

Nama : Tata Nurhaliza

NPM : 2113053008

Kelas : 3D

Mata kuliah : Kewirausahaan

Ujian Tengah Semester

1. Nokia

Nokia sempat menjadi primadona di masa keemasannya. Namun sekarang, divisi produsen ponsel asal Finlandia tersebut bangkrut. Dalam waktu kurang dari satu dekade, Nokia muncul untuk memimpin revolusi ponsel. Pada puncaknya, Nokia menguasai pasar ponsel global lebih dari 40%. Namun posisinya di puncak hanya sebentar, penurunan bisnis Nokia dimulai dengan penjualan bisnis telepon selulernya ke Microsoft pada tahun 2013.

Kendala :

Nokia terlena dengan sukses mereka selama puluhan tahun. Sehingga gagal melakukan inovasi. Ketika zaman berubah dan kebutuhan konsumen juga berubah, Nokia terlambat mengadakan. Sejak awal Nokia tidak mau menerima Android dan tetap merasa bisa mengontrol tren pasar. Nokia puas dengan keberhasilan yang sudah dimiliki dan tidak mau berinovasi. Selain itu, Nokia juga kurang terbuka terhadap kritik dan saran.

Solusi :

Nokia harus menganalisis bagaimana Apple dan Android dapat menciptakan suatu lifestyle di setiap produk mereka. Perlu ada segmentasi bagi tiap-tiap produk agar pasar yang ditargetkan lebih fokus. Nokia perlu inovasi untuk meningkatkan kemampuan software. Selain itu, Nokia perlu promosi untuk menunjukkan kelebihan mereka jika dibandingkan dengan para pesaingnya.

2. Mi Kare

Mi kare termasuk produk gagal karena angka penjualannya tidak mencapai target yang diinginkan. Mi kare terakhir diproduksi tahun 2008 dan sekarang tidak diproduksi lagi. Menurut beberapa sumber group mi kare ini tidak menguntungkan dan sudah gulung tikar.

Kendala:

Banyak komplain dari konsumen seperti rasa yang tidak sesuai dengan selera, kualitas maupun harganya kurang bagus, dan promosinya tidak dapat mengubah share of mind dan share of heart pelanggan. Kebanyakan pelanggan memilih produk wing (mi sedap) atau indopod.

Solusi:

Melakukan promosi sesuai dengan kenyataannya dengan menerapkan hasil BPRM agar konsumen tidak takut lagi mengkonsumsinya, jangan mencari keuntungan yang bersifat sementara, mendidik konsumen sudah mungkin, melakukan observasi ke lapangan, dan bermanfaat untuk konsumen.

3. Sariwangi

Brand ini telah menjadi top of mind terkait dengan produk ini yang berdiri sejak tahun 1962. Pada masa jayanya, sariwangi merupakan perusahaan yang kompetitif.

Kendala:

Sariwangi mengalami investasi gagal dan tergeat hutang. Luas perkebunan tidak milik PT. Sariwangi selalu mengalami pengusutan tiap tahunnya. Ekspor ke luar negeri juga mengalami penurunan. Selain itu, kurangnya inovasi.

Solusi:

Perusahaan harus dapat menganalisis dirinya untuk dapat sehat. Pertama soal strategi bisnisnya ke eksternal, kedua terkait ekshusi bisnis dan terakhir

pekerjaan leadership. Perusahaan lainwaji harus menggunakan strategi investasi yang tepat. Selain itu, dengan melakukan berbagai inovasi lagi.

#### 4. Sony Ericsson

Brand hasil kerja sama yang dilakukan Sony dan Ericsson sejak 1 oktober 2001. Salah satu tujuan utama Sony Ericsson adalah menulis ponsel baru yang mampu memimpin tren fotografi digital.

#### Kendala:

Perusahaan bagi hasil ini mulai menghadapi kerugian pada 2002 dan 2003. Karena perusahaan tidak dapat menghadapi vendor kompetitor lainnya. Sony Ericsson dinilai gagal memenuhi kebutuhan konsumen karena kurang berinovasi lewat produk buatan mereka. Sony memutuskan untuk berpisah dengan Ericsson dengan cara Sony membeli saham Ericsson.

#### Solusi:

Produk ini harus lebih inovasi agar mampu memenuhi kebutuhan konsumen. dan mampu bersaing dengan produk lain. Kedua perusahaan ini seharusnya saling berkontribusi dalam perusahaan dan dalam memasarkan produk mereka.

#### 5. Nyonya Meneer

Mempakan salah satu perusahaan jamu terkemuka. Jamu ini digunakan untuk mengobati berbagai penyakit.

#### Kendala:

Beban utang dan tidak sanggup membayar yang dikabarkan mencapai Rp 110 miliar. Selain itu, kurangnya inovasi pada produk Nyonya Meneer. Selain itu, banyaknya pegawai yang sudah lanjut usia.

#### Solusi:

