

# the majoo preneurs

Berjuta wirausaha maju untuk Indonesia

**Mau inovasi bisnis?**  
Ini lima hal yang perlu diperhatikan

**Persaingan era digital**  
Intip strategi bisnis yang menarik perhatian

**Inspirasi inovasi dari luar negeri**  
Mana yang bisa kita curi?



**Inovasi dan digitalisasi  
untuk tingkatkan  
daya saing UMKM  
di masa pandemi**

**VOL 14**  
Okt 2021

# Pengantar

## Inovasi atau Terhenti!

Di dunia ini, perubahan adalah sesuatu yang sifatnya pasti. Tak terkecuali di dunia bisnis, ada banyak sekali hal yang dapat memicu terjadinya sebuah perubahan. Bisa jadi dari internal, maupun faktor-faktor eksternal yang di luar kendali kita sebagai pebisnis.

Faktor eksternal seperti kondisi ekonomi, perubahan pola konsumsi pelanggan, kemajuan teknologi, dan masih banyak hal lagi, bisa memicu terjadinya perubahan dalam bisnis kita.

Apa korelasinya dengan bisnis kita? Seperti halnya pelaut yang sedang berlayar di samudera lepas, sebagai pebisnis, kita harus pintar-pintar menyesuaikan kendali kapal dengan gelombang. Jika tidak lekas menyesuaikan diri, salah-salah, kapal kita akan tergulung ombak dan tenggelam.

Sebagai pebisnis, penting untuk kita terus menerus melakukan evaluasi untuk melihat relevansi bisnis kita dengan pelanggan kita. Apakah produk kita masih sesuai dengan minat mereka? Apakah layanan kita masih menjawab pain point pelanggan yang kita targetkan?

Produk atau layanan bisnis kita yang pada awalnya kita hadirkan untuk menjawab

kebutuhan pelanggan, pada perjalanannya mungkin perlu dikalibrasi ulang agar tetap relevan dengan kebutuhan dan *pain point* mereka.

Kita perlu menghadirkan inovasi-inovasi untuk menyesuaikan produk dan layanan bisnis kita dengan perubahan yang terjadi di dunia bisnis, tetap menjawab dan memikat minat pelanggan, sekaligus tetap *true to ourselves*. Akan tetapi, kita juga perlu jeli memilih dan memilah mana tren inovasi seperti apa yang perlu kita ikuti, dan mana yang sebaiknya kita lewatkan karena nilai-nilainya tak sesuai dengan bisnis kita.

Pada intinya, kita perlu menemukan keseimbangan antara menyesuaikan diri dengan perubahan tetapi tetap menjadi diri kita sendiri dan tidak sembarangan terbawa arus yang ujungnya akan membuat bisnis kita kehilangan jati dirinya.

Semoga teman-teman majoopreneurs semua menemukan keseimbangan itu, dan kapal yang teman-teman kemudikan dapat terus berlayar, seliar apa pun gelombang samudera yang dihadapinya, tetaplh terus berinovasi!

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

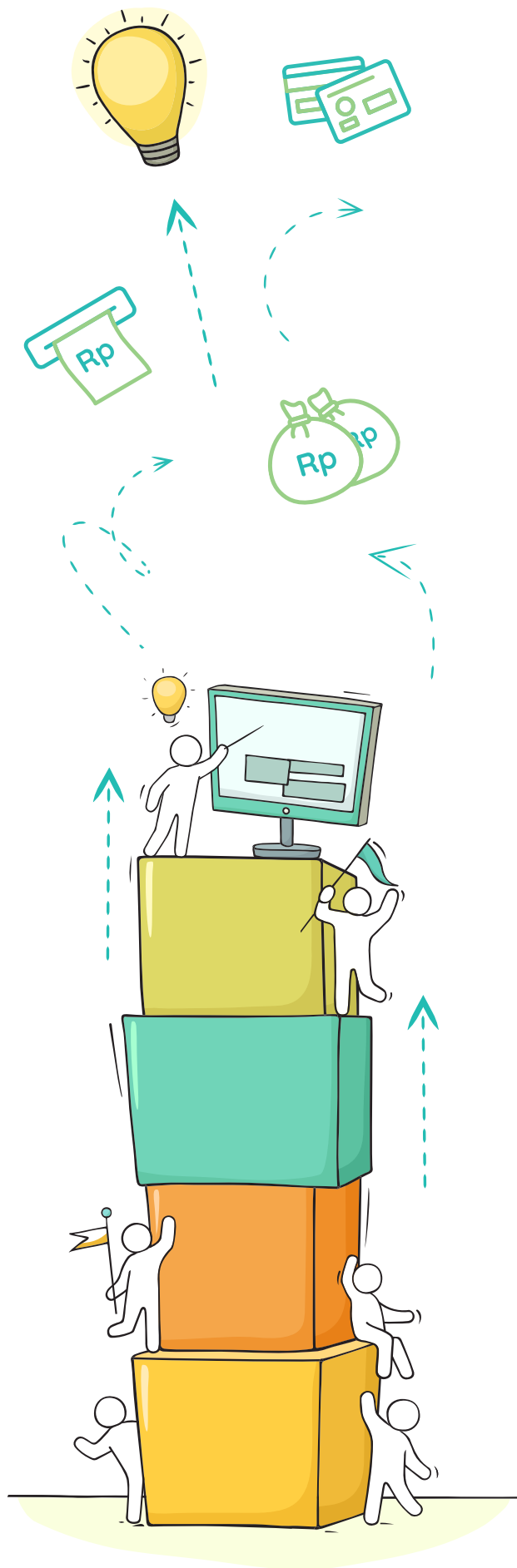


**Reporter**  
Dini N. Rizeki



**Marketing**  
Mardiana Hariyanti





## 06 Pola Pikir Pengusaha Sukses yang Harus Kamu Miliki di Era Digital

Pentingnya Kreativitas dan Inovasi dalam Memenuhi Kebutuhan Pasar

11

## 16 Mau Inovasi Bisnis? Jangan Lupakan Hal-Hal Ini!

Inovasi dalam Strategi Marketing Bisnis, Perlukah?

20

## 25 Metode Pembayaran QRIS, Inilah Kelebihan

Bedah Fitur Scan Kode QRIS untuk Memaksimalkan e-Wallet

29

## 33 Fitur Webtree, Permudah Kelola Tempat Usaha Digital!

Melihat Upaya Digitalisasi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah

38

## 42 Intip Strategi Bisnis Ini untuk Bersaing di Era Digital

Inspirasi Ide Kreatif dalam Inovasi Bisnis dari Luar Negeri

46

# Dari Kami Yang Ingin Kamu Maju



SIGNATURE		ICE		TEA		HOT ICE		FOODS	
CUBAN RUM CHOCO	54	LOOSE LEAF TEA	33	FRENCH FRIES	38	CHICKEN WHIST	49	BITTER BALLEH	38
COTTON CANDY	60	THAI TEA	33	CHICKEN SANDWICH	49	DINISUM	49	TUNA SANDWICH	38
BLUEBERRY COOKIES	44	LEMON TEA	33	SPAGHETTI BOLOGNESE	60	SPAGHETTI KOMODO	60	SPAGHETTI CARBONARA	75
BRITISH MONKEY	54	LYCHEE TEA	33	SMOOTHIES	25	PINK BEACH, BLUEBERRY HONEY	42		
FROZEN ALASKA	54	PEACH TEA	38						
ISLAND	60	MOCKTAILS							
ALAMIDE	60	KIWI LEMONADE	44						
N CREAM	60	PEACH BELINI	44						
FOREST	60	MELON SQUASH	44						
ISLAND	60	OCEAN BLUE	25						

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.



aplikasi wirausaha

GrabFood | majoo

# majoo maxima

Aplikasi Kasir + GrabFood

Bisnis kuliner  
makin mudah,  
untung  
maksimal

Kasir Online

Karyawan

Akuntansi

Inventori

Aplikasi CRM

Analisa Bisnis

Aplikasi Owner

Order Online



**CUMA 5<sup>rb</sup> / hari**

Auto potong  
omset GrabFood



**FREE!**

Pinjam pakai  
perangkat  
selamanya\*



\*syarat dan ketentuan berlaku

# 01

## Pola Pikir Pengusaha Sukses yang Harus Kamu Miliki di Era Digital

---



**P**engusaha yang sukses dapat mengalami kesulitan dan kemunduran usaha apabila mereka tidak mampu menyesuaikan diri dengan perkembangan zaman. Dalam dua puluh tahun terakhir, peta dunia bisnis telah berubah dengan sangat drastis dengan keberadaan internet. Terlebih, dengan perkembangan telepon cerdas dalam sepuluh tahun terakhir.

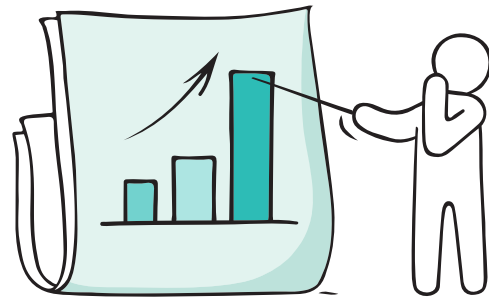
Pertanyaannya sekarang, sebagai seorang pengusaha, apakah kamu sudah menyesuaikan pola pikirmu di era digital ini?

### Pentingnya Menyesuaikan Pola Pikir dengan Perubahan Zaman

Sebagai pengusaha, keberhasilan usahamu hanya dibatasi oleh pola pikirmu sendiri. caramu menghadapi tantangan dalam bisnis, menangani rintangan, dan menjalani masa-masa sulit sangat tergantung pada pola pikirmu.



Tidak sedikit yang memandang perubahan zaman sebagai kendala. Kebanyakan dari mereka sudah terlalu nyaman menjalankan bisnisnya dengan cara yang biasa mereka lakukan. Keengganan mengikuti perubahan zaman ini bisa menghambat pertumbuhan usahamu.



Sebelum adanya pos dan paket pos, misalnya, banyak pengusaha zaman dulu yang bertahan dengan hanya menunggu datangnya pelanggan ke toko mereka. Ada beberapa saja yang berani bereksperimen dengan memanfaatkan paket pos untuk menjual barangnya ke kota dan daerah lain, sehingga meskipun toko mereka tidak didatangi banyak pengunjung, dagangan mereka tetap laris.

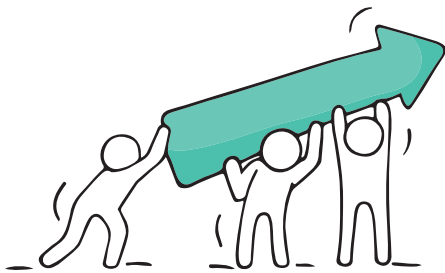
Pada awal kemunculan internet, banyak pengusaha yang memandang sebelah mata akan potensi internet bagi usaha mereka. Tidak sedikit juga yang menganggap internet sebagai batu sandungan, karena mereka harus mempelajari hal baru ini. Pengusaha-pengusaha yang sudah berpikir *out of the box* pada masa itu justru memandang internet sebagai tantangan yang harus ditaklukkan. Saat ini, hampir semua usaha memanfaatkan internet untuk mengangkat eksistensi mereka. Yang tidak mampu mengikuti perkembangan ini, terpaksa gulung tikar.

