

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa pelaku usaha muda memiliki berbagai faktor yang mempengaruhi keberhasilan usaha mereka. Faktor-faktor tersebut dapat digolongkan menjadi internal dan eksternal. Penelitian ini mengidentifikasi empat tema utama, yaitu:

1. Perilaku Inovatif Mahasiswa dalam Kegiatan Wirausaha.
2. Strategi Mahasiswa dalam Mengembangkan Usaha dan Menarik Konsumen.
3. Respons Emosional Mahasiswa terhadap Hambatan dalam Berwirausaha.
4. Refleksi dan Pemikiran Mahasiswa saat Menghadapi Penurunan Omzet

Dari ke empat tema dan hasil wawancara dengan para subjek dapat disimpulkan bahwa inovasi, strategi, ketahanan emosional, dan refleksi menjadi kunci utama dalam menjalankan dan mempertahankan usaha mereka.

Tema 1: Perilaku Inovatif Mahasiswa dalam Kegiatan Wirausaha

1. Dari mana biasanya ide-ide baru dalam usaha Anda berasal ?
Ide-ide baru umumnya berasal dari minat pribadi, hobi, keterampilan, dan pengalaman individu. Mahasiswa wirausaha sering memanfaatkan hal-hal yang dekat dengan kehidupan mereka sebagai sumber inspirasi.
2. Inovasi seperti apa yang pernah Anda terapkan dalam usaha Anda?
Inovasi yang diterapkan meliputi variasi produk, peningkatan layanan, strategi penjualan seperti diskon, dan pendekatan yang unik dalam

menyajikan produk. Inovasi dilakukan secara kontekstual dan sederhana namun relevan dengan kebutuhan pasar.

3. Apakah Anda memerlukan dukungan orang lain saat ingin melakukan inovasi dalam usaha Anda? Jika iya, bentuk dukungan seperti apa yang paling membantu?

Ya, dukungan sosial sangat penting. Bentuk dukungan yang paling membantu antara lain berupa masukan dari teman, bantuan promosi lewat media sosial, serta validasi ide sebelum produk diluncurkan.

Tema 2: Strategi Mahasiswa dalam Mengembangkan Usaha dan Menarik Pembeli

1. Apa saja cara promosi yang Anda lakukan agar usaha Anda dikenal lebih luas?

Promosi dilakukan melalui media sosial dengan mengikuti tren, memberikan pelayanan unik seperti sistem prasmanan, serta mengandalkan testimoni pelanggan sebagai promosi alami.

2. Apa bentuk perbaikan atau penyesuaian yang Anda lakukan terhadap produk atau layanan agar tetap diminati konsumen?

Perbaikan dilakukan melalui evaluasi rutin, diskusi tim, pengujian produk sebelum dijual, serta menjaga kualitas layanan untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

3. Strategi apa yang Anda gunakan untuk membuat pelanggan tertarik membeli atau kembali berbelanja?

Strateginya mencakup pemberian diskon, layanan ramah, peningkatan kualitas produk, dan komunikasi aktif dengan pelanggan lama, semua

ditujukan untuk menciptakan kesan positif dan pengalaman menyenangkan.

Tema 3: Respons Emosional terhadap Hambatan dalam Berwirausaha

1. Apa yang Anda rasakan ketika usaha menghadapi masalah besar?
Mahasiswa umumnya merasakan cemas, takut gagal, dan bingung. Namun mereka tidak menyerah dan tetap berusaha mencari solusi meski dalam tekanan.
2. Apa yang biasanya Anda lakukan saat usaha menghadapi hambatan?
Respons mereka mencakup tindakan praktis seperti tetap beroperasi, memperbaiki kualitas, dan menjaga layanan. Sebagian juga memilih untuk berefleksi, mengevaluasi diri, dan mencari masukan sebagai bentuk adaptasi.
3. Apa pelajaran paling berharga yang Anda dapatkan dari hambatan tersebut?
Pelajaran utama adalah pentingnya ketahanan mental, kemampuan beradaptasi, serta kesadaran untuk terus belajar dan berkembang dari pengalaman sulit.

