

the **majoo** preneurs

Berjuta wirausaha maju untuk Indonesia

Online atau Offline?

Pilih model bisnis terbaik untuk usahamu

Omnichannel Marketing

Definisi, tips, dan contohnya

Strategi Omnichannel

Inilah 7 keuntungan penggunaannya



Sambut Tahun Baru
dengan **Channel**
Cuan Baru

VOL 17
Januari 2022

Pengantar

Mendulang Peluang di Tahun Baru

Januari selalu identik dengan awal baru. Momentum awal tahun sering dipersepsikan sebagai saat yang tepat oleh siapa saja, baik individu maupun bisnis untuk memulai sesuatu yang baru. Tak heran, istilah resolusi tahun baru dalam konteks target, rencana, atau cita-cita yang ingin dicapai dalam setahun ke depan, ramai terdengar di bulan ini.

Dalam lingkup bisnis atau usaha, tahun baru juga merupakan momen yang dimanfaatkan oleh para pebisnis untuk menyusun dan meluncurkan berbagai strategi baru, demi kemajuan dan tumbuh kembang bisnis di bulan-bulan berikutnya.

Tentunya, teman-teman majoopreneurs semua juga sudah punya bayangan mau disetir ke arah mana bisnisnya di tahun 2022 ini. Mungkin banyak di antara teman-teman majoopreneurs yang di tahun ini punya rencana untuk memperbesar usaha, misalnya dengan membuka cabang baru, atau menambah *channel* pemasaran dan penjualan.

Merambah ke *channel* pemasaran dan penjualan baru adalah tonggak bisnis yang bisa dibilang sama pentingnya dengan membuka cabang baru. Sebab, *channel* baru artinya teman-teman perlu sepenuhnya fokus membangun strategi yang mungkin benar-benar baru dan belum pernah digunakan di *channel* yang sudah ada sebelumnya. Dan bahkan, bukan tidak mungkin, butuh tim yang benar-benar baru juga untuk menangannya.

Di tahun 2022 ini, merupakan hal yang wajib bagi bisnis untuk memiliki lebih dari satu *channel* pemasaran, dan salah satu dari *channel* itu haruslah digital. Dengan akselerasi digital yang jauh dipercepat di era pandemi beberapa tahun ini, berbisnis di *omnichannel* adalah *the new and the only way to do business*.

Dengan memaksimalkan strategi bisnis lintas *channel*, semoga usaha teman-teman majoopreneurs semua dapat semakin majoo dan menjangkau konsumen yang lebih luas lagi di tahun 2022 ini.

Semangat majoo!

Tim Redaksi

Redaksi



Reporter
Nisa Destiana



Reporter
Daniel Prasatyo



Graphic Designer
Novita Putri



Graphic Designer
Firman



Content Director
Ferry Irawan



Reporter
Ajar Pamungkas



Graphic Designer
M. Rizki Arridho



Managing Editor
Akidna Rahma

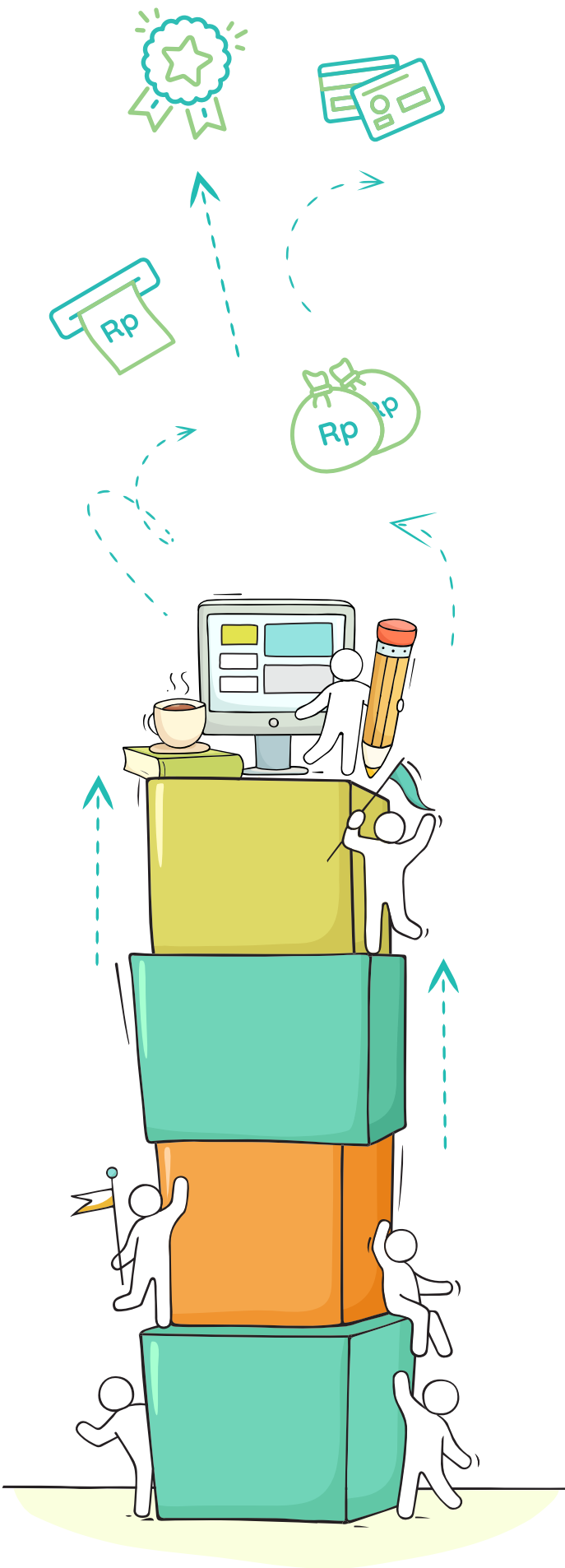


Reporter
Dini N. Rizeki



Content Strategist
Tika Ayu Pratiwi





06 Cara Usaha Kecil Bertransformasi Menjadi Bisnis Besar

Online atau Offline? Memilih Model Bisnis Terbaik untuk Fokus Usahamu

10

14 Menilik Kaitan Ekosistem Digital dengan Kemajuan Usaha Kecil

Bisnis Online? Sumber Daya Fisik Apa yang Perlu Disiapkan?

18

23 Omnichannel Marketing: Definisi, Tips, dan Contohnya

Ini 7 Keuntungan Menggunakan Strategi *Omnichannel!*

27

31 4 Platform *Omnichannel* Terbaik dalam Pengelolaan Bisnis

Mengapa Aplikasi POS Penting dalam Strategi *Omnichannel?*

36

40 **Leora: Lebih Mudah** Kelola Kedai Kopi dengan Aplikasi POS

Sarang Vapers: Integrasi Marketplace Dongkrak Penjualan

44

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.



majoo starter superdeal!

PROMO
TAHUN BARU

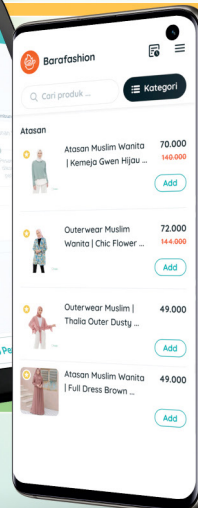
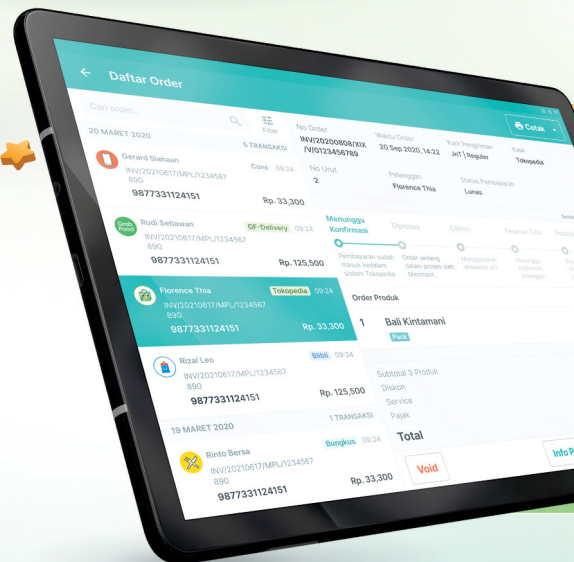
APLIKASI WIRSAUSAHA LENGKAP BANYAK BONUSNYA HANYA 2 RIBUAN/HARI

Langganan 12 bulan:
~~Rp1.788.000~~

DISKON

HINGGA:

50%



Kasir Online

Akuntansi

Aplikasi CRM

Aplikasi Owner

Karyawan

Inventori

Analisa Bisnis

Toko Online

DAFTAR SEKARANG

*Syarat & Ketentuan Berlaku

Periode promo hingga 31 Januari 2022

01

Cara Usaha Kecil Bertransformasi Menjadi Bisnis Besar



Selama tahun-tahun awal pendirian, hampir semua perusahaan fokus pada upaya mempertahankan kelangsungan bisnis. Meskipun begitu, memikirkan pertumbuhan bisnis merupakan salah satu cara terbaik untuk memastikan bahwa bisnis tidak hanya sanggup bertahan, tetapi juga memiliki kondisi keuangan yang stabil untuk jangka panjang.



Pertanyaannya, bagaimana cara membawa usaha kecil lebih dari sekadar memiliki kapabilitas untuk bertahan? Bagaimana mengubah bisnis menjadi sumber pendapatan besar seperti yang kamu idamkan? Layaknya berbagai aspek dalam bisnis, terdapat beberapa strategi ekspansi bisnis yang patut kamu coba.

