

the majoo preneurs

Berjuta wirausaha maju untuk Indonesia

Karakter market Gen Z
Apa yang pebisnis perlu paham?

Online shop di social media
Cara jualan maksimal di platform ini

Kelola bisnis kekinian
Intip cara berbisnis ala anak muda



Bersama majoo, Saatnya
Kamu Jadi #GenerasiMaju!

VOL 26
Oktober 2022

Pengantar

Pemuda, kapan pun dan di mana pun juga, selalu berperan dalam perubahan zaman. Setiap pergerakan sosial yang pernah terjadi dalam sejarah, yang berhasil menggeser arah kebijakan negara atau sekadar visi perusahaan, selalu digawangi oleh jajaran generasi muda.

Alasannya sederhana: perkembangan cara pikir, kemajuan teknologi, dan sudut pandang baru yang masih relatif segar terhadap *status quo*.

Sama halnya dalam bidang ekonomi, bisnis, dan perdagangan. Gagasan-gagasan yang bisa dibilang *out of the box* atau bahkan *out of the world* selalu muncul dari generasi muda. Dibekali keaifan dan optimisme atas impian mereka, mereka berusaha mewujudkan ide-ide mereka yang visioner.

Perubahan ini akan terus terjadi selama masih ada generasi muda yang baru, yang menggantikan generasi muda lama yang sudah menua. Kita sendiri menyaksikan

betapa saat ini perilaku ekonomi masyarakat telah berubah drastis.

Kemajuan cara pikir generasi muda kita telah melahirkan banyak karya anak bangsa yang unggul di tingkat dunia, yang menjadikan kebanggaan tersendiri. Keterampilan mereka memanfaatkan teknologi telah mengubah pasar: tak lagi perlu punya toko fisik untuk bisa berdagang.

majoo, sebagai perusahaan karya anak bangsa, tak ingin sendirian menyongsong perubahan zaman dalam bidang bisnis dan usaha kecil dan menengah. Kamu, ya, kamu semua bisa ikut bersama-sama dengan majoo untuk menjaga bola perubahan ini terus bergulir.

Jangan hanya sekadar menjadi generasi muda, bersama majoo, saatnya kamu jadi #GenerasiMaju!

Salam hangat,
Tim Redaksi

Redaksi



Reporter
Nisa Destiana



Reporter
Daniel Prasatyo



VP Marketing
Gary Ghazi



Managing Editor
Akidna Rahma



Reporter
Ajar Pamungkas



Reporter
Dini N. Rizeki



Creative Head
Reo Ludiansa



Content Director
Ferry Irawan



Project Manager
Mardiana



Content Strategist
Tika Ayu



Graphic Designer
Novita Putri



Graphic Designer
Firman

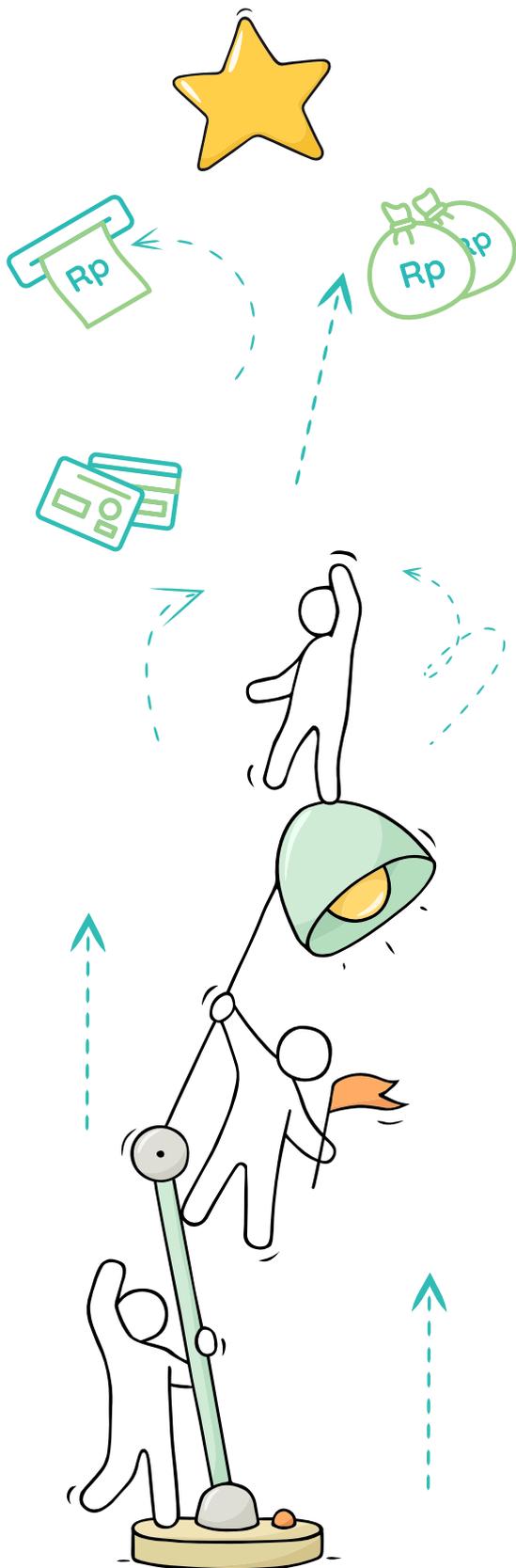


Graphic Designer
M. Arridho



Social Media Admin
Syifa Alma





06 Mengapa Pelaku Usaha Perlu Memahami Karakter Gen Z?



Memanfaatkan *Platform* Media Sosial Selayaknya *Online Shop*

10



15 Intip Kunci Transformasi Digital untuk Usaha Kecil di Sini!



Marketplace Indonesia Ini Turut Dorong Pertumbuhan *UMKM, Lho!*

19



24 Inilah Pendekatan Generasi Muda dalam Mengelola Bisnis!



5 Tips Melakukan Inovasi Bisnis agar Usahamu Lebih Sukses

29



33 5 Merek Produk Elektronik Lokal untuk Kebutuhan Kafe



5 *Competitive Advantage* Bisnis Berkat Revolusi Informasi

38



43 Pemasaran pada Generasi Muda, Inilah Kuncinya!



Inspiratif: 5 Profil Pengusaha Muda yang Sukses dalam Membangun Bisnis

47



Dari Kami Yang Ingin Kamu Maju



SIGNATURE		ICE		TEA		HOT ICE		FOODS	
CUBAN RUM CHOCO	51	LOOSE LEAF TEA	33	FRENCH TRIES	38	CHICKEN WING	49	BITTER BALLEH	49
COTTON CANDY	60	TIMAI TEA	33	CHICKEN SANDWICH	38	TUNA SANDWICH	45	DINISUM	45
BLUEBERRY COOKIES	44	LEMON TEA	33	SPAGHETTI BOLOGNESE	60	SPAGHETTI KOMODO	60	SPAGHETTI CARBONARA	75
BRITISH MONKEY	54	LYCHEE TEA	33	SPAGHETTI CARBONARA	75				
FROZEN ALASKA	54	PEACH TEA	38						
ISLAND	60								
ALAMIDE	60								
N CREAM	60								
FOREST	60								
ISLAND	60								

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.



Kabar Gembira untuk majoopreneurs semua



majoo sekarang udah jadian nih sama
 **gofood dan GrabMart**



Sekarang kamu bisa:

- ✓ Terima dan proses order GoFood & GrabMart langsung dari dashboard majoo
- ✓ Gampang masukin ribuan katalog produk
- ✓ Stok inventori otomatis ter-update

**Yuk hubungkan akun GoFood dan GrabMart
kamu di aplikasi majoo sekarang!**

01

Mengapa Pelaku Usaha Perlu Memahami Karakter Gen Z?



BACK TO DAFTAR ISI

Pertanyaan yang bagus sekali, *kan?* Mengapa pelaku usaha perlu memahami karakter Gen Z dalam menjalankan bisnisnya? Karena seiring dengan berkembangnya zaman, operasional bisnis sesungguhnya bukan hanya tentang membeli atau menjual saja, melainkan juga tentang strategi, rencana, dan juga kecermatan dalam memanfaatkan peluang.

Nah, lalu, di bagian mana Gen Z mengambil peran? Meski sudah sedemikian berkembang, dunia bisnis toh masih mengedepankan konsep dasar kegiatan ekonomi, *kan?* Apabila generasi-generasi baru ini tidak dapat berkontribusi terhadap angka penjualan, tentu pelaku usaha pun tidak perlu repot mempertimbangkan karakter yang mereka miliki dalam strategi bisnisnya.

Namun, justru di situlah sebenarnya peran Gen Z bagi kemajuan bisnis, *Iho!* Penasaran? Langsung saja kita bahas bersama-sama!

Karakter Pelanggan Memengaruhi Kegiatan Pemasaran

Dalam menjalankan bisnis, pelaku usaha sebaiknya tidak sepenuhnya berfokus pada aktivitas



penjualan saja, tetapi juga harus memikirkan strategi pemasaran yang bisa dijalankan untuk mendorong angka penjualan.

Terkait hal ini, memahami karakter atau sifat yang dimiliki oleh pelanggan menjadi sesuatu yang sangat penting untuk dilakukan. Jika tidak, fokus kegiatan pemasaran yang dilakukan pun sulit untuk diarahkan, misalnya saja secara khusus menyasar segmen tertentu, dan pada akhirnya tidak dapat secara signifikan meningkatkan angka penjualan.

Apabila suatu kegiatan pemasaran tidak mampu memberikan peningkatan penjualan yang memuaskan, tentu kegiatan pemasaran tersebut akan



digolongkan sebagai beban yang akan merugikan bisnis. Oleh karena itu, penting sekali untuk memahami karakter pelanggan dan menjadikannya pertimbangan dalam menyusun kegiatan pemasaran.

Memandang Daya Beli Gen Z sebagai Peluang

Benar memang, karakter dari segmen pelanggan yang disasar akan sangat memengaruhi setiap aspek pemasaran yang dilakukan. Namun,

tentu asumsi tersebut masih belum bisa digunakan sebagai jawaban untuk pertanyaan, “Mengapa harus Gen Z?”

Untuk menjawab pertanyaan tersebut, kita perlu kembali lagi pada definisi dari Gen Z itu sendiri,

yaitu generasi yang lahir pada rentang tahun 1996 hingga 2010. Dengan kata lain, mereka yang saat ini tengah berusia 12 hingga 26 tahun merupakan bagian dari Gen Z atau generation Z ini.