## Pola Pikir Pengusaha Wajib di Era Digital

Di era digital ini, pengusaha harus terus mengembangkan pola pikirnya agar tidak ketinggalan. Pola pikir pengusaha yang seperti apa yang wajib kamu miliki agar bisa bersaing di era digital ini?

### 1. Selalu Terbuka terhadap Perubahan

Salah satu karakteristik utama era digital adalah perubahan yang sangat cepat. Kamu harus membuka diri terhadap perubahan ini, terus mempelajari peluang dan manfaat yang bisa kamu dapatkan dari perubahan-perubahan ini.



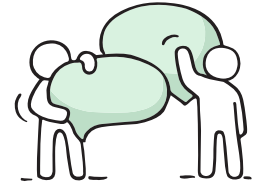
Media sosial, contohnya. Pada awal kemunculannya, media sosial ini murni digunakan untuk bersosialisasi, menjalin pertemanan lintas batas. Saat ini, media sosial sudah menjadi media promosi yang paling masif dan efektif. Banyak sekali bisnis yang memanfaatkan media sosial sebagai ajang promosi. Bahkan, tidak sedikit bisnis yang hanya eksis di media sosial, tanpa perlu memiliki toko atau kantor resmi.

Cara melakukan kampanye marketing pun terus berubah sepanjang waktu. Iklan di televisi dan radio, serta di surat

kabar, mungkin sudah tidak relevan lagi. Kamu harus terus mencari bentuk dan gaya promosi yang menarik bagi calon pelangganmu.

### 2. Fokus pada Pelanggan

Perilaku konsumen di era digital ini pun sudah banyak berubah. Dulu, sebelum ada internet, konsumen jauh lebih sabar. Sekarang, semuanya serba instan.



Pelanggan saat ini selalu ingin segalanya serba cepat, setidaknya, mereka bisa mendapatkan jawaban atau kepastian sesegera mungkin. Selain harus memuaskan mereka dengan kualitas barang atau jasa yang kamu tawarkan, kamu juga harus memenuhi kebutuhan mereka akan informasi dengan sesegera mungkin.

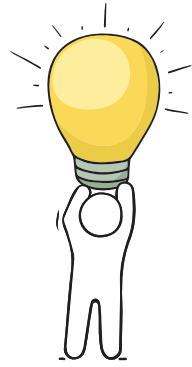
Kamu juga harus fleksibel dalam menangani permintaan pelanggan. Kebanyakan pelanggan pada saat pemesanan akan memberi catatan tambahan atau permintaan yang di luar kebiasaan. Selama kamu bisa memenuhi permintaan mereka, sebaiknya kamu penuhi. Kalau kamu tidak bisa memenuhi permintaan mereka, sampaikan alasanmu sejelas mungkin, tanpa bersikap defensif apalagi ofensif.

### 3. Kreatif dan Inovatif

Era digital ini juga menuntut



pengusaha untuk selalu kreatif dan inovatif, khususnya dalam melangsungkan kampanye marketing. Mulai dari materi kampanye, cara, sampai media yang digunakannya.

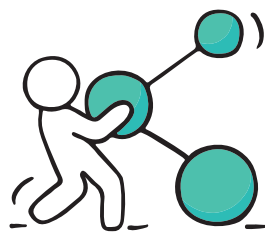


Yang kamu harus selalu ingat, dengan kemudahan membuka toko atau bisnis online, kompetisi menjadi sangat ketat dan tinggi. Kamu tidak lagi bisa menggunakan cara-cara lama seperti bermain harga. Kamu harus terus mencari cara baru agar bisnismu menonjol dari semua kompetitormu.

## 4. Integrasikan Semuanya

Calon pelangganmu mungkin terbagi ke dalam beberapa kelompok: pengguna *smartphone*, pengguna tablet, dan pengguna laptop. Atau pengguna Instagram, pengguna Facebook, dan pengguna Twitter.

Integrasikan semuanya. Kamu harus hadir di semua *platform* yang sering mereka kunjungi. Kalau mereka mau menghubungi bisnismu untuk menanyakan sesuatu, beri mereka pilihan yang luas: messaging lewat semua media sosial, plus WhatsApp, dan mungkin Skype.



## 5. Cerita, bukan Berita

Dengan kemajuan teknologi dan semakin cepatnya internet, kebanyakan calon konsumen kamu mendapatkan segala informasi yang mereka inginkan dari gadget mereka, entah itu ponsel, tablet, atau laptop. Hampir semua informasi yang mereka dapatkan berupa newsfeed, atau berita, sehingga bagi mereka hal ini sudah biasa.

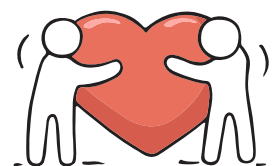


Agar kamu bisa menonjol di internet, kedepankanlah cerita, bukan berita. Ceritakan proses berdirinya bisnismu. Ceritakan dampak dari bisnismu terhadap lingkungan di sekitarnya. Ceritakan pengalaman pelangganmu ketika berbelanja di tokomu, atau ketika menggunakan atau mengonsumsi daganganmu. Cerita-cerita ini akan lebih menarik perhatian daripada sekadar tagline iklan yang sudah terlalu banyak mereka dengar.

Kamu juga harus memiliki pola pikir yang proaktif menanggapi ulasan konsumenmu. Ulasan konsumen ini, disadari atau tidak, merupakan bentuk lain dari cerita tadi, yang di satu sisi bisa meningkatkan penjualanmu, dan di sisi lain, bisa juga menjatuhkan bisnismu.

## 6. Human Touch

Yang menarik dari perkembangan di era digital ini adalah teknologi secanggih



apa pun masih belum bisa menggantikan faktor human touch. Meskipun kamu sudah mengintegrasikan semua teknologi digital dalam bisnismu, kamu masih harus mengedepankan faktor manusia, khususnya untuk berinteraksi dengan pelangganmu.

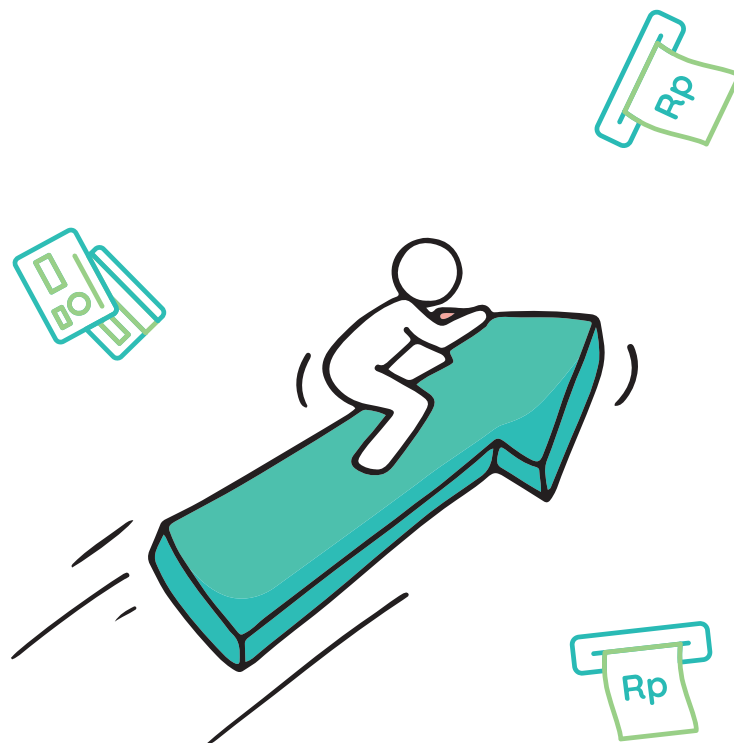
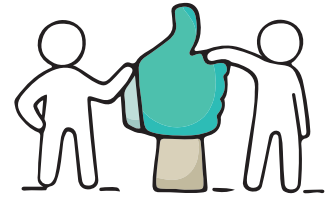
Konsumen masih dan akan selalu senang kalau kamu bisa mengingat nama atau kisah yang pernah mereka ceritakan kepadamu.

## 7 Perluas dan Perkuat Jaringanmu di Dunia Maya

Kamu mungkin hanya punya satu outlet di satu kota kecil. Pasti kamu juga punya

impian untuk membuka cabang lain di kotamu, atau di kota lain. Sebelum kamu lakukan itu, ada baiknya kamu perluas dulu jaringanmu di dunia maya. Selain kamu belum perlu mengeluarkan investasi besar, kamu bisa menguji dulu apakah responnya seperti yang kamu harapkan.

Nah, sudahkah kamu memiliki pola pikir pengusaha yang diuraikan di atas? Bagus, kalau sudah, dan segera sesuaikan pola pikirmu kalau belum.



# 02

## Pentingnya Kreativitas dan Inovasi dalam Memenuhi Kebutuhan Pasar

---



**K**reativitas dan inovasi mempunyai peranan yang penting dalam menjalankan sebuah bisnis.

Seringnya banyak kesuksesan yang didapat oleh pebisnis diawali dengan kreativitasnya menemukan inovasi pengembangan produk bisnisnya. Daya kreativitas tersebut selayaknya dilandasi dengan cara berpikir yang maju, ide baru, dan berbeda dibandingkan produk-produk yang telah ada. Jika pebisnis mampu memaksimalkan kreativitas untuk melahirkan sebuah inovasi, maka bisnis yang dikelola akan mampu pula tampil berbeda dibandingkan dengan bisnis serupa lainnya.

Seringnya orang keliru memahami arti kreatif dan inovatif. Dua hal ini cukup berbeda walau saling berkaitan. Kreativitas adalah kemampuan untuk mengembangkan ide-ide baru dan untuk menemukan cara-cara baru dalam melihat masalah dan peluang. Sedangkan inovasi adalah kemampuan untuk menerapkan solusi kreatif terhadap masalah dan peluang untuk meningkatkan atau untuk memperkaya kehidupan orang-orang. Jadi kreatif adalah sifat yang selalu mencari cara-cara baru dan inovatif adalah sifat yang menerapkan solusi kreatif. Kreatif tapi tidak inovatif menjadi sia-sia karena ide hanya sebatas pemikiran tanpa ada tindakan nyata.

Graham Wallas, dalam bukunya "The Art of Thoughts" menyatakan bahwa



sebelum terciptanya sebuah inovasi, ada proses kreatif yang harus dilakukan, yaitu:

#### **TAHAP PERSIAPAN**

Ini adalah mempersiapkan diri untuk memecahkan masalah dengan mengumpulkan data atau informasi, mempelajari pola berpikir dari orang lain, dan bertanya pada orang lain.

#### **TAHAP INKUBASI**

Pada tahap ini pengumpulan informasi dihentikan, individu melepaskan diri untuk sementara dari masalah tersebut. Masalah tersebut diendapkan dulu.

#### **TAHAP ILUMINASI**

Tahap ini merupakan tahap munculnya inspirasi atau gagasan baru.

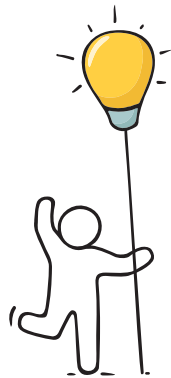
#### **TAHAP VERIFIKASI**

Ini adalah tahap pengujian ide atau kreasi baru tersebut terhadap realitas. Di sini diperlukan pemikiran yang meliputi proses divergensi (pemikiran kreatif) dan proses konvergensi (pemikiran kritis).

