

the
majoo
preneurs

Berjuta wirausaha maju untuk Indonesia

e-Menu

Digitalisasi daftar menu
hemat dan efektif

Digital Payment

5 keuntungannya untuk bisnisimu

Strategi Digital

Kiat e-Commerce penuh untung



Maju Bersama
#JadiMerdeka

VOL 12

Agustus 2021

Pengantar

Jangan Merasa Merdeka

Kata merdeka memiliki makna yang berbeda di setiap masa yang berbeda, dan itu adalah hal yang wajar.

Setiap era, setiap tahun, bahkan setiap saat, kita memiliki pertarungannya masing-masing, dan setiap pertarungan itu selalu berperan membentuk kita menjadi lebih baik lagi.

Tahun ini, kita menghadapi musuh yang sama seperti tahun kemarin. Yang mungkin berbeda pada tahun lalu adalah bahwa, saya merasa perjuangan kita di tahun ini lebih baik. Observasi kami menunjukkan indikasi bahwa PPKM tahun ini memang menghambat bisnis. Namun Anda semua, para majoopreneurs tetap menunjukkan semangat dan optimisme, dan secara aktivitas, yang lebih baik daripada PSBB tahun lalu.

Kami pun di majoo memiliki semangat yang sama. Perjuangan kami tahun ini terasa lebih mudah karena dengan semangat ingin membantu memerdekakan rekan-rekan majoopreneurs. Semua tugas yang kami kerjakan,

semua inovasi yang kami ciptakan menjadi lebih bernilai, karena kami tahu bahwa kita punya semangat juang yang sama untuk terus merdeka.

Lantas saya jadi berpikir. Mungkin memang sebaiknya kita jangan merasa merdeka, karena dengan merasa merdeka kita terkadang jadi lengah, jadi malas berinovasi, karena kita sudah merasa menang, merasa tidak ada lawan lagi. Padahal, (mungkin) tanpa kita sadari, permasalahan-permasalahan yang hadir, yang membuat kita merasa terjajah telah berhasil membentuk kita jauh lebih baik lagi dari sebelumnya.

Maka, pada edisi ini saya ingin mengajak majoopreneurs untuk terus memiliki semangat juang ini selamanya. Untuk terus meraih kemerdekaan.

Salam Merdeka!



Denny Eko Prasetyo
VP Marketing

Redaksi



Reporter
Nisa Destiana



Reporter
Daniel Prasatyo



Graphic Designer
Novita Putri



Graphic Designer
Firman



Penanggung Jawab /VP Marketing
Denny Eko Prasetyo



Reporter
Ajar Pamungkas



Senior Graphic Designer
Faria Fadel Zagalo



Managing Editor
Akidna Rahma

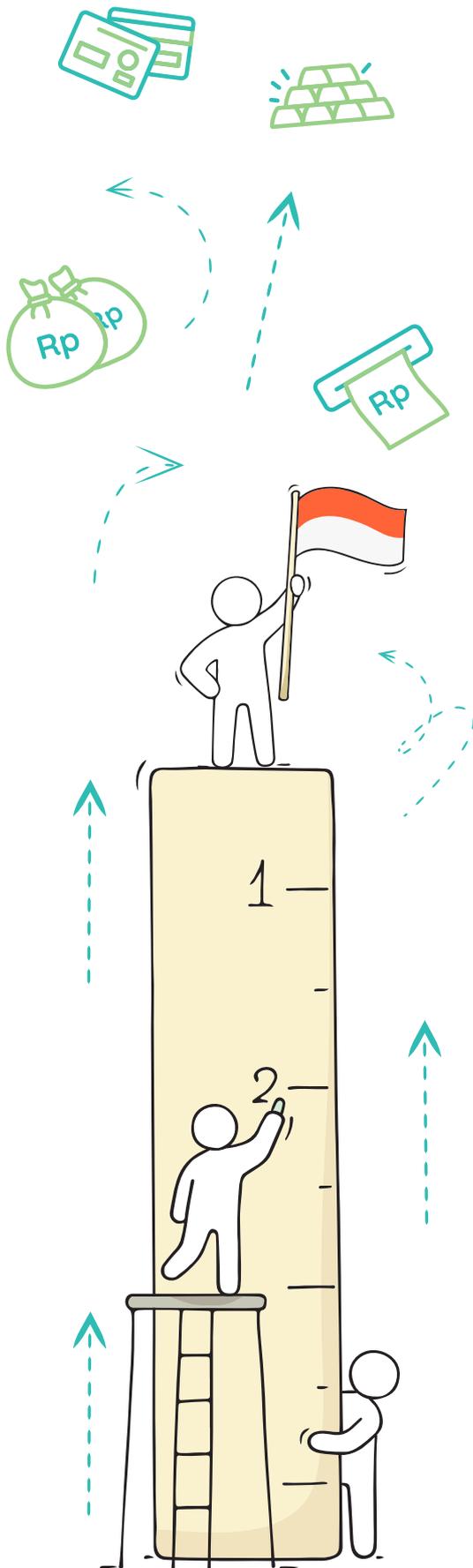


Reporter
Dini N. Rizeki



Marketing
Rachel Maya





06 Strategi Bisnis untuk Bertahan di Tengah Pembatasan Sosial ✨

5 Alasan Mengapa Pegiat **UMKM** Perlu Mengenal Bisnis Online **10** ✨

14 Keterampilan Digital: Skill Penting Bagi Pelaku UMKM ✨

Kiat e-Commerce Penuh Untung dengan Strategi Bisnis Digital **17** ✨

22 4 Perusahaan yang Sukses Menerapkan Transformasi Digital ✨

E-Menu: Digitalisasi Daftar Menu yang Hemat dan Efektif **27** ✨

31 Inilah 5 Keuntungan Menerapkan Digital Payment Bagi Bisnis ✨

Transaksi Cashless yang Aman dan Nyaman dengan QR Code **36** ✨

39 Ini yang Akan Kamu Dapatkan Saat Beralih ke e-Wallet ✨

Pengembangan Bisnis Digital dengan Media Sosial: Bisakah? **42** ✨

aplikasi wirausaha

majoo

Bersama majukan UMKM Indonesia



#majooTWOgether

Dari Kami Yang Ingin Kamu Maju



Demi terciptanya Berjuta wirausaha maju untuk Indonesia, kami persembahkan berbagai inspirasi yang bisa mendukung maju-nya bisnismu. Kamu bebas menyebar luaskan E-Magz ini ke teman-teman kamu.

Untuk saran, kerjasama, branding dan pertanyaan, silahkan sampaikan ke redaksi@majoo.id

Follow Instagram kami di [instagram.com/majoo.indonesia](https://www.instagram.com/majoo.indonesia) untuk inspirasi dan beragam informasi menarik lainnya setiap hari.



01

Strategi Bisnis untuk Bertahan di Tengah Pembatasan Sosial



Tempatan COVID-19 yang diikuti dengan berbagai aturan pembatasan sosial atau Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) tentu berdampak signifikan bagi bisnis.

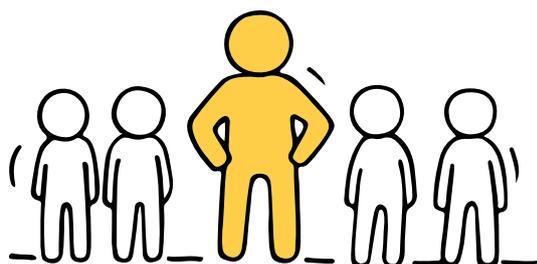
Berdasarkan berita PPKM terbaru, aturan pembatasan ini masih akan terus diperpanjang sambil mengevaluasi penurunan kasus positif COVID-19. Bagi banyak bisnis, situasi ini tidak mudah sama sekali, terutama dalam hal menjaga keuangan perusahaan.

Di tengah situasi penuh ujian ini, mau tidak mau bisnis perlu beradaptasi. Bahkan, strategi bisnis baru mungkin perlu dipertimbangkan dalam merespons kondisi terkini.

Apa saja yang dapat dilakukan supaya bisnis tetap bertahan? Simak poin-poin berikut ini!

Menekan risiko serta dampak bagi bisnis

Ketika bicara bertahan di tengah situasi menantang, salah satu poin penting yang perlu diperhatikan adalah menekan dampak buruk. Jadi, sebelum menimbang



strategi bisnis untuk tetap menarik konsumen dan lainnya, pastikan kamu sudah meminimalkan potensi risiko.

1. Melacak pengeluaran, lalu bandingkan dengan pendapatan

Saat ini, melakukan asesmen terkait jumlah biaya tetap serta biaya tidak tetap merupakan faktor krusial bagi keuangan bisnis. Penilaian ini akan memberikan gambaran yang jelas tentang posisi keuangan perusahaan.



Dengan demikian, pemilik usaha bisa perlahan-lahan membuat rencana di tengah pasar yang sedang kacau ini. Strategi ini juga dapat diterapkan kelak saat pandemi sudah reda dan bisnis akan bergerak bangkit.

2. Memeriksa kelayakan model bisnis

Mengingat hampir setiap minggu pasar berubah, kamu perlu mempertimbangkan kembali model bisnis yang tengah dijalankan. Untuk menentukan langkah selanjutnya, evaluasi ini perlu dikombinasikan dengan data biaya serta pendapatan yang diperoleh bisnis.



Misalnya, selama ini restoran yang kamu miliki mengandalkan model bisnis penjualan di gerai fisik. Dengan adanya

PPKM, dapat diprediksi pengunjung ke gerai fisik menurun drastis.

Jika demikian, kamu perlu mempertimbangkan model bisnis lain, salah satunya penjualan secara online. Kamu dapat mengoptimalkan penjualan melalui platform digital seperti Grabfood. Posisimu akan lebih diuntungkan dalam transisi ini bila aplikasi POS (link to: <https://majoo.id/ekosistem-digital-lengkap>) yang kamu pakai sudah terintegrasi dengan platform tersebut.