Jika dilihat kembali, rentang usia generasi ini terdiri dari remaja hingga dewasa muda, dan sudah bukan rahasia lagi jika rentang usia ini merupakan salah satu segmen pelanggan yang konsumtif, khususnya untuk produk-produk atau jasa yang dapat membantu mereka mengaktualisasikan dirinya, terlebih untuk rentang usia 17 hingga 26 tahun yang umumnya sudah mulai memiliki penghasilan sendiri.

Sebagai seorang pelaku usaha, tentu daya beli dan perilaku konsumtif yang ditunjukkan oleh generasi ini dapat dilihat sebagai peluang bisnis yang harus dimanfaatkan sebaik mungkin, kan?



Karenanya, bukan sesuatu yang berlebihan jika pemilik usaha mulai mempertimbangkan Gen Z sebagai segmen pelanggan yang menarik untuk dilirik.

Kedekatan Gen Z dengan Teknologi dan Media Sosial

Alasan lain yang membuat pelaku usaha sebaiknya juga memperhitungkan karakter pelanggan dari Gen Z adalah kedekatan yang mereka miliki terhadap produk-produk teknologi serta media sosial.



Tak seperti kebanyakan generasi lain yang lahir lebih dahulu, Gen Z merupakan generasi yang benar-benar lahir dan tumbuh bersama perkembangan teknologi. Kecepatan mereka dalam mengadopsi produk-produk teknologi jelas tak perlu diragukan lagi, terutama apabila kita membicarakan kanal-kanal media sosial.

Di sisi lain, penetrasi produk teknologi dan juga media sosial juga tergolong baik dengan pertumbuhan tahunan yang menjanjikan. Artinya, saat ini sudah banyak orang yang mulai memasukkan media sosial sebagai bagian dari kesehariannya; termasuk untuk urusan bisnis.

Tentu gawat, *kan*, jika muncul sentimen negatif terkait bisnis yang viral di media sosial? *Nah*, perlu diketahui pula bahwa saat ini, Gen Z merupakan kontributor yang paling besar untuk setiap posting yang viral, baik yang membawa sentimen positif maupun negatif.

Dengan memahami karakter pelanggan dari Gen Z, pelaku usaha dapat melakukan penyesuaian atau *gimmick* dalam operasional bisnisnya dan menjaga sentimen publik terhadap bisnisnya tetap positif.

Gen Z Dapat Menjadi Segmen Pasar yang Menjanjikan

Setiap bisnis tentu memiliki segmen pasarnya masing-masing. Namun, bukan berarti pelaku usaha harus sepenuhnya berfokus pada pasar yang disasanya tanpa melihat peluang yang dimiliki oleh segmen pasar lainnya.

Seiring berkembangnya zaman, segmen pasar yang dimiliki oleh suatu bisnis dapat ikut berubah atau bergeser. Dengan mempertimbangkan hal ini, menggarap segmen pasar Gen Z dari sekarang bisa menjadi awal yang baik untuk keberlanjutan bisnis ke depannya.



Tidak perlu melakukan perubahan yang terlalu ekstrem, tetapi jelas tak ada salahnya untuk memastikan produk atau jasa yang coba dijual juga dapat diakses dengan mudah oleh segmen pasar yang lain, khususnya mereka yang berasal dari Gen Z. Misalnya saja dengan menyediakan pilihan pembayaran nontunai dengan melihat karakter Gen Z yang memang lebih cenderung menyimpan uangnya dalam *platform-platform* digital seperti *e-money* atau *e-wallet*.

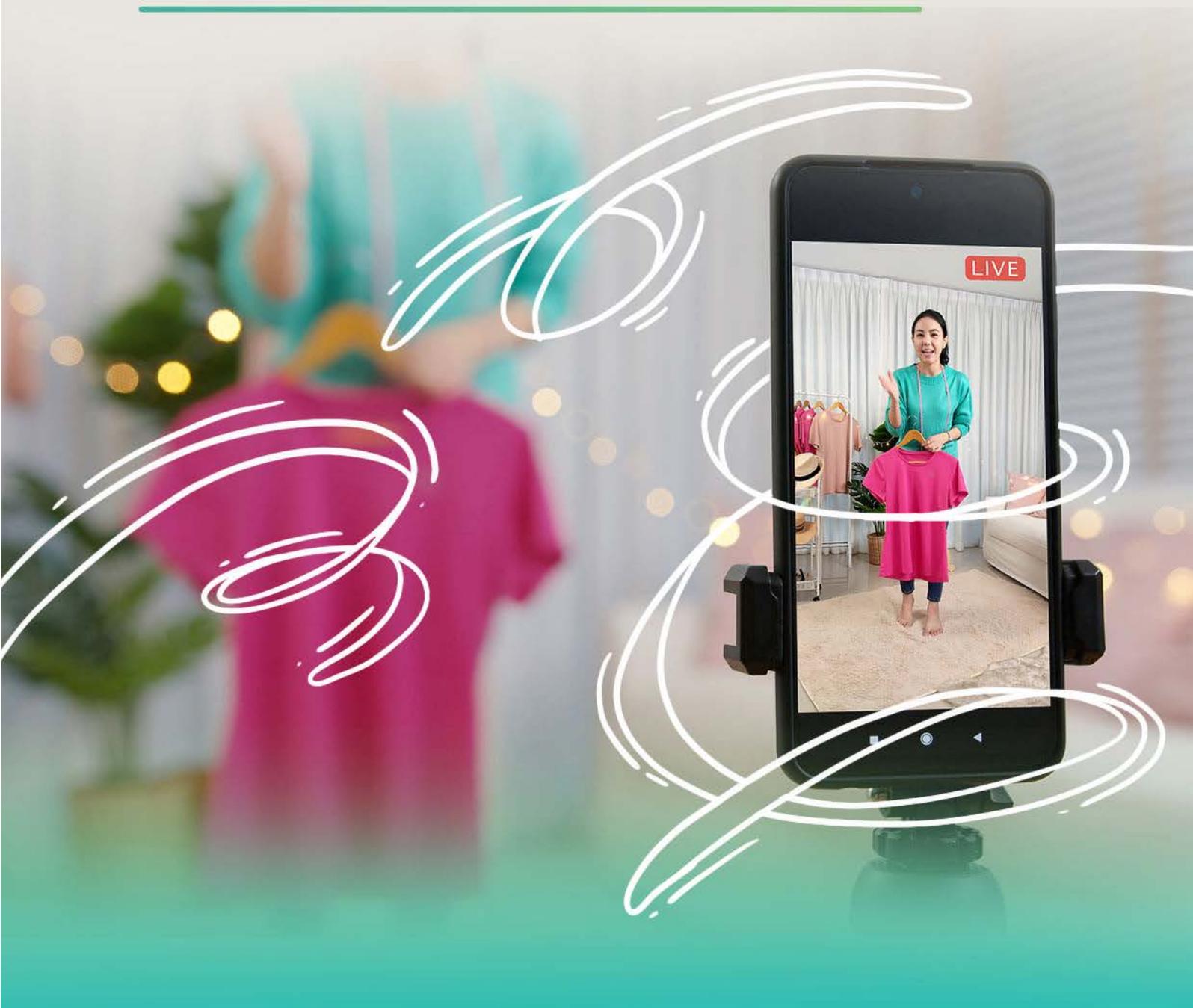
Agar lebih mudah, pelaku usaha bisa memanfaatkan integrasi sistem aplikasi majoo dengan berbagai penyedia jasa pembayaran nontunai untuk mempermudah transaksi dan menarik perhatian para Gen Z. Di samping itu, aplikasi majoo juga dilengkapi dengan sejumlah fitur unggulan lainnya yang dapat membantu mempermudah pengelolaan operasional bisnis.

Jadi, tunggu apa lagi? Segera gunakan aplikasi majoo sekarang juga!



02

Memanfaatkan *Platform* Media Sosial Selayaknya *Online Shop*



BACK TO DAFTAR ISI

Memanfaatkan *platform* media sosial untuk operasional bisnis jelas bukanlah sesuatu yang asing lagi di era yang sudah serba modern seperti sekarang. Terlebih, kepercayaan publik terhadap transaksi *online* juga terus meningkat tiap tahunnya. Rasanya justru aneh jika masih ada pelaku usaha yang masih belum mulai—setidaknya—melirik media sosial untuk kebutuhan bisnisnya.

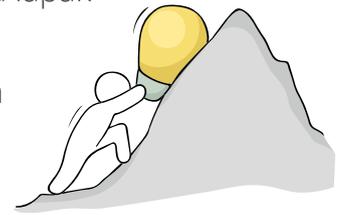
Meski demikian, bukan berarti praktik pemanfaatan *platform* digital untuk keperluan bisnis yang ada saat ini sudah benar-benar maksimal, *lho!* Wajar saja, karena media sosial sendiri sebenarnya juga termasuk barang baru bagi masyarakat Indonesia, *kan?*

Nah, bagaimana, sih, cara mengoptimalkan pengelolaan media sosial untuk bisnis? Kita bahas bersama-sama, yuk!

Memasarkan Bisnis, Tetapi Tidak di Pasar!

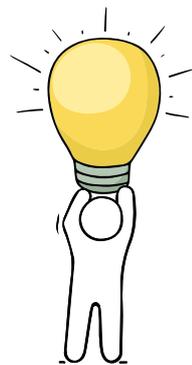
Salah satu keuntungan yang ditawarkan *platform* digital adalah tidak adanya kebutuhan untuk memiliki tempat usaha fisik. Dengan kata lain, pelaku usaha pun tidak perlu menyiapkan

modal yang besar untuk membangun toko atau menyewa lapak di pasar maupun pusat perbelanjaan fisik lainnya.



Namun, sekalipun tidak ada pasar yang bisa dikunjungi, bukan berarti *platform* digital ini tidak memiliki pasar yang dapat disasar, *lho!* Karena keuntungan lain yang juga bisa didapatkan dari dunia digital adalah kemudahan interaksi dari setiap penggunaanya tanpa terbatas oleh jarak dan juga waktu; setiap interaksi dapat terjadi saat itu juga, sekalipun mereka yang terlibat di dalamnya terpisah ribuan kilometer jauhnya.

Dengan luasnya jangkauan yang dimiliki *platform* digital, *online shop* pun seolah menjadi peluang bisnis baru yang cukup menjanjikan. Tak sedikit pelaku usaha yang sebenarnya memiliki tempat usaha fisik kemudian memutuskan untuk mengelola media sosial untuk mengelola pemasaran bisnisnya. Bagaimanapun juga, praktik ini toh memang lebih murah dibanding membuka cabang baru untuk ekspansi.



