IDENTIFIKASI POTENSI

Memahami cara melihat sebuah potensi

Cara Mengenal Potensi

Metode Identifikasi

Elemen Potensi

Contoh Nyata

Politeknik Wilmar Bisnis Indonesia | WBIIC



Melihat gambar di samping apa yang ada di benakmu?

DARI MASALAH KE POTENSI

"Peluang biasanya muncul dari MASALAH dari benda, orang, dan aktivitas di sekitar kita. Peluang ada di sekitar kita dan sangat dekat — dimulai dari benda, orang, dan aktivitas di sekitar kita."

MASALAH	OBSERVASI	POTENSI	BISNIS
Ada gap/ketidakpuasan di sekitar kita	Amati, rasakan, tanyakan langsung	Peluang nyata yang bisa digarap	Solusi bernilai untuk pengguna

CARA MENGENAL POTENSI

3 pertanyaan kunci untuk membuka mata terhadap potensi di sekitar kita:

LIHAT APA?

Benda apa yang ada di sekitarmu? Produk apa yang digunakan orang sehari-hari? Apa yang sudah ada namun kurang sempurna?

Contoh:
Kursi rusak, kemasan kurang praktis, antrian panjang

SIAPA?

Siapa saja orang di sekitarmu? Apa keseharian mereka? Siapa yang paling banyak mengalami kesulitan tertentu?

Contoh:
Pelajar, ibu rumah tangga, UMKM, petani, nelayan

AKTIVITAS APA?

Kegiatan apa yang sering dilakukan tapi terasa sulit atau tidak efisien? Apa yang bisa dibuat lebih mudah?

Contoh:
Belanja harian, belajar, memasak, transportasi

ELEMEN-ELEMEN UNTUK MENGENAL POTENSI

5 elemen yang membentuk potensi nyata:

1	MASALAH	Adakah ketidaknyamanan, frustrasi, atau hambatan yang dialami orang secara berulang?	*Contoh: Antrian panjang di warung makan saat jam istirahat sekolah*
2	KEBUTUHAN	Apa yang dibutuhkan orang tapi belum tersedia atau belum terpenuhi dengan baik?	*Contoh: Makanan sehat dan terjangkau untuk pelajar yang aktif*
3	SUMBER DAYA	Apa bahan, keahlian, atau jaringan yang sudah ada di sekitarmu yang bisa dimanfaatkan?	*Contoh: Hasil pertanian lokal yang melimpah tapi belum diolah*
4	TREN	Apa perubahan gaya hidup, teknologi, atau kebijakan yang menciptakan permintaan baru?	*Contoh: Meningkatnya minat pada produk ramah lingkungan*
5	GAP/KESENJANGAN	Di mana ada celah antara kondisi saat ini dan kondisi ideal yang diharapkan pengguna?	*Contoh: Tidak ada layanan antar makanan di daerah pedesaan*

CONTOH POTENSI DI DUNIA NYATA

Dari masalah nyata di sekitar kita

MASALAH	POTENSI
Susah membawa minum pada saat olahraga lari	> Botol minum yang elastis
Susah ibadah sholat dalam keadaan bersih 100% karena pekerjaan di lapangan	> hygine spray perfume
Sulit mengisi perabotan yang diinginkan saat rumah masih kontrak/berpindah	> Furniture portable


ANEKA JUS
JERUK
MANGGA
ALPUKAT
STRAWBERRY
SIRSAK
DLL
P
PARKIR
Sarapan Pagi
Bubur Ayam
Spesial
Khas Cianjur

IDENTIFIKASI MASALAH

Memahami cara menggali masalah dan menentukan masalah yang aktual

Prinsip Empati

Empathy Map

Guideline Masalah

Problem Statement



Melihat gambar di samping apa ya

PRINSIP EMPATI DALAM MENGGALI MASALAH

EMPATI adalah kemampuan untuk memahami dan merasakan apa yang dirasakan orang lain — melihat masalah dari sudut pandang mereka, bukan sudut pandang kita sendiri.

Apa itu Empati?

Bukan sekadar simpati. Empati berarti benar-benar menempatkan diri pada posisi orang lain — merasakan frustrasinya, kebutuhannya, dan sudut pandangnya.

Pentingnya Memahami Pengguna

Masalah yang kita identifikasi dari asumsi sendiri sering meleset. Memahami pengguna secara langsung menghasilkan masalah yang aktual dan solusi yang relevan.

