

PERJANJIAN

**PELAKSANAAN KEGIATAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
PROGRAM PKM100 PLUS 2022 – Periode 1
Nomor: PKM100Plus-2022-1-075-SPK-KLPPM/UNTAR/V/2025**

1. Pada hari Senin tanggal 09 bulan Mei Tahun 2022, yang bertanda tangan di bawah ini:

I Nama : Ir. Jap Tji Beng, Ph.D.
Jabatan : Ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat
Universitas Tarumanagara

Selanjutnya disebut sebagai **Pihak Pertama**.

II Nama : Dra. Rodhiah, MM.
NIDN/NIDK : 0311106603
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Bertindak untuk diri sendiri dan Anggota Tim Pengusul:

1. Nama : Marcellino Husein
NIM : 115199114
2. Nama : Darryl
NIM : 115190002
3. Nama :
NIM :

Selanjutnya disebut sebagai **Pihak Kedua**.

2. Pihak Pertama menugaskan Pihak Kedua untuk melaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat atas nama Universitas Tarumanagara dengan:

Judul kegiatan : Market Opportunity Analysis

Nama mitra : Mario Ronaldo

Tanggal kegiatan : 12 Mei 2022

dengan biaya **Rp3,000,000 (Tiga Juta Rupiah)** dibebankan kepada anggaran Universitas Tarumanagara.

3. Lingkup pekerjaan dalam tugas ini adalah kegiatan sesuai dengan yang tertera dalam usulan Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat yang diajukan oleh Pihak Kedua, dan telah disetujui oleh Pihak Pertama yang merupakan bagian yang tidak terpisahkan dalam surat tugas ini.

4. Pihak Kedua wajib menyerahkan laporan kegiatan dan luaran kegiatan selambat-lambatnya tanggal 31 Juli 2022, sesuai prosedur dan peraturan yang berlaku dengan format sesuai ketentuan.

Pihak Pertama



Ir. Jap Tji Beng, MMSI., Ph.D.

Pihak Kedua



Dra. Rodhiah, MM.

Lembaga

- Pembelajaran
- Kemahasiswaan dan Alumni
- Penelitian & Pengabdian Kepada Masyarakat
- Penjaminan Mutu dan Sumber Daya
- Sistem Informasi dan Database

Fakultas

- Ekonomi dan Bisnis
- Hukum
- Teknik
- Kedokteran
- Psikologi
- Teknologi Informasi
- Seni Rupa dan Desain
- Ilmu Komunikasi
- Program Pascasarjana

LAPORAN AKHIR
PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT YANG DIAJUKAN KE LEMBAGA
PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT



MARKET OPPORTUNITY ANALYSIS

Disusun oleh:

Dra. Rodhiah, M.M

10191042/0311106603

Anggota:

Marcellino Husin NIM: 115199114

Darryl NIM: 115190002

PRODI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
JAKARTA
MEI 2022

Halaman Pengesahan
Laporan Pengabdian kepada Masyarakat

1. Judul PKM : *Market Opportunity Analysis*
2. Nama Mitra PKM : SiButter
3. Ketua Tim Pelaksana
 - A. Nama dan Gelar : Dra. Rodhiah, MM.
 - B. NIDN/NIK : 0311106603/10191042
 - C. Jabatan/Gol. : Dosen
 - D. Program Studi : Manajemen
 - E. Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
 - F. Bidang Keahlian : Manajemen
 - G. Alamat Kantor : Jln. Letjen S. Parman No.1 Grogol Jakarta Barat / 5671747
 - H. Nomor HP/Tlp : 081310670858
3. Anggota Tim PKM
 - A. Jumlah Anggota (Dosen) : - orang
 - B. Nama Anggota/Keahlian : -
 - C. Jumlah Mahasiswa : 2 orang
 - D. Nama & NIM Mahasiswa 1 : Marcellino Husin NIM: 115199114
 - E. Nama & NIM Mahasiswa 2 : Darryl NIM: 115190002
4. Lokasi Kegiatan Mitra
 - A. Wilayah Mitra : Jl. Barito No. 16
 - B. Kabupaten/Kota : Tegal
 - C. Provinsi : Jawa Tengah
5. Metode Pelaksanaan : ~~Luring~~/Daring
5. Luaran yang dihasilkan : Karya Tulis HKI
6. Jangka Waktu Pelaksanaan : Januari-Juni/~~Juli-Desember~~* (pilih salah satu)
7. Pendanaan : Rp 3.000.000
Biaya yang disetujui