Terlebih lagi, dalam platform digital, pelaku usaha dapat mengatur sendiri segmen audiens yang ingin ditarget.

Dengan demikian, kegiatan pemasaran yang dilakukan pun tidak hanya lebih terarah, tetapi juga memiliki potensi yang lebih besar untuk dikonversi menjadi angka penjualan.

Berjualan di Media Sosial dengan Cita Rasa *Online Shop*

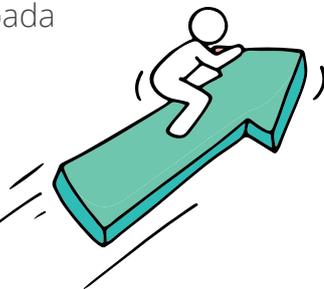
Tak hanya berhenti pada kegiatan pemasaran saja, dengan pengembangan yang terus dilakukan oleh penyedia

platform digital, pelaku usaha juga dapat menyulap media sosial yang dikelolanya untuk berjualan secara langsung selayaknya *online shop*.

Potensi keuntungan yang dihasilkan pun tidak main-main. Karenanya, banyak media sosial yang kemudian mengembangkan fitur khusus untuk berjualan di dalam *platform*nya:

1. Facebook Marketplace

Masih belum banyak digunakan di Indonesia, Facebook Marketplace bisa dibilang sebagai salah satu *platform* yang mempopulerkan media



sosial untuk berjualan. Audiens yang ditarget oleh *platform* yang satu ini, baik dari sisi penjual maupun pembeli, hampir serupa dengan eBay, *marketplace* terkemuka dunia: penjual dan pembeli untuk barang *preloved*.

Karena cenderung digunakan untuk melakukan jual beli barang *preloved*, Facebook Marketplace tidak mengharuskan seseorang untuk mengelola akun bisnis secara khusus untuk melakukan transaksi di dalam *platform*-nya. Namun, tak jadi masalah juga karena pelaku usaha yang sudah memiliki *brand* sendiri pun juga bebas untuk berpartisipasi dalam setiap kegiatan jual beli yang ada!

2. Instagram Shop

Dengan pengembangan yang dimulai sejak beberapa tahun lalu, dan dipercepat dengan munculnya pandemi Covid-19 pada akhir 2019 lalu, fitur yang dikeluarkan oleh Instagram ini memungkinkan pelaku usaha untuk memiliki etalase digital bagi usaha yang dijalkannya.

Terkenal sebagai media sosial yang berfokus pada visual, fitur *Shop* dalam *platform* Instagram dapat menjadi pilihan tepat yang menarik bagi pelaku usaha untuk memajang produk-produk



yang ingin dijual. Mulai dari mengatur *layout* etalase, menonjolkan barang tertentu yang dipilih sebagai produk unggulan, hingga memberikan informasi produk yang mendetail, semuanya bisa dilakukan dengan mudah dalam fitur ini.

Ditambah lagi, Instagram juga memastikan setiap fitur yang dimilikinya saling terintegrasi. Jadi, selain bisa mengelola etalase *online shop*, pelaku usaha yang memanfaatkan fitur ini juga dapat dengan mudah memasarkan produk andalannya melalui fitur *Stories* maupun *Feed* yang menjadi fitur utama Instagram.

3. TikTok Shop

Dengan jumlah pengguna yang mencapai angka 92,2 juta untuk Indonesia saja pada pertengahan tahun 2021 lalu, TikTok termasuk salah satu platform yang tak hanya dapat difungsikan sebagai media sosial semata, tetapi juga bisa dimaksimalkan sebagai sebuah peluang bisnis yang menjanjikan.

Sama seperti fitur *Shop* di Instagram, TikTok Shop juga memberikan kemudahan bagi pelaku usaha untuk mengelola lapak yang dimilikinya, mulai dari proses pendaftaran sebagai



TikTok *Seller* hingga operasional hariannya. Pemilik usaha juga diberi kemudahan untuk memasarkan produk-produknya dalam format video pendek yang memang menjadi konten utama di *platform* TikTok.

Salah satu modal yang dibutuhkan untuk menjadi seorang pelaku usaha adalah kejelian dalam melihat peluang bisnis, serta kreativitas untuk mendorong angka penjualan. Jika memang dapat meningkatkan penjualan, tidak ada salahnya, kan, mengoptimalkan *platform* media sosial untuk operasional bisnis? Toh penyedia *platform* itu sendiri juga secara aktif mendukung setiap aktivitas jual beli yang ingin dilakukan; sama seperti aplikasi majoo yang terus mendukung pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah untuk mengembangkan bisnisnya dengan beragam fitur unggulannya!

Tunggu apa lagi? Langsung saja manfaatkan media sosial untuk memaksimalkan keuntungan bisnis, dan gunakan aplikasi majoo untuk mengelolanya dengan mudah!

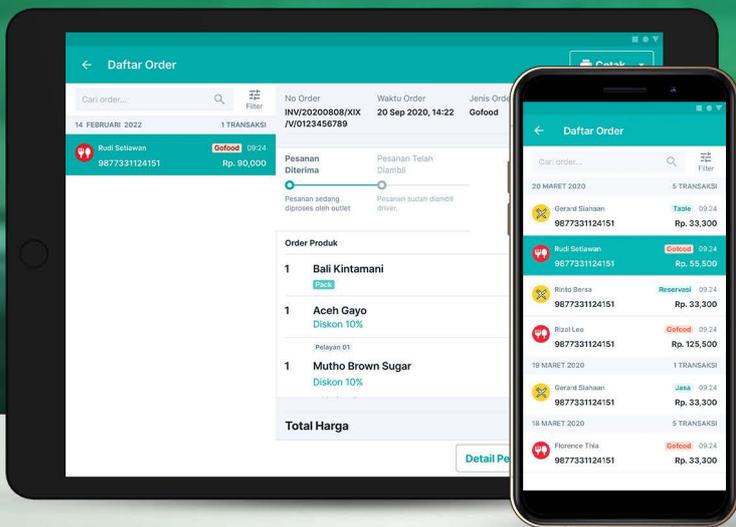


aplikasi wirausaha

majoo

SEGERA HADIR Akses gofood di Aplikasi majoo

Pantau dan atur penjualan
GoFood hanya dari satu
dashboard saja



03

Intip Kunci Transformasi Digital untuk Usaha Kecil di Sini!



BACK TO DAFTAR ISI

Transformasi digital atau *digital transformation* sangat penting bagi bisnis. Terlepas dari besar atau kecil skala bisnismu, *digital transformation* perlu kamu lakukan bila ingin tetap relevan dan kompetitif di pasar saat ini.

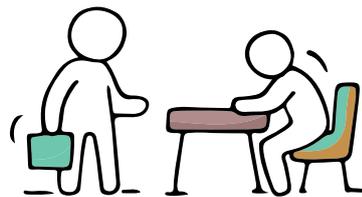
Namun, bagi usaha kecil dengan budget terbatas, menerapkan *digital transformation* tentu bukanlah hal mudah.

Mengingat pemanfaatan teknologi bisa meningkatkan efisiensi, menurunkan biaya, meningkatkan produktivitas, hingga meningkatkan *customer experience* yang berujung menambah profit, tentu kamu tetap perlu mengupayakan transformasi tersebut.

Transformasi digital tidak perlu rumit agar efektif. Kamu bisa menyederhanakan implementasinya dengan fokus pada inisiatif yang dapat menghasilkan *return of investment* (ROI) tertinggi. Berikut ini, beberapa strategi kunci utama yang perlu kamu fokuskan agar proses *digital transformation* berhasil.

Dorong Terciptanya Kolaborasi

Sebagian besar inisiatif *digital transformation* bertujuan untuk



meningkatkan efisiensi operasional dan menciptakan organisasi bisnis yang mengutamakan pelanggan.

Sehubungan dengan hal tersebut, memastikan seluruh tim internal dapat berkolaborasi merupakan kunci keberhasilan. Kamu perlu melibatkan semua tim di dalam bisnis sehingga mereka dapat berkontribusi pada inisiatif yang sedang dijalankan.

Biar bagaimanapun *digital transformation* tidak dapat diperlakukan sebagai proyek teknologi informasi semata. Sebaliknya, perubahan besar sering kali membutuhkan transformasi mendasar dari struktur bisnis dan budayanya.

Memberdayakan Tim dengan Data

Data adalah kunci untuk mendorong keputusan bisnis yang akurat. Kamu perlu fokus menggunakan teknologi yang memungkinkan tim memperoleh *insight* dari berbagai kumpulan data. Tim bisnismu dapat menggunakan *insight* secara produktif untuk mendorong pertumbuhan bisnis.

Analisis data yang akurat sangat penting dalam *digital transformation* yang dilakukan oleh usaha kecil. *Insight* yang akurat dapat

membantumu lebih memahami apa yang diinginkan dan dibutuhkan oleh pelanggan, mitra, dan tim. Dengan demikian, kamu dapat merancang produk dan sistem yang paling relevan untuk meningkatkan efisiensi dan meningkatkan penjualan.

Libatkan Semua Level di Organisasi Bisnis



Transformasi digital yang sukses membutuhkan fondasi yang kuat dengan menciptakan budaya yang tepat di perusahaan. Karena itu, *digital transformation* perlu dukungan karyawan di semua tingkatan.

Jika bisnismu sudah memiliki struktur organisasi yang bertingkat, pastikan setiap orang di berbagai level terlibat dalam proses transformasi ini. Di samping itu, kamu juga perlu mengatasi kekhawatiran karyawan. Umumnya, banyak orang merasa terancam oleh pengenalan teknologi dan otomatisasi. Faktanya, 27% pemilik UKM menyebutkan bahwa penolakan tim terhadap perubahan merupakan tantangan utama saat menerapkan *digital transformation*.

Untuk mendapatkan dukungan internal, beri tahu karyawan tentang manfaat *digital transformation*. Tunjukkan

peran *online tools* dalam membantu meringankan pekerjaan karyawan dan meningkatkan produktivitas.

Selain itu, berikan pelatihan yang diperlukan untuk tim. Dengan begitu, mereka akan merasa berdaya untuk menggunakan teknologi secara efektif dalam mencapai tujuan karier.