Meningkatkan retensi konsumen

Mendapatkan konsumen baru bukanlah satu-satunya cara untuk memajukan bisnis. Pada banyak kasus, konsumen yang sudah pernah berbelanja di gerai milikmu adalah peluang terbaik untuk meningkatkan penjualan.

Pasalnya, konsumen yang sudah pernah membeli produk lebih besar



kemungkinannya untuk bertransaksi kembali. Selain itu, terdapat studi yang menunjukkan bahwa meningkatkan retensi konsumen turut meningkatkan nilai perusahaan.

Maka dari itu, pastikan kamu memiliki dokumentasi terkait informasi dan preferensi konsumen. Kemudian, manfaatkanlah informasi tersebut untuk mengubah konsumen menjadi pelanggan setia. Mempunyai basis pelanggan yang solid dapat menjadi bekal untuk keberhasilan ekspansi bisnis.

Meminta referral

Meskipun meningkatkan retensi konsumen sangat penting, mendapatkan konsumen baru tentu mendukung pertumbuhan bisnis. Salah satu cara terbaik bagi usaha kecil dalam menjaring konsumen baru adalah meminta referral dari para pelanggan.

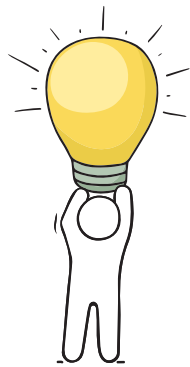
Karena para pelanggan merupakan bagian dari target pasar bisnismu, begitu juga teman atau kerabat dalam lingkaran sosial mereka. Inilah yang menjadi alasan para pelanggan memiliki akses yang kuat dalam memengaruhi calon konsumen baru.

Akan tetapi, anggaplah bahwa referensi dari pelanggan tidak akan serta-merta menambah basis konsumen. Maka dari itu, kamu perlu mencari *referral* secara aktif. Misalnya, bertanya kepada pelanggan yang merasa puas, adakah orang lain yang sekiranya akan tertarik dengan produk atau jasa yang kamu tawarkan?

Kamu juga bisa membuat pemberian *referral* menjadi lebih menarik dengan memberikan insentif bagi pemberi rujukan. Cara lainnya, mendorong pelanggan untuk *mention* atau tag merek milikmu di media sosial.

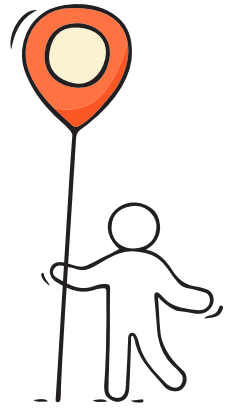
Perluas jangkauan pasar

Terdapat beberapa cara membuat bisnis bertumbuh dengan cara memastikan produk atau jasa yang kamu tawarkan dapat diakses oleh pasar yang baru. Di bawah ini, langkah-langkah yang dapat kamu terapkan.



1. Membuka gerai di lokasi yang baru

Beberapa dari kamu mungkin bertanya-tanya, bagaimana mungkin membuka gerai di lokasi baru dalam situasi pandemi seperti saat ini?



Tenang saja, gerai baru tidak harus berupa toko fisik, tetapi bisa berupa toko virtual. Sebagai contoh, membuat *website* dengan fitur *web order* sehingga produk atau jasa tersedia bagi target pasar baru.

2. Targetkan demografi yang baru

Ketika menjalankan strategi pemasaran, kamu tentu sudah memiliki target pasar. Nah, dalam rangka memperluas jangkauan pasar, kamu bisa mengidentifikasi kelompok demografi lain yang mungkin bisa menggunakan produk seperti target pasar awal.

Kamu dapat beriklan di media yang menargetkan pasar tersebut atau membuat kampanye pemasaran khusus.

3. Dorong cara baru menggunakan atau menikmati produk

Menemukan cara baru dalam menggunakan atau menikmati produk yang kamu tawarkan akan



mendorong pelanggan untuk berbelanja lagi. Di samping itu, hal ini juga dapat menarik konsumen baru yang mungkin tertarik dengan produkmu karena alasan lain.

Cara-cara tersebut memungkinkan bisnismu untuk memperluas *market share*. Berbagai strategi di atas juga bukan hanya meningkatkan penjualan, melainkan membentuk model bisnis yang lebih stabil. Alasannya, saat kamu tidak bergantung hanya pada satu tipe target pasar, bisnis akan lebih mampu bertahan menghadapi berbagai perubahan pasar.

Meminimalisasi biaya

Biar bagaimana pun, meningkatkan laba merupakan salah satu aspek esensial dalam ekspansi bisnis. Apabila *market share* meningkat dan biaya operasional pun naik, kamu tentu tidak akan memperoleh peningkatan keuntungan.

Maka dari itu, sambil menyusun strategi untuk memajukan dan mengembangkan bisnis, kamu juga perlu memberikan perhatian ekstra terhadap biaya yang

dibutuhkan dalam memproduksi produk atau jasa.

Meminimalkan biaya operasional bisa menjadi cara yang efektif untuk menghasilkan kas yang dibutuhkan oleh bisnis agar bisa bertumbuh serta stabil.

Setidaknya, terdapat dua pendekatan untuk menekan biaya operasional. Pertama, likuidasi produk yang kurang diminati atau hapuskan jasa yang performanya kurang baik. Berikutnya, tingkatkan perputaran stok melalui penerapan strategi pemasaran dan penjualan yang tepat.



Kesimpulan

Berdasarkan paparan di atas, bukan tidak mungkin sebuah usaha kecil bertransformasi menjadi perusahaan besar yang mapan serta menguntungkan.

Akan tetapi, kamu perlu menerapkan langkah yang tepat dalam melakukan ekspansi bisnis.

Beberapa langkah di atas dapat kamu terapkan dalam bisnis. Tentunya, pastikan langkah yang diambil relevan dengan bisnis milikmu.

02

Online atau Offline? Memilih Model Bisnis Terbaik untuk Fokus Usahamu



Model bisnis terbaik bagi pelaku usaha yang satu tentu berbeda dengan pilihan pelaku usaha lainnya. Setiap model bisnis memiliki kelebihan dan kerugian tersendiri, selain itu juga sangat bergantung dengan produk maupun jasa yang ingin dipasarkan. Keuntungan suatu model bisnis, misalnya saja, bisa jadi kelemahan besar jika diterapkan pada produk maupun jasa yang tidak sesuai. Oleh karena itu, penting untuk menggunakan pertimbangan bisnis yang matang sebelum benar-benar menjalankan usaha yang ingin diterjuni.

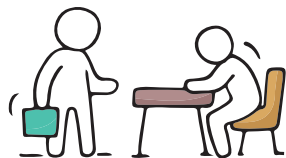
Agar lebih mudah, mari kita golongkan model-model bisnis yang ada menjadi model bisnis *offline* dan *online*.

1. Model Bisnis • Offline

Model bisnis ini lebih cocok bagi pelaku usaha yang ingin fokus pada

bisnis penyediaan barang dan jasa.

Dalam model bisnis *offline*, pelaku usaha dapat memilih untuk mengambil posisi di bidang manufaktur, produsen, mitra, maupun merchant atau pedagang. Karena sifatnya yang membutuhkan pemasaran langsung, pertimbangan bisnis yang diperlukan adalah seberapa banyak modal yang bisa dikumpulkan untuk menyiapkan produk yang nantinya



akan dipasarkan. Selain itu, pengetahuan yang luas terkait bisnis yang akan digeluti juga sangat diperlukan dalam bisnis yang satu ini.

Dengan bergerak di bidang manufaktur, misalnya, seorang pelaku usaha perlu memiliki pengetahuan yang bagus terkait penyuplai bahan baku agar bisa memperbesar *margin* biaya produksi. Selain memilih penyuplai bahan baku, mereka yang bergerak di industri manufaktur juga membutuhkan rantai distribusi untuk menyalurkan produk yang sudah diproduksi. Tak jauh berbeda, pelaku usaha yang mengambil posisi pedagang juga perlu pengetahuan yang baik untuk menemukan distributor untuk penyediaan produk berkualitas. Margin keuntungan bisa semakin besar jika pedagang dapat langsung menggandeng pihak manufaktur. Ketelitian dan kepekaan bisnis sangat diperlukan bagi mereka yang ingin menekuni model bisnis ini.

2. Model Bisnis • Online

Jika modal dan kepekaan bisnis menjadi faktor penting dalam

model bisnis *offline*, model bisnis *online* justru menuntut kreativitas serta koneksi yang kuat dari setiap pelaku usaha yang ingin bergerak di bisnis ini. Ada beberapa



posisi yang bisa diambil dalam model bisnis *online*. Mulai dari bidang periklanan dan pembuatan konten, perantara, atau *market relation*.

Model bisnis *online* kerap dihubungkan dengan bentuk pemasaran tak langsung, sehingga dibutuhkan kreativitas yang tinggi untuk membuat pelanggan potensial tertarik untuk membeli produk yang dipasarkan.

Koneksi yang kuat juga menjadi faktor penting yang harus dimasukkan dalam pertimbangan bisnis karena dapat mempermudah menghubungkan

rantai distribusi antara produsen dengan konsumen. Berbeda dengan model bisnis *offline* yang lebih membutuhkan modal materi untuk memastikan barang dan jasa selalu tersedia kapan pun pelanggan menginginkannya.