Asumsi vs Fakta

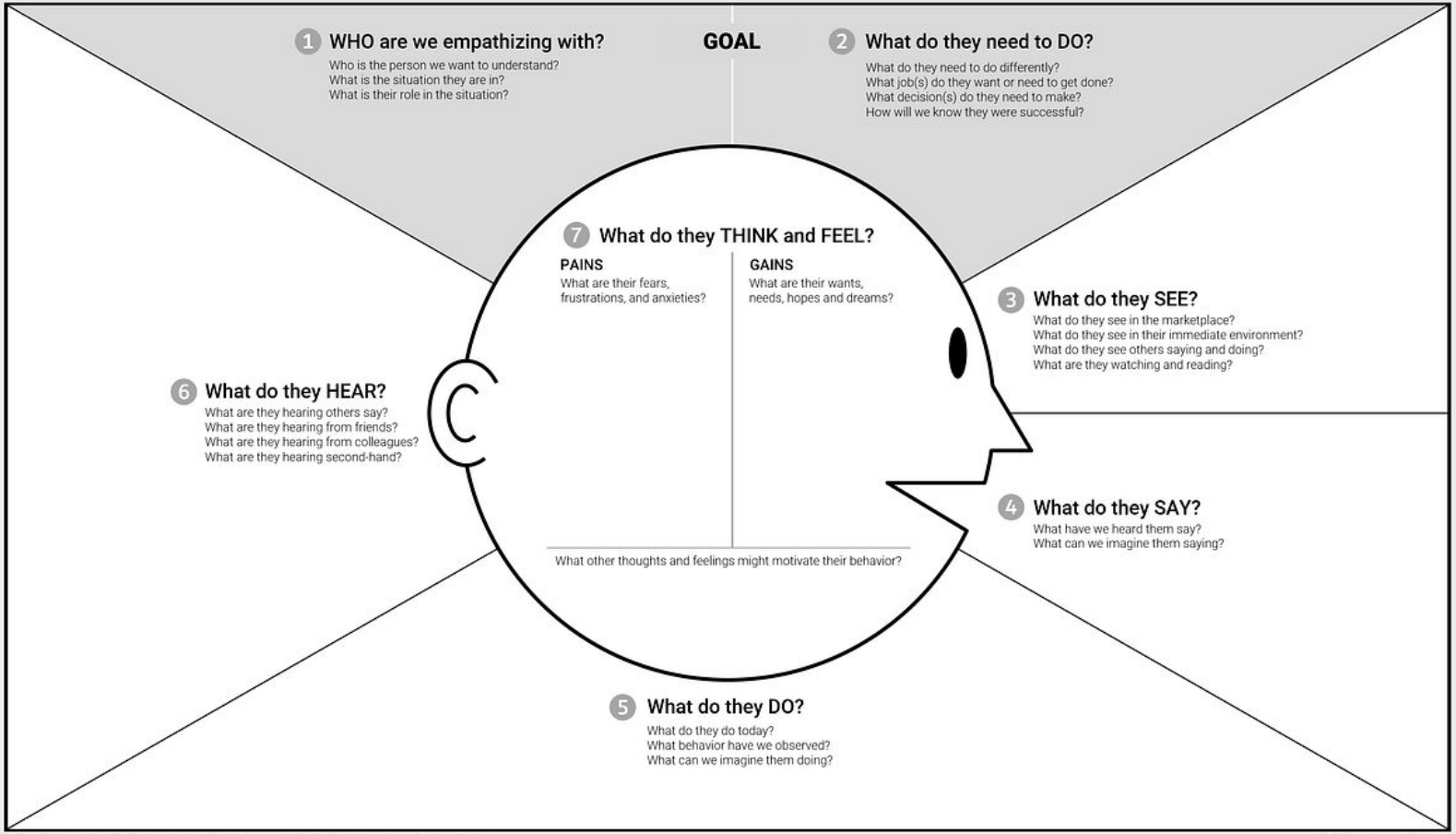
Asumsi: 'Pasti penggunanya mau ini.' Fakta: didapat dari observasi dan wawancara langsung. Selalu uji asumsimu dengan fakta dari lapangan.

Simulasi Perspektif Orang Lain

Coba lakukan aktivitas yang sama dengan pengguna. Amati ekspresi, tindakan, dan reaksi mereka secara langsung tanpa menghakimi.

