

the  
**majoo**  
preneurs

Berjuta wirausaha maju untuk Indonesia

**Layanan pelanggan**  
Mana yang harus diprioritaskan?

**Customer Relationship  
Management (CRM)**  
Rahasia andalan bisnis maju

**Retensi pelanggan**  
Langkah-langkah penting  
menjaganya



**Pelanggan:  
Kunci Bisnis Bertahan**

**VOL 13**  
September 2021

# Pengantar

***"It takes months to find a customer... seconds to lose one." – Vince Lombard***

Kutipan di atas sangat dapat kita rasakan kebenarannya di saat pandemi seperti saat ini. Betapa tidak? Bisnis-bisnis yang jungkir-balik menginvestasikan waktu, tenaga, dan biaya sejak masa-masa sebelum pandemi untuk mendapatkan kepercayaan pelanggan, harus rela menelan pil pahit dan kehilangan sebagian pelanggannya di masa pandemi ini.

Nyaris dua tahun periode pandemi ini, kita semua sepertinya dapat bersepakat bahwa perjuangan untuk mempertahankan bisnis dan mempertahankan pelanggan sungguhlah berat.

Beragam aturan yang diberlakukan oleh pemerintah dalam upaya untuk mengatasi pandemi, memukul seluruh lini ekonomi negeri ini. Jika pada krisis ekonomi tahun 1998, UMKM menjadi tulang punggung perekonomian bangsa, di krisis pandemi saat ini, UMKM menjadi salah satu sektor yang paling keras terhentam.

Aturan-aturan pemerintah tersebut dan juga kesadaran dari masyarakat sendiri untuk memberikan kontribusi terhadap penanggulangan pandemi, tak hanya membatasi gerak berbagai bisnis, tetapi juga mengubah pola konsumsi serta

perilaku pengambilan keputusan masyarakat pada umumnya, dan pelanggan kita, khususnya.

Sebagai pebisnis, kita mau tak mau harus menyesuaikan dengan perubahan-perubahan tersebut, jika ingin tak kehilangan pelanggan. Sebab kita sama-sama tahu, mempertahankan pelanggan yang sudah ada, adalah hal yang lebih menguntungkan bagi bisnis, dibanding effort harus dihabiskan untuk menggaet pelanggan baru.

Oleh karena itu, di masa sulit ini, majoo ingin terus memberikan dukungan sekuat-kuatnya kepada majoopreneurs semua dengan menghadirkan fitur-fitur yang membantu memudahkan teman-teman dalam memberikan pelayanan yang prima untuk pelanggan teman-teman semua.

Tentu saja, dengan spirit yang sama seperti teman-teman majoopreneurs yang ingin memberikan yang terbaik untuk pelanggan, kami pun ingin memberikan pelayanan yang terbaik untuk pelanggan kami, teman-teman majoopreneurs semua.

Bersama, kita bangkit sukses lewati badai pandemi ini!

**Salam majoo!**

*Tim Redaksi*

## Redaksi



**Reporter**  
Nisa Destiana



**Reporter**  
Daniel Prasatyo



**Graphic Designer**  
Novita Putri



**Graphic Designer**  
Firman



**Reporter**  
Ajar Pamungkas



**Senior Graphic Designer**  
Faria Fadel Zagalo



**Managing Editor**  
Akidna Rahma

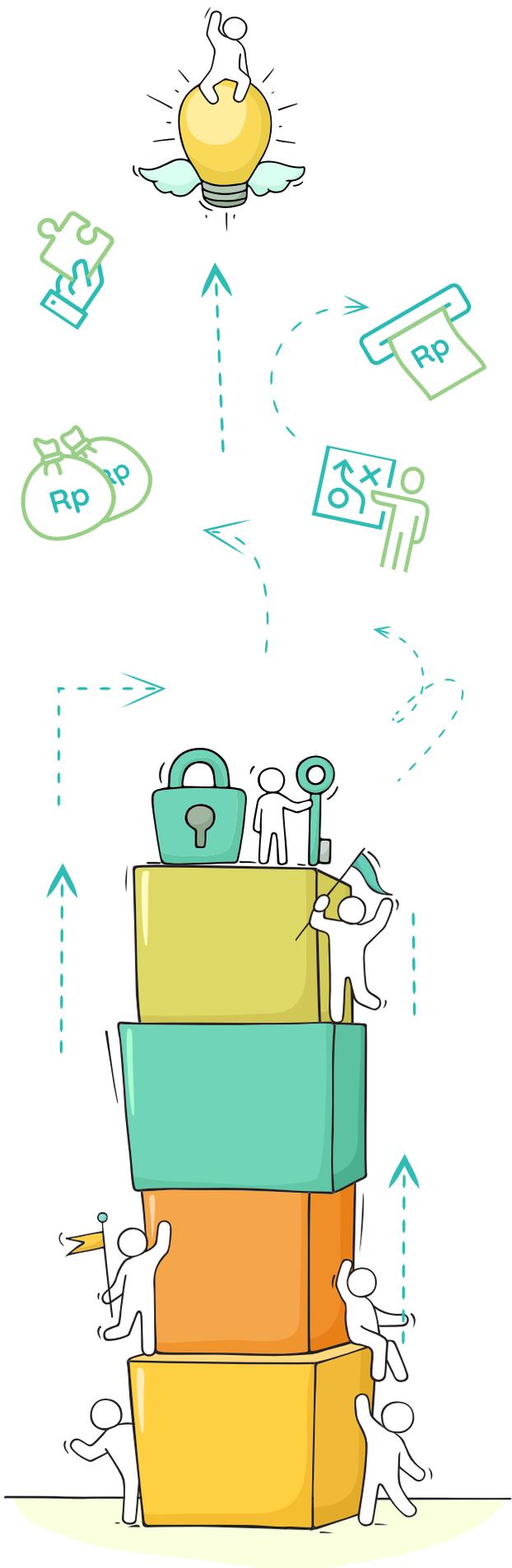


**Reporter**  
Dini N. Rizeki



**Marketing**  
Mardiana Hariyanti





**06** **Layanan Pelanggan, Mana yang Sebaiknya Diprioritaskan?** 

Memanfaatkan Analisis  
**Pola Konsumsi dari  
Data Pelanggan**

**10** 

**15** **Inilah Tren Pola Perilaku Konsumen Pada Era Next Normal** 

**Menyusun Program Loyalitas,  
Cara Mudah Menjaga Tingkat  
Retensi Pelanggan**

**19** 

**24** **Beberapa Langkah Penting  
Menjaga Retensi Pelanggan** 

**Aplikasi POS, Tools Penting  
untuk Menjaga Kepuasan  
Pelanggan**

**28** 

**32** **Tiga Elemen Penting Dalam  
Melayani Pelanggan Bagi Para  
Pelaku Bisnis** 

Tips Meraih Kemajuan Bisnis  
**Melalui Penggunaan  
Instagram**

**36** 

**40** **Inilah 4 Tips Mengubah Konsumen  
Menjadi Pelanggan Setia** 

Customer Relationship  
Management, **Rahasia  
Andalan Bisnis**

**44** 

# Bersama majukan UMKM Indonesia



# Dari Kami Yang Ingin Kamu Maju



The background image shows a man with glasses and a goatee, wearing a white shirt and a dark apron, holding a tablet. He is standing in a cafe or bakery. Behind him is a menu board with various items listed under 'SIGNATURE', 'ICE', 'TEA', 'MOCKTAILS', and 'FOODS'. The menu items include Cuban Rum Choco, Cotton Candy, Blueberry Cookies, British Monkey, Frozen Alaska, Island, Alapide, N Cream, Forest, Island, Kiwi Lemnade, Peach Zelihi, Melon Squash, Ocean Blue, Smoothies, Pink Beach, Blueberry Honey, French Fries, Chicken Wrap, Bitter Ballen, Dingsun, Chicken Sandwich, Tuna Sandwich, Spaghetti Bolognese, Spaghetti Komoro, and Spaghetti Carbonara.

SIGNATURE	
CUBAN RUM CHOCO	54
COTTON CANDY	60
BLUEBERRY COOKIES	44
BRITISH MONKEY	54
FROZEN ALASKA	54
ISLAND	54
ALAPIDE	60
N CREAM	60
FOREST	60
ISLAND	60

ICE	
LOWSE LEAF TEA	33
TIM TEA	33
LEMON TEA	33
LYCHEE TEA	33
PEACH TEA	33
PEACH TEA	33

MOCKTAILS	
KIWI LEMNADE	44
PEACH ZELIHI	44
MELON SQUASH	44
OCEAN BLUE	44

FOODS	
FRENCH FRIES	35
CHICKEN WRAP	35
BITTER BALLEH	35
DINGSUN	35
CHICKEN SANDWICH	35
TUNA SANDWICH	35
SPAGHETTI BOLOGNESE	60
SPAGHETTI KOMORO	60
SPAGHETTI CARBONARA	75

SMOOTHIES	
PINK BEACH, BLUEBERRY HONEY	42

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](mailto: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

## Layanan Pelanggan, Mana yang Sebaiknya Diprioritaskan?

---



**B**ergelut di dunia bisnis tidak hanya tentang memasarkan produk maupun jasa yang ditawarkan, tetapi juga menyediakan layanan pelanggan yang baik kepada setiap konsumen yang datang. Karena sebaik apapun kualitas dari produk dan jasa yang dimiliki, pelanggan tidak akan melakukan pembelian berulang apabila layanan yang diberikan dianggap tidak memuaskan.

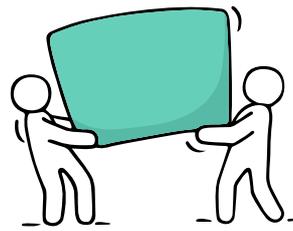
Dalam situasi seperti ini, kehilangan pelanggan bisa memberikan dampak yang sangat besar bagi bisnis. Oleh karena itu, memastikan setiap pelanggan yang datang dapat pulang dengan membawa kepuasan menjadi kunci yang dapat membuat bisnis terus maju dan berkembang.

Namun, menjaga kualitas layanan bukanlah perkara yang mudah. Selain harus memperhatikan pelayanan itu sendiri, pelaku usaha juga harus mempertimbangkan kategori pelanggannya pula.

Mana yang harus diprioritaskan? Pelanggan lama atau calon pelanggan baru?