Para pebisnis dituntut untuk terus mengembangkan kreativitas dan berinovasi antara lain untuk:

## 1. Meningkatkan Efisiensi Produk

• Inovasi pada sebuah produk bertujuan untuk meningkatkan efisiensinya. Barang yang mengalami inovasi akan dapat melakukan tugasnya dengan tepat sasaran tanpa perlu membuang waktu lebih banyak.



Contohnya pada jasa layanan pengiriman makanan di sebuah rumah makan. Bila dulunya hanya bisa melayani makan di tempat, maka inovasinya bisa dengan memberikan layanan jasa antar/*delivery*.

## 2. Sebagai Pembeda atau Ciri Khas Bisnis

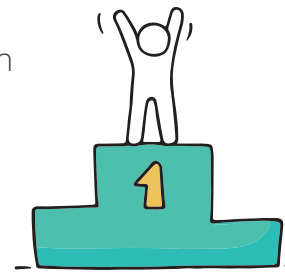
Salah satu tujuan utama dari inovasi adalah melakukan atau menciptakan sesuatu yang berbeda dari para kompetitor di bidang yang sama. Jika ingin berinovasi pada produk, maka kembangkan produk itu hingga memiliki keunggulan atau spesifikasi khusus yang tidak ada di pasaran. Dengan begitu, suatu bisnis bisa memiliki pembeda atau ciri khas tersendiri, baik dalam hal produk maupun identitas.



Contohnya produk kue brownies. Bila biasanya brownies menggunakan bahan baku standar yaitu tepung terigu, maka kali ini diciptakan brownies dengan bahan baku wortel atau ubi.

## 3. Menarik Lebih Banyak Konsumen

Setelah melakukan inovasi dalam bisnis, kamu nantinya berpeluang besar untuk menarik banyak konsumen lebih banyak dari sebelumnya. Konsumen memang menyukai hal-hal yang baru dan cenderung lebih unik dan yang memang mereka sukai.



Contohnya pada bisnis alat tulis. Pulpen berwarna-warni dengan bentuk yang menarik akan lebih disukai oleh konsumen daripada pulpen dengan model standar.

## 4. Menciptakan Pasar Baru di Tengah Masyarakat

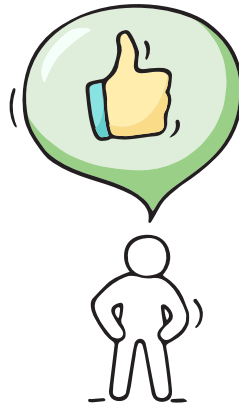
Tujuan lain inovasi dalam bisnis adalah untuk menciptakan pasar baru di masyarakat. Produk yang diberi inovasi memberikan fitur dan perkembangan terbaru yang akan menarik minat masyarakat, sehingga



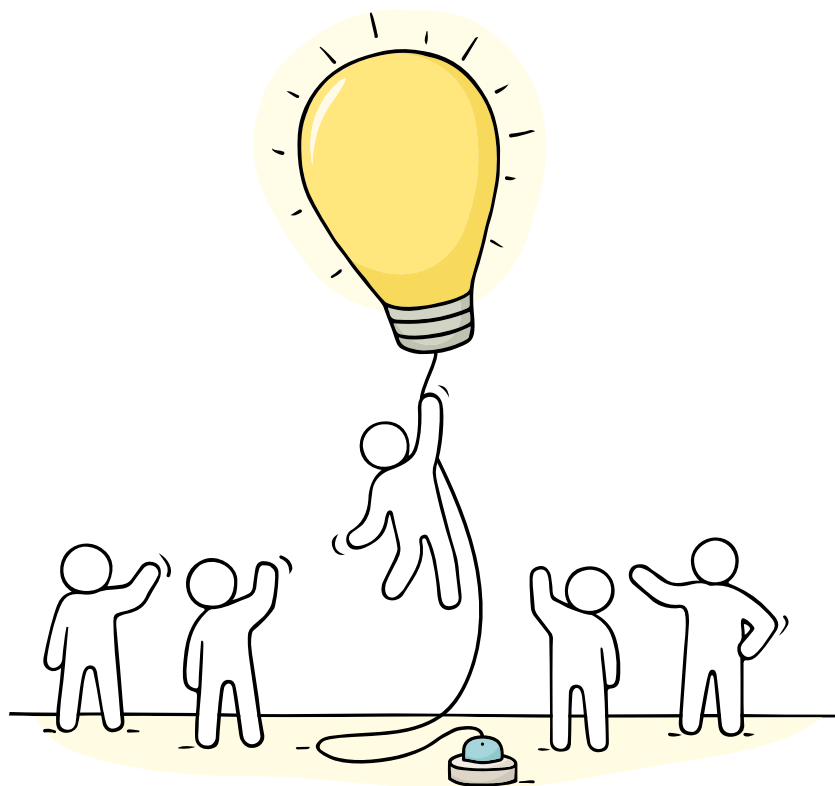
masyarakat tertarik untuk membeli produk tersebut. Inovasi tidak selamanya memberikan perkembangan tetapi kadang juga melakukan pengurangan fitur.

Contohnya, produk telepon pintar. Beberapa fitur seperti kualitas kamera atau kapasitas memori dikurangi sehingga hadirnya sebuah produk baru dengan harga yang lebih murah. Produk baru ini

nantinya akan menciptakan pasar baru yang mengincar harga yang lebih murah dengan produk yang tidak jauh berbeda kualitasnya.



Inti dari semuanya adalah sebagai pebisnis kamu memang sepatutnya selalu tahu dan paham yang sedang terjadi di pasar, agar bisa menentukan kreativitas dan inovasi yang cocok untuk bisnismu dalam upaya untuk terus mampu memenuhi kebutuhan pasar.



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

## Mau Inovasi Bisnis? Jangan Lupakan Hal-Hal Ini!

---





**S**ebagai pengusaha, terlebih setelah usaha kita berjalan sekian waktu, kita akan dihadapkan pada setidaknya dua kemungkinan situasi. Yang pertama, bisnis kita berjalan seperti yang kita rencanakan dan harapkan, dan mulai menunjukkan pertumbuhan yang cenderung stabil. Yang kedua, sebaliknya: bisnis kita sama sekali tidak seperti yang kita rencanakan atau harapkan, mungkin stuck atau mandek tanpa ada jalan keluar yang terlihat sejauh mata memandang.

Kedua situasi tersebut membawa kita ke satu kebutuhan yang sama, yaitu bahwa kita harus melakukan suatu inovasi bisnis. Pada situasi pertama, kebutuhan itu muncul sebagai tahap lanjutan dalam bisnis, yaitu ketika bisnis sudah berjalan dengan baik, kita harus memanfaatkannya untuk mengembangkan bisnis menjadi lebih besar lagi. Pada situasi kedua, kebutuhan untuk berinovasi menjadi lebih mendesak karena tanpa adanya inovasi, bisnis kita sama sekali tidak akan berjalan.

### **Apa, sih, inovasi bisnis itu?**

Inovasi bisnis adalah upaya suatu bisnis untuk meluncurkan suatu layanan baru, proses baru, atau produk baru, dalam rangka meningkatkan kualitas dan mengembangkan cakupan bisnis tersebut. Tentu saja,



tujuan dasarnya adalah untuk meraih keuntungan yang lebih besar lagi. Oleh karena itu, inovasi bisnis ini tidak hanya terbatas pada mengembangkan produk dan layanan yang ada, tetapi juga mencakup menciptakan produk dan layanan baru, bahkan banting setir pindah jalur usaha.

### **Apa saja alasan dan tujuan suatu bisnis melakukan inovasi?**

Dunia bisnis, kadang, bisa sangat mengerikan dan kejam. Ketika kita mulai bisnis kita, bisa jadi kita adalah satu-satunya yang menawarkan produk atau layanan tertentu, alias yang punya ide orisinil. Namun, yakinlah bahwa dalam hitungan bulan bahkan minggu, kita akan mulai menemukan pesaing dengan produk dan layanan yang mirip.



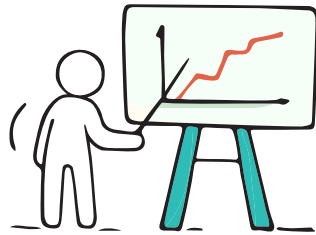
Nah, di sinilah pentingnya inovasi. Untuk menghadapi persaingan bisnis yang bisa jadi sangat ketat, kita tidak boleh lengah dan membiarkan pesaing kita merebut pasar kita begitu saja. Kita harus terus mengembangkan produk dan layanan yang kita tawarkan, menambah produk dan layanan baru, atau bahkan menambah lini baru.

Lalu, apa saja yang harus kita pertimbangkan dalam melakukan inovasi bisnis?

Melakukan inovasi bisnis bukan perkara mudah. Perlu pertimbangan yang masak dan perencanaan yang matang. Apabila dilakukan asal-asalan, yakinlah, hasilnya alih-alih untung, malah buntung.

## 1. Perubahan Kondisi Pasar

Hal pertama yang tidak boleh dilupakan adalah perubahan kondisi pasar. Pasar kita adalah manusia, yang secara terus menerus berubah. Perubahan ini bisa didorong oleh munculnya



tren baru, atau yang sedang kita alami sekarang ini, pandemi. Sebagai pengusaha, kita harus senantiasa mengamati perubahan ini agar kita bisa mengenali peluang-peluang yang memberi ruang bagi inovasi bisnis kita. Perubahan kondisi pasar ini seringkali menjadi alasan utama bagi bisnis untuk berinovasi. Yang perlu kita pastikan hanyalah bahwa inovasi kita pun bisa luwes mengikuti perubahan pasar.

## 2. Peta Persaingan

Selain mengamati perubahan pada pasar kita, kita juga tidak boleh lengah terhadap pesaing-pesaing kita. Amati dan pelajari inovasi apa saja yang sudah



dilakukan oleh pesaing kita, mana yang gagal, yang tampaknya akan berhasil, atau yang sudah menunjukkan hasil. Pelajari dengan baik, sebagai masukan berharga untuk inovasi yang akan kita lakukan.

## 3. Tingkat Urgensi

Terkadang, ketika bisnis kita sudah berada dalam posisi mapan, melakukan inovasi yang terlalu besar atau yang tidak diperlukan malah bisa menjadi bumerang. Di sinilah kita harus benar-benar memilah dan memilah inovasi



yang hendak kita lakukan berdasarkan tingkat urgensinya. Apakah inovasi ini kita lakukan sekarang, atau kita luncurkan secara bertahap, atau mungkin suatu hari nanti ketika kondisi tertentu sudah terpenuhi.

## 4. Kemampuan dan Kesiapan

Sebelum melakukan inovasi bisnis, kita harus menyadari kemampuan dan kesiapan kita sebagai pengusaha, dan juga kemampuan dan kesiapan bisnis kita menjalankan inovasi ini. Ada kalanya, kita harus jauh-jauh hari menyiapkan diri sebelum meluncurkan inovasi baru. Misalnya ketika kita melakukan inovasi proses, beralih dari pencatatan transaksi manual ke pencatatan transaksi dengan aplikasi bisnis. Sebelum kita menerapkan inovasi ini, kita harus mempersiapkan sumber daya manusianya dengan

pelatihan yang diperlukan, agar ketika kelak sudah diberlakukan, tidak ada lagi kesulitan-kesulitan yang terjadi di lapangan.

