat dan praktis untuk siswa yang membutuhkan makanan ringan saat jam sekolah.”

Bandingkan

✗ “Kami menjual makanan.”

✓ “Kami menyediakan camilan sehat, praktis, dan terjangkau untuk siswa yang membutuhkan makanan ringan selama kegiatan sekolah.”

Worksheet 6 — Value Proposition Canvas Mini

Elemen	Isian
Customer	
Problem	
Need	
Solution	
Benefit	
Value Proposition	

2.7 Business Model Canvas

Business Model Canvas (BMC) membantu kelompok melihat bagaimana sebuah ide bisnis menciptakan, menyampaikan, dan memperoleh nilai.

9 ELEMEN BMC	PERTANYAAN SEDERHANA
1. Customer Segments	Siapa pelanggan kita?
2. Value Propositions	Nilai apa yang kita tawarkan?
3. Channels	Bagaimana produk sampai ke pelanggan?
4. Customer Relationships	Bagaimana kita melayani pelanggan?
5. Revenue Streams	Dari mana pendapatan diperoleh?
6. Key Resources	Apa sumber daya utama?
7. Key Activities	Apa aktivitas utama?
8. Key Partners	Siapa mitra utama?
9. Cost Structure	Biaya utama apa yang muncul?

Gunakan BMC sebagai alat berpikir awal, bukan dokumen yang harus langsung sempurna.

Contoh BMC KUS – Produk Makanan Siswa

ELEMEN	CONTOH
Customer Segments	Siswa dan guru
Value Proposition	Camilan praktis dan terjangkau
Channels	Kantin, WhatsApp, Instagram
Customer Relationships	Pelayanan langsung dan chat
Revenue Streams	Penjualan produk
Key Resources	Bahan, alat, siswa
Key Activities	Produksi, promosi, penjualan
Key Partners	Sekolah, supplier, komunitas
Cost Structure	Bahan, kemasan, promosi

Diskusikan: bagian mana yang masih berupa asumsi dan perlu diuji pada BAB 3?

Worksheet 7 — Business Model Canvas

CUSTOMER SEGMENTS	VALUE PROPOSITIONS	CHANNELS
CUSTOMER RELATIONSHIPS	REVENUE STREAMS	KEY RESOURCES
KEY ACTIVITIES	KEY PARTNERS	COST STRUCTURE

Studi Kasus — Dari Keterampilan Memasak Menjadi Ide Bisnis Siswa

Sebuah kelompok siswa Double Track memiliki keterampilan memasak. Mereka tidak langsung menentukan produk. Kelompok terlebih dahulu mengamati kebutuhan di sekolah, berdiskusi dengan calon pengguna, lalu mengumpulkan masalah yang berhubungan dengan makanan ringan.

Dari brainstorming, mereka menghasilkan 10 ide. Setelah menggunakan matriks seleksi, mereka memilih beberapa ide yang paling sesuai dengan masalah, pasar, keterampilan, kemampuan produksi, potensi pendapatan, dan kemudahan pengujian. Kelompok kemudian memilih target pelanggan, merumuskan value proposition, dan menyusun BMC.

Alur: Keterampilan → Masalah → Brainstorming → 10 Ide → Seleksi → Target Customer → Value Proposition → BMC

Pertanyaan Diskusi

- Apa keterampilan kelompok?
- Masalah apa yang ditemukan?
- Mengapa ide tertentu dipilih?
- Siapa pelanggan?
- Apa value proposition?
- Bagaimana model bisnisnya?

Aktivitas Kelompok

Kerjakan proyek “DARI KETERAMPILAN MENJADI IDE BISNIS” bersama kelompok. Pastikan semua keputusan memiliki alasan yang dapat dijelaskan.

Checklist • Refleksi • Challenge 02

Checklist

- ☐ Kami sudah memetakan keterampilan kelompok.
- ☐ Kami sudah menemukan masalah pelanggan.
- ☐ Kami sudah melakukan brainstorming.
- ☐ Kami memiliki minimal 10 ide.
- ☐ Kami sudah memilih 3 ide terbaik.
- ☐ Kami sudah menentukan target pelanggan.
- ☐ Kami sudah membuat value proposition.
- ☐ Kami sudah membuat BMC.
- ☐ Kami sudah memilih satu ide untuk diuji.

Refleksi

- Keterampilan apa yang paling kuat dalam kelompok kami?
- Masalah pelanggan apa yang ingin kami selesaikan?
- Mengapa pelanggan membutuhkan solusi kami?
- Apa yang membuat ide kami berbeda?
- Siapa pelanggan pertama kami?
- Apa yang masih belum kami ketahui?
- Apa yang harus kami uji pada BAB 3?

CHALLENGE 02 — UBAH KETERAMPILAN MENJADI BISNIS

- Profil keterampilan kelompok.
- Minimal 5 masalah.
- Minimal 10 ide bisnis.
- Tiga ide terbaik.
- Customer Persona.
- Value Proposition.
- Business Model Canvas.
- Satu ide bisnis terpilih.

OUTPUT AKHIR: BUSINESS IDEA PORTFOLIO

Ringkasan: SKILL → PROBLEM → CUSTOMER → IDE → OPPORTUNITY → VALUE → BUSINESS MODEL → BUSINESS IDEA → SIAP DIVALIDASI DI BAB 3

Rekomendasi visual: gunakan ikon keterampilan, sticky notes, siswa berdiskusi, customer persona, prototype, smartphone, produk siswa, dan BMC dengan gaya modern, edukatif, ceria, profesional, dan kontekstual Indonesia.