Empathy Map Canvas

Designed for:	Designed by:	Date:	Version:



Last updated on 16 July 2017. Download a copy of this canvas at http://gamestorming.com/empathy-map/

© 2017 Dave Gray, xplane.com

EMPATHY MAP — METODE MENGGALI MASALAH

Empathy Map adalah alat untuk memahami pengguna secara mendalam melalui 6 dimensi:



CARA PENGISIAN EMPATHY MAP

Untuk setiap elemen, ajukan pertanyaan ini kepada atau tentang pengguna:

DIPIKIRKAN	Apa ekspektasi pengguna? Apa yang menjadi pertimbangannya? Apa sarannya?
DIRASAKAN	Apa yang pertama kali dirasakan? Apa yang ditakutkan? Apa yang diragukan?
DILIHAT	Apa yang dilihat dari produk di pasar? Apa yang dilihat dari produk kompetitor?
DIDENGAR	Apa yang didengar dari orang lain tentang produk/layanan serupa?
DIKATAKAN	Apa yang secara nyata diucapkan pengguna tentang produk? Kepada siapa?
DILAKUKAN	Apa tindakan konkret pengguna terhadap produk? Apa yang dilakukan untuk memenuhi harapan?

PAIN: Catat semua keluhan dan hambatan pengguna

GAIN: Catat semua harapan dan keinginan pengguna

GUIDELINE MERUMUSKAN MASALAH

5 elemen untuk merumuskan masalah yang aktual dan tajam:

Con CONTEXT	Siapa, dimana, dan kapan masalah ini muncul? Context memperjelas scope masalah agar solusi tepat sasaran. ● *Siapa yang mengalami masalah ini?* ● *Dimana masalah ini terjadi?* ● *Kapan masalah ini muncul?* ● *Dalam aktivitas apa masalah ini muncul?* ● *Kelompok orang mana yang paling terdampak?*
C CONSTRAINT	Apa batasan atau hambatan yang mencegah solusi ada saat ini? (keterbatasan waktu, biaya, akses, teknologi)
R ROOT-CAUSE	Apa akar penyebab sebenarnya dari masalah ini? (gunakan teknik 5 Whys — tanya 'kenapa?' minimal 5 kali)
I IMPACT	Seberapa besar dampak masalah ini pada pengguna? (skala, frekuensi, urgensi — semakin besar impact, semakin prioritas)
G GAP	Apa kesenjangan antara kondisi saat ini dan kondisi ideal yang diharapkan pengguna? Gap = ruang untuk solusi.

CONTOH PROBLEM STATEMENT

Struktur:
[SIAPA] mengalami [MASALAH] karena [ROOT-CAUSE], sehingga berdampak [IMPACT]. Ini terjadi di [CONTEXT: lokasi, kondisi, bagaimana muncul].

Contoh: Anak sekolah & bekal sehat

CONSTRAINT	Tidak ada waktu orang tua dalam menyiapkan bekal anak yang sehat
ROOT-CAUSE	Waktu orang tua yang sibuk dan tidak sempat berbelaja di pagi hari
IMPACT	Anak sering membeli makanan diluar yang mengakibatkan perut sering sakit
CONTEXT	Lokasi: lingkunga rumah komplek. Kondisi: setiap hari kerja pukul 05.00 - 07.00 pagi Bagaimana: kebutuhan muncul saat anak perlu makan masakan rumah yang lebih sehat tetapi orang tua tidak punya waktu untuk menyiapkannya

CONTOH PROBLEM STATEMENT (LANJUTAN)

Latih kemampuan merumuskan Problem Statement dari berbagai konteks:

Contoh 2: Petani Sayuran & Harga Jual

CONSTRAINT	Petani tidak memiliki akses langsung ke pembeli akhir; tidak ada platform digital yang mudah digunakan di desa.
ROOT-CAUSE	Ketergantungan pada tengkulak sebagai satu-satunya perantara penjualan hasil panen.
IMPACT	Pendapatan petani tidak stabil — sering merugi saat panen melimpah karena harga dipatok tengkulak.
CONTEXT	Lokasi: desa pertanian X. Kondisi: setiap musim panen raya. Bagaimana: muncul saat hasil panen tidak bisa langsung dijual ke konsumen.

CONTOH PROBLEM STATEMENT (LANJUTAN)

Latih kemampuan merumuskan Problem Statement dari berbagai konteks:

Contoh 3: Warga & Peringatan Dini Banjir

CONSTRAINT	Tidak ada infrastruktur komunikasi darurat khusus warga di daerah rawan banjir
ROOT-CAUSE	Informasi dan BMKG tidak diterjemahkan ke peringatan lokal yang mudah dipahami dan diakses warga biasa
IMPACT	Warga terlambat evakuasi, berpotensi meningkatkan jumlah korban dan kerugian harta benda saat banjir datang
CONTEXT	Lokasi: permukiman padat di bantaran sungai. Kondisi: musim hujan Oktober-Februari. Bagaimana: muncul saat curah hujan tinggi

DARI NOL JADI FOUNDER!