Memastikan Integrasi Sistem yang *Seamless*

Transformasi digital juga bertujuan untuk merampingkan operasional dan mengotomatiskan alur kerja. Jadi, semua sistem bisnis perlu terhubung satu sama lain dengan lancar.



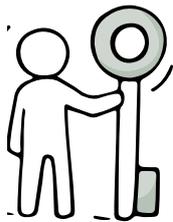
Saat kamu menghubungkan aplikasi bisnis, misalnya keuangan, *e-commerce*, dan kasir, kamu mengubahnya menjadi *platform* yang dapat dioperasikan sekaligus sehingga tak ada lagi barier dalam alur kerja dan bisnis pun jadi lebih fokus pada pelanggan atau *customer oriented*.

Komputasi berbasis *cloud* akan mempermudah bisnis kecil mengintegrasikan berbagai perangkat lunak untuk membuat operasional makin efisien.

Menariknya, kini kamu tak perlu repot membuat sistem sendiri sebab sudah ada aplikasi *Point of Sale* (POS) lengkap yang menyediakan sistem terintegrasi, mulai dari kasir hingga pelaporan keuangan atau pengelolaan toko di *marketplace*.

Pilih Penyedia *Tools* yang Berpengalaman Menangani UKM

Seperti telah disebutkan dalam poin sebelumnya, kini sudah ada alat bantu yang memungkinkan pemilik usaha kecil melakukan *digital transformation* tanpa harus benar-benar membuat sistem sendiri dari nol, salah satunya penggunaan aplikasi POS.



Di pasaran terdapat banyak penyedia layanan aplikasi POS. Sebagai bisnis yang masih bertumbuh kamu perlu cermat. Pastikan kamu memilih penyedia layanan yang memang berpengalaman dalam menangani serta membantu UKM untuk maju.

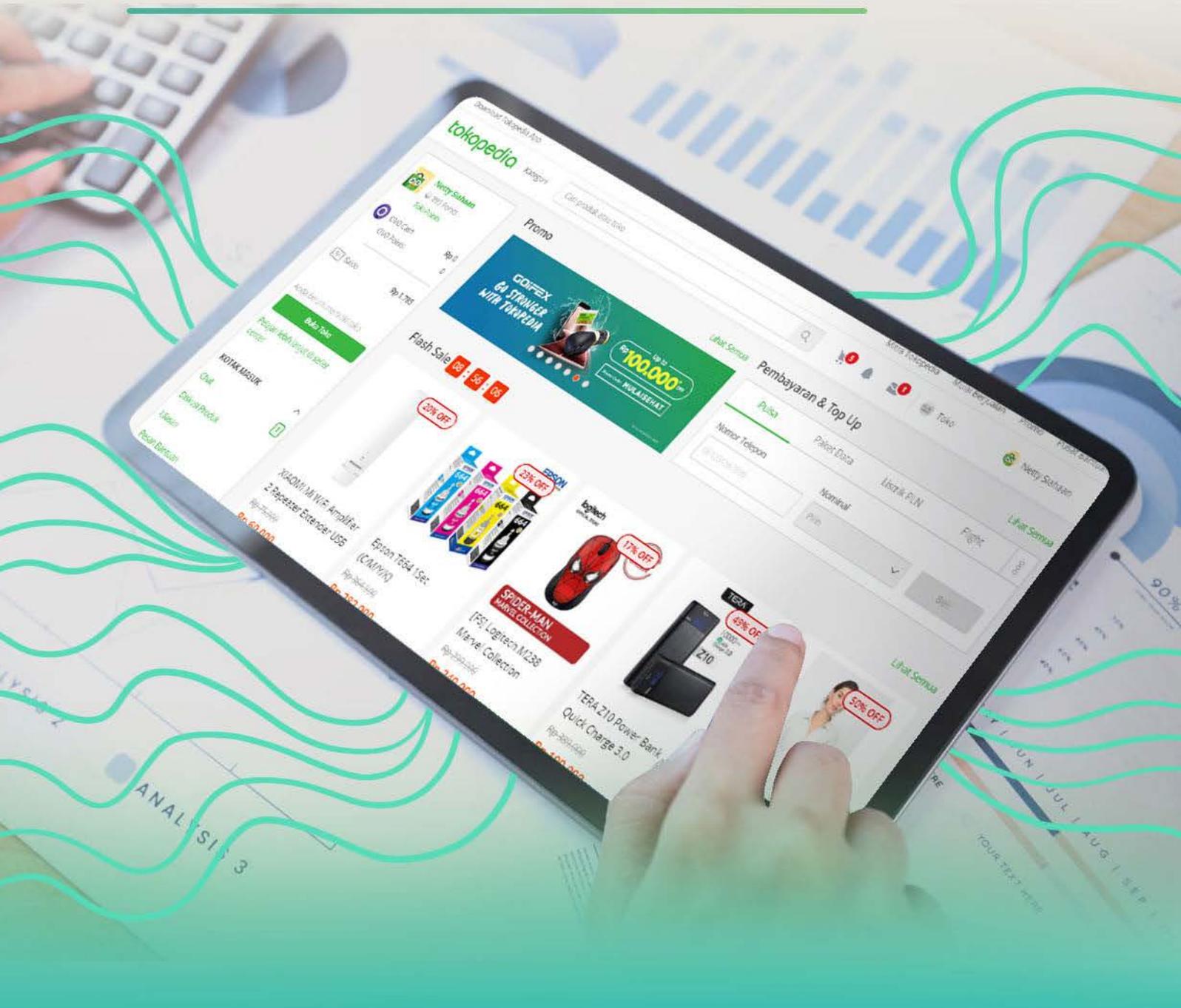
Apalagi jika kamu bisa memilih penyedia aplikasi POS yang memang fokus mendorong pertumbuhan UMKM seperti majoo. Jadi, kamu akan menemukan fitur-fitur yang dibuat sederhana, tetapi relevan dengan kebutuhan usaha kecil.

Kapan lagi bisa memanfaatkan digital tools yang praktis dan mendukung kenaikan *profit*? Mau tahu lebih lanjut tentang majoo?



04

Marketplace Indonesia Ini Turut Dorong Pertumbuhan UMKM, Lho!



Perkembangan internet dan teknologi yang mendorong lahirnya *marketplace* telah menjadi disruptor bagi industri serta cara mengelola bisnis. Perkembangan ini tidak hanya membuat ekonomi global lebih efisien, tetapi juga memberikan dampak positif bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM).

Kini bisnis-bisnis rintisan berkesempatan menjangkau pasar yang lebih luas berkat adanya *online marketplace*. Kamu mungkin sudah familier dengan nama-nama besar, seperti Amazon, eBay, Rakuten, AliExpress, atau Shopee yang dijadikan *platform* oleh banyak bisnis untuk memperlebar usahanya.

Nah, *marketplace* Indonesia pun turut memegang peranan yang tidak kecil dalam mendukung perkembangan UMKM. Mau tahu apa saja *marketplace* karya anak bangsa tersebut? Yuk, simak daftarnya di bawah ini!

Tokopedia

Tokopedia adalah *e-commerce* yang didirikan oleh William Tanuwijaya dan Leontinus Alpha Edison pada tahun 2009. Sejak awal kemunculannya, Tokopedia sudah



menjadi perusahaan yang perkembangannya terbilang pesat.

Dari waktu ke waktu, Tokopedia berusaha menghadirkan layanan-layanan yang dibutuhkan oleh masyarakat Indonesia, baik konsumen ataupun para pemilik usaha. Pada tahun 2016, Tokopedia menghadirkan fitur *financial technology*, mulai dari dompet digital, investasi terjangkau, hingga kredit modal bisnis. *E-commerce* ini juga ingin memastikan konsumen memperoleh penawaran terbaik melalui fitur 'deals' yang diluncurkan pada tahun 2017.



Selanjutnya, pada tahun 2019, Tokopedia meluncurkan Gudang Pintar yang dikenal dengan sebutan TokoCabang di beberapa kota dalam rangka mendukung para pemilik toko *online* dalam memenuhi pesannya.

Melihat beragam upaya yang dilakukannya untuk memenuhi kebutuhan masyarakat Indonesia, tidak heran bila pada 2021 Tokopedia menjadi *marketplace* Indonesia yang paling banyak dikunjungi. Menurut data SimilarWeb tahun 2021, ada sekitar 129,1 juta kunjungan setiap bulannya ke Tokopedia. Sekarang, langkah

e-commerce ini makin lebar sebab per Agustus 2021, Tokopedia resmi *merger* dengan Gojek.

Bukalapak

Bukalapak yang didirikan oleh Achmad Zaky, Nugroho Herucahyono, dan Muhamad Fajrin Rasyid ini awalnya merupakan *e-commerce* yang memungkinkan pelaku UMKM merambah dunia maya. Sekitar satu tahun sejak pendiriannya, Bukalapak menerima pendanaan dari Batavia Incubator. Tahun berikutnya, *e-commerce* ini kembali memperoleh pendanaan. Kali ini dari GREE Ventures.



Saat ini Bukalapak sudah ekspansi ke berbagai sektor, salah satunya membantu meningkatkan penjualan warung-warung tradisional melalui layanan Mitra Bukalapak. Tak hanya itu, *e-commerce* ini juga telah menjadi salah satu *unicorn start up* asal Indonesia.

blibli

Berbicara dukungan *marketplace* karya anak bangsa, kita tidak bisa melewati blibli. Sejak awal, *e-commerce* yang menjadi bagian anak perusahaan PT Djarum ini hadir untuk menjawab tantangan logistik yang dihadapi para



pelaku usaha dalam upaya menjangkau pasar yang lebih luas.

Dukungan blibli terlihat dari kerja samanya yang tidak hanya dilakukan dengan merek-merek ternama, tetapi juga bisnis rintisan yang andal. Bahkan, di tengah krisis akibat COVID-19 ini, blibli menyatakan siap memberikan pendampingan bagi para pelaku usaha.

Sebagai contoh, blibli memberikan pendampingan supaya UMKM lebih melek strategi digital. Kemudian, terdapat juga fasilitas titip di gudang blibli dan program gratis modal promosi agar usaha tersebut mendapatkan *exposure* yang tinggi.

Jadi, tidak berlebihan bila *e-commerce* ini disebut sebagai salah satu *platform* yang berperan mendukung pertumbuhan usaha kecil.

Hijup

Berbeda dari ketiga *marketplace* di atas, Hijup adalah *islamic fashion e-commerce*. Sudah bisa ditebak dong dari namanya, *marketplace* ini khusus menghadirkan produk-produk fesyen muslim atau muslimah.