Tema 4: Refleksi dan Pemikiran saat Menghadapi Penurunan Omzet

1. Apa hal pertama yang Anda pikirkan saat omzet turun?
Mereka cenderung langsung mencari penyebab, seperti menurunnya tren pasar, kurangnya variasi produk, atau strategi promosi yang tidak efektif.
2. Apakah Anda pernah mengganti strategi bisnis karena omzet turun?

Ya, strategi diubah dengan menambah menu, membuat konten promosi menarik, memberikan diskon, atau memperbaiki pendekatan layanan dan pemasaran.

3. Apa yang Anda lakukan untuk meningkatkan ketertarikan pelanggan saat omzet menurun?

Mereka melakukan inovasi produk, promosi personal seperti memberi bonus kepada pelanggan lama, serta memperbaiki komunikasi dan pelayanan agar konsumen tetap loyal.

Secara keseluruhan, para mahasiswa ini menunjukkan bahwa keberhasilan dalam wirausaha tidak hanya bergantung pada produk yang dijual, tetapi juga pada kemampuan untuk terus belajar, beradaptasi, dan menjaga semangat di tengah tantangan faktor tersebut berkontribusi pada keberlanjutan dan pertumbuhan usaha pelaku muda.

B. Saran

1. Mengembangkan Inovasi Berdasarkan Riset Pasar

Meskipun sebagian besar mahasiswa mengandalkan hobi dan minat pribadi dalam menciptakan inovasi, akan lebih optimal jika inovasi juga didasarkan pada riset pasar secara sederhana. Hal ini dapat membantu mereka menciptakan produk atau layanan yang tidak hanya menarik secara pribadi, tetapi juga memiliki potensi permintaan yang tinggi di pasar.

2. Meningkatkan Pendekatan Promosi Digital Secara Strategis

Strategi promosi masih cenderung mengandalkan media sosial secara spontan dan belum terencana dengan baik. Mahasiswa disarankan untuk

mulai menyusun kalender konten dan memanfaatkan fitur-fitur pemasaran digital seperti iklan berbayar, analitik media sosial, serta kolaborasi dengan micro-influencer untuk memperluas jangkauan pemasaran.

3. Membangun Sistem Evaluasi Usaha yang Lebih Terstruktur

Evaluasi produk atau layanan masih dilakukan secara informal. Mahasiswa dapat mulai menyusun mekanisme evaluasi berkala yang melibatkan feedback konsumen, catatan penjualan, dan penilaian performa promosi untuk mengambil keputusan yang lebih tepat dan berbasis data.

4. Penguatan Dukungan Emosional dan Manajerial

Respons emosional terhadap hambatan usaha masih sangat bergantung pada kemampuan individu masing-masing. Perlu adanya wadah seperti komunitas wirausaha mahasiswa atau mentor bisnis yang bisa memberikan dukungan psikologis dan arahan strategis ketika mereka menghadapi tekanan atau kebuntuan usaha.

5. Diversifikasi Strategi Saat Omzet Menurun

Strategi menghadapi penurunan omzet masih terbatas pada perubahan produk atau promosi. Mahasiswa disarankan untuk lebih mengeksplorasi strategi lain seperti ekspansi kanal distribusi, diversifikasi produk, atau segmentasi pasar baru agar usaha memiliki ketahanan yang lebih kuat dalam menghadapi fluktuasi pasar.

6. Pencatatan dan Dokumentasi Usaha

Dari pembahasan terlihat bahwa dokumentasi mengenai proses inovasi, promosi, dan evaluasi usaha belum menjadi prioritas. Disarankan

agar mahasiswa mulai melakukan pencatatan operasional, pengeluaran, serta hasil evaluasi agar perkembangan usaha dapat dilacak dan dijadikan dasar untuk pengambilan keputusan di masa depan.