## 5. Perhitungan Finansial

Hal yang paling mendasar dalam bisnis adalah neraca keuangan. Inovasi, meski bisa mendatangkan pemasukan yang lebih besar, juga bisa meningkatkan beban keuangan. Kalau inovasi ini hanya membebani keuangan bisnis dalam jangka pendek namun dapat

mendatangkan keuntungan berlipat dalam jangka menengah atau panjang, ini patut dipertimbangkan untuk dilaksanakan. Namun bila bebannya

semakin meningkat seiring berjalannya waktu sementara keuntungannya menurun, harus kita pikir ulang.

Inovasi bisnis adalah sesuatu yang harus dilakukan oleh

setiap pengusaha pada titik tertentu dalam bisnisnya. Yang harus selalu diingat, pastikan bahwa setiap inovasi yang kita lakukan memang diperlukan, bukan sekadar latah ikut-ikutan tren.



# 04

## Inovasi dalam Strategi Marketing Bisnis, Perlukah?

---



**S**ebagian dari kamu mungkin bertanya, apa kaitannya inovasi dengan strategi marketing? Sebetulnya erat sekali hubungannya, meskipun kebanyakan pemilik bisnis kadang tidak menyadarinya. Bila kamu tilik lebih dalam, inovasi hanya bisa berhasil dengan adanya dukungan strategi pemasaran yang optimal. Sebaliknya, *marketing* membutuhkan inovasi produk yang sukses.

Karena itu, saat kamu memutuskan melakukan inovasi dalam bisnis, pemasaran termasuk bagian yang perlu turut diperbarui. Dengan begitu, seluruh kegiatan pemasaran selalu mempunyai arah yang jelas sepanjang proses inovasi dilakukan.

### Strategi marketing dan inovasi, dua hal tak terpisahkan

Peter Drucker, salah satu penulis Amerika yang cukup banyak membahas topik bisnis, menyebutkan komponen penting dalam bisnis adalah inovasi dan pemasaran. Kedua komponen ini dianggap basis penting yang mendukung kemajuan bisnis.

Hal ini menjadi salah satu alasan yang kuat untuk coba memandang pemasaran dari perspektif inovasi. Jadi, ketika berbicara pembaruan di dalam bisnis tidak hanya soal inovasi produk, tetapi juga strategi marketing.



Seperti yang sudah diketahui, pemasaran mencakup tanggung jawab untuk meningkatkan penjualan. Fokus utamanya terletak pada konsumen serta orientasi pasar, mulai dari produk, dan proses yang harus selalu selaras dengan kebutuhan konsumen.

Nah, inovasi dalam pemasaran meliputi semua aktivitas yang berkontribusi terhadap kesuksesan promosi produk atau jasa baru di pasaran. Namun, mungkin pula kamu memperbarui strategi marketing untuk produk atau jasa yang belum berhasil dipasarkan.

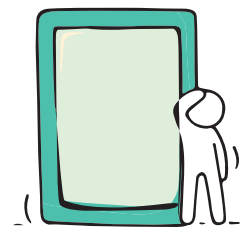
Jadi, kira-kira strategi pemasaran apa saja yang cukup inovatif untuk memajukan bisnis kecil, terutama di tengah krisis akibat pandemi?

### 1 Pasarkan produk dan jasa di toko online

Selain teknologi yang terus berkembang dan pengguna internet yang makin meningkat, situasi belakangan ini mempercepat transisi bisnis ke platform digital.

Adanya pandemi COVID-19 yang nyaris membekukan seluruh sektor ekonomi mendorong bisnis beradaptasi.

Salah satunya mengoptimalkan platform digital agar bisa tetap beroperasi. Ada banyak sekali pilihan kanal yang dapat kamu eksplorasi, baik *e-commerce*,



maupun website. Semua platform tersebut bisa dimanfaatkan untuk melakukan pemasaran produk dan jasa secara optimal.

Karena bisnis sudah tidak bisa bergantung pada gerai offline seperti sebelumnya, saatnya mengoptimalkan e-commerce. Supaya pengelolaan toko di marketplace lebih efisien, sebaiknya kamu memastikan apakah aplikasi POS yang kamu miliki sudah terintegrasi dengan e-commerce atau belum.

Untuk membangun citra serta kepercayaan konsumen, memiliki website juga merupakan faktor penting. Kabar baiknya, sekarang ada aplikasi POS yang sudah dibekali dengan fitur website dan webtree.



Dengan begitu, kamu bisa membuat website serta mengatur sendiri informasi yang ingin dicantumkan pada landing page. Sementara itu, melalui webstore, kamu bisa menyediakan link-link ke berbagai kanal digital yang dimiliki bisnis. Misalnya, link yang menghubungkan konsumen ke website, Instagram, Whatsapp, dan sebagainya.

## 2. Bagikan konten yang bersifat edukasi

Selain toko online, ragam aktivitas pemasaran untuk mempromosikan atau mengampanyekan bisnis pun perlu dioptimalkan di kanal-kanal digital. Media sosial adalah teman terbaikmu untuk melakukan hal ini.



Salah satu hal yang perlu dipahami, kini audiens bukan hanya mencari konten hiburan di media sosial, melainkan konten yang informatif. Maka dari itu, bagikanlah educational content untuk meningkatkan engagement dengan para pengikut bisnis di media sosial.

Ketika menawarkan produk pun, sampaikanlah alasan yang bersifat edukatif. Dengan begitu, konsumen mempunyai alasan kuat untuk membeli produk yang kamu tawarkan.

Di samping itu, brand yang kamu bangun menjadi terhubung dengan konsumen dengan cara yang valuable. Sebuah cara yang mungkin tidak familier, tetapi bukankah inilah esensi dari inovasi yaitu menerapkan cara-cara baru?

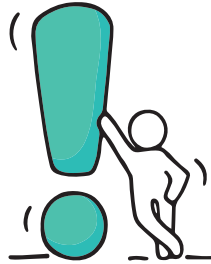
### 3. Menjadi host untuk acara virtual

Apa lagi kira-kira hal baru dan tidak biasa yang dapat kamu lakukan untuk meningkatkan brand awareness dan mendorong penjualan? Ya, salah satu yang dapat kamu coba adalah menjadi tuan rumah bagi acara virtual.

Saat ini acara untuk meluncurkan produk baru atau gathering sangat terbatas serta perlu memenuhi standar yang cukup ketat. Karena itu, bisnis perlu berinovasi dalam strategi marketing. Mengapa tidak menggelar virtual event?

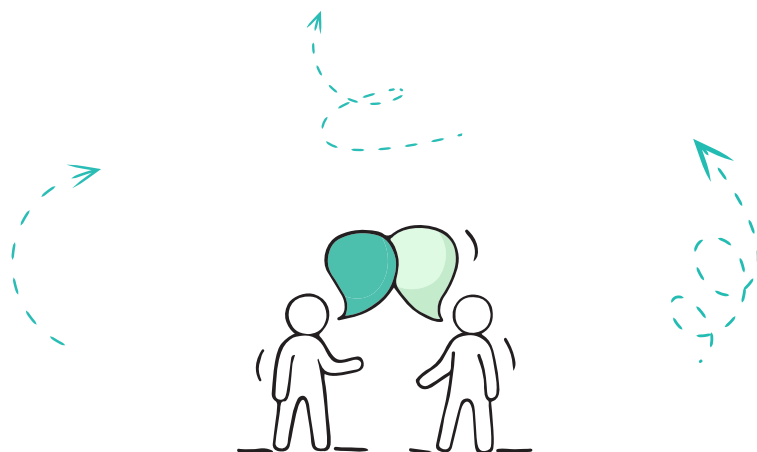
Di samping untuk kebutuhan launching, acara virtual juga dapat kamu laksanakan untuk membanung citra expert bagi bisins. Contohnya, jika bisnismu bergerak di bidang kuliner, gelarlah acara virtual yang mendatangkan chef untuk berdiskusi terkait topik tertentu.

Sementara itu, bila kamu menjual produk perawatan kulit, buatlah acara yang menghadirkan dokter spesialis kulit.



Dengan demikian, bisnis milikmu akan dilihat sebagai brand yang mendasarkan setiap pertimbangan bisnis pada wawasan dan pengetahuan yang valid. Kepercayaan konsumen dapat terbangun sehingga mereka percaya untuk membeli produk atau mencoba jasa yang kami tawarkan.

Dari ketiga strategi pemasaran di atas, manakah yang sudah pernah kamu jalankan atau yang akan kamu coba? Perlu diingat, proses inovasi di dalam bisnis tidak akan berjalan optimal bila kamu tidak memperbarui sisi marketing. Biar bagaimana pun, pemasaran merupakan bagian yang harus selalu relevan dengan situasi terkini supaya dapat menjangkau target.



# majoopreneur Stories

## Membangun koneksi untuk bisnis yang makin berkembang

Agus Rianto, Founder Leora. Sebagai pelaku bisnis, menambah koneksi dan relasi begitu penting bagi saya. Mampir ke beberapa kedai kopi di sekitar Jabodetabek dan bertemu pelaku-pelaku usaha lain seringkali menghasilkan beragam ide. Ide tersebut membawa saya untuk terus mengembangkan dan merealisasikan bersama tim. Melakukan kalibrasi hingga olah rasa dilakukan untuk menciptakan menu-menu yang lebih variatif untuk disajikan ke customer.

LEORA  
COFFEE



## Pentingnya inovasi bisnis di era digital

Matthew Waworuntu, Co-Founder Coin Laundry. Inovasi itu penting. Mengajak Majoo untuk berkolaborasi adalah jalan untuk beradaptasi di dunia digital seperti ini. Melalui ide serta gagasan kreatif, perubahan dilakukan demi pengembangan bisnis untuk memperbaharui layanan dan produk. Kritik dan saran dari pelanggan hingga karyawan menjadi salah satu sumber inspirasi bagi saya. Sehingga, menjadi keharusan untuk seorang pelaku usaha untuk terus menerus berinovasi dalam perkembangan bisnis.

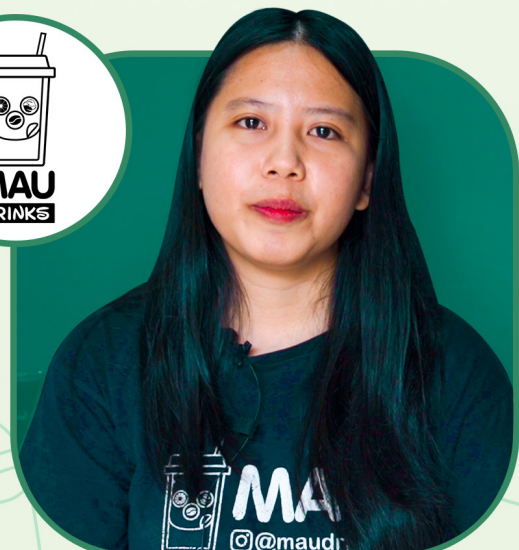
The  
Coin  
Laundry  
Room



## Berawal dari suka, kini jadi sebuah usaha

Ayu Safitri, Co-Founder Mau Drink. Bermula dari kesukaan yang sama, kami memutuskan untuk membuka usaha ini. Di era seperti sekarang, kaum millennial hingga semua kalangan nggak asing lagi dengan minuman yang dikenal dengan rasa manis ini. Momentum ini kami jadikan peluang untuk menjalankan sebuah bisnis.

