

the
majoo
preneurs

Berjuta wirausaha maju untuk Indonesia

Pahlawan masa pandemi
Keberhasilan UMKM buka peluang kerja

Website bisnis
Perlukah UMKM punya?

Pasar digital
Peluang baru untuk UMKM



**Digitalisasi UMKM,
Pahlawan Ekonomi
Nasional**

VOL 15
November 2021

Pengantar

Bisnismu, Pahlawan Ekonomi di Masa Pandemi!

Meskipun menjadi lini yang dihantam paling keras oleh pandemi yang sudah berjalan hampir dua tahun ini, sekali lagi UMKM menunjukkan resistensi dan kegesitannya. Di saat banyak perusahaan dan pelaku usaha besar mengalami penurunan pendapatan, UMKM dengan spirit kepahlawanannya punya peran strategis dalam memberikan kontribusi pada Produk Domestik Bruto (PDB), menyediakan banyak lapangan pekerjaan, hingga tahan terhadap krisis ekonomi.

Data Kementerian Koperasi dan UMKM menyebutkan, jumlah pelaku UMKM saat ini sebanyak 64,1 juta atau mencapai 99% dari jumlah pelaku usaha yang ada di Indonesia. Dengan jumlah tenaga kerja yang terserap pada sektor UMKM mencapai 116 juta. Ini menunjukkan betapa krusialnya peran UMKM sebagai pahlawan dan salah satu kunci pulihnya perekonomian nasional dalam transisi pasca pandemi.

Meski demikian, perannya sebagai pahlawan ekonomi masih menghadapi banyak tantangan, salah satunya adalah potensi

akses ke pasar lebih besar yang masih belum dimanfaatkan secara optimal, khususnya akses ke pasar digital. Padahal seperti yang kita ketahui bersama bahwa ekosistem digital terbukti memiliki daya tahan yang lebih baik dalam menghadapi pandemi ini.

Selain itu, dengan ekosistem digital, UMKM dengan produk-produknya yang memiliki daya saing tinggi, tidak hanya bisa memenuhi pasar domestik saja, tapi juga berpeluang besar untuk dapat go international.

Oleh karena itu, untuk mendukung majoopreneurs semua dalam menjadi pahlawan perekonomian, majoosiap memberikan dukungan penuh dengan peran sebagai *one stop solution* yang dapat membantu mendorong UMKM untuk memaksimalkan akses ke pasar digital. Bersama-sama, kita akan berkolaborasi mendongkrak perekonomian negeri pasca pandemi.

Salut, dan angkat topi setinggi-tingginya untuk teman-teman semua yang sudah berjuang menjadi pahlawan hingga saat ini!

Salam majoos!

Tim Redaksi

Redaksi



Reporter
Nisa Destiana



Reporter
Daniel Prasatyo



Reporter
Ajar Pamungkas



Managing Editor
Akidna Rahma



Reporter
Dini N. Rizeki



Graphic Designer
Novita Putri



Graphic Designer
Firman

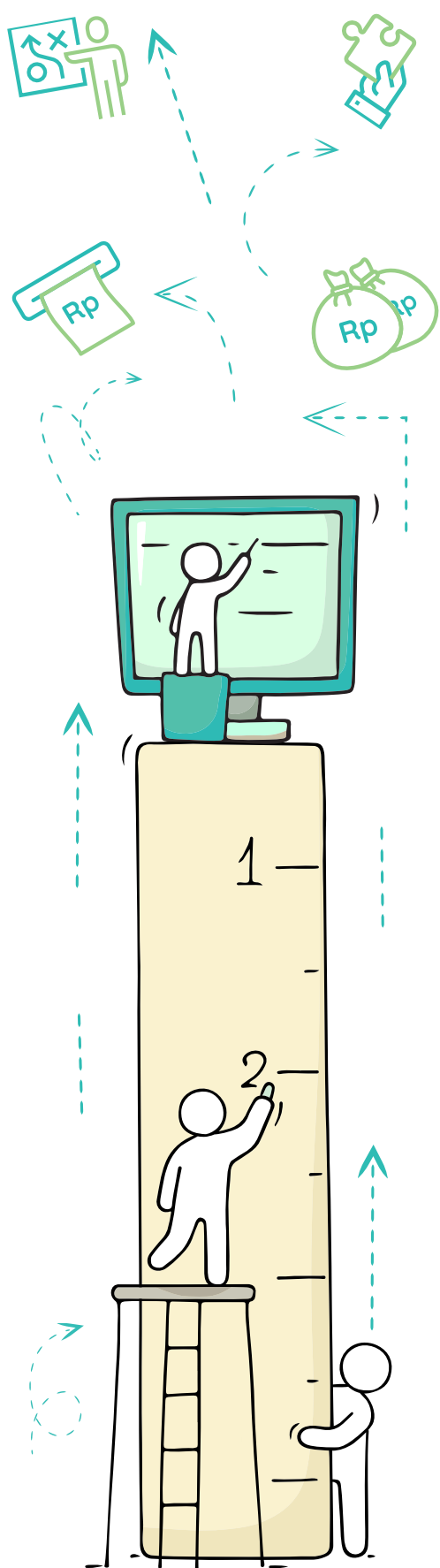


Graphic Designer
Farah Aditya



Marketing
Mardiana Hariyanti





06 Keberhasilan UMKM
Membuka Peluang Kerja di
Masa Pandemi



**Menilik Kaitan Ekosistem
Digital dengan Kemajuan
Usaha Kecil**

10



15 Melirik Pasar Digital, **Tren Bisnis
bagi Pelaku UMKM**



**Keuntungan yang Didapatkan
dari UMKM Go Digital**

19



24 Langkah UMKM
Go Internasional dengan
Go Digital



Di Era Digital, **Bisnis Perlu
Didukung Oleh Digital Tools**

28



32 Pentingkah UMKM Memiliki
Website Bisnis Khusus?



Mengapa Integrasi
E-Commerce dan
Aplikasi POS Diperlukan?

37



41 **Aplikasi POS:** Majukan Bisnis
di Tengah Ekonomi Digital



**Transformasi Digital yang
Sukses Diterapkan
Citra Florist**

45



Dari Kami Yang Ingin Kamu Maju



Demi terciptanya Berjuta wirausaha maju untuk Indonesia, kami persembahkan berbagai inspirasi yang bisa mendukung maju-nya bisnismu.

Kamu bebas menyebar luaskan E-Magz ini ke teman-teman kamu.

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

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



aplikasi wirausaha

majoo super deal!

PROMO AKHIR TAHUN

Langganan majoo 12 bulan sekarang

Disc. 50%

Kasir Online

Karyawan

Akuntansi

Inventori

Aplikasi CRM

Analisa Bisnis

Aplikasi Owner

Toko Online



<http://tokomu>

FREE

GrabFood
INTEGRASI

+

VOUCHER
TRAINING
Rp250,000,-

+

ADD-ON
ECOMMERCE
3 Bulan

Periode promo hingga 31 Desember 2021

*Syarat & ketentuan berlaku

01

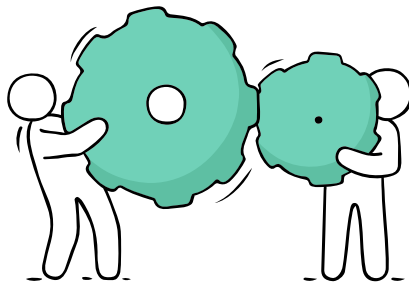
Keberhasilan UMKM Membuka Peluang Kerja di Masa Pandemi



Perekonomian adalah aspek yang sangat terdampak oleh pandemi di Indonesia. Bukan hanya perekonomian skala kecil, pada skala besar pun, banyak perusahaan dan bisnis yang kolaps. Dengan dibatasinya berbagai kegiatan yang melibatkan social dan *physical distancing*, mengakibatkan beberapa bidang bisnis tidak mampu bertahan.

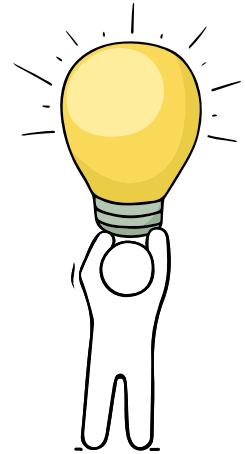
Dampak selanjutnya dari ketidakmampuan mempertahankan bisnis tersebut adalah banyak yang terpaksa kehilangan pekerjaan. Perusahaan atau sebuah usaha yang tutup akan menyebabkan banyak pekerja yang berubah status menjadi pengangguran.

Di sisi lain, dalam segala keterbatasan akibat pandemi dan peraturan pemerintah sebagai upaya penanganan pandemi, telah lahir banyak ide kreatif dalam bisnis. UMKM, contohnya. UMKM yang dulunya mengandalkan kegiatan pemasaran dan operasional secara konvensional, telah mengubah konsepnya menjadi bisnis digital. Hal ini berlaku bagi hampir seluruh bentuk UMKM, mulai dari yang memasarkan produk handicraft, pertanian, sampai *food and beverages*.



Selain itu, para karyawan yang terpaksa kehilangan pekerjaan pun akhirnya mulai berpikir kreatif dan mencoba menjadi pegiat bisnis dengan mendirikan UMKM.

Tidak heran jika di masa pandemi ini, banyak sekali bermunculan ide bisnis baru. Jumlah masyarakat yang bekerja di lapangan usaha perdagangan, akomodasi, *food and beverages*, meningkat secara signifikan, bahkan melampaui keadaan sebelum pandemi.



Hal ini sangat positif, UMKM tidak bisa dikelola seorang diri, bagaimanapun pemilikinya tetap membutuhkan beberapa orang untuk membantu menjalankan usaha.

Kebutuhan akan tenaga bantuan inilah yang pada akhirnya membuka peluang kerja baru untuk para pengangguran.

Pemerintah pun mengakui bahwa saat ini UMKM

ternyata mampu menciptakan banyak peluang kerja baru dan menyerap hampir setengah dari jumlah keseluruhan penyerapan tenaga kerja di Indonesia. Jumlah yang sangat baik.