Nah, pasar Hijup memang terbilang cukup *niche* dan unik. Menariknya lagi,

HIJUP

Hijup bukan hanya menjadi *islamic fashion e-commerce* yang pertama di Indonesia, melainkan di dunia.

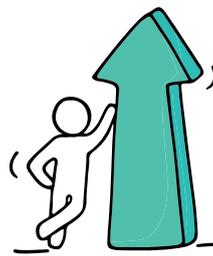
Di platform Hijup, kamu bisa menemukan aneka produk fesyen, mulai dari busana muslim, hijab, mukena, hingga tas atau sepatu. Hijup memosisikan diri sebagai perantara antara desainer dengan calon pembeli di seluruh dunia.

Tujuannya meningkatkan simbiosis mutualisme, desainer yang notabene wirausaha bisa memperoleh keuntungan optimal. Di sisi lain, masyarakat dapat memenuhi kebutuhannya dengan lebih mudah.

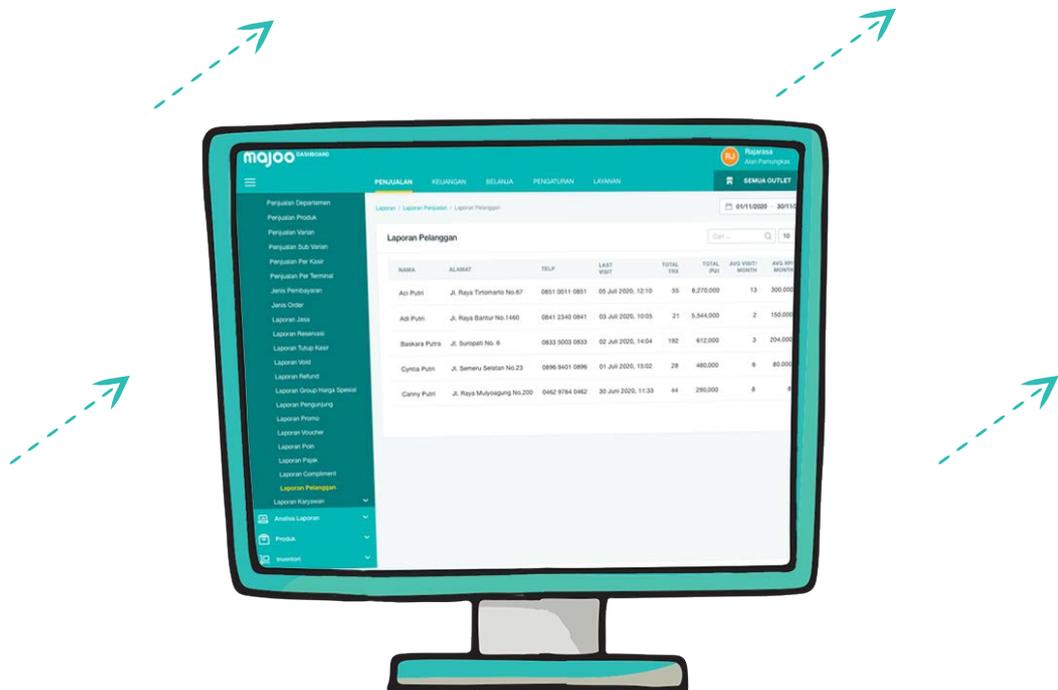
Sampai hari ini, Diajeng Lestari sebagai pendiri Hijup masih konsisten untuk terus berupaya menampilkan *brand-brand* fesyen lokal di pasar dunia.

Tentunya keberhasilan usaha kecil atau brand lokal di pasar digital tidak lepas dari keseluruhan pengalaman konsumen yang menyenangkan. Dengan kata lain, pengalaman konsumen saat berbelanja *offline* harus terasa sama menyenangkannya dengan bertransaksi secara *online*.

bertransaksi secara *online*.



Karena itu, bisnis perlu menggunakan aplikasi POS yang bisa mengelola berbagai kanal pemasaran dengan mudah seperti majoo.



Stories

majoopreneur Stories

majoopreneur

Glòry
COFFEE



Herbet Owner Glory Coffee

Bagi saya, tantangan terbesar pastinya adalah kompetitor apalagi bisnis kita *coffee shop* yang sudah ada di mana-mana. Maka dari itu, kita harus selalu berinovasi agar dapat menarik perhatian *customer* seperti membuat menu unik yang tentunya disesuaikan dengan *market* yang ada.

Richard Owner The Gentlemen Barbershop

Tantangan terbesar bagi saya adalah saat pandemi. Omzet kami menurun, orang tidak mau potong rambut karena takut bersentuhan. Tapi saya berhasil menerapkan strategi kain kip sekali pakai dan barbershop super higienis yang akhirnya membuat kita mampu bertahan selama 2 tahun pandemi tanpa ada pengurangan pegawai bahkan kita memiliki banyak pelanggan baru.

THE
GENTLEMAN
BARBERSHOP



JURAGAN
MARTABAK



Yudho Owner Juragan Martabak

Tantangan terbesar adalah menemukan SDM yang berkualitas baik. Selain itu, bahan baku dan BBM yang naik turun secara tiba-tiba menjadi faktor ketidakstabilan harga dan membuat daya beli masyarakat menurun. Tapi kami selalu berusaha memberikan yang terbaik bagi pelanggan sehingga bisa bertahan dan berkembang sampai saat ini.

Slamet Owner Pro Laundry & Dry Cleaning

Selama 3 tahun berjalan saya kesulitan menemukan SDM yang mumpuni karena banyak menemukan karyawan yang belum bisa dipercaya dan cara kerja yang belum sesuai SOP. tapi saya berhasil menerapkan aturan tegas serta memberikan garansi untuk jasa saya sehingga pelanggan selalu merasa puas dengan pelayanan Pro Laundry.

PRO
LAUNDRY



05

Inilah Pendekatan Generasi Muda dalam Mengelola Bisnis!



BACK TO DAFTAR ISI

Bukan rahasia lagi, generasi muda saat ini memiliki perspektif dan pendekatan berbeda terhadap hidup dan pekerjaan. Banyak di antara mereka yang tak lagi menganggap bekerja di perusahaan besar merupakan suatu kebanggaan.

Tak sedikit anak muda yang mengkritisi cara-cara perusahaan mengelola bisnisnya. Banyak juga yang termotivasi untuk memiliki bisnis sendiri dan berencana menjalankannya dengan cara-cara berbeda.

Bagaimana cara anak muda mengelola bisnisnya di masa kini? Berikut ini beberapa poin yang mungkin patut juga diperhatikan oleh para pemilik perusahaan yang masih memegang teguh pendekatan pengelolaan bisnis yang dinilai konservatif hari ini.

Fokus Pada *Skill* dan *Talent*

Pendidikan tentu merupakan faktor penting bagi kemampuan dan wawasan seseorang. Wajar saja bila di setiap pengumuman *job vacancy*, terdapat ketentuan latar belakang pendidikan.

Akan tetapi, kenyataan di lapangan, seseorang mungkin mempunyai keterampilan yang mumpuni untuk suatu posisi, walaupun tidak memiliki latar belakang pendidikan formal di bidang tersebut.

Umumnya, perusahaan tidak menerima calon karyawan tersebut sebab secara administrasi tidak memenuhi kualifikasi latar belakang pendidikan.



Ternyata para pemilik bisnis muda kini cukup banyak yang menerapkan pendekatan berbeda. Alih-alih mencantumkan latar belakang pendidikan, tak sedikit yang mencantumkan keterampilan yang dibutuhkan sebagai persyaratan saat merekrut karyawan.

Untuk membuktikan klaim calon karyawan, biasanya pemilik atau manajemen perusahaan memberikan tes terkait keterampilan tersebut. Dengan metode ini, rekrutmen karyawan dianggap lebih efektif dan mendukung goal bisnis.

Tentu saja tidak semua profesi dapat diperlakukan seperti di atas. Sebagai contoh, tenaga kesehatan murni harus memiliki latar belakang pendidikan yang sesuai.

Konektivitas adalah *Opportunity*

Salah satu *skill* generasi muda saat ini ialah mengelola informasi dan menjalin komunikasi melalui



pemanfaatan teknologi. Kita bisa melihat bahwa hampir semua anak muda terhubung dengan akses informasi dan berkomunikasi dengan rekannya secara konstan.

Kian hari, akses informasi kian vital bagi bisnis. Berbeda dengan generasi sebelumnya, para pebisnis muda melihat fenomena ini sebagai sebuah peluang.

Oleh generasi sebelumnya, anak-anak muda dianggap memiliki komitmen yang lebih rendah terhadap organisasi bisnis. Dalam arti, mereka mungkin tidak akan menghabiskan separuh usianya untuk bekerja di satu perusahaan.

Namun, generasi ini mempunyai kepercayaan diri, keyakinan, dan konektivitas yang jauh lebih baik. Kuncinya terletak pada menemukan calon tim dengan *value* yang sesuai dengan bisnis. Mereka akan bekerja dengan penuh keyakinan, kreativitas, serta *resourceful* sehingga mendorong bisnis lebih maju.

Bukan Kompetisi, Melainkan Kolaborasi

Memang benar, dunia bisnis merupakan dunia yang kompetitif.

Menariknya, para pebisnis muda sangat menikmati kesempatan untuk belajar dan berbagi pengetahuan.

Alih-alih menyikapi bisnis sebagai sebuah kompetisi sengit, para pebisnis muda justru giat berkolaborasi untuk maju bersama. Tidak heran bila kamu melihat pebisnis muda berbagi secara terbuka di forum-forum atau *platform* media sosial terkait tips mengelola bisnis mereka.

Jika sebagian besar pengusaha berpengalaman menyimpan rapat rahasia sukses mereka, kecuali

saat sudah benar-benar di puncak, pebisnis muda tak sungkan berbagi dengan rekannya ketika sama-sama berproses

membangun bisnis.

Terlepas dari opini-opini yang menganggap cara tersebut menghambat, ternyata bisnis-bisnis baru yang kolaboratif berkembang cukup pesat.

Berorientasi pada Hasil

Salah satu pendekatan berbeda dari para pebisnis muda ialah mereka sangat



berorientasi pada hasil. Sekarang, makin banyak bisnis yang tidak memiliki kantor dan memperbolehkan karyawannya bekerja dari mana saja selama ada *outcome* yang jelas.