MAU  
DRINKS





# 05

## Metode Pembayaran QRIS, Inilah Kelebihannya

---



**T**ransaksi cashless bukanlah sesuatu yang asing. Kita telah terbiasa melakukannya dengan menggunakan kartu debit atau kredit. Seiring pesatnya kemajuan teknologi, metode pembayaran kini bergeser lagi dari cashless menjadi *contactless*.

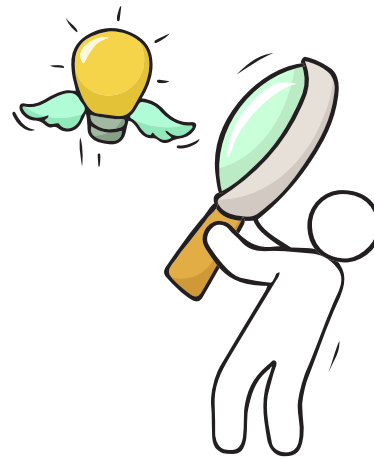
Proses transaksi minim kontak makin pesat pengaplikasiannya sejak terjadinya pandemi COVID-19. Sejak awal 2020, Bank Indonesia menginstruksikan penerapan Quick Response Code Indonesian Standard atau QRIS sebagai standar kode QR yang dapat menjadi opsi *contactless transaction*.

### Mengenal metode pembayaran QRIS

Sebelum membahas lebih lanjut tentang kelebihan penggunaan kode QR, sebagian dari kamu mungkin ada yang bertanya, apa itu QRIS?

QRIS adalah gabungan beragam QR dari berbagai Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran (PJSP) menggunakan kode QR. Standar kode QR tersebut dikembangkan oleh PJSP bersama-sama dengan Bank Indonesia.

Dengan begitu, masyarakat memiliki alternatif cara pembayaran yang cepat, mudah, serta terjaga keamanannya. Tidak hanya memudahkan masyarakat, standar kode ini juga memberi ruang bagi regulator untuk melakukan pemantauan satu pintu.



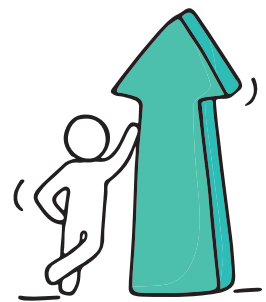
Dalam penggunaannya, masyarakat dapat memanfaatkan kode QR untuk melakukan pembayaran digital melalui aplikasi uang elektronik berbasis server, dompet digital, dan mobile banking.

### Kelebihan transaksi dengan QRIS

Lalu, apa sebenarnya kelebihan bertransaksi menggunakan QRIS? Mengapa sebagai pebisnis kamu perlu menyediakan opsi metode pembayaran yang satu ini? Simak penjelasannya di bawah ini!

#### 1. Mempercepat proses transaksi

• Pembayaran dengan memanfaatkan kode QR berstandar nasional ini terbilang cepat dan praktis. Dari sisi konsumen, mereka tidak perlu repot lagi membawa uang tunai sebab transaksi dapat diselesaikan dengan memindai kode melalui layar *smartphone*.



Sementara itu, cara ini juga praktis untuk pemilik bisnis. Tidak ada lagi kerepotan menyediakan atau mencari uang kembalian. Setelah konsumen memindai kode sejumlah nominal yang perlu dibayarkan dapat ditulis secara presisi kemudian disetujui dengan memasukkan PIN. Transaksi pun selesai. Praktis sekali, bukan?

## 2. Menyederhanakan proses transaksi

Saat ini pembayaran menggunakan dompet digital sudah lumrah dan kerap ditanyakan konsumen. Karena itu, bisnis pun dituntut untuk menyediakan layanan pembayaran dengan dompet digital. Untuk dapat menghadirkan opsi cara pembayaran tersebut, bisnis tentunya perlu terdaftar sebagai merchant di penyedia layanan dompet digital.

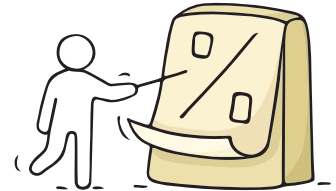


Nah, adanya kode QR terstandar makin memudahkan para pemilik bisnis karena tidak perlu mendaftar ke tiap layanan dompet digital satu per satu. Paling tidak ada 38 layanan dompet digital berizin resmi yang sudah terhubung dengan QRIS.

Jadi, bisnis cukup mendaftar satu kali saja untuk dapat terhubung dengan berbagai bank atau dompet digital yang didukung. Di samping itu, setiap transaksi pun tercatat sehingga kamu lebih mudah mengelola keuangan bisnis.

## 3. Lebih ekonomis

Ketika bertransaksi dengan kartu debit atau kredit mungkin konsumen sering kali tidak mengeluarkan biaya tambahan. Namun, bukan berarti transaksi dengan mesin EDC tersebut bebas biaya.



Terdapat transaction fee sebesar 1%-2,5% yang dibayarkan oleh gerai kepada bank penyelenggara. Memang angka tersebut tidak terlalu besar, tetapi bagi bisnis, pengurangan beban operasional sekecil apa pun tentu akan sangat berharga.

Dengan menggunakan standar kode QR, fee transaksi yang harus dikeluarkan bisnis relatif lebih ekonomis yaitu 0,7%. Angka ini lebih rendah bagi transaksi yang masuk ke dalam kategori tertentu. Misalnya, transaksi terkait dana pendidikan dikenakan fee 0,6%, sedangkan pembayaran dengan kode QR standar di SPBU hanya dikenakan biaya 0,4%.

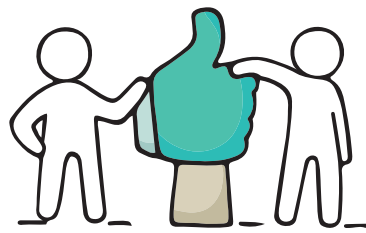
## 4. Terjamin keamanannya

Pembayaran dengan kode standar juga memberikan jaminan keamanan baik bagi konsumen maupun pemilik bisnis.



Alasannya, prinsip transaksi dengan QRIS melalui pemindaian kode QR sebetulnya serupa dengan transfer saldo antar rekening. Setiap transaksi memerlukan PIN atau kode persetujuan yang hanya diketahui oleh konsumen sendiri.

Di sisi lain, keamanan bagi bisnis meningkat karena uang hampir pasti masuk ke rekening bisnis. Sebagai contoh, tidak ada risiko kerugian akibat menerima uang palsu. Bila ditemukan transaksi yang tidak wajar, setiap pihak dapat melaporkannya kepada penyedia layanan sebab seluruh transaksi terdeteksi dan tercatat secara *online*.



## 5. Bisa diandalkan

Dengan menggunakan metode pembayaran yang satu ini, pemilik usaha bisa memeriksa riwayat transaksi kapan saja. Pasalnya, semua transaksi diproses dan dicatat secara otomatis. Dengan begitu, pemilik bisnis dapat memantau, menganalisis, dan menentukan strategi keuangan bisnis ke depan. Jadi, tidak berlebihan jika dikatakan, cara pembayaran dengan kode QR terstandar ini sangat reliable.

Apakah bisnis milikmu sudah bertransisi ke *contactless transaction* dengan menggunakan

kode QR? Bila masih belum, segeralah pertimbangkan cara pembayaran ini sebab ada banyak keuntungan yang dapat didapatkan oleh bisnis.



# 06

## Bedah Fitur Scan Kode QRIS untuk Memaksimalkan e-Wallet

---



**M**eningkatnya minat transaksi digital membuat scan kode QRIS menjadi kebiasaan baru yang mulai umum untuk dilakukan. Namun, sebenarnya, apa yang membuat QRIS menjadi pilihan alternatif yang menarik dalam menyelesaikan sebuah transaksi?

Memiliki pengetahuan yang cukup terkait kode dan *e-wallet* QRIS dapat membantu pelaku usaha untuk menyediakan pilihan pembayaran yang lebih beragam bagi pelanggan, sehingga dapat meningkatkan kepuasan serta retensinya. Dalam jangka panjang, tentu saja upaya ini dapat memastikan bisnis memiliki peningkatan pendapatan yang stabil. Nah, jadi apa, sih, yang dimaksud dengan QRIS?

### Apa itu QRIS?

QRIS merupakan singkatan dari *Quick Response Code Indonesian Standard* atau standar kode QR untuk setiap pembayaran cepat yang digunakan di Indonesia. Sistem ini diluncurkan oleh Bank Indonesia bersama Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI) pada tanggal 17 Agustus 2019 lalu.

Dengan adanya QRIS, seluruh pelaku usaha atau penjual yang di tempat usahanya terpasang tanda QRIS dapat menerima pembayaran dari seluruh jenis *e-wallet* yang sudah terdaftar dalam QRIS. Pelanggan pun juga akan lebih senang, terutama di masa pandemi di



mana transaksi tunai dengan uang fisik dianggap lebih berisiko menularkan Covid-19.

Sebagai kode standar, QRIS dapat digunakan oleh setiap pelaku usaha maupun pelanggan di seluruh daerah yang ada di Indonesia. Selama tempat usaha tersebut memasang tanda QRIS, berarti pembayaran dengan *e-wallet* dapat dilakukan terlepas di mana tempat usaha tersebut berada di dalam wilayah Indonesia.

### Apa Saja e-Wallet QRIS yang Tersedia?

Satu hal keunggulan kode QRIS yang menarik, tidak hanya bagi pelaku usaha, tetapi juga bagi calon pelanggan, adalah adanya aturan dari Bank Indonesia yang mewajibkan seluruh penyedia layanan pembayaran nontunai untuk menggunakan QRIS sebagai metode pembayaran digital dengan kode QR.

Artinya, setiap *e-wallet* yang saat ini dipakai di Indonesia dapat menggunakan kode QR dari QRIS untuk melakukan

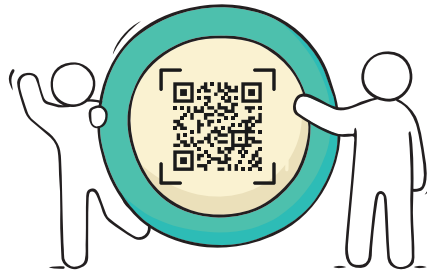
pembayaran; terlepas apakah layanan e-wallet tersebut disediakan oleh bank seperti BCA, Mandiri, atau fitur Jenius Pay, maupun oleh penyedia layanan pembayaran nontunai pihak ketiga seperti OVO, Gopay, LinkAja, dan sebagainya.

Dengan demikian, pelaku usaha tidak perlu khawatir dengan jenis *e-wallet* yang mungkin dimiliki oleh pelanggan setianya, karena apa pun yang digunakan, cukup dengan satu kode QRIS, seluruh transaksi nontunai dapat tetap dijalankan.

