

Seminar Nasional Mahasiswa *Entrepreneurship* 5.0 Session 1: Inovasi dan Tren Minuman Kekinian



Gambar 1. Seminar Nasional Mahasiswa *Entrepreneurship* 5.0

Selasa, 25 Februari 2025, Bimawa UAD telah menyelenggarakan Seminar Nasional Mahasiswa *Entrepreneurship* 5.0 dengan tema, “Inovasi dan Tren Minuman Kekinian” yang diselenggarakan secara daring melalui kanal YouTube Bimawa UAD.

Seminar Nasional Mahasiswa *Entrepreneurship* tersebut diselenggarakan pada pukul 13.00 yang diisi oleh 5 narasumber. Para narasumber tersebut berasal dari Universitas Ahmad Dahlan, yaitu Mafiqoh, Zahra Nabila S, Fatyiah Rahma A, dan Adelia, serta mahasiswa yang berasal dari Universitas Muhammadiyah Bone, yaitu Andi Rosdaliani.

Pada pemaparan materi pertama yang disampaikan oleh Mafiqoh selaku *owner* dari Cappucino Cincin menjelaskan tentang cara berbisnis cerdas di era digital. Menurutnya, ada beberapa strategi yang bisa digunakan untuk bisa mengenalkan produk kepada para calon konsumen di antaranya adalah dengan menyusun strategi digital untuk sarana promosi. Selain itu, ia juga memaparkan tentang pentingnya melakukan analisis pasar agar dapat menyesuaikan dengan kebutuhan konsumen, “Berbisnis itu harus tetap mempertimbangkan tempat kita berjualan, karena konsumen hanya akan membeli produk yang sesuai dengan kebutuhannya,” ucapnya, “Jangan takut berbisnis, manfaatkan teknologi untuk menjangkau konsumen agar lebih luas,” lanjutnya.

Andi Rosdaliani selaku *owner* dari RedPalm memaparkan tentang pentingnya untuk melihat peluang dan mengelola sumber daya yang ada di sekitar untuk memulai bisnis yang inovatif dan kreatif. Ada beberapa langkah yang Andi terapkan dalam memulai usaha tersebut, di antaranya adalah menentukan ide bisnis, melakukan riset pasar, melakukan rencana usaha, modal, legalitas, operasional usaha, dan evaluasi. Menurutnya, berbisnis juga harus tetap

menyelaraskan dengan perkembangan zaman, “Dunia bisnis itu berubah, maka kita harus dinamis terhadap perubahan,” ujarnya.

Zahra Nabila S selaku *owner* dari Choco Crack menyebutkan, pebisnis dituntut untuk terus berinovasi agar dapat menyelaraskan produk dengan perkembangan zaman. Selain itu ia juga menjelaskan tentang pemasaran visual yang sekarang ini menjadi salah satu faktor pendorong konsumen untuk membeli produk yang kita buat. Menurutnya, inovasi bukan hanya sekarang penggunaan bahan yang unik saja, melainkan juga tentang pengalaman baru yang didapatkan konsumen ketika membeli produk yang kita tawarkan. “Sekarang ini banyak minuman unik dan bisa memberikan pengalaman menyenangkan kepada konsumen saat menikmatinya, salah satunya adalah Choco Crack,” ungkapnya.

Fatiyya Rahma A selaku *owner* dari Seger-seger yaitu camilan sehat yang bahan utamanya dari buah-buahan memaparkan tentang cara melihat tren yang digemari oleh para konsumen. Menurutnya melalui hal tersebut, maka kita dapat lebih luas lagi menjangkau konsumen agar dapat membeli produk yang ditawarkan. “Dengan kita melihat tren yang digemari konsumen dan dengan *branding* yang menarik, maka pastinya produk kita juga akan digemari oleh mereka,” ujarnya.

Adelia Rahma P selaku *owner* dari Smellow menyampaikan tentang keberaniannya untuk memulai berbisnis, meskipun pada awalnya ia merasa ragu karena pendidikan yang ia tempuh sama sekali tidak ada hubungannya dengan berbisnis. Namun, ia memantapkan hati untuk bisa berbisnis dengan produknya yang bernama Smellow, yaitu minuman kekinian yang digemari banyak konsumen. Menurutnya, melakukan pendekatan kepada konsumen adalah salah satu upaya agar dapat membuat produknya banyak dikenal orang. “Melakukan pendekatan dengan konsumen sebagai relasi agar produk yang kita buat semakin dikenal banyak orang,” ujarnya.