### Memilih Pelanggan Prioritas

Tak semua bisnis memiliki modal yang sama untuk memastikan layanan yang diberikan kepada pelanggan lama dan calon pelanggan baru memiliki kualitas yang sama. Bagaimanapun juga,



kedua kategori pelanggan ini memiliki perbedaan yang signifikan, sehingga pendekatan yang digunakan pun akan berbeda antara pelanggan lama dengan calon pelanggan baru.

Nah, di sinilah kejelian pelaku bisnis diuji untuk memilih dengan baik mana yang sebaiknya diprioritaskan; khususnya bagi pelaku usaha dengan modal atau pos pengeluaran untuk kegiatan pemasaran yang terbatas. Fokus pada salah satu kategori pelanggan tentu dapat memberikan hasil yang lebih optimal dibanding harus membagi perhatian kepada kedua kategori pelanggan ini.

Apa saja, sih, yang harus diperhatikan dalam memfokuskan prioritas tersebut?

### 1 Memprioritaskan Pelanggan Lama

Mengenal dan memahami karakter pelanggan lama bisa dibilang jauh lebih mudah dibanding calon pelanggan baru, terlebih dalam bisnis yang sudah menerapkan



sistem keanggotaan untuk pelanggan setianya.

Bagaimana tidak, dengan menerapkan sistem keanggotaan, pelaku usaha dapat secara pasti 'melacak' pola transaksi yang dilakukan oleh setiap pelanggan yang tergabung dalam sistem keanggotaan tersebut. Sehingga, pelaku usaha tersebut juga dapat dengan mudah memahami apa-apa saja yang disukai oleh setiap terkait, dan apa yang mungkin justru membuat pelanggan tersebut tidak puas dan beralih pada kompetitor.

Mudah bagi pelaku yang sudah memahami karakter pelanggannya untuk menyusun strategi pemasaran yang efisien, efektif, serta tepat sasaran. Dengan demikian, semakin mudah pula menjaga tingkat retensi yang dimilikinya. Dalam jangka panjang, praktik ini dapat membuat bisnis berkembang dengan stabil.

Namun, terfokus pada pelanggan setia bukannya bebas dari risiko pula. Pengembangan bisnis dan pemberian layanan yang berpusat pada pelanggan lama umumnya akan berjalan lebih lama karena tidak adanya sumber pendapatan baru.

## 2 Memprioritaskan Calon Pelanggan Baru

Dibanding menjadikan pelanggan lama sebagai pelanggan prioritas, memfokuskan pengembangan bisnis pada calon pelanggan baru mungkin memang lebih susah.

Akan tetapi, dalam bisnis, pelanggan baru dapat diterjemahkan sebagai pendapatan yang baru pula.

Dengan sumber pendapatan yang baru, mendorong angka penjualan dapat dilakukan dengan lebih lancar; dalam jangka panjang, pengembangan bisnis pun dapat dilakukan secara cepat dan masih. Di samping itu, pelanggan baru pun jika ditangani dengan tepat juga dapat berubah menjadi pelanggan lama yang setia.

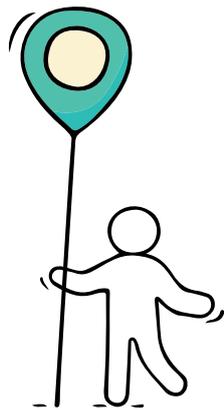
Hanya saja, dengan keuntungan yang sedemikian besar, tidak mudah pula memprioritaskan pelayanan yang diberikan kepada calon pelanggan baru. Hal ini dikarenakan sebagai pelanggan baru, mereka tak memiliki pola yang dapat dipelajari sebelumnya, sehingga penyusunan strategi bisnis yang akan diterapkan pun lebih berisiko.



Tak ada yang bisa menjamin secara pasti pendekatan seperti apa yang paling pas untuk melayani calon pelanggan baru. Apakah cara melayani yang ditentukan memang sesuai dengan karakter serta pola transaksi yang dimilikinya? Sulit untuk mengetahuinya tanpa mengeluarkan biaya tambahan dan melakukan riset pasar yang benar-benar detail.

### 3 Memperhatikan Situasi dan Kondisi Bisnis

Memprioritaskan layanan untuk pelanggan lama maupun calon pelanggan baru memiliki keuntungan dan risikonya masing-masing. Pelaku usaha sebaiknya mempertimbangkan setiap aspek sesuai dengan situasi dan kondisi bisnis yang dialami sebelum menentukan siapa yang akan dijadikan sebagai pelanggan prioritas.



Misalnya saja, dengan adanya pandemi Covid-19 yang saat ini melanda, banyak pelaku usaha yang kemudian memilih untuk memfokuskan layanan yang dimilikinya kepada pelanggan lama. Alasannya sederhana, dalam situasi bisnis seperti sekarang, memusatkan

layanan untuk menarik calon pelanggan baru dapat menggelembungkan beban biaya yang harus dikeluarkan untuk operasional bisnis.

Fokus layanan yang berorientasi pada calon pelanggan baru membutuhkan biaya yang tidak sedikit, padahal situasi pandemi yang saat ini dihadapi membuat sebagian besar pelaku usaha harus mengatur keuangan bisnisnya secermat mungkin. Tak heran jika menjadikan pelanggan lama sebagai pelanggan prioritas dianggap sebagai pilihan yang bijak.

Layanan yang difokuskan pada pelanggan lama tidak hanya memastikan adanya pemasukan bisnis yang stabil, tetapi di saat yang sama juga dapat membantu mengurangi beban pengeluaran untuk strategi pemasaran yang efisien; berbeda dengan pemasaran untuk pelanggan baru yang memiliki risiko kerugian lebih besar.

Apabila kamu juga tertarik untuk menyediakan layanan pelanggan yang berpusat pada pelanggan lama, manfaatkan sistem keanggotaan yang terintegrasi dalam aplikasi Majoo dan juga berbagai fitur lainnya yang dapat membantunya melakukan pengelolaan bisnis dengan lebih efektif, efisien, serta tepat sasaran!

# 02

## Memfaatkan Analisis Pola Konsumsi dari Data Pelanggan

---



**M**emahami pola konsumsi yang dimiliki oleh pelanggan, meski terdengar sepele, bisa menjadi kunci utama dalam meningkatkan angka penjualan, lho! Namun, bukan berarti ini merupakan sesuatu yang mudah untuk dilakukan.

Ada beberapa hal yang perlu diperhatikan dengan cermat untuk dapat membaca karakter transaksi yang dimiliki oleh pelanggan setia, khususnya jika memang ingin mendapatkan hasil yang semaksimal mungkin. Apa saja, sih, yang dapat dilakukan untuk mengenali pola-pola transaksi dan juga konsumsi yang dimiliki oleh pelanggan?

### Lakukan Pencatatan Data Pelanggan

Sebuah pola tidak secara tiba-tiba muncul begitu saja. Sesuai dengan namanya, sebuah pola umumnya muncul dari sebuah struktur atau sistem yang tetap dan berulang. Dengan demikian, pola tersebut umumnya juga tidak akan serta merta berubah atau berganti tanpa alasan.

Data pelanggan merupakan salah satu struktur atau bentuk yang tetap dan tidak mudah berubah, dan jenisnya dapat ditentukan di awal. Itulah mengapa dari data pelanggan yang ada, sangat mungkin sekali muncul sebuah pola



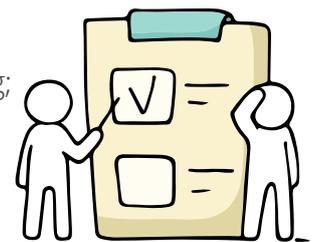
tertentu, dan pola inilah yang nantinya akan sangat berguna serta dapat dimanfaatkan untuk kebutuhan analisis.

Namun, tentunya tak semua pelanggan mau secara sukarela memberikan data yang dimilikinya, dan tentunya pula, tak semua data tersebut dapat memberikan kontribusi yang tepat menganalisis pola-pola tertentu. Misalnya saja, data dari pelanggan yang hanya sekali saja melakukan transaksi tanpa ada potensi untuk melakukan pembelian berulang tentu tak dapat memunculkan pola apa pun, bukan?

Agar pelanggan berkenan memberikan datanya dan data tersebut dapat dipastikan memiliki pola, gunakan sistem keanggotaan dalam bisnisimu! Dengan adanya sistem keanggotaan, kemungkinan pelanggan yang menjadi anggota melakukan pembelian berulang pun lebih mudah dipastikan. Di samping itu, kamu juga dapat mengumpulkan sejumlah data pelanggan yang diperlukan untuk melakukan analisis.

### Catat Setiap Transaksi dengan Tepat

Untuk melakukan analisis dan meningkatkan angka penjualan, data yang dikumpulkan dari pelanggan saja mungkin terasa kurang; terlebih jika analisis ini dilakukan untuk menemukan dan

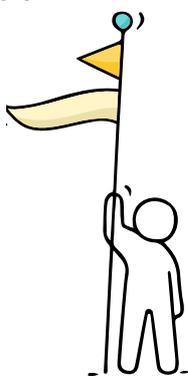


memahami pola transaksi yang ada. Oleh karena itu, ada data lain yang juga perlu dikumpulkan untuk mendapatkan hasil yang optimal, yakni data transaksi dan penjualan.

Data transaksi dan penjualan tergolong data yang mudah diperoleh, karena data ini bisa dikumpulkan melalui operasional bisnis ketika melayani pelanggan. Namun, bukan berarti pengumpulannya sendiri dapat dilakukan ala kadarnya.

Untuk mendapatkan hasil analisis yang akurat, maka data yang akan dianalisis pun tentu harus dikumpulkan dengan keakuratan yang sama. Nah, di sinilah muncul potensi masalah di mana data penjualan dan transaksi yang dilakukan pelanggan hanya dicatat sekenanya saja, sehingga hasil analisis yang diperoleh pun tak dapat digunakan untuk meningkatkan angka penjualan secara maksimal. Kesalahan pencatatan sangat mungkin terjadi jika aktivitas ini dilakukan secara manual. Di samping itu, pencatatan secara manual akan menyulitkan ketika ingin menganalisis pola karena data yang dikumpulkan rentan mengalami ketidaklengkapan; misalnya saja terlalu sulit untuk mencatat waktu yang akurat untuk setiap transaksi yang berhasil dilakukan.

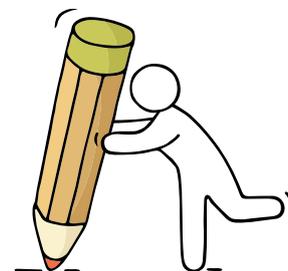
Untuk menghindari potensi masalah, pencatatan keuangan



yang sistematis, khususnya yang dilakukan secara otomatis, menjadi sesuatu yang sangat disarankan.

### Temukan Korelasi dari Setiap Data yang Dikumpulkan

Setelah kelengkapan data sudah dipastikan, mulai dari data pelanggan dan juga data penjualan, langkah berikutnya adalah mulai menganalisis data-data tersebut.



Beberapa orang menganggap kata analisis sebagai momok yang mengerikan karena repot dan sulitnya melakukan hal yang satu ini. Namun, sebenarnya kegiatan analisis bukanlah sesuatu yang sulit ketika yang ingin dipahami adalah adanya pola, karena analisis tersebut dapat dilakukan semudah mencari kaitan antara data yang satu dengan data yang lain.

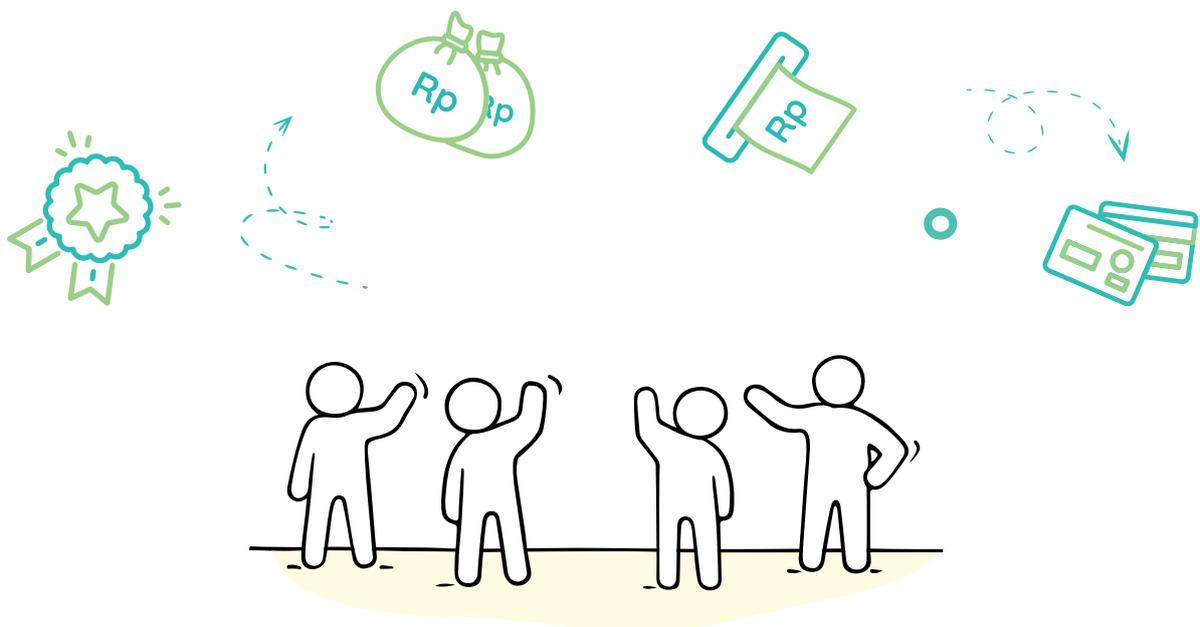
Sebagai contoh, coba cari tahu apakah usia pelanggan berhubungan dengan performa penjualan produk. Misalnya saja, apakah pembelian produk A lebih banyak dilakukan oleh pelanggan yang berusia remaja, atau lebih tua? Bagaimana dengan produk B? Atau mungkin apakah ada kaitan antara jarak rumah seorang pelanggan dengan kebiasaannya mendatangi tempat usaha di waktu-waktu tertentu?

Hubungan antardata inilah yang nantinya membentuk sebuah pola yang dapat dimanfaatkan untuk merancang strategi pemasaran maupun promo yang lebih tepat sasaran, sesuai dengan pasar yang memang ditarget. Dengan demikian, angka penjualan pun bisa lebih ditingkatkan karena produk maupun jasa yang dimiliki dipasarkan kepada target yang sesuai.

Proses ini akan lebih mudah dilakukan ketika sistem keanggotaan diterapkan. Selain dapat mengumpulkan data yang lebih akurat, hasil pemetaan pola ini nantinya juga dapat dimaksimalkan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan yang menjadi anggota; menumbuhkan rasa loyal di diri pelanggan dan menjaga tingkat retensi yang dimilikinya.

Nah, setelah mengetahui apa manfaat yang bisa dirasakan dengan memahami pola konsumsi yang dimiliki oleh pelanggan; dan membuat rancangan strategi bisnis berdasarkan analisisnya; tentu paham, kan, mengapa sistem keanggotaan dan juga pencatatan keuangan yang rapi dan terintegrasi merupakan salah satu kunci untuk memastikan bisnis dapat terus maju dan berkembang?

Dengan kelengkapan fitur yang dimilikinya untuk mencapai tujuan tersebut, kamu dapat menggunakan aplikasi Majoo untuk memastikan setiap pola bisnis yang ada dapat diidentifikasi dan dimaksimalkan, lho!



aplikasi wirausaha

# majoo

Aplikasi wirausaha lengkap  
kelola bisnis jadi maju

Kasir Online

Karyawan

Akuntansi

Inventori

Aplikasi CRM

Analisa Bisnis

Aplikasi Owner

Order Online



## APLIKASI OWNER

Bisnis ternotifikasi  
disegala kondisi



## AKUNTANSI LENGKAP

Keuangan akurat  
kontrol biaya tepat



## WHATSAPP STRUK

Hemat kertas  
otomatis ringkas



Upgrade level bisnismu  
mulai dari

# Rp129rb



Coba Gratis 14 Hari



[majoo.id](https://majoo.id)

[majoo.id/harga](https://majoo.id/harga)



# 03

## Inilah Tren Pola Perilaku Konsumen Pada Era Next Normal

---



**P**andemi COVID-19 membuat masyarakat mengalami keterbatasan dalam memenuhi kebutuhan, baik primer, sekunder, maupun tersier. Hari demi hari dilalui dengan berbagai penyesuaian, termasuk adaptasi perilaku konsumen.

Menurut para ahli ekonomi, kita sedang dihadapkan dengan sebuah masa yang dinamakan next normal. Kondisi yang membuat kita terbiasa dengan hal-hal yang sebelumnya tidak pernah terbayangkan. Kita harus memakai masker saat keluar rumah, menjaga jarak dengan orang di sekitar, menghindari kerumunan, dan membatasi aktivitas di luar rumah. Tentu saja kita merindukan saat-saat bepergian tanpa menggunakan masker atau hadir di event yang ramai pengunjung seperti pameran dan bazar UMKM.

Namun, sentimen nostalgia tersebut harus diikuti dengan kesadaran bahwa kondisi next normal adalah yang sedang terjadi saat ini. Penyesuaian-penyesuaian yang diterapkan sudah membentuk pola perilaku yang baru, khususnya masyarakat selaku konsumen.

Hal yang menjadi daya tarik bagi konsumen di era next normal perlu



diperhatikan oleh pelaku usaha untuk menyiapkan strategi bisnis yang tepat bagi keberlangsungan usaha.

Menurut McKinsey, rasa percaya konsumen akan pulih apabila transaksi dapat dilakukan secara mobile. Kamu sebagai pelaku usaha dapat melihat fenomena ini menjadi sebuah peluang.

Berikut adalah lima pendekatan emotional marketing yang dapat mengubah konsumen biasa menjadi pelanggan setia.

### Memilih restoran yang menerapkan protokol kesehatan

Siapa sangka berkumpul dengan teman-teman atau keluarga di sebuah tempat makan menjadi sebuah aktivitas yang membutuhkan pertimbangan saat ini? Namun, setelah berbulan-bulan di



rumah saja, masyarakat tentu mengalami kejenuhan.

Oleh karena itu, sebagian orang sudah mulai mencoba untuk makan di luar rumah. Saat memutuskan dine in, pertimbangannya bukan lagi ketersediaan tempat, melainkan jumlah pengunjung di tempat tersebut.

Konsumen akan menghindari tempat yang terlihat ramai. Seperti yang telah diketahui, ada protokol kesehatan yang harus diterapkan di restoran atau kafe. Salah satunya mengurangi jumlah pengunjung yang makan di tempat sehingga dapat menjaga jarak satu sama lain.

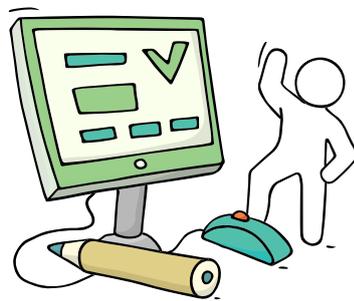
Selain itu, kebersihan dan sanitasi juga menjadi fokus konsumen. Sebab itu, sudah sewajarnya hal tersebut menjadi perhatian pemilik usaha bila ingin bisnisnya kembali pulih.

Kamu juga dapat menjemput bola sebagai strategi bisnis di masa sekarang. Pasalnya, ada sebagian masyarakat yang belum merasa nyaman beraktivitas di luar rumah.

Sementara itu, keinginan untuk merasakan ambience makan di restoran sebetulnya cukup kuat. Oleh karena itu, penyediaan

jasa antar makanan ke rumah beserta layanannya bisa menjadi peluang usaha.

Tentunya dengan tetap menerapkan protokol kesehatan yang ketat. Salah satu bisnis yang telah melakukan strategi tersebut adalah Sogogi Shabu & Grill. Selain mengantarkan paket makanan, mereka juga menyediakan alat masak untuk barbecue di rumah. Win-win solution, bukan?



### **Keterbatasan untuk beraktivitas, beralih ke digital**

Dalam situasi pandemi, masyarakat saat ini menjadi lebih bergantung pada teknologi. Dilansir dari The Economist, adaptasi penggunaan platform digital telah maju lima tahun lebih cepat.

Dari mulai transaksi pembayaran, video call, proses belajar dan mengajar, hingga pemesanan kebutuhan melalui e-commerce, semuanya berlangsung di kanal digital. Karena itu, strategi digitalisasi bisnis perlu dioptimalkan.

Penerapan digitalisasi dapat berupa memasukkan produk usaha kamu di situs belanja online, kanal-kanal media sosial, ataupun website sehingga konsumen dapat melihat dan melakukan transaksi dengan mudah. Penggunaan platform digital yang makin kencang ini dinilai akan berlangsung seterusnya.

Dengan adanya platform digital, konsumen merasa sangat dimudahkan dalam memenuhi kebutuhannya. Fitur digital tersebut tidak hanya dapat menghemat waktu, tetapi juga tenaga.

Misalnya, kelas-kelas kursus yang bisa dihadiri oleh siapa saja dan di mana saja dengan hanya menggunakan laptop atau alat komunikasi lainnya. Konsumen tidak perlu datang ke tempat untuk menghadiri acara tersebut. Dengan begitu, tidak diperlukan mobilitas yang memerlukan banyak biaya.

Contoh lainnya, konsep Mall to Go yang digagas oleh FX Sudirman. Salah satu konsep yang sudah menerapkan digitalisasi untuk konsumen yang tidak dapat pergi ke mal.

Bahkan mereka menyediakan jasa personal shopper untuk memudahkan konsumen. Perilaku konsumen terhadap penggunaan teknologi digital sudah menjadi kesatuan yang tidak bisa dipisahkan. Sudah sewajarnya para pemilik usaha menerapkan strategi yang mengakomodasi hal tersebut.

### Melakukan hobi di rumah saja

Aktivitas yang terbatas dan sukar bertemu orang lain membuat masyarakat rentan mengalami kejenuhan dan stres. Namun, berbagai aktivitas yang bisa

dilakukan di rumah ternyata bisa menjadi sebuah hobi baru.

Menemukan dan mendalami hobi membantu masyarakat terdistraksi dari kejenuhan selama di rumah saja. Misalnya berkebun, dari mulai menanam tanaman hias dan sayuran, menata atau mendekorasi tanaman, sampai mempelajari tentang berkebun secara online.



Hal ini menjadi sebuah kabar baik bagi masyarakat selaku konsumen dan juga pelaku usaha. Tingkat pembelian kebutuhan berkebun naik dibandingkan sebelum pandemi.

Hal ini juga menjadi peluang baru bagi pelaku usaha. Tidak sedikit yang memulai bisnis menjual alat-alat dan kebutuhan berkebun saat pandemi. Ada juga yang mengemasnya dengan unik dalam bentuk starter kit berkebun sehingga dapat menjadi alternatif hadiah.

Dari penjelasan di atas, kita mengerti bahwa perubahan perilaku konsumen akibat pandemi memang menantang. Namun, di balik tantangan tersebut, terselip peluang yang menjanjikan bila kamu eksplorasi lebih lanjut.

# 04

## Menyusun Program Loyalitas, Cara Mudah Menjaga Tingkat Retensi Pelanggan

---



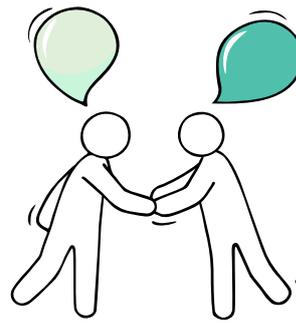
**M**eski tergolong sebagai pos pengeluaran yang tidak kecil, banyak pelaku usaha yang masih berinvestasi pada program loyalitas untuk pelanggan. Mulai dari memberikan potongan harga khusus, sneak peek produk, hingga kerja sama dengan merchant. Beragam program dapat dijalankan untuk menjaga tingkat retensi. Jika kamu juga tertarik untuk meluncurkan program-program sejenis, ada beberapa hal yang perlu kamu ketahui sebelum mulai menyusun program retensi pelanggan yang ciamik.



### Apa itu retensi pelanggan?

Secara garis besar, retensi merupakan ukuran yang digunakan

untuk mengetahui kemungkinan seorang pelanggan melakukan pembelian ulang. Semakin tinggi tingkat retensi yang dimiliki, semakin besar kemungkinan pelanggan untuk melakukan pembelian berikutnya. Sebaliknya, semakin rendah retensinya, semakin besar pula kemungkinan pelanggan meninggalkan bisnismu dan melakukan pembelian di tempat lain. Retensi bisa dibilang sangat penting untuk memastikan bisnis yang kamu jalankan bisa terus maju dan berkembang.



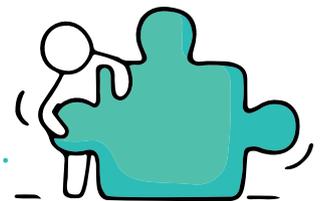
### Meningkatkan kepuasan pelanggan

Salah satu cara untuk menjaga retensi adalah dengan memastikan

pelanggan mendapatkan kepuasan saat berbelanja. Semakin memuaskan pengalaman belanja seorang pelanggan, semakin besar pula kemungkinannya untuk kembali di lain waktu. Oleh karena itu, banyak pelaku usaha rela menyisihkan modal yang cukup besar untuk menawarkan program-program kepuasan pelanggan. Tidak heran pula jika dalam menyusun program-program semacam ini pun dibutuhkan pertimbangan yang sangat besar di mana modal yang dikeluarkan harus bisa menjadi sumber pendapatan yang sepadan. Ada beberapa hal yang perlu diperhatikan sebelum mulai menyusun program kepuasan pelanggan.

### 1 Mencari jenis program yang sesuai dengan sifat bisnis yang dijalankan.

Dalam meningkatkan kepuasan pelanggan,



ada banyak program yang bisa dijalankan. Namun, penting untuk memastikan jenis program tersebut tetap sesuai dengan keinginan pelanggan sekaligus sifat bisnismu. Misalnya saja, jika bisnismu menjual eksklusivitas, meluncurkan program yang dapat dinikmati oleh semua orang tentunya akan menimbulkan efek yang berkebalikan. Jika kamu ingin menonjolkan sifat eksklusif bisnismu, tawarkan produk khusus yang dibuat secara terbatas hanya bagi pelanggan dengan poin loyalitas tinggi sehingga pelanggan akan merasa diistimewakan. Jika bisnismu mengedepankan harga yang murah, program potongan harga khusus akan jauh lebih bisa diandalkan untuk mendorong pelanggan setia melakukan pembelian.



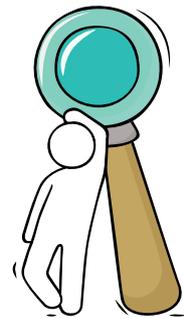
tertarik untuk terus melakukan pembelian agar memenuhi syarat menikmati manfaat tingkat loyalitas yang lebih tinggi. Namun, pastikan selisih pengelompokan ini tidak terlalu jauh sehingga pelanggan tertarik mengejar poin loyalitas, bukannya malas melakukan pembelian karena merasa jarak poin antar kelompok loyalitas tidak masuk akal untuk dicapai.

## 2 Mengaitkan manfaat loyalitas pelanggan dengan jumlah pembelian.

Agar retensi pelanggan semakin meningkat, pastikan program yang ditawarkan dapat memancing pelanggan untuk terus berbelanja. Kelompokkan poin loyalitas pelanggan berdasarkan pembelian. Buat program di mana semakin sering pelanggan melakukan pembelian, semakin besar pula poin loyalitas yang dimilikinya, dan semakin banyak manfaat yang bisa dinikmati. Dengan demikian, pelanggan akan

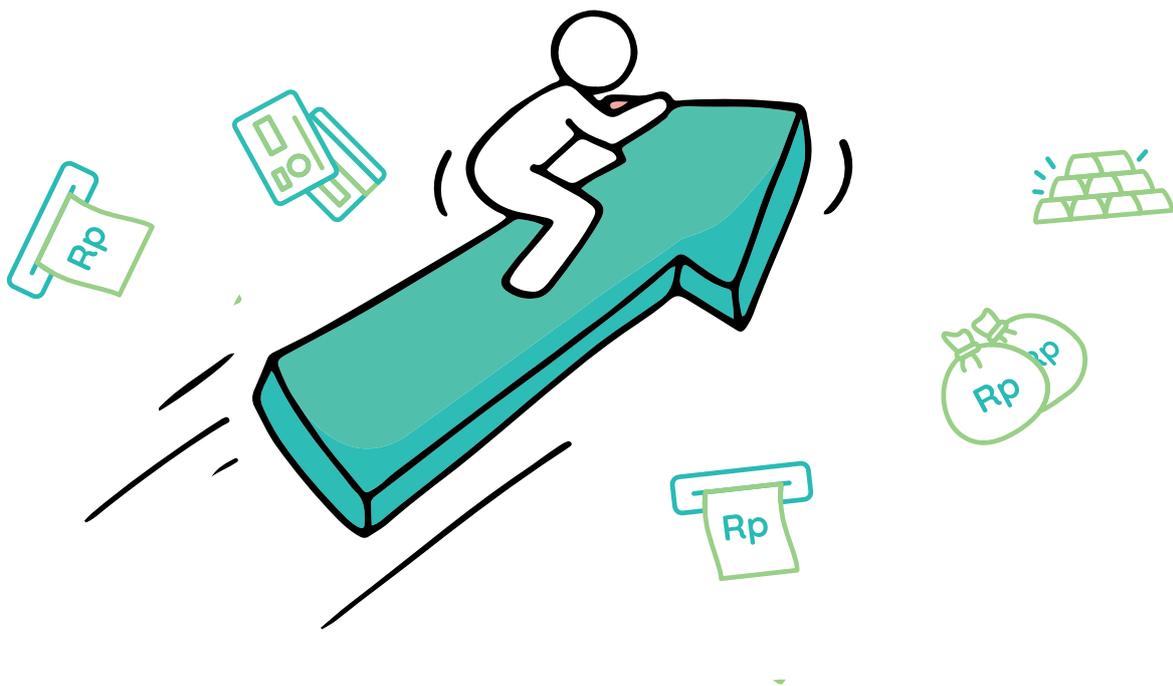
## 3 Melakukan evaluasi program yang sudah dijalankan.

Tidak semua program dapat berjalan sukses. Karenanya, pantau selalu jalannya program dan lakukan evaluasi di akhir periode. Untuk program yang sukses, cari tahu apa yang membuat program tersebut begitu disukai pelanggan. Luncurkan program serupa di lain waktu untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Sebaliknya, untuk program-program yang tak begitu diminati, cari tahu bagian apa yang bisa kamu tingkatkan sehingga saat kamu meluncurkan program berikutnya, tingkat kesuksesannya dalam menggaet minat pelanggan bisa lebih tinggi. Jika perlu, contoh ide-ide promo lain yang menarik dan coba gabungkan dengan sifat bisnismu untuk program promomu yang berikutnya.