Selain itu, berbeda dengan jenis pembayaran nontunai lainnya, pelaku usaha juga tidak perlu menyediakan beragam mesin EDC dengan jumlah yang sama sebanyak e-wallet yang digunakan oleh pelanggannya. Karena berfungsi sebagai kode QR standar, penggunaan QRIS hanya mengharuskan pelaku usaha mendaftarkan tempat usahanya untuk mendapatkan kode QR untuk setiap pembayaran nontunai dengan berbagai e-wallet yang ada.

### Manfaat Menggunakan QRIS

Keuntungan yang paling bisa diandalkan saat ini adalah penggunaan QRIS yang mampu mengurangi risiko penularan pandemi, sesuatu



yang memang perlu diupayakan oleh setiap orang, termasuk para pelaku usaha dan juga pelanggan setianya. Dengan menggunakan QRIS, tak akan ada kontak fisik sama sekali antara penjual dan pembeli. Berbeda dengan pembayaran menggunakan uang tunai yang masih mengharuskan penjual menerima uang secara fisik dari pembeli, atau pembayaran menggunakan kartu debit yang memungkinkan adanya risiko penularan melalui kontak fisik lewat kartu debit yang diserahkan oleh pembeli dan dikembalikan oleh penjual.

Alasan di atas tentunya akan sangat membantu sekali dalam memberikan rasa aman bagi pelanggan untuk melakukan transaksi meski dilakukan di tempat usaha fisik. Karena, seperti yang sudah diketahui, virus Covid-19 tidak hanya dapat menyebar melalui udara, tetapi juga melalui sentuhan langsung.

Selain rasa aman, penggunaan QRIS juga menyediakan kenyamanan serta kemudahan bagi pelanggan untuk berbelanja. Tanpa perlu menyiapkan uang fisik maupun kartu-kartu apa pun, pelanggan dapat mengandalkan ponselnya untuk menyelesaikan setiap transaksi dengan *e-wallet* QRIS.

Kemudahan ini tentunya dapat mendorong peningkatan angka



penjualan; yang berarti adanya peningkatan pula dari segi penghasilan bisnis. Terlebih karena kemudahan semacam ini juga dapat membantu pelaku usaha memastikan kepuasan pelanggan juga tetap terjaga.

### Fitur e-Wallet Aplikasi majoo

Mempertimbangkan banyaknya manfaat yang ditawarkan oleh kode dan juga e-wallet QRIS, aplikasi majoo juga memungkinkan pelaku usaha untuk memanfaatkan layanan ini melalui fitur *e-wallet* yang dimilikinya. Fitur ini memungkinkan pelaku usaha menerima pembayaran nontunai dari

setiap penyedia layanan *e-wallet* yang digunakan oleh pelanggan karena fitur ini juga dilengkapi dengan kode QRIS yang dapat di-scan oleh pelanggan yang ingin melakukan pembayaran nontunai.



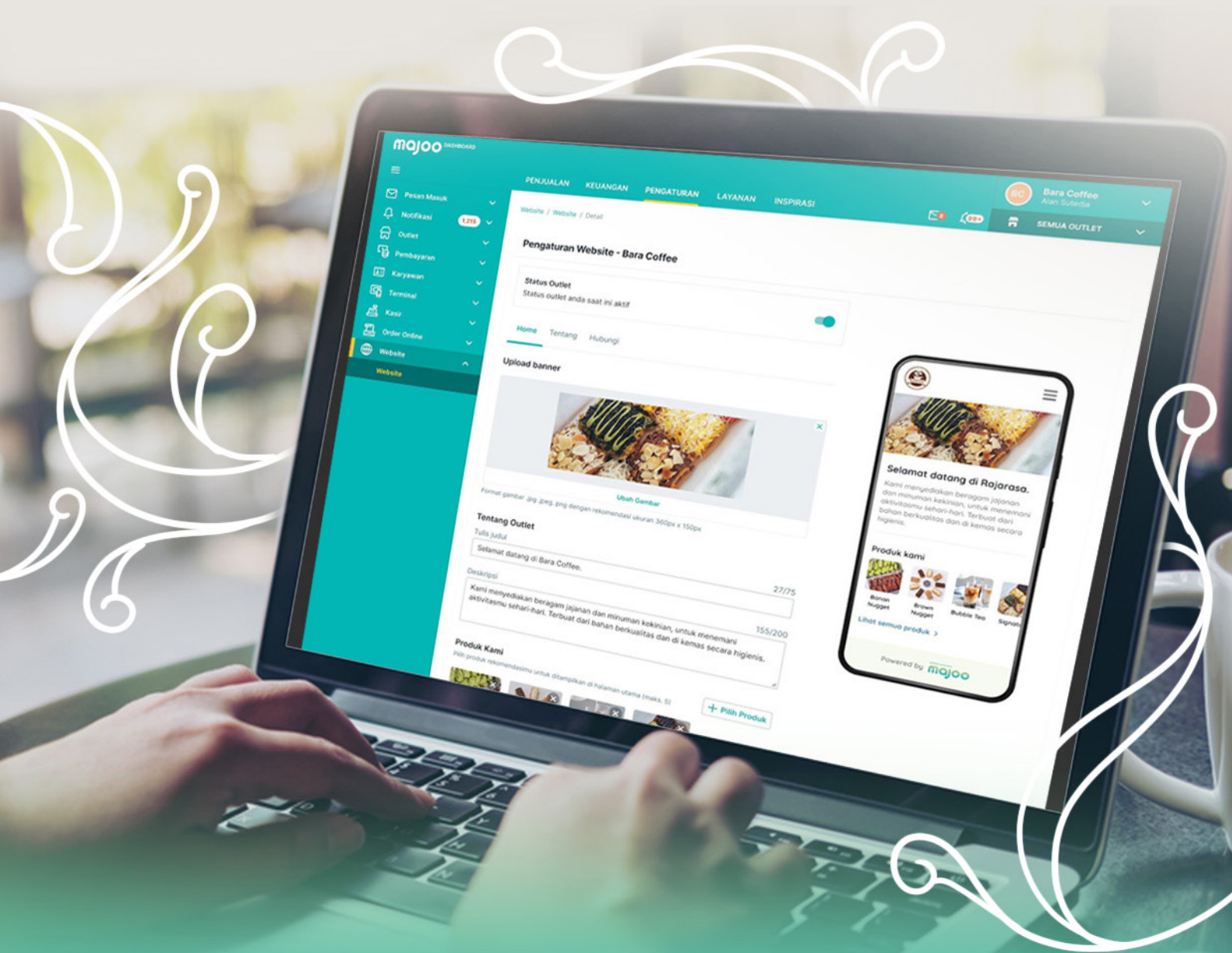
Jadi, di era yang sudah serba modern seperti sekarang, jangan lagi merasa ragu untuk mulai melangkah ke arah pembayaran nontunai. Jangan beranggapan bahwa menyediakan model pembayaran digital semacam ini akan ribet atau merepotkan, cukup gunakan aplikasi Majoo dan pelanggan pun bisa langsung scan kode QRIS untuk menyelesaikan transaksi. Mudah sekali, bukan?





# 07

## Fitur Webtree, Permudah Kelola Tempat Usaha Digital!



**T**ahukah kamu bahwa aplikasi majoo kini telah dilengkapi dengan fitur Webtree?

Sebuah fitur yang dirancang untuk mempermudah pelaku usaha mengelola bisnis dan juga tempat usaha digital yang dimilikinya!

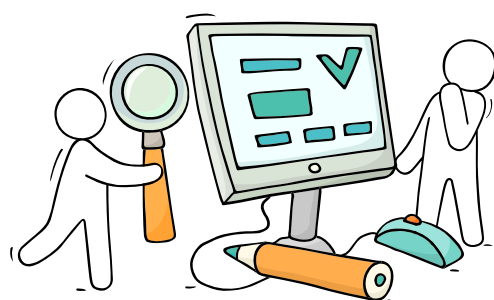
Di era yang sudah serba modern ini, berjualan secara konvensional melalui tempat usaha fisik memiliki banyak keterbatasan yang dapat menghambat pelaku usaha untuk memperbesar keuntungan bisnis yang diperolehnya. Toko atau gerai yang beroperasi secara digital pun mulai dilirik dan dimanfaatkan untuk menjangkau pasar dengan skala yang lebih besar; tak hanya nasional, terkadang juga pasar global.

Ditambah lagi, dengan adanya pandemi Covid-19 dan adanya upaya untuk mengurangi risiko penyebaran coronavirus, memiliki tempat usaha dalam bentuk digital membawa keuntungan lebih dengan menghadirkan metode belanja yang bisa dilakukan oleh pelanggan bahkan dari rumah. Tak heran jika banyak pelaku usaha yang memilih untuk membuat website sendiri khusus untuk kebutuhan bisnisnya.

## Mengapa Perlu Tempat Usaha Digital?

Seperti yang sudah dijelaskan di atas, berbeda dengan tempat usaha fisik yang lebih menonjolkan proses jual beli secara konvensional, tempat usaha yang dikelola secara digital memiliki beberapa keuntungan yang dapat menarik minat para pelaku usaha. Tempat usaha digital tidak

mengharuskan pelanggan untuk datang berkunjung dan melakukan transaksi secara langsung, tetapi cukup mengunjungi dan melakukan pembelian serta menyelesaikan transaksi secara digital.



Artinya, pelaku usaha dapat menjangkau setiap pelanggan atau calon pelanggan yang dimilikinya di mana pun mereka berada; baik di daerah yang sama, di luar kota, atau bahkan di seluruh tempat yang ada di dunia. Semakin banyak pelanggan yang bisa didapatkan, tentu berbanding lurus dengan banyaknya penghasilan bisnis yang akan diperoleh.

Di samping itu, adanya pandemi Covid-19 yang merebak di awal tahun 2020 lalu juga memunculkan kepercayaan masyarakat terhadap transaksi digital. Pemanfaatan platform digital untuk memenuhi kebutuhan

sehari-hari mulai menjadi tren atau kewajaran yang baru, dan tentu saja akan sayang untuk dilewatkan. Terlepas adanya pandemi atau tidak, bagaimanapun juga bisnis selalu mengikuti dan berusaha memenuhi kebutuhan tren baru. Melihat pola sektor bisnis yang ada sekarang, besar kemungkinan bisnis yang tidak segera mengadopsi model bisnis digital akan jauh tertinggal.

### Fitur Webtree dari Aplikasi majoo

Setelah mengetahui pengertiannya, sebagian dari kamu mungkin mulai bertanya-tanya manfaat basis data tersebut secara lebih spesifik. Mari kita amati lebih saksama!



### Menerima Pesanan Melalui Webtree

Karena sudah terintegrasi dengan sistem aplikasi majoo, dengan fitur ini pelaku usaha tidak hanya dapat memiliki website khusus untuk bisnisnya, tetapi juga memiliki sistem web order yang mempermudah pelanggan melakukan pembelian dari mana pun mereka berada melalui website tersebut.



Pemesanan yang dilakukan oleh pelanggan melalui website dari fitur

Webtree dapat langsung tercatat dalam aplikasi majoo, sehingga pelaku usaha dapat melakukan pengolahan serta analisis laporan penjualan langsung di satu tempat tanpa membutuhkan aplikasi tambahan. Tak hanya itu, melalui fitur ini pelanggan juga dapat dengan menghubungi tim dukungan pelanggan apabila menemui kendala dengan pemesanan yang dilakukan, lho!