Jakarta, 12 Mei 2022

Menyetujui,
Ketua LPPM



Jap Tji Beng, Ph.D
NIDN/NIK: 0323085501/10381047

Ketua Pelaksana

Dra. Rodhiah, MM.
NIDN/NIK: 0311106603/10191042

BAB I

PENDAHULUAN

A. ANALISIS SITUASI

Stevens *et al.*, (2016) menyatakan bahwa analisis peluang pasar adalah alat untuk menentukan dan mengakses keinginan dari suatu peluang bisnis. Ini membentuk sebagian dari strategi bisnis, dimana sebelum meluncurkan produk atau layanan baru, pasar dianalisis untuk mengidentifikasi pendapatan dan keuntungan yang diantisipasi darinya. Perkiraan permintaan adalah salah satu faktor terpenting yang harus dipertimbangkan dan dianalisis selama analisis peluang. Analisis peluang pasar membantu mengidentifikasi kebutuhan pelanggan dan dengan demikian merencanakan, merancang, dan memberikan produk atau layanan untuk memperoleh kepuasan pelanggan.

Kegiatan PKM melibatkan pemilik usaha SiButter agar dapat lebih memahami tentang analisis peluang pasar. Mengingat mitra belum memiliki pemahaman yang optimal tentang analisis peluang pasar, maka tim PKM berkeinginan untuk mentransfer pengetahuan kepada mitra. Agar produk yang disediakan mampu melayani dan memenuhi kebutuhan pelanggan dengan lebih baik. Pemilik usaha ini sendiri dalam memulai bisnis di latarbelakangi dari kegemaran pemilik dalam berbisnis di bidang *Food & Beverages* terutama pada bisnis makanan manis seperti *croffle*, dan *waffle*. Selain itu Pemilik melihat adanya lonjakan minat masyarakat dalam membeli *croffle*, dan *waffle*. Hal ini yang mendorong terbentuknya toko SiButter. Untuk itu kegiatan ini dilakukan bertujuan untuk memberikan pemahaman analisis peluang pasar. Hal ini dilakukan agar toko SiButter dapat lebih memahami tentang analisis peluang pasar sebagai upaya untuk memenuhi kebutuhan dan pelayanan terhadap pelanggan.

B. MASALAH MITRA DAN SOLUSI

Sesuai dengan analisis situasi di atas, maka dapat disimpulkan bahwa mitra memiliki masalah yaitu:

1. Bagaimana meningkatkan pengetahuan mitra tentang analisis peluang pasar?

Solusi yang ditawarkan ke mitra, berupa transfer pengetahuan tentang analisis peluang pasar. Dengan mengacu kepada sumber buku yaitu *Market Opportunity Analysis* yang dikarang oleh Stevens *et al.*, (2016), serta beberapa penelitian yang dilakukan melalui internet.

BAB II

PELAKSANAAN

A. DESKRIPSI KEGIATAN

Kegiatan dilakukan pada tanggal 26 April 2022 secara daring melalui *Zoom Meeting*. Kegiatan ini melibatkan tiga orang mahasiswa yang sekaligus bertindak sebagai pembawa acara dan panitia. Langkah pertama kegiatan yaitu menjajaki apa yang menjadi kebutuhan mitra, selanjutnya menyiapkan materi PPT yang ditransfer ke mitra melalui *Zoom Meeting*. Selama kegiatan berlangsung mitra mendengarkan materi yang disampaikan secara antusias dan bersemangat, diskusi dan tanya jawab mitra dengan tim PKM juga dilakukan setelah penyampaian materi. Materi yang disampaikan memberikan manfaat kepada mitra dalam memahami analisis peluang pasar, agar mitra dapat unggul dari pesaing.

Mitra pada kegiatan ini yaitu saudara Mario Ronaldo, beralamat di Jalan Barito No.16, Tegal. Pemilik usaha ini sendiri dalam memulai bisnis di latarbelakangi oleh kegemaran dalam berbisnis di bidang *Food & Beverages* terutama pada bisnis makanan manis seperti *croffle*, dan *waffle*. Selain itu Pemilik melihat adanya lonjakan minat masyarakat dalam membeli *croffle*, dan *waffle*. Hal ini yang mendorong pemilik untuk membuka toko dengan merek SiButter.

