

the majoo preneurs

Berjuta wirausaha maju untuk Indonesia

Cara bikin produk unik
Apa aja ya, tipsnya?

Bisnis offline ft. online
Ini cara cerdas mengombinasikannya!

Menuju era endemi
4 strategi pemasaran yang sesuai



**Menang Bersaing dengan
Kreativitas dan Inovasi**

VOL 22
Juni 2022

Pengantar

Kreatif dan Inovatif, Agar Menang Bersaing

Dua tahun terakhir, kita dituntut untuk beradaptasi dengan situasi yang ada, demi bisa mempertahankan bisnis kita. Segala pembatasan dan keterbatasan mendorong kita untuk terus kreatif dan inovatif dengan memanfaatkan teknologi untuk beralih dari bisnis *offline* konvensional ke bisnis *online*. Secara tidak langsung, dengan bisnis kita bertahan hidup, kita juga membantu perekonomian dengan membuka peluang kerja bagi mereka yang kehilangan pekerjaan.

Saat ini, pembatasan sudah dilonggarkan, dunia bisnis sudah mulai bergerak menuju situasi yang mendekati normal. Namun demikian, upaya kita tidak boleh berhenti di sini. Kita masih harus terus kreatif dan inovatif dalam menyongsong lanskap bisnis yang baru, terlebih dengan bangkitnya kembali bisnis-bisnis *offline* konvensional yang sempat berhibernasi karena tidak mampu beradaptasi.

Pendeknya, persaingan akan semakin ketat. Meski kebanyakan konsumen sudah merasakan nikmatnya transaksi secara

online, dan sebagian sudah mengalami perubahan perilaku, tidak sedikit yang merayakan dicabutnya pembatasan dengan memuaskan kerinduan mereka keluar dari rumah dan berinteraksi langsung dengan bisnis kesukaan mereka.

Dalam edisi kali ini, majoo akan mengajak teman-teman semua untuk mempersiapkan diri menghadapi persaingan bisnis yang lebih ketat di depan. Kita akan bersama-sama mengeksplorasi cara-cara untuk menjadi semakin kreatif dan inovatif untuk bisa lebih maju dan unggul dari kompetitor kita.

Tidak hanya itu, majoo juga mendukung majoopreneurs dengan fitur unggulan aplikasi majoo yang akan membantu bisnis teman-teman memenangi persaingan bisnis di era menuju endemi ini.

Mari, kita menyusun #langkahmajoo bersama agar menang bersaing!

Salam hangat,
Tim Redaksi

Redaksi



Reporter
Nisa Destiana



Reporter
Daniel Prasatyo



VP Marketing
Gary Ghazi



Reporter
Ajar Pamungkas



Project Manager
Mardiana



Graphic Designer
M. Arridho



Managing Editor
Akidna Rahma



Reporter
Dini N. Rizeki



Content Strategist
Tika Ayu



Social Media Admin
Syifa Alma



Creative Head
Reo Ludiansa



Content Director
Ferry Irawan

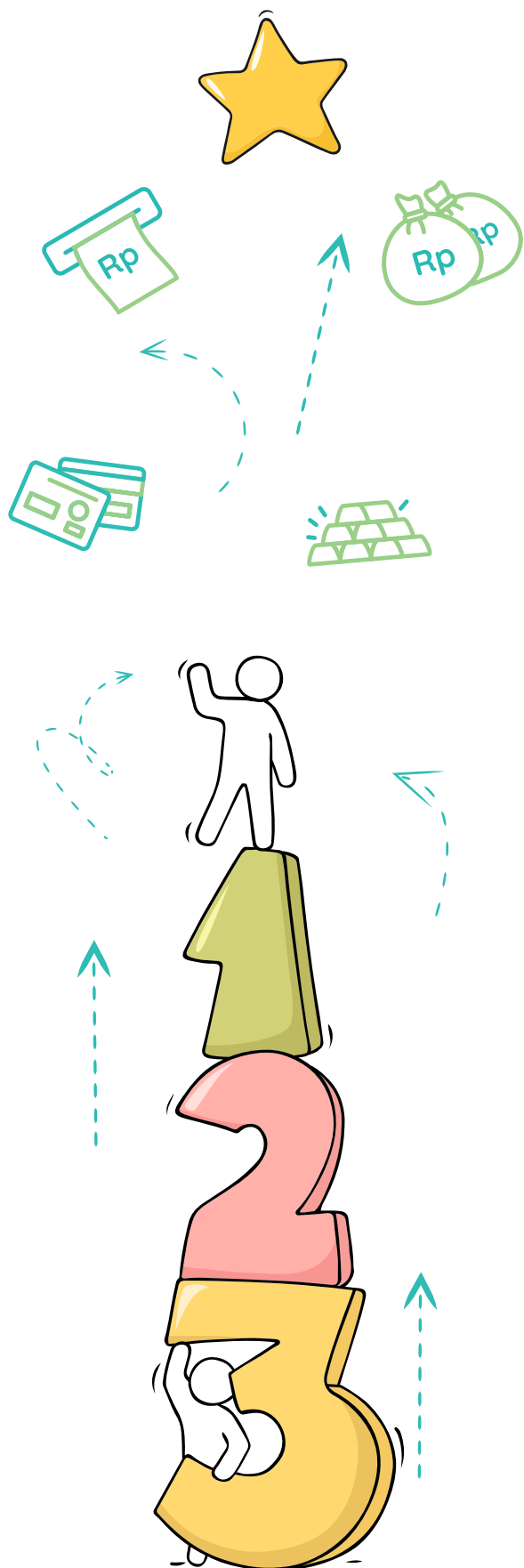


Graphic Designer
Novita Putri



Graphic Designer
Firman





06 4 Strategi Jitu Pemasaran di Era Menuju Endemi



Cara Cerdas Mengombinasikan Bisnis *Offline* dan *Online*

10



14 Ciptakan Produk Unik dengan Tips Sukses Ini!



Pentingnya Fungsi Riset Kompetitor sebagai Inovasi Bisnis

18



24 Mencari *Loyalty Program* yang Kreatif? Intip Idenya di Sini!



Work From Home Bukanlah Kendala, Kelola Tim dengan Aplikasi Ini

29



33 Memenangkan Pasar: Pentingnya Orisinalitas Bagi Bisnis



Intip Strategi Bisnis Ini untuk Bersaing di Era Digital

37



41 5 Tips Melakukan Inovasi Bisnis agar Usahamu Lebih Sukses



Ini adalah Inspirasi Konten Marketing Campaign yang Berhasil!

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.



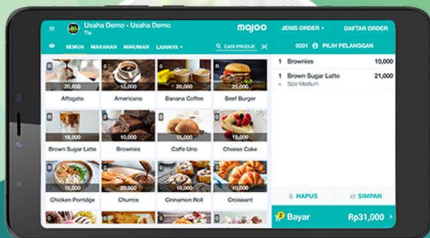
aplikasi wirausaha

PAKET **mojoo** DEAL

Aplikasi Kasir Online
LANGGANAN 24 BULAN
CUMA Rp2,499 JUTA

GRATIS

**TABLET
ADVAN TAB A8**



**STANDEE
COMPACT**



**PRINTER
BLUETOOTH***



INTEGRASI **GrabFood + E-Commerce**

*Gambar tablet hanya ilustrasi

*Syarat & ketentuan berlaku

01

4 Strategi Jitu Pemasaran di Era Menuju Endemi



Kita sedang menuju masa endemi pasca pandemi Covid-19. Jumlah penderita Covid-19 di seluruh dunia sudah semakin menurun, kurvanya sudah semakin landai, termasuk di Indonesia. Level PPKM di beberapa wilayah sudah diturunkan, pemerintah bahkan sudah mulai melonggarkan aturan pemakaian masker.

Hal ini merupakan pertanda baik, terutama bagi sektor perekonomian. Perputaran ekonomi yang dulunya sempat macet, bahkan mandek saat pandemi melanda, kini sudah mulai bisa bergerak lagi.

Menyambut momen ini, rasanya para pebisnis atau pemilik usaha perlu memikirkan strategi pemasaran baru yang sesuai agar bisa beradaptasi dengan kondisi di masyarakat sekaligus tetap bisa mendapatkan keuntungan.

Salah satu hal yang identik dengan momen ini adalah mulai bangkitnya toko-toko dan bisnis *offline* namun juga tetap dibarengi dengan strategi pemasaran *online* yang sudah dipercaya oleh masyarakat sebagai metode jual-beli yang baik dan praktis.



Strategi Pemasaran yang Tepat

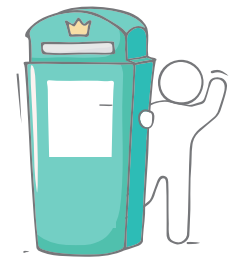
Untuk mampu beradaptasi menghadapi momen ini, ada beberapa strategi pemasaran yang bisa kamu coba terapkan dalam bisnismu, antara lain:

1. Tentukan Konsep Toko Offline

Seperti sudah sempat disinggung tadi, memasuki masa endemi artinya toko-toko atau bisnis yang dilakukan secara *offline* mulai bangkit lagi. Jika sebelum masa pandemi kamu sudah memiliki toko atau bisnis yang dijalankan secara *offline*, sekaranglah saat yang tepat untuk memperbaikinya.

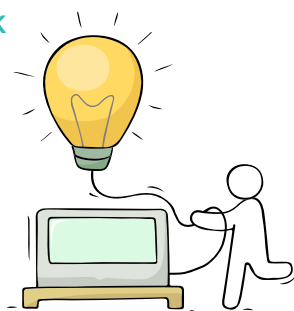
Pertama, tentukan konsep toko *offline* milikmu. Kira-kira masih akan mengusung tema lama yang selama ini digunakan atau merombak total semuanya. Siapkan *budget* yang sesuai untuk perombakan ini.

