

Notulensi 2 Mata Kuliah Kewirausahaan

Anggota Kelompok 2:

1. Puspita Lingga (2413053148)
2. Farda Nur Aziza (2413053146)
3. Annisa Rahayu (2413053152)
4. Cintia Dwi Cahyati (2413053154)
5. Naysila Sekar Ramadhani (2413053155)
6. Aulia Dewi Rachmawati (2413053156)
7. Nazwa Fadhliah Tamamah (2413053168)
8. Maria Fasela Nurdianto (2413053178)

Pertanyaan 1 (Husnul Chotimah_2413053150)

Sebagai pengusaha yang mempunyai produk dengan kualitas tinggi tetapi harganya lumayan mahal, bagaimana cara menarik konsumen untuk membeli produk kita?

Dijawab Oleh (Naysila Sekar Ramadhani_2413053155)

1. Tunjukkan kualitas dan manfaatnya.
Jelaskan kenapa harga produk sepadan dengan kualitasnya, misalnya lebih awet, lebih nyaman, atau lebih berguna dibanding produk lain.
2. Gunakan promosi menarik.
Bisa lewat diskon kecil, bonus, atau paket bundling agar orang tertarik mencoba dulu.
3. Bangun kepercayaan.
Gunakan testimoni pelanggan, ulasan positif, atau jaminan garansi supaya orang yakin kalau produkmu memang bagus.
4. Buat kemasan dan pelayanan menarik.
Kemasannya rapi, pelayanan ramah akan membuat orang merasa harga mahal jadi wajar.
5. Gunakan strategi pemasaran digital.
Promosikan di media sosial dengan foto dan video yang menunjukkan keunggulan produkmu.

Pertanyaan 2 (Salsa Islami Pashya_2413053179)

Bagaimana strategi pemasaran yang tepat dari project ternak ayam mahasiswa agar produk ayam tersebut dapat menarik minat konsumen dan usaha tetap relevan?

Dijawab Oleh (Nazwa Fadhliah Tamamah_2413053168)

Strategi pemasaran ternak ayam mahasiswa dapat dilakukan dengan menentukan segmen pasar yang jelas seperti rumah tangga, warung makan, atau konsumen sehat. Mahasiswa perlu membangun citra dan merek yang kuat melalui nama usaha unik, logo menarik, dan cerita inspiratif tentang usaha ternak mahasiswa. Manfaatkan pemasaran digital di Instagram, TikTok, dan WhatsApp Business untuk mengenalkan produk, edukasi, dan menunjukkan proses ternak higienis. Lakukan promosi kreatif seperti diskon, kolaborasi dengan komunitas kuliner/kampus.

Agar tetap relevan, lakukan inovasi produk (ayam ungkep, nugget, abon) serta gunakan kemasan menarik dan ramah lingkungan. Yang terpenting, jaga kualitas: kesegaran, kebersihan, dan label tanggal potong untuk membangun kepercayaan pelanggan.

Pertanyaan 3 (Monika Ardhana Parasmitha_2413053153)

Seiring dengan berkembangnya teknologi sekarang banyak aplikasi-aplikasi online seperti Shopee, Tiktok Shop, Tokopedia. Bagaimana warung-warung kecil yang di desa dapat bersaing agar mempertahankan usaha mereka?

Dijawab Oleh (Cintia Dwi Cahyati_2413053154)

Sekarang banyak orang belanja lewat aplikasi online seperti Shopee, Tik Tok Shop, dan Tokopedia. Supaya warung kecil di desa tetap bisa bersaing, pemilik warung harus menjaga pelayanan yang ramah, harga yang wajar, dan barang yang selalu tersedia. Selain itu, mereka bisa mulai promosi lewat WhatsApp atau media sosial agar lebih dikenal banyak orang. Dengan cara itu, warung kecil tetap bisa bertahan karena pembeli merasa dekat dan percaya dengan penjualnya.

Pertanyaan 4 (Siti Sundari Jaya Ningrat_2413053173)

Strategi pemasaran mana yang bisa kita lakukan untuk inovasi kedepannya yang cuan dan jangka panjang?

Dijawab Secara Diskusi Kelas

Kesimpulan: Strategi pemasaran yang bisa dilakukan untuk inovasi ke depannya agar tetap cuan dan bertahan lama adalah dengan membangun brand yang jelas dan konsisten, supaya orang mudah mengenali dan percaya pada produk kita. Selain itu, penting juga untuk membuat produk atau layanan yang benar-benar membantu kebutuhan atau masalah konsumen, karena hal ini membuat bisnis lebih mudah diterima dan terus dicari. Kita juga bisa memakai sistem langganan atau membership agar pemasukan lebih stabil setiap bulan. Di sisi lain, menggunakan media sosial untuk bercerita tentang proses, manfaat, atau keunggulan produk akan membuat orang lebih tertarik. Kolaborasi dengan pihak lain, penggunaan data untuk memahami konsumen, serta

membangun komunitas pelanggan juga sangat membantu agar bisnis semakin berkembang. Dengan cara-cara ini, strategi pemasaran bisa tetap efektif, menguntungkan, dan berjalan dalam jangka panjang.