Penyerapan tenaga kerja yang tinggi dari sebuah UMKM berarti berkurangnya jumlah pengangguran yang ada di Indonesia, yang pada akhirnya juga berpengaruh besar pada perekonomian. Namun, hal ini tetap membutuhkan dukungan dari berbagai pihak. Seluruh kegiatan UMKM perlu mendapatkan bantuan untuk terus ditingkatkan.

Dari pemerintah, bantuan yang diperlukan adalah dalam bentuk perizinan membuka usaha. Diharapkan izin untuk mendirikan usaha tidak dipersulit dengan banyaknya syarat yang diajukan.

Hal ini dapat dilakukan antara lain dengan melaksanakan Undang-Undang Cipta Kerja, memangkas regulasi, dan kemudahan dalam membuka usaha.

Masyarakat juga diharapkan mampu memberikan dukungan yang baik bagi perkembangan UMKM. Konsep cinta produk buatan dalam negeri perlu benar-benar diwujudkan menjadi nyata. Aktif membeli barang dari UMKM secara otomatis akan membantu lancarnya usaha mereka.

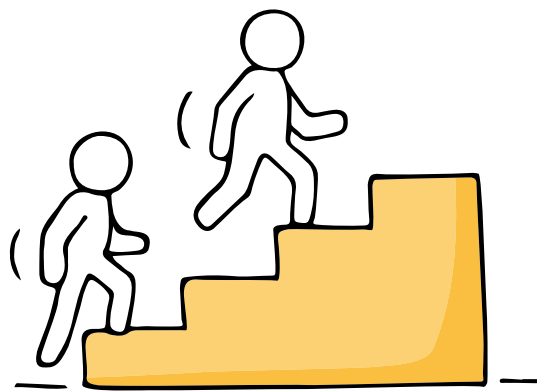
Dengan adanya bukti keberhasilan dalam membuka peluang kerja ini, UMKM tak sepatutnya merasa besar kepala terlebih dahulu. Banyak yang harus tetap dilakukan dan diperjuangkan agar usaha yang sudah dirintis semakin berkembang dan tidak mandeg di situ saja.

Pegiat UMKM perlu menciptakan inovasi dalam bisnisnya, ide kreatif harus tetap ada agar produk yang ditawarkan tidak membuat masyarakat jenuh dan beralih ke produk kompetitor. Keberanian untuk melakukan digitalisasi bisnis juga dibutuhkan untuk

mengembangkan usaha dan memperkenalkan produk ke pasar yang jangkauannya lebih luas.

UMKM diharapkan mampu menciptakan produk berkualitas tinggi yang bisa bersaing dengan produk buatan luar negeri, dan juga mampu menguasai pasar, baik domestik maupun internasional.

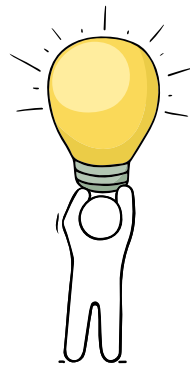
Layaknya sebuah lingkaran, saat UMKM menciptakan peluang kerja baru, mampu mempertahankan usaha, mampu



mengembangkan usaha, maka peluang kerja baru akan semakin bermunculan. Tidak ada habisnya.

Jika hal ini mampu dipertahankan, maka kemungkinan Indonesia bisa segera keluar dari keterpurukan ekonomi yang terjadi karena pengaruh masa pandemi menjadi lebih besar.

Keberhasilan UMKM dalam menciptakan dan membuka peluang kerja dibantu



dengan dukungan penuh dari pemerintah dan masyarakat akan berkontribusi terhadap peningkatan pertumbuhan ekonomi sehingga dapat mempercepat Indonesia keluar dari resesi.

Pada akhirnya, UMKM bukan hanya bisa menciptakan peluang kerja baru bagi para pengangguran, tapi juga bisa berperan sebagai sarana pemerataan ekonomi, menurunkan tingkat kemiskinan di masyarakat, dan juga menjadi salah satu sumber devisa negara.



02

Menilik Kaitan Ekosistem Digital dengan Kemajuan Usaha Kecil



Bukan rahasia lagi, mengelola bisnis bukanlah pekerjaan mudah. Ada banyak tantangan yang dihadapi bisnis, misalnya banyak usaha harus membayar karyawan terlebih dahulu sebelum bisa menerima pembayaran dari klien.

Bisnis juga perlu mengeluarkan biaya bahan baku sebelum dapat menjual produk kepada konsumen. Tidak jarang pemilik usaha kecil merogoh saku pribadi untuk mengongkosi bisnisnya. Pasalnya, kas bisnis jumlahnya belum besar, sedangkan mereka juga kesulitan mengakses pinjaman modal atau *investment*.

Belum lagi tantangan di bidang lain, seperti proses pengiriman, komunikasi dengan konsumen, serta manajemen data. Jika ditilik secara mendalam, beberapa tantangan dapat diselesaikan dengan kehadiran ekosistem digital.

Apa itu ekosistem digital?

Digital ecosystem atau ekosistem digital adalah sumber teknologi informasi yang saling berhubungan dan dapat berfungsi sebagai suatu kesatuan. Jadi, sistem ini mungkin saja berisi banyak pihak, seperti pemasok, konsumen, trading partner, pihak ketiga penyedia data, dan lain-lain.



Integrasi praktik business to business, aplikasi perusahaan, serta data dalam ekosistem memungkinkan perusahaan untuk mengontrol teknologi. Tidak hanya itu, perusahaan juga dapat otomtisasi setiap proses, lalu tumbuh secara konsisten.

Mungkin beberapa dari kamu ada yang bertanya-tanya, lalu apa pentingnya digital ecosystem ini? Seperti yang sudah diketahui, belakangan ini banyak bisnis yang strateginya meliputi transformasi digital.

Nah, terlepas perusahaan tersebut berada di titik mana dalam perjalanan transformasi tersebut, penting sekali memastikan ada ekosistem digital meningkatkan performa serta membantu interaksi dengan pihak eksternal perusahaan.

Ekosistem tersebut memberi ruang bagi bisnis untuk fokus menjalankan hal-hal yang esensial dan tidak perlu mengkhawatirkan faktor tertentu yang mungkin diautomasi. Lebih dari itu, *digital ecosystem* juga membantu bisnis untuk memenuhi ekspektasi pelanggan secara konsisten.

Keuntungan adanya ekosistem digital

Jika tidak menguntungkan tentu bisnis-bisnis yang sudah berjalan tidak akan

berbondong-bondong melibatkan diri dalam digital ecosystem. Sebenarnya, apa saja keuntungan adanya ekosistem ini?

Lebih cepat mengadopsi teknologi

Implementasi teknologi sering kali terasa kompleks, apalagi bagi usaha kecil. Kehadiran *digital ecosystem* memungkinkan bisnis menerapkan teknologi yang sebelumnya terlihat rumit dan seolah tidak mungkin.

Menghasilkan sumber pendapatan baru

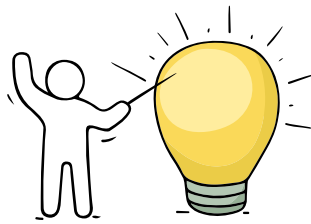
Adanya ekosistem yang terintegrasi akan menciptakan sumber pendapatan baru. Misalnya, integrasi sistem POS dengan aplikasi layanan pesan antar *online* menghadirkan *revenue stream* bagi restoran yang menggunakan sistem tersebut.

Bisnis tersebut mungkin sebelumnya belum memiliki pendapatan dari penjualan produk secara *online*. Berkat tumbuhnya *digital ecosystem*, peluang tersebut hadir.

Selain itu, bisnis dapat menganalisis data yang demikian besar serta variatif. Data-data tersebut bisa dijadikan dasar untuk menghasilkan produk ataupun jasa baru dengan peningkatan *value*.

Menurunkan biaya dengan proses bisnis lebih baik

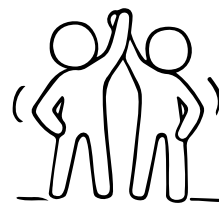
Perlu diakui, transformasi digital serta hadirnya *digital ecosystem* meningkatkan efisiensi alur kerja. Pada saat bersamaan, biasanya relasi dengan partner bisnis dan konsumen pun meningkat.



Pemrosesan data dapat berjalan otomatis, begitu juga berbagai sektor bisnis lainnya. Otomatisasi ini pada akhirnya akan berdampak terhadap penurunan biaya operasional.

Pengaruh ekosistem digital bagi usaha kecil

Karakter usaha mikro dan usaha kecil membuat bisnis dalam skala ini kesulitan memperoleh pembiayaan. Akibatnya, tentu saja bisnis menjadi sulit maju serta berkembang.



Digital payment merupakan salah satu contoh produk *digital ecosystem* yang dampaknya cukup masif. Tidak hanya mengubah perilaku konsumen, tetapi juga mendorong

peningkatan literasi keuangan pada usaha mikro dan kecil.

Terbukti, 85% usaha nano serta mikro yang semula tidak memiliki akun bank

mulai mengenakan produk perbankan sejak mengadopsi *digital payment*. Apa pengaruhnya implementasi pembayaran digital dalam bisnis kecil?