Sebagai saran, kamu bisa mencari ide tema toko *offline* di internet. Carilah yang bisa menarik minat konsumen untuk datang, mampir, dan mengeksplorasi toko milikmu tanpa mereka merasa bosan atau jenuh.



2. Inovasi Produk

Entah sudah berapa kali dibahas, namun sekali lagi sebaiknya kamu tanamkan dalam pikiran bahwa inovasi produk adalah hal yang sangat penting dalam strategi pemasaran. Bukan hanya di momen menuju endemi, namun di momen seperti apa pun.



Inovasi produk bukan berarti kamu harus memiliki stok barang baru di setiap saat, namun lebih condong ke cara kamu mengemas barang lama hingga terlihat menjadi sebuah barang yang baru. Bisa kamu coba dari mengganti packaging produk, label atau logo bisnis, sampai dengan berbagai macam promo.

Inovasi produk bisa menjadi sebuah strategi pemasaran yang sangat menguntungkan. Selain bisa menambah nilai jual, memperkuat posisi bisnis di kalangan kompetitor, inovasi produk bisa memperluas jaringan pasar bisnismu di momen menuju endemi ini.

3. Seimbangkan Penjualan Offline dan Online

Mungkin dulu kamu yang terbiasa berjualan dengan sistem *offline* alias

bertatap muka langsung dengan konsumen harus beradaptasi dengan penjualan *online* saat pandemi melanda Indonesia.

Nah, sekarang adalah waktu yang tepat untuk menyeimbangkan keduanya. Memang bukan perkara mudah untuk dijalankan, namun tetap pantas dicoba sebagai salah satu strategi pemasaran bisnis yang jitu.



Kamu bisa mencoba memanfaatkan *Call to Action (CTA)* atau ajakan bertindak untuk mengarahkan konsumen dari *offline* ke *online*. Misalnya, kamu bisa mengundang mereka untuk mengunjungi website atau media sosial bisnismu dengan cara memasang papan iklan yang kamu pasang di toko atau *outlet offline*.

Call to action tersebut dapat berupa 'Kunjungi website kami untuk detail selengkapnya' atau 'Scan me' dengan menampilkan kode QR yang mengarahkan mereka ke promo khusus atau semacamnya. Jangan lupa juga untuk selalu mencantumkan alamat web maupun akun media sosial di semua media cetak yang ada di toko *offline*.

Sebaliknya, kamu juga bisa mencantumkan alamat toko atau *outlet offline* pada akun media sosial atau website bisnismu.

4. Manfaatkan Google Business

Satu hal yang juga bisa kamu coba sebagai strategi pemasaran di era menuju endemi adalah dengan menambahkan bisnismu di Google Business yang tersinkron dengan Google Maps.



Dengan begitu, konsumen akan percaya bahwa bisnis yang kamu jalankan benar-benar eksis dan tidak gaib. Selain itu, informasi bisnis yang kamu masukkan di Google Maps, menjadikan para konsumen bisa langsung menghubungi atau datang berkunjung ke alamat seperti yang tercantum pada Google Maps.

5. Maksimalkan Program Promo

Apa pun kondisinya, program promo adalah solusinya. Kalimat ini tidak berlebihan, kok.



Promo yang menarik akan selalu mendatangkan keuntungan bagi pebisnis.

Kamu bisa memaksimalkan program promo dengan menyesuaikan kebutuhan konsumen. Mengetahui yang dibutuhkan para konsumen kemudian menyajikannya dalam bentuk promo tidak hanya membantu pebisnis dalam meningkatkan angka penjualan, tapi juga bisa menjaga tingkat kepuasan konsumen.

Misalnya, memberikan membership atau keanggotaan gratis kepada para konsumen setia yang membeli kebutuhannya setiap bulan di tokomu, atau memberikan promo *buy1 get 1* untuk konsumen yang baru saja mencoba produk yang kamu tawarkan.

Jika ternyata kamu bingung menentukan program promo yang tepat untuk bisnis dan konsumenmu, kamu bisa mencoba fitur promo dan fitur membership dan loyalty yang ada pada aplikasi majoo. Tidak akan ada lagi momen kebingungan menentukan promo, deh. Yuk, lengkapi pengelolaan bisnismu dengan berlangganan majoo!

02

Cara Cerdas Mengombinasikan Bisnis *Offline* dan *Online*



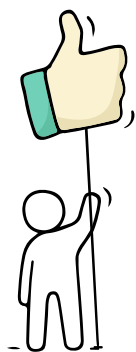
Bisnis *offline* atau bisnis yang dilakukan secara langsung face to face antara pihak pemilik bisnis dan konsumennya merupakan bentuk bisnis yang sudah dilakukan sejak lama. Dengan berbagai alasan, pola ini terus diterapkan oleh para pebisnis.

Namun, perkembangan teknologi, perubahan pola pikir masyarakat, hingga kondisi pandemi Covid-19 yang melanda dunia sejak dua tahun terakhir mengakibatkan konsep bisnis *online* menjadi lebih digemari oleh masyarakat sebagai konsumen.

Jika dulunya konsep bisnis *offline* dan bisnis *online* ini dianggap hanya bisa berdiri terpisah dan tidak bisa dilakukan secara bersamaan, tidak begitu halnya dengan yang terjadi saat ini. Kombinasi antara bisnis *offline* dan *online* diyakini bisa menjadi strategi pemasaran yang tepat bagi para pemilik bisnis untuk bertahan di tengah gempuran teknologi.

Konsep Bisnis Offline dan Bisnis Online

Sebelum kamu menyimak cara mengombinasikan bisnis *offline* dan bisnis

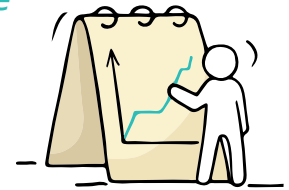


online untuk memaksimalkan angka penjualan dan keuntungan, ada baiknya kamu berkenalan lagi dengan konsep bisnis *offline* dan bisnis *online* tersebut.

1. Bisnis Offline

Secara sederhana, bisnis *offline* merupakan bisnis atau usaha yang dilakukan

dengan berbagai cara pendekatan langsung pada konsumen. Strategi pemasaran yang biasanya dilakukan adalah dengan membuat spanduk di sekitar toko atau bisa juga dengan membagikan brosur. Umumnya, konsumen yang mengunjungi toko tersebut hanya masyarakat yang berada di daerah sekitarnya.



2. Bisnis Online

Bisnis *online* merupakan kebalikan dari bisnis *offline*. Strategi pemasaran yang digunakan

dalam bisnis *online* biasanya dengan memaksimalkan *SEO* (*Search Engine Optimization*), *SEM* (*Search Engine Marketing*) dan media sosial. Dengan begitu, cakupan untuk memilih pelanggan lebih luas baik dalam negeri maupun luar negeri.



Strategi Kombinasi Bisnis Offline dan Bisnis Online

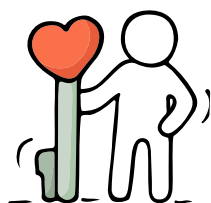
Bila dilihat dari pengertian kedua jenis bisnis tersebut, satu hal yang tampak jelas adalah perbedaan konsep dan metode bisnis yang dijalankan. Tidak heran jika akhirnya banyak orang yang ragu bahwa kedua jenis bisnis ini bisa dilakukan secara bersamaan atau dikombinasikan dengan baik.

Padahal, di era digitalisasi bisnis seperti sekarang, pemilik bisnis seharusnya bukan hanya sekedar memajang produk mereka secara *offline* di etalase toko atau outlet dan menunggu konsumen yang datang untuk membeli. Pebisnis sudah seharusnya memiliki visi pemasaran digital yang secara aktif mampu menjangkau konsumennya.

Lantas, apakah ada cara yang bisa dilakukan untuk menggabungkan bisnis *offline* dan bisnis *online* dengan baik dan menguntungkan? Tentu saja ada.

1. Cari dan Temukan Media Titik Temunya

Cara pertama yang



bisa kamu lakukan untuk melakukan kombinasi ini adalah dengan fokus mencari dan menemukan sumber media yang bisa digunakan untuk mempertemukan kedua jenis bisnis tersebut.

Contohnya, kamu memasarkan sebuah produk bisnismu di papan reklame atau surat kabar, maka pemasaran atas produk yang sama bisa kamu lakukan juga dengan memanfaatkan iklan digital atau konten di media sosial atau *marketplace*.

Salah satu ide kreatif yang bisa diterapkan adalah dengan menciptakan sebuah konsep iklan yang unik dan bisa menarik perhatian audiens. Pasang iklan unik tersebut pada *billboard* di titik-titik tertentu di kota besar yang memancing rasa penasaran banyak orang hingga akhirnya viral.

2. Tingkatkan Pelayanan

Jika masih ada pebisnis yang menganggap bahwa pelayanan konsumen adalah hal yang tidak penting, hal itu benar-benar salah dan tidak patut ditiru. Apalagi jika kamu sudah memutuskan untuk mengkombinasikan bisnis *offline* dan *online*.

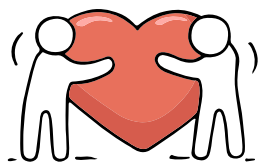


Berikan pelayanan sebaik-baiknya pada konsumen yang berbelanja langsung ke toko atau outlet, dan pastikan pelayanan yang sama akan mereka dapatkan jika berbelanja secara *online*. Bila perlu, kamu bisa mempekerjakan admin khusus toko *online* yang bisa membantu kamu memberikan pelayanan terbaik untuk seluruh konsumen.

3. Buat Konten yang Bermanfaat Baik *Online* maupun *Offline*

Poin ini berhubungan dengan media pemasaran dan promosi dalam bisnis seperti yang tadi sudah dibahas. Hal yang perlu kamu perhatikan adalah untuk membuat konten yang menarik tapi juga bermanfaat bagi konsumen.