Menjaga retensi pelanggan memang gampang-gampang susah. Jika perlu, gunakan aplikasi majoo yang mempermudahmu dalam menentukan strategi pemasaran. Majoo menawarkan berbagai fitur untuk mengenali dan

menganalisis perilaku transaksi pelanggan setiamu, sehingga kamu dapat merancang program loyalitas terbaik untuk menjaga tingkat kepuasan pelanggan.



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



# 05

## Beberapa Langkah Penting Menjaga Retensi Pelanggan

---



**M**enjaga retensi pelanggan adalah sesuatu yang sangat penting untuk dilakukan oleh pelaku usaha, khususnya di situasi seperti sekarang dengan adanya pandemi Covid-19 yang dampaknya sangat mencekam untuk keberlangsungan suatu bisnis.

Bagaimana tidak, di tengah pandemi seperti sekarang, keberadaan pelanggan setia dapat memastikan bisnis terus mendapatkan pendapatan sehingga dapat terus bertahan. Apabila pelanggan berhenti datang atau justru beralih ke pihak kompetitor di situasi yang sulit ini, tentu bisnis akan terkena dampaknya. Karena itu, menjaga tingkat retensi pelanggan merupakan sesuatu yang penting; terlebih dalam kondisi yang ada saat ini.

Lalu, apa saja yang bisa dilakukan agar retensi pelanggan dapat terjaga sehingga bisnis dapat terus dijalankan?

### **Ketahui Terlebih Dahulu Tingkat Retensi Pelanggan Saat Ini**

Pernah tidak, saat datang ke suatu restoran atau tempat usaha apa pun, pramusaji yang ada memberikan semacam survei kepuasan pelanggan untuk diisi?



Survei semacam ini sangat berguna untuk mengetahui seberapa tinggi tingkat kepuasan pelanggan yang dapat memengaruhi tingkat retensinya. Semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan, semakin tinggi pula tingkat retensinya.

Dengan mengetahui tingkat retensi dan kepuasan yang dimiliki oleh pelanggan, pelaku usaha dapat memperbaiki beberapa bagian dari bisnisnya yang masih perlu ditingkatkan atau bahkan ditonjolkan sebagai andalan. Memasang pertanyaan yang tepat dalam survei untuk diisi pelanggan akan sangat membantu hal ini.

### **Meningkatkan Pengetahuan Produk**

Product knowledge atau pengetahuan produk tidak hanya wajib dikuasai oleh karyawan saja, tetapi juga bisa diberikan kepada pelanggan.

Untuk karyawan, kebanyakan pelaku usaha mungkin sudah

tahu mengapa pengetahuan produk ini wajib dikuasai. Karena karyawan yang tidak memiliki pengetahuan produk pasti akan kesusahan menjual produk tersebut kepada pembeli potensial karena tidak tahu apa keunggulan yang dimiliki untuk meyakinkan dan memastikan transaksi berhasil dilakukan.

Lalu, apa pentingnya pengetahuan produk untuk pelanggan itu sendiri?

Memberikan pengetahuan produk kepada pelanggan membantu mereka menyadari nilai lebih yang dimiliki produk-produk kita dibanding produk serupa yang ditawarkan oleh pihak kompetitor. Dengan demikian, kemungkinan pelanggan tersebut untuk beralih ke kompetitor pun dapat dihindari.

Jika diperhatikan, banyak kanal media sosial pebisnis andal yang tidak hanya dimanfaatkan sebagai etalase digital saja, tetapi justru sebagai media untuk 'menceritakan' sejarah dan keunggulan produk maupun jasanya. Konsep yang sama sebenarnya sedang diterapkan oleh pelaku usaha tersebut untuk memastikan pelanggan bisa merasa dekat dengan produk yang dimilikinya.



### Aktif Meminta Masukan Pelanggan

Ingat bahwa mustahil bagi seseorang untuk menyenangkan semua orang. Dari satu hal, sebaik apa pun itu, pasti ada yang terasa kurang. Di sinilah masukan dari pelanggan dibutuhkan.

Dengan secara aktif meminta masukan dari pelanggan, seorang pelaku usaha tidak lagi dapat berdiri di menara gading dan merasa bahwa produk atau jasa yang ditawarkannya baik-baik saja. Bisa jadi yang selama ini baik-baik saja sebenarnya memiliki kekurangan yang dapat diperbaiki, tetapi karena tak pernah mendapat masukan, justru tidak tahu apa yang perlu ditingkatkan lagi.

Selain memastikan produk dan jasa yang dimiliki terus meningkat kualitasnya, mencari dan mendengarkan masukan dari pelanggan juga dapat membuat mereka merasa diperhatikan; bahkan bisa menumbuhkan rasa memiliki ketika pelanggan menyadari bahwa peningkatan kualitas yang dilakukan sesungguhnya didasarkan pada pandangan yang mereka berikan sendiri.

Ketika seorang pelanggan mempunyai rasa memiliki yang tinggi terhadap

suatu produk, tingkat retensi pelanggan pun dapat dengan mudah dijaga atau bahkan dinaikkan lebih tinggi. Rasa memiliki inilah yang dapat dijadikan andalan agar pelanggan tidak mudah beralih pada produk sejenis dari kompetitor bisnis.

### Meningkatkan Kualitas Layanan

Masukan dari pelanggan tidak hanya berguna untuk meningkatkan kualitas produk dan jasa yang disediakan, tetapi juga kualitas layanan yang diberikan tatkala menjual produk atau jasa itu sendiri.

Terasa sederhana, memang, akan tetapi produk atau jasa sebaik apa pun tidak akan mudah laku apabila pelayanan yang diberikan hanya sekadarnya saja. Jika seorang pelaku usaha ingin menjaga tingkat kepuasan serta retensi yang dimiliki oleh pelanggannya, kualitas produk bukan menjadi satu-satunya yang harus diperhatikan, tetapi juga pelayanan yang diberikan.

Tanyakan kembali kepada diri sendiri apakah sudah ada SOP agar karyawan melayani pelanggan yang datang

dengan sapaan maupun senyum yang ramah? Perhatikan bagaimana pelayanan yang diberikan kepada pelanggan, apakah sudah cukup hangat dan membuat pelanggan betah atau justru terkesan judes dan jual mahal?



Tak sedikit pula bisnis yang tidak dapat berkembang meski memiliki produk dan jasa dengan kualitas terbaik hanya karena layanan yang diberikan tidak bisa membuat pelanggan merasa betah. Jika sudah demikian, tak heran jika pelanggan akhirnya lari dan beralih ke pihak kompetitor, bukan?

Menjaga retensi merupakan salah satu langkah yang krusial untuk memastikan bisnis tetap dapat berjalan; terlebih di masa pandemi di mana sebagian pelanggan lebih memilih untuk tetap di rumah dan hanya bepergian seperlunya saja. Jangan sampai pelanggan yang akhirnya datang ke tempat usaha memutuskan untuk tidak ingin kembali lagi karena kita tak sanggup menjaga tingkat kepuasan serta retensi yang dimilikinya. Agar dapat lebih maksimal, manfaatkan pula aplikasi Majoo yang sudah dilengkapi dengan fitur CRM!

# 06

## Aplikasi POS, Tools Penting untuk Menjaga Kepuasan Pelanggan

---



**K**epuasan pelanggan merupakan hal yang tidak bisa diabaikan oleh pemilik usaha. Bersama dengan aneka faktor lain, customer satisfaction sangat memengaruhi maju atau gagalnya sebuah bisnis.

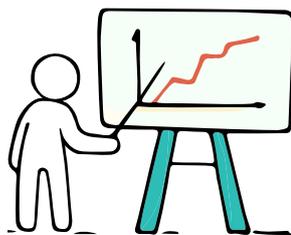
Seperti yang sudah diketahui, customer satisfaction menjadi indikator paling penting untuk mengukur intensi serta loyalitas pelanggan. Tentunya, pelanggan baru akan setiap bila ekspektasi mereka atas produk dan layanan terpenuhi.

Mungkin kamu juga menyadari, belakangan ini ada perubahan signifikan yang melanda bisnis, mulai dari transformasi ke ranah digital hingga penerapan aneka sistem yang dimaksudkan untuk memperbaiki pengalaman pelanggan.

Salah satunya, penggunaan aplikasi POS yang tujuan akhirnya tidak bukan meningkatkan kepuasan pelanggan serta membangun basis pelanggan setia. Dengan begitu, bisnis bisa bertahan dan terus bergerak maju.

### Kaitan aplikasi POS dengan kepuasan pelanggan

Beberapa dari kamu mungkin ada yang masih bertanya-



tanya, bagaimana mungkin sistem POS bisa meningkatkan kepuasan pelanggan?

Bisnis online dianggap memiliki kelebihan dalam hal kemudahan berinteraksi dengan konsumen dibandingkan gerai offline. Ada banyak platform yang dapat dimanfaatkan untuk menjaga komunikasi dengan konsumen seperti website dan media sosial.

Akan tetapi, dikotomi tersebut tampaknya sekarang sudah kurang relevan.

Mengingat sebagian besar gerai di luar jaringan juga umumnya mempunyai sudah mempunyai toko online.



Meskipun begitu, pemanfaatan sistem yang bisa menyederhanakan operasional serta memperbaiki pengalaman pelanggan ketika bertransaksi di gerai perlu digunakan. Itu sebabnya kamu perlu cermat dalam memilih sistem POS.

Pasalnya, banyak bisnis yang kurang diingat konsumen karena tidak bisa memberikan pengalaman bertransaksi yang memorable. Dengan penerapan sistem POS yang cepat biasanya kamu bisa menghadirkan pengalaman yang

menyenangkan dan berkesan bagi konsumen.

Misalnya, proses pengecekan inventaris menjadi super cepat, begitu juga dengan proses pengembalian dan penukaran produk. Penerimaan pesanan tidak hanya cepat, tetapi juga akurat berkat sistem POS yang terintegrasi.

Di samping dapat didesain untuk menyuguhkan kecepatan dan kenyamanan, sistem POS juga bisa kamu andalkan untuk proses personalisasi pelayanan. Sudah bukan rahasia lagi bahwa personalisasi menjadi salah satu kunci dalam meningkatkan pengalaman konsumen.