3. Pelan-pelan, temukan tambahan investasi

Sudah bukan rahasia lagi, semua bisnis memerlukan modal agar dapat berjalan. Dalam situasi sulit seperti sekarang, pemilik bisnis mungkin bertanya-tanya, dari mana bisa memperoleh tambahan modal?

Meskipun situasi saat ini demikian pelik, para ahli yakin kondisi ekonomi pada akhirnya akan pulih kembali. Sehubungan dengan itu, supaya terus bertahan, bisnis bisa berdiskusi dengan investor yang sudah ada untuk memberikan suntikan modal. Para investor yang sudah terjun mendanai bisnis berpotensi lebih besar untuk membantu bisnis kecil dan menengah melewati krisis ini.



Strategi bisnis tetap bertahan

Inilah masa di mana kamu perlu memahami gawatnya situasi sekaligus memikirkan strategi supaya kondisi tersebut menguntungkan bagi bisnis. Hal tentu bukanlah perkara mudah, tetapi kamu dapat mencoba beberapa langkah di bawah ini.

1. Berkomunikasi secara transparan dengan pelanggan

Hampir semua orang terdampak oleh krisis ini. Jadi, pelanggan bisnismu pun memahami betapa sulitnya situasi. Sebab itu, sikap terbaik saat ini adalah menyampaikan secara transparan apa yang sedang dialami oleh bisnis.



Kebanyakan pelanggan akan berempati selama bisnis memaparkan keadaan dengan transparan. Berkomunikasilah dengan konsumen untuk mengetahui persepsi mereka tentang produk ataupun solusi lain yang bisnis tawarkan selama masa pembatasan kegiatan ini.

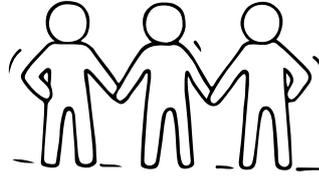
2. Jaga relasi yang baik dengan vendor

Dapat dipahami, kamu mungkin kesulitan menyelesaikan kewajiban pembayaran kepada vendor atau pemasok selama pembatasan



sosial ini. Meskipun begitu, pastikan kamu menyampaikan kemungkinan keterlambatan pembayaran kepada vendor.

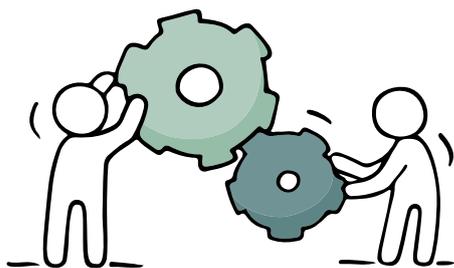
Dengan begitu, pihak pemasok pun dapat memikirkan strategi yang perlu ditempuh dengan adanya keterlambatan pembayaran tersebut. Jadi, tidak ada pihak yang merasa dirugikan atau dipersulit.



3. Kelola karyawan secara optimal

Tidak terhitung perusahaan yang melakukan pemutusan hubungan kerja sepanjang krisis ini. Hal tersebut dapat dimengerti mengingat sulitnya bisnis bertahan. Namun, bila kamu mempunyai opsi untuk mempertahankan karyawan, sebaiknya tetap dipertahankan.

Untuk mengoptimalkan beban bisnis dari sisi gaji karyawan, kamu dapat mempertimbangkan pemotongan gaji staf yang angkanya tinggi. Tujuannya, nominal tersebut dapat dijadikan subsidi silang bagi karyawan lain yang kemungkinan akan sangat kesulitan jika harus kehilangan pekerjaan.



4. Pastikan seluruh tim merasa terlibat

Seluruh tim dalam bisnis sangat bergantung kepada pimpinan atau pemilik, maka pastikan kamu selalu menginformasikan kondisi bisnis terkini. Sebagai leader, kamu berkewajiban memastikan seluruh staf dalam bisnis merasa terlibat dan memiliki semangat untuk bangkit bersama.

5. Berkomunikasi dengan seluruh pihak yang berkepentingan

Jika kamu berada di posisi pimpinan, pastikan kamu menggelar diskusi yang jujur dengan seluruh jajaran manajer dalam bisnis. Hal serupa juga perlu kamu terapkan saat berdiskusi dengan investor.



Setiap kabar yang kurang menyenangkan perlu kamu sampaikan dengan penuh empati serta alasan yang transparan. Pastikan pula kamu berdiskusi dengan investor dan tim untuk menangani komunikasi dengan pelanggan.

Di tengah situasi pelik seperti saat ini, penting sekali untuk memastikan kita semua saling mendukung satu sama lain. Hal yang perlu diingat, seluruh rangkaian pembatasan kegiatan masyarakat ini suatu saat akan berakhir. Bisnis akan mempunyai kesempatan untuk menata langkah dengan lebih baik.

02

5 Alasan Mengapa Pegiat UMKM Perlu Mengenal Bisnis Online



Tidak bisa dimungkiri bahwa pandemi Covid19 telah membawa banyak perubahan bagi kehidupan masyarakat, terutama di bidang perekonomian. Sektor perekonomian dari bisnis UMKM merupakan salah satu bidang yang paling merasakan dampaknya.



Menjalankan proses jual beli secara offline seperti biasanya jelas tidak bisa dilakukan karena beberapa pembatasan yang diterapkan pemerintah. Kalaupun bisa tetap membuka toko seperti biasa, ada jam operasional yang wajib ditepati. Pembatasan ini otomatis mengakibatkan pemasukan mereka menjadi berkurang drastis. Pebisnis dan pegiat UMKM harus memutar otak memikirkan strategi bisnis seperti apa yang bisa ditempuh agar bisnisnya tidak sampai mengalami kemunduran atau bahkan kolaps.

Salah satu solusi yang dipercaya bisa tetap membuat bisnis UMKM lancar tanpa harus kehilangan konsumen dan profit adalah bisnis online. Secara singkat, yang dimaksud dengan bisnis online adalah menjalankan usaha menawarkan produk barang atau jasa melalui media digital. Media digital di sini contohnya adalah website, blog, dan akun media sosial. Hal ini menjadi mungkin karena bisnis dengan sistem online dianggap sebagai sebuah usaha yang efisien dan tidak membutuhkan modal operasional yang besar.

Bisnis online adalah salah satu cara untuk mempertahankan omset. Ada beberapa alasan mengapa para pegiat UMKM sebaiknya mulai mencoba berjualan melalui online atau e-commerce. Alasan tersebut antara lain:

1. Menjangkau pasar yang lebih global

Bisnis online dapat membawa bisnis UMKM pada pasar yang lebih global. Dengan koneksi internet yang sudah menjangkau seluruh



wilayah, siapa saja bisa melihat produk atau jasa yang kamu tawarkan. Bila kamu sebagai pegiat UMKM menjalankan operasional toko fisik atau offline, maka mau tidak mau konsumen yang datang dibatasi oleh jam buka dan tutup toko. Hal ini tidak akan terjadi pada bisnis online, toko virtual milik kamu akan bisa diakses dari lokasi mana saja dan kapan saja selama 24 jam setiap harinya.

Selain itu, kamu sebagai pemilik UMKM juga bebas menentukan lokasi kerja. Kamu bisa bekerja menjalankan, memantau usaha dan memikirkan strategi bisnis berikutnya dari mana saja dan kapan saja selama jaringan internetnya tersedia.

2. Memudahkan UMKM membaca tren dan permintaan pasar

Bisnis online akan secara otomatis memudahkan para pegiat UMKM dalam membaca tren dan permintaan pasar. Di saat pandemi dengan semua pembatasan, pemilik usaha tidak bisa bertemu dan berinteraksi langsung dengan konsumen sehingga kesulitan untuk mengetahui apa yang sedang menjadi tren dan banyak diminati oleh masyarakat.



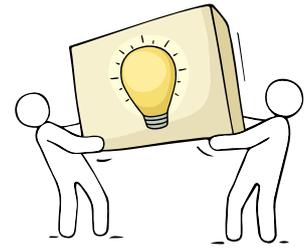
Namun bila pelaku UMKM menjalankan bisnis dengan metode online, tren dan permintaan pasar akan mudah untuk diketahui dengan memanfaatkan sistem pencarian di Google, pencarian di e-commerce, juga tagar yang ada. Bila permintaan pasar bisa kamu penuhi maka bisnismu akan tetap bisa bertahan.

3. Tidak membutuhkan biaya operasional yang besar

Bisnis online juga ternyata



mampu menekan biaya operasional. Dengan memulai bisnis ini maka pegiat UMKM tidak memerlukan adanya toko fisik untuk menjual produknya.



Secara otomatis, tidak memerlukan dana untuk menyewa toko. Semua proses promosi, penawaran, dan pemasaran bisa dilakukan dengan menggunakan media sosial di internet.

Dengan menjalankan bisnis secara online atau digital, kamu juga tidak memerlukan karyawan dalam jumlah banyak karena biasanya satu orang saja sudah mampu handle beberapa hal sekaligus, seperti memasang iklan promosi di website atau media sosial, menjawab orderan sampai dengan mempersiapkan produk yang sudah dibeli.

Sedangkan bila bisnis dijalankan secara offline atau konvensional banyak biaya yang musti dikeluarkan. Mulai dari biaya sewa toko, gaji karyawan, tagihan listrik, biaya keamanan, dan dana lainnya yang kadang tak terduga.

4. Membangun citra baik UMKM

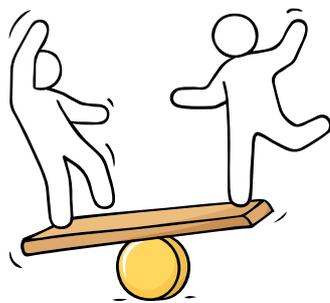
Citra yang terbentuk biasanya didapat dari penilaian para pembeli. Penilaian ini nantinya



bisa membantu saat pelaku ingin melakukan kerja sama dengan UMKM lain, misalnya. Saat ini banyak pebisnis dan pegiat UMKM yang mengukur kredibilitas sebuah usaha dari penilaian konsumen. Jika penilaiannya baik, maka artinya tingkat kepercayaan konsumen terhadap usaha tersebut tinggi.