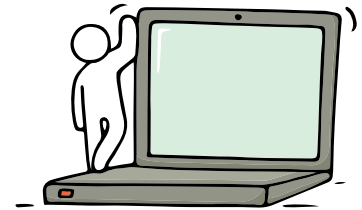
Misalnya, buatlah sebuah konten relevan yang tidak terlalu menonjolkan promosi sehingga secara alami akan beresonansi dengan orang-orang yang membutuhkan informasi tersebut.



Dari rasa butuh itulah, audiens akan mencari produk yang kamu tawarkan dalam bisnismu. Proses mencari ini nantinya bukan hanya mereka lakukan

secara langsung tapi juga secara *online*, dengan memanfaatkan *search engine* di internet.

Jangan lupa untuk mengaktifkan semua *platform* digital mulai dari website, aplikasi, hingga media sosial agar bisnis *offline* yang sudah berjalan bisa makin dikenal sebagai sebuah bisnis *online* yang solid pula.



4. Gunakan Affiliate Marketing

Secara umum, pengertian affiliate marketing atau pemasaran afiliasi adalah salah satu bentuk kerja sama yang dilakukan oleh pihak pemilik bisnis dengan orang lain yang dilakukan sebagai kegiatan pemasaran untuk kebutuhan ekspansi bisnis.

Kamu bisa coba menjalankan *affiliate marketing* ini pada bisnis *offline* yang sudah kamu mulai. Caranya adalah dengan menganjurkan atau menyarankan konsumen bisnis *offline* kamu untuk mengiklankan produkmu kepada teman-teman atau *followers*-nya di media sosial.



Jika ternyata ada banyak orang yang tertarik dengan iklan yang mereka pasang, kamu bisa memberikan bonus atau komisi untuk mereka. Sebuah simbiosis mutualisme yang sangat menguntungkan, kan?

Bagaimana?
Ternyata tidak susah kan mengombinasikan bisnis *offline* dan bisnis *online*?

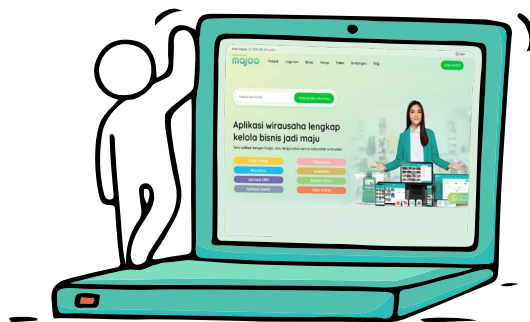
Jika kamu tertarik untuk mencoba, pastikan bisnis yang kamu jalankan sudah menggunakan

aplikasi yang tepat untuk mendukung kegiatan toko *online* tersebut, ya! Seperti fitur aplikasi toko *online* yang disediakan oleh majoo.

Fitur ini juga bisa kamu gunakan untuk

mengatur promosi di beberapa akun *marketplace* jualanmu langsung dari dashboard majoo, dengan berbagai jenis pengaturan promo yang menarik untuk konsumen dan

meningkatkan penjualan. Buruan daftar sekarang, yuk!



03

Ciptakan Produk Unik dengan Tips Sukses Ini!



Apa pun bidang bisnis yang kamu jalankan saat ini, pada dasarnya membutuhkan berbagai faktor untuk meraih kesuksesan, salah satunya adalah dengan menciptakan produk unik dalam tahap produksi.

Banyak pebisnis yang menyadari bahwa inovasi produk merupakan faktor penting demi meningkatnya angka penjualan, namun tidak sedikit dari mereka yang akhirnya mengesampingkan proses produksinya. Padahal, proses produksi merupakan awal dari terciptanya produk unik yang bisa kamu jadikan sebagai komoditas berharga.

Pemahaman ini akhirnya juga memberikan gambaran bagi para pebisnis bahwa perlu adanya tips sukses khusus dalam menciptakan produk unik yang mampu menarik minat konsumen.

Tips Sukses Hasilkan Produk Unik dan Menarik

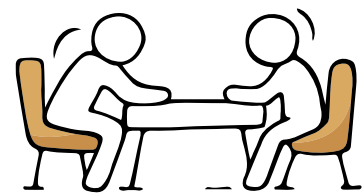
Ada 3 hal yang bisa kamu lakukan untuk memastikan bahwa bisnismu menjual produk unik dan menarik untuk dipilih oleh konsumen.



1 Libatkan Pelanggan

Salah satu analogi yang berlaku dalam bisnis adalah pemilik suatu bisnis pastinya akan lebih memilih membeli atau menggunakan produknya daripada produk lain. Misalnya, kamu memiliki bisnis yang menghasilkan produk sabun pembersih wajah, peluang untuk menggunakan sabun merek lain pun menjadi sangat kecil.

Selanjutnya, yang sering pula terjadi adalah orang-orang yang



terlibat langsung di sebuah bisnis, mulai bos, manajer sampai dengan para karyawannya kemungkinan akan menggunakan sekaligus merekomendasikan produk yang mereka tawarkan.

Konsep inilah yang bisa kamu coba untuk diterapkan pada pelanggan. Cobalah beri mereka *customer experience* yang unik dan berbeda, misalnya bertanya mengenai jenis inovasi yang mereka butuhkan, mengundang mereka untuk berkeliling di tempat produksi untuk melihat proses keseluruhan hingga produk diluncurkan, dan lain sebagainya.

2. Tambahkan Cerita Personal

Dengan makin meningkatnya pemahaman literasi masyarakat, mereka menginginkan cerita personal di balik terciptanya sebuah produk unik tersebut. Cerita yang menyentuh dan tidak kalah unik bisa menjadi nilai tambah bagi produk yang kamu jual.



Salah satu contoh cerita personal yang mungkin melekat di hati dan pikiran masyarakat sebagai konsumen adalah kisah mengenai perusahaan Apple yang dimulai dari sebuah garasi kecil di California sebelum akhirnya berkembang menjadi perusahaan teknologi terkemuka di dunia seperti saat ini.

Produk unik yang diiringi dengan kisah yang menarik hati pastinya akan meninggalkan kesan tersendiri pada bisnismu.

3. Kustomisasi

Pelanggan adalah orang-orang yang secara sadar rutin menggunakan produk unik dari bisnismu. Otomatis, mereka paham benar produk seperti apa yang mereka inginkan.

Di sinilah kamu bisa melakukan kustomisasi untuk dijadikan sebagai daya tarik sendiri dalam bisnismu, baik untuk menggaet pelanggan baru maupun mempertahankan pelanggan lama.

Misalnya, di sebuah kafe kopi kekinian, pemilik kafe tersebut membiarkan konsumen yang datang untuk mengarang atau menciptakan sendiri minuman yang mereka inginkan.



Cara ini awalnya mungkin hanya mendatangkan rasa senang pada konsumen karena bisa menciptakan menu yang mereka mau. Padahal, jika dilihat dengan serius, menu-menu yang tercipta tadi bisa menjadi produk unik yang juga layak jual. Apalagi bila mereka akhirnya menyebarkan campuran menunya pada teman atau kolega yang lain.

Tahap Penciptaan Produk Unik dalam Bisnis

1. Menciptakan Ide

Hal pertama yang harus kamu lakukan tentu saja adalah mencari atau menciptakan ide. Ini bisa melalui

proses *brainstorming* dengan tim agar mendapatkan lebih banyak ide. Tampung saja semua ide tersebut sampai benar benar merasa kehabisan ide.

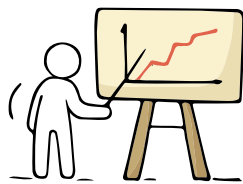
2. Pengujian Konsep

Ide yang sudah kamu seleksi nantinya akan dikembangkan menjadi sebuah konsep produk. Pada tahap ini konsep sebaiknya sudah rinci dan masuk akal. Konsep-konsep tersebut diuji kelengkapannya, kerasionalannya, dan kelayakannya.



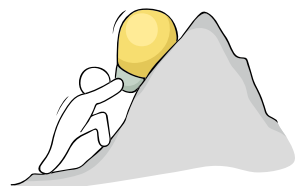
3. Analisis Bisnis

Analisis bisnis mencakup banyak hal, seperti biaya, pendapatan, prospek, dan risiko produk. Semua bentuk analisis ini sebaiknya sudah disiapkan sebelum berlanjut ke pengembangan produk.



4. Pengembangan Produk

Setelah kamu melakukan analisis bisnis secara lengkap, dan ternyata produk tersebut dinilai layak, maka produk bisa dikembangkan untuk



meningkatkan value sehingga daya saing meningkat.

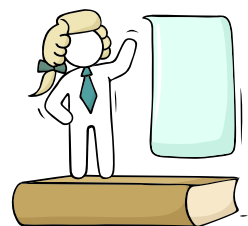
5. Membuat Prototipe

Prototipe atau purwarupa merupakan bentuk awal dari produk yang nantinya akan kamu pasarkan. Umumnya, prototipe dibuat untuk memastikan bahwa ide yang kamu miliki benar-benar bisa direalisasikan.

Prototipe juga dibuat untuk memudahkan komunikasi antar anggota tim maupun mengenai produk unik tersebut. Dengan begitu, ide-ide baru dan segar untuk pengembangan produk tersebut pun akan lebih mungkin muncul.

6. Mematenkan Ide

Kenyataannya, ide bagus dalam menciptakan produk unik sangat mungkin untuk dicuri oleh pihak-pihak lain atau kompetitor. Untuk mencegahnya, kamu bisa mematenkan ide dan produk tersebut secara hukum.



