

FPP

BizNewz

January - May 2024

MANAGEMENT • INVESTMENT • ECONOMICS • ENTREPRENEURSHIP • TECHNOLOGY

USEFUL
INFORMATION
IN CHOOSING
ROBO-ADVISORY

Muscle

Memory!

Bunga Raya,
BUKAN BUNGA BIASA.

Gold

SECRET
OF DARTS

SAVING: 999 @ 916

AKU, DIA
NICU SIRI 8



Publication Date
1 June 2024

MENILAI POTENSI PERNIAGAAN:



KENALPASTI & FAHAMI PELUANG DAN PROSPEK

Noorul Huda Binti Zakaria, Faculty of Business and Management
Universiti Teknologi MARA Cawangan Terengganu, Malaysia

Dalam perniagaan, prospek keusahawanan timbul apabila terdapat pasaran terbuka untuk barangan dan perkhidmatan. Peluang wujud apabila masih terdapat kesempatan di mana usahawan boleh menjual barangan dan perkhidmatan yang tidak dapat memenuhi keperluan pelanggan, contohnya kerana kualiti barangan atau perkhidmatan kurang baik, mutu yang tidak memuaskan atau harganya terlalu tinggi. Selain itu ianya juga dipengaruhi oleh faktor di mana barangan atau perkhidmatan yang masih belum wujud tetapi terdapat keperluan dan permintaan dalam kalangan pengguna.

Dalam situasi ini, usahawan mesti meneliti persekitaran mereka dengan teliti, dan menilai nilai yang ada dalam diri mereka sendiri serta nilai masyarakat, untuk mengenal pasti keperluan atau keinginan pelanggan sasaran mereka. Bagaimanakah seseorang usahawan itu melihat peluang? Pada dasarnya keupayaan usahawan mewujudkan peluang merupakan kebolehan semulajadi dan mereka perlulah kreatif bagi mendapatkan peluang-peluang yang baharu. Dalam situasi dimana masyarakat menghadapi masalah, usahawan boleh melihat ianya sebagai satu peluang yang baik bagi menyelesaikan atau mengubah masalah kepada peluang dengan menawarkan produk atau perkhidmatan yang mampu memenuhi keperluan dan menyelesaikan masalah tersebut. Usahawan perlulah berfikir dengan kreatif serta berkeupayaan untuk membawa perubahan dan melakukan sesuatu yang baharu atau inovatif serta mempunyai keinginan yang kuat untuk menerajui dan berjaya dalam perniagaan.

Sebagai usahawan, ketersediaan sumber merangkumi sumber daya manusia, infrastruktur, bahan mentah serta keupayaan teknologi sangat penting untuk diambil kira. Ketersediaan sumber yang memadai dapat membantu operasi perniagaan berjalan dengan efisien. Usahawan perlu bijak untuk mengenalpasti dan menganalisa peluang-peluang yang ada dengan melihat kepada undang-undang di sesuatu kawasan, mengenalpasti kuasa monopoli serta tahap persaingan yang wujud dalam pasaran dengan menganalisa tahap persaingan dan membuat perbandingan, adakah terdapat atau wujud peluang untuk usahawan memasuki pasaran tersebut, dan menganalisa modal atau risiko yang mungkin wujud.

Selain daripada itu, adalah penting bagi usahawan untuk sentiasa peka tentang perubahan dalam persekitaran kerana ianya akan mempengaruhi atau mengubah permintaan keperluan dalam kalangan pengguna. Sesuatu barangan yang ingin ditawarkan juga mestilah mampu mempunyai nilai keunikan tersendiri, dan mempunyai nilai tambah yang boleh membezakan produk atau perkhidmatan usahawan tersebut dengan pesaing yang sedia ada. Adalah penting untuk memastikan bahawa idea perniagaan tersebut berasaskan pengetahuan dan kemahiran yang dimiliki oleh seseorang usahawan kerana ianya merupakan satu kelebihan kepada usahawan tersebut dalam menyampai dan memberi perkhidmatan atau produk yang baik kepada pelanggan. Perubahan dalam persekitaran mampu mempengaruhi dan mencepta perubahan permintaan dalam kalangan pengguna. Justeru, usahawan perlu sentiasa peka tentang keperluan dan kehendak pengguna yang sentiasa berkembang.

Punca utama kegagalan perniagaan yang baru ditubuhkan, sering dikaitkan dengan mengejar peluang yang tidak sesuai dan tidak membuahkan pulangan yang diharapkan. Untuk mengelakkan ia berlaku, usahawan mesti berhati-hati dalam mengenal pasti peluang dan menyelaraskannya dengan kemahiran serta kebolehan mereka sendiri. Setiap perniagaan mempunyai entiti yang tersendiri dan unik. Usahawan memainkan peranan dalam mencorakkan strategi untuk memastikan ianya dapat menarik pembeli dan pengguna di dalam pasaran.

Rujukan
Alvord, S. H., Brown, L. D., & Letts, C. W. (2004). Social entrepreneurship and societal transformation: An exploratory study. *Journal of Applied Behavioral Science*, 40(3), 260-282.

Baron, R. A. (2006). Opportunity recognition as pattern recognition: How entrepreneurs "connect the dots" to identify new business opportunities. *Academy of Management Perspectives*, 20(1), 104-119.

<https://doi.org/10.5465/amp.2006.19873412>
Saniman Harim Aman Shah, & Cecilia Soon Teik Lan. (2016). *Entrepreneurship* (4th ed.). Oxford Fajar



BizNewz 2024
Faculty of Business and Management
Universiti Teknologi MARA Cawangan Terengganu, Kampus Dungun
Sura Hujung, 23000 Dungun, Terengganu, MALAYSIA
Tel: +609-8400400
Fax: +609-8403777
Email: biznewzuitm@gmail.com