



USAID
DARI RAKYAT AMERIKA



MODUL

JADI PENGUSAHA MANDIRI

#JAPRI



Nama:



Modul versi revisi ini dibuat dengan dukungan USAID untuk upaya memperkuat aspek pemberdayaan dan penguatan inklusifitas bagi individu penyandang disabilitas dalam bidang ekonomi melalui peningkatan kemampuan kewirausahaan.



BAB 3 KENALI USAHA ANDA

SIAPA KONSUMEN PRODUK SAYA?

Seorang pengusaha tidak akan mungkin bisa menjual semua barang atau jasa yang dibutuhkan oleh konsumen, karena kebutuhan konsumen berbeda-beda. Jenis kelamin, usia, tingkat pendapatan, lokasi dan tempat tinggal bisa menyebabkan perbedaan kebutuhan tersebut.



Sumber Gambar: Google

Contohnya makanan. Sama-sama bubur, tetapi bubur untuk bayi dan orang dewasa berbeda. Contoh lain adalah baju dimana baju untuk laki-laki dan perempuan sangat berbeda. Dari segi usiapun berbeda, seperti baju bayi laki, baju bayi perempuan, baju remaja laki-laki dan baju remaja perempuan.

Dikarenakan begitu banyak pilihan produk barang atau jasa yang ditawarkan, maka seorang penjual harus memilih calon konsumen yang akan dipenuhi kebutuhannya. Oleh karena itu, penting bagi pengusaha untuk memahami kriteria calon konsumen. Kriteria tersebut meliputi jenis kelamin, usia, tingkat pendapatan, tempat tinggal, dan lainnya. Tabel dibawah ini akan membantu untuk menentukan konsumen mana yang akan dipilih.

Kriteria	Kelompok	Yang Dipilih	Alasan memilih kelompok tersebut
Jenis Kelamin	a. Laki - laki b. Perempuan		
Usia	a. Bayi - Balita b. Remaja c. Dewasa d. Manula		
Tingkat Pendapatan	a. Atas b. Menengah c. Bawah		
Tempat Tinggal	a. Perkotaan b. Pedesaan		
Kriteria Lain			

Pengusaha diperbolehkan memilih lebih dari satu kelompok konsumen jika mereka mempunyai kebutuhan yang sama. Pengusaha juga diperbolehkan menulis kriteria lain yang dianggap perlu untuk diketahui. **Contoh** pengisiannya adalah sebagai berikut:

Fika ingin menjual telur asin. Untuk memudahkannya dalam mendapatkan konsumen, Fika harus dapat menentukan kriteria dan ciri-ciri dari calon konsumennya tersebut. Oleh karenanya, ia pun membuat tabel analisis konsumen dibawah ini.

Kriteria	Kelompok	Yang Dipilih	Alasan memilih kelompok tersebut
Jenis Kelamin	a. Laki – laki b. Perempuan	Laki-laki dan perempuan	Tidak ada perbedaan dalam mengkonsumsi telur asin
Usia	a. Bayi – Balita b. Remaja c. Dewasa d. Manula	Remaja dan remaja	Remaja dan dewasa menyukai ragam lauk pauk
Tingkat pendapatan	a. Atas b. Menengah c. Bawah	Menengah	Harga yang terjangkau untuk kalangan menengah
Tempat tinggal	a. Perkotaan b. Pedesaan	Perkotaan	Kebutuhan akan produk olahan telur di kota lebih besar
Kriteria Lain			

Dari penjelasan diatas, maka calon konsumen yang ditarget adalah **remaja dan dewasa baik laki-laki maupun perempuan yang memiliki tingkat pendapatan menengah dan bertempat tinggal di perkotaan.**

Setelah target calon konsumen telah diketahui, maka langkah selanjutnya adalah membuat slogan. Slogan adalah salah satu cara untuk membuat target calon konsumen ingat dengan barang atau jasa yang dijual pengusaha. Slogan juga akan membedakan barang atau jasa yang dijual seorang pengusaha dengan pengusaha lain. Slogan harus singkat, mudah diingat, mudah diucapkan, dan ada hubungannya dengan keunggulan barang atau jasa yang dijual.