Caranya cukup mudah, kamu hanya perlu mengajukan permohonan ke Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual, memenuhi berkas-

berkas yang dibutuhkan, membayar biaya permohonan paten, lalu akan dilakukan pemeriksaan oleh Ditjen KI. Jika sudah disetujui, kamu akan segera memperoleh Sertifikat Hak Paten.

Dari seluruh penjelasan tadi, bisa disimpulkan bahwa peran produksi dalam bisnis adalah sangat penting. Tanpa adanya proses produksi, tidak akan ada produk unik yang bisa dijadikan sebagai komoditas.

Proses produksi ini pastinya juga memerlukan sejumlah modal agar bisa berjalan dengan lancar dan menghasilkan produk yang memiliki nilai guna dan nilai jual yang tinggi.

Kamu bisa mendapatkan modal dari tabungan pribadi, tabungan bersama dengan rekan atau keluarga, atau bisa juga dari pinjaman modal.

Jika opsi terakhir adalah yang kamu pilih, pastikan untuk memilih sumber pinjaman yang baik dan terpercaya. Aplikasi keuangan majoo bisa memberikan bantuan dalam hal pinjaman modal usaha dengan menyediakan bantuan berupa fitur layanan *funding* yang akan memberikan bantuan untuk bisnismu jika memenuhi persyaratan dan memang dinilai layak. Yakin nggak mau berlangganan majoo?



04

Pentingnya Fungsi Riset Kompetitor sebagai Inovasi Bisnis



Mengapa, sih, seorang pelaku usaha harus memahami pentingnya fungsi riset kompetitor? Padahal, untuk fokus mengelola bisnis saja mungkin tenaga yang terpakai sudah habis-habisan. Masa iya masih harus mengurus riset pula?

Eits, jangan salah! Seperti kebanyakan riset atau penelitian—kecuali riset yang dilakukan untuk tujuan evaluasi, ya!—pelaksanaan riset kompetitor umumnya dilakukan di awal atau pada tahap persiapan bisnis. Jika dilakukan di tengah, atau ketika operasional bisnis sudah berjalan, umumnya riset ini dilakukan untuk mempersiapkan perubahan besar dalam skema bisnis.

Oleh karena itu, bukan tidak mungkin dengan melakukan riset-riset tertentu, proses pengelolaan bisnis yang tadinya mungkin terasa rumit dan merepotkan justru akan jadi lebih mudah dan bebas hambatan. Peralnya, ketika kita melakukan suatu riset, hasil yang

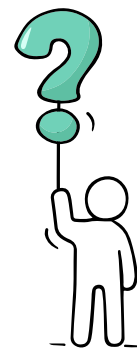


diperoleh dapat menjadi fondasi untuk memastikan penyelenggaraan bisnis ke depannya lebih terarah.

Selain itu, riset kompetitor juga dapat difungsikan sebagai salah satu bentuk inovasi bisnis untuk mendorong angka penjualan. Lho, kok bisa? Bisa, dong! Yuk, Mari kita bahas bersama-sama agar tak salah tangkap!

Riset Kompetitor Itu Sendiri Bukanlah Inovasi Bisnis

Jangan sampai salah, lho! Riset kompetitor sendiri sebenarnya bukanlah bentuk dari inovasi, karena kegiatan yang satu ini merupakan praktik yang sudah lama dilakukan. Selain itu, tidak sedikit pula pelaku usaha yang sebenarnya juga menjalankan riset yang satu ini dalam operasional bisnisnya, sehingga riset kompetitor sendiri tak bisa disebut sebagai barang baru dalam dunia bisnis.



Namun, tidak perlu cemas dan merasa bahwa riset kompetitor merupakan hal yang sepele, karena hasil dari riset yang dilakukan tersebut yang mungkin bisa memunculkan inovasi-inovasi baru dalam menjalankan bisnis.

Apa saja, sih, inovasi yang bisa dihasilkan dengan melakukan riset kompetitor?

Nilai Tambah yang Tidak Dimiliki oleh Pesaing

Pada dasarnya, riset kompetitor dilakukan dengan mencari tahu bagaimana pesaing kita menjalankan bisnisnya, tidak hanya proses produksi atau semacamnya, tetapi juga mencakup cara mereka menjalankan kegiatan pemasaran dan keunggulan produk yang diluncurkannya ke pasaran.



Tentunya, dengan melakukan riset kompetitor, kita dapat memunculkan inovasi bisnis terhadap produk yang ingin kita luncurkan di pasaran agar memiliki nilai tambah yang dapat membuatnya mencolok sekalipun mungkin pihak kompetitor sebenarnya menjual produk yang persis sama. Selain membuat produk kita lebih stand out, inovasi ini juga dapat meningkatkan potensi pelanggan membeli produk yang kita tawarkan, alih-alih produk milik kompetitor.

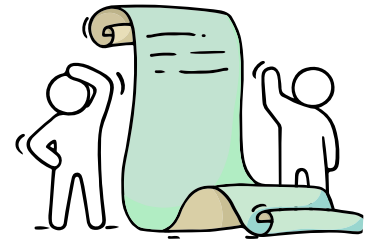
Coba lakukan *follow up* hasil riset kompetitor yang ditemukan, apa saja nilai-nilai yang diunggulkan atau dijual oleh kompetitor? Apakah produk

yang akan dipasarkan juga memiliki nilai-nilai tersebut? Apakah kita bisa melakukan inovasi untuk memunculkan keunggulan lain yang tidak dimiliki oleh pihak kompetitor?

Praktik Terbaik dalam Menghadapi Tantangan Bisnis

Saat melakukan riset kompetitor, mau tidak mau kita akan mencatat pola yang ditunjukkan oleh pesaing bisnis kita dalam menghadapi suatu tantangan atau masalah. Sebagai contoh, apa yang biasanya dilakukan oleh kompetitor saat angka penjualannya anjlok? Apakah mereka memilih untuk mengubah strategi

pemasarannya atau justru sepenuhnya menghentikan proses produksi?



Pola-pola tersebut sesungguhnya dapat dipelajari lebih lanjut untuk mengetahui pertimbangan dari setiap keputusan bisnis yang diambil, kemudian dianalisis untuk menentukan praktik terbaik yang bisa dilakukan di setiap situasi. Praktik ini menjadi penting karena ketika kita bergerak di bidang usaha yang sama, bukan tidak mungkin di kemudian hari kita akan menemui masalah serupa.

Melalui riset kompetitor, kita dapat merumuskan sendiri strategi terbaik

untuk menghadapi tantangan atau masalah bahkan dengan hasil yang lebih baik dibandingkan kompetitor.

Menemukan Daya Tarik yang Diminati Pelanggan

Seringkali seorang pelaku usaha menjalankan bisnisnya berdasarkan apa yang dia suka, tetapi belum tentu yang diminati oleh pelanggan. Bagi pelaku usaha yang baru memulai atau mencoba mengembangkan lini bisnis tambahan, keberadaan riset kompetitor dapat difungsikan sebagai media untuk memetakan apa yang sebenarnya diminati oleh pelanggan dari produk atau jasa serupa.



Tentunya praktik ini dapat menghemat waktu dan tenaga karena kita tidak harus melakukan riset pasar serta produk sekaligus, tetapi dapat melihat gaya pemasaran maupun produk dan jasa yang ditawarkan oleh kompetitor dan diminati oleh pelanggan.

Sisa waktu, tenaga, dan biaya yang ada pun dapat difokuskan untuk hal-

hal lain yang juga perlu diperhatikan, operasional bisnis, misalnya saja.

Ada banyak sekali inovasi bisnis yang bisa ditemukan dengan mengolah hasil riset kompetitor, dan inovasi-inovasi tersebut dapat dimaksimalkan untuk mendorong angka penjualan. Karenanya, jangan ragu untuk melakukan riset kompetitor hanya karena terasa repot dan terlalu kompleks, karena jika dilakukan dengan tepat, riset yang dilakukan dapat membuahkan hasil yang memuaskan pula.

Nah, setelah mengetahui fungsi riset kompetitor, kita dapat mencoba menyusun riset terbaik sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai dan mengelola bisnis secara tepat. Jangan khawatir, pelaku usaha mana pun dapat memanfaatkan aplikasi majoo untuk mengelola bisnisnya dengan sangat mudah melalui berbagai fitur unggulan yang dimilikinya.



Tertarik mencoba? Tunggu apa lagi?! Segera gunakan aplikasi majoo sekarang juga!

majoopreneur Stories

majoopreneur



RENEE
brew and chew

"Di Renee Brew and Chew menurut kami fitur *Food Order* sangat membantu dan memudahkan kami dalam bertransaksi, tampilan kasirnya pun simple sehingga membuat kecepatan transaksi kami dengan customer semakin meningkat..."

Luthfi
Barista Renee Brew and Chew

"Fitur terfavorit Gekko Coffee adalah fitur ringkasan laporan karena dengan menggunakan fitur ini, kami tidak perlu lagi kesulitan untuk menghitung secara manual karena semuanya bisa dikerjakan secara digital."

Kemal Ferdianto
Head Marketing Gekko Coffee



GEKKO

"Fitur majo yang paling sering kami gunakan adalah aplikasi kasir karena kami bisa memantau informasi penjualan secara *real time*. Selain itu kami juga menggunakan *food order online* yang membuat penjualan *online* kami lebih rapi dan teratur."

Bayu
Owner The Dimsum In



The Dimsum In & Kitchen
EST 2018
DIMSUM IN
THE REAL TASTE OF DIMSUM

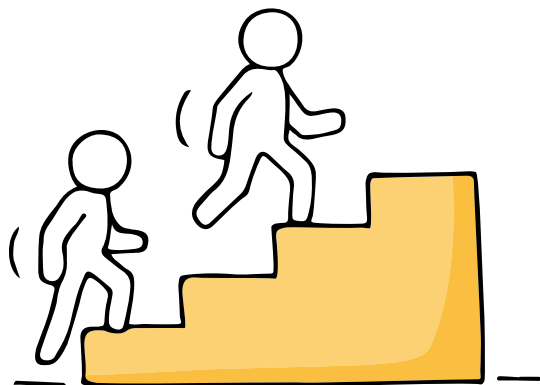
05

Mencari Loyalty Program yang Kreatif? Intip Idennya di Sini!