Di banyak perusahaan, kehadiran atau data absen mungkin masih dianggap penting. Pemilik bisnis dari angkatan terdahulu mungkin menganggap karyawan yang tidak datang ke kantor pasti tidak bekerja. Jika tak didesak oleh pandemi, mungkin sebagian besar perusahaan masih bertahan dengan cara konvensional.

Work from home didorong oleh situasi pandemi. Namun, di luar itu, sebetulnya sudah banyak pebisnis muda yang bekerja dengan virtual office karena bagi mereka yang terpenting adalah hasil.

Mengoptimalkan Pemanfaatan Teknologi



Sebagai generasi yang lahir dan tumbuh di era internet, anak-anak muda di generasi sekarang tentu sangat lekat dengan teknologi. Maka dari itu, pengelolaan bisnis pun tak lepas dari pemanfaatan teknologi.

Adaptasi dan transformasi yang tak mudah bagi generasi sebelumnya.

Bahkan, tak sedikit bisnis yang akhirnya perlu gulung tikar karena tidak bisa beradaptasi dengan perkembangan teknologi.

Para pebisnis muda sepenuhnya diuntungkan sebab generasi mereka tidak menemui tantangan berarti dalam adaptasi dengan teknologi.

Berkat pemanfaatan teknologi, pemilik bisnis hari ini banyak menerapkan cara-cara baru dibandingkan generasi sebelumnya, mulai dari operasional harian bisnis hingga strategi pemasaran dikelola dengan teknologi.

Sebut saja, pengelolaan transaksi penjualan. Sebagian besar pebisnis muda sudah tidak lagi menggunakan mesin kasir konvensional, tetapi beralih ke penggunaan aplikasi *Point of Sale* (POS).

Bagaimana dengan bisnismu? Sudahkah kamu beradaptasi dengan karakter dan perubahan sudut pandang generasi muda saat ini?



aplikasi wirausaha

majoo



PAKET APLIKASI KASIR LENGKAP

~~Rp6.963.000~~

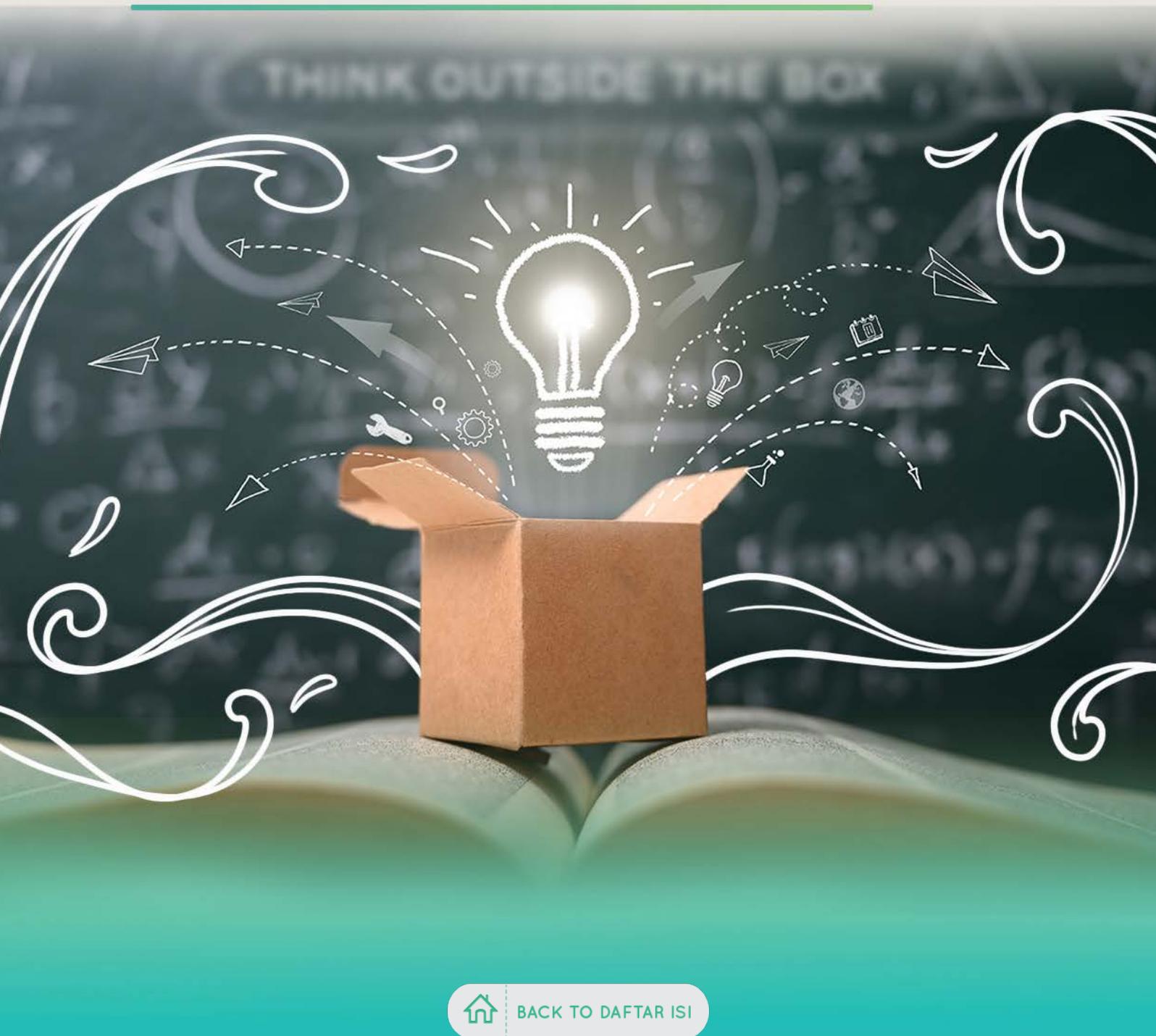
CUMA
Rp3.499JT

**MAJOO DEAL
ADVANCE**

BELI SEKARANG

06

5 Tips Melakukan Inovasi Bisnis agar Usahamu Lebih Sukses



BACK TO DAFTAR ISI

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 suatu 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 suatu 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, yang dibutuhkan selanjutnya adalah inovasi.

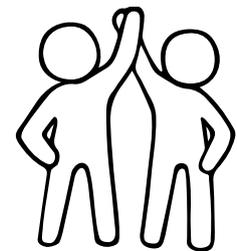


Inovasi bisa membantu kamu untuk memperluas jaringan pasar dan bisnis. Produk yang kamu tawarkan pun akan memiliki nilai lebih di mata pelanggan atau calon konsumen. Hal tersebut secara otomatis akan membuat bisnis berpotensi untuk bertahan lebih lama.

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, produk yang kamu tawarkan akan sama saja nilainya dengan produk milik kompetitor.

Bila produkmu sama dengan milik kompetitor, maka persaingan bisnis



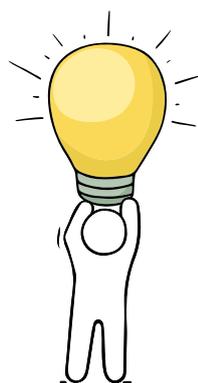
akan menjadi lebih ketat dan konsumen kurang tertarik dengan produk hasil usahamu hal ini karena produkmu tidak memiliki nilai lebih yang menonjol. Dengan melakukan inovasi bisnis, maka persaingan akan bisa diminimalisasi.

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 melalui berbagai cara, 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, 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, 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 tertinggal oleh tren dan kemajuan bisnis. Jika kamu

tertinggal, 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*, akan membuat 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!



07

5 Merek Produk Elektronik Lokal untuk Kebutuhan Kafe



BACK TO DAFTAR ISI

Kafe termasuk bisnis yang membutuhkan cukup banyak produk elektronik, mulai dari alat utama untuk membuat kopi seperti mesin *espresso* atau *grinder* sampai alat pendukung, misalnya tablet.

Sudah bukan rahasia lagi bahwa sampai saat ini belum ada merek lokal yang menghadirkan mesin *espresso* dan *grinder*. Akan tetapi, untuk alat elektronik pendukung, cukup banyak *brand* elektronik lokal yang bisa kamu andalkan.

1. Axioo

Seiring dengan berkembangnya sistem POS, makin sedikit kedai kopi yang menggunakan *cash register*. Sebagai gantinya, mereka memakai tablet dan sistem POS.



Nah, bagi kamu yang baru saja memulai usaha dan sedang mencari tablet, seri MyTab dari Axioo dapat dipertimbangkan. Kamu bisa memilih tablet berukuran 8 inch, 10 inch, atau yang ukurannya agak lebih besar dari handphone seperti MyTab 8G.

Ukuran termasuk faktor penting yang perlu menjadi pertimbangan. Jangan sampai meja *bar* menjadi sempit

karena gawai kasir yang terlalu besar. Pertimbangan lainnya, tentu kompatibilitas produk dengan sistem POS yang akan digunakan. Tidak lupa pertimbangkan pula harganya.

Namun, kamu boleh tenang bila memilih Axioo karena harganya tidak menguras kantong. Jadi, kamu bisa memperoleh tablet berkualitas, tanpa harus merogoh kocek terlalu dalam.

2. Miyako

Meskipun disebut sebagai kedai kopi, menu minuman yang dihadirkan tentu bukan hanya kopi. Biasanya, ada banyak pilihan menu lain, seperti teh, *ice blend*, atau jus. Karena itu, umumnya kedai kopi juga membutuhkan blender untuk membuat menu-menu minuman tersebut.



Tidak perlu bingung mencari produk yang bagus sebab Miyako menyediakan berbagai pilihan blender yang bisa kamu pilih. Dengan harga tidak lebih dari 400 ribu rupiah, kamu sudah bisa mendapatkan blender berkualitas.

Kapasitas dan bahannya pun bisa kamu sesuaikan dengan kebutuhan. Tersedia produk dengan kapasitas 1 liter-1,5 liter, baik berbahan plastik maupun kaca.

3. Maspion

Berikutnya, *brand* asal Surabaya ini memiliki cukup banyak produk elektronik yang bisa memenuhi kebutuhan kafe, terutama untuk kebutuhan bagian dapur. Misalnya, *rice cooker* dan kompor untuk membuat menu makanan.



Selain itu, Maspion juga menyediakan oven yang mungkin kamu butuhkan untuk memanaskan *pastry*. Tambahkan pula, tersedia *exhaust fan* dalam rangkaian produk Maspion.