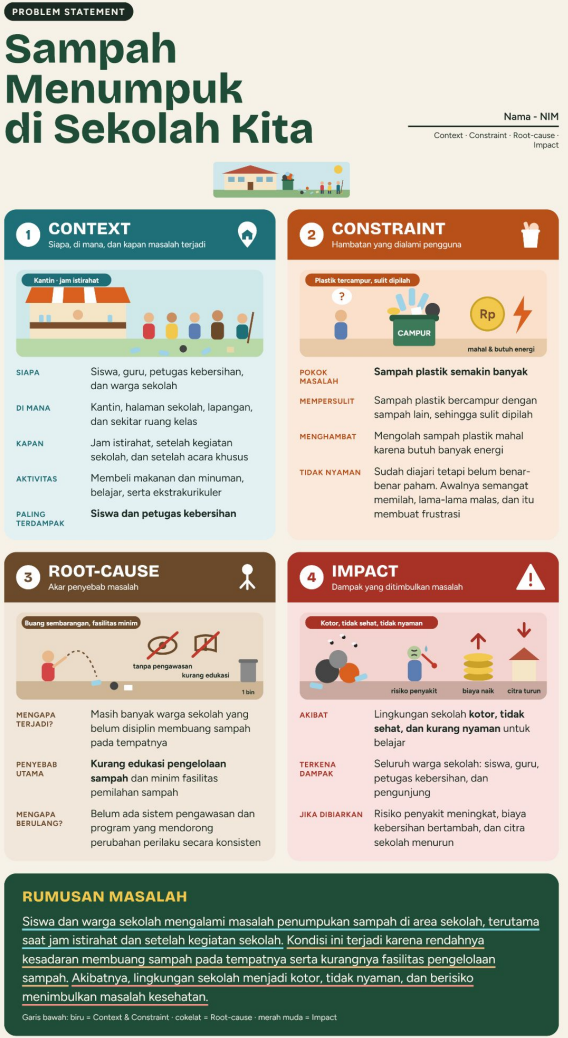
1. **Cari masalah yang AKTUAL**
2. **Buat PROBLEM STATEMENT**
3. **Tuangkan ke dalam POSTER**

Menggunakan AI

PROMPT

buatkan poster yang berisi gambar ilustrasi yang menjelaskan problem statement berdasarkan kerangka terlampir.

4. **Posting di Instagram dan TAG @WBI_NEXGENOFE (WAJIB FOLLOW)**



REFERENSI

[1] WBIIC. (2021). Modul 3.1. Design Thinking. Pelatihan Kewirausahaan SMA/SMK. Politeknik Wilmar Bisnis Indonesia.

[2] WBIIC. (2021). Modul 2.2. Masalah dan Peluang. Pelatihan Kewirausahaan SMA/SMK. Politeknik Wilmar Bisnis Indonesia.

[3] Brown, T. (2009). Change by Design: How Design Thinking Transforms Organizations. HarperBusiness.

[4] IDEO. (2015). The Field Guide to Human-Centered Design. IDEO.org.

[5] Blank, S., & Dorf, B. (2012). The Startup Owner's Manual. K&S Ranch.

[6] Ries, E. (2011). The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation. Crown Business.

[7] d.school Stanford University. (2020). Design Thinking Bootcamp Bootleg. Hasso Plattner Institute of Design.

REFERENSI

[1] WBIIC. (2021). Modul 2.2. Masalah dan Peluang. Pelatihan Kewirausahaan SMA/SMK. Politeknik Wilmar Bisnis Indonesia.

[2] Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). Business Model Generation. Wiley.

[3] Drucker, P. F. (1985). Innovation and Entrepreneurship: Practice and Principles. Harper & Row.

[4] Blank, S., & Dorf, B. (2012). The Startup Owner's Manual. K&S Ranch.

[5] Ries, E. (2011). The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation. Crown Business.

[6] Global Entrepreneurship Monitor. (2023). GEM Global Report 2022/2023. GEM Consortium.

[7] Kementerian Koperasi dan UKM RI. (2023). Perkembangan UMKM Indonesia. Kemenkop UKM.