Apakah *majoopreneur* menyadari bahwa menjual produk kepada pelanggan lama jauh lebih mudah daripada menggaet konsumen baru? Pelanggan sudah tahu penawaranmu dan sudah tertarik dengan merekmu. Karena itu, *loyalty program* menjadi salah satu elemen esensial untuk menjaga retensi konsumen.

Kompetisi di pasaran memang terbilang ketat, tetapi kamu masih tetap bisa memenangkan perhatian pelanggan dengan menghadirkan program loyalitas pelanggan yang inovatif.



Program loyalitas pelanggan bisa menjadi salah satu cara efektif untuk mempertahankan konsumen lama sambil menarik konsumen baru. Karena itu, kini banyak bisnis mengadopsi sistem membership yang fleksibel bagi setiap member serta memungkinkan bisnis membuat promosi yang unik.

Kalau kamu belum memiliki ide *loyalty program* yang akan kamu tawarkan

kepada konsumen, coba cek beberapa inspirasi kreatif berikut ini!

TokoPoints dari Tokopedia

Untuk meningkatkan repeat order para pelanggan setia, Tokopedia

meluncurkan program loyalitas yang disebut TokoPoints. Meskipun ada marketplace lain yang juga membuat program serupa, TokoPoints tetap berhasil menyita perhatian para *online shopper*.



Program TokoPoints memungkinkan konsumen Tokopedia bisa mengumpulkan *loyalty* dan poin baik melalui situs ataupun aplikasi. Poin dapat ditukar menjadi kupon yang tersedia di Katalog Kupon.

Sementara itu, *loyalty* bisa meningkatkan level status keanggotaan, mulai dari *classic, silver, gold*, hingga platinum. Keuntungan keanggotaan sendiri, antara lain gratis ongkos kirim, potongan harga, dan *cashback*.

Amazon Prime

Amazon memiliki program loyalitas pelanggan yang cukup populer, yaitu Prime.



Pelanggan yang menjadi anggota Prime mempunyai akses pada fasilitas *two-day shipping* secara gratis untuk jutaan barang.

Tidak hanya itu, Amazon juga memberikan keuntungan lain seperti akses pada layanan *streaming* dan diskon *Prime Day*.

Produk yang dijual di Amazon bisa ditemukan oleh konsumen di gerai atau platform lain. Nah, pembeda Amazon dari kompetitornya ialah program loyalitas pelanggan.

Berkat program Prime, Amazon berhasil meningkatkan penjualan berulang. Anggota setia Prime rata-rata membelanjakan uang empat kali lebih banyak dibandingkan dengan konsumen Amazon lainnya. Sepertinya program *membership* seperti ini layak untuk kamu pertimbangkan.

Beauty Insider ala Sephora

Ide program loyalitas yang inovatif lainnya datang dari Sephora.

Brand ini hadir dengan program Beauty Insider yang melayani 17 juta anggota di berbagai negara dan menghasilkan 80% dari total penjualan tahunan Sephora.



Konsumen akan menggesek kartu Beauty Insider pada setiap transaksi. Kartu tersebut akan melacak nominal uang yang dibelanjakan. Lalu, setiap nominal yang dibelanjakan akan dihitung menjadi poin *Beauty Insider*.

Kemudian konsumen bisa menukar poin tersebut dengan berbagai reward, seperti potongan harga, produk *limited edition*, *gift cards*, bahkan *beauty class gratis*.

Selain itu, reward yang diberikan Sephora akan terus meningkat sesuai dengan nominal uang yang dibelanjakan oleh konsumen. Skema ini mendorong konsumen berbelanja lebih banyak.

The North Face

Sebagai salah satu brand perlengkapan aktivitas *outdoor* ternama, The North Face menawarkan



program loyalitas pelanggan yang bersifat fleksibel. Pelanggan setia The North Face dapat menukar poin dengan *reward* yang sesuai gaya hidup masing-masing pelanggan.

Melalui program VIPeak, pelanggan dapat menukarkan poin mereka dengan cara yang unik, mulai dari menghadiri acara The North Face, *check-in* di lokasi tertentu, hingga mencoba petualangan

yang tak terlupakan seperti mendaki gunung Himalaya di Nepal. Menarik sekali, bukan?

My Starbucks Rewards

Sekarang menghadirkan *loyalty program* melalui aplikasi

mungkin merupakan hal biasa. Akan tetapi, strategi ini adalah ide segar ketika Starbucks merilis My Starbucks Rewards.

Untuk memperoleh poin loyalitas, konsumen harus memesan atau membayar melalui aplikasi Starbucks.

Dengan memusatkan data transaksi konsumen, Starbucks bisa menyimpan seluruh informasi penting dari konsumen. Hal ini membuat Starbucks bisa lebih mudah menyediakan



program promosi dan penawaran yang dipersonalisasi berdasarkan preferensi konsumen.

Apabila bisnismu memiliki aplikasi yang menyimpan data konsumen, hal ini baik bagi strategi bisnis. Namun, jika tidak, kamu masih dapat mengenali preferensi konsumen melalui dokumentasi aplikasi POS.

Sistem POS bisa mencatat informasi penting terkait konsumen, seperti menu favorit, frekuensi bertransaksi, tanggal ulang tahun, dan sebagainya. Selain itu, ada pula aplikasi POS yang secara khusus dilengkapi fitur untuk mengelola program loyalitas pelanggan. Yuk, dapatkan aplikasi POS yang memudahkan pengelolaan operasional bisnismu sekarang!



aplikasi wirausaha

majoo

Ragam Layanan majoo untuk Bantu Semua Kebutuhan Bisnismu

majoo  pay

Terima semua pembayaran digital



majoo  capital

Permodalan cepat tanpa agunan



majoo  ads

Kampanye digital raih pelanggan baru



majoo  supplies

Belanja supplies harga terbaik



06

Work From Home Bukanlah Kendala, Kelola Tim dengan Aplikasi Ini



Imbauan untuk bekerja di rumah dikeluarkan pemerintah dalam rangka menekan angka penyebaran virus corona, pada awal merebaknya pandemi COVID-19 di Indonesia pada tahun 2020. Cukup banyak perusahaan atau pemilik bisnis yang merespons imbauan tersebut dengan sangat kooperatif, kebijakan *work from home* pun diterapkan.

Dari sisi pemilik bisnis, menerapkan kebijakan bekerja dari rumah kadang menimbulkan kekhawatiran tertentu. Mulai dari produktivitas karyawan, komitmen karyawan untuk bekerja sesuai dengan jam kerja yang berlaku, hingga menjaga karyawan tetap searah dengan visi perusahaan.

Pilihan Aplikasi yang Mendukung *Work From Home*

Sebagian orang mungkin sudah terbiasa untuk bekerja dari rumah. Namun, tidak sedikit yang memerlukan penyesuaian dari aktivitas bisnis tatap muka ke komunikasi jarak jauh. Belum lagi mengatur ritme kerja di rumah, yang pastinya berbeda suasana dengan di kantor.

Untuk memantau dan mengelola kinerja tim, kamu bisa memanfaatkan aplikasi di bawah ini agar tetap produktif. Kebijakan *work from home* dapat diterapkan dan kamu tetap dapat memantau karyawan dari rumah.

1. Hangouts Meet

Aplikasi besutan Google ini dapat memfasilitasimu untuk membuat meeting secara *virtual*, dengan kapasitas maksimum hingga 250 orang. Dengan demikian, kamu tetap dapat berkoordinasi dengan tim melalui *meeting* tersebut.



Dengan Google Hangouts Meet, kamu juga dapat melakukan live streaming untuk disaksikan oleh 100.000 penonton. Melihat kapasitasnya, Google Hangouts Meet cocok digunakan oleh perusahaan dengan skala besar.

2. Zoom

Dapat dikatakan, Zoom dengan fasilitas *video conference*-nya cukup populer beberapa waktu belakangan ini. Akses yang diberikan secara gratis serta fitur mengganti *background* saat melakukan *video conference*, tampaknya menjadi salah satu faktor yang membuat Zoom dipilih oleh banyak orang.



Tak hanya untuk memfasilitasi *work from home*, aplikasi ini juga banyak digunakan untuk sekadar melepas kangen dengan keluarga atau teman di masa karantina.

Zoom dapat mengakomodasi peserta meeting hingga 1000 orang. Jadi, sangat cocok untuk mendukung aktivitas bekerja dari rumah. Sebab bila dibutuhkan rapat seluruh tim dengan jumlah relatif besar pun, Zoom dapat menjadi pilihan.

3. Microsoft Teams

Kamu tentu sudah tidak asing lagi mendengar nama Microsoft. Telah lama, perusahaan IT raksasa ini menyediakan berbagai aplikasi yang mendukung aktivitas bisnis.



Kuarter empat tahun 2019, Microsoft meluncurkan Microsoft Teams yang akan membantu menjaga tim atau karyawan saling terhubung, walaupun bekerja dari rumah. Dengan Microsoft Teams, kamu dapat mengirimkan pesan instan, panggilan video, panggilan suara, mengirimkan dokumen, dan lain sebagainya.

4. Skype for Business

Sepertinya Skype juga sudah tidak asing di telingamu. Sudah cukup lama, Skype menyediakan fitur panggilan video. Tak berhenti di sana, Skype kini sudah meluncurkan Skype for Business.



Sesuai namanya, tentu aplikasi ini ditujukan untuk kegiatan bisnis. Serupa dengan Zoom, Skype for Business dapat memfasilitasi *video conference*. Masih ditambah juga dengan fitur lain yang mungkin dibutuhkan selama bekerja, seperti pesan singkat dan pengiriman dokumen.