The logo for SiButter is displayed in a large, elegant, black cursive script. Below the main text, the tagline "A BITE OF STORY" is written in a smaller, all-caps, sans-serif font.

1. Implementasi *Market Opportunity Analysis* (Analisis Peluang Pasar)

Output yang dirancang pada kegiatan ini, berupa pembekalan pengetahuan tentang analisis peluang pasar (*market opportunity analysis*) pada mitra SiButter. Di mana pembekalan ini diberikan pemahaman dalam bentuk PPT berupa:

Definisi Analisis Peluang Pasar

Analisis peluang pasar adalah alat untuk menentukan dan mengakses keinginan dari suatu peluang bisnis. Ini membentuk sebagian dari strategi bisnis; dimana, sebelum meluncurkan produk atau layanan baru, pasar dianalisis untuk mengidentifikasi pendapatan dan keuntungan yang diantisipasi darinya. Perkiraan permintaan adalah salah satu faktor terpenting yang harus dipertimbangkan dan dianalisis selama analisis peluang.

Pentingnya Analisis Peluang Pasar

1. Analisis peluang pasar membantu mengidentifikasi kebutuhan pelanggan dan dengan demikian merencanakan, merancang, dan memberikan produk atau layanan untuk memperoleh kepuasan pelanggan.
2. Ini membantu perusahaan untuk tetap terdepan dalam persaingan karena pengenalan produk berorientasi pelanggan.
3. Hal ini juga memungkinkan perusahaan untuk memanfaatkan sumber daya secara optimal.
4. Ini membantu bisnis untuk mencapai tujuan seperti peningkatan margin keuntungan dan pangsa pasar dll.
5. Ini juga memungkinkan organisasi untuk memperluas dan menyebarkan bisnisnya di pasar baru maupun pasar yang sudah ada.

5 Kunci Penting Dalam Melakukan Analisis Peluang Pasar

1. Teliti pelanggan dan pesaing.

Menggunakan riset pemasaran untuk menganalisis pelanggan dan pesaing dalam berbagai tingkatan. Hal ini bertujuan untuk mengevaluasi apakah permintaan akan produk/layanan itu nyata, dan apakah ekspansi ke pasar baru yang potensial bermanfaat bagi perusahaan.

2. Mendapatkan tampilan pada pasar dengan skala tingkat yang tinggi.
Namun, menilai pelanggan dan pesaing tidak cukup. diperlukan memperoleh pemahaman yang lebih luas tentang pasar secara keseluruhan dan apa potensi sukses yang ada di pasar.
3. Jelajahi peluang bisnis yang berdekatan.
Mengejar peluang yang berdekatan juga bisa menjadi strategi yang menguntungkan. Perusahaan dengan pertumbuhan laba yang paling berkelanjutan telah menggunakan pendekatan yang sistematis dan disiplin untuk memperluas batas-batas bisnis inti mereka ke ruang yang berdekatan.
4. Memahami faktor lingkungan bisnis.
Lingkungan bisnis mencakup faktor-faktor seperti:
 - i) Perkembangan teknologi
 - ii) Peraturan Pemerintah
 - iii) Pergeseran geopolitik
 - iv) Indikator ekonomi
 - v) Kebijakan perdagangan
5. Temukan riset pasar yang dibutuhkan.
Mengumpulkan dan mensintesis informasi tentang pasar bisnis dapat memberikan banyak informasi yang dibutuhkan untuk pemahaman yang komprehensif tentang pelanggan, persaingan, industri, dan lingkungan bisnis.

B. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pelatihan dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Menghubungi dan berkoordinasi dengan pihak terkait, yaitu pemilik usaha.
2. Menentukan jadwal untuk memberikan pelatihan melalui zoom.
3. Menyiapkan link zoom dan diberikan ke mitra.
4. Menyampaikan materi sosialisasi melalui ceramah, diskusi, dan tanya jawab dipandu oleh mahasiswa 2 orang melalui zoom.
5. Mitra mendengarkan dan memberikan respon pada atas materi sosialisasi.