5. Membangun hubungan dan interaksi yang baik dengan konsumen

Bila kamu menjual dan menawarkan produk dengan cara konvensional, maka interaksi dengan konsumen hanya bisa terjadi saat bertemu dan bertatap muka langsung. Tapi bila dijalankan dengan strategi bisnis ini, maka interaksi bisa dilakukan kapan saja. Pegiat UMKM bisa



menjawab berbagai pertanyaan dari konsumen tanpa ada batasan waktu. Interaksi yang dilakukan pun bisa jauh lebih terasa dekat.

Dalam bisnis online tidak akan ada kesulitan bagi konsumen untuk melakukan kontak dengan pemilik usaha. Karena semuanya bisa dilakukan melalui telepon, email, atau akun pribadi usaha tersebut di media sosial atau marketplace.

Selain itu, dengan memanfaatkan jasa kurir ekspedisi, bisnis online juga menghadirkan kenyamanan dalam mengantarkan produk langsung ke tempat konsumen. Konsumen tidak perlu repot datang ke toko offline milik UMKM tersebut.

Bagaimana? Tertarik untuk menjalankan strategi bisnis ini? Semuanya mudah, efisien, dan hemat waktu.



03

Keterampilan Digital: Skill Penting Bagi Pelaku UMKM



Jika kamu adalah seorang pebisnis atau pelaku UMKM, maka memiliki keterampilan digital itu sangat penting. Terutama dalam kondisi pandemi Covid-19 yang mau tidak mau membatasi beberapa kegiatan dalam dunia bisnis seperti saat ini.

Keterampilan digital sebagai sebuah skill penting dalam bisnis bisa diawali dengan kemampuan menggunakan media sosial dengan baik dan benar. Karena tidak bisa dipungkiri di era new normal ini, semua bisnis beralih dari cara konvensional menjadi digitalisasi dengan menggunakan media sosial untuk keperluan pemasaran produk dan peningkatan penjualan. Bukan hanya itu saja, digitalisasi dipilih juga karena dianggap sesuai dengan anjuran protokol kesehatan yang tepat di masa pandemi ini.

Keterampilan digital bukan cuma soal kemampuan memasarkan produk di media sosial, para pebisnis dan pelaku UMKM juga sebaiknya bisa melakukan analisis untuk meningkatkan penjualan. Data analisis yang tepat dan akurat akan membantu pelaku UMKM dalam mengetahui perkembangan produk di marketplace serta memungkinkan untuk membuat langkah tepat sebagai solusi kendala dari hasil analisisnya.



Skill penting lainnya dari keterampilan digital adalah kemampuan membuat konten yang menarik. Konten pemasaran tidak kalah penting dalam penjualan. Jenis-jenis konten pemasaran sangat beragam, mulai dari update status di akun media sosial, membuat feed, video atau stories, dan masih banyak lagi. Mampu membuat konten yang menarik dapat membuat para calon konsumen menjadi berminat untuk melihat produk yang ditawarkan oleh UMKM.

Dengan menguasai keterampilan digital, maka ada beberapa keuntungan yang bisa didapatkan, antara lain:
Ruang lingkup pemasaran jadi lebih luas karena tidak terbatas kondisi geografis. Penjualan produk bisa diakses kapan saja, tidak terbatas waktu. Statistik bisa dihitung, misalnya jumlah pengunjung situs, jumlah konsumen yang melakukan pembelian online. Meraih lebih banyak konsumen karena komunikasi terjadi secara langsung dan dua arah sehingga pelaku usaha membina relasi dan menumbuhkan kepercayaan konsumen.

Namun, harus diakui bahwa untuk mempersiapkan dan memastikan para pelaku UMKM dapat mengasah keterampilan digital dan terlibat dalam digitalisasi pemasaran tersebut tidak mudah. Membiasakan pelaku UMKM yang terbiasa dengan sistem

konvensional untuk masuk dalam ekosistem digital, biasanya memang akan menemui berbagai kendala.

Kemampuan beradaptasi yang lambat dan membutuhkan waktu lebih lama untuk mengadopsi digitalisasi ekonomi akan membuat para pelaku UMKM berisiko terpuruk dan kolaps pada era new normal. Tapi, memaksa pelaku UMKM masuk dalam ekosistem digital tanpa pondasi keterampilan digital yang memadai pun bukan berarti tidak akan ada risiko. Bila skill penting seperti keterampilan digital yang dimiliki ternyata tidak memadai, maka bisa saja UMKM yang dijalankan justru akan lebih rentan kolaps.

Perubahan yang terjadi dalam dunia bisnis yaitu peralihan konsep penawaran, promosi, dan pemasaran dari konvensional ke digital atau virtual ternyata belum bisa diimbangi oleh para pebisnis atau pelaku UMKM yang memiliki keterampilan dalam hal digitalisasi, padahal UMKM dipercaya sebagai salah satu sektor yang mampu memacu perekonomian Indonesia.

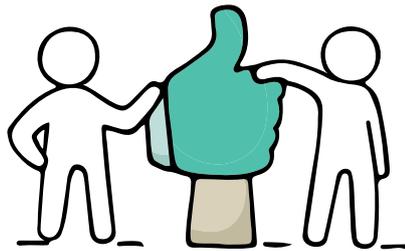
Selayaknya konsep pemasaran berbasis teknologi digital bisa jadi harapan bagi UMKM untuk mengembangkan bisnisnya dan menjadi pusat kekuatan ekonomi. UMKM dapat memaksimalkan penggunaan media sosial sebagai sarana pemasaran digital. Hal itulah

yang menjadi landasan bahwa memiliki keterampilan dasar dalam dunia digital dan kemauan untuk terus meningkatkan skill penting lainnya perlu dikuasai oleh pebisnis dan pelaku UMKM.

Sosialisasi akan pentingnya keterampilan digital yang merupakan skill penting dalam berbisnis dirasa perlu untuk terus dilakukan. Ini dirasa sangatlah penting karena dapat memberi wawasan dan pengetahuan kepada para pebisnis dan pelaku UMKM mengenai cara untuk terus meningkatkan keterampilan mereka.

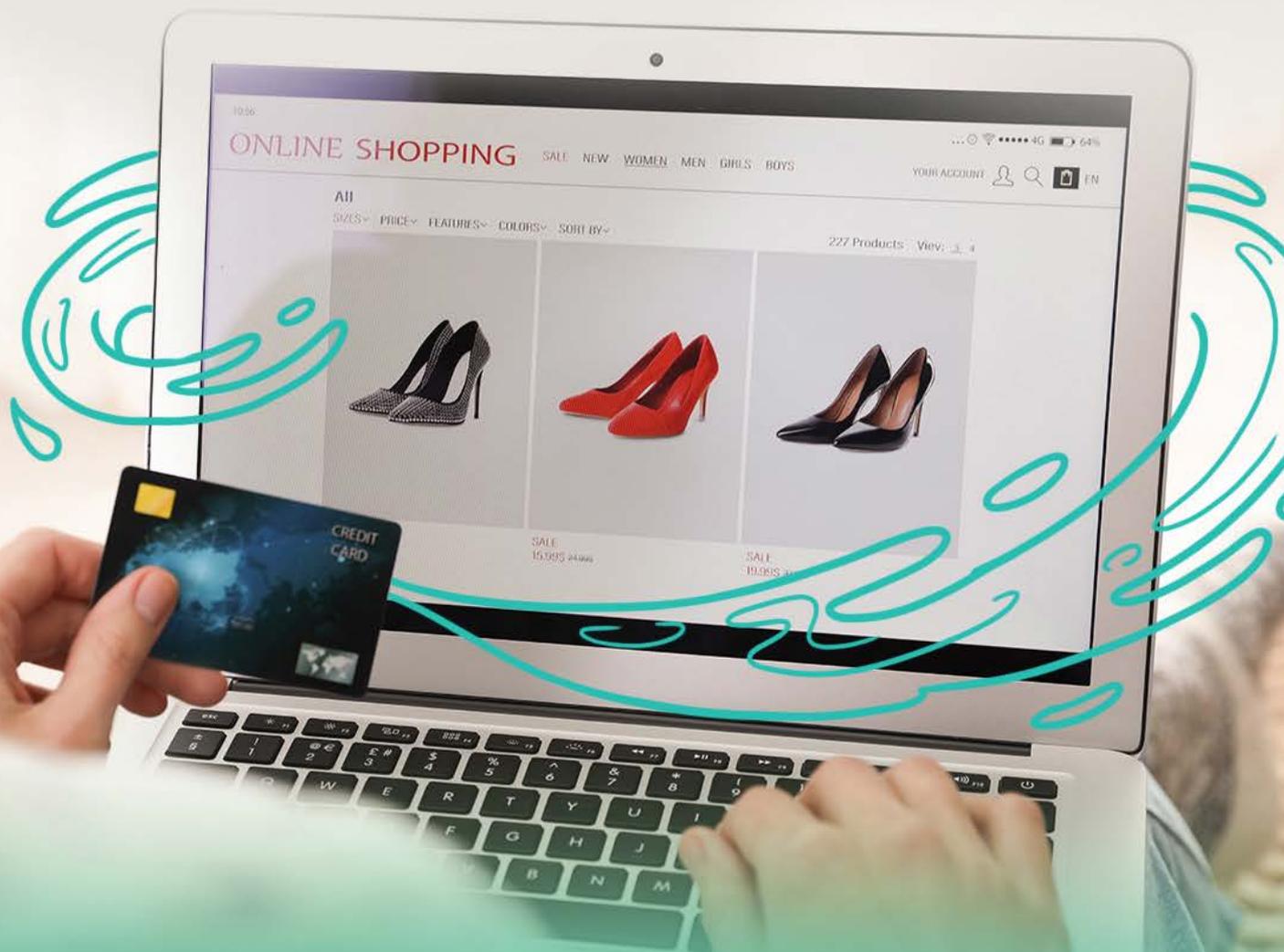
Sosialisasi tersebut bisa digencarkan dengan memanfaatkan media sosial selain itu berbagai tahapan dan trik dalam memperluas jaringan konsumen dan pemasaran juga bisa disebarluaskan melalui platform-platform media sosial yang memang semakin banyak hadir.