Selain itu, serupa dengan Google Hangouts Meet, kamu juga dapat merancang rapat secara *virtual* menggunakan Skype for Business.

Berkembangnya teknologi telah membuat batasan ruang hampir tidak berarti.



Selain untuk kebutuhan *meeting*, ada banyak sekali *platform* yang dapat dimanfaatkan dalam rangka mendukung produktivitas bekerja dari rumah. Untuk memantau kehadiran misalnya, terdapat Hadiir, KaryaOne, Waktoo, dan lain sebagainya. Bila kamu membutuhkan media untuk berbagi data atau mengerjakan dokumen secara kolaboratif, terdapat Google Drive.

Dan sesudah dua tahun lebih terbiasa dengan melakukan *work from home*, pebisnis pun mulai memahami bahwa bekerja dari rumah bukanlah sebuah kendala. Kamu dan tim tetap bisa produktif dan bekerja optimal, kok.

07

Memenangkan Pasar: Pentingnya Orisinalitas Bagi Bisnis



Secara natural, manusia sangat mengapresiasi orisinalitas. Kita amat menyukai saat melihat pemain sepak bola atau catur melakukan gerakan yang belum pernah dilakukan pemain lain.

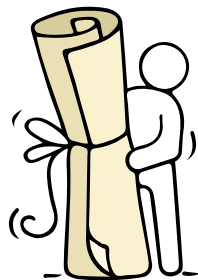
Pemain tersebut merupakan tipe orang yang senang menantang cara-cara konvensional serta menunjukkan ada banyak cara untuk menghadapi tantangan. Hal serupa juga dapat kita temukan di sektor bisnis.

Kebanyakan pebisnis dengan ide orisinal bisa kita temui di industri hiburan atau teknologi. Nah, berikut ini penjelasan mengapa orisinalitas penting sekali sebagai sebuah upaya untuk memenangi pasar.

Orisinalitas Membuatmu Lebih Senang Menjalankan Bisnis

Cobalah ingat kembali masa ketika bisnis milikmu baru mulai berjalan. Memang tidak mudah, tetapi kamu pasti merasa bersemangat, misalnya karena ingin segera mengembangkan ide baru untuk produk.

Bukankah salah satu hal menarik dari membangun bisnis adalah

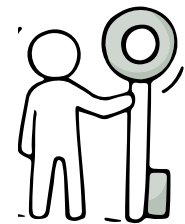


kebebasan menciptakan apa pun yang kamu inginkan? Kamu tidak sedang membangun bisnis untuk orang lain sehingga bisa menunjukkan identitas dirimu, termasuk ide-ide orisinal yang membuat proses menjalankan bisnis jadi lebih menyenangkan.

Mungkin sebagian dari kamu bertanya, apa pentingnya perasaan senang dalam menjalankan bisnis? Berbagai studi menunjukkan makin bersemangat dan bahagia seseorang dengan apa yang dijalankannya, bisnis atau pekerjaannya cenderung lebih sukses.

Diferensiasi Merupakan Kunci

Entah saat membuat logo atau mengembangkan produk, kamu selalu bisa memasukkan ide orisinal milikmu ke dalamnya. Dengan begitu, desain logo, citra merek, hingga produk yang kamu kembangkan bisa berbeda dari yang sudah ada.



Hal ini penting sekali sebab sering kali diferensiasi merupakan kunci untuk memenangi pasar. Berkat diferensiasi, kamu dapat berkompetisi tanpa harus menurunkan harga.

Pada saat yang sama, keunikan produk atau *brand* juga akan meningkatkan

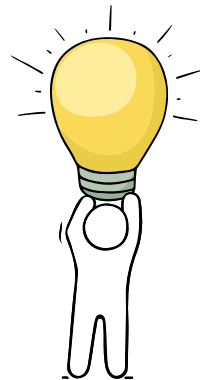
loyalitas pelanggan. Bisnis milikmu akan selalu ada dalam *top of mind* konsumen.

Sebaliknya, sulit sekali untuk tampil menonjol di pasaran jika bisnismu terlihat, terdengar, atau berjalan serupa dengan kebanyakan bisnis lain.

Di tengah pasar yang sangat kompetitif, menemukan pembeda akan membuat bisnismu lebih unggul dari pesaing. Dengan orisinalitas dalam berbagai aspek bisnis, tampil dengan kekhasan yang sangat mencolok bisa dicapai.

Menantang Hal-Hal Biasa dan Stand Out

Setiap hari, para pemilik usaha di dunia bekerja keras mengejar mimpinya, mulai dari menciptakan produk inovatif sampai mengembangkan bisnis sedemikian rupa agar dilirik *angel investor*.



Situasi tersebut menunjukkan bahwa setiap kita sangat persisten untuk mencapai kesuksesan. Dengan kata lain, persaingan dalam bisnis sangatlah ketat karena setiap orang berupaya keras untuk mencapai kesuksesan.

Seperti yang sudah diketahui, dalam bisnis kita akan selalu dihadapkan

pada situasi untuk mengikuti arus atau menentangnya. Menjalankan bisnis seperti para pemilik bisnis lain atau menyematkan ide-ide orisinal ke dalam bisnis. Berikut ini beberapa poin yang akan membantu kamu menantang hal-hal biasa.

1. Mengarahkan Dunia Selaras dengan Visi Milikmu

Menjadi wirausaha kadang berarti menantang *status quo* dan membuktikan kepada dunia bahwa ide yang kamu percaya layak diperjuangkan. Jika kamu ingin mengarahkan dunia selaras dengan visi milikmu, memiliki ide saja tentu tidak cukup.



Ide tersebut perlu dipupuk, dibentuk, serta dieksekusi. Pemilik bisnis yang menolak kompromi akan mengidentifikasi masalah dan bekerja untuk menemukan solusi sehingga dunia menjadi lebih baik karenanya.

2. Berani Menjadi Kreatif

Saat kamu memikirkan ide untuk menyelesaikan suatu persoalan, lalu berusaha menghasilkan keuntungan dari ide tersebut tentu hal tersebut tidak eksklusif. Pada waktu yang sama, mungkin ada

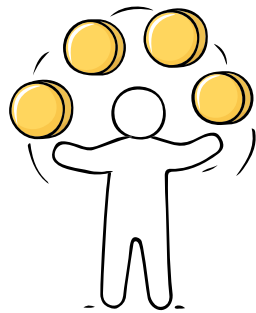


banyak pebisnis lain yang memikirkan ide serupa.

Dalam kondisi bimbang, fokuskanlah perhatian kepada ide-ide yang kamu rasa paling kreatif. Kemudian, miliki keberanian untuk mendorong ide tersebut menjadi kenyataan.

Apa pun bisnis yang kamu tekuni, rasanya kita semua sepakat bahwa kreativitas merupakan faktor esensial dalam kesuksesan bisnis. Temukan kepercayaan diri dengan berani mengambil risiko dan menunjukkan ide orisinal.

Berani menjadi kreatif merupakan satu-satunya cara agar kamu tidak bertindak seperti kebanyakan orang.



3. Orisinalitas, Senjata Terbaik • Menghadapi Pesaing

Baik mereka yang meremehkanmu maupun yang berusaha mencuri ide milikmu, semuanya akan berupaya menjadi lebih baik darimu. Hal tersebut sangat lumrah dalam bisnis.

Namun, kamu tidak perlu khawatir karena orisinalitas bisa menjadi senjata terbaik untuk menghadapi pesaing. Karena itu, kamu perlu selalu berjuang untuk menjadi diri kamu melalui ide-ide otentik dan orisinal.

Dengan demikian, ketika situasi sulit menghadang, kamu sudah memiliki bekal untuk menghadapi tantangan-tantangan tersebut dengan cara-cara unik serta tidak terduga. Ide orisinal merupakan ide-ide yang jarang ditemui, menarik, serta membuat sesuatu menjadi bernilai.

08

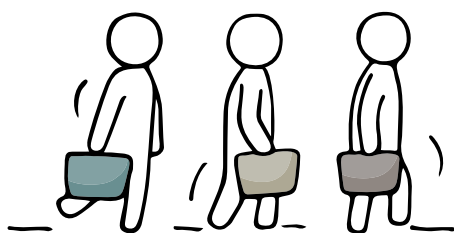
Intip Strategi Bisnis Ini untuk Bersaing di Era Digital



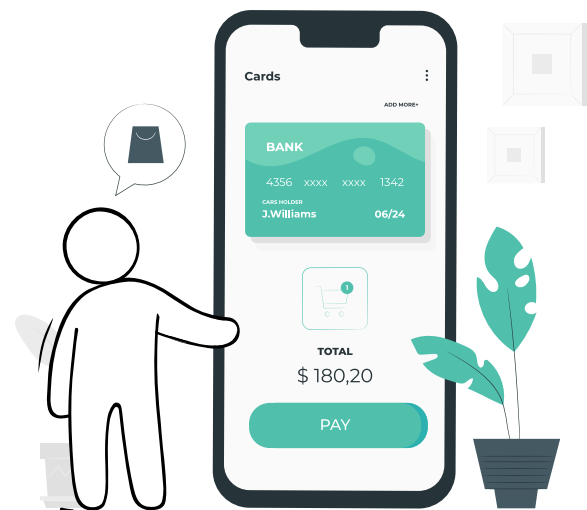
Kamu mungkin tidak asing lagi dengan brand yang dikenal melalui kanal *online* dan melakukan penjualan langsung. Bahkan, merek-merek ini membangun reputasi murni hanya melalui *platform* digital. Sebagian besar bisnis tersebut juga tanggap mengadaptasikan teknologi baru untuk melibatkan pembeli.

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

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



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



Meningkatkan Daya Saing di Era Digital? Bisa!