C. LUARAN

Luaran kegiatan PKM ini berupa karya tulis yang akan didaftarkan sebagai HKI ke Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual, Kementerian Hukum dan HAM Republik Indonesia.

BAB III

KESIMPULAN

Berdasarkan pelaksanaan kegiatan diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Pelatihan tentang *market opportunity analysis* dilaksanakan dengan cara mensosialisasikan kepada mitra mengenai perlunya penerapan *market opportunity analysis* pada usaha *food & beverages* milik mitra, yaitu SiButter, guna lebih memaksimalkan produk-produk SiButter yang akan dijual kepada pelanggan.
2. Pelatihan dan sosialisasi telah dilakukan secara daring melalui *zoom meeting* dan kegiatan dibantu oleh dua orang mahasiswa.
3. Mitra menerima materi yang disampaikan secara antusias. Selama proses sosialisasi berlangsung mitra banyak berdiskusi dan melakukan tanya jawab. Mitra menyadari pentingnya pemahaman mengenai *market opportunity analysis* untuk bisnis milik mitra.

DAFTAR PUSTAKA

Stevens *et al.*, (2016), *Market Opportunity Analysis*, Routledge

<https://www.infinite research.com/thoughts/market-opportunity-analysis-impact/#:~:text=Market%20opportunity%20analysis%20is%20a,revenues%20and%20profits%20from%20it.>

LAMPIRAN

Foto Kegiatan





UNTAR untuk INDONESIA

MARKET OPPORTUNITY ANALYSIS

Dra. Rodhiah, M.M

Anggota:
Marcellino Husin 115199114
Darryl 115190002

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TARUMANAGARA**

www.untar.ac.id [Untar Jakarta](#) [@UntarJakarta](#) [@untarjakarta](#)

What is Market Opportunity Analysis?

- Analisis peluang pasar adalah alat untuk menentukan dan mengakses keinginan dari suatu peluang bisnis.
- Ini membentuk sebagian dari strategi bisnis; dimana, sebelum meluncurkan produk atau layanan baru, pasar dianalisis untuk mengidentifikasi pendapatan dan keuntungan yang diantisipasi darinya.
- Perkiraan permintaan adalah salah satu faktor terpenting yang harus dipertimbangkan dan dianalisis selama analisis peluang.

Why is it Important?

1. Analisis peluang pasar membantu mengidentifikasi kebutuhan pelanggan dan dengan demikian merencanakan, merancang, dan memberikan produk atau layanan untuk memperoleh kepuasan pelanggan.
2. Ini membantu perusahaan untuk tetap terdepan dalam persaingan karena pengenalan produk berorientasi pelanggan.
3. Hal ini juga memungkinkan perusahaan untuk memanfaatkan sumber daya secara optimal.
4. Ini membantu bisnis untuk mencapai tujuan seperti peningkatan margin keuntungan dan pangsa pasar dll.
5. Ini juga memungkinkan organisasi untuk memperluas dan menyebarkan bisnisnya di pasar baru maupun pasar yang sudah ada.



UNTAR
Universitas Tarumanagara



UNTAR untuk INDONESIA

5 Keys to Conducting a Market Opportunity Analysis

- Teliti pelanggan dan pesaing.

Menggunakan riset pemasaran untuk menganalisis pelanggan dan pesaing dalam berbagai tingkatan. Hal ini bertujuan untuk mengevaluasi apakah permintaan akan produk/layanan itu nyata, dan apakah ekspansi ke pasar baru yang potensial bermanfaat bagi perusahaan.

- Mendapatkan tampilan pada pasar dengan skala tingkat yang tinggi.

Namun, menilai pelanggan dan pesaing Anda tidak cukup. Anda juga perlu memperoleh pemahaman yang lebih luas tentang pasar secara keseluruhan dan apa potensi sukses yang ada di pasar.



UNTAR
Universitas Tarumanagara



UNTAR untuk INDONESIA

5 Keys to Conducting a Market Opportunity Analysis

- Jelajahi peluang bisnis yang berdekatan.