Bila para pebisnis dan pelaku UMKM paham dan sadar akan pentingnya keterampilan digital bagi usaha mereka, diharapkan mereka akan termotivasi untuk memaksimalkan kemampuannya untuk diterapkan dalam bisnis Go Digital yang memang sedang digalakkan oleh pemerintah. Dengan ini, mereka bisa mempraktekkan skill penting tersebut sebagai sarana komunikasi dan promosi untuk meningkatkan profit dan mengembangkan bisnis.



04

Kiat e-Commerce Penuh Untung dengan Strategi Bisnis Digital



Setiap pelaku usaha tentu tahu bahwa saat ini, strategi bisnis digital dapat diterapkan di hampir semua lini bisnis, mulai dari proses produksi, operasional harian, pemasaran, hingga penjualan. Tujuannya satu, memperbesar keuntungan yang bisa didapatkan oleh bisnis dengan pengeluaran yang seefektif serta seefisien mungkin.

Salah satu penerapan strategi digital dalam bisnis, misalnya saja, dapat dilakukan dengan mengimplementasikannya pada pengelolaan e-commerce, platform digital yang memang sejak beberapa tahun terakhir ini terus mengalami peningkatan popularitas karena dirasa efektif dalam menghasilkan keuntungan, khususnya di masa pandemi.

Lalu, apa saja tips yang bisa dipraktikkan untuk memastikan keuntungan yang besar dengan memanfaatkan e-commerce?

1. Menawarkan Pelanggan untuk Melakukan Upselling

Upselling merupakan aktivitas yang dilakukan pelanggan ketika mereka melakukan pembelian lain untuk melengkapi atau menambah jumlah pembelian yang dilakukan di awal. Misalnya saja, awalnya

seorang pelanggan berencana untuk membeli penggorengan baru, tetapi pada saat transaksi, pelanggan tersebut tidak hanya membeli penggorengan saja, tetapi juga membeli sudip dan juga tatakan penggorengan antipanas untuk melengkapi pembelian awalnya. Apa yang dilakukan oleh pelanggan tersebut dapat disebut sebagai upselling yang dapat menambah keuntungan bisnis pihak penjual.

Dalam e-commerce, upselling dapat dilakukan dengan memunculkan pesan yang merekomendasikan item lain pada saat pelanggan ingin check-out. Biasanya item yang direkomendasikan ini memiliki kaitan khusus dengan item yang tengah dibeli oleh pelanggan, sehingga pelanggan pun tertarik untuk membelinya untuk melengkapi fungsi item yang memang direncanakan untuk dibeli. Namun, tak semua platform e-commerce secara otomatis akan menampilkan pesan rekomendasi tersebut kepada pelanggan.



Strategi upselling tetap dapat dilakukan dalam pengelolaan e-commerce secara manual. Misalnya saja dengan memanfaatkan fitur live chat yang disediakan untuk menghubungi pelanggan yang telah melakukan atau akan melakukan pembelian secara personal, dan menanyakan jika pelanggan tersebut

tertarik untuk membeli produk lain yang berkaitan.

2. Menyerahkan Pengelolaan e-Commerce pada Ahli Pemasaran Digital

Setiap platform jual-beli digital memiliki satu praktik yang disebut Conversion Rate Optimization (CRO) atau Optimasi Tingkat Konversi.



Dalam praktik ini, pelaku usaha dapat melakukan identifikasi serta analisis masalah untuk memastikan setiap pelanggan yang ingin melakukan pembelian dalam platform digital tersebut memiliki tingkat kepuasan yang tinggi dan tertarik untuk menyelesaikan transaksi maupun melakukan pembelian berulang. Dengan demikian, tentunya keuntungan yang bisa diperoleh pun akan semakin besar, bukan?

Hanya saja, praktik CRO dalam bisnis digital bukanlah sesuatu yang bisa dilakukan oleh siapa saja. Sehingga, jika memang kamu belum mampu

mengoptimalkan pengelolaan platform e-commerce yang digunakan, tidak ada salahnya untuk merencanakan menyewa ahli pemasaran digital yang dapat diandalkan.

Jika memang tidak memiliki pos pengeluaran yang bisa dialihkan untuk menyewa ahli pemasaran digital, setiap pelaku digital disarankan untuk secara mandiri mempelajari kiat-kiat untuk mengoptimalkan performa e-commerce yang digunakan jika ingin sepenuhnya berfokus pada platform bisnis digital. Ilmu yang dipelajari pasti akan berguna saat diimplementasikan dalam strategi pemasaran digital yang dilakukan.

3. Lakukan Model Pembelian dengan Pre-Order

Strategi digital lain yang bisa diterapkan dalam e-commerce adalah dengan meluncurkan program pre-order untuk produk-produk tertentu, khususnya bagi produk-produk yang memang populer dan banyak diminati.



Sistem penjualan dengan pre-order ini bisa menjadi strategi yang tepat, khususnya bagi pelaku usaha yang bergerak dalam penjualan produk-produk yang membutuhkan waktu produksi yang

lama serta mahal untuk produk yang banyak dicari oleh pelanggan. Dengan menjalankan sistem pre-order, kamu dapat memperkirakan berapa banyak pelanggan yang tertarik dan memprediksi berapa banyak produksi yang harus dikerjakan.

Sistem ini dapat dilakukan di beberapa platform e-commerce, meski tak semua, sehingga penting untuk memastikan dulu apakah e-commerce pilihanmu memang dapat mengakomodasi pemasaran produk dengan sistem ini atau tidak.

Siapkan deskripsi produk yang jelas, tetapi juga menarik untuk produk-produk yang akan dipasarkan dengan sistem pre-order. Praktik ini dilakukan untuk membangun hype atau rasa penasaran yang dimiliki oleh pelanggan sehingga ketika mereka menerima barang yang dipesan, tingkat kepuasannya akan terjaga tetap tinggi. Tentunya praktik ini hanya akan berhasil jika kualitas produk yang dipasarkan juga sesuai dengan ekspektasi.

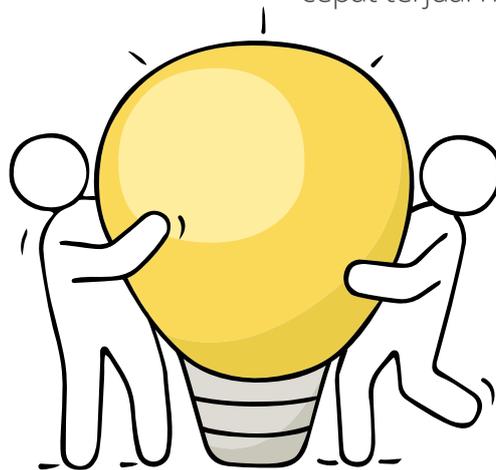
Jika kamu asal menerapkan sistem pre-order pada produk-produk yang masih belum jelas atau kualitasnya meragukan,

bisa jadi tingkat kepuasan pelanggan justru terjun bebas karena tidak mendapatkan barang sesuai dengan ekspektasi meski sudah menunggu lama pada masa pre-order.

Ingat, dalam sistem pre-order, pelanggan akan menerima barang yang dipesan jauh lebih lama dibanding dengan melakukan pemesanan langsung, lho! Jadi, tak semua jenis produk memang dapat dipasarkan dengan sistem pre-order.

Kamu bisa menggunakan sistem ini untuk produk-produk yang memang laris dan cepat terjual habis. Sehingga pelanggan

dapat memesan sebelum proses produksi dilakukan tanpa harus takut kehabisan jika harus berebut dengan pelanggan lain yang juga ingin membeli di luar periode pre-order!



Masih ada banyak lagi strategi bisnis digital yang bisa diterapkan dalam pengelolaan e-commerce untuk meningkatkan keuntungan bisnismu. Misalnya saja dengan mempermudah transaksi digital di sejumlah marketplace digital yang banyak dikunjungi melalui fitur e-commerce aplikasi majoo! Manfaatkan setiap fitur yang ada untuk memudahkan pengelolaan seluruh bisnismu, kapan saja, dari mana saja!

majoopreneur Stories



Analisa semakin kuat, bisnis semakin tepat sasaran

Rifqie Farhat, pemilik Kebuli Yaman, memilih berkolaborasi dengan majoo karena fitur-fiturnya mudah dimengerti dan bermanfaat untuk bisnisnya. Sehingga, kasir Kebuli Yaman bisa menginput menu dengan mudah dan sederhana berkat adanya beberapa fitur seperti jenis order, jenis bayar, dan promosi.

Kebuli Yaman + majoo = #majooTWOgether

Banyak jalan untuk tingkatkan cuan

Ainu Rofiq, pemilik Bakmie 71, merasa sangat terbantu dengan adanya fitur absensi karyawan di Aplikasi majoo. Kolaborasi ini berhasil membuat karyawannya menjadi disiplin dan meningkatkan produktivitas berkat cara absen dengan selfie.

Bakmie71 + majoo = #majooWTOgether

BAKMIE71



Analisa semakin kuat, bisnis semakin tepat sasaran

Punya bisnis dengan ratusan karyawan, tak membuat Nugi Willa merasa kerepotan mengelola outlet-outlet Baso Aci Ganteng yang kian menggurita. Pantau data stok, absensi karyawan, sampai laporan penjualan, semuanya bisa teratasi dengan aplikasi Majoo.

Kolaborasi ini sukses mewujudkan mimpi besar Baso Aci Ganteng punya banyak outlet, jumlahnya unlimited!

Baso Aci Ganteng + majoo = #majootwogether



05

4 Perusahaan yang Sukses Menerapkan Transformasi Digital



Transformasi digital adalah sebuah strategi bisnis yang bisa dibilang paling tepat sasaran di masa seperti sekarang ini. Dari yang awalnya dilakukan secara manual, lalu bergeser memusatkan seluruh kegiatan dan layanan dengan penggunaan teknologi. Transformasi digital merambah hampir ke seluruh aspek yang ada, sebut saja pembayaran, pencatatan data, sampai marketing sekalipun semuanya saat ini sudah terkena efek dari perkembangan dunia digital.



kebiasaan perusahaan. Hal itu mesti diperkuat oleh kebijakan atau arahan dari pihak manajemen atau pemilik bisnis/perusahaan.