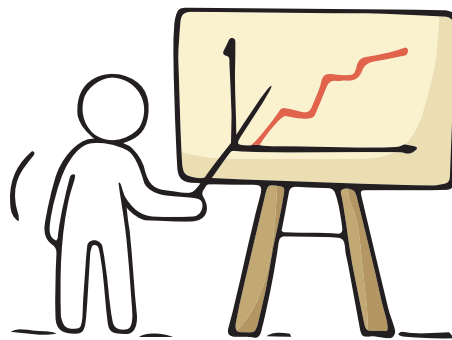
Baik model bisnis *offline* maupun *online* memang dapat dipertukarkan. Misalnya saja pedagang yang menjajakan produknya di *marketplace* digital atau bisnis periklanan konvensional. Namun, ini berarti ada dua model

kerja yang perlu dilakukan. Penjual di *marketplace* digital, sebagai contoh, tidak hanya membutuhkan modal untuk pengadaan barang, tetapi juga membutuhkan kreativitas untuk mengemas produknya agar lebih menonjol dan menarik di antara penjual lainnya dalam *marketplace* tersebut. Faktor ini tentunya juga patut dimasukkan dalam pertimbanganmu,

apakah sanggup membagi fokus usaha atau tidak?

Membagi fokus pada model bisnis terbaik pilihanmu bisa menjadi solusi yang menarik.

Kamu bisa menggunakan aplikasi majoo untuk mengelola bisnis, mencatat setiap transaksi baik yang dilakukan secara *offline* maupun di dalam *marketplace*, mengumpulkan data pelanggan, dan membuat laporan keuangan yang akurat secara otomatis. Dengan demikian, kamu bisa lebih fokus dalam menangani sisi kreatif pemasaran dan memanfaatkan data yang dihasilkan untuk menyusun strategi yang dapat mendorong angka penjualan bisnismu!



majoo maxima

APLIKASI KASIR + GRABFOOD



GrabFood-nya Didaftarkan

Kesempatan Dapat Tab
GRATIS Senilai Jutaan



PAKET
STARTER **5^{rb}**/hari

PAKET
ADVANCE **8^{rb}**/hari

Auto potong omset GrabFood



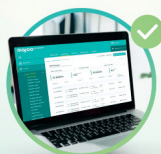
PROSES SEMUA ORDER
MASUK SAMPAI SELESAI



ORDERAN LANGSUNG
MASUK DAPUR



STOK OTOMATIS
TERUPDATE



LAPORAN KEUANGAN
OTOMATIS LANGSUNG JADI

Fitur Lengkap
dan Berlimpah,
Kelola Bisnis
Jadi Mudah!

DAFTAR SEKARANG

Periode promo hingga 31 Januari 2022

*Syarat & Ketentuan Berlaku

03

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.

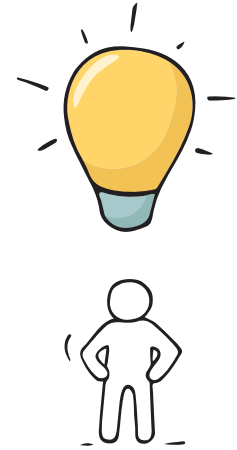
Apa itu ekosistem digital?

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 otomatisasi 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?

1. 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.



2. 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.

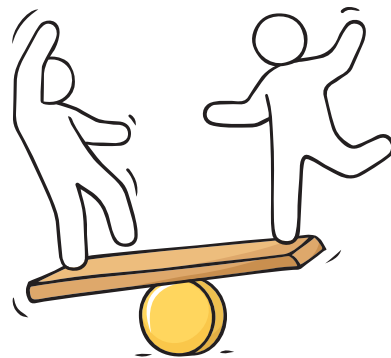
Bisnis tersebut mungkin sebelumnya belum memiliki pendapatan dari penjualan produk secara *online*. Berkat tumbuhnya *digital ecosystem*, peluang tersebut hadir.

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*.

3. 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.



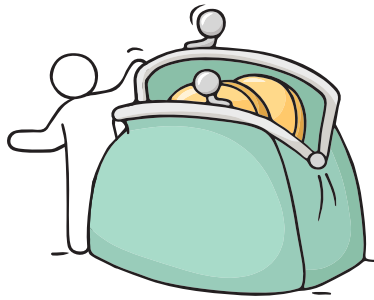
4. Pengaruh ekosistem digital bagi usaha kecil

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 mengenal 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.

04

Bisnis Online? Sumber Daya Fisik Apa yang Perlu Disiapkan?



Sumber daya fisik, dalam dunia bisnis, memegang peranan yang sama sekali tak dapat ditinggalkan, bahkan oleh para pelaku usaha yang memutuskan untuk menjalankan bisnis *online* pun, elemen bisnis yang satu ini masih tetap menjadi perhatian.

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.

Ketersediaan Gudang atau Tempat Usaha Fisik

Tak sedikit pelaku usaha yang memutuskan untuk menekuni bisnis secara daring yang tetap membutuhkan tempat usaha secara fisik, sekalipun di tempat usaha tersebut sama sekali tidak terjadi transaksi atau kegiatan jual beli apa pun.

Sering kali, tempat usaha fisik tersebut difungsikan sebagai gudang untuk menyimpan produk-produk yang dipasarkan sebelum dikirimkan ke alamat tempat tinggal pelanggan. Jangan lupa bahwa sekalipun bisnis dijalankan secara *online*, produk-produk yang dijual perlu

disimpan dan juga dikemas, sering kali secara manual.

Tak heran, beberapa pelaku usaha tetap mempertahankan tempat usaha fisik yang dimilikinya sekalipun sudah sepenuhnya beralih pada model bisnis *online*. Tanpa adanya tempat usaha fisik

ini, pelaku usaha tersebut tak akan memiliki ruang penyimpanan yang cukup dan tak jarang harus mengorbankan tempat tinggalnya sendiri untuk menyimpan komoditas bisnisnya.



Jika skala usahanya masih tergolong kecil, tentu ruang yang dibutuhkan juga tak perlu terlalu besar. Namun, setiap pelaku usaha tentu ingin agar usahanya terus berkembang besar, kan? Oleh karena itu, pada satu titik, pelaku usaha tersebut tetap harus menyiapkan tempat usaha secara fisik.

Gawai untuk Operasional Bisnis Online

Saat menjalankan bisnis secara daring, baik sepenuhnya maupun sebagian saja, artinya seorang pelaku usaha perlu memiliki perangkat agar dapat mengakses platform-platform digital



yang digunakannya untuk berjualan. Untungnya, perkembangan teknologi saat ini memungkinkan segala sesuatunya dikelola dari telepon genggam pintar atau *smartphone*. Meski demikian, bukan berarti pelaku usaha dapat dengan mudah memanfaatkan *smartphone* pribadinya untuk menjalankan bisnis.

Bagi kamu yang ingin memulai untuk menekuni bisnis yang dijalankan secara *online*, jangan lupa untuk menganggarkan perangkat khusus guna keperluan bisnismu. Dengan memisah perangkat yang digunakan untuk keperluan bisnis dengan perangkat yang digunakan untuk kebutuhan personal, pelaku usaha dapat mengatur kehidupan personalnya agar tidak tercampur dengan bisnis.

Tergantung skala usaha yang diproyeksikan, terkadang *smartphone* saja tidak cukup untuk mengelola bisnis. Perangkat yang lebih mumpuni dalam menangani pengelolaan bisnis juga dibutuhkan agar bisnis yang dijalankan secara *online* tersebut tidak berantakan.



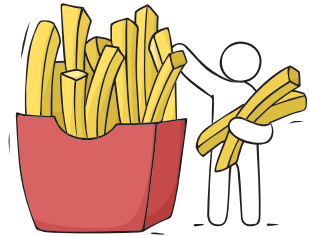
Bahan Baku dan Alat-Alat Produksi

Banyak yang beranggapan bahwa menjalankan usaha secara daring tidak membutuhkan alat produksi apa pun, sehingga cukup menyediakan perangkat untuk

mengakses *platform* digital saja untuk keseluruhan operasional bisnis.

Namun, pada kenyataannya,

tergantung dari bisnis yang dijalankan, terkadang alat-alat produksi tertentu juga dibutuhkan untuk memastikan produk dapat dengan selamat diterima oleh pelanggan yang memesan.



Para pelaku bisnis makanan rumahan, misalnya saja, kerap kali tidak menghitung peralatan masak yang digunakannya sebagai alat produksi atau aset bisnis, sehingga biaya perawatan atau biaya yang harus dikeluarkan untuk membeli alat masak yang baru ketika yang lama sudah tidak dapat digunakan kemudian luput dimasukkan dalam pengeluaran bisnis.

Tentunya ini bukanlah praktik bisnis yang sehat. Pertimbangkan terlebih dahulu bisnis yang ingin dijalankan, dan jika memungkinkan sediakan alat-alat

produksinya secara terpisah sehingga setiap pengeluaran yang menyangkut alat-alat produksi tersebut dapat dihitung secara akurat.