Pertanyaan 5 (Naufal Hafiz Sanjaya_2413053162)

Bagaimana persaingan dari pasar yang mementingkan kuantitas dan kualitas?

Dijawab Oleh (Puspita Lingga_2413053148)

Kalau kita bicara tentang pasar yang mementingkan kuantitas dan kualitas, persaingannya itu benar-benar ketat. Di satu sisi, ada perusahaan yang fokus ke kuantitas, tujuannya supaya bisa produksi banyak dan jual dengan harga murah. Tapi risikonya, kualitas kadang jadi kurang diperhatikan. Sementara di sisi lain, ada juga yang fokus ke kualitas, produknya bagus dan tahan lama, tapi biayanya lebih tinggi, jadi harganya juga lebih mahal. Nah, yang paling hebat itu justru yang bisa menyeimbangkan keduanya antara kuantitas dan kualitas, bisa produksi banyak, tapi tetap menjaga mutu. Karena di situ letak keunggulannya: konsumen puas, dan perusahaan tetap kompetitif di pasar.

Pertanyaan 6 (Annisa Fitria_2413053147)

Menurut kalian apakah promosi digital itu selalu lebih efektif dibandingkan dengan promosi langsung/dari mulut ke mulut?

Dijawab Oleh (Maria Fasela Nurdianto_2413053178)

Menurut kami, promosi digital tidak selalu lebih efektif dibandingkan promosi langsung atau dari mulut ke mulut. Keduanya punya kelebihan masing-masing tergantung jenis usaha, target pasar, dan situasinya. Promosi digital memang lebih cepat menjangkau banyak orang, lebih mudah diukur hasilnya, dan biayanya bisa lebih murah. Namun, promosi dari mulut ke mulut memiliki kekuatan kepercayaan yang lebih besar karena datang langsung dari pengalaman nyata seseorang. Banyak orang lebih percaya rekomendasi teman, keluarga, atau pelanggan sebelumnya dibandingkan iklan di internet.

Jadi, keduanya sama-sama penting. Promosi digital bagus untuk memperluas jangkauan, sedangkan promosi mulut ke mulut kuat untuk membangun kepercayaan dan loyalitas. Strategi yang paling efektif biasanya adalah menggabungkan dua metode tersebut agar hasilnya lebih maksimal.

Pertanyaan 7 (Yulia Citra_2413053174)

Bagaimana cara pemasaran dapat memberikan nilai dan kepuasan bagi konsumen secara berkesinambungan? Jelaskan!

Dijawab Oleh (Aulia Dewi Rachmawati_2413053156)

1. Memahami kebutuhan dan keinginan konsumen
Dengan memahami perilaku dan preferensi konsumen, pelaku usaha dapat menciptakan produk dan layanan yang relevan dan bernilai tinggi bagi mereka.
2. Menciptakan dan menyampaikan nilai (value creation and delivery)
Nilai ini bisa berupa kualitas produk, desain menarik, atau pengalaman pelanggan yang menyenangkan.
3. Menjalin hubungan jangka panjang dengan konsumen (relationship marketing)
Pelaku usaha harus menjaga hubungan yang baik dengan pelanggan melalui komunikasi yang efektif, layanan pelanggan yang cepat tanggap, serta penyesuaian produk dengan kebutuhan yang terus berubah.
4. Inovasi berkelanjutan
Pelaku usaha perlu terus berinovasi, baik dalam produk, layanan, maupun strategi komunikasi.
5. Konsistensi dalam kualitas dan pelayanan
Kepuasan yang berkelanjutan akan tercapai jika pelaku usaha selalu konsisten dalam menjaga mutu produk dan pelayanan.

Pertanyaan 8 (Ni Kadek Indah Sari_2413053163)

Apa yg akan dilakukan oleh seorang wirausahawan apabila ia tidak dapat memenuhi kebutuhan pasar?

Dijawab Oleh (Farda Nur Aziza_2413053146)

Jika seorang wirausahawan tidak dapat memenuhi kebutuhan pasar, ada beberapa langkah yang biasanya dilakukan untuk mengatasi kondisi tersebut, ini bertujuan agar bisnis tetap berjalan dan tidak kehilangan pelanggan:

1. Melakukan evaluasi untuk mencari tahu penyebabnya, misalnya apakah masalahnya ada pada stok, produksi, tenaga kerja, atau pemasok. Dengan mengetahui sumber masalah, solusi bisa ditemukan lebih cepat.
2. Mencari cara untuk meningkatkan kapasitas, seperti menambah alat, menambah tenaga kerja, atau mengganti pemasok yang lebih cepat dan profesional. Hal ini dilakukan agar kebutuhan pasar bisa terpenuhi di masa depan.
3. Jika permintaan terlalu tinggi, wirausahawan bisa membatasi pesanan lewat sistem pre-order atau waiting list. Ini membuat konsumen tetap mau membeli sambil menunggu.

4. Menyesuaikan produk atau layanan agar lebih efisien, misalnya menyederhanakan varian produk agar proses produksi lebih cepat dan tidak menguras banyak sumber daya.
5. Menjaga komunikasi dengan pelanggan, memberi penjelasan, serta menawarkan alternatif agar kepercayaan konsumen tidak hilang.