Di kedai kopi yang menyajikan menu makanan, *exhaust fan* tentu cukup esensial. Pasalnya, tanpa *exhaust fan* ruangan berisiko menjadi bau saat sedang memasak menu makanan. Nah, produk-produk tersebut bisa kamu dapatkan hanya dengan harga sekitar 200-600 ribu rupiah saja. Meskipun begitu, kualitasnya sudah tidak perlu dilakukan lagi, sangat bersaing dengan berbagai merek impor.

4. Sanken

Jika perlengkapan dapur dan kasir sudah dipenuhi oleh merek Axioo serta Maspion, saatnya kamu mencari produk



pendingin ruangan. Seperti sudah menjadi 'standar', bagian *indoor* sebuah kedai kopi haruslah ber-AC.

Untuk memenuhi kebutuhan tersebut, kamu bisa memilih AC dari merek lokal yaitu Sanken. Didukung teknisi berpengalaman, produk yang dihadirkan Sanken dijamin berkualitas serta terus mengikuti perkembangan teknologi terkini.

Bagaimana bila kamu perlu *showcase* atau *freezer*? Sesuai *tagline* merek yang satu ini, 'Santai... ada Sanken'. Kamu bisa memilih *showcase* Sanken untuk menyimpan sekaligus memajang susu, kopi literan, ataupun produk minuman lainnya. Begitu juga dengan *freezer*.



Sanken menyediakan berbagai jenis *freezer* yang bisa kamu pilih. Tersedia produk mulai dari kapasitas kecil yaitu 115 liter sampai 300 liter. Bila kamu hanya memerlukan *freezer* untuk menyimpan es batu, kapasitas kecil bisa menjadi pilihan. Sebaliknya, jika kamu perlu menyimpan aneka bahan makanan atau *frozen food*, carilah yang kapasitasnya lebih besar.

Tidak berhenti di sana, Sanken juga menyediakan produk genset *portable*.

Sudah bukan rahasia lagi, listrik yang stabil juga menjadi salah satu faktor penting bagi operasional kafe.

Bila kedai kopi milikmu ada di daerah yang sering mengalami pemadaman listrik dan kamu memiliki budget lebih, tidak ada salahnya berinvestasi membeli genset *portable*.

5. Polytron

Elemen penting lain yang menjadikan

sebuah kedai kopi dianggap nyaman oleh konsumen adalah musiknya. Musik dengan audio yang mumpuni bisa menciptakan *ambience* khas yang diingat oleh pengunjung.

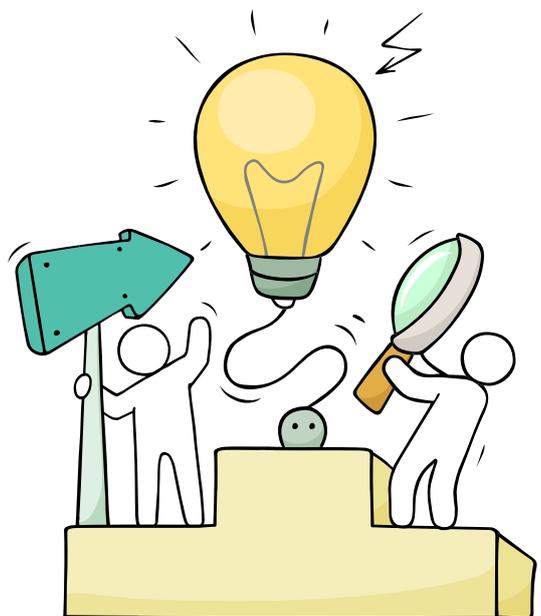
Dalam rangka memenuhi hal tersebut, kamu dapat memilih rangkaian produk *speaker* dari Polytron. Selain itu,



beberapa kedai kopi juga menyediakan TV. Apabila kamu termasuk salah satunya, produk TV dari Polytron juga bisa menjadi andalan.

Di samping itu, Polytron juga menyediakan pilihan produk untuk penyimpanan makanan minuman seperti *showcase*, kulkas, ataupun *freezer*. Ada pula produk pendingin ruangan, mulai dari AC biasa sampai *ac cassette* yang mampu mendistribusikan udara dingin secara lebih merata.

Dengan pengalaman lebih dari 40 tahun, Polytron sangat berkomitmen untuk menghadirkan pengalaman menyenangkan bagi konsumen melalui teknologi, kualitas produk, serta pelayanannya. Jadi, kamu tidak perlu ragu memilih merek lokal yang satu ini.



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



majoo.id

08

5 Competitive Advantage Bisnis Berkat Revolusi Informasi

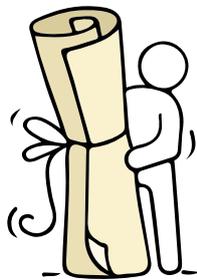


BACK TO DAFTAR ISI

Revolusi informasi sudah menyentuh sektor ekonomi. Tidak ada perusahaan atau bisnis yang mampu lepas dari pengaruhnya. Berkat adanya teknologi informasi, ada pengurangan dramatis dalam biaya untuk memperoleh, mengolah, dan mengirim informasi.

Situasi tersebut tentu memengaruhi cara kita menjalankan bisnis. Semakin hari para pemilik usaha semakin menyadari bahwa teknologi informasi bukan lagi teritorial eksklusif, melainkan perlu menjadi bagian dari setiap bisnis. Lebih dari itu, perubahan ini justru memberikan *competitive advantage* bagi bisnis.

Di perusahaan mana pun, teknologi informasi memiliki pengaruh yang kuat pada lahirnya *competitive advantage* baik pada aspek biaya maupun diferensiasi. Mari kita lihat keunggulan yang bisa dimiliki sebuah bisnis berkat adanya perubahan dalam teknologi dan informasi!



Pengurangan Biaya Operasional

Perkembangan teknologi informasi dapat memengaruhi biaya di berbagai aspek dalam bisnis. Perlu diingat, teknologi informasi lebih dari

sekadar hal-hal yang berkaitan dengan komputer.

Teknologi informasi mencakup pengolahan data atau informasi yang digunakan oleh bisnis, peralatan pengenalan data, teknologi komunikasi, hingga otomatisasi berbagai proses dalam bisnis.

Sehubungan dengan perubahan proses karena adanya perkembangan teknologi, biaya atau *cost* yang perlu dikeluarkan oleh bisnis pun turut berubah. Tepatnya, bisnis dapat menekan biaya.

Salah satu contohnya pernah dilakukan oleh Air Asia pada 2014. Maskapai ini menerapkan proses check-in otomatis sehingga jumlah staf untuk proses *check-in manual* jauh berkurang.



Dengan melibatkan teknologi melalui otomatisasi, Air Asia berhasil mengurangi biaya operasional sebesar 2,5% kala itu.

Sementara efisiensi operasional meningkat, Air Asia jadi memiliki *competitive advantage* sebab bisa memberikan harga tiket yang relatif terjangkau.

Diferensiasi

Agar unggul dalam persaingan, bisnis juga bisa menerapkan diferensiasi. Biasanya, bisnis melakukan diferensiasi dengan memproduksi barang atau layanan tertentu yang bisa membedakannya dari kompetitor.



Perkembangan teknologi informasi memungkinkan bisnis melakukan kustomisasi produk sehingga layanan atau produk yang dihasilkan sangat unik dan khas. Salah satu contohnya dapat kita lihat pada *start-up* kesehatan.

Sebelum banyak bisnis menyentuh sektor kesehatan dan memadukannya dengan teknologi informasi serta transformasi digital, kita hanya bisa berkonsultasi dengan dokter di rumah sakit atau klinik.

Kita juga hanya bisa membeli obat-obatan di toko obat atau apotek. Begitu teknologi berkembang, muncul perusahaan yang melakukan diferensiasi dengan memberikan layanan telemedisin. Ada banyak peluang diferensiasi lain yang bisa dilakukan oleh bisnis dengan adanya teknologi informasi.

Melahirkan Inovasi

Revolusi informasi dan teknologi mendorong berbagai ide terasa tak

terbatas. Maka dari itu, teknologi informasi juga bisa membuat suatu bisnis unggul melalui terciptanya inovasi.



Seperti yang sudah diketahui, inovasi adalah strategi yang dilakukan perusahaan melalui investasi pada riset dan pengembangan untuk menghasilkan produk baru yang akan menarik minat atau menyelesaikan masalah konsumen.

Kalau kamu menyebut merek ojek online hari ini, mungkin hampir setiap masyarakat Indonesia mengetahuinya. Layanan ojek *online* merupakan salah satu contoh inovasi yang mengubah banyak aspek dalam perilaku konsumen. Inovasi tersebut didorong oleh adanya persoalan yang bisa dijawab oleh teknologi.

Walaupun hari ini sudah mulai bermunculan perusahaan jasa transportasi online, pada awalnya teknologi informasi benar-benar membuat perusahaan pionir mempunyai keunggulan kompetitif yang tak bisa disaingi oleh opsi transportasi lain pada masanya.

Mempertahankan Pelanggan

Apakah pernah terlintas di benakmu

bahwa teknologi informasi juga bisa menjadi strategi untuk mempertahankan pelanggan? Strategi ini dikenal juga dengan istilah *customer lock*.

Customer lock memungkinkan perusahaan-perusahaan mapan, seperti Amazon, Apple, Microsoft, dan Rolls Royce menjaga basis pelanggan mereka dan mengungguli pesaingnya berkat teknologi informasi.



Sebagai contoh, perusahaan teknologi seluler seperti Apple dan Android menggunakan konsep '*Data Trap*' untuk menjaga pelanggan. Kedua perusahaan meng-*hosting* konten dan aplikasi di pasar mereka seperti App Store dan Google Play Store yang tidak dapat ditransfer ke tempat lain.

Oleh karena itu, untuk beralih dari satu teknologi seluler ke teknologi seluler lainnya, seseorang harus melepaskan aplikasi, film, dan trek musik yang mereka beli. Karena alasan ini, banyak pelanggan lebih suka menggunakan hanya satu antara ponsel Apple dan Android karena tidak nyaman untuk beralih dari satu ke yang lain.

Meningkatkan Pengalaman Pelanggan

Perkembangan teknologi informasi juga memungkinkan bisnis untuk meningkatkan *customer experience*. Salah satunya melalui penggunaan aplikasi point of sale (POS) yang lengkap.

Aplikasi POS lengkap tentu menawarkan ragam fitur, mulai dari kasir *online* sampai analisis bisnis dan akuntansi. Sebagai contoh, fitur analisis bisnis menyajikan laporan lengkap, misalnya laporan total penjualan, produk yang banyak terjual, waktu transaksi terbanyak, dan lain-lain.