3. Sebaiknya strategi

bisnis dengan penerapan transformasi digital ini digunakan oleh perusahaan atau bidang usaha yang selalu fokus dan loyal dalam melayani customer.

Dari penjelasan di atas, bisa kamu ketahui bahwa memang pada kenyataannya sudah ada beberapa perusahaan yang sukses menerapkan transformasi digital. Berikut beberapa di antaranya:

Saat ini sudah bisa dipastikan semua bisnis baik kecil, menengah dan besar menggunakan teknologi untuk meningkatkan performa bisnisnya. Itulah tujuan dasar yang ingin dicapai ketika para pemilik bisnis atau usaha mulai menerapkan konsep transformasi digital dalam bisnisnya.

Ada 3 hal yang menjadi dasar atau kunci ketika transformasi digital diterapkan dalam sebuah bisnis:

1. Ada 3 komponen yang mesti disatukan agar transformasi digital bisa berjalan dengan baik yaitu SDM (orang), Bisnis (Perusahaan) dan Teknologi (Sistem dan Prosedur).
2. Komponen tersebut harus dimasukkan dalam budaya dan

1. Netflix

Netflix adalah salah satu perusahaan di dunia yang sukses besar dalam melakukan transformasi digital. Ya, siapa yang tidak tahu dengan layanan streaming film on-demand ini? Bahkan mungkin saja kamu sudah punya anggaran biaya berlangganan Netflix untuk setiap bulannya.



Dulu, Netflix dikenal sebagai pembuat konten alias content creator. Tapi saat ini Netflix berani bergeser dengan membuat

konten orisinalnya sendiri yang bisa dinikmati oleh semua orang. Walau masih terbatas pada serial TV namun kondisi ini yang sudah membuat Netflix berhasil dalam penerapan transformasi digital. Netflix menawarkan layanan hiburan selangkah lebih maju, yaitu dengan menyandingkannya lewat internet yang bisa didapatkan customer dengan jauh lebih mudah.

Ya, cuma berbekal gawai dan biaya berlangganan per bulan yang terjangkau, kamu sudah bisa menikmati berbagai jenis film dan serial block office yang ada dari seluruh dunia. Strategi bisnis ini bahkan disebut-sebut bisa meningkatkan omzet Netflix sampai 30 kali lipat.

2. Hasbro

Dulu Hasbro lebih dikenal sebagai produsen mainan yang bersifat ikonik. Tapi kemudian, pihak perusahaan mencoba mengubah segmentasi pasarnya menjadi perusahaan yang memproduksi mainan dengan segmentasi pasar yang bukan cuma anak-anak, melainkan para orang tua.

Dengan mengincar orang tua yang memiliki anak, maka tahap mempromosikan produknya akan menjadi lebih efisien dan praktis. Salah



satu cara yang dilakukan oleh Hasbro adalah dengan transformasi digital yaitu menggunakan media sosial sebagai media promosinya.

Strategi bisnis tersebut berhasil dengan baik, transformasi digital perusahaan berhasil meningkatkan omzet penjualan cukup besar.

3. Gojek Dengan Berbagai Pemesanan Via Aplikasi



Siapa yang tidak kenal dengan Gojek? Ya, kamu pasti sudah sangat akrab dengan brand yang satu ini. Gojek adalah layanan ojek online pertama yang beroperasi di Indonesia yang memudahkan mobilitas bagi orang-orang yang tidak memiliki kendaraan pribadi.

Gojek membuat proses menunggu alat transportasi yang konvensional seperti berdiri di pinggir jalan dan melakukan proses tawar menawar menjadi lebih sederhana dan cepat. Caranya adalah dengan menyediakan layanan pemesanan satu sentuhan lewat aplikasi.

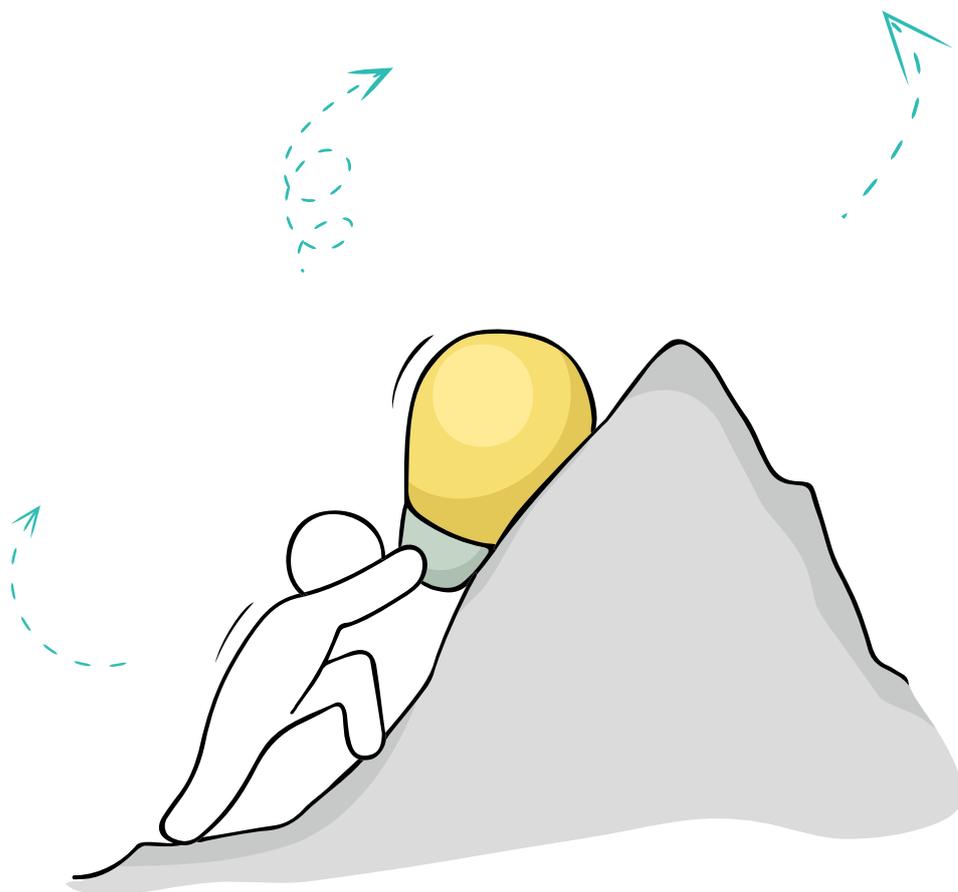
Strategi bisnis ini yang kemudian membuat Gojek menjadi salah satu perusahaan Decacorn pertama di Indonesia dengan valuasi lebih dari 142 triliun rupiah pada tahun 2019.

4. Nike

Strategi bisnis yang diterapkan oleh Nike adalah dengan melakukan strategi memperkuat *brand* dan jaringan suplai. Salah satu cara yang dilakukan Nike adalah dengan menjual langsung produknya melalui aplikasi Amazon.



Hasilnya Nike bisa memproduksi atau menawarkan produk yang sesuai dengan keinginan customer. Sebuah kesuksesan yang sungguh luar biasa, karena transformasi digital yang diterapkan oleh Nike ini menghasilkan peningkatan omzet yang cukup tinggi.



aplikasi wirausaha



Beragam Solusi Cerdas di Satu Aplikasi Wirausaha

Kasir Online

Loyalti

Keuangan

Karyawan

Inventori

Analisa Bisnis



PANTAU & KONTROL PENJUALAN CABANG DARI MANAPUN

Mengurangi kecurangan/fraud



KONTROL BIAYA USAHA

Maksimalkan keuntungan



LAPORAN KEUANGAN OTOMATIS

Tidak perlu lembur yang
menyita waktu



TINGKATKAN LOYALITAS PELANGGAN

Tingkatkan penjualan



@majooindonesia

www.majoo.id



06

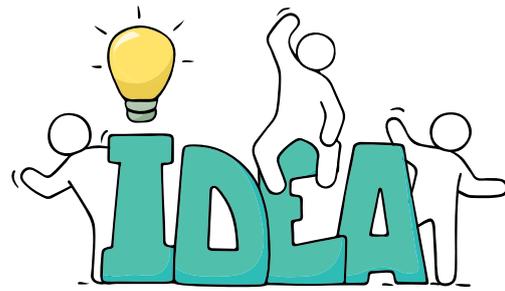
E-Menu: Digitalisasi Daftar Menu yang Hemat dan Efektif



Saat masuk dan berada di sebuah tempat makan, hal yang pertama kamu lihat biasanya adalah daftar menu yang disajikan. Daftar menu ini bentuknya bisa bermacam-macam, ada yang berupa lembaran kertas yang dilaminating atau berbentuk sebuah buku menu dengan banyak halaman yang berisi berbagai kategori makanan dan minuman yang ditawarkan.

Di beberapa tempat makan atau kuliner, daftar menu yang seperti itu mungkin memang masih sering kamu jumpai. Sudah jelas bahwa fungsi dari buku menu ini adalah sebagai media untuk membantu konsumen memilih dan memesan makanan atau minuman yang disediakan di situ. Buku menu juga dapat menjadi strategi promosi bila ada menu baru atau promo hari-hari besar yang sedang diadakan untuk menarik minat konsumen.

Namun, daftar menu dalam bentuk buku atau lembaran kertas laminating itu juga memiliki kekurangan. Karena setiap hari disentuh dan dipegang oleh banyak orang, maka layakanya kertas tentu saja buku ini gampang rusak. Belum lagi, bila ingin menambahkan promo maka pemilik tempat kuliner tersebut harus mencetak lembaran baru lagi untuk ditempelkan di buku menu tersebut. Cukup merepotkan.



