

NOTULENSI ACARA PRESENTASI
MATA KULIAH EKONOMI INDUSTRI
KELOMPOK 3

Hari, Tanggal : Jumat, 10 Oktober 2025

Pukul, Tempat : 10.00 WIB s.d selesai

Semester/Kelas : VII/Peminatan 1

Bahasan Materi : Perilaku Perusahaan

Telah dilangsungkan presentasi kelompok 3 yang beranggotakan:

- | | |
|--------------------|------------|
| 1. Eka Arinda | 2213031080 |
| 2. Zildjian Fitri | 2213031086 |
| 3. Azwaliza | 2213031007 |
| 4. Dhona Dwiyantri | 2213031004 |

Selanjutnya, semua aktivitas diskusi yang berlangsung pada hari ini, dicatat dengan kondisi sebenar-benarnya. Adapun aktivitas yang berlangsung sebagai berikut:

1. Pembukaan

Moderator membuka diskusi dengan pembukaan awal lalu memperkenalkan anggota penyaji. Setelahnya moderator memandu saat presentasi berlangsung.

2. Penyajian Materi

Tim penyaji memaparkan materi sesuai dengan pembagian materi mengenai “Perilaku Perusahaan”.

3. Sesi Tanya Jawab

a. Astin Trimartalena 2213031081

Tadi sudah dijelaskan oleh pemateri mengenai strategi diferensiasi produk yang dapat dilakukan oleh suatu Perusahaan, pertanyaannya bagaimana peran Riset dan Pengembangan (R&D) dalam mendukung keberhasilan strategi diferensiasi produk? Dan apakah ada risiko yang dapat terjadi jika suatu perusahaan mengabaikan aspek tersebut?

Jawab: Eka Arinda 2213031080

Riset dan Pengembangan (R&D) berperan penting dalam mendukung strategi diferensiasi produk karena melalui riset perusahaan dapat menemukan inovasi, memahami kebutuhan konsumen, serta menciptakan fitur atau kualitas unik yang membedakan produknya dari pesaing. Tanpa R&D, perusahaan berisiko menghasilkan produk yang tidak relevan dengan pasar, mudah ditiru, dan tidak memiliki nilai tambah sehingga bisa kehilangan pelanggan serta pangsa pasar. Mengabaikan R&D juga dapat menyebabkan kegagalan produk dan menurunnya reputasi perusahaan. Dengan demikian, R&D menjadi fondasi utama agar diferensiasi berjalan efektif dan mampu memberikan keunggulan kompetitif.

b. Selly Ismi

Bagaimana hubungan antara diferensiasi produk dengan loyalitas konsumen?

Jawab: Zildjian Fitri 2213031086

Diferensiasi produk memiliki hubungan langsung dan kuat dengan loyalitas konsumen. Ketika sebuah perusahaan mampu menghadirkan produk yang unik, berbeda, dan memiliki nilai tambah yang tidak ditawarkan pesaing—baik dari segi kualitas, fitur, desain, maupun pengalaman penggunaan—konsumen cenderung merasa lebih puas dan terikat secara emosional dengan produk tersebut. Keunikan inilah yang membuat konsumen sulit beralih ke merek lain karena mereka merasa produk tersebut memenuhi kebutuhan mereka secara lebih spesifik. Sebaliknya, jika produk tidak memiliki keunikan atau mudah digantikan, konsumen tidak memiliki alasan kuat untuk tetap setia. Dengan demikian, diferensiasi yang berhasil akan menciptakan persepsi nilai yang lebih tinggi, membangun kepercayaan, dan pada akhirnya mendorong loyalitas konsumen dalam jangka panjang.

c. Aldi Pranoto 2213031088

Bagaimana perilaku perusahaan dalam menetapkan harga dapat memengaruhi daya saing di pasar?

Jawab: Azwaliza 2213031007

Perilaku perusahaan dalam menetapkan harga sangat menentukan daya saing produk. Jika perusahaan menetapkan harga yang terlalu tinggi tanpa menawarkan nilai tambah, konsumen cenderung berpindah ke pesaing. Sebaliknya, harga yang terlalu rendah dapat menurunkan persepsi kualitas dan mengurangi keuntungan. Oleh karena itu, perusahaan perlu menetapkan harga berdasarkan riset pasar, biaya produksi, serta strategi kompetitif agar tetap menarik bagi konsumen sekaligus menjaga profitabilitas.

4. Penambahan penguatan materi oleh dosen.
5. Penutup

Moderator menutup kegiatan presentasi.

Demikian laporan dari hasil diskusi kelompok 3 mata kuliah Ekonomi Industri pada hari ini, kami selaku kelompok 3 secara sadar membuat laporan ini dengan sebenar-benarnya.

Diketahui Oleh

Dosen Penanggungjawab

Notulensi

Meyta Prithandari, S.Pd., M.Pd.

Eka Arinda