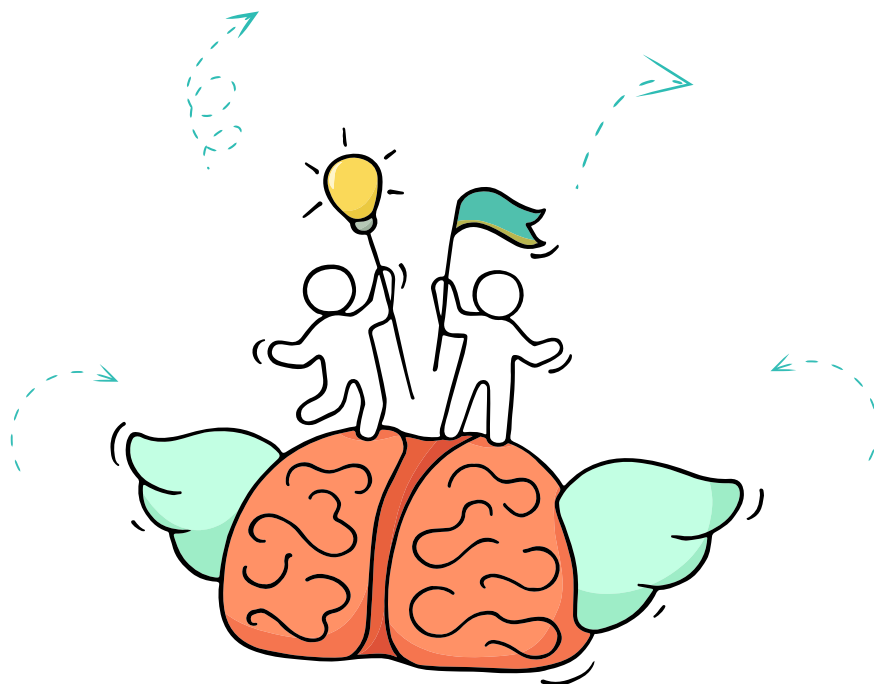
Menurut survei CORE, tercatat 61% bisnis kecil mengalami peningkatan transaksi harian lebih dari 10% saat mengadopsi *digital payment*. Lebih dari itu, pendapatan bulanan dari 63% bisnis kecil meningkat sampai lebih dari 10% pasca menyediakan opsi pembayaran digital.

Hal ini juga mendorong bisnis kecil melakukan transformasi digital. Sebagai contoh, banyak bisnis-bisnis kecil yang mulai mengadopsi aplikasi POS, membuka toko *online* di situs e-commerce, dan sebagainya.

Biar bagaimana pun, langkah-langkah tersebut membuka peluang bagi bisnis kecil untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Dengan demikian, potensi pendapatan pun akan makin besar.

Lebih dari itu, usai pandemi, cara-cara digital bukan hanya dipandang sebagai opsi yang praktis, melainkan lebih aman. Maka dari itu, tren ini akan terus meningkat, bahkan menjadi *way of life* yang permanen.

Dengan atau tanpa keterlibatanmu, dunia akan terus bergerak ke arah serba digital. Jika bisnismu hanya menerapkan cara konvensional, mau tidak mau kamu akan tertinggal. Jadi, segera ambil keputusan sekarang untuk terlibat dalam ekosistem digital.



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

majoo.id/harga



03

Melirik Pasar Digital, Tren Bisnis bagi Pelaku UMKM



Pasar digital bisa dibilang sebagai solusi alternatif yang paling banyak dilirik saat ini oleh para pelaku usaha. Selain memberikan ruang baru untuk bergerak mengembangkan bisnis dan meningkatkan angka penjualan, situasi pandemi yang saat ini dihadapi juga membuat skena digital sebagai sesuatu yang harus mulai digarap agar bisnis dapat tetap bertahan.

Tidak hanya bagi bisnis-bisnis yang sudah memiliki nama yang besar, pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) juga dapat memanfaatkan pasar-pasar baru yang ada di platform digital untuk bertahan dari efek pandemi.

Apa saja, sih, yang bisa dimanfaatkan oleh pelaku usaha dari pasar yang cenderung baru ini?

Cakupan Pasar yang Lebih Luas

Jika sebelumnya pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah terbiasa dengan model penjualan konvensional seperti menitipkan produk yang dijual kepada warung-warung atau tempat usaha lain atau melakukan penjualan secara pintu ke pintu. Namun, tentunya dengan kegiatan penjualan semacam ini, tidak banyak pasar yang bisa dijangkau

karena kegiatan jual beli jadi terbatas secara geografis atau hanya dapat dilakukan di satu daerah saja.

Dengan menjamah pasar-pasar yang terdapat pada *platform* digital, tantangan ini dapat dilalui dengan lebih mudah. Pasalnya, penggunaan internet tidak hanya terbatas di satu daerah saja dan bahkan bisa merambah pasar internasional juga, bukan?

Contohnya Keripik Maich yang awalnya terkenal dengan gaya jualannya yang unik, yakni dengan secara eksklusif menjual produknya dari bagasi mobilnya yang diparkir dari tempat ke tempat setiap harinya. Walau tak bisa sepenuhnya disebut sebagai model jualan konvensional, cara ini membuat produk Maich hanya dapat dibeli di satu tempat saja.

Sebagai hasilnya, produk tersebut laris dibeli, tetapi dengan jumlah yang sangat terbatas setiap harinya. Setelah bisnisnya cukup besar, bagaimanapun juga,

Maich membutuhkan pasar yang lebih luas, karenanya produk UMKM yang satu ini pun mulai merambah pasar lain dengan menyediakan pula produk-produk jualannya di toko-toko *online*.

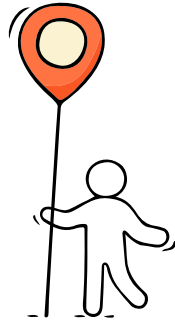
Dengan cara jualan yang baru tersebut, Keripik Maich bisa memastikan penikmat



produknya tidak hanya berasal dari satu daerah saja, tetapi juga menjangkau seluruh pelanggan di Indonesia.

Menghemat Banyak Biaya Dibanding Membuka Cabang

Dalam kegiatan penjualan secara konvensional, menarget pasar baru dan meningkatkan angka penjualan juga dapat dilakukan dengan cara membuka cabang-cabang baru di daerah lain. Namun, dengan cara semacam ini, modal yang dikeluarkan pun akan lebih besar dan akan sangat memberatkan, khususnya bagi para pelaku UMKM.



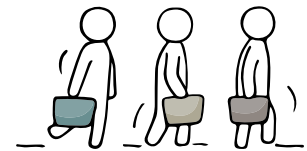
Dengan menargetkan pasar di ranah digital, untungnya, biaya ini dapat ditekan dengan optimal. Dibanding harus mengeluarkan modal untuk membangun gerai-gerai cabang di setiap daerah, memanfaatkan *platform* digital bisa menjadi alternatif solusi yang jauh lebih hemat.

Alasan yang sama inilah yang juga melatari banyaknya pelaku usaha yang mencari *reseller* atau agen *dropship*. Karena dengan adanya reseller maupun *dropshipper*, seorang pelaku usaha tidak harus membuka gerai-gerai cabang yang baru untuk menjangkau daerah atau pasar yang ingin ditarget.

Pelaku usaha dapat memanfaatkan platform-platform digital sebagai gerai cabangnya, tanpa perlu mengeluarkan biaya untuk membangun gerai fisik. Dengan demikian, pos pengeluaran yang tadinya ingin digunakan untuk membuka gerai cabang pun dapat dialihkan untuk kegiatan pengembangan bisnis yang lebih krusial.

Dapat Dioperasikan dari mana pun, Melayani Siapa pun

Manfaat lain yang bisa didapatkan pelaku usaha dalam menarget audiens digital sebagai pasarnya adalah kemudahan pengelolaan bisnis yang dapat dilakukan dari mana pun.



Tak bisa dipungkiri, keberadaan pandemi Covid-19 yang saat ini tengah melanda telah membuat banyak perubahan, tak hanya dari sisi bisnis saja, tetapi juga untuk hal yang lebih umum seperti karakteristik masyarakat itu sendiri. Dari yang tadinya bisa dengan bebas bepergian, tak sedikit orang yang memutuskan untuk tetap di rumah saja jika memang tidak ada keperluan yang benar-benar mendesak.

Sebagai efeknya, kunjungan ke tempat-tempat usaha pun semakin berkurang sejak pertama kali coronavirus mulai

merebak. Secara tidak langsung situasi ini pun membuat angka penjualan juga menurun.

Namun, dengan memanfaatkan teknologi digital, bahkan yang paling sederhana sekalipun, efek semacam ini dapat diminimalkan dan memastikan bisnis dapat tetap bertahan dengan angka penjualan yang perlahan-lahan ditingkatkan.

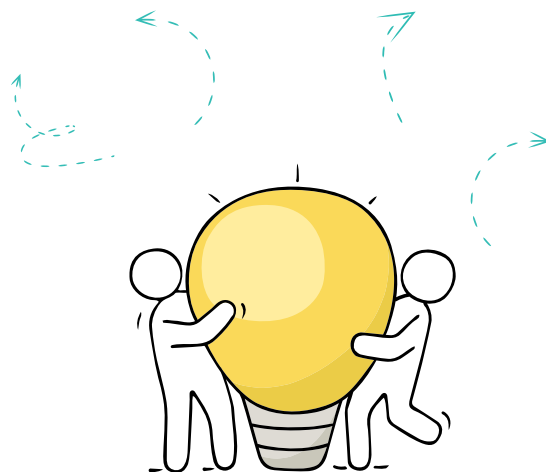
Ace Hardware, sebagai contohnya, di awal tahun 2020 ketika pandemi Covid-19 mulai masuk ke Indonesia, dengan cepat meningkatkan layanan yang ditawarkan melalui website bisnis yang dikelolanya. Dengan demikian, transaksi bisnis pun dapat tetap dilakukan tanpa pelanggan harus datang ke gerai secara langsung dan berisiko terpapar coronavirus.

Selain itu, Ace Hardware juga mengaktifkan layanan pesan-antar melalui aplikasi perpesanan seperti WhatsApp untuk memastikan pelanggan

tidak perlu langsung datang ke gerai fisiknya untuk membeli kebutuhan sehari-hari mereka. Seluruh aktivitas ini ditangani oleh admin yang bertugas untuk melayani pelanggan secara digital, sehingga angka penjualan tidak jatuh terlalu jauh akibat tak adanya kunjungan secara langsung ke gerai Ace Hardware.

Dengan banyaknya peluang yang bisa digali dari pasar digital, pelaku UMKM sebaiknya mulai melirik dan memanfaatkan kesempatan ini untuk mengembangkan bisnisnya. Dari berbagai aspek, khususnya dalam situasi pandemi seperti sekarang, mulai mengelola gerai-gerai digital dapat menjadi pilihan yang tepat.

Pelaku usaha juga dapat memanfaatkan aplikasi majoo untuk memastikan pengelolaan bisnisnya, baik yang dilakukan di gerai fisik maupun gerai digital, dapat dilakukan secara optimal dengan berbagai fitur unggulan yang ditawarkan.



04

Keuntungan yang Didapatkan dari UMKM Go Digital



Memasuki tahun 2021, strategi pemasaran bukan hanya terbatas pada promosi dengan cara konvensional atau bisa disebut dengan offline, tapi sudah memanfaatkan teknologi untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Inilah yang dimaksud dengan go digital. Arti dari go digital adalah sebuah langkah memanfaatkan internet untuk memperluas jangkauan promosi.

Sektor UMKM juga termasuk ke golongan yang membutuhkan konsep go digital demi mengikuti kemajuan zaman. Konsep ini bisa juga disebut dengan digitalisasi bisnis. Digitalisasi bisnis merupakan proses yang mengubah komunikasi, interaksi dan segala manfaat dalam bisnis dari yang konvensional menjadi digital atau *virtual*.

Proses go digital ini meliputi banyak hal, mulai dari pengenalan dan penggunaan media sosial sebagai media pemasaran, metode transaksi cashless sampai cara pelaku UMKM mengelola bisnisnya untuk membuat kinerja pelaku bisnis menjadi lebih efisien.

Semenjak adanya pandemi Covid-19 semakin sulit untuk melakukan aktivitas di luar rumah, karena kita harus mengikuti kebijakan pemerintah yaitu jaga jarak (social distancing). Termasuk juga bagi para pelaku bisnis yang dengan sangat terpaksa membatasi jam operasional usahanya, atau malah harus menutup

usahanya total. Karena itulah, momen pandemi ini dirasa sangat tepat untuk memanfaatkan teknologi digital sebagai media pemasaran bagi UMKM.

Definisi go digital bukan hanya tentang pemasaran produk atau bisnis jasa melalui internet, melainkan lebih dari itu. Penerapan go digital dapat mengubah cara berinteraksi dengan pelanggan, karyawan, pemasok produk dan mitra bisnis. Selain itu, dengan digitalisasi ini maka bisnis yang dijalankan menjadi jauh lebih efektif, efisien, dan fleksibel.

Ada beberapa keuntungan lain yang bisa didapat bila menerapkan go digital pada UMKM, antara lain:

1. Terciptanya Efisiensi

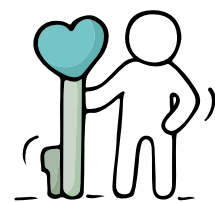
Banyaknya efisiensi yang tercipta sehingga semakin

memudahkan pelaku UMKM untuk menjalankan bisnisnya, seperti efisiensi biaya transportasi atau promosi yang cukup dilakukan melalui media sosial seperti Facebook, Instagram, dan Twitter.



2. Meminimalisir Kehilangan Pasar

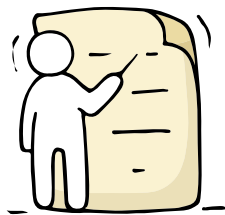
Kehilangan pasar maksudnya adalah bila kamu sebagai pelaku bisnis ternyata tidak mampu beradaptasi, menyesuaikan dengan perkembangan zaman atau kondisi pasar maka



bukan tidak mungkin pendapatan bisnis kamu bisa berkurang atau malah hilang sama sekali. Karena itu kecenderungan konsumen beralih ke ekosistem digital, seperti jasa transportasi, transaksi, hingga berbelanja harus dimanfaatkan semaksimal mungkin.

3. Menjangkau Jaringan Pemasaran dan Pasar yang Lebih Luas

Go digital dibutuhkan untuk memperluas jaringan pemasaran sehingga bisa merambah ke berbagai wilayah baru. Selain itu akses untuk pemasaran semakin bisa diperluas. UMKM yang mulai menerapkan go digital sudah terbebas dari keterbatasan sistem distribusi dan pemasaran yang selama ini sering dialami sebagai kendala.



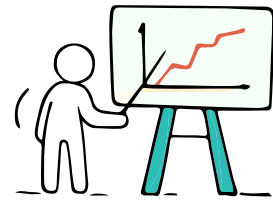
4. Biaya Operasional Murah. Hadirnya go digital sebagai ekosistem digital selayaknya bisa lebih menekan biaya operasional, seperti sewa toko/ruko, biaya transportasi pengiriman produk, atau cara pemasaran konvensional lainnya. Bahkan dengan menerapkan lalui go digital, pegiat UMKM



tidak perlu memiliki toko fisik untuk bisa berjualan dan memasarkan produk, karena bisa memanfaatkan website atau platform media sosial.

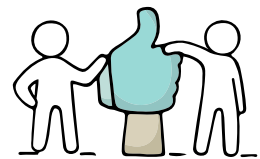
5. Pertumbuhan UMKM Lebih Cepat

Pemanfaatan platform digital seperti website, blog, dan media sosial secara maksimal membuat semakin banyak orang yang bisa melihat produk yang kamu tawarkan karena penyebaran informasinya yang cepat sekali, jadi potensi penjualan juga meningkat.



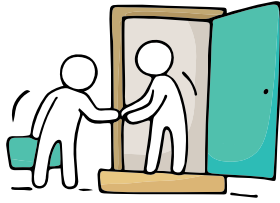
6. Mendukung Physical dan Social Distancing

Penerapan go digital juga mendukung penerapan protokol kesehatan karena sangat minim sekali terjadi kontak langsung dengan pihak lain. Perilaku berbelanja secara online, membayar semua transaksi melalui dompet digital, juga menjadikan bisnis online ini semakin efisien dan sehat karena meminimalisasi perpindahan virus melalui sentuhan atau kontak dengan pihak lain.



7. UMKM yang Lebih Profesional.

• Dengan go digital, UMKM berpotensi meraup lebih banyak pelanggan. Selain itu juga UMKM tersebut mulai memasuki babak persaingan baru di ranah industri modern. Bisnis yang kamu jalankan akan mendapatkan nilai lebih dari calon pelanggan jika sudah memiliki media sosial dan website pribadi sebagai media pemasaran.



Dengan adanya go digital, maka tidak ada lagi sekat yang membatasi interaksi antara konsumen dan penjual, begitu juga soal transparansi harga. Konsep ini pastinya berbeda dengan pemasaran tradisional atau konvensional yang biasanya hanya menjangkau calon konsumen dari area yang terbatas, pemasaran digital mampu untuk menembus batas wilayah yang sebelumnya mungkin belum pernah kamu bayangkan.



majoopreneur Stories

“Saat mendirikan kafe ini, saya kurang paham cara menghitung keluar masuk barang, HPP dll yang menyebabkan pengeluaran kurang terkontrol saat itu. Javaro Roastery berdiri sejak 2008 oleh Ayah saya. Saat itu, beliau lebih fokus dengan roasted beans dan supply ke beberapa kafe. Di Tahun 2018, saya memutuskan untuk bergabung dalam membangun kafe ini. Ketika menggunakan aplikasi ini, fitur yang membantu adalah aplikasi inventory yang bisa mengatur dan mengecek stok barang, mulai dari resep produk, menghitung harga modal dll, sehingga membantu saya untuk lebih disiplin dan teliti lagi untuk pengecekan stok produk.”

Vinsensius Wiliam
CVO JVR Javaro Roastery



“Saat mendirikan toko ini, awalnya itu masih sepi, mungkin karena belum banyak yang tahu. Kika Baking Mart berdiri sejak maret 2021. Bergerak di bidang retail, khususnya perlengkapan bahan-bahan kue dan aneka *frozen food*. Ketika saya mulai menggunakan aplikasi Majoo ini, yang membantu saya adalah Fitur *e-commerce*, layanan ini membantu sekali dalam melakukan penjualan secara online yang menghubungkan toko kami terhubung ke berbagai macam platform. Sehingga, membantu saya untuk meningkatkan omzet secara pesat.”

Mardhiana
Owner baking mart

“Awal membuka outlet ini, masih menggunakan cara manual, sehingga perlengkapan stok yang semakin banyak jadi kurang tercatat dengan baik, beberapa transaksi pun juga demikian, berakibat adanya selisih di perhitungan. SVP berdiri sejak 2016. Dimana, saat itu rokok elektrik baru populer di Indonesia. Harapannya, hadirnya kami membantu para perokok untuk beralih ke rokok elektrik. Setelah mengenal majoo, fitur yang membantu menurut saya fitur Order Online, fitur yang bisa terintegrasi langsung dengan *Marketplace*. Sehingga, sangat mempermudah kami dalam penjualan online.”

Ucox
Owner Sarang Vaper Bali



05

Langkah UMKM Go Internasional dengan Go Digital



Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi yang semakin canggih terbukti bisa membantu mengembangkan sebuah bisnis. Bukan hanya pada bisnis dalam skala besar, UMKM pun bisa memanfaatkan teknologi untuk pengembangan usahanya.

Go digital, suatu konsep dalam strategi bisnis yang mengubah beberapa hal konvensional (offline) menjadi online diyakini mampu menjadi jalan bagi UMKM untuk go internasional. Konsep go digital atau yang bisa juga disebut dengan digitalisasi bisnis bukan hanya berarti memindahkan yang dulunya offline menjadi online, namun merupakan proses yang mengubah komunikasi, interaksi dan segala manfaat dalam bisnis dari yang konvensional menjadi digital atau virtual. Mulai dari pengenalan pada teknologi, pemanfaatan media sosial sebagai sarana pemasaran, pengelolaan bisnis secara online, sampai dengan menerapkan metode pembayaran cashless.

Bukan itu saja, go digital mampu membebaskan pegiat UMKM dari keterbatasan sistem pemasaran dan distribusi yang selama ini dialami dalam bisnis konvensional atau offline.

Beberapa hal itulah yang pada akhirnya membuat konsep go digital mampu membawa sebuah UMKM go internasional. Dengan memaksimalkan peran platform di internet seperti media sosial yang ada, website, blog, sampai marketplace, maka produk yang ditawarkan akan menjadi lebih mudah untuk dikenal masyarakat dunia. Informasi tentang produk atau promosi bisa tersebar dengan cepat, sehingga pemasaran produk bisa menjangkau wilayah yang bahkan mungkin sebelumnya tidak pernah terpikirkan akan terjangkau.

Ada banyak contoh UMKM yang sudah berhasil go internasional, terbukti dengan produknya yang sudah memasuki jaringan ritel dan pusat perbelanjaan di seluruh dunia. Contohnya dari bidang home decor, makanan, batik, kerajinan tangan, sampai furniture.

Mengenal dan memahami teknologi saja dirasa belum cukup bagi UMKM untuk menyebut bahwa dirinya sudah menerapkan digitalisasi bisnis. Ada beberapa hal lain yang juga perlu diperhatikan, misalnya mengetahui tren internasional. Apa yang sedang tren di Indonesia, belum tentu bisa diterima sebagai sebuah tren di pasar internasional. Jika pegiat UMKM mampu



untuk terus up to date mengikuti perkembangan tren, maka UMKM pun akan bisa menyesuaikan produk dengan permintaan dari pasar internasional.

Lalu bagaimana jika ternyata sudah mengetahui tren internasional namun masih belum juga mampu memenuhi kebutuhan pasar? Cobalah untuk menciptakan tren tersebut. Ide kreatif dan inovatif dalam berbisnis adalah hal yang tidak boleh luntur, bahkan sebaiknya terus ditingkatkan. Pemilik UMKM bisa memadukan budaya unik Indonesia dengan tren internasional agar produk yang ditawarkan menjadi sedikit berbeda dengan produk kompetitor yang selama ini ditawarkan dan terlihat lebih menarik di mata konsumen.

Strategi promosi di media sosial juga bisa dimanfaatkan dengan menawarkan produk yang bersifat terbatas atau limited edition. Strategi ini sudah banyak dilakukan oleh produsen dari luar negeri dan bisa dibilang selalu menuai sukses, karena umumnya para konsumen memang lebih tertarik dengan barang yang diproduksi terbatas dan tidak dimiliki oleh banyak orang di dunia bila

dibandingkan dengan barang yang diproduksi dalam jumlah banyak.

Satu hal yang juga penting dalam penerapan go digital adalah kemampuan pemilik bisnis UMKM untuk berkomunikasi dan berinteraksi dengan konsumen, baik yang domestik maupun internasional. Hal ini penting dalam proses go internasional sebuah bisnis.

Kemampuan berinteraksi dan berkomunikasi dengan dunia internasional, akan memudahkan pemilik bisnis untuk mengembangkan usahanya. Bukan hanya dengan para konsumen, melainkan juga dengan produsen atau pebisnis lain di luar negeri yang mungkin bisa menghadirkan sebuah kerjasama bisnis. Dengan begitu jaringan bisnis akan semakin luas

dan langkah untuk go internasional bisa dicapai.

Seperti yang sudah dinyatakan di atas, bahwa pada dasarnya go digital atau digitalisasi bisnis bukanlah suatu hal yang bisa dilakukan hanya dengan membuka dan mendirikan sebuah online shop. Bisnis yang go internasional bisa terwujud



jika pemilik UMKM sebisa mungkin menjadi bagian dari digital itu sendiri, dengan kata lain be digital.

Kesimpulannya adalah memahami teknologi, kemauan untuk mempelajari fitur-fitur yang ada di internet, strategi produksi, pemasaran, sampai distribusi

secara online, juga mengelola komunikasi dan interaksi dengan rekan bisnis dan para konsumen adalah kemampuan dasar yang diperlukan bagi pemilik bisnis UMKM untuk ekspansi bisnisnya menjadi go internasional.



06

Di Era Digital, **Bisnis** Perlu Didukung Oleh Digital Tools



Biasanya, seorang pemilik bisnis mempunyai setumpuk to do list. Karena itu, diperlukan bantuan digital tools untuk memudahkan pengelolaan bisnis, terlebih di era digital seperti saat ini.

Ada beragam tools yang bisa mendukung bisnis dalam berbagai aspek, mulai dari penyimpanan data sampai pengelolaan marketing. Berikut ini merupakan beberapa digital tools yang perlu dimiliki atau dimanfaatkan oleh bisnis.

1 Platform untuk menyimpan dan berbagi data

Untuk menjalankan fungsi ini, kami merekomendasikan Google Drive.

Kamu mungkin sudah tidak asing lagi dengan digital tools dari Google ini. Platform ini bisa menyimpan data di cloud sehingga lebih mudah untuk proses dokumentasi dan tracing.



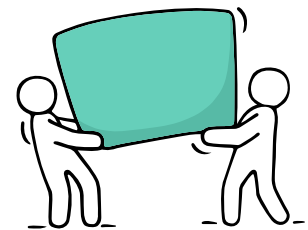
Platform ini juga bisa menampilkan Google Documents dan Google Spreadsheet yang memungkinkan pembuatan serta kolaborasi dalam pengisian file secara real time dan dari mana saja.

Hal ini sungguh menjadikan komunikasi bisnis menjadi lebih efisien. Kamu tidak perlu mengirim email terus-menerus yang berisiko menyulitkan tracing data sebab seluruh data bisa diakses bersama di Google Drive.

Platform ini sebetulnya tersedia secara gratis dengan kapasitas terbatas. Jika bisnismu membutuhkan kapasitas penyimpanan data yang cukup besar, kamu mungkin perlu mempertimbangkan fitur berbayar.

2 Manajemen proyek dan tim

Secara umum tools manajemen proyek dan tim ditujukan untuk membantu kamu membuat proyek, mengelolanya, serta menetapkan task dengan batas waktu atau timeline tertentu.



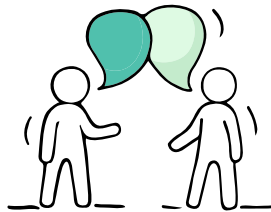
Tidak hanya itu, platform ini biasanya memungkinkan kamu memeriksa pembaruan status masing-masing proyek atau tugas yang sedang dikerjakan oleh tim. Pengaturan jadwal pun menjadi lebih sederhana dengan memanfaatkan digital tools ini.

Beberapa tools manajemen proyek yang bisa kamu coba, seperti Asana, Teamwork, dan Clickup. Tentunya, kamu dapat memilih tools lainnya yang

dianggap paling sesuai dengan bisnis serta kultur tim.

3. Komunikasi

Tidak bisa dimungkiri, komunikasi merupakan aspek yang sangat esensial dalam sebuah bisnis. Berhasil atau tidaknya sebuah inisiatif atau strategi sangat ditentukan oleh efektivitas komunikasi tim yang menjalankannya.



Pada era digital sekaligus pandemi di mana sebagian besar staf bekerja dari rumah, urgensi bisnis memiliki platform komunikasi yang efektif makin meningkat. Sebab itu, kamu perlu mempertimbangkan untuk memanfaatkan digital tools komunikasi yang mudah digunakan dan memungkinkan untuk berbagi data.

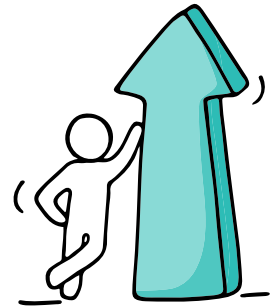
Slack dapat menjadi salah satu pilihan bila kamu sedang mencari tools komunikasi yang bagus. Platform ini terintegrasi dengan berbagai tools manajemen proyek, manajemen kantor, penjualan, produktivitas, dan desain.

Sementara itu, kamu juga pasti membutuhkan alat bantu komunikasi yang memudahkan pelaksanaan meeting jarak jauh. Untuk memfasilitasi

kebutuhan ini, kamu bisa memanfaatkan Skype, Zoom, ataupun Google Meet.

4. Alat bantu marketing

Dalam bisnis, aktivitas pemasaran menjadi bagian yang sangat penting untuk mendorong terciptanya profit. Salah satu alat bantu yang cukup efektif untuk mendukung strategi pemasaran adalah email marketing.



Berbicara email pemasaran, surat elektronik yang dikirimkan kepada konsumen harus tepat. Kamu perlu engage dengan konsumen pada waktu yang tepat. Penawaran perlu hadir saat konsumen memerlukan produk atau paling tidak sedang mencari produk tersebut.

Sebab itu, kamu perlu dibantu oleh tools surat elektronik yang dapat melakukan personalisasi konten pemasaran, misalnya Mailchimp. Digital tools yang satu ini terkenal mudah digunakan, memungkinkan kamu membuat, mendesain, dan mengirimkan branded surat elektronik kepada konsumen.

5. POS System

Selain digital tools yang banyak terkait dengan kebutuhan manajemen, kamu juga perlu menyiapkan alat

bantu yang berkaitan langsung dengan operasional harian bisnis.

Terlepas dari usaha yang kamu tekuni, baik ritel, F&B, maupun laundry, mempunyai sistem POS merupakan salah satu cara untuk menjadikannya lebih maju. Pertama, kamu bisa menghindari berbagai human error yang umum terjadi dalam operasional bisnis harian sebab sebagian besar aktivitas bisnis dijalankan oleh sistem.

Sebut saja, pengelolaan transaksi penjualan, manajemen inventori, hingga pelaporan keuangan. Tidak hanya itu, sekarang aplikasi POS juga memungkinkan kamu memantau kehadiran karyawan serta menyediakan analisis bisnis.

Lebih penting lagi, sistem POS yang berbasis cloud dapat diakses dari

mana saja sehingga memudahkan kamu mengelola bisnis dari rumah. Platform ini juga memungkinkan kamu mengirimkan informasi penting ke berbagai cabang sekaligus jika ada hal penting yang perlu diketahui oleh tim di masing-masing gerai.

Makin berkembang suatu bisnis, kebutuhannya pun tentu berubah. Digital tools yang diperlukan mungkin turut mengalami penyesuaian. Kelima kategori alat bantu di atas mungkin tidak memadai lagi, perlu ditingkatkan atau ditambah.

Akan tetapi, bagi usaha kecil, kalimat alat bantu tersebut merupakan langkah awal untuk transisi di era digital ini. Tentunya, kamu selalu bisa menambahkan alat bantu lain yang dianggap sesuai atau dibutuhkan oleh bisnis.



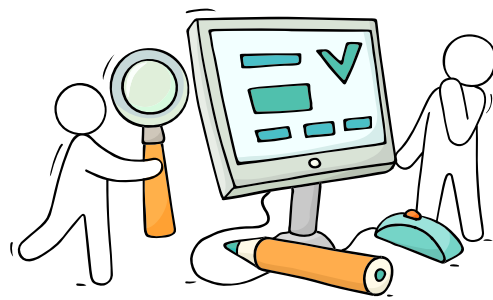
07

Pentingkah UMKM Memiliki Website Bisnis Khusus?



Di era yang serba digital ini, sudah umum ditemukan perusahaan yang secara khusus mengelola website bisnis untuk berbagai tujuan dan alasan. Namun, hampir kebanyakan dari perusahaan-perusahaan tersebut merupakan pemain bisnis dengan skala menengah ke atas.

Lalu, bagaimana dengan pelaku usaha mikro kecil dan menengah? Apakah perlu membuat website UMKM yang khusus dikelola untuk memasarkan produknya? Apa saja keuntungan yang bisa diperoleh dengan membuat website tersebut?



Tempat Lain untuk Berjualan

Di masa sekarang, website sudah bukan lagi menjadi sesuatu yang sifatnya satu arah, dari pemilik situs web kepada audiens yang dimilikinya. Namun, sudah banyak yang mendesain website yang dimilikinya agar sifatnya dapat lebih interaktif lagi.

Jika dulu website semacam ini kerap difungsikan sebagai etalase untuk memberi tahu calon pelanggan potensial apa saja produk yang bisa ditemui di pasaran, kini tombol beli jika bisa dengan mudah ditambahkan.

Dengan adanya fungsi baru ini, pelaku

usaha mikro, kecil, dan menengah bisa memiliki kanal baru untuk memasarkan produk-produk yang dimilikinya tanpa perlu menjajakannya secara langsung atau secara fisik. Pelanggan pun akan lebih senang karena memiliki pilihan lain dalam berbelanja.

Dengan memfungsikan situs web sebagai kanal untuk berjualan,

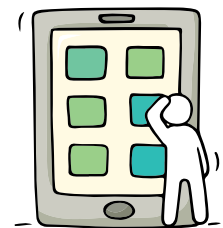
pelaku usaha juga dapat menjangkau pasar-pasar lain yang tadinya tak pernah dibuka. Bagaimana tidak, berjualan secara konvensional memang lebih meyakinkan karena pembeli

dapat langsung memeriksa barang yang ingin dibeli. Akan tetapi untuk menjangkau banyak daerah, pelaku usaha perlu membuka banyak cabang yang membutuhkan modal yang cukup besar.

Berkebalikan dengan metode pemasaran yang konvensional, berjualan secara digital membutuhkan modal yang relatif lebih sedikit. Jadi, kenapa tidak?

Memungkinkan Transaksi Digital

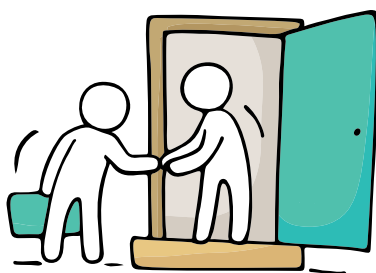
Dengan merebaknya pandemi Covid-19 di akhir tahun 2019, pilihan untuk



melakukan transaksi secara digital mulai diminati, dan bahkan kerap dijadikan sebagai pilihan utama ketika seseorang ingin membeli sesuatu; dari barang-barang kebutuhan sehari-hari, hingga pernak-pernik dan aksesoris.

Hal ini dilatarbelakangi oleh adanya imbauan untuk mengurangi bepergian di masa pandemi yang membuat banyak orang memilih untuk beralih ke transaksi digital, solusi di mana barang kebutuhan sehari-hari tetap dapat diperoleh, tetapi tanpa melanggar imbauan yang diterima. Lambat laun, bertransaksi secara digital menjadi sebuah kebiasaan, terlepas dari alasan awal yang melatarbelakanginya.

Dengan adanya website, UMKM dapat tetap menjangkau pelanggan yang memilih untuk tetap di rumah atau yang tengah melakukan isolasi mandiri akibat terdampak oleh pandemi.



Tentunya, transaksi secara digital tidak hanya dapat dilakukan melalui situs web saja, tetapi juga bisa melalui e-commerce. Namun, dengan membuat situs web sendiri, pelaku usaha dapat memastikan tidak adanya biaya administrasi dan juga kemungkinan

adanya kompetitor yang memasarkan produk serupa.

Dalam situs web yang memang dibuat khusus untuk melayani pelanggan, pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah juga dapat mengatur sendiri berbagai benefit pelanggan seperti adanya diskon atau potongan harga khusus.

Beberapa website UMKM juga dilengkapi dengan fitur komunitas yang memungkinkan pelanggan mendaftar sebagai anggota dan secara spesifik membahas produk yang dipasarkan di situs web tersebut. Selain menambah nilai eksklusif dari merek yang diusung, tingkat retensi pelanggan juga dapat diukur.

Mudah Membuat Janji Temu

Pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah yang bergerak di bidang jasa sangat disarankan untuk memiliki situs web tersendiri yang memang dikhususkan untuk mengelola bisnisnya.

Pasalnya, bidang bisnis jasa memiliki penanganan yang berbeda jika dibandingkan dengan pemasaran produk yang dapat dilihat fisiknya; terlebih di masa pandemi dengan berbagai regulasi serta peraturan pembatasan yang

mengikutinya. Namun, bukan berarti mereka yang bergerak di bidang jasa harus gulung tikar begitu saja diterpa dampak pandemi.

Dengan adanya situs web, pelaku usaha dapat mengelola bisnis yang dijalankan, misalnya saja dengan membuat formulir janji temu yang mempermudah pelanggan untuk mengetahui kapan dan bagaimana mereka dapat menikmati jasa yang ditawarkan.

Kebanyakan pelaku usaha yang bergerak di bidang jasa masih memanfaatkan media sosial untuk fungsi yang satu ini, tetapi terkadang juga membawa masalah baru di mana setiap respons yang masuk harus ditanggapi secara manual. Jika memang yang ditarget adalah pendekatan personal, tentu tak ada salahnya, tetapi tentunya pelanggan juga menginginkan sistem pemesanan tempat yang mudah ketika mereka ingin menikmati suatu jasa, bukan?

Selain berguna untuk pelaku usaha

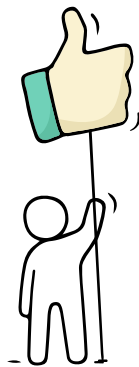
yang bergerak di industri jasa, mereka yang menyajikan produk-produk fisik pun bisa memanfaatkan sistem ini untuk memfasilitasi pelanggan yang ingin datang langsung ke tempat usaha. Dengan adanya janji temu,

pelanggan dapat berbelanja tanpa harus khawatir berpapasan dengan orang lain; sesuatu yang sebaiknya memang dihindari di kala pandemi.

Tentunya, selain tidak manfaat di atas, masih banyak lagi keuntungan pelaku usaha

mikro, kecil, dan menengah dalam membuat website bisnis, baik dari segi pemasaran, penjualan, bahkan untuk urusan brand awareness. Terlebih jika upaya ini juga diikuti dengan pemanfaatan media sosial yang memang sudah jamak digunakan di dunia bisnis. Untuk pengelolaan harian bisnis itu sendiri, pelaku usaha dapat memanfaatkan aplikasi majoo yang akan mempermudah setiap proses bisnis yang ingin dilakukan.

Menarik, bukan?



aplikasi wirausaha



SQUID 30 DAYS CHALLENGE

Selamat datang kembali di rangkaian majoo squid challenge 2021!

SHOW QRNYA, ULTIMATE DUIDNYA!
TOTAL HADIAH 34 JUTA RUPIAH



Hadiah Periode November 2021:

1st Winner Rp750K*

2nd Winner Rp500K*

GrandPrize 10Juta diakhir tahun*

Periode Program 1 November - 30 November 2021

08

Mengapa Integrasi E-Commerce dan Aplikasi POS Diperlukan?



Dengan teknologi yang berkembang merambah segala aspek terkait internet serta perangkat elektronik, e-commerce dan aplikasi POS bukanlah hal asing lagi, terutama bagi pemilik atau pengelola bisnis.

Meskipun begitu, tidak semua pemilik bisnis memutuskan untuk mengintegrasikan kedua komponen tersebut. Mungkin sebagian business owner masih bertanya-tanya, mengapa platform penjualan online perlu diintegrasikan dengan sistem POS? Here's why!

Pentingnya integrasi e-commerce dengan aplikasi POS

Menjalankan bisnis, apalagi dengan banyak cabang, membutuhkan kerja keras dan tim yang berdedikasi. Tentunya, ada berbagai faktor yang perlu diterapkan untuk menjaga operasional bisnis, baik offline maupun online.

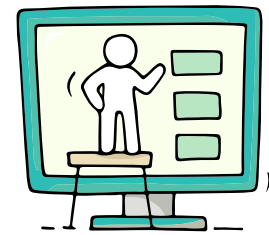
Selain upaya-upaya rutin, selalu ada ruang untuk memperbaiki operasional, meningkatkan penjualan, dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Salah satu caranya dengan mengintegrasikan e-commerce dengan aplikasi POS.

Mengintegrasikan platform penjualan online dengan sistem POS memang terkesan menakutkan karena risiko terganggunya bisnis akibat perubahan

sistem. Namun, kamu akan menganggap hal tersebut sepadan bila sudah melihat perubahannya terhadap operasional serta customer experience.

1. Menekan potensi kesalahan pemindahan data manual

Saat ini, bisnis kamu mungkin menggunakan platform penjualan online dan sistem POS secara terpisah. Dengan kata lain, ada staf yang harus memindahkan data secara manual seperti data penjualan dari marketplace ke sistem POS atau data produk dari sistem POS ke toko online.



Ketika proses ini tidak diautomasi, kesalahan sangat mungkin terjadi.

Keliru memasukkan alamat pengiriman, data inventori tidak diperbarui dengan cepat sehingga terjadi oversell, informasi produk tidak tepat atau kurang lengkap, dan ragam kesalahan lainnya.

Hal-hal tersebut dapat dihindari jika tadat sudah terhubung dan terjadi update secara otomatis antara kedua sistem tersebut. Perlu diingat, kekeliruan-kekeliruan yang tidak perlu berpengaruh besar terhadap kepuasan pelanggan.

2. Menghemat waktu

Selain berpotensi terjadi kesalahan, pemindahan data secara manual juga

memakan banyak waktu. Bila kamu belum memiliki cukup tim, waktumu akan tersita mengerjakan hal tersebut, alih-alih fokus pada hal lain yang lebih penting.

Apakah kesesuaian data di sistem POS dan e-commerce tidak penting? Tentu saja penting, tetapi hal ini dapat diselesaikan oleh automasi sistem. Jadi, mengapa kamu harus menghabiskan waktu mengerjakan hal yang sebetulnya bisa dibuat otomatis?

3. Data inventori yang akurat serta real time

Seperti yang disebutkan sebelumnya, pemindahan data manual berisiko memicu keterlambatan pembaruan data inventori sehingga kamu menjual produk yang sebetulnya sudah habis.

Pada akhirnya, kamu harus menolak pesanan dan membuat konsumen merasa kecewa. Kabar baiknya, hal ini bisa dicegah bila sistem POS sudah terhubung dengan platform penjualan online.

Bukan hanya mencegah oversell, data inventori di berbagai cabang dan gudang juga bisa sinkron satu sama lain. Jadi, data inventori yang ditampilkan selalu akurat dan diperbarui secara real time.

Di samping penting untuk menjaga kepuasan pelanggan, hal ini juga krusial untuk ketepatan pengadaan barang.

4. Mengoptimalkan return of investment

Upaya pengembalian dari investasi merupakan proses yang perlu terus dianalisis dan ditingkatkan seiring perjalanan bisnis. Dengan begitu, kamu bisa mengoptimalkan return of investment.

Nah, integrasi platform penjualan online dengan sistem POS dapat menjadi salah satu cara untuk mengoptimalkan pengembalian investasi. Peralnya, dengan cara ini kamu bisa menganalisis stok macet, stok yang pergerakannya lambat, serta mengetahui stok best seller secara akurat.



Bukan hanya mengetahui karakteristik setiap produk dalam hal kecepatan penjualan, melainkan memahami platform marketplace mana yang optimal untuk menjual produk tersebut.

Hasilnya, penjualan optimal, pendapatan meningkat, dan pengembalian investasi pun bisa berjalan lebih cepat.

5. Meningkatkan kepuasan pelanggan

Dari poin-poin di atas, kepuasan pelanggan atau customer experience menjadi benang merahnya. Bahkan,

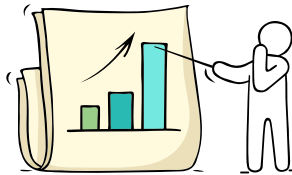
hal inilah yang mendorong pemikiran tentang integrasi tersebut dibutuhkan pada awalnya.

Dengan penyederhanaan dan pengoptimalan operasional bisnis, konsumen mempunyai pengalaman yang baik ketika berbelanja. Selanjutnya, diharapkan konsumen akan terus kembali serta menjadi pelanggan yang setia bagi bisnis milikmu.

Proses integrasi e-commerce dengan aplikasi POS

Proses mengintegrasikan dua sistem yang awalnya tidak didesain untuk saling terhubung memang cukup menantang. Beberapa sistem dapat terhubung lebih baik dibandingkan sistem lainnya.

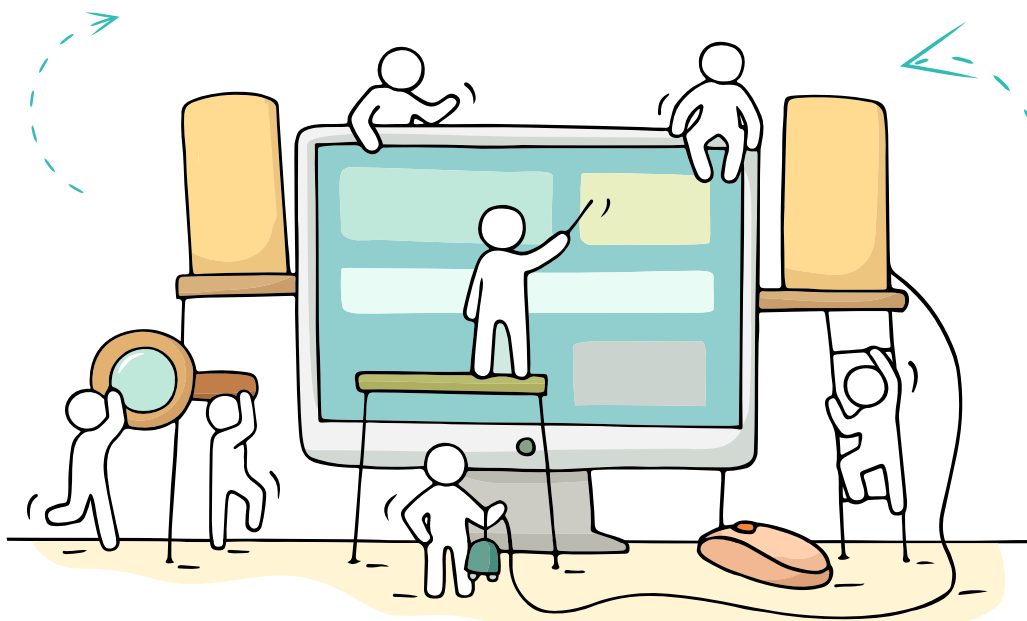
Akan tetapi, riset-riset di bidang teknologi terbaru menunjukkan hal ini dapat dilakukan. Kamu dapat menempuh beberapa cara untuk menggabungkan kedua sistem tersebut.



Pertama, point-to-point connector yang koneksi langsung antara marketplace dengan sistem POS untuk synchronize data penjualan.

Kamu juga bisa memilih cara multichannel management platform yang berbasis cloud dan memanfaatkan hub khusus di tengah sistem untuk menghubungkan keduanya.

Cara-cara tersebut terdengar rumit dan sulit? Jika demikian, aplikasi POS yang sudah memiliki ekosistem digital serta terhubung dengan e-commerce merupakan solusi yang tepat untuk kamu.



09

Aplikasi POS: Majukan Bisnis di Tengah Ekonomi Digital



Bukan rahasia lagi, mengelola bisnis bukanlah pekerjaan mudah. Ada banyak tantangan yang dihadapi bisnis, misalnya banyak usaha harus membayar karyawan terlebih dahulu sebelum bisa menerima pembayaran dari klien.

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

Tahukah kamu transaksi dengan menggunakan e-wallet tumbuh secara konsisten dalam kurun lima tahun terakhir? Angka penggunaannya makin meningkat setelah merebaknya wabah COVID-19.

Terdapat survei yang menyebutkan bahwa 53% transaksi yang diproses pada 2020 menggunakan e-wallet. Bagi kamu yang memiliki bisnis, terutama usaha kecil, peningkatan ini merupakan penanda penting.

Dari preferensi konsumen dalam hal pembayaran saja, kita perlu mengakui bahwa dunia memang tengah bertransformasi ke ranah digital. Berbicara pembayaran digital, kita juga perlu menyadari, kini kita berada di tengah ekonomi digital.

Sebagai pemilik bisnis, tentu kamu tidak bisa diam saja. Perubahan ini perlu

direspons dengan tepat bila kamu ingin usahamu tetap bertahan, bahkan terus berkembang. Di antara ragam strategi, salah satu yang perlu kamu lakukan adalah memastikan bisnis sudah menggunakan aplikasi POS.

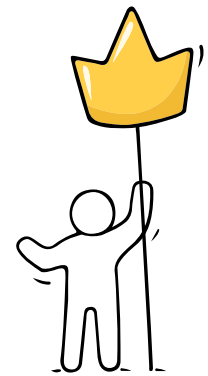
Bagaimana penerapan sistem yang satu ini bisa menguntungkan usaha kecil? Mari kita tilik lebih dalam.

Peran aplikasi POS bagi kemajuan usaha kecil

Terlepas dari sektor bisnis yang kamu tekuni, pemanfaatan sistem POS dapat sangat menguntungkan. Sistem ini bisa dikatakan sebagai all in one solution untuk berbagai kendala operasional bisnis, terutama di era digital.

1 Meningkatkan kepuasan pelanggan

Umumnya, aplikasi POS dibekali dengan fitur untuk mengelola loyalty program. Jadi, kamu bisa menghadirkan program-program yang akan membuat para pelanggan bisnis merasa senang.



Mengapa program loyalitas ini penting? Tentunya karena program loyalitas telah terbukti dapat membantu bisnis kecil lebih berkembang, membangun basis pelanggan setia, dan meningkatkan penjualan.

Kamu dapat menerapkan reward points ataupun kupon. Bahkan, berhubung konsumen sudah sangat lekat dengan ponsel, kupon pun sudah tidak perlu dicetak. Kamu bisa menggunakan kupon digital sehingga biayanya lebih rendah lagi.

Program-program tersebut bisa kamu manfaatkan untuk mendorong pencapaian target penjualan, kampanye pemasaran, serta yang paling penting yaitu meningkatkan kepuasan pelanggan.

2. Pengelolaan inventori yang lebih baik

Bila kamu memiliki toko online, misalnya di marketplace, konsumen dapat memberikan rating. Ada banyak faktor yang membuat konsumen memberikan rating kurang baik, salah satunya membatalkan pesanan.

Tidak jarang bisnis menolak pesanan konsumen karena stok produk yang dipesan ternyata sudah habis. Padahal, di online store milikmu stoknya masih tersedia. Jangan sampai hal tersebut terjadi pada bisnis milikmu!

Kondisi tersebut kemungkinan dipicu oleh tidak cocoknya jumlah stok yang tercatat dengan jumlah stok sebenarnya. Faktor lainnya, keterlambatan staf

memperbarui data stok di toko online.

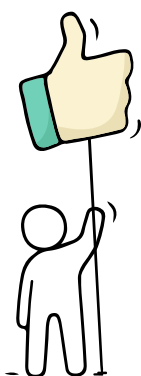
Dengan implementasi aplikasi POS, kejadian seperti di atas dapat dihindari, apalagi bila sistem yang dipilih sudah terintegrasi dengan marketplace. Stok akan terbarukan secara otomatis setiap kali ada produk masuk atau terjual.

3. Menyediakan ragam opsi pembayaran

Telah disebutkan sebelumnya, salah satu pergeseran yang terjadi di era digital adalah konsumen lebih memilih bertransaksi dengan digital payment. Ragam e-wallet, seperti GoPay, OVO, LinkAja, ShopeePay, dan sebagainya lebih menjadi pilihan konsumen saat ini.

Kabar baiknya, sistem POS telah dibekali dengan fitur untuk menerima aneka pembayaran digital yang telah tergabung dalam QRIS. Kode QR dapat tampil pada aplikasi secara dinamis, staf kasir tidak perlu memasukkan nominal pembayaran, dan dapat di-scan oleh jenis e-wallet apa saja. Efisien sekali, bukan?

Sebuah format pembayaran yang sangat sesuai dengan kultur masyarakat dewasa ini yang menginginkan segala hal berlangsung cepat, aman, serta presisi.



4. Laporan bisnis yang akurat

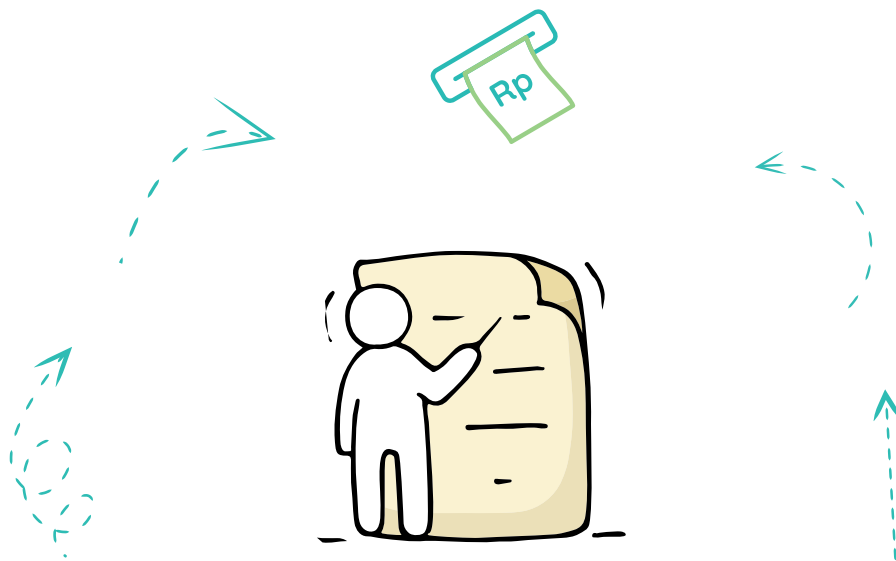
Jika selama ini kamu belum memberikan cukup perhatian terhadap laporan serta analisis bisnis, sekarang saatnya. Di tengah kompetisi yang makin ketat, kamu membutuhkan laporan bisnis yang akurat.

Sistem POS mampu menyediakan berbagai jenis laporan, mulai dari laporan penjualan hingga laporan keuangan. Tidak hanya itu, kamu juga dapat mengakses analisis bisnis, misalnya analisis waktu penjualan paling ramai atau analisis kepuasan pelanggan.

Data-data tersebut tentunya sangat berharga sebagai dasar pengambilan keputusan dalam bisnis. Kamu tidak dapat mengambil keputusan yang tepat bila

tidak memahami preferensi konsumen serta situasi bisnis.

Berdasarkan pemaparan di atas, jelas bahwa bisnis akan terus bergeser ke ranah digital. Pada saat bersamaan, preferensi konsumen pun tidak lagi konvensional. Maka dari itu, kamu perlu beradaptasi. Manfaatkan digital tools yang ada seoptimal mungkin agar bisnis milikmu terus maju. Tunggu apa lagi? Segera gunakan aplikasi POS sekarang! 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 bisnisimu untuk menghadapi berbagai kejutan yang mungkin masih akan timbul sepanjang era digital.



10

Transformasi Digital yang Sukses Diterapkan Citra Florist



Semua bidang bisnis, baik produk maupun jasa, membutuhkan pengawasan dan pengelolaan yang baik dari pemiliknya bila ingin mencapai kesuksesan. Tak terkecuali bisnis florist yang berkaitan erat dengan keindahan dan kreativitas.

Bisnis florist memang ada banyak sekali di negeri ini, tapi tidak semuanya berhasil dikontrol dengan baik oleh si pemilik. Banyak yang kolaps, banyak juga bisnis yang stagnan alias begitu-begitu saja, tidak mengalami perkembangan yang berarti.

Hal semacam itu biasanya disebabkan oleh beberapa faktor. Salah satunya adalah keengganan atau ketidakmauan si pemilik bisnis untuk berani mengambil #langkahmajoo. Terutama untuk berani berkenalan dengan perkembangan teknologi dan menerapkan metode digitalisasi dalam bisnisnya.

Padahal, digitalisasi dalam bisnis ini dipercaya mampu memudahkan pergerakan, pengelolaan, dan kontrol bisnis oleh pemiliknya. Selain itu, dapat membantu kinerja para karyawan agar lebih rapi, terkoordinasi dengan baik, dengan memanfaatkan waktu kerja seefisien mungkin.

Roni Ramadhan, pemilik bisnis dari Citra Florist yang berpusat di Surabaya, mengungkapkan bahwa keberanian untuk mengambil #langkahmajoo lah yang akhirnya membawa bisnisnya pada sebuah kisah sukses. Awalnya seluruh transaksi dan kegiatan yang ada di Citra Florist dilakukan serta dicatat secara manual. Kesalahan hitung, catatan yang tidak rapi pun menjadi satu kendala tersendiri. Otomatis, kinerja pemilik dan karyawan menjadi susah untuk terfokus pada karya mereka karena masih harus membagi pikiran dengan hal-hal yang berhubungan dengan administrasi.



Roni menyatakan bahwa sebelumnya dia sudah pernah mencoba menggunakan aplikasi digital untuk membantunya dalam mengelola bisnis. Namun, semakin hari aplikasi tersebut

dirasakan semakin membebani karena biaya berlangganannya yang terus naik. Belum lagi penggunaan aplikasi yang dirasa cukup rumit dan tidak praktis untuk dilakukan baik olehnya maupun para karyawannya.

Salah satu karyawan Roni yang bertugas sebagai admin, Sherin Farahdilla mengatakan bahwa kinerjanya sangat terbantu dengan diterapkannya digitalisasi di Citra Florist. Tidak ada lagi waktu lembur di malam hari hanya untuk

mencocokkan catatan dan rekapan stok barang atau transaksi satu per satu.

Sherin menambahkan bahwa selain menghemat waktu, mereka juga bisa



menghemat biaya operasional bisnis.

Selain itu, menurut Sherin fitur-fitur yang ada pada aplikasi digital

memudahkan mereka dalam bekerja.

Fitur kasir secara otomatis membantu dalam mencatat transaksi keluar atau masuk. Fitur stok barang membantu mereka mengetahui produk mana saja yang paling diminati konsumen, produk mana yang sudah harus di-restock, juga produk yang mungkin penjualannya kurang bagus. Apalagi, di Citra Florist ini ada banyak sekali jenis bunga, baik yang segar atau kering. Akan cukup memusingkan bila semuanya dicatat secara manual.

Untuk produk yang mungkin kurang banyak diminati oleh konsumen, juga produk baru yang akan diperkenalkan, Citra Florist bisa memanfaatkan fitur promo yang ada di aplikasi digital. Fitur promo dapat menjadwalkan kapan promo akan digelar, seperti apa promonya, dan produk apa



saja yang akan dipromosikan dengan harga khusus.

Sebagai pemilik bisnis yang mengalami pasang surut, Roni merasakan bahwa dengan penggunaan aplikasi digital pada bisnisnya, secara otomatis perkembangan kenaikan atau bahkan penurunan omzet bisa mudah untuk dihitung dan dibandingkan. Apalagi saat ini, Citra Florist sudah memiliki beberapa outlet.

Hal ini terjadi karena laporan keuangan dan transaksi yang ada pada aplikasi digital bersifat real time. Laporan bisa dilihat harian, mingguan, bulanan, sampai tahunan. Jadi, secara otomatis pemilik bisa dengan mudah memastikan apakah bisnisnya mengalami peningkatan atau tidak dan dapat segera menentukan langkah yang akan ditempuh berikutnya.

Roni menyatakan rasa senang atas hadirnya majoo di bisnisnya. Saat mengetahui majoo dari iklan media sosial, Roni mencoba untuk mensinkronisasikan majoo dengan bisnisnya dan ternyata cocok. Biaya berlangganan yang murah membuat Roni merasa lebih pas menggunakan aplikasi digital ini di Citra Florist.

Namun, dari semua fitur yang ada di majoo, yang membuat Roni dan para karyawannya merasa puas adalah karena aplikasi digital yang satu ini sangat mudah untuk digunakan. Tidak ribet. Semua orang bisa dengan mudah memahami dan menjalankannya. Tidak salah jika Roni Ramadhan dan Citra Florist layak kita sebut sebagai sebuah bisnis yang sukses melakukan transformasi digital.

Roni bahkan menyarankan para pemilik usaha di luar sana agar berani mengambil #langkahmajoo untuk segera beralih dari metode manual ke metode digital dengan menggunakan aplikasi yang akan lebih memudahkan kamu dalam meraih kesuksesan. Nah, bagaimana? Sudahkah kamu menerapkan digitalisasi pada bisnismu? Tertarik untuk mencoba? Yuk, segera!