Dalam beberapa tahun terakhir, seiring dengan semakin majunya teknologi dan kondisi dunia yang sedang tidak baik, banyak pengusaha atau pemilik usaha kuliner yang mulai mencoba beralih ke arah digitalisasi bisnis. Salah satunya adalah dengan menghadirkan e-menu. Konsumen saat ini sudah mulai paham bahwa teknologi digitalisasi akan sangat mempermudah semua aktivitas mereka, termasuk dalam memilih dan memesan makanan di tempat makan.

Dalam kondisi pandemi seperti sekarang, penggunaan e-menu pun dianggap cukup mendukung protokol kesehatan karena tidak perlu menyentuh daftar menu yang sudah dipegang oleh banyak orang.

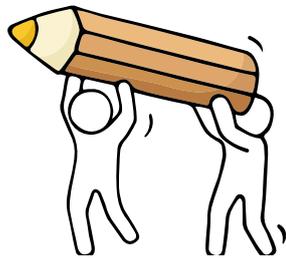


Definisi dari e-menu adalah perangkat lunak yang memudahkan para konsumen untuk melihat dan memesan menu yang diinginkan secara digital. Umumnya, e-menu diaplikasikan pada layar tablet sehingga pelanggan dapat langsung memilih pesannya dengan sekali sentuh. E-menu juga hadir dalam bentuk aplikasi yang bisa diunduh bila sudah berlangganan,

biasanya e-menu yang seperti ini juga dilengkapi beberapa fitur lain.

Aplikasi e-menu ini secara otomatis bisa menjadi asisten digital yang akurat untuk mempermudah aktivitas pemilik

tempat makan dalam hal memantau penjualan, transaksi per hari, stok barang, juga kinerja para pelayannya.



Berikut ini beberapa keuntungan yang bisa didapat bila sebuah tempat makan atau kuliner menggunakan e-menu.

Pertama, biaya yang dirasa hemat dan efektif. Bila membuat daftar menu dalam bentuk buku atau lembaran dengan cara konvensional, maka biaya yang dibutuhkan tidaklah sedikit. Mulai dari desain tampilan, pemilihan bahan kertas, proses cetak dan juga perawatan. Tapi bila menggunakan e-menu, data dapat diperbarui dengan mudah tanpa harus mencetak ulang menu sebelumnya.

Misalnya ingin menambahkan promo pun, bisa dengan mudah tinggal

ditambahkan saja. Tidak perlu takut daftar menu akan rusak juga.



Kedua, e-menu akan mempermudah kerja para pelayan di tempat makan. Biasanya pelayan harus standby berdiri di dekat konsumen sampai mereka selesai memilih pesannya. Dengan e-menu, konsumen bisa memesan makanan dan minuman hanya dengan sekali sentuh sehingga pelayan tak harus menunggu. Hal ini menjadikan waktu kerja yang dimiliki oleh para pelayan bisa jadi lebih efektif.

Ketiga, menjadi pengalaman yang menyenangkan bagi konsumen. Konsumen dapat memilih dan memesan makanan yang mereka mau tanpa terburu-buru karena segan dengan pelayan yang menunggu. Konsumen bisa lebih santai dalam memilih. Selain itu, e-menu juga bisa meminimalisir terjadinya salah kirim pesanan makanan yang biasa terjadi bila pelayan bingung atas pesanan dari para konsumen.

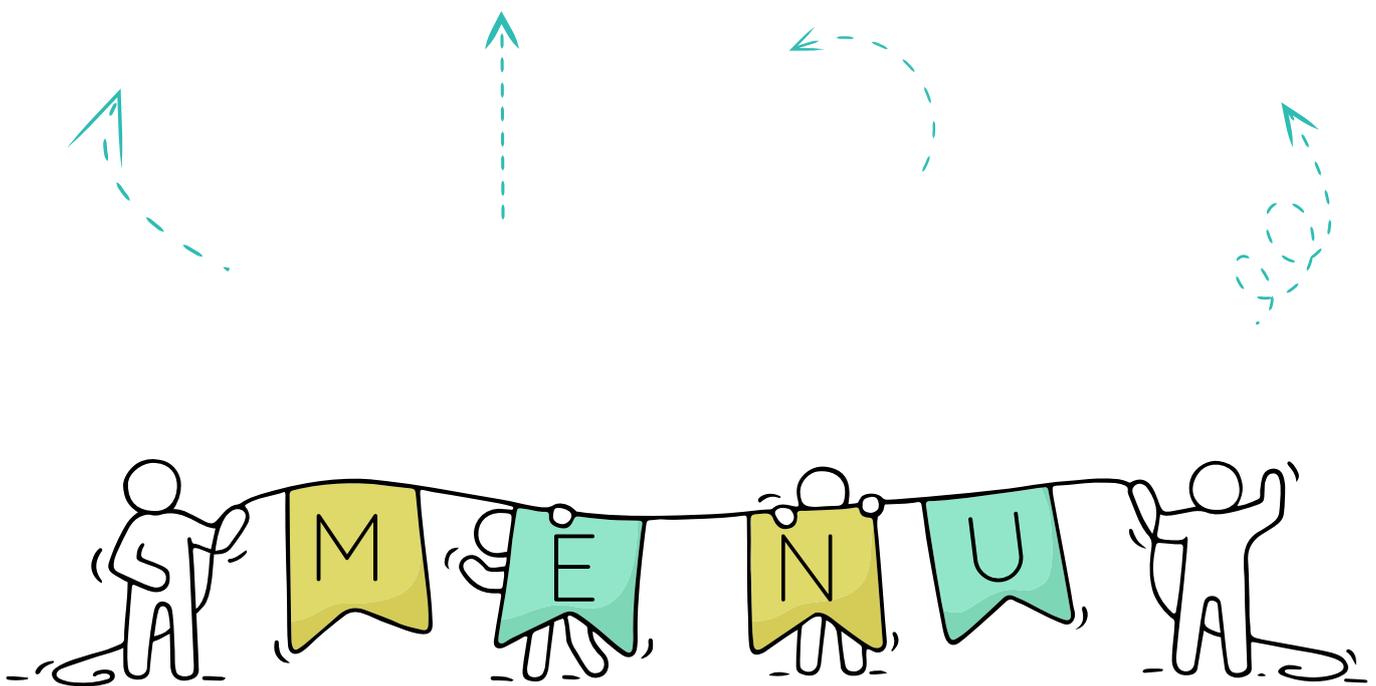


Kesimpulannya, e-menu hadir sebagai produk dari digitalisasi bisnis yang dirasa sukses dalam membantu kinerja para pemilik dan staf tempat makan atau kuliner. Selain bisa menghemat banyak biaya untuk mencetak daftar menu, dengan menggunakan e-menu, para pelayan bekerja lebih

optimal dan melayani para konsumen dengan jumlah lebih banyak karena bisa memangkas waktu tunggu yang biasanya terbuang percuma. Otomatis, selain menghasilkan efektivitas waktu kerja, keuntungan pun bisa didapatkan.

Untuk bisa mendapatkan dan menggunakan software atau aplikasi e-menu ini juga tidak sulit. Pemilik usaha tempat makan hanya perlu menyediakan peralatan penunjang

seperti tablet, smartphone dengan jaringan koneksi internet yang memadai. Bila sudah tersedia, cukup menghubungi beberapa portal yang melayani penyediaan e-menu. Setelah itu e-menu sudah bisa digunakan di tempat makan. Biayanya yang murah menjadikan para pemilik usaha tempat makan bisa menekan biaya operasional yang biasa dialokasikan untuk mencetak daftar menu dan mengalihkannya ke pos-pos yang lain. Hemat dan efisien.



07

Inilah 5 Keuntungan Menerapkan Digital Payment Bagi Bisnis



Selama ini, kebanyakan bisnis menganggap pembayaran hanyalah bagian dari transaksi konsumen. Akan tetapi, dengan berkembangnya teknologi, digital payment atau pembayaran elektronik menawarkan peluang bertumbuh bagi bisnis, lebih daripada sekadar titik transaksi.

Karena perkembangan teknis yang terus berlanjut, pembayaran elektronik pun terus berevolusi. Salah satunya, kini kita sudah bisa melakukan pembayaran dengan kode QRIS.

Pembayaran elektronik menawarkan kemudahan, keamanan, dan kecepatan dalam bertransaksi. Sayangnya, masih ada bisnis yang belum menerima pembayaran elektronik. Untuk kamu pertimbangkan, inilah keuntungan memakai digital payment.

1. Pembayaran instan

Dibandingkan metode tradisional seperti pembayaran tunai dan cek, pembayaran elektronik terbilang jauh lebih cepat. Dalam hal pembayaran online, tidak berlaku pula batasan waktu dan lokasi. Konsumen dapat membayar kapan saja serta dari mana saja.



2. Keamanan yang lebih baik

Sistem pembayaran elektronik



menawarkan berbagai cara untuk meningkatkan keamanan bertransaksi.

Sebagai contoh, jika gerai atau merchant menerima pembayaran dengan QRIS, konsumen sudah tidak perlu lagi menggunakan kartu debit untuk menyelesaikan transaksi.

Konsumen cukup memindai kode tersebut dengan ponselnya dan transaksi dapat diselesaikan. Dengan demikian, keamanan informasi data perbankan milik konsumen lebih terjaga.



Di samping lebih aman bagi konsumen, pembayaran elektronik juga menawarkan keamanan ekstra bagi bisnis. Berbeda dengan uang tunai yang disimpan dalam laci kasir, bisnis hanya akan mendokumentasikan receipt dari transaksi dengan pembayaran elektronik.

Sehubungan dengan itu, risiko adanya kehilangan atau pencurian dana pun menurun. Data transaksi pun secara akurat akan tercatat pada aplikasi POS

(link to: <https://majoo.id/ekosistem-digital-lengkap>) dan kamu bisa memeriksa kesesuaiannya dengan receipt.

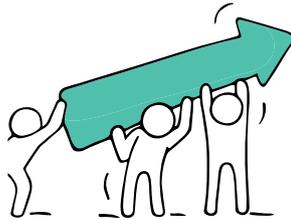
3. Meningkatkan kepuasan pelanggan

Pilihan-pilihan cara pembayaran, termasuk ragam digital payment, membuat

konsumen lebih nyaman dan leluasa dalam bertransaksi.