Sebagai contoh, kamu bisa memberikan program promosi atau loyalty program lain yang dipersonalisasi bagi tiap-tiap pelanggan. Hal ini memungkinkan untuk dilakukan karena data konsumen serta transaksi di sistem POS terdokumentasi dan diperbarui secara *real time*.

### **Pentingnya menghubungkan bisnis offline dan online**

Seperti yang kamu lihat, kini media sosial sudah bisa berperan



layaknya marketplace. Sementara itu, perusahaan-perusahaan yang menjual langsung kepada konsumen secara online juga terus mengalami peningkatan dalam bisnis.

Sehubungan dengan hal ini, gerai-gerai makin kesulitan memperoleh konsumen yang berkunjung langsung. Pasalnya, sekarang konsumen menginginkan pelayanan lebih, seperti mengharapkan personalisasi, kenyamanan, dan kemudahan.

Bila gerai fisik ingin terus maju, penting sekali kamu memastikan konsumen tidak melewatkan kemudahan dan kepraktisan berbelanja online. Karena itu, kamu perlu menghubungkan bisnis *offline* serta *online* sehingga konsumen mendapatkan pengalaman terbaik berinteraksi dengan bisnismu.

Berbicara keterhubungan tersebut, teknologi tentu memainkan peranan sangat penting. Inilah alasan mengapa kamu perlu memilih aplikasi POS yang optimal dalam mendukung perkembangan bisnis.

Temukanlah sistem POS yang sudah mempunyai ekosistem digital. Dengan begitu, kamu bisa dengan

mudah mengintegrasikan toko fisik dengan *marketplace* atau layanan pesan antar.

Dengan tersambungny sistem POS dan e-commerce, kamu bisa menekan potensi terjadinya kekeliruan atau keterlambatan dalam pembaruan data sebab pemindahan data penjualan langsung serta online sudah tidak perlu dilakukan secara manual.

Hal tersebut berarti menghemat waktu, energi, dan biaya sehingga kamu dan tim bisa fokus kepada hal lain yang lebih esensial untuk pengembangan bisnis, alih-alih menghabiskan sejumlah waktu berkebutuhan dengan hal administratif yang sebetulnya dapat diautomasi.

Karena pembaruan data penjualan dan inventori terjadi otomatis melalui sistem POS, data-data selalu terbaru secara real time. Jadi, tidak ada lagi risiko ada transaksi yang terpaksa harus dibatalkan sebab stok produk *real* habis.

Berkat adanya pengoptimalan operasional bisnis, konsumen jadi memiliki pengalaman yang baik ketika berbelanja, baik *online* maupun *offline*.

Secara umum, kepuasan pelanggan akan meningkat sehingga kemungkinan terbentuknya basis pelanggan loyal pun lebih besar.

## Kesimpulan

Kepuasan pelanggan salah satunya dipengaruhi oleh pelayanan yang smooth. Tentunya, kamu hanya bisa

menghadirkan pelayanan yang mulus bila operasional bisnis efektif serta efisien.

Salah satu cara mencapainya adalah dengan memilih aplikasi POS yang tepat. Dengan sistem

POS yang pas, kamu bukan hanya bisa menyederhanakan operasional, melainkan memberikan layanan yang dipersonalisasi bagi konsumen.

Selain itu, tentu kamu perlu memilih sistem POS yang relevan dengan situasi terkini. Misalnya, kini sudah bukan saatnya bisnis hanya bergantung pada gerai offline, mempunyai platform digital yang bisa diakses konsumen merupakan keharusan.

Karena itu, sistem POS yang dipilih pun idealnya yang sudah memiliki ekosistem digital dan mampu mengintegrasikan toko fisik dengan *e-commerce* atau berbagai *platform* digital lain.



# 07

## Tiga Elemen Penting Dalam Melayani Pelanggan Bagi Para Pelaku Bisnis

---



**D**alam menjalankan bisnis, mendapatkan pelanggan adalah hal yang bisa menjadi tantangan utama. Tapi apakah setelah berhasil mendapatkan pelanggan maka tantangan itu sudah berhenti? Tidak. Lebih tepatnya, muncul tantangan baru yaitu bagaimana cara mempertahankan pelanggan agar tetap loyal pada bisnis yang kamu jalankan.

Cara yang bisa dilakukan untuk menjadikan pelanggan tetap setia pada bisnis kamu adalah dengan memenuhi kepuasan pelanggan. Dan untuk memenuhinya, ada tiga elemen penting yang bisa kita terapkan sebagai pelaku bisnis.

## 1. Mengenali Pelanggan

• Yang dimaksud mengenali pelanggan di sini adalah mencoba mencari tahu lebih banyak tentang pelanggan tersebut. Perkenalan secara personal pun dibutuhkan, karena itu bisa menjadi sumber pengetahuan para pelaku bisnis tentang pelanggannya.

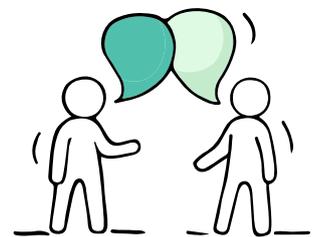


Dalam bisnis skala besar maupun kecil, mengenali pelanggan ini sangat

dibutuhkan agar kamu tahu dan paham benar apa yang dibutuhkan oleh mereka. Informasi apa pun yang berasal dari pelanggan bisa membantu mengungkapkan preferensi pelanggan kamu dan metode terbaik untuk memasarkan produk atau jasa yang kamu tawarkan pada mereka.

## 2. Melakukan Pendekatan

• Ada banyak hal yang bisa kamu lakukan dari poin ini. Salah satunya dengan membangun komunikasi yang baik dengan pelanggan. Untuk selalu mengetahui apa yang pelanggan rasakan atas pelayanan bisnismu, maka bertanyalah. Jangan sungkan untuk menemui pelanggan, menyapa, dan menanyakan apa yang mereka rasa, apa keluhan mereka, atau mungkin saran dan masukan dari mereka.



Dengarkan pelanggan, secara otomatis ini akan mengikat rasa emosional antara kamu dan mereka. Pelanggan pasti menginginkan agar pelaku bisnis lebih memperhatikan mereka. Mereka butuh untuk dimengerti apa saja yang dibutuhkan dan bagaimana produk atau jasa yang ditawarkan bisa memenuhi kebutuhan mereka.

Hal ini bertujuan untuk membentuk kedekatan dengan pelanggan dan membuat mereka merasa nyaman saat berinteraksi. Hasilnya adalah kepuasan pelanggan bisa tercapai.

### 3. Menjaga Kepercayaan

Pandai mengenali apa saja kebutuhan pelanggan dan menjaga lancarnya interaksi dengan mereka akan percuma bila para pelaku bisnis tidak mampu menjaga kepercayaan yang sudah diberikan oleh pelanggan.

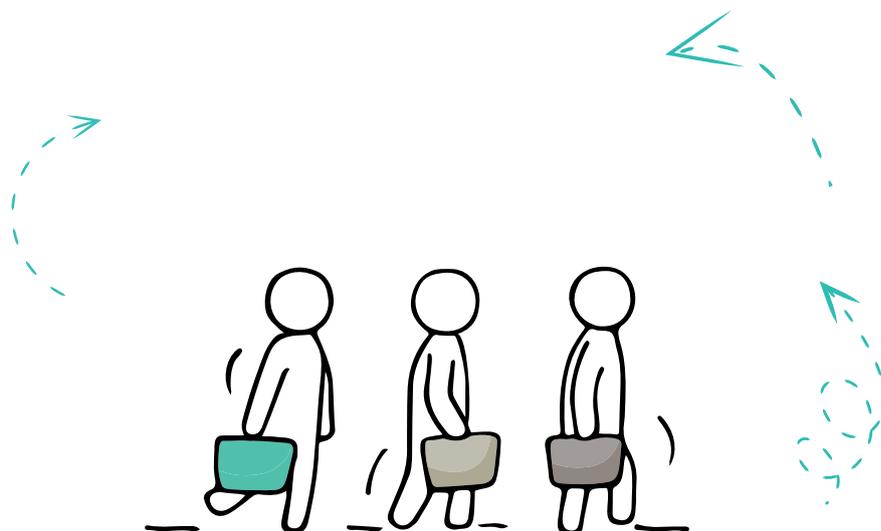
Salah satu hal yang bisa dilakukan dalam menjaga kepercayaan pelanggan adalah dengan menjaga kualitas produk atau jasa yang ditawarkan. Dengan

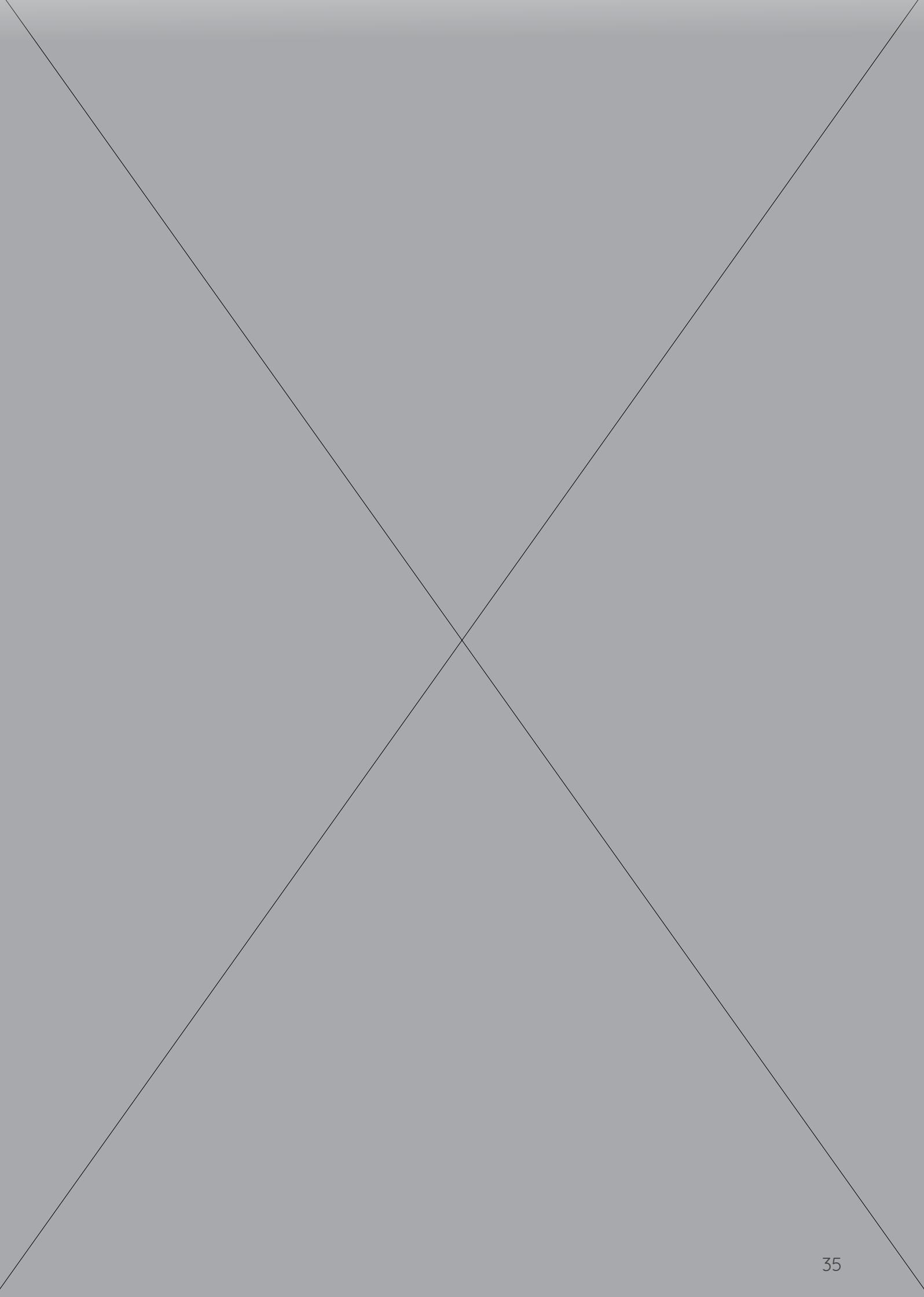
membeli dan memakai produk yang kamu tawarkan itu berarti pelanggan telah menaruh kepercayaan bahwa kebutuhan mereka bisa terpenuhi.