Mengejar peluang yang berdekatan juga bisa menjadi strategi yang menguntungkan. Dalam studi lima tahun, para peneliti menganalisis pertumbuhan dan kinerja 1.850 perusahaan. Mereka menemukan bahwa perusahaan dengan pertumbuhan laba yang paling berkelanjutan telah menggunakan pendekatan yang sistematis dan disiplin untuk memperluas batas-batas bisnis inti mereka ke ruang yang berdekatan.



UNTAR
Universitas Tarumanagara



UNTAR untuk INDONESIA

5 Keys to Conducting a Market Opportunity Analysis

- Memahami factor lingkungan bisnis

Lingkungan bisnis mencakup faktor-faktor seperti:

1. Perkembangan teknologi
2. Peraturan Pemerintah
3. Pergeseran geopolitik
4. Indikator ekonomi
5. Kebijakan perdagangan



UNTAR
Universitas Tarumanagara



UNTAR untuk INDONESIA

5 Keys to Conducting a Market Opportunity Analysis

- Temukan riset pasar yang Anda butuhkan dengan cepat.

Mengumpulkan dan mensintesis informasi tentang pasar bisnis dapat memberi Anda banyak informasi yang Anda butuhkan untuk pemahaman yang komprehensif tentang pelanggan, persaingan, industri, dan lingkungan bisnis.



UNTAR
Universitas Tarumanagara



UNTAR untuk INDONESIA

Market Opportunity Analysis Example

- Katakanlah, kami meluncurkan toko makanan cepat saji baru di Jakarta. Sebelum meluncurkan bisnis, perusahaan akan mengerjakan menu dan item bersama dengan paket makanan dan pilihan minuman. Tetapi dengan menggunakan analisis peluang pasar, mereka dapat melihat berapa banyak warung cepat saji yang ada di kota dan daerah mana yang lebih banyak. Mereka juga dapat melihat apakah model bisnis akan berhasil di tahun-tahun mendatang dan akankah berkembang?
- Setelah ini, langkah penting adalah menganalisis pesaing. Jika ada terlalu banyak pesaing atau tidak ada sama sekali. Kedua situasi memerlukan analisis yang tepat jika tidak ada risiko kegagalan bisnis. Kelompok sasaran harus dipahami dengan preferensi mereka, demografi dll diikuti dengan target penjualan yang dapat dicapai.
- Oleh karena itu, ini menyimpulkan definisi Analisis Peluang Pasar beserta ikhtisarnya.



UNTAR
Universitas Tarumanagara



UNTAR untuk INDONESIA

SURAT PERNYATAAN KESEDIAAN KERJA SAMA DARI MITRA

Yang bert tangan dibawah ini:

Nama : Mario Ronaldo
Bidang Kegiatan : Bisnis *food & beverages* (*croffle*, dan *waffle*)
Alamat : Jalan Barito No. 16, Tegal

Dengan ini menyatakan bersedia untuk bekerjasama dengan Pelaksana Kegiatan kerja sama dengan mitra.

Nama Ketua Tim Pengusul : Dra. Rodhiah, M.M/10191042/0311106603

Nama Mahasiswa : Marcellino Husin (115199114)

: Darryl (115190002)

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi

Perguruan Tinggi : Universitas Tarumanegara

Bersama ini pula kami nyatakan dengan sebenarnya bahwa diantara pihak Mitra dan Pelaksana Kegiatan Kegiatan kerja sama dengan mitra tidak terdapat ikatan kekeluargaan dan ikatan usaha dalam wujud apapun juga.

Demikian Surat Pernyataan ini dibuat dengan penuh kesadaran dan tanggung jawab tanpa ada unsur pemaksaan didalam pembuatannya untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 26 April 2022

Yang Menyatakan



(Mario Ronaldo)



UNTAR
Universitas Tarumanagara



UNTAR untuk INDONESIA

SERTIFIKAT

No: 075/D/PKM100Plus/VI/2022

DIBERIKAN KEPADA

Dra. Rodhiah, MM.

sebagai:

NARASUMBER

Program Pengabdian kepada Masyarakat

KEGIATAN PKM 100 PLUS

dengan tema:

Market Opportunity Analysis

yang telah dilaksanakan pada tanggal:

12 Mei 2022

Ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat,



Ir. Jap Tji Beng, Ph.D.

