

Pengusaha Harus Paham Keinginan Konsumen

Kamis, 04-05-2017

MUHAMMADIYAH.OR.ID, BANTUL - Seiring dengan banyaknya kemunculan pengusaha di Indonesia, inovasi menjadi suatu kewajiban yang harus dimiliki oleh pengusaha. Apabila pengusaha berhenti berinovasi, maka dengan mudahnya akan tergantikan dengan kompetitor lainnya. Hal ini seperti yang dikatakan oleh founder dan CEO Printereous, Kevin Osmond saat memaparkan Seminar Kewirausahaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta (FEB UMY) yang bertepatan "Saatnya Ubah Inspirasi Jadi Kreasi."

"Kita bisa lihat pengusaha yang belum mampu mengikuti zaman sehingga tergantikan pengusaha baru lainnya, seperti blackberry, maupun aplikasi friendster yang pernah terkenal. Akan tetapi karena semakin muncul pengusaha baru yang lebih mampu berinovasi, produk tersebut akhirnya terhenti karena belum mampu membangun produk apa yang konsumen mau," ujar Kevin pengusaha print online tersebut, Rabu (3/5) di Gedung AR Fachruddin B lantai 5.

Pada seminar kewirausahaan yang disponsori sepenuhnya oleh Nescafe tersebut, Kevin kembali mengatakan bahwa inovasi akan muncul jika pengusaha mampu merespon permasalahan yang sedang terjadi di masyarakat, seperti belum terpenuhinya keinginan atau kebutuhan konsumen. Sehingga akan memunculkan ide baru yang sesuai dengan keinginan konsumen. "Di zaman saat ini, ide sangat mudah didapatkan. Bagi pengusaha yang tidak mau hilang termakan zaman, dapat dengan mudahnya mengakses internet untuk memperbarui ide yang sangat diperlukan masyarakat atau konsumen itu sendiri. Sehingga kita tau apa kebutuhan konsumen saat ini," paparnya.

Kevin mengatakan lebih lanjut, selain ide yang juga harus dipikirkan oleh pengusaha yaitu diperlukan link atau jangkauan sumberdaya. Hal tersebut menurut Kevin sangat diperlukan karena link merupakan salah satu modal yang dibutuhkan bagi pengusaha. "Pastikan apapun ide yang dimiliki, pengusaha juga harus memiliki *marketable* (jangkauan pasar yang sesuai, red), *scalable* (mampu berkembang, red), serta *profitable* (menguntungkan, red). Meskipun memiliki itu semua, tetap saja fokus menjadi faktor penting jika ingin usahanya berkembang," ungkapnya.

Hal senada dikatakan oleh Marchella F.P selaku *Creative Director* Generasi 90an yang mampu mengubah ide menjadi bisnis, mengatakan bahwa link sangat diperlukan untuk membantu usaha yang sedang dirintis. "Sebelum branding kita harus membuat produk yang paling baik dan memiliki pembeda dari produk lainnya. Agar kita memiliki customer baru, kita harus mendekati para customer dan menanyakan apa keinginan mereka. Kalau perlu kita buat kuisisioner agar kita lebih tahu perkembangan zaman yang sedang ngetrend," ungkapnya.

Bisnis yang dirintis Marchella yang dimulai dari Tugas Akhir untuk menyelesaikan studinya di salah satu Universitas Swasta di Jakarta tersebut menjadi lima besar buku terbaik pada tahun 2013. Pada mulanya, Marchella membuat riset melalui sosial media terkait generasi 90an, hingga ditanggapi positif oleh lebih dari 5000 pengguna sosial media. Dimulai dari ide sederhana tersebut, Marchella mengaku dapat menambah link dari akun @generasi90an yang dibuatnya. "Ide yang sederhana ini saya bisa memiliki team untuk menghidupkan kembali perusahaan generasi 90an yang sempat pernah tutup," ungkap yang memiliki bisnis merchandise dari idenya tersebut. **(adam)**