Sebagai contoh, Fika dapat menggunakan slogan sebagai berikut untuk telur asinnya:

“Telur Asin Japri. Enak, Bergizi, dan Kekinian”

KEUNGGULAN BERSAING

Dalam menjalankan usaha, seorang pengusaha pasti akan menghadapi persaingan. Beberapa pesaing sudah diidentifikasi kelebihan dan kekurangannya. Ada beberapa cara untuk menghadapi, bertahan, dan unggul dalam persaingan tersebut. Salah satunya adalah dengan memiliki keunggulan bersaing. Suatu usaha dikatakan memiliki keunggulan bersaing jika usaha tersebut mempunyai sesuatu yang berbeda dari yang dimiliki oleh pesaing dan melakukan sesuatu lebih baik dari pesaing. Ada dua cara untuk menciptakan keunggulan bersaing, yaitu:

1 Biaya produksi yang lebih murah

Biaya produksi yang lebih murah dapat dilakukan melalui beberapa hal. Misalnya dengan menciptakan proses produksi yang mudah, mencari supplier (pemasok) bahan baku yang murah namun tetap sesuai dengan standar, membeli bahan baku dalam jumlah yang banyak (grosir), sehingga bisa mendapatkan harga yang lebih murah dari pada hargaeceran.

Dengan demikian, pengusaha dapat menjual produk dengan harga yang lebih murah dibandingkan harga pesaing, namun tetap memiliki kualitas produksi yang sama bahkan bias lebih baik. Selain itu, dengan biaya produksi yang murah, pengusaha juga bisa mendapatkan keuntungan yang lebihbesar.



Sumber Gambar : kabarwanita.id

2 Menciptakan perbedaan dengan produk pesaing

Untuk mendapatkan tempat di hati konsumen, produk yang dijual haruslah berbeda dengan produk sejenis lainnya. Perbedaan disini bukan hanya sekedar berbeda penampilan atau rasa, namun perbedaan yang benar-benar dibutuhkan dan memberi manfaat lebih bagi konsumen dan pelanggan. Menciptakan perbedaan unik yang belum dimiliki oleh pesaing, yang membuat konsumen senang dan ingat dengan produk kita dan ingin terus melakukan pembelian.

Berikut merupakan ilustrasi yang menunjukkan perbedaan antara usaha yang memiliki keunggulan bersaing (keunikan dan perbedaan dengan usaha lain).

A. Usaha warung kopi



Gambar A: Warung Kopi Biasa



Gambar B: Warung Kopi dengan Wifi Gratis

Sumber gambar: google

Gambar di atas menunjukkan dua jenis usaha yang sama yaitu warung kopi (warkop). Gambar A menunjukkan sebuah warung kopi biasa yang tidak memiliki keunikan atau perbedaan dengan warung kopi pada umumnya. Sementara gambar B menunjukkan sebuah warung kopi yang menyediakan Wi-Fi (internet) gratis bagi pelanggan yang datang. Dari kedua usaha tersebut, dapat disimpulkan bahwa usaha pada gambar A tidak memiliki keunggulan bersaing. Sementara, usaha pada gambar B memiliki keunggulan bersaing yaitu Wi-Fi akses internet gratis.

B. Usaha Nasi Goreng



Gambar A: Nasi Goreng Biasa



Gambar B: Nasi Goreng Pelangi

Gambar di atas menunjukkan dua produk yang sama yaitu nasi goreng. Gambar A menunjukkan sebuah nasi goreng biasa seperti nasi goreng pada umumnya. Sementara gambar B menunjukkan nasi goreng pelangi yang memiliki warna yang unik menyerupai pelangi yang jarang dijumpai pada nasi goreng umumnya. Dari kedua produk ini, dapat disimpulkan bahwa produk pada gambar A tidak memiliki keunggulan bersaing. Sementara produk pada gambar B memiliki keunggulan bersaing yaitu warna nasi goreng yang menyerupai warna pelangi.

Sekarang, Anda bisa memikirkan keunggulan apa dari usaha dan produk Anda yang bisa ditawarkan kepada konsumen sehingga konsumen bisa terus ingat dan terus membeli produk Anda.