MARKET OPPORTUNITY ANALYSIS

Rodhiah
Marcellino Husin
Darryl

Fakultas Ekonomi Bisnis Tarumanagara Jakarta Indonesia
rodhiah@fe.untar.ac.id

Pendahuluan

Analisis peluang pasar (*market opportunity analysis*) membantu bisnis dalam mengidentifikasi kebutuhan pelanggan. Dengan diterapkannya analisis peluang pasar maka sebuah bisnis dapat merencanakan, merancang, dan memberikan produk atau layanan yang sesuai dengan target pasar untuk memperoleh kepuasan pelanggan.

Kegiatan PKM melibatkan usaha bernama SiButter sebagai mitra agar dapat lebih memahami tentang *market opportunity analysis*. Mengingat mitra belum memiliki pemahaman yang optimal tentang *market opportunity analysis*, maka tim PKM berkeinginan untuk mentransfer pengetahuan kepada mitra. Agar produk yang disediakan mampu melayani dan memenuhi kebutuhan pelanggan dengan lebih baik.

Pemilik usaha ini sendiri dalam memulai bisnis di latarbelakangi oleh kegemaran pemilik dalam berbisnis di bidang *Food & Beverages* terutama pada bisnis makanan manis seperti *croffle* dan *waffle*.

Mitra

SiButter. UKM yang bergerak di bidang *Food & Beverages*

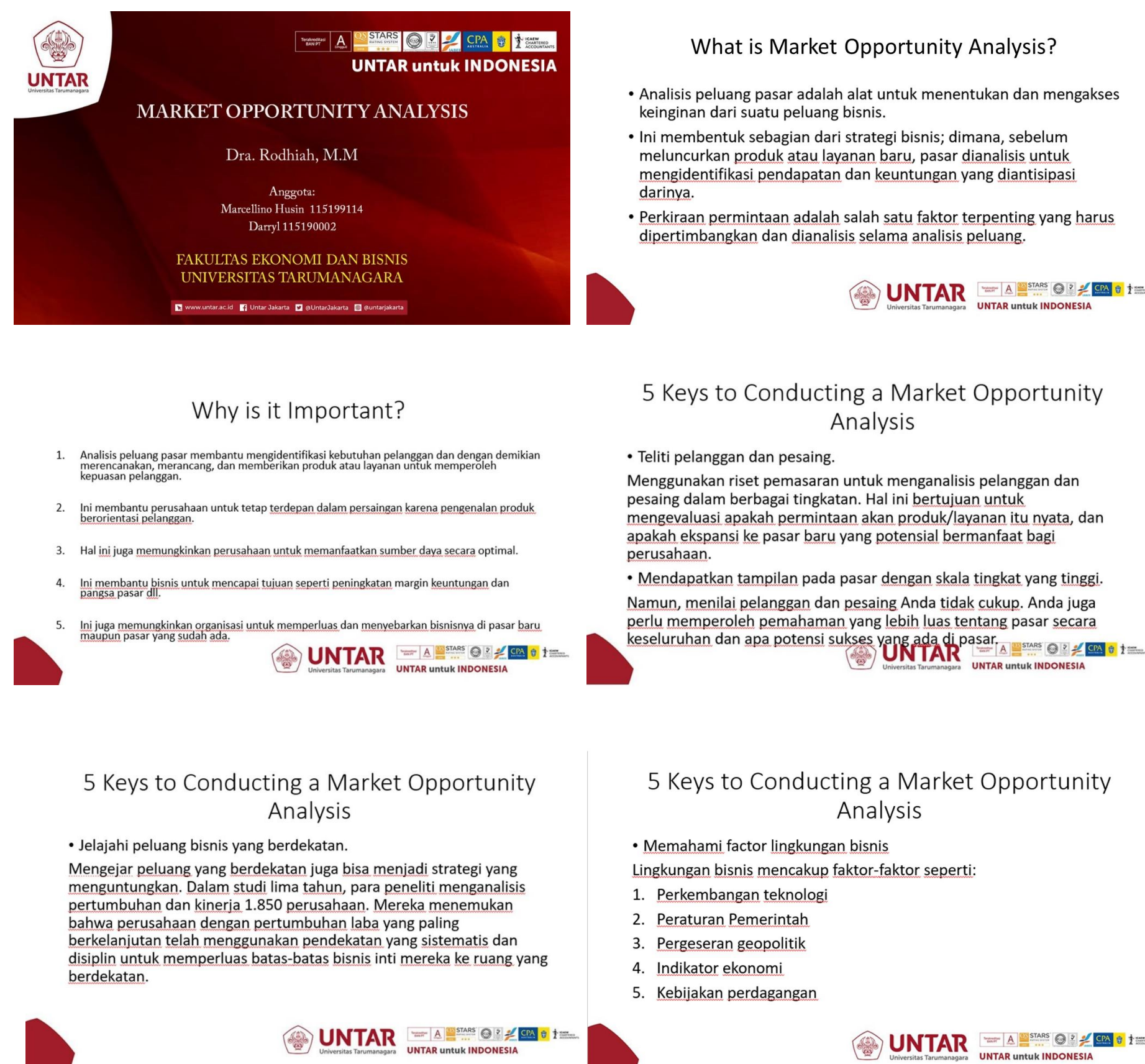
Metode

Dengan memberikan pelatihan dan membuka diskusi yang dilakukan melalui beberapa kegiatan:

- ❖ Menghubungi dan berkoordinasi dengan pihak terkait, yaitu pemilik usaha SiButter
- ❖ Mengirimkan dan memberikan beberapa bahan serta materi sosialisasi melalui presentasi, diskusi, dan tanya jawab. Turut dipandu oleh mahasiswa sebagai host .
- ❖ Presentasi dan diskusi terbuka antara mitra dan penyaji, pada saat kegiatan tersebut terjadi respon berupa tanya jawab dan diskusi atas materi tersebut

Hasil Kegiatan

Pemahaman mengenai pentingnya *market opportunity analysis* disajikan dalam PPT, yaitu:



What is Market Opportunity Analysis?

- Analisis peluang pasar adalah alat untuk menentukan dan mengakses keinginan dari suatu peluang bisnis.