### Menampilkan Etalase Digital untuk Pelanggan

Sama seperti ketika berbelanja secara konvensional di tempat usaha fisik, melalui fitur ini pelanggan juga dapat melihat seluruh produk yang tersedia. Pelaku usaha dapat mengatur sendiri informasi apa saja yang ingin ditampilkan di website bisnis yang dikelolanya, mulai dari harga hingga jam operasional pemesanan.

Bagi pelaku usaha, sistem yang sudah terintegrasi dengan aplikasi majoo ini juga memungkinkan untuk memeriksa ketersediaan setiap produk yang ada dalam website atau etalase digital. Sehingga, apabila ada produk yang stoknya sudah mulai menipis, pelaku usaha dapat melakukan pemesanan ulang, sehingga tak perlu takut pelanggan yang ingin membeli akan kehabisan produk tersebut.

## Pengelolaan yang Mudah dalam Satu Tempat

Mengelola tempat usaha digital dengan fitur Webtree dari aplikasi majoo tidak akan membuat pelaku usaha kerepotan karena harus memasukkan suatu produk dua kali, satu ke dalam sistem aplikasi majoo, dan sekali lagi untuk ditampilkan di website.

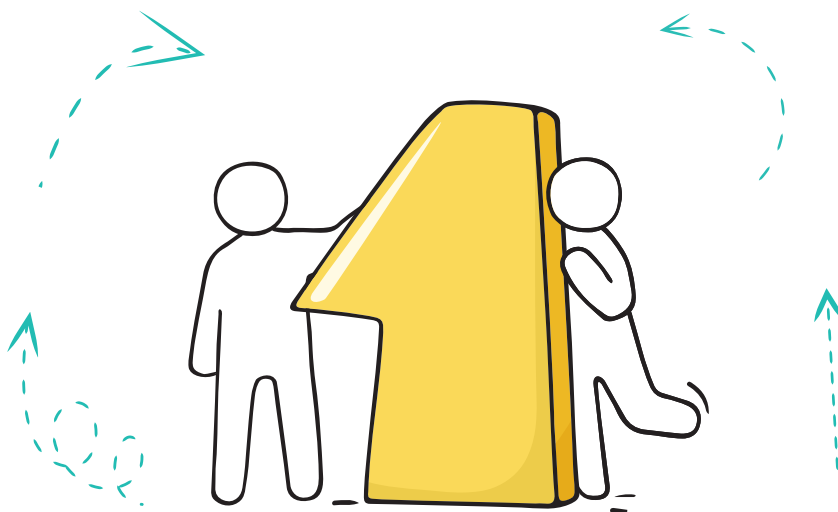
Dengan integrasi yang menyeluruh melalui aplikasi majoo, pelaku usaha cukup melakukannya dalam satu tempat tanpa membutuhkan banyak kerepotan. Seluruh produk yang dimasukkan ke dalam sistem aplikasi majoo akan secara otomatis ditampilkan website.

Tak hanya produk maupun jasa saja, setiap promo yang dimasukkan juga

akan secara otomatis dapat dinikmati oleh pelanggan yang mengunjungi website premium ini. Cukup dengan membuka dasbor aplikasi majoo dan mengakses fitur Webtree dari menu navigasi samping, pelaku usaha dapat mengkreasikan keseluruhan website yang dimilikinya.

Seluruh keunggulan yang ditawarkan oleh fitur Webtree dalam aplikasi majoo tidak hanya memudahkan pelaku usaha saja, tetapi juga menawarkan kenyamanan berbelanja bagi pelanggan tanpa perlu mendatangi langsung tempat usaha. Dengan

demikian, mulai merambah platform digital untuk memperoleh keuntungan bisnis secara optimal pun bukan lagi sesuatu yang terlampau sulit untuk dilakukan, bukan?



# majoo prime

Punya bisnis di mall atau pujasera?  
majoo bisa support bisnismu!

Hanya berlangganan 12 bulan

- Pinjam pakai perangkat lengkap
- Promo fitur integrasi marketplace dan toko online



<http://tokomu>

\*S&K berlaku

# 08

## Melihat Upaya Digitalisasi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah

---

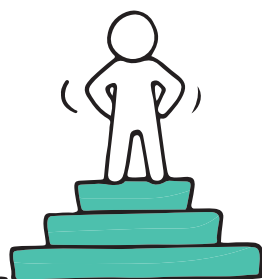


Sudah bukan rahasia lagi jika saat ini pemerintah Republik Indonesia sedang sangat fokus menggalakkan upaya digitalisasi usaha mikro kecil menengah. Langkah yang sepenuhnya wajar, sebenarnya, mengingat UMKM sebagai salah satu komponen yang menggerakkan roda ekonomi dalam masyarakat serta adanya pandemi Covid-19 yang saat ini tengah kita hadapi.

Tak dapat dimungkiri, pandemi Covid-19 yang mulai merebak di akhir tahun 2019 memberikan dampak yang luar biasa besar bagi banyak aspek bermasyarakat, salah satunya terhadap aspek bisnis yang kemudian perlu melakukan banyak penyesuaian. Dampak tersebut, tentunya lebih keras lagi diterima oleh para pelaku usaha yang bergerak di bidang UMKM. Agar tidak semakin besar, pemerintah Indonesia mengeluarkan solusi berupa digitalisasi tempat-tempat usaha, termasuk untuk UMKM.

### Perkembangan Tahunan Usaha Mikro Kecil Menengah

Terlepas dari adanya pandemi atau tidak, UMKM merupakan salah satu bidang usaha yang terus berkembang dengan peminat yang kian lama juga semakin banyak. Dilihat dari jumlahnya saja, di akhir tahun 2019,



tercatat ada sekitar 65,4 juta unit UMKM yang ada di Indonesia, meningkat sekitar 2% dari tahun 2018 yang mencatatkan sekitar 64,2 juta unit UMKM. Perkembangan sebesar sekitar 2% per tahunnya ini dianggap cukup stabil dari tahun ke tahun. Pada tahun 2017, tercatat ada sekitar 62,9 juta unit UMKM sementara di tahun 2016, tercatat jumlah UMKM sudah mencapai angka 61,7 juta unit UMKM.

Meski demikian, jumlah unit UMKM yang tercatat tersebut kemudian mengalami risiko penurunan di tahun 2020 dan juga 2021 sebagai dampak dari pandemi Covid-19 yang melanda. Wajar saja, sebenarnya, karena pandemi menyebabkan sejumlah usaha gulung tikar karena tak sanggup bertahan dengan beban pengeluaran yang lebih besar, tetapi tidak diikuti dengan angka pemasukan yang bertambah.

Situasi ini kemudian juga sempat membuat banyak orang yang tadinya melihat UMKM sebagai prospek bisnis yang menjanjikan merasa ragu dan mengurungkan niatnya untuk membangun bisnis mereka sendiri.

Menyadari pentingnya keberadaan UMKM sebagai salah satu komponen bisnis yang menggerakkan perekonomian negara, pemerintah pun terus mengeluarkan upaya dan strategi untuk meningkatkan kembali gairah bisnis pelaku usaha. Salah satunya, dengan

meluncurkan program go digital bagi pelaku usaha yang bergerak di industri UMKM.

### UMKM dan Upaya Menuju Go-Digital!

Harus diakui bahwa munculnya pandemi Covid-19 menyebabkan minat beli masyarakat yang menurun, menyusul banyaknya perusahaan yang terpaksa harus merumahkan karyawan yang mereka miliki.

Situasi ini kemudian memicu adanya siklus baru; banyak karyawan yang dirumahkan menyebabkan turunnya pendapatan sehingga membuat minat beli menurun, dan minat beli masyarakat yang menurun pada akhirnya mengakibatkan banyak bisnis tak lagi sanggup bertahan, dan berputar kembali tak adanya pemasukan bisnis menyebabkan banyak usaha yang harus gulung tikar dan merumahkan tenaga kerja yang dimiliki.

Upaya digitalisasi bagi Usaha Mikro Kecil Menengah pun dianggap sebagai salah solusi yang dapat memutus rantai lingkaran tersebut. Dengan adanya digitalisasi, UMKM dapat tetap menjalankan usahanya tanpa melanggar aturan pembatasan sosial yang diterapkan untuk meminimalisir



penyebaran pandemi, sehingga roda perekonomian dapat terus berjalan. Dengan tujuan tersebut, sudah barang tentu dari tahun ke tahun semakin banyak UMKM yang memilih untuk go digital.

Di akhir tahun 2020, tercatat sudah ada 8 juta unit UMKM yang masuk ke dalam ekosistem digital. Angka ini mungkin tergolong kecil jika dibandingkan dengan jumlah UMKM sendiri yang mencapai kisaran 60 juta unit.

Namun, dari 8 juta unit UMKM yang sudah melakukan digitalisasi di akhir tahun 2020 lalu tersebut, terdapat catatan unik yaitu 3,8 juta unit di antaranya merupakan UMKM yang merambah ekosistem digital melalui program Bangga Buatan Indonesia (BBI) yang dicanangkan oleh pemerintah. Kemudian pada bulan Maret 2021, angka 3,8 juta unit ini meningkat lagi sebesar satu juta unit menjadi 4,8 unit UMKM.



Tingginya tingkat pertumbuhan unit UMKM yang mencoba digitalisasi tersebut bukanlah sesuatu yang aneh, terutama dengan mempertimbangkan adanya perubahan perilaku transaksi yang ada di masyarakat akibat dampak dari pandemi. Bahkan, digitalisasi setiap



sektor usaha yang terjadi saat ini pun diproyeksikan akan semakin besar dan luas, khususnya dengan berbagai insentif yang diberikan oleh pemerintah untuk mendorong para pelaku usaha agar mulai go digital.



yang bergerak di bidang usaha mikro kecil menengah harus mulai mempertimbangkan untuk memigrasikan bisnisnya ke platform digital.

Sebagai salah seorang pelaku usaha, kamu pun juga dapat mulai melirik prospek bisnis

Tingginya tingkat kepercayaan masyarakat terhadap transaksi online dan juga banyaknya orang yang mulai tertarik melakukan proses jual-beli secara online, terlepas dari adanya pandemi atau tidak, membuat para pelaku bisnis

yang cukup menjanjikan dalam ekosistem digital. Tidak perlu khawatir atau merasa ragu, karena kini kamu dapat memanfaatkan berbagai fitur dalam aplikasi majoo untuk melakukan digitalisasi usaha!



# 09

## Intip Strategi Bisnis Ini untuk Bersaing di Era Digital

---



**K**amu mungkin tidak asing lagi dengan brand yang dikenal melalui kanal *online* dan melakukan penjualan langsung. Bahkan, merek-merek ini membangun reputasi murni hanya melalui platform digital. Sebagian besar bisnis tersebut juga tanggap mengadaptasikan teknologi baru untuk melibatkan pembeli.



Bagi banyak pemilik bisnis, kisah ini mungkin terdengar familier. Tidak lain serupa mengulang pengalaman sekitar 20 tahun lalu ketika gelombang internet pertama kali muncul.

Kini seluruh aspek kehidupan bertransformasi ke platform digital dengan kecepatan luar biasa. Di sektor bisnis, bisa dikatakan digitalisasi telah menulis ulang aturan persaingan. Perubahan-perubahan yang terjadi pada era digital berisiko membuat perusahaan yang tidak sanggup beradaptasi tertinggal.