Sudah umum diketahui bahwa kebutuhan pelanggan selalu bertumbuh dan berubah tetapi mereka

selalu menginginkan kualitas terbaik dari setiap produk. Pelanggan hanya ingin mendapatkan produk yang berkualitas baik, maka sebagai pelaku bisnis harusnya tetap berusaha untuk mempertahankan kualitas produk karena jika

kualitas produk tidak berubah maka dapat dipastikan pelanggan yang puas dengan kualitas produk kamu akan kembali dan menjadi pelanggan setia kamu.





# 08

## Tips Meraih Kemajuan Bisnis Melalui Penggunaan Instagram

---



Instagram mengumumkan secara resmi bahwa mereka telah merilis fitur Instagram for Business pada Mei 2016. Secara otomatis seluruh penggunanya dapat menjadikan akunnya sebagai akun bisnis secara gratis.

Bagi para pebisnis, besar maupun kecil, hal ini sangat menguntungkan. Metode bisnis online bisa diterapkan sebagai sebuah strategi marketing untuk mempromosikan produk-produk yang ditawarkan. Pebisnis yang sebelumnya sudah menjalankan bisnis online pun menjadi dimudahkan proses pemasarannya.

Instagram dianggap mampu menjadi sebuah media yang membawa keuntungan bagi para pelaku bisnis online. Hal ini dikarenakan sampai sekarang, Instagram memiliki lebih dari 700 juta pengguna dan setiap harinya ada sekitar 60 juta foto yang dibagikan dan bisa menghasilkan total 1,6 milyar likes. Dari angka statistik tersebut, maka peluang untuk menjalankan bisnis dan mempromosikannya di Instagram terbuka lebar.

Sebagai salah satu platform yang berbasis customer experience, Instagram memiliki pengaruh besar untuk menjalankan bisnis. Maka akan sangat disayangkan bila hal ini tidak dimanfaatkan secara maksimal.

Berikut ini ada beberapa tips untuk mengoptimalkan penggunaan Instagram demi mencapai kemajuan bisnis yang bisa kamu coba.

## 1. Beralih ke Akun Bisnis

Dengan aktifnya fitur akun bisnis dari Instagram, maka pastikan kamu membuat akun bisnis sebagai media promosi, bukan akun pribadi. Akun bisnis memiliki berbagai fitur yang tidak bisa kamu dapatkan dalam penggunaan akun pribadi, antara lain:

- Instagram *Insights*
- Belanja Instagram
- Iklan Instagram
- Informasi kontak dan tombol ajakan di profil
- Fitur belanja memungkinkan kamu untuk menjual produk langsung dari post dan story Instagram, yang tidak akan kamu dapatkan bila menggunakan akun pribadi.



## 2. Memaksimalkan Fitur Instagram Story

Ada banyak fitur di Instagram yang bisa kamu manfaatkan secara maksimal untuk memperkenalkan bisnismu. Instagram story dapat kamu gunakan untuk berbagi



cerita berupa gambar maupun video yang bisa ditayangkan selama 24 jam. Agar tayangan ini tidak hilang, pastikan kamu memasukkannya ke fitur *highlight* yang akan tampil seterusnya di profil Instagram.

### 3. Rutin Mengecek Insight

Dalam akun bisnis Instagram, kamu akan mendapatkan satu fitur



bernama *insight*. Insight dapat membantu kamu untuk mengetahui postingan mana yang mendapatkan jangkauan, impresi,

dan engagement yang paling tinggi. Insight juga memungkinkan kamu untuk dapat mengetahui mengenai jenis followers bisnismu. Seperti berapa kisaran usia mereka, dan berapa persen laki-laki dan perempuannya.

Dari informasi tersebut, maka kamu dapat mengenali lebih dalam mengenai followers akunmu serta demografis audience kamu. Dengan demikian, proses kreatif membuat konten pun bisa disesuaikan dengan mereka.

### 4. Perhatikan Waktu Upload

Algoritma Instagram bisa dibilang cukup rumit. Postingan dengan jam upload terbaru tidak serta merta ditampilkan di beranda

para followers. Inilah yang mengakibatkan postingan kamu sering tenggelam dan terlewatkan dari beranda mereka. Karena itu, waktu upload harus diperhatikan dengan baik.



Salah satu caranya adalah dengan mencoba melakukan tes upload di beberapa waktu yang berbeda. Kamu dapat mengetahui kapan waktu yang tepat untuk mendapatkan jangkauan yang tinggi dari followers dari hasil percobaan tersebut.

### 5. Gunakan Fitur Promote

Instagram juga menyediakan fitur promote bagi pemilik bisnis yang ingin mempromosikan akun bisnismu untuk mendapatkan jangkauan yang lebih banyak. Di sini kamu bisa mempromosikan akun bisnismu menjadi ads pada Instagram. Kamu juga dapat memilih *audience* yang sesuai dengan target pasar bisnismu.



Dengan fitur promote ini akun bisnismu akan memiliki jangkauan yang lebih luas hingga tersebar ke penjuru dunia.

Kamu dapat mengetahui target pasar yang sesuai dengan bisnis kamu sehingga dapat membuat konten yang bagus serta memperbaiki strategi marketing secara kontinyu.



## 6. Buatlah Konten yang Berkualitas

Instagram adalah *platform* yang mengutamakan visual, jadi pastikan seluruh postingan di akun bisnismu memiliki kualitas visual yang sangat baik. Foto atau video yang kamu upload sebaiknya dihasilkan dengan gambar yang tajam, fokus, tidak kabur, dan juga memiliki kualitas audio yang jernih. Perhatikan juga desain dari foto atau video yang akan kamu upload. Buatlah desain yang simpel tapi gampang diingat oleh orang.

Konten yang baik akan menarik perhatian para *followers*, jadi usahakan untuk membuatnya sekreatif mungkin. Caption yang kamu tulis sebaiknya berisi informasi lengkap mengenai produk yang kamu tawarkan dengan bahasa yang baik dan benar. Caption adalah senjata utama untuk memperkenalkan bisnismu kepada para pengguna Instagram.

Instagram juga memungkinkan kamu untuk membuat jadwal sendiri kapan

harus posting konten. Misalnya, sehari hanya satu konten di pagi atau sore hari dan jam tertentu yang sudah ditetapkan. Jangan lupa untuk aktif berinteraksi dengan para followers agar engagement bisa terus meningkat.

Jika kamu masih bingung tentang konten akun bisnis yang akan kamu upload, jangan khawatir. Saat ini ada banyak jasa desain postingan Instagram yang bisa membantumu dalam strategi marketing ini.

Majoo menyediakan layanan desain Instagram post bagi kalian yang mengalami kesusahan dalam hal ini. Dengan jaminan desain yang menarik, berkualitas baik, dan mampu membantu kamu meraih engagement lebih tinggi di akun bisnis Instagram. Kamu cukup duduk manis dan menyampaikan ide tampilan seperti apa yang kamu ingin upload, maka tim Majoo yang akan melakukannya untukmu. Bagaimana? Tertarik untuk mencoba?

# 09

## Inilah 4 Tips Mengubah Konsumen Menjadi Pelanggan Setia

---



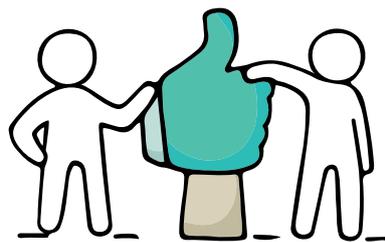
**A**gar dapat memahami kebutuhan dan meningkatkan loyalitas konsumen, pemilik bisnis perlu mengenal mereka. Sayangnya, suatu bisnis sering kali memiliki banyak konsumen sehingga tidak mudah untuk mengenal mereka secara personal. Lalu apa yang harus dilakukan? Kamu dapat merujuk pada penelitian terpercaya tentang perilaku konsumen.

Setiap orang memang berbeda, tetapi otak manusia memiliki kecenderungan untuk bereaksi sama. Memahami seluk-beluk pikiran manusia akan membantumu menemukan cara kreatif dan etis untuk memengaruhi konsumen, bahkan menjadikannya pelanggan setia.

### Memanfaatkan kekuatan label

Dalam riset perilaku psikologi, diketahui bahwa konsumen suka diberi label. Mereka lebih berpartisipasi bila merasa menjadi bagian dari kelompok tertentu.