Mereka dapat memilih metode pembayaran

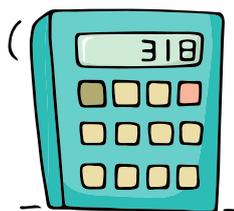
yang dianggap paling aman atau menguntungkan. Seperti yang sudah diketahui, cukup banyak sistem pembayaran elektronik yang menawarkan potongan harga khusus.



Nah, memberikan opsi yang membuat konsumen nyaman secara tidak langsung akan meningkatkan kepuasan pelanggan. Tanpa kamu sadari, kamu sudah dalam proses membangun basis pelanggan setia. Jangan keliru, konsumen mungkin batal bertransaksi karena opsi metode pembayaran yang diinginkan tidak tersedia.

4. Menghemat processing cost dan lebih transparan

Bila kamu ingin menyediakan layanan pembayaran tertentu, kamu



perlu bekerja sama dengan bank untuk instal mesin EDC. Nah, ada biaya-biaya atau processing cost yang perlu kamu bayarkan sehubungan dengan transaksi dengan mesin EDC.

Besaran biaya tersebut tentu tergantung kepada kebijakan masing-masing bank. Kamu mungkin dikenakan biaya install di awal serta biaya administrasi per transaksi. Jika dihitung secara keseluruhan, total processing cost yang harus ditanggung oleh bisnis akan cukup besar.

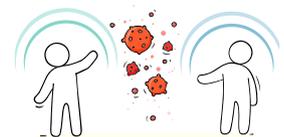
Sementara itu, memanfaatkan sistem pembayaran elektronik dengan penyedia layanan tertentu seperti e-money, memakan biaya pemrosesan yang relatif lebih rendah.

Berikutnya, data transaksi dengan pembayaran elektronik juga lebih transparan. Bukan rahasia lagi, transparansi merupakan bagian penting dalam proses pembayaran. Hal ini dapat terus kamu jaga jika memanfaatkan pembayaran elektronik.

5. Minim kontak

Di tengah situasi pandemi COVID-19 seperti saat ini, orang

mencari cara untuk mengurangi kontak dengan orang lain. Tujuannya sudah jelas untuk mencegah dirinya terinfeksi virus yang sedang mewabah ini.



Karena itu, transaksi minim kontak menjadi sangat esensial. Bisnismu perlu menjadi bagian yang menjamin keamanan dan kenyamanan konsumen, salah satunya dengan menyediakan metode pembayaran minim kontak.

Untuk mewujudkannya, seperti yang telah disebutkan sebelumnya, kamu bisa menyediakan QR codes yang dapat dipindai oleh ponsel konsumen. Dengan begitu, proses pembayaran dapat diselesaikan tanpa ada kontak sama sekali antara konsumen dengan staf.

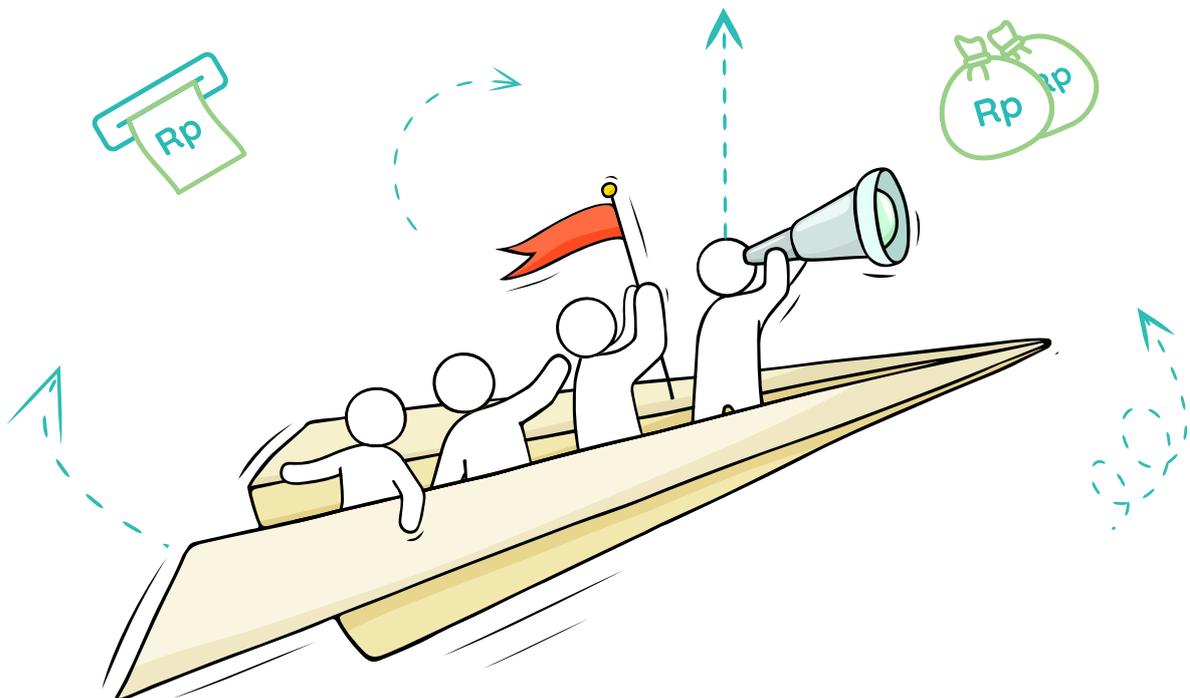
Kesimpulan

Penggunaan uang tunai dalam menyelesaikan pembayaran perlahan-lahan makin ditinggalkan, terutama sejak digital payment menjadi bagian yang terintegrasi dengan pasar.

Dengan kata lain, usaha kecil pun perlu mulai menggunakan metode pembayaran elektronik jika tidak ingin dikalahkan oleh kompetitor. Kini sistem pembayaran elektronik bukan hanya berfungsi sebagai titik transaksi, melainkan dianggap nilai lebih oleh konsumen.

Tambahan pula, pembayaran elektronik lebih menghemat waktu serta biaya. Belum lagi kamu bisa merasakan keamanan yang meningkat. transaksi yang berlangsung lebih cepat, dan berbagai keuntungan lain berkat mengimplementasikan metode pembayaran elektronik.

Jadi, tunggu apa lagi? Segera install sistem pembayaran elektronik untuk bisnismu dan mulailah buka berbagai peluang untuk mendatangkan pendapatan yang lebih besar.



aplikasi wirausaha

majoo extra

langganan majoo
sekarang,
EXTRA 1.000.000*
kemudian.

Kasir Online

Akuntansi

Aplikasi CRM

Aplikasi Owner

Karyawan

Inventori

Analisa Bisnis

Order Online



*Langganan 12 bulan, bisa mendapatkan benefit senilai 1 juta yang terdiri dari: 2 bulan langganan senilai 500rb, standee neo senilai 250rb, voucher majoo 250rb.



08

Transaksi Cashless yang Aman dan Nyaman dengan QR Code



Sebelum adanya pandemi COVID-19, tren transaksi sudah mulai bergeser ke model pembayaran digital. Tren tersebut makin dibutuhkan begitu wabah virus corona menyerang. Transaksi secara cashless menjadi salah satu cara pembayaran yang aman dan nyaman saat ini.

Di antara berbagai opsi pembayaran digital, QR code merupakan metode yang bisa diandalkan. Tidak perlu khawatir bila kamu belum familier dengan sistem yang satu ini karena kami telah menyiapkan penjelasannya untuk kamu.

Apa itu QR Code?

QR merupakan kependekan dari quick response yaitu versi dua dimensi dari barcode yang mampu menyampaikan berbagai informasi dengan scan perangkat seluler.

Ada 7089 digit atau 4296 karakter yang dapat disimpan oleh QR code. Umumnya, makin banyak data yang ditambahkan, ukurannya pun makin besar dan strukturnya makin kompleks.

Sepintas, kode QR mungkin terlihat sama dengan barcode linier yang sering kita temukan pada kemasan produk. Namun, terdapat kode yang satu ini memiliki kelebihan tersendiri.

Pertama, *quick response code* dapat menyimpan data dalam jumlah besar. Kode ini juga dapat dipindai di layar, bukan hanya kertas. Menariknya lagi, kode tetap bisa dibaca, meskipun ada bagian kode yang rusak. Terakhir, tetapi sangat penting, kode ini relatif lebih aman karena dapat dienkripsi.

Ketika kode QR dipindai, kode-kode horizontal dan vertikal tersebut akan diterjemahkan oleh *software* pada *smartphone*. Tergantung pada instruksi dari kode tersebut, di layar telepon pintar konsumen akan muncul tautan ke *browser*, verifikasi lokasi, hingga konfirmasi pembayaran.

Cara kerja pembayaran dengan QR code

Berbeda dengan barcode linier yang hanya bisa dipindai oleh laser barcode scanner dari kertas, QR code dapat dipindai baik dari kertas

maupun layar. Untuk bisa bertransaksi cashless dengan kode QR, konsumen perlu memiliki *smartphone* atau *tablet* dengan kamera.

Baik *iPhone* maupun *Android* dapat memindai kode QR secara langsung dengan kamera utama selama *smartphone* tersebut dibekali dengan *software*. Konsumen cukup membuka kamera dan mengarahkannya ke kode QR yang akan segera dikenali



dan memunculkan notifikasi untuk menyelesaikan operasi yang relevan.

Selain konsumen memindai kode QR dengan ponsel, kasir juga dapat memindai kode QR dari ponsel konsumen. Setelah jumlah total transaksi dikonfirmasi di sistem POS kasir, konsumen membuka aplikasi yang sesuai dan menampilkan kode QR di ponselnya.

Biasanya, aplikasi tersebut menampilkan kode unik yang mengidentifikasi

detail akun bank atau dompet digital konsumen. Berikutnya, kasir memindai kode tersebut dengan alat pemindai dan menyelesaikan transaksi.

Kini pembayaran dengan kode QR dapat menjadi nilai tambah bagi bisnis. Selain memfasilitasi konsumen dengan berbagai opsi pembayaran, metode ini juga memberikan jaminan keamanan di era new normal ini.