Teknologi digital memang bukanlah hal baru, tetapi perlu diakui bahwa pemanfaatannya menghasilkan dampak baru. Sebagai contoh, sekarang kamu dapat mendasarkan keputusan bisnis dengan menganalisis *big data*. Cara yang dahulu mungkin belum bisa ditempuh oleh bisnis.

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

1. Hanya Tawarkan Produk yang Kamu Yakini Kualitasnya

Kehadiran *platform* digital menciptakan



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

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



Di tengah transparansi pada *platform* digital dan pergerakan konsumen yang demikian cepat, bagaimana bisnis kecil mampu bersaing? Maka dari itu, tawarkanlah produk yang benar-benar kamu yakini kualitasnya.

Dengan begitu, kamu tidak merasa tergerak harus turut menurunkan harga atau mendadak membuat *giveaway*.



Kamu tahu betul kualitas serta *value* yang kamu berikan kepada pembeli. Jadi, transparansi di *platform online* justru menjadi

kesempatan untuk menjangkau lebih banyak calon pelanggan.

2. Bangun Citra yang Kuat

Hal yang pertama kali dilakukan adalah menghadirkan produk atau layanan berkualitas sudah selesai. Berikutnya, arahkan fokus pada branding. Perlu dipahami, bagi bisnis kecil, citra merek lebih dari sekadar logo atau display produk. Hal ini melibatkan keseluruhan pengalaman interaksi konsumen dengan bisnis milikmu.

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

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

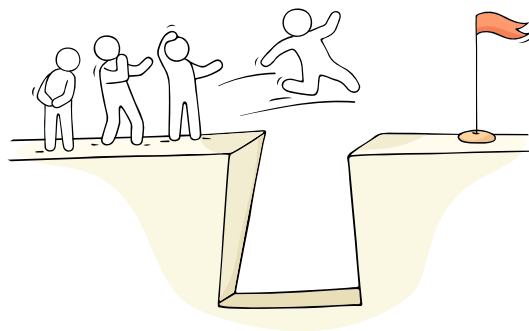


Cari tahu *value* yang membuat kompetitor diingat konsumen, strategi bisnis yang mereka andalkan, produk yang diluncurkan, sampai kampanye yang mereka lakukan. Kemudian, lakukanlah hal-hal yang tidak dilakukan pesaing.

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

3. Tetapkan Target Pasar yang Sangat Spesifik

Salah satu kekeliruan yang kerap dilakukan pemilik bisnis kecil adalah ingin menjangkau semua kalangan. Padahal, menetapkan target pasar yang sangat spesifik merupakan strategi bisnis terbaik.



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

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

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

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

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

Nah, dari ketiga cara di atas, kira-kira strategi mana yang sudah kamu lakukan?



Segeralah terapkan strategi tersebut karena teknologi dan tren bisnis digital akan bergerak semakin cepat. Kamu perlu menyiapkan bisnismu untuk menghadapi berbagai kejutan yang mungkin masih akan timbul sepanjang era digital.

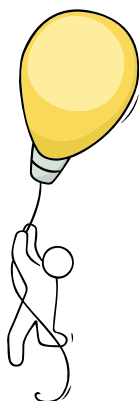
09

5 Tips Melakukan Inovasi Bisnis agar Usahamu Lebih Sukses



Persaingan bisnis di antara sesama kompetitor akan selalu ada, karena itulah kesadaran dan keberanian untuk melakukan inovasi bisnis secara kontinyu perlu dilakukan para pebisnis. Persaingan bisnis tersebut akan semakin ketat dari waktu ke waktu seiring perkembangan zaman.

Pentingnya sebuah inovasi bisnis bukan hanya membuat usaha kamu tetap eksis di tengah ketatnya persaingan, namun dapat juga mengembangkan dan membuat bisnis kamu menjadi lebih maju. Lantas, apa yang dimaksud inovasi bisnis itu sendiri?



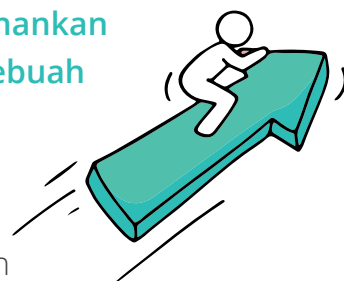
Inovasi bisnis merupakan sebuah pembaruan dalam bisnis. Dengan melakukan inovasi bisnis dapat diartikan bahwa kamu dapat merancang strategi bisnis yang lebih baik atau mampu menciptakan sebuah produk yang sebelumnya tidak pernah terpikirkan oleh orang lain. Apakah inovasi bisnis hanya dengan menciptakan produk baru? Tentu tidak, kamu juga bisa berinovasi dengan sekadar memperbarui atau menambah ide

dari produk lama dengan kemasan yang baru, lebih unik, dan menarik.

Alasan Inovasi Bisnis Perlu Dilakukan

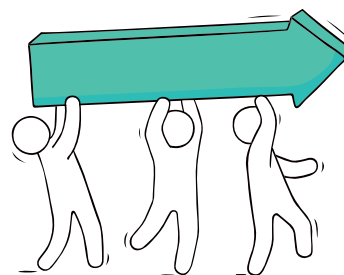
1. Mempertahankan Jalannya Sebuah Bisnis

Semua pebisnis paham bahwa mempertahankan bisnis tersebut lebih sulit daripada sekadar mendirikan bisnis. Jika ternyata bisnis kamu sukses bertahan, maka yang dibutuhkan selanjutnya adalah inovasi. Inovasi bisa membantu kamu untuk memperluas jaringan pasar dan bisnis. Produk yang kamu tawarkan pun akan memiliki nilai lebih di mata pelanggan atau calon konsumen. Hal tersebut secara otomatis akan membuat bisnis berpotensi untuk bertahan lebih lama.



2. Meminimalisir Persaingan

Saat kamu melakukan sebuah inovasi bisnis, secara tidak langsung kamu diminta untuk terus menghadirkan ide-ide yang tidak biasa dan belum pernah ada sebelumnya. Jika tidak, maka produk yang kamu



tawarkan akan sama saja nilainya dengan produk milik kompetitor.

Bila produkmu sama dengan milik kompetitor, persaingan bisnis akan menjadi lebih ketat dan konsumen kurang tertarik dengan produk hasil usahamu hal ini karena produkmu tidak memiliki nilai lebih yang menonjol. Dengan melakukan inovasi bisnis, maka persaingan akan bisa diminimalisir.

3. Memenuhi Kebutuhan Pelanggan

Poin ini sebenarnya adalah tujuan utama dari sebuah bisnis, yaitu mampu memenuhi kebutuhan pelanggan. Saran dan masukan dari pelanggan bisa kamu jadikan sebuah referensi perbaikan dan perbaruan.



Tips Inovasi Bisnis Agar Usaha Kamu Berkembang dan Sukses

Berinovasi dalam bisnis tentunya memiliki beberapa cara. Hal ini agar usaha yang kamu lakukan nanti tidak sia-sia. Berikut ini beberapa tips yang bisa kamu tiru.

1. Ciptakan Produk yang Baik dan Berkualitas

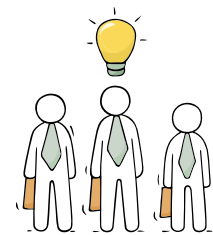
Produk yang dibuat dengan baik dan berkualitas akan menarik minat



pelanggan. Semakin bagus kualitas sebuah produk, maka akan semakin banyak pelanggan yang akan membeli produkmu. Dengan begitu, profit dari bisnis yang kamu miliki akan meningkat dengan baik.

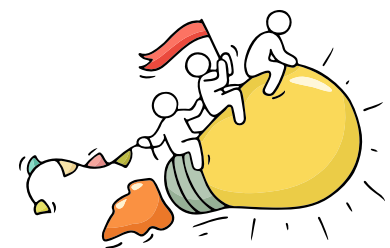
2. Mencari Investor

Jika kamu yakin bahwa produk yang kamu tawarkan adalah produk yang memiliki kualitas baik, maka jalannya akan lebih mudah ketika kamu mencari investor untuk memperbesar bisnismu. Satu hal yang perlu kamu ingat bahwa Investor pada umumnya hanya mau bekerja sama jika bisnis kamu memiliki prospek yang menjanjikan dalam jangka panjang.



3. Membentuk Tim Kerja yang Solid

Pebisnis yang baik semestinya memahami bahwa di balik sebuah bisnis yang sukses ada tim dengan kinerja yang baik pula. Tim bisnis ini merupakan gabungan dari pemilik, tim manajemen, tim akuntan, hingga karyawan. Jika kamu adalah seorang pimpinan dalam bisnis, maka selayaknya kamu memiliki sikap bijaksana, menjunjung tinggi toleransi, dan menerapkan sikap disiplin.

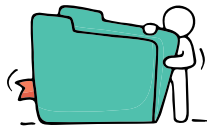


Dengan begitu, akan tercipta harmonisasi tim yang baik dan kompak.

4. Menerapkan Digitalisasi Bisnis

Perlu diingat bahwa sebagai pelaku bisnis, kamu jangan sampai kamu tertinggal dengan tren dan kemajuan bisnis. Jika kamu tertinggal, maka risiko terburuknya adalah kalah bersaing dalam persaingan bisnis dan akhirnya bisnismu bangkrut.

Salah satu inovasi bisnis yang juga bisa ditempuh yaitu menerapkan digitalisasi bisnis. Saat ini, teknologi memang bisa membantu bisnis untuk jauh lebih berkembang. Adanya perluasan usaha ke ranah *online*, seperti bergabung ke *marketplace*, maka jangkauan pasar bisnismu akan semakin luas dan bisa mendunia.