Pada tahun 2011, dilakukan sebuah penelitian<sup>1</sup> terhadap 133 orang dewasa. Tujuan dari penelitian tersebut adalah untuk mengetahui apakah pemberian label memengaruhi



partisipasi peserta penelitian terhadap pemungutan suara.

Setelah menjalani sesi wawancara, peneliti menyampaikan kepada setengah dari peserta penelitian bahwa mereka lebih aktif secara politik. Padahal, hal ini tidak didasarkan pada wawancara, tetapi dipilih secara acak. Kelompok lain tidak diberi label apa pun, hanya diwawancarai tentang pola pemungutan suara yang selama ini mereka lakukan.

Kelompok peserta yang diberi label lebih aktif secara politik, 15% lebih tinggi partisipasinya dalam pemungutan suara. Mengapa demikian? Pikiran kita berusaha mempertahankan konsistensi, meskipun hal tersebut artifisial.

Hampir setiap orang sangat menyukai konsistensi. Oleh sebab itu, saat diberi label sebagai bagian dari kelompok tertentu, ada kecenderungan sangat mudah menerima pesan tersebut. Selama kita menyetujui pesan yang disampaikan.

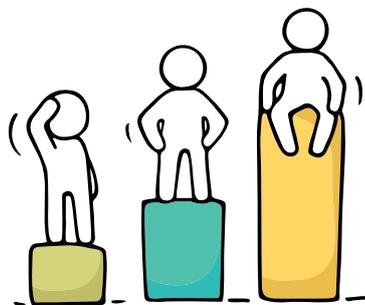
Hal ini juga yang membuat status “gold” atau “platinum” sangat efektif untuk program loyalti pelanggan. Jadi, tidak perlu takut memberi label

<sup>1</sup> <https://www.pnas.org/content/early/2011/07/13/1103343108>

kepada pelanggan. Orang suka merasa memiliki kualitas superior atau memiliki tingkat status tertentu.

### Membentuk saingan

Sudah bukan rahasia, dibutuhkan jejaring yang baik untuk mencapai kemajuan bisnis. Namun, sebenarnya kamu juga tetap butuh saingan. Khususnya, bila kamu ingin memiliki basis pelanggan setia.



Hal tersebut dibahas dalam sebuah studi kontroversial "Social Categorization and Intergroup Behaviour"<sup>2</sup>. Dalam penelitian tersebut, ahli psikologi sosial, Henri Tajfel berusaha menjelaskan bagaimana manusia dapat melakukan tindakan kebencian dan diskriminasi massal.

Peserta penelitian diminta memilih antara dua pelukis yang tidak memiliki kaitan khusus. Setelah memilih, peserta penelitian dikelompokkan berdasarkan pilihan masing-masing. Tajfel mendapati bahwa orang menunjukkan kesetiaan kepada orang satu kelompok dan diskriminasi pada orang lain di luar kelompok tersebut. Bahkan, hanya karena alasan yang sepele.

Dalam dunia pemasaran, hal tersebut mungkin mengingatkanmu pada Apple. Bagaimana mereka membangun ide rivalitas terhadap pengguna PC yang dianggap membosankan dan tidak trendi. Di saat yang sama, Apple menawarkan Mac dengan desain berbeda dari komputer yang beredar di pasaran.

Jadi, kamu tidak benar-benar butuh saingan secara fisik. Kamu hanya perlu menumbuhkan pertentangan

ide atau persepsi yang mampu beresonansi dengan konsumen.

Bagaimana hasilnya? Bukankah Apple memiliki pelanggan setia, bila tidak ingin dibilang die hard fans?

### Wakili sesuatu yang bermakna

Konsumen suka dikaitkan dengan brand, jika brand tersebut dianggap memegang nilai yang sama. Kebanyakan pelanggan yang memiliki hubungan kuat dengan suatu brand disebabkan nilai yang dipegang oleh brand tersebut.

Dengan kata lain, sebenarnya konsumen bukan setia kepada perusahaan, melainkan kepada nilai yang



<sup>2</sup> <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/ejsp.2420010202>

diusungnya. TOMS Shoes, perusahaan asal Los Angeles, merupakan contoh yang tepat.

Banyak konsumen mengidolakan merek sepatu ini, sebagian di antaranya menjadi pelanggan yang sangat setia. Peralnya, merek sepatu ini dianggap memiliki nilai mulia, di samping tujuan bisnis. Kebijakan yang sangat disukai konsumen adalah menyumbangkan sepasang sepatu untuk setiap pasang sepatu yang terjual.

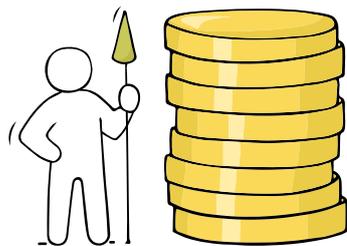
Maka dari itu, komunikasikan secara jelas nilai yang diusung bisnismu. Konsumen mungkin menyukai produkmu, tetapi pelanggan setia menyukai nilai yang diperjuangkan di balik transaksi bisnis. Jadi, nilai apa yang diperjuangkan oleh bisnismu?

### Timbal balik dalam bentuk kejutan

Apa hal utama yang dapat membuat pelanggan setia?

Jawabannya adalah timbal balik.

Dan timbal balik yang berupa kejutan memberikan dampak lebih signifikan. Hal ini telah diteliti sejak lama oleh ahli psikologi, Norbert Schwarz.



Apakah kamu pernah merasa senang karena menemukan uang receh Rp5.000? “Kejutan” kecil ini mampu menciptakan pandangan positif. Artinya, bahkan timbal balik sekecil apa pun mampu meningkatkan loyalitas konsumen.

Berikan kejutan untuk konsumen, meski nilainya sangat sederhana. Misal, tiba-tiba memberikan sisir bambu gratis bagi pelanggan, bila bisnismu adalah barbershop.

Bagi kamu yang memiliki bisnis ekspedisi, kamu dapat memberikan upgrade layanan. Paket reguler yang harusnya dikirim dalam waktu empat hari, dinaikkan menjadi layanan cepat, dan sudah tiba dalam waktu satu hari misalnya. Konsumen baru diberi tahu saat paket tersebut sudah tiba. Rasanya bagi konsumen akan berbeda dibanding bila mereka sudah tahu sejak awal akan menerima bonus upgrade layanan.

Memberi timbal balik kepada konsumen berdampak signifikan bagi loyalitas. Namun, saat ini hampir semua bisnis mencoba melakukannya. Maka dari itu, kamu perlu lebih menonjol dibandingkan bisnis lain dengan cara memberikannya dalam bentuk kejutan. Selamat mencoba!

# 10

## Customer Relationship Management, **Rahasia** Andalan Bisnis



**C**ustomer Relationship Management atau yang juga kerap disingkat menjadi CRM, merupakan salah satu bentuk operasional bisnis yang dilakukan untuk menjaga tingkat kepuasan pelanggan. Konsep ini sebenarnya sudah diperkenalkan sejak tahun 1970-an, dan semakin populer seiring bertumbuhnya kesadaran bisnis untuk menjaga relasi dengan pelanggan. Dalam dunia bisnis, ada beberapa jenis CRM dengan fungsi dan tujuan spesifiknya masing-masing:

## 1. CRM untuk Penjualan

CRM yang dilakukan untuk penjualan umumnya bertujuan untuk memastikan pelanggan mendapatkan kepuasan saat bertransaksi dan tertarik untuk melakukan transaksi lain di masa depan dengan sistem penjualan yang juga lebih mudah. Oleh karena itu, jenis CRM yang satu ini dapat diterapkan di setiap proses bisnis yang terkait langsung dengan penjualan, mulai dari konversi calon pelanggan hingga pembayaran itu sendiri. Agar tujuan tersebut tercapai, fitur CRM pada aplikasi majoo juga diperkuat dengan kemampuan untuk mencatat data pelanggan serta data penjualan, memungkinkanmu memprediksi potensi pelanggan



dalam melakukan pembelian berulang, misalnya dengan melakukan analisis terkait untuk menawarkan produk serta jasa yang mungkin dibutuhkan oleh pelanggan.

## 2. CRM untuk Pemasaran

Jika CRM untuk penjualan kerap dimanfaatkan untuk mendorong pelanggan melakukan pembelian, CRM untuk pemasaran bertujuan agar pelanggan tertarik untuk melakukan pembelian. Seperti konsep pemasaran pada umumnya, aktivitas ini mungkin tidak secara langsung berdampak pada angka penjualan, tetapi akan memberikan keuntungan yang sangat besar jika dilakukan dengan baik. Fitur CRM pada aplikasi majoo yang mendukung kegiatan pemasaran ini semakin dipermudah dengan kemampuan untuk mengelola promo, voucher, serta poin loyalitas pelanggan. Di samping itu, fitur ini juga memungkinkanmu untuk melakukan pemasaran yang lebih mudah dengan pemasaran melalui email dan SMS, memungkinkanmu untuk memastikan pelanggan datang kembali dan melakukan transaksi lainnya sesuai dengan strategi pemasaran bisnis yang kamu jalankan.



### 3. CRM untuk Peningkatan Layanan

Praktik ini merupakan pemanfaatan CRM yang paling banyak dijalankan.



Dengan berorientasi pada peningkatan layanan, CRM melakukan berbagai analisis untuk mencari tahu kebutuhan pelanggan, perbaikan yang bisa membuat pelanggan

mendapatkan pengalaman yang lebih baik saat bertransaksi, dan juga membantu memutuskan perlu atau tidaknya melakukan penyesuaian saat akan mengeluarkan lini produk maupun jasa yang baru bagi pelanggan. Dalam praktik ini, CRM akan banyak berkomunikasi dengan pelanggan sebagai orientasi bisnisnya, dan menyusun strategi terbaik yang dapat

memenuhi hasil komunikasi tersebut. Kamu dapat menggunakan fitur CRM aplikasi majoo untuk melakukannya, lho!

Jika bisnis selama ini dijalankan dengan berorientasi semata-mata pada produk serta keuntungan bisnis yang bisa dihasilkan, keberadaan Customer Relation Management dapat mengimbangnya dengan memasukkan perspektif yang lebih berorientasi kepada pelanggan dalam operasional bisnis. Manfaatkan berbagai keunggulan yang ditawarkan oleh fitur CRM aplikasi majoo untuk melakukannya, mulai dari mencatat setiap data pelanggan dan transaksi yang mereka lakukan, menjalankan program loyalitas pelanggan, dan menjaga kepuasan pelanggan untuk terus melakukan transaksi!