09

Ini yang Akan Kamu Dapatkan Saat Beralih ke e-Wallet



Transaksi cashless saat ini sudah menjadi pilihan utama bagi hampir sebagian masyarakat Indonesia. Cashless digemari karena mudah dilakukan dan ada banyak keuntungan yang bisa didapat. Salah satu poin penting dari transaksi cashless adalah e-Wallet.

Apa itu e-Wallet?

e-Wallet adalah sebuah layanan yang memungkinkan kamu melakukan hampir seluruh kegiatan finansial dengan mudah. Mulai dari menyimpan uang, membayarkan uang, dan menerima uang, hingga mengirimkan uang dalam rangka transaksi yang dilakukan.

Belakangan ini menjadi pilihan masyarakat untuk membantu aktivitas perbelanjaan yang dilakukan. Metode ini semakin digemari dan banyak digunakan karena semakin menjamurnya pemilik bisnis yang menyediakan banyak promo untuk pembayaran menggunakan e-Wallet. Potongan harga juga cashback yang ditawarkan nilainya cukup besar.

Selain itu, semakin sedikit uang dalam bentuk fisik yang beredar maka efek dari berkembang dan menyebarnya virus pun bisa dikurangi. Social dan physical distancing yang diterapkan pun bisa lebih efektif.

Lalu apa saja keuntungan yang bisa kamu dapat dengan menggunakan e-Wallet?

1. Menciptakan Cashless Society

Sistem transaksi cashless dinilai lebih inovatif, efisien, aman dan mudah digunakan. Ini juga sejalan dengan Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) yang digagas oleh Bank Indonesia pada tahun 2014.



Selain itu, penggunaan e-Wallet dapat mempermudah cash handling dan menghemat biaya pengelolaan uang. Kita juga bisa mengurangi anggaran sebesar Rp3,5 triliun yang dikeluarkan Bank Indonesia untuk mencetak uang baru, juga untuk menggantikan uang yang sudah rusak.

2. Promosi yang Menguntungkan

Kamu bisa memanfaatkan berbagai macam promosi yang ditawarkan oleh penyedia e-Wallet, seperti potongan harga atau cashback. Ini juga salah satu alasan terbesar orang-orang untuk beralih ke dompet digital. Beberapa aplikasi e-Wallet bahkan menyediakan sistem



poin setiap melakukan transaksi yang bisa kamu tukarkan dengan hadiah menarik.

mengharuskan kamu membawa banyak uang tunai di dompet. Kamu tidak perlu takut dengan adanya pencuri.

3. Transaksi tercatat dengan rapi

Saat kamu melakukan transaksi dengan e-Wallet, seluruh detailnya akan tercatat di histori akunmu. Maka otomatis kamu bisa melacak berapa uang yang sudah kamu keluarkan untuk mengontrol pengeluaran kamu. Kamu tidak perlu repot-repot lagi mencatatnya secara manual. Semuanya sudah tercatat dengan urut dan rapi.



Berbagai fitur keamanan telah disediakan oleh penyedia aplikasi e-Wallet ini. Data yang digunakan dalam membuat akunmu juga harus diverifikasi terlebih dulu supaya sesuai dengan data diri yang tercatat di data masyarakat.

Untuk mengaksesnya pun diperlukan nomor PIN atau bahkan sidik jari tangan. Bila smartphone kamu hilang, kamu bisa langsung memblokir atau mengunduh lagi aplikasinya di smartphone lain untuk log out pada smartphone yang hilang tersebut. Asalkan kamu menjaga akun dan password-mu dengan baik, kamu tidak perlu panik bila smartphone yang berisi aplikasi e-Wallet kamu hilang.

4. Lebih Aman

Menggunakan aplikasi e-Wallet jauh lebih aman dan nyaman daripada metode konvensional yang



10

Pengembangan Bisnis Digital dengan Media Sosial: Bisakah?



Dewasa ini, sudah banyak orang yang beralih dan mengadopsi gaya hidup serba digital. Mulai dari melakukan pembelian di toko-toko digital, menggunakan metode pembayaran digital di toko-toko fisik, hingga mencari segala macam keperluan sehari-hari maupun aksesoris yang diinginkan secara digital. Dunia digital yang awalnya tampak seperti sekadar tren, kini telah menjadi suatu kewajaran. Mau tidak mau, kamu sebagai pengusaha mikro, kecil, dan menengah, harus mengembangkan bisnismu secara digital pula.

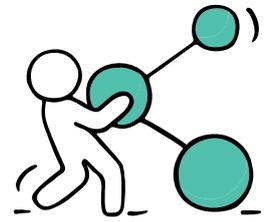
Nah, bicara tentang usaha mikro, kecil, dan menengah, tentunya agak sedikit berat jika kita ingin berinvestasi secara maksimal dalam bisnis digital ini, misalnya saja dengan membuat situs web yang memang secara khusus didesain untuk melayani berbagai kebutuhan bisnis.

Tidak perlu cemas; meski tak memiliki modal yang besar, bisnis kecil pun tetap dapat mengadopsi dunia digital dalam usahanya untuk menjangkau pasar yang memang ada di sana, salah satunya adalah dengan memanfaatkan praktik bisnis media sosial.

Namun, seberapa penting, sih, pelaku UMKM merambah dunia media sosial? Apa saja manfaat yang bisa didapatkan dengan media sosial ini?

Menghemat Biaya Pemasaran

Kendala utama yang kerap dihadapi oleh pelaku UMKM dalam menjalankan bisnisnya adalah adanya keterbatasan dalam setiap aktivitas pemasaran.



Dengan lingkup bisnis yang tidak bisa dibilang terlalu besar, risikan rasanya mengucurkan dana segar untuk melakukan berbagai kegiatan pemasaran seperti beriklan atau sekadar memastikan adanya brand awareness bagi calon pelanggan potensial. Menggunakan akun bisnis media sosial, beragam biaya pemasaran ini dapat ditekan semaksimal mungkin.

Kita cukup mengembangkan media sosial khusus bisnis, dan kita akan dapat menjangkau pasar yang lebih luas dengan biaya yang relatif kecil. Apalagi apabila kita sendiri yang menjalankan akun media sosial tersebut. Sisa biaya yang ada bisa dianggarkan untuk pengembangan bisnis lainnya yang mungkin lebih membutuhkan suntikan dana, bukan?

Menggantikan Fungsi CS dan CRM

Manfaat lain yang dapat diperoleh adalah kemudahan



yang diberikannya kepada pelanggan untuk menghubungi kita.

Sebagai konsumen yang menikmati produk maupun jasa yang kita tawarkan, input dari pelanggan merupakan sesuatu yang sangat berharga dan tak boleh sampai dilewatkan. Setiap masukan yang didapatkan dari pelanggan dapat digunakan sebagai dasar pertimbangan dalam menentukan strategi bisnis ke depannya.

Lalu, dari mana kita bisa mendapatkan kritik dan saran tersebut?

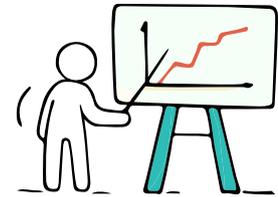
Tak banyak orang yang rela menghabiskan pulsa maupun perangko untuk menghubungi kita secara langsung guna menyampaikan setiap keluhan atau pujian terhadap produk atau jasa kita. Alasan ini yang membuat kebanyakan pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah kesulitan untuk mengembangkan bisnisnya; karena mereka tak mendapatkan input yang dibutuhkan.

Namun, media sosial merupakan sesuatu yang bisa digunakan secara bebas oleh siapa saja, dan penggunaan normalnya juga tak membutuhkan banyak biaya. Sehingga, ketika pelaku usaha membuka saluran komunikasi dengan pelanggan melalui media

sosialnya, mudah sekali untuk mengumpulkan input-input yang yang dibutuhkan.

Menjadi Pembuka untuk Pemasaran Digital

Media sosial merupakan salah satu produk teknologi digital yang paling mudah untuk dikuasai, dan dapat menjadi pembuka jalan untuk merambah ranah digital lainnya.



Saat mengoperasikan akun bisnis media sosial, tak jarang pelaku usaha jadi mempelajari banyak hal baru terkait pemasaran digital. Bagaimanapun juga, aktivitas media sosial sebenarnya memang merupakan bentuk pemasaran digital yang paling sederhana.

Terkadang dari interaksi digital yang dilakukan dengan pelanggan, pelaku usaha jadi mengetahui pola-pola tertentu yang bisa dimanfaatkan untuk memastikan strategi pemasaran yang akan dilakukan berikutnya dapat lebih dioptimalkan lagi.

Bagaimana tidak, sekarang ini setiap media sosial sudah dilengkapi dengan fitur analisis yang membuat kita dengan mudah mempelajari siapa saja yang

meneklik tautan atau materi yang kita bagikan dalam akun media sosial kita: termasuk hingga segmen usia dan juga domisilinya.

Dari situ, pelaku usaha yang benar-benar ingin mengembangkan bisnisnya dan memperoleh pendapatan bisnis yang lebih besar lagi dapat merancang strategi pemasaran yang lebih sesuai dengan segmen pelanggan yang paling banyak berinteraksi di akun media sosialnya.

Upaya untuk memasarkan produk maupun jasa yang dimiliki melalui media sosial, dapat menjadi sesuatu yang sangat menguntungkan dan penuh dengan wawasan jika

digabungkan dengan sikap ulet serta disiplin yang kerap ditemukan dalam setiap pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah.

Dari upaya yang bisa terbilang sederhana itu, hanya dengan mengoperasikan akun media sosial khusus untuk bisnisnya, pelaku usaha dapat melakukan pengembangan bisnis digital yang lebih maju lagi, yakni dengan merambah bidang pemasaran digital yang kini memang sedang banyak diminati. Tentu saja, jika kamu ingin mencoba, kamu juga dapat memanfaatkan aplikasi majoo dengan berbagai fiturnya yang mempermudah dalam menjalankan berbagai transaksi secara digital!