- Ini membentuk sebagian dari strategi bisnis; dimana, sebelum meluncurkan produk atau layanan baru, pasar dianalisis untuk mengidentifikasi pendapatan dan keuntungan yang diantisipasi darinya.
- Perkiraan permintaan adalah salah satu faktor terpenting yang harus dipertimbangkan dan dianalisis selama analisis peluang.

Why is it Important?

1. Analisis peluang pasar membantu mengidentifikasi kebutuhan pelanggan dan dengan demikian merencanakan, merancang, dan memberikan produk atau layanan untuk memperoleh kepuasan pelanggan.
2. Ini membantu perusahaan untuk tetap terdepan dalam persaingan karena pengenalan produk berorientasi pelanggan.
3. Hal ini juga memungkinkan perusahaan untuk memanfaatkan sumber daya secara optimal.
4. Ini membantu bisnis untuk mencapai tujuan seperti peningkatan margin keuntungan dan pangsa pasar dll.
5. Ini juga memungkinkan organisasi untuk memperluas dan menyebarkan bisnisnya di pasar baru maupun pasar yang sudah ada.

5 Keys to Conducting a Market Opportunity Analysis

- Teliti pelanggan dan pesaing.

Menggunakan riset pemasaran untuk menganalisis pelanggan dan pesaing dalam berbagai tingkatan. Hal ini bertujuan untuk mengevaluasi apakah permintaan akan produk/layanan itu nyata, dan apakah ekspansi ke pasar baru yang potensial bermanfaat bagi perusahaan.

- Mendapatkan tampilan pada pasar dengan skala tingkat yang tinggi.

Namun, menilai pelanggan dan pesaing Anda tidak cukup. Anda juga perlu memperoleh pemahaman yang lebih luas tentang pasar secara keseluruhan dan apa potensi sukses yang ada di pasar.

5 Keys to Conducting a Market Opportunity Analysis

- Jelajahi peluang bisnis yang berdekatan.

Menjelajahi peluang yang berdekatan juga bisa menjadi strategi yang menguntungkan. Dalam studi lima tahun, para peneliti menganalisis pertumbuhan dan kinerja 1.850 perusahaan. Mereka menemukan bahwa perusahaan dengan pertumbuhan laba yang paling berkelanjutan telah menggunakan pendekatan yang sistematis dan disiplin untuk memperluas batas-batas bisnis inti mereka ke ruang yang berdekatan.

