Tugas Kelompok: Laporan Bisnis (Tujuan Promosi)

Deskripsi Tugas:

Tugas ini bertujuan untuk mengembangkan kemampuan mahasiswa dalam menyusun dan mempresentasikan laporan bisnis dengan tujuan promosi bisnis. Mahasiswa akan bekerja dalam kelompok untuk merancang strategi promosi untuk sebuah bisnis, dengan fokus pada komunikasi yang persuasif.

Petunjuk Tugas:

1. Pembentukan Kelompok:

Setiap kelompok terdiri dari 4-7 orang mahasiswa. Setiap kelompok harus memilih satu bisnis yang akan mereka promosikan. Bisnis tersebut bisa berupa bisnis nyata atau imajiner yang relevan dengan bidang agribisnis.

2. Struktur Laporan Bisnis:

Laporan bisnis yang akan disusun terdiri dari beberapa bagian utama berikut:

1. Pendahuluan:

Penjelasan singkat tentang bisnis yang dipilih (jenis bisnis, produk/layanan yang ditawarkan). Visi dan misi bisnis tersebut.

2. Tujuan Promosi:

Jelaskan tujuan dari promosi bisnis yang akan dilakukan (misalnya untuk meningkatkan penjualan, memperkenalkan produk baru, atau menarik pelanggan baru).

3. Analisis Pasar dan Target Audiens:

Tentukan audiens yang menjadi target promosi (misalnya usia, lokasi, jenis kelamin, preferensi, dll). Analisis kebutuhan atau keinginan audiens terkait produk/layanan yang ditawarkan.

4. Strategi Promosi:

Pilih jenis promosi yang sesuai untuk bisnis (misalnya diskon, promosi media sosial, event khusus, iklan, dll). Rencana langkah-langkah promosi yang akan dilakukan untuk menarik perhatian audiens.

5. Saluran Komunikasi:

Tentukan saluran yang akan digunakan untuk promosi (misalnya media sosial, website, email marketing, presentasi langsung). Jelaskan kenapa saluran tersebut efektif untuk menjangkau audiens target.

6. Evaluasi Efektivitas Promosi:

Tentukan cara untuk mengevaluasi apakah promosi berhasil (misalnya dengan melihat peningkatan penjualan, jumlah pengunjung website, respons pelanggan, dll).

3. Presentasi:

Setiap kelompok akan mempresentasikan laporan bisnis mereka dalam 15-20 menit. Presentasi harus mencakup:

• Ringkasan laporan bisnis yang telah disusun.
• Penjelasan strategi promosi yang dipilih dan alasan di balik keputusan tersebut.
• Penggunaan visual yang menarik (grafik, gambar, dan diagram) untuk mendukung presentasi.
• Teknik komunikasi yang persuasif untuk meyakinkan audiens tentang efektivitas strategi promosi mereka.

Catatan Tambahan:

• Gunakan referensi yang relevan dan pastikan seluruh informasi yang disampaikan memiliki dasar yang kuat.
• Berikan perhatian khusus pada aspek komunikasi yang persuasif dalam laporan dan presentasi.