5. Memperluas Jaringan Bisnis

Tips inovasi bisnis yang terakhir adalah dengan memberanikan diri untuk membuat bisnis menjadi semakin besar dan luas. Ekspansi pemasaran ke ranah dunia maya atau dengan membuka banyak cabang di beberapa daerah lain bisa menjadi pilihan terbaik.



Apakah kamu sudah melakukan inovasi untuk produk bisnismu saat ini? Semoga dengan membaca artikel ini, kamu segera melakukan inovasi bisnis agar produk yang ditawarkan ke konsumen menjadi lebih menarik, maka imbasnya konsumen akan tertarik dan membeli produkmu.

Semoga tips di atas akan membantumu dalam melakukan inovasi bisnis agar usahamu lebih sukses, ya.

10

Inilah Inspirasi Konten *Marketing Campaign* yang Berhasil!

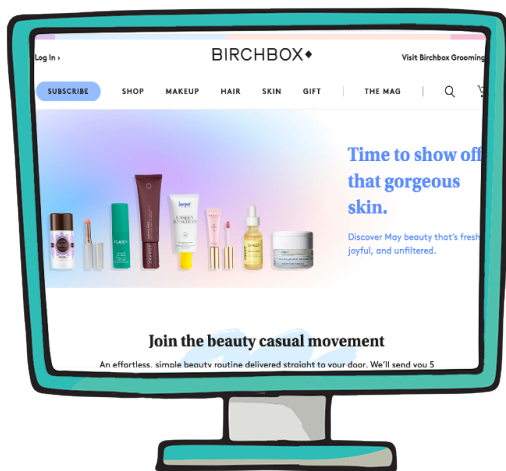


Marketing campaign menyumbang konten-konten yang kreatif, lucu, dan menyentuh di internet. Tidak diragukan lagi, konten yang *memorable* memang mampu membuat sebuah bisnis tampak berbeda dari yang lainnya.

Jika kamu baru akan memulai kampanye pemasaran untuk bisnis atau sedang mencari inspirasi konten pemasaran, simak yang dilakukan oleh beberapa usaha kecil di bawah ini dalam rangka meningkatkan penjualannya.

Birchbox: Optimalisasi Blog dan Media Sosial secara Konsisten

Bisnis yang satu ini menyediakan jasa memilih *skincare* dan *haircare* bagi para konsumennya. Pasar bisnis ini adalah mereka yang ingin merawat badan secara simpel, tetapi tepat.



Para konsumen berlangganan untuk membeli paket perawatan kulit atau rambut dari Birchbox dan

memperkirakan para ahli di balik bisnis tersebut memilihkan produk untuk mereka.

Pertama kali didirikan di New York pada 2010, Birchbox telah bertumbuh dari investasi awal senilai 1,4 juta dolar sampai memiliki *value* lebih dari 485 juta dolar. Kini, lebih dari satu juta *subscriber* menerima kotak yang berisi produk-produk kecantikan ataupun perawatan badan.

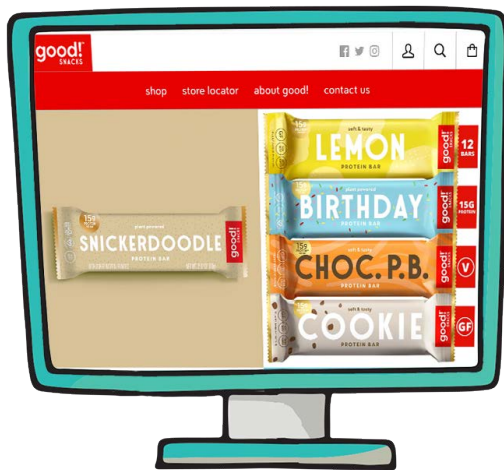
Konon pertumbuhan tersebut dicapai berkat konten kampanye *marketing* yang tepat, termasuk beberapa blog *post* harian yang membahas beragam topik. Misalnya, tutorial aplikasi *makeup*, intip isi boks, dan kehidupan di balik layar tim Birchbox.

Tidak hanya itu, Birchbox juga membagikan video di blog serta media sosial. Birchbox pun mendorong para pelanggan untuk mengunggah foto kotak yang diterimanya sambil *tag* akun dan gunakan tagar #Birchbox.

Kemudian, tim media sosial Birchbox akan *retweet* atau *regram* unggahan tersebut. Meskipun terdengar sederhana, konsistensi dari penerapan kampanye pemasaran ini telah memberikan dampak kemajuan signifikan bagi Birchbox.

good! SNACKS: Dampak Kekuatan Tulisan bagi Usaha Kecil

Kebanyakan orang mungkin sepakat bahwa protein bar tidak akan terasa enak layaknya permen. Good! SNACKS hadir untuk membantah persepsi tersebut serta menghadirkan camilan penuh nutrisi yang lezat. Namun, tentu meyakinkan calon pembeli bukanlah perkara mudah.



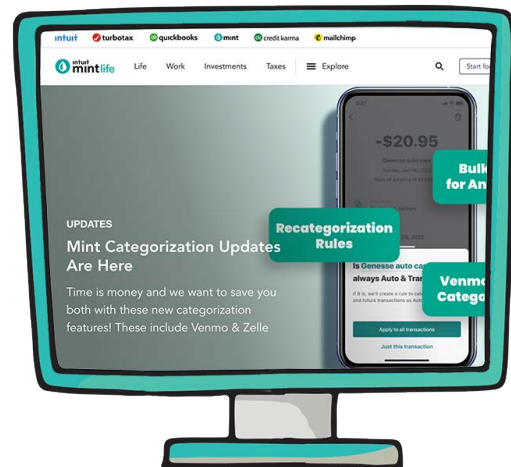
Hal yang dialami good! SNACKS dapat dikatakan sebagai bukti betapa besarnya dampak kata-kata bagi usaha kecil. Pasalnya, produsen nutrition bar di California ini melihat penjualannya meroket setelah mulai fokus pada konten *marketing*.

Blog yang dimiliki bisnis ini memberikan berbagai informasi kepada konsumen yang amat memperhatikan kesehatan, mulai dari pemenuhan vitamin dan mineral hingga cara membuat kebun sendiri.

Sementara itu, mereka juga terus membagikan cerita tentang bagaimana konsumen menyukai produk mereka di media sosial. Pada saat yang sama, mereka juga selalu menyediakan informasi lengkap tentang di mana produk mereka dapat dibeli.

Mint: Konten Memainkan Peran dalam Pertumbuhan Bisnis

Mint merupakan perusahaan yang menawarkan jasa pengelolaan keuangan pribadi. Bisnis yang diluncurkan pada 2006 ini membantu para penggunanya untuk melacak pengeluaran mereka.



Bisnis ini maju pesat dan segera diakuisisi oleh Intuit dengan nilai 170 juta dolar. Usut punya usut, konten *marketing campaign* yang dibuat oleh bisnis ini memainkan peran besar bagi pertumbuhannya.

Mint Life, blog milik Mint, memberikan dampak signifikan. Selain menampilkan

testimoni konsumen, blog ini juga membagikan artikel tentang pembuatan bujet, *work-life balance*, serta alat ataupun trik untuk meningkatkan kualitas hidup secara umum.

Uber: Membangun Citra Brand Melalui Video YouTube

Berbicara tentang Uber hari ini tentu saja perusahaan yang satu ini sudah tidak tergolong ke dalam bisnis kecil lagi. Akan tetapi, bisnis ini pun dimulai dari bawah.

Terlepas dari berbagai faktor pendukung lain, konten marketing merupakan salah satu aspek yang mendorong Uber menjadi satu dari sekian banyak aplikasi praktis terkemuka.

Salah satu perkembangannya yang sangat signifikan dapat dilihat pada 2014 dan 2015. Pada 2014, Uber menerima pemesanan kotor sejumlah 2,96 miliar dolar yang meningkat signifikan dalam pertengahan tahun berikutnya menjadi 3,63 miliar dolar.

Video YouTube Uber disebut-sebut sebagai pendorong penting bagi keberhasilan tersebut. Melalui video-video YouTube-nya, Uber menunjukkan *value* yang diusung sambil menggaet

konsumen yang tertarik dengan jasa mereka.



Video YouTube Uber disebut-sebut sebagai pendorong penting bagi keberhasilan tersebut. Melalui video-video YouTube-nya, Uber menunjukkan *value* yang diusung sambil menggaet konsumen yang tertarik dengan jasa mereka.

Kesimpulan

Ada banyak faktor yang memengaruhi kemajuan serta pertumbuhan bisnis, salah satunya strategi pemasaran yang tepat. Kampanye pemasaran berikut konten yang kamu buat ternyata berperan signifikan bagi pertumbuhan bisnis.

Terbukti, bisnis-bisnis di atas dapat lebih berkembang setelah lebih fokus terhadap konten kampanye *marketing*.

Adapun konten yang kamu pilih bisa disesuaikan dengan bisnis, kuncinya memberi *value* kepada konsumen.

Begitu pula dengan *platform*, kamu bisa memanfaatkan blog, Instagram, Twitter, YouTube, ataupun TikTok. Selain itu, kamu pun dapat menjalankan kampanye pemasaran melalui email dan SMS. Kembali lagi,

pilihlah yang paling sesuai dengan bisnismu!

Kunci utama lainnya adalah konsistensi. Jalankanlah kampanye pemasaran tersebut secara konsisten. Dengan demikian, bisnis milikmu dapat makin dikenal serta masuk ke dalam *top of mind* konsumen.



Mulai #langkahmajoo-mu

PT Majoo Teknologi Indonesia

majoo plaza

Jl. Prapanca Raya No.25
Jakarta Selatan DKI Jakarta 12160



**Hotline majoo care
1500-460**



majoo.id

Follow us:

-  **@majoo.indonesia**
-  **@majooindonesia**
-  **Revolusi majoo**
-  **majoo Indonesia**
-  **@majooindonesia**



COBA GRATIS 14 HARI