5 Keys to Conducting a Market Opportunity Analysis

- Memahami factor lingkungan bisnis

Lingkungan bisnis mencakup faktor-faktor seperti:

1. Perkembangan teknologi
2. Peraturan Pemerintah
3. Pergeseran geopolitik
4. Indikator ekonomi
5. Kebijakan perdagangan

Kesimpulan

Berdasarkan pelaksanaan kegiatan diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Pelatihan tentang *market opportunity analysis* dilaksanakan dengan cara mensosialisasikan kepada mitra mengenai perlunya penerapan *market opportunity analysis* pada usaha *food & beverages* milik mitra, yaitu SiButter, guna lebih memaksimalkan produk-produk SiButter yang akan dijual kepada pelanggan.
2. Pelatihan dan sosialisasi telah dilakukan secara daring melalui *zoom meeting* dan kegiatan dibantu oleh 2 orang mahasiswa.
3. Mitra menerima materi yang disampaikan secara antusias. Selama proses sosialisasi berlangsung mitra banyak berdiskusi dan melakukan tanya jawab. Mitra menyadari pentingnya pemahaman mengenai *market opportunity analysis* untuk bisnis milik mitra.

Ucapan Terima Kasih

Terima kasih kepada LPPM Untar yang telah memberikan peluang pada kami dalam mengikuti kegiatan PKM 100 Plus periode 1 tahun 2022.

Dokumen Pengajuan HKI

Rodhiah Rodhiah <rodhiah@fe.untar.ac.id>
to HKI

1:34 PM (2 hours ago) ☆ ↶ ⋮

Berikut kelengkapan dokumen untuk pengajuan HKI karya tulis berjudul Market Opportunity Analysis. Mohon bantuannya untuk diproses.

Terimakasih

5 Attachments



↶ Reply

↷ Forward

SURAT PENCATATAN CIPTAAN

Dalam rangka perlindungan ciptaan di bidang ilmu pengetahuan, seni dan sastra berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, dengan ini menerangkan:

Nomor dan tanggal permohonan : EC00202229837, 16 Mei 2022

Pencipta

Nama : **Dra. Rodhiah, M.M., Marcellino Husin dkk**
Alamat : BSD Sektor XIV-5 Blok S.4/16 Rawa Mekar Jaya, Serpong,
Tangerang, BANTEN, 15310
Kewarganegaraan : Indonesia

Pemegang Hak Cipta

Nama : **Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat
Universitas Tarumanagara**
Alamat : Jl. Letjen. S. Parman No. 1 Grogol, Jakarta Barat 11440, Jakarta
Barat, DKI JAKARTA, 11440

Kewarganegaraan : Indonesia

Jenis Ciptaan : **Karya Tulis**

Judul Ciptaan : **Market Opportunity Analysis**

Tanggal dan tempat diumumkan untuk pertama kali di wilayah Indonesia atau di luar wilayah Indonesia : 12 Mei 2022, di Jakarta

Jangka waktu perlindungan : Berlaku selama hidup Pencipta dan terus berlangsung selama 70 (tujuh puluh) tahun setelah Pencipta meninggal dunia, terhitung mulai tanggal 1 Januari tahun berikutnya.

Nomor pencatatan : 000345401

adalah benar berdasarkan keterangan yang diberikan oleh Pemohon.

Surat Pencatatan Hak Cipta atau produk Hak terkait ini sesuai dengan Pasal 72 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta.



a.n Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia
Direktur Jenderal Kekayaan Intelektual
u.b.
Direktur Hak Cipta dan Desain Industri

Anggoro Dasananto
NIP.196412081991031002

Disclaimer:

Dalam hal pemohon memberikan keterangan tidak sesuai dengan surat pernyataan, Menteri berwenang untuk mencabut surat pencatatan permohonan.

LAMPIRAN PENCIPTA

No	Nama	Alamat
1	Dra. Rodhiah, M.M.	BSD Sektor XIV-5 Blok S.4/16 Rawa Mekar Jaya, Serpong
2	Marcellino Husin	Jl. TP. Rustam Effendi No. 19 17 Ilir, Ilir Timur I
3	Darryl	Citra I Blok D 4/21, Kalideres