Karena itu, para business owner perlu memikirkan strategi bisnis khusus untuk menjawab hal tersebut, terlebih bila usahamu termasuk bisnis kecil.

### **Meningkatkan daya saing di era digital? Bisa!**

Teknologi digital memang bukanlah hal baru, tetapi perlu diakui bahwa pemanfaatannya menghasilkan dampak baru. Sebagai contoh, sekarang kamu

dapat mendasarkan keputusan bisnis dengan menganalisis big data, cara yang dahulu mungkin sama sekali belum dilakukan oleh bisnis.

Seiring dengan momentum yang diperoleh teknologi, konteks strategi bisnis pun perlahan-lahan berubah. Persaingan, perilaku bisnis, serta kinerja lintas industri pun turut mengalami pergeseran. Berikut ini adalah hal yang perlu kami cermati bila ingin unggul dalam kompetisi di era digital.

### **1 Hanya tawarkan produk yang kamu yakini kualitasnya**

Kehadiran platform digital menciptakan transparansi yang hampir sempurna. Konsumen bisa dengan mudah membandingkan harga, pelayanan, serta performa suatu produk. Karena hal tersebut, konsumen juga dapat memutuskan mencoba produk atau *brand* lain hanya dalam satu kali *swipe*.



Tidak hanya konsumen, sebagai pemilik bisnis, kamu pun sering memeriksa akun atau toko *online* milik brand lain. Dari penelusuran tersebut, tidak sedikit pemilik usaha yang merasa tertekan. Mungkin karena melihat produk kompetitor dijual dengan harga lebih ekonomis atau pesaing menawarkan program promosi yang beragam.

Di tengah transparansi pada platform digital dan pergerakan konsumen yang demikian cepat, bagaimana bisnis kecil mampu bersaing? Tentu saja dengan hanya menawarkan produk yang benar-benar kamu yakini kualitasnya.

Dengan begitu, kamu tidak merasa terpaksa harus turut menurunkan harga atau mendadak membuat *give away*. Kamu tahu betul kualitas serta value yang kamu berikan kepada pembeli. Jadi, transparansi di platform *online* justru menjadi kesempatan untuk menjangkau lebih banyak calon pelanggan.

## 2. Bangun citra yang kuat

Pekerjaan rumah pertama yaitu menghadirkan produk atau layanan berkualitas sudah selesai. Berikutnya, arahkan fokus pada branding. Perlu dipahami, bagi bisnis kecil, citra merek lebih dari sekadar



logo atau *display* produk. Hal ini melibatkan keseluruhan pengalaman interaksi konsumen dengan bisnis milikmu.

Bisnismu mungkin bukan satu-satunya yang menawarkan produk atau jasa tertentu. Ada ribuan, bahkan mungkin jutaan, usaha lain yang juga berupaya meraih market share di sektor yang kamu tekuni.

Agar bisnis milikmu tampak 'mencolok' di antara lautan pesaing, buatlah branding yang berbeda. Coba amati citra seperti apa yang dibangun kompetitor, lalu ciptakanlah image yang kemungkinan tidak akan dibangun pesaing.

Cari tahu value yang membuat kompetitor diingat konsumen, strategi bisnis yang mereka andalkan, produk yang diluncurkan, sampai kampanye yang mereka lakukan. Kemudian, lakukanlah hal-hal yang tidak dilakukan pesaing.

Perlu diingat, *branding* membutuhkan waktu untuk bisa melekat dan menjadi top of mind dalam benak konsumen. Maka dari itu, bangunlah citra bisnis secara konsisten.

## 3. Tetapkan target pasar yang sangat spesifik

Salah satu kekeliruan yang kerap dilakukan pemilik bisnis kecil adalah ingin

menjangkau semua kalangan. Padahal, menetapkan target pasar yang sangat spesifik merupakan strategi bisnis terbaik.

Beberapa di antara kamu mungkin bertanya, bagaimana hal ini bisa meningkatkan daya saing? Bayangkan kamu menyasar pasar tertentu yang paling bisa diuntungkan oleh produk atau jasa yang kamu tawarkan. Konsumen yang ada dalam kategori tersebut akan tertarik.

Dengan begitu, kamu justru bisa menarik lebih banyak konsumen yang spesifik pada kategori tertentu. Dampaknya, bisnis milikmu akan dipandang sebagai ahli atau specialist terkait produk atau jasa tersebut.

Sebagai contoh, apakah kamu pernah diajak berkunjung ke sate klatak di daerah Imogiri saat berkunjung ke Yogyakarta? Atau kamu diajak menyaksikan pentas angklung di Saung Angklung Ujo ketika berlibur di kota Bandung?

Mengapa harus ke sana? Karena brand yang bersangkutan dianggap ahli di bidangnya oleh mayoritas konsumen. Jika sudah demikian, kamu bisa menentukan harga lebih tinggi. Lebih jauh lagi, kamu mungkin dapat memunculkan tren.

Dengan kata lain, menjadi expert merupakan salah satu cara terbaik untuk memenangkan persaingan. Sebelum berada di titik tersebut, kamu perlu mulai dari menetapkan target pasar yang spesifik.

Nah, dari ketiga cara di atas, kira-kira strategi mana yang sudah kamu lakukan? Segeralah terapkan strategi tersebut karena teknologi dan tren bisnis digital akan bergerak makin cepat. Kamu perlu menyiapkan bisnismu untuk menghadapi berbagai kejutan yang mungkin masih akan timbul sepanjang era digital.



# 10

## Inspirasi Ide Kreatif dalam Inovasi Bisnis dari Luar Negeri

---



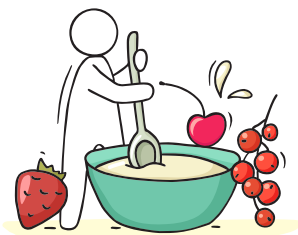
**B**ila dikatakan bahwa peluang usaha di Indonesia semakin menurun sejak adanya pandemi, itu salah. Peluang usaha di mana pun akan selalu ada, asalkan ide kreatif bisa terus muncul dan para pemilik usaha berani mengambil langkah untuk mengembangkannya.

Inovasi bisnis bisa dilakukan dengan kreativitas tanpa batas dari para pemilik bisnis, termasuk dalam hal mencari inspirasi usaha apa yang akan dirintis. Ada banyak bisnis kreatif di luar negeri yang ternyata polanya bisa kita tiru dan terapkan di Indonesia. Yang lebih mengejutkan lagi, bisnis ini bahkan belum ada sama sekali di Indonesia.

Pada dasarnya, masyarakat Indonesia selalu tertarik dengan hal baru yang unik dan belum pernah mereka lihat atau coba. Beberapa contoh jenis usaha yang akan kita bahas kali ini rasanya cocok dan sesuai dengan hal tersebut. Maka, tidak ada salahnya untuk mencoba, bukan?

## 1 Makanan Duka Cita

Jika biasanya bentuk ucapan duka cita dikirimkan dalam bentuk karangan bunga, di luar negeri hal ini sudah mulai kurang diminati. Munculnya ide kreatif menciptakan produk makanan



duka cita dirasa lebih bermanfaat. Makanan duka cita ini dikirimkan kepada orang yang sedang mengalami musibah sebagai bentuk ucapan turut berduka dan juga dukungan. Kiriman ini diharapkan dapat sedikit mengobati rasa kehilangan. Ini akan jauh lebih bermanfaat daripada mengirim karangan bunga; yang pada akhirnya akan menjadi sampah.

## 2 Anger Room dan Rage Room

Contoh ide kreatif berikutnya adalah anger room dan rage room. Inovasi bisnis ini hadir di saat yang tepat, ketika banyak orang mengalami depresi akibat pandemi ini. Perusahaan pertama yang menggagas cara melampiaskan amarah ini adalah Rage Ground, di Los Angeles, Amerika Serikat.

Anger Room adalah sebuah ruangan atau kamar khusus yang disediakan bagi orang-orang yang sedang merasa marah, stres dan tertekan untuk bisa melampiaskan semua emosinya. Para penyewa rage room ini bisa melampiaskan emosinya dengan berteriak, membanting barang atau memukul properti yang disediakan sampai hancur berkeping-keping. Bagi kebanyakan orang, emosi dan amarah mereka akan mereda setelah berteriak atau memukul dan membanting banyak barang.



Sekilas, rage room tampak seperti bisnis yang merugikan karena menyediakan benda-benda seperti televisi LED, mobil, kaca jendela, Central Processing Unit (CPU) komputer, kulkas dan lain-lain untuk dihancurkan. Namun, benda-benda yang disediakan tersebut sudah dalam kondisi bekas dan rusak. Pengunjung juga akan dibekali dengan baju keamanan lengkap supaya tubuh mereka tidak terluka bila terkena pecahan benda tajam selama berada di rage room.

### 3. Peluang usaha cuci mobil/ motor panggilan

Salah satu alasan orang enggan datang ke tempat pencucian



mobil atau motor adalah antrean yang cukup panjang dan waktu yang terbuang untuk menunggu. Di luar negeri, peluang ini dimanfaatkan dengan mendirikan usaha cuci mobil atau motor panggilan yang bisa ditelepon kapan saja. Kamu cukup menghubungi dari rumah dan petugasnya akan datang untuk mencuci kendaraanmu. Di Indonesia, sepertinya bisnis ini cocok untuk menjadi peluang usaha yang menguntungkan.

### 4. Jasa Mengajari Teknologi

Bisnis yang satu ini benar-benar

memperlihatkan betapa hal yang sederhana bisa menjadi sebuah ide kreatif untuk mencari keuntungan. Sasarannya adalah para orang tua atau orang-orang yang masih kurang memahami perkembangan teknologi.



Modal yang dibutuhkan hanyalah barang elektronik yang bisa terhubung dengan internet, seperti *smartphone*, laptop, internet, akun sosial media, dan teknik cepat yang mudah untuk mengajari mereka. Modal berikutnya adalah waktu dan kesabaran yang tinggi—kamu harus benar-benar telaten bila ingin menjalankan bisnis ini.

### 5. Jasa Teman Curhat

Tidak bisa dimungkiri bahwa kebutuhan untuk didengar sangat diperlukan akhir-akhir ini. Memiliki teman yang bisa mendengarkan keluhan atas semua permasalahan yang dirasakan akan sangat menyenangkan. Namun, seorang teman juga hanyalah manusia biasa yang mempunyai waktu dan kesabaran yang terbatas. Tidak semua teman bisa hadir pada





saat kamu sedang bersedih karena mereka memiliki kesibukannya sendiri.

Lalu, ide kreatif muncul dari permasalahan ini. Di luar negeri, ada yang namanya jasa teman curhat. Ide ini juga bisa diterapkan sebagai inovasi bisnis di Indonesia. Kamu bisa membuka usaha jasa teman curhat dengan menjadi pendengar yang

sabar dan memberi saran atau masukan atas permasalahan para klien.

Jadi, apakah kamu akan mulai menjalankan bisnis seperti ide bisnis di atas? Tentunya memulai bisnis baru memerlukan pertimbangan dan melihat perilaku lingkungan sekitar. Semoga kamu bisa membangun bisnis yang dapat menguntungkan kamu dan juga lingkungan sekitar, ya.