Informasi-informasi tersebut bisa membantu pemilik usaha membuat keputusan tepat seperti menjadwalkan lebih banyak staf pada waktu transaksi paling ramai. Dengan begitu, konsumen tak perlu menunggu lama dan keseluruhan pengalaman mereka berbelanja terasa menyenangkan. Kini kamu sudah melihat peran teknologi informasi dalam membuat bisnis lebih unggul di tengah persaingan.



Sudahkah kamu memanfaatkan teknologi untuk mengoptimalkan pengelolaan bisnismu?

aplikasi wirausaha

majoo

Lariis

Powered by



indosat
BUSINESS



iMin
Intelligence for Business

Satu Platform
untuk Jawab
Segala Kebutuhan
Bisnis UKM Anda



Aplikasi POS Lengkap



QRIS/EDC BCA



Kuota Besar



Perangkat
Otomatis



Ajukan Sekarang!

daftar di bit.ly/Lariismajoo

09

Pemasaran pada Generasi Muda, Inilah Kuncinya!



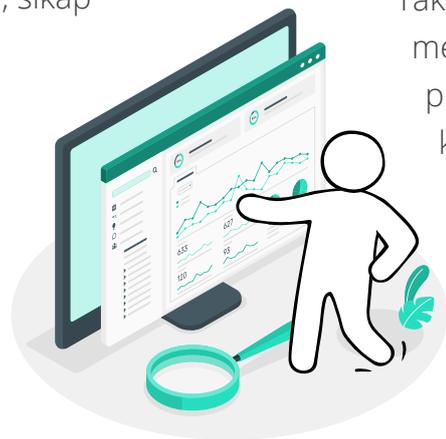
BACK TO DAFTAR ISI

Jika ada yang sangat khas dari generasi muda saat ini, bisa dipastikan mereka mengubah tradisi. Generasi milenial dan berikutnya adalah generasi yang tumbuh sepenuhnya di era Internet. Tidak seperti pendahulunya, orang dewasa muda ini nyaman dengan aplikasi, *smartphone*, media sosial, dan *gadget* lain.

Selain itu, generasi ini menerapkan cara-cara hidup yang sama sekali baru. Sebagai contoh, bekerja di kantor pemerintahan bukan lagi hal yang dianggap keren dan menyenangkan. Kini, banyak anak muda yang lebih suka bekerja di *startup* dari tempat kerja *virtual* atau sebagai *freelancer*.

Dengan adanya pergeseran dari gaya hidup tradisional, sikap anak muda terhadap konsumerisme, pengusaha, dan kehidupan secara umum pun menjadi sangat berbeda.

Jika kamu ingin memasarkan produk atau jasa ke generasi muda saat ini, kamu perlu menerapkan strategi pemasaran khusus.



Berikut ini beberapa hal yang perlu kamu perhatikan.

Mobile Marketing

Saat ini, sebagian besar orang dewasa muda memiliki *smartphone*. Tak heran bila penggunaan internet secara seluler melebihi penggunaan internet melalui desktop. Maka dari itu, pemilik usaha perlu mengoptimalkan *mobile marketing* untuk menjangkau orang dewasa muda.

Tak hanya itu, laman *website* juga perlu dioptimalkan untuk tampilan seluler, gambar harus bisa dimuat dengan cepat, dan elemen kunci seperti *call to action* harus jelas dan mudah dibaca di layar yang lebih kecil.

Strategi Pemasaran Berbasis Aplikasi

Tak sedikit pengguna internet yang menghabiskan waktunya untuk penggunaan aplikasi. Karena itu, kamu juga perlu menjalankan *marketing strategy* berbasis aplikasi.

Pemasaran berbasis aplikasi tidak selalu berarti membuat aplikasi milikmu sendiri. Sebagai gantinya, gunakan layanan yang membuat iklanmu muncul di aplikasi pihak ketiga.

Tak Hanya Targetkan Demografi Tradisional

Pada masa lalu, salah satu cara populer untuk memasarkan ialah menargetkan demografi berdasarkan usia atau pencapaian.

Kategori tradisional mencakup jenjang pendidikan, status pernikahan, dan kepemilikan rumah.

Akan tetapi, pemasaran dengan kategori siklus hidup tradisional tidak cukup untuk menggaet generasi muda. Orang dewasa muda kini mempunyai pandangan berbeda tentang tradisi hidup.

Mereka memilih hal-hal baru yang lebih beresonansi secara pribadi dengan mereka. Dalam hal pernikahan dan kepemilikan rumah, 38% milenial menunda pernikahan dan memulai sebuah keluarga sehingga mereka dapat membangun karier dan membeli rumah terlebih dahulu.

Jadi, selain *milestone* tradisional, cari juga kategori lain untuk mengelompokkan target pasar. Banyak orang dewasa muda memiliki tujuan sosial yang sesuai dengan *passion* mereka.

Sebagian lagi adalah pemilik usaha kecil



atau pengusaha. Lalu, tak sedikit yang memilih gaya hidup kreatif dan menjadi *freelancer*. Pasarkan produk dengan menyasar preferensi dan behaviour yang sesuai dengan generasi saat ini.

Gunakan 'Bahasa' yang Digunakan Target Pasar

Sejalan dengan penargetan pada poin sebelumnya, kamu perlu berbicara dengan 'bahasa' yang digunakan oleh target pasar untuk beresonansi dengan mereka.



Setiap generasi memiliki istilah dan cirinya sendiri. Mereka akan tertarik dan nyaman ketika mereka mendengar percakapan yang *familier*.

Berbicara kepada konsumen muda dengan cara menyenangkan seperti menggunakan istilah-istilah yang biasa mereka gunakan, secara otomatis akan menarik perhatian target pasar.

Berbicara dalam bahasa yang sesuai target pasar tentu tak bisa menggantikan kualitas produk atau layanan optimal. Namun, bahasa yang tepat membuka pintu komunikasi antara target pasar dengan *brand*.

Tak hanya itu, hadirilah dengan persona yang autentik, terutama di media sosial. Karakter *brand* yang autentik dianggap menarik oleh anak muda saat ini.

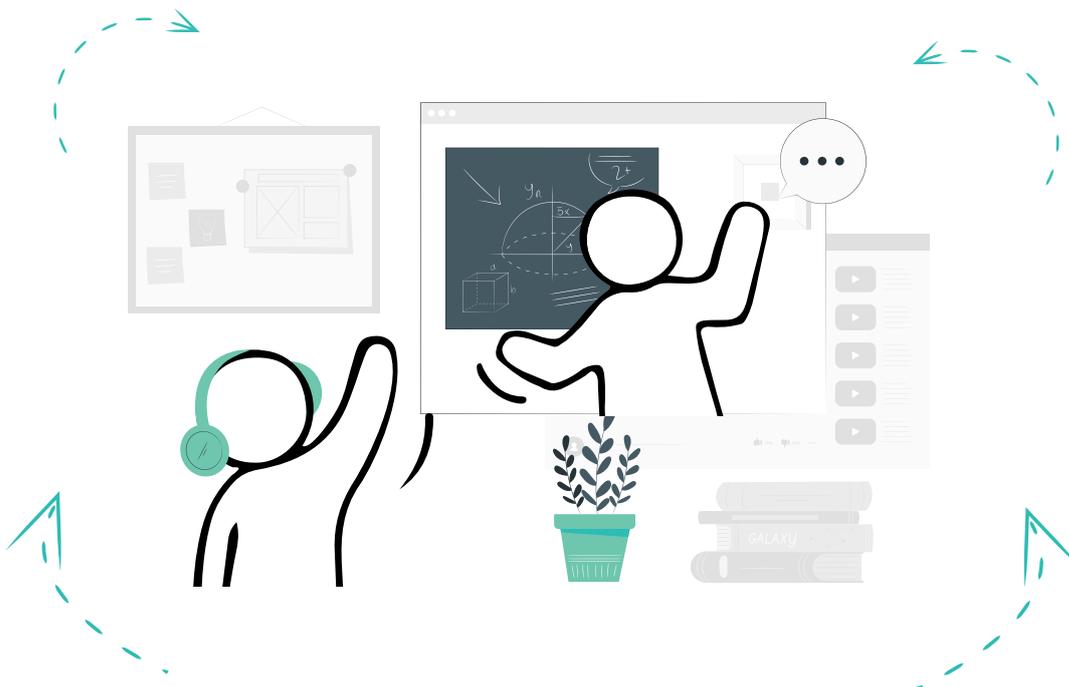
Permudah Akses Belanja *Online*

Dibandingkan dengan generasi sebelumnya, generasi muda menghabiskan lebih banyak uang secara *online*. Maka dari itu, kamu perlu mempermudah akses berbelanja *online*. Di bawah ini beberapa hal yang bisa kamu terapkan.

- ✓ Pastikan katalog *online*-mu selalu *up to date*, mudah dinavigasi, dan memiliki desain yang responsif;
- ✓ Beri pelanggan opsi untuk membayar *online* dengan berbagai bentuk pembayaran (*e-wallet*, kartu kredit, dan lain-lain);

- ✓ Informasi tentang pengiriman, pajak, biaya tambahan, dan diskon harus benar-benar jelas sebelum proses *check out*;
- ✓ Berikan penawaran diskon.

Untuk akses belanja yang smooth kamu perlu mengelola berbagai aspek dengan optimal, mulai dari *inventory* hingga transaksi penjualan. Gunakan aplikasi *point of sale* dengan fitur *omnichannel* untuk mempermudah pengelolaan bisnisimu!



10

Inspiratif: 5 Profil Pengusaha Muda yang Sukses dalam Membangun Bisnis



[BACK TO DAFTAR ISI](#)

Saat membicarakan tentang sosok pengusaha muda yang sukses, satu nama yang pasti terlintas di pikiran kamu mungkin adalah Mark Zuckerberg, sang pendiri Facebook. Sampai saat ini, Mark memang masih menjadi kiblat bagi para anak muda yang ingin membangun usahanya dari nol.

Kesuksesan Mark tentu tidak datang secara instan. Konon, ia sudah mulai membangun usahanya sejak masih menjadi mahasiswa. Bisa meraih kesuksesan di usia muda sebagai *entrepreneur*, wirausaha atau pebisnis memang bukan perkara yang mudah.

Hanya sebagian kecil kawula muda yang mampu menggapainya. Memang faktor keberuntungan memiliki peran penting, namun lebih dari itu ada keuletan, kerja keras, dan