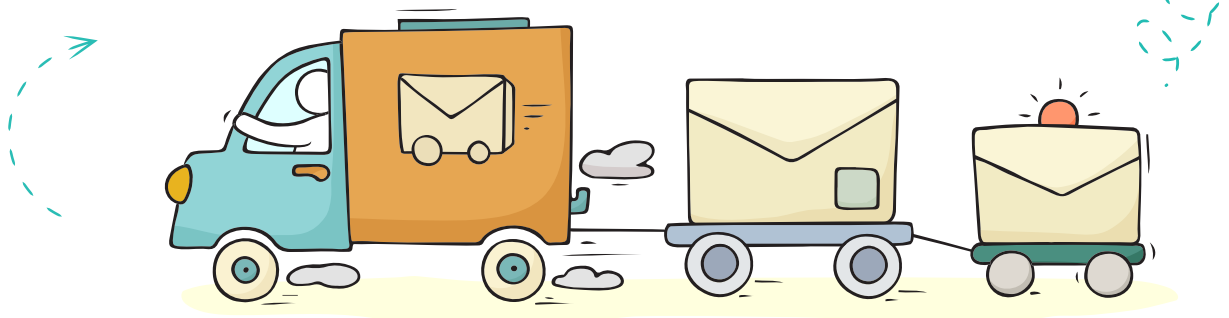
Selain alat-alat produksi, bahan baku itu sendiri juga termasuk dalam sumber daya berbentuk fisik yang menjadi penting untuk keberlanjutan bisnis; sekalipun bisnis tersebut sepenuhnya dijalankan secara *online*. Jadi, jangan dengan mudah beranggapan bahwa bisnis dapat sepenuhnya dijalankan secara *online* hanya dengan menyediakan satu buah *smartphone* saja; kecuali jika model bisnis yang ingin dijalankan memang merupakan bisnis dropship. Jangan lupa, kamera untuk mengambil gambar produk yang ingin dipasarkan pun merupakan salah satu alat produksi dalam bisnis yang dijalankan secara *online*, lho!

Pengelolaan bisnis *online* sebaiknya tidak dilakukan secara sepele atau digampangkan hanya karena persiapan yang dibutuhkan untuk operasional bisnis tersebut mungkin tidak terlalu

merepotkan jika dibandingkan dengan bisnis yang dijalankan secara *offline*. Sekali lagi, tergantung pada skala bisnis yang ingin dijalankan, terkadang pelaku usaha juga perlu menyiapkan sumber daya manusia yang cukup.

Mengelola setiap aspek yang ada dalam proses bisnis secara tepat merupakan kunci dari bisnis yang sehat; termasuk dalam penyediaan sumber daya fisik yang dibutuhkan. Agar pengelolaan bisnis menjadi lebih mudah, manfaatkan berbagai fitur unggulan yang disediakan oleh aplikasi majoo. Baik menjalankan bisnis secara *online* maupun *offline*, aplikasi majoo telah dilengkapi beragam kapabilitas yang dapat diandalkan.

Aplikasi majoo juga menyediakan fitur Webtree dan juga Weborder yang dapat membantu pelaku usaha mengatur setiap sumber daya yang dibutuhkan untuk mempermudah pelanggan melakukan transaksi secara *online*, mulai dari pemesanan hingga akhirnya produk diterima di tangan!



Stories majoopreneur Stories majoopreneur



**MENTARI
CLUB**

“Untuk strategi di 2022, kami akan fokus melakukan promosi melalui sosial media seperti Facebook & Whatsapp serta media cetak seperti flyer. Selain itu, kami juga akan menggalakan gerakan hidup sehat untuk masyarakat melalui program “Shake Party” di mana orang-orang bisa memulai hidup sehat mereka dengan mencicipi produk kami.”

Siti Nur Mala
Owner Mentari Club

“Kami akan lebih mengoptimalkan sosial media marketing seperti IG dan Tiktok di 2022 ini. Selain itu, kami juga akan fokus memanfaatkan database customer untuk mengirim info promo terkini. Ke depannya juga akan ada fasilitas free ongkir untuk customer yang memesan via DM atau WA bisnis, tentunya dengan syarat & ketentuan berlaku ya.”

Askar Zulfikar
Operational Manager
Katanya Kopi

*Katanya
Kopi*



Pagi!

“Pagi! masih akan terus memaksimalkan pemanfaatan sosial media dan e-commerce sebagai strategi bisnis 2022 nanti. Untuk sosial media, kami akan menyasar IG & FB sementara pada e-commerce kami memilih Tokopedia, Shopee, & Grabfood karena exposure-nya yang bagus.”

Gilang Adhipratama
Brand Owner Pagi!

05

Omnichannel Marketing: Definisi, Tips, dan Contohnya



Apakah kamu sudah familier dengan strategi omnichannel? Seiring dengan pergerakan teknologi digital yang makin cepat, penerapan strategi yang satu ini menjadi makin masuk akal.

Melalui *omnichannel* marketing, bisnis dapat menggabungkan berbagai saluran komunikasi yang ada untuk menciptakan pengalaman belanja yang saling terhubung. Karena itu, aplikasi POS pun berperan penting agar strategi ini dapat diimplementasikan secara optimal.

Pentingnya sentuhan personal dalam pemasaran



Teknologi saat ini memungkinkan kamu untuk melacak rute konsumen dari data posisi ponsel, lalu mengirimkan penawaran yang dipersonalisasi sesuai dengan posisi konsumen di gerai.

Sebagai contoh, saat konsumen tengah berada di lorong rak roti, mereka mungkin menerima kupon diskon pembelian selai yang dikirim secara otomatis ke ponsel.

Terlepas dari persoalan teknis, memperkenalkan konsep gerai

berorientasi masa depan ini masih membutuhkan usaha yang tidak sedikit. Cukup mengejutkan, mengingat hal ini sudah sangat lumrah di dunia pemasaran digital.

Lihat saja, ketika kamu memasuki sebuah situs online store yang dikelola dengan baik. Kamu mungkin menerima sapaan yang dipersonalisasi, beragam informasi produk, penawaran produk terkait, kupon diskon untuk pembelian berikutnya, dan lain-lain.

Dengan kata lain, di toko online konsumen diperlakukan bak raja, disediakan segala hal yang mungkin dibutuhkannya. Sebaliknya, ketika masuk ke gerai, konsumen mungkin tidak akan merasa terlalu diperhatikan dengan diberi rekomendasi personal.

Konsumen mungkin perlu mencari sendiri jeans yang diperlukannya. Mungkin mengecek rak satu per satu hanya untuk mendapati stok produk dengan nomor yang dicarinya tidak ada.

Untuk memastikan masih tersedia stok di gudang toko atau tidak, konsumen perlu mencari pramuniaga. Setelah meminta tolong, konsumen masih harus menunggu 5-10 menit dan pramuniaga kembali dengan permintaan maaf sebab

stok produk tersebut pun tidak tersedia di gudang.

Bila konsumen bertanya lebih lanjut kemungkinan ketersediaan stok produk di cabang lain, sering kali pramuniaga hanya menjawab tidak tahu serta menyarankan konsumen mengunjungi cabang lain secara langsung.

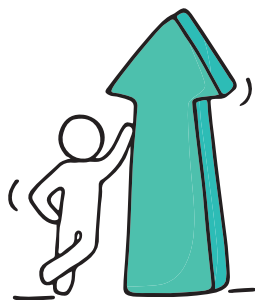
Aplikasi POS: kunci bagi strategi omnichannel

Dari ilustrasi di atas, terlihat sekali bahwa pengalaman berbelanja konsumen dapat terasa sangat berbeda antara *offline* dengan online. Padahal, pengalaman berbelanja yang konsisten sangat krusial bagi kemajuan bisnis.

Pasalnya, hanya bisnis yang mendesain *customer journey* dengan baik yang dapat menjaga posisinya di pasar untuk jangka waktu lama.

Maka dari itu, sekarang saatnya pemilik usaha mempertimbangkan strategi *omnichannel* agar pengalaman konsumen di gerai fisik terintegrasi dengan aneka platform lain.

Nah, menghubungkan gerai *offline* dan online dengan



bantuan aplikasi POS menawarkan banyak keuntungan. Berikut ini beberapa peran penting sistem POS dalam *omnichannel* marketing.

1 Data inventori dapat diakses secara terpusat.

Salah satu syarat berjalan baiknya sebuah bisnis, terutama bisnis ritel, adalah manajemen inventori dengan basis data yang diperbarui setiap saat. Dengan sistem POS yang tepat, kamu bisa mengakses data stok di gudang serta di toko secara *real time*.



Tambahan pula, penjualan pun akan tersinkronisasi secara langsung. Dengan begitu, kamu dapat memenuhi kebutuhan konsumen. Misalnya, menawarkan kebijakan retur baik untuk pembelian langsung maupun pembelian online. Produk yang dibeli secara online mungkin diretur di gerai fisik ataupun sebaliknya.

Kamu juga dapat memeriksa ketersediaan stok dengan mudah sehingga bisa memberikan rekomendasi bagi konsumen. Tidak ada lagi risiko pesanan tidak terpenuhi akibat informasi stok yang tidak akurat.

2. Mengoptimalkan proses penjualan

Selain inventori selalu *up to date*, sistem POS akan membantumu mengoptimalkan proses penjualan. Sebagai contoh, kamu dapat menjawab pertanyaan konsumen dengan cepat sebab informasi produk dapat dicantumkan di dalam sistem. Dari sisi pengalaman konsumen, kamu bisa mengoptimalkannya dengan memanfaatkan aneka fitur seperti payment. Kamu leluasa menerima aneka opsi pembayaran, baik *cash* maupun digital.

Tidak hanya itu, kamu juga dapat mengelola transaksi di berbagai kanal dengan mudah jika aplikasi POS yang dipilih sudah terintegrasi dengan marketplace. Dengan demikian, konsumen akan merasa pengalaman bertransaksi dengan bisnismu menyenangkan.

3. Program promosi dan penawaran yang dipersonalisasi

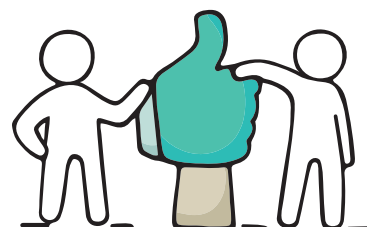
Membuat penawaran dan program promosi yang dipersonalisasi tidak hanya

bisa dilakukan secara *online*. Dengan memanfaatkan sistem POS, kamu juga dapat melakukannya di gerai fisik.

Di dalam sistem POS, riwayat transaksi konsumen terdokumentasi dalam database. Kamu dapat menganalisisnya serta membuat program khusus bagi konsumen.

Sebagai contoh, kamu dapat melihat produk yang sering dibeli konsumen di dalam sistem POS. Lalu, saat konsumen tersebut berkunjung ke gerai, tim yang bertugas bisa langsung menawarkan produk. Dengan begitu, konsumen akan merasa spesial sebab produk kesukaannya diketahui oleh bisnis milikmu. Hal serupa tentu dapat diterapkan di *platform online*.

Jadi, apakah bisnismu sudah menerapkan *omnichannel* marketing dan menggunakan sistem POS andal?



06

Inilah 7 Keuntungan Menggunakan Strategi Omnichannel!



Omnichannel marketing menjadi salah satu strategi yang banyak diterapkan oleh bisnis belakangan ini. Strategi *omnichannel* berarti menyediakan pengalaman belanja yang terintegrasi bagi konsumen, mulai dari gerai fisik hingga toko virtual, termasuk aplikasi mobile.

Dengan kata lain, strategi ini mengintegrasikan seluruh aspek yang mungkin ditawarkan baik oleh gerai *offline* maupun *online*.

Keuntungan penerapan strategi omnichannel

Mengapa strategi ini banyak dipilih oleh para pemilik usaha? Apa saja sebetulnya keuntungan menerapkan strategi yang satu ini? Simak penjelasan di bawah ini!

1. Retensi konsumen lebih baik

Setiap konsumen pasti ingin bertransaksi dengan cara yang paling nyaman. Maka dari itu, strategi *omnichannel* adalah opsi terbaik untuk dapat menyediakan berbagai pilihan yang mungkin tersedia bagi konsumen.

Terdapat studi yang menunjukkan bahwa bisnis yang berhasil menerapkan *cross-channel marketing* secara konsisten rata-rata menikmati peningkatan retensi konsumen sampai 13% per tahun.



2. Peningkatan pendapatan

Pendekatan *omnichannel* marketing mendorong konsumen untuk terhubung dengan bisnis melalui berbagai kanal. Dengan begitu, hal ini meningkatkan *engagement* konsumen dalam banyak titik di sepanjang proses transaksi.

Wajar saja bila strategi ini meningkatkan pendapatan bisnis. Bahkan, terdapat studi yang menunjukkan bahwa konsumen yang terhubung di banyak kanal 30% lebih bernilai.

Pasalnya, metode ini meningkatkan potensi konsumen untuk membeli lebih banyak dari bisnis. Konsumen yang melakukan transaksi berulang meningkatkan pendapatan bisnis sampai 40%, terlepas dari skala transaksinya.



3. Meningkatkan kepuasan pelanggan

Omnichannel strategy tidak hanya berlaku satu arah. Dengan kata lain, konsumen tidak hanya memilih dan bertransaksi, tetapi juga mengharapkan pelayanan yang baik. Tidak lupa, pelayanan yang baik tersebut diharapkan dapat diterima konsumen dalam berbagai kanal secara merata.

Berdasarkan studi, 64% konsumen menginginkan dukungan secara real time, terlepas dari kanal yang digunakan untuk komunikasi. Sementara itu, sekitar 75% konsumen cenderung akan kembali mengunjungi bisnis yang pelayanannya baik.

4. Meningkatkan pemberian referensi dan rekomendasi

Terlepas dari *resource* yang dapat diinvestasikan perusahaan dalam pemasaran dan iklan, bisa dibilang tidak ada yang bisa menyaingi kekuatan *word of mouth*.

Dalam salah satu studi Nielsen, disebutkan bahwa 92% konsumen lebih percaya rekomendasi dari teman atau keluarga dibandingkan iklan yang mereka lihat di media.



5. Operasional bisnis yang lebih efisien

Mengintegrasikan berbagai kanal bisnis, mulai dari gerai fisik sampai *online*, berarti menawarkan database konsumen yang komprehensif dan terpusat. Dengan demikian, bisnis milikmu lebih mudah diakses oleh konsumen.

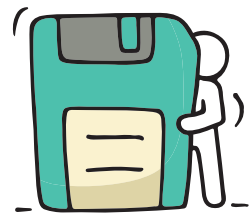
Ketika bisnis mudah diakses melalui beragam kanal, visibilitas produk serta promosi pun meningkat. Jadi, konsumen lebih mudah mengakses informasi yang mungkin mereka butuhkan.

Jangan lupa, konsumen kerap mengecek dan membandingkan produk terlebih dahulu di kanal-kanal *online* atau media sosial sebelum membelinya di gerai fisik.

6. Meningkatkan pengumpulan data konsumen

Berhubung pemasaran dan penjualan dilakukan melalui berbagai kanal, kamu pun dapat memantau konsumen di aneka platform yang mereka gunakan.

Berkat hal ini, kamu dapat memahami konsumen dengan lebih baik.



Kamu akan mengetahui preferensi konsumen, seperti produk apa yang dilihat oleh konsumen, penawaran yang diklik oleh mereka, dan seterusnya.

Karena itu, bisnis milikmu bisa berkomunikasi serta membuat program promosi yang lebih personal untuk tiap konsumen dan hal ini membuat para pelanggan makin merasa istimewa.

Dengan data yang akurat, konsumen tidak akan merasa sebatas pembeli, tetapi mereka merasa bahwa kamu mengenal mereka dengan baik.

7. Menghubungkan pengalaman berbelanja di gerai fisik dan kanal *online*

Saat ini, bisnis hadir di platform *offline* dan *online* saja tidak cukup, tetapi perlu mengintegrasikan keduanya. Targetmu sebaiknya bukan hanya menghasilkan penjualan dari kanal tertentu saja, melainkan memberi ruang bagi konsumen untuk berbelanja di kanal mana saja yang mereka inginkan.

Misalnya, jejaring restoran waralaba McDonald's memberikan kupon diskon melalui mobile apps. Akan tetapi, konsumen tetap dapat memperoleh potongan ketika berbelanja di gerai fisik hanya dengan menunjukkan kupon

tersebut melalui layar ponselnya ketika bertransaksi.

Nah, interaksi yang terintegrasi seperti ini meningkatkan hubungan antara bisnis dengan konsumen. Sebagai bisnis, kamu memberi ruang bagi konsumen untuk berinteraksi dengan bisnis melalui metode serta platform yang mereka pilih.

Perlu diingat, interaksi merupakan indikasi bahwa konsumen akan melalui alur, mulai dari calon konsumen menjadi konsumen, konsumen menjadi pelanggan, hingga menjadi 'tim pemasar' yang secara aktif merekomendasikan produk atau jasa yang kamu tawarkan.

Kesimpulan

Bisnis tidak dapat lagi mengabaikan tren-tren yang mengubah seluruh sektor industri, seperti revolusi digital, kebiasaan berbelanja generasi saat ini, pesatnya kemajuan e-commerce, dan seterusnya.

Studi yang dilakukan Harvard belakangan ini menunjukkan bahwa 20% konsumen hanya berbelanja di gerai fisik, 7% hanya berbelanja secara online, sedangkan 73% konsumen bertransaksi melalui berbagai kanal. Maka dari itu, cara untuk menanggapi perubahan-perubahan tersebut adalah dengan menerapkan *omnichannel marketing*.



07

4 Platform Omnichannel Terbaik dalam Pengelolaan Bisnis



BACK TO DAFTAR ISI

Apakah kamu pernah mendengar istilah omnichannel? Jika belum, maka sebagai seorang pebisnis sudah sepatutnya kamu mulai berkenalan dengan hal yang satu ini karena *omnichannel* ternyata mampu membawa banyak kemudahan dan pengaruh baik dalam pengelolaan bisnis kamu nantinya. Singkatnya, *omnichannel* merupakan sebuah saluran komunikasi secara universal dalam penjualan bisnis baik *online* maupun *offline* yang menggabungkan berbagai saluran komunikasi ke dalam satu bentuk *interface*. *Software omnichannel* memudahkan para konsumen untuk mencari informasi terkait produk, selain juga memperlancar interaksi antara penjual dan pembeli.

Penggunaan *software omnichannel* paling nyata saat ini bisa dilihat pada akun-akun *online* shop di Instagram yang menghubungkan akun mereka dengan toko di berbagai marketplace atau website mereka. Konon, kebiasaan masyarakat menjelajahi berbagai platform marketplace di internet terlebih dahulu sebelum berbelanja, memiliki pengaruh dalam hal ini.

Omnichannel bisa dibilang adalah pengembangan dari multichannel yang

menjadi lebih luas dan *real-time*. Jika selama ini multichannel bekerja secara paralel atau sendiri-sendiri setiap baik dari tim, sistem dan pemesanan, tidak begitu adanya dengan *omnichannel* yang seluruh salurannya saling terintegrasi.

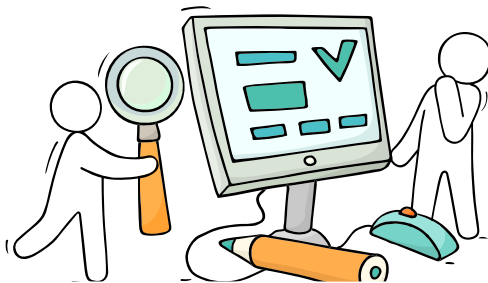
Saluran yang terintegrasi itulah yang menjadikan semua tim *support* memiliki akses ke informasi yang sama untuk interaksi dengan pelanggan.

Software omnichannel CRM biasanya menawarkan tampilan pelanggan terpadu, menyimpan semua informasi penting tentang pelanggan, dan perjalanan pelanggan mereka dalam satu tempat atau database. Hal-hal ini memiliki peranan dalam pengelolaan bisnis kamu, bukan?

Dari sejumlah *software omnichannel* yang sudah bisa digunakan oleh para pebisnis, ada beberapa yang ternyata memiliki performa baik dan menjadikannya pantas disebut sebagai *software* terbaik. Jika kamu tertarik untuk menggunakan *omnichannel* pada bisnis, maka rekomendasi *software* terbaik berikut ini layak untuk mendapatkan perhatian lebih.

1. NetSuite

• NetSuite adalah *software* berbasis *cloud* yang dapat digunakan dengan



mudah mengakses laporan, indikator performa dan melakukan analisa data vital dalam pengelolaan bisnis. Fitur-fitur yang dimiliki oleh NetSuite antara lain:

- Cloud SuiteCommerce. Fitur ini memberikan pengalaman kepada pelanggan di semua perangkat dengan rangkaian solusi *e-commerce*.
- SuiteCommerce InStore. Fitur yang memberikan solusi dengan menyatukan pengalaman belanja fisik dan digital dalam satu *platform* perdagangan berbasis *cloud*.
- CRM NetSuite. Fitur yang memberikan dalam aktivitas penjelajahan dan belanja pelanggan.

2. Primaseller

berdiri pada tahun 2013 dan berlokasi di Walnut, California, USA. Software ini sudah terintegrasi dengan berbagai marketplace seperti eBay, Shopify, Amazon, Etsy, Magento, Woocommerce, dan BigCommerce dan sudah tersebar di lebih dari 10 Negara di dunia.

Beberapa bidang yang dikelola oleh Primaseller adalah:

- Produk penjualan

- Pengawasan *inventory*
- Pengelolaan *inventory*
- Pengelolaan pemesanan
- Pengelolaan pergudangan
- Pengelolaan pembelian
- Pengelolaan pengiriman
- Pencatatan yang integrative
- Sistem bisnis B2B

3. SAP Hybris/E-Commerce

Software SAP Hybris/E-Commerce ini diciptakan dengan penyesuaian atas kebutuhan bisnis melalui pendekatan MDA (Model Driven Architecture). Fungsinya adalah untuk menganalisis penjualan, pasar, dan produk yang dapat diakses di *smartphone*, laptop, maupun desktop sehingga lebih praktis dan mudah. SAP Hybris juga sudah terintegrasi dengan sosial media, kalender, email, map dan aplikasi *desktop* lain yang dilengkapi dengan berbagai fitur seperti:

- SAP Commerce Cloud. Fitur ini memberikan pelanggan kebebasan untuk berbelanja dan membeli produk kapan dan di mana saja sesuai dengan keinginan dan kebutuhan.
- Sales Solutions Cloud. Fitur ini akan melibatkan pelanggan dengan penawaran dinamis yang mampu memaksimalkan pendapatan, sekaligus meningkatkan kecepatan transaksi.



- Service Solutions Cloud. Fitur yang satu ini akan memberikan pengalaman layanan melalui pusat kontak dan di lapangan secara langsung.
- SAP Marketing Cloud. Ini adalah fitur yang memberikan kebebasan kepada pelanggan untuk menemukan, terlibat, dan membeli produk yang kamu tawarkan.

4. Brightpearl

Kantor pusat Brightpearl berada di Austin, Texas, USA, sedangkan kantor globalnya ada di Bristol, Inggris. Brightpearl adalah salah satu *software omnichannel* yang mengelola lebih dari 10 juta transaksi dan \$3 miliar bisnis per tahun. Brightpearl sudah terintegrasi dengan marketplace seperti Magento, BigCommerce, Walmart, dan Shopify. Setidaknya sudah lebih dari 1.200 bisnis di dunia ini yang menggunakan Brightpearl untuk membantu mereka dalam pengelolaan bisnis.

Brightpearl dikhususkan untuk para peritel dan wholesaler yang melakukan perdagangan sebesar \$1 juta atau lebih dalam jangka waktu satu tahun. Solusi yang digunakan oleh Brightpearl untuk mengelola bisnis adalah dengan

pengelolaan keuangan, pengelolaan inventory dan pesanan penjualan, CRM, POS, B2B, pengelolaan pembelian dan pemasok, dan pencatatan akuntansi.

Software omnichannel memiliki beberapa manfaat penting bagi bisnis untuk menghubungkan seluruh saluran dalam satu platform terpadu. Dengan begitu, pemilik bisnis akan mudah dalam melakukan pemantauan dan penyimpanan data dari seluruh saluran yang dimiliki.



Kamu tidak perlu melakukan pengecekan satu persatu dari masing-masing channel penjualan untuk melihat data konsumen dan penjualan, hal ini pastinya akan menghemat waktu. Hal ini juga memudahkan kamu untuk mengetahui karakteristik konsumen atau calon pelanggan dan tingkah lakunya selama bertransaksi. Data tersebut dapat kamu analisis untuk menyusun strategi bisnis yang lebih baik.

Untuk konsumen sendiri, penggunaan *software omnichannel* akan memudahkan mereka mendapatkan pengalaman yang menyenangkan untuk berpindah dari satu saluran ke saluran lainnya hanya dengan satu kali klik. Semua aktivitas pelanggan di saluran sebelumnya juga akan secara otomatis

tersimpan sehingga pelanggan tidak perlu mengulangi pertanyaan untuk melanjutkan ke tahap selanjutnya.

Majoo hadir sebagai karya anak bangsa dengan konsep one stop solution untuk mendukung pelaku UMKM dalam mengadopsi strategi *omnichannel*

ini dengan cara yang praktis, lebih mudah dan maksimal. Semuanya bisa didapatkan melalui beragam fitur yang ada di majoo, seperti fitur integrasi marketplace, Webstore (toko *online*), *Inventory*, dan Aplikasi Owner.



Integrasi marketplace adalah fitur yang sangat mendukung konsep yang disandang oleh *omnichannel*, selain

itu fitur Webstore dan Inventory juga akan memudahkan pemilik bisnis untuk melakukan pengecekan dan kontrol produk dengan cara yang lebih modern dan tidak secara manual.

Sementara Aplikasi Owner akan membantu pebisnis dalam melakukan pengelolaan bisnis tanpa perlu ribet dan menghabiskan banyak waktu dan energi. Bagaimana? Tertarik untuk mencoba?



08

Mengapa Aplikasi POS Penting dalam Strategi Omnichannel?



Apakah kamu sudah familier dengan strategi omnichannel? Seiring dengan pergerakan teknologi digital yang makin cepat, penerapan strategi yang satu ini menjadi makin masuk akal.

Melalui *omnichannel* marketing, bisnis dapat menggabungkan berbagai saluran komunikasi yang ada untuk menciptakan pengalaman belanja yang saling terhubung. Karena itu, aplikasi POS pun berperan penting agar strategi ini dapat diimplementasikan secara optimal.

Pentingnya sentuhan personal dalam pemasaran

Teknologi saat ini memungkinkan kamu untuk melacak rute konsumen dari data posisi ponsel, lalu mengirimkan penawaran yang dipersonalisasi sesuai dengan posisi konsumen di gerai.

Sebagai contoh, saat konsumen tengah berada di lorong rak roti, mereka mungkin menerima kupon diskon pembelian selai yang dikirim secara otomatis ke ponsel.

Terlepas dari persoalan teknis, memperkenalkan konsep gerai berorientasi masa depan ini masih

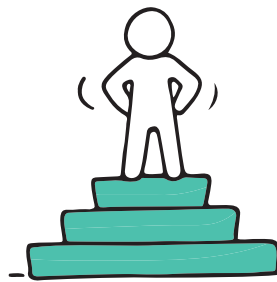
membutuhkan usaha yang tidak sedikit. Cukup mengejutkan, mengingat hal ini sudah sangat lumrah di dunia pemasaran digital.

Lihat saja, ketika kamu memasuki sebuah situs *online store* yang dikelola dengan baik. Kamu mungkin menerima sapaan yang dipersonalisasi, beragam informasi produk, penawaran produk terkait, kupon diskon untuk pembelian berikutnya, dan lain-lain.

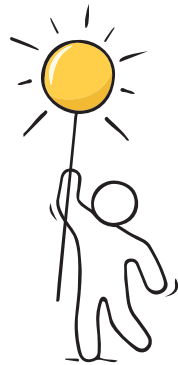
Dengan kata lain, di toko *online* konsumen diperlakukan bak raja, disediakan segala hal yang mungkin dibutuhkannya. Sebaliknya, ketika masuk ke gerai, konsumen mungkin tidak akan merasa terlalu diperhatikan dengan diberi rekomendasi personal.

Konsumen mungkin perlu mencari sendiri jeans yang diperlukannya. Mungkin mengecek rak satu per satu hanya untuk mendapati stok produk dengan nomor yang dicarinya tidak ada.

Untuk memastikan masih tersedia stok di gudang toko atau tidak, konsumen perlu mencari pramuniaga. Setelah meminta tolong, konsumen masih harus menunggu 5-10 menit dan pramuniaga kembali dengan permintaan maaf sebab stok produk tersebut pun tidak tersedia di gudang.



Bila konsumen bertanya lebih lanjut kemungkinan ketersediaan stok produk di cabang lain, sering kali pramuniaga hanya menjawab tidak tahu serta menyarankan konsumen mengunjungi cabang lain secara langsung.



Aplikasi POS: kunci bagi strategi omnichannel

Dari ilustrasi di atas, terlihat sekali bahwa pengalaman berbelanja konsumen dapat terasa sangat berbeda antara *offline* dengan *online*. Padahal, pengalaman berbelanja yang konsisten sangat krusial bagi kemajuan bisnis.

Pasalnya, hanya bisnis yang mendesain customer journey dengan baik yang dapat menjaga posisinya di pasar untuk jangka waktu lama. Maka dari itu, sekarang saatnya pemilik usaha mempertimbangkan strategi *omnichannel* agar pengalaman konsumen di gerai fisik terintegrasi dengan aneka platform lain.

Nah, menghubungkan gerai *offline* dan *online* dengan bantuan aplikasi POS menawarkan banyak keuntungan. Berikut ini beberapa peran penting sistem POS dalam *omnichannel* marketing.

1. Data inventori dapat diakses secara terpusat

Salah satu syarat berjalan baiknya sebuah bisnis, terutama bisnis ritel, adalah manajemen inventori dengan basis data yang diperbarui setiap saat. Dengan sistem POS yang tepat, kamu bisa mengakses data stok di gudang serta di toko secara real time.

Tambahan pula, penjualan pun akan tersinkronisasi secara langsung. Dengan begitu, kamu dapat memenuhi kebutuhan konsumen. Misalnya, menawarkan kebijakan retur baik untuk pembelian langsung maupun pembelian *online*. Produk yang dibeli secara *online* mungkin diretur di gerai fisik ataupun sebaliknya.

Kamu juga dapat memeriksa ketersediaan stok dengan mudah sehingga bisa memberikan rekomendasi bagi konsumen. Tidak ada lagi risiko pesanan tidak terpenuhi akibat informasi stok yang tidak akurat.

2. Mengoptimalkan proses penjualan

Selain inventori selalu up to date, sistem POS akan membantumu mengoptimalkan proses penjualan. Sebagai contoh, kamu dapat menjawab pertanyaan konsumen dengan

cepat sebab informasi produk dapat dicantumkan di dalam sistem

Dari sisi pengalaman konsumen, kamu bisa mengoptimalkannya dengan memanfaatkan aneka fitur seperti *payment*. Kamu leluasa menerima aneka opsi pembayaran, baik *cash* maupun digital.

Tidak hanya itu, kamu juga dapat mengelola transaksi di berbagai kanal dengan mudah jika aplikasi POS yang dipilih sudah terintegrasi dengan marketplace. Dengan demikian, konsumen akan merasa pengalaman bertransaksi dengan bisnismu menyenangkan.

3. Program promosi dan penawaran yang dipersonalisasi

Membuat penawaran dan program promosi yang dipersonalisasi tidak hanya bisa dilakukan secara *online*. Dengan memanfaatkan sistem POS, kamu juga dapat melakukannya di gerai fisik.

Di dalam sistem POS, riwayat transaksi konsumen terdokumentasi dalam

database. Kamu dapat menganalisisnya serta membuat program khusus bagi konsumen.

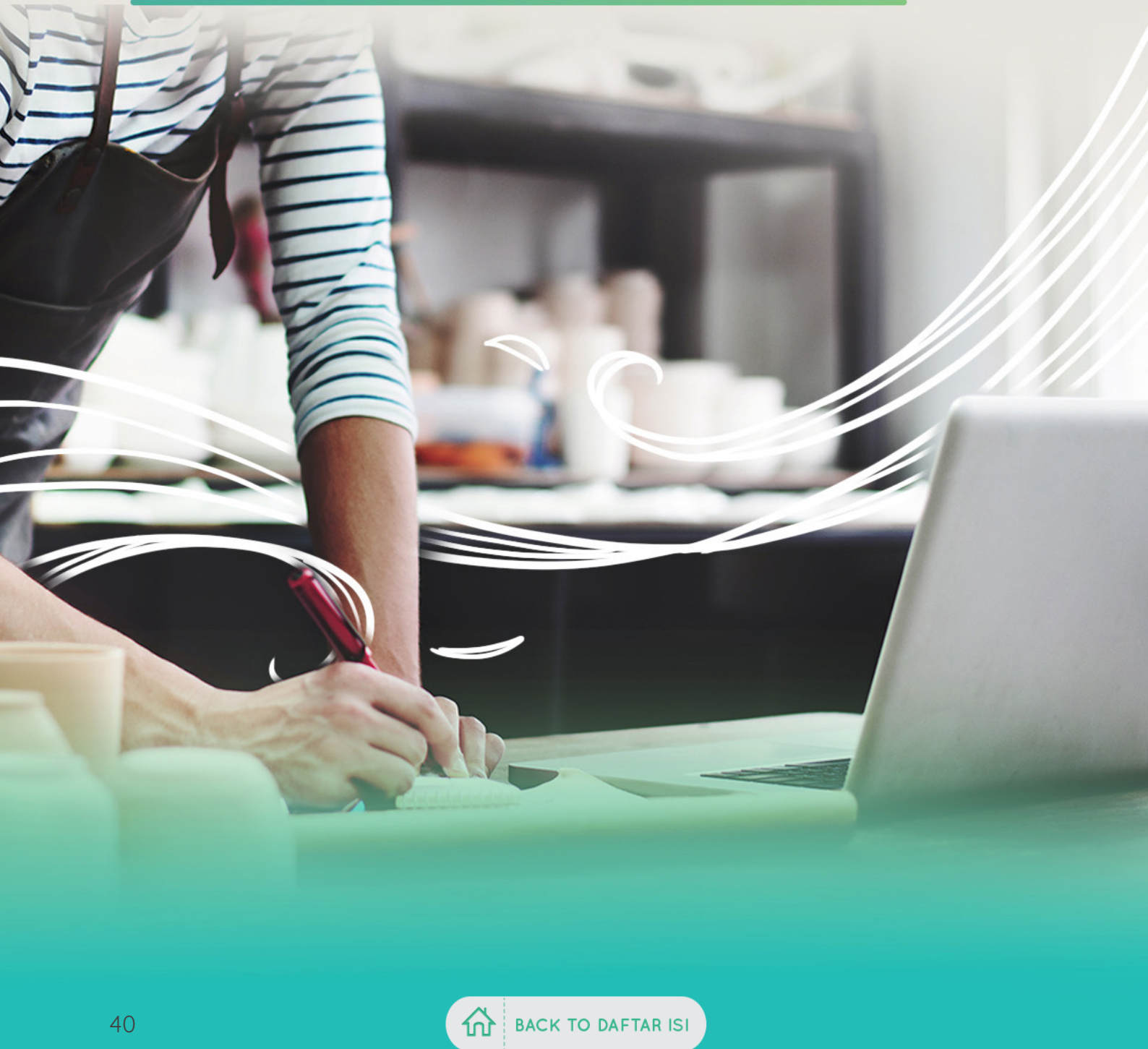
Sebagai contoh, kamu dapat melihat produk yang sering dibeli konsumen di dalam sistem POS. Lalu, saat konsumen tersebut berkunjung ke gerai, tim yang bertugas bisa langsung menawarkan produk. Dengan begitu, konsumen akan merasa spesial sebab produk kesukaannya diketahui oleh bisnis milikmu. Hal serupa tentu dapat diterapkan di platform *online*.

Jadi, apakah bisnismu sudah menerapkan *omnichannel marketing* dan menggunakan sistem POS andal?



09

Leora: Lebih Mudah Kelola Kedai Kopi dengan Aplikasi POS



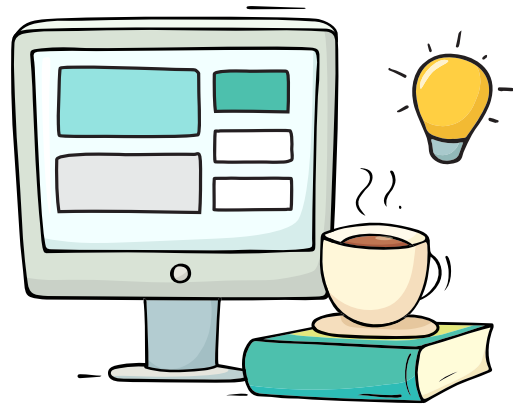
Sejak 1960, konsumsi kopi mulai bertumbuh secara eksponensial. Masa inilah yang ditandai sebagai *first wave coffee* oleh para coffee enthusiast. Beberapa dekade kemudian, kopi tidak lagi dipandang sebagai komoditas belaka. Para penikmatnya mulai menilik kualitas serta mengapresiasi proses *from bean to cup* yang menjadi garis awal *third wave coffee*.

Saat ini, obrolan tentang kopi tidak hanya dipandang seksi dari segi wawasan, tetapi juga bisnis. Tren bisnis kedai kopi terus meningkat dari tahun ke tahun. Leora Coffee merupakan salah satu bisnis kopi yang tidak mau ketinggalan.

Meskipun tampak menggiurkan, bukanlah rahasia mengelola bisnis di sektor food and beverage memang sangat menantang. Akan tetapi, Leora Coffee menemukan cara agar pengelolaan bisnis *coffee shop* menjadi lebih mudah.

Rahasia lebih mudah kelola bisnis versi Leora Coffee

Leora sendiri awalnya bukanlah bisnis coffee shop. Agus Rianto lebih dahulu membangun bisnis *interior design* dengan brand Leora Home. Seiring



berjalannya waktu, Agus melihat peluang dan mendirikan Leora Coffee pada 2017.

Pengunjung kerap memesan menu Es Kopi Kanan atau Es Kopi Kiri dari kedai yang menghadirkan menu dengan harga mulai dari belasan hingga puluhan ribu rupiah ini. Es Kopi Kanan biasanya dipesan oleh mereka yang menginginkan kopi susu *creamy*. Sementara itu, pencinta kopi pekat cenderung memesan Es Kopi Kiri dengan sensasi kopi yang lebih *strong*.

Terlepas dari keberhasilan Agus mengelola bisnisnya sampai tercipta menu-menu best seller seperti di atas, perlu diakui bahwa pengelolaan *coffee shop* selalu penuh tantangan. Ada banyak aspek yang perlu diperhatikan dalam kegiatan operasional harian sehingga sangat menyita waktu serta energi.



Kabar baik bagi Agus karena ia menemukan aplikasi POS majoo yang memudahkannya dalam mengelola Leora Coffee. Aplikasi majoo bukan sekadar aplikasi kasir online biasa sebab fitur-fiturnya lebih komprehensif.

Bagi Agus sendiri, beberapa fitur yang dihadirkan majoo terasa sangat meringankan bebannya dalam mengelola Leora Coffee. Sebut saja, fitur absensi karyawan yang memungkinkan para staf Leora Coffee memasukkan data kehadiran ke sistem POS. Dengan begitu, pemilik dapat memantau durasi kerja karyawan secara real time.



Pengelolaan kafe pun menjadi lebih mudah sebab Agus dapat memeriksa pendapatan secara langsung, baik pendapatan harian maupun bulanan. Pasalnya, tersedia fitur laporan keuangan pada aplikasi majoo.

Lebih dari itu, aplikasi majoo juga dilengkapi dengan aplikasi inventori untuk mengelola stok secara akurat. Menurut Agus, fitur *stock opname* dalam aplikasi ini sangat memudahkannya dalam menjalankan Leora Coffee. Sebagai

pemilik, ia bisa mengontrol stok yang keluar secara rinci.

Jumlah stok yang digunakan dapat dilihat per hari, bahkan per jam melalui aplikasi POS yang satu ini. Dengan demikian, kecil kemungkinan kamu mempunyai kelebihan stok atau terlambat melakukan restock bahan baku karena jumlah inventori selalu terkontrol.

Menariknya lagi, kemudahan-kemudahan tersebut tidak hanya dirasakan oleh pemilik usaha, tetapi juga karyawan yang berjabat langsung dalam operasional bisnis. Kepada tim majoo Bayu Khairulmami, salah satu barista Leora Coffee, bercerita bahwa tugasnya dimudahkan berkat kehadiran aplikasi majoo.

Ia tidak perlu lagi melakukan pencatatan-pencatatan manual karena pendapatan harian, pengeluaran, serta alokasi bahan baku sudah terdokumentasi secara otomatis pada sistem majoo. Laporan-laporan tersebut diperbarui secara real time setiap kali ada transaksi di Leora Coffee.

Di samping itu, salah satu hal yang tidak kalah penting, aplikasi majoo juga membantu Leora Coffee dalam

menjalankan kampanye marketing. Fitur yang kerap digunakan oleh kafe yang satu ini adalah SMS *blast*.

Jadi, apabila ada calon konsumen dalam radius beberapa kilometer dari lokasi Leora Coffee, SMS marketing akan dikirimkan. Biasanya, pesan singkat tersebut berisi informasi tentang program promosi yang sedang berjalan di Leora Coffee.

Cara ini diakui Agus mampu membantu menarik minat pengunjung untuk menyambangi Leora Coffee. Selain itu, metode marketing ini juga membantu

meningkatkan loyalitas pelanggan.

Berkat penggunaan aplikasi POS yang tepat, Agus memperoleh kemudahan dalam mengelola Leora Coffee. Dengan begitu, dirinya dapat fokus pada pengembangan bisnis Leora Coffee sekaligus Leora Home sebab hal-hal administratif yang menyita waktu sudah diambil alih oleh sistem.

Tidak berlebihan bila dikatakan bahwa keputusan mengambil #langkahmajoo benar-benar berpengaruh terhadap kemajuan bisnis. Kamu sendiri, sudah siapkah mengambil #langkahmajoo?



10

Sarang Vapers: Integrasi Marketplace Dongkrak Penjualan



Beberapa tahun belakangan ini rokok elektrik atau vape sudah menjadi *lifestyle* baru, sebagai pengganti rokok bagi anak muda. Pertumbuhan pengguna vape makin tahun kian banyak, sehingga bisnis vape menjadi salah satu pilihan usaha yang terbilang menjanjikan.

Tren vape semakin menjamur di berbagai wilayah di tanah air, terutama di kota-kota dan wilayah besar seperti Jakarta, Bandung, Surabaya, Bali, dan kota lainnya. Banyak perokok yang beralih menggunakan vape. Hal ini karena vape dirasa lebih aman, memiliki rasa yang sangat beragam, dan terdapat pilihan kandungan nikotin.

Meskipun seperti bisnis lain yang lebih sepi selama pandemi, bisnis ini masih terus bertahan, salah satunya karena saat ini vape sudah menjadi kebutuhan untuk anak muda, demikian pendapat Steve, admin Sarang Vapers Bali Vape Store. Terutama ketika mereka sudah percaya pada produk yang dijual dan nyaman dengan pelayanannya, tentunya mereka akan kembali lagi untuk membelinya

Penjualan secara online dapat terintegrasi ke marketplace

Sarang Vape Store Bali menggunakan aplikasi

majoo untuk operasional bisnisnya. Fitur aplikasi majoo yang digunakan Sarang Vape Store adalah kasir *online*, QRIS dynamic, dan *e-commerce* untuk penjualan secara online yang terintegrasi ke *marketplace*.

Steve mengatakan bahwa sebelum menggunakan aplikasi majoo, pendapatan vape storenya hanya menghasilkan 50-60 juta per bulan. Namun, setelah menggunakan aplikasi majoo dapat menembus penghasilan 100 juta per bulan.

Aplikasi majoo punya fitur-fitur unggulan, salah satunya *e-commerce* yang dapat terintegrasi ke marketplace. Sehingga ketika mengunggah produk baru, kita tidak perlu *login* ke beberapa marketplace. Aplikasi majoo akan otomatisasi *upload* produk baru tersebut ke beberapa *marketplace* yang sudah kita daftarkan. Cara *upload* produknya dengan memasukkan foto, nama barang, deskripsi produk, dan harga barang. Setelah terisi dengan benar, tinggal klik *upload* barang, dan produk akan otomatis masuk ke etalase toko di *marketplace* yang sudah didaftarkan.

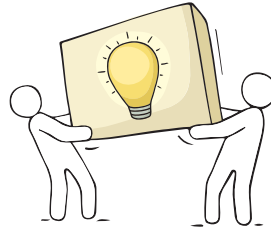


Tidak perlu risau jika stok produk yang kamu jual berada di bawah minimum, nantinya akan ada notifikasi yang akan memberitahumu. Penggunaan

fitur ini, pastinya membuat admin bisnis lebih mudah dalam mengelola stok dan transaksi di *marketplace*.

Tingkatkan penjualan melalui marketplace

Penjualan pada bisnismu akan semakin meningkat dengan adanya integrasi ke *marketplace*, yang mampu menjangkau konsumen di seluruh Indonesia.



Dengan adanya integrasi langsung ke aplikasi majoo, maka semua pesanan yang masuk dari *marketplace* yang sudah kamu daftarkan akan diproses, dikirim, dan kamu juga akan mendapatkan *settlement* penjualannya.

Kemudahan dalam mengelola produk, stok, dan penjualan dalam satu tempat

Semua pengelolaan produk, stok, dan penjualan dari *marketplace* dapat dilakukan melalui dashboard majoo. Tentunya sangat praktis dan kamu juga tidak perlu *login* dari *dashboard* masing masing *marketplace*. Semua penjualan dari *marketplace* yang sudah kamu daftarkan akan terintegrasi dengan semua laporan penjualan, *inventory*, hingga pencatatan laporan keuangan dan akunting.

Pendaftaran outlet di marketplace akan mudah melalui majoo

Sebagai *partner* resmi *marketplace* (Tokopedia dan Shopee), proses pendaftaran dapat dilakukan melalui dashboard majoo dengan proses satu pintu yang mudah dan cepat. Saat pendaftaran disetujui maka secara otomatis outlet akan terhubung langsung dengan pesanan *marketplace*. Untuk *marketplace* Blibli dan Bukalapak masih *coming soon*, ya!

Menurut Steve, aplikasi majoo layak dapat nilai 9/10, sehingga Steve merekomendasikannya bagi kamu yang memiliki bisnis untuk membantu dalam merintis bisnis. Apabila kamu mengalami kesulitan atau kendala terkait pengoperasian dan transaksi, kamu bisa langsung menghubungi *customer service* aplikasi majoo. Nantinya *customer service* majoo akan menjelaskan secara detail solusi untuk kendala yang kamu hadapi.

Apakah kamu menginginkan bisnismu maju? Kamu bisa menggunakan aplikasi majoo dengan fitur yang sudah *all-in-one*. Selain dapat terintegrasi ke *marketplace*, dengan menggunakan aplikasi majoo kamu mendapatkan fitur analisa bisnis yang akan membantumu menganalisis aktivitas bisnis yang sedang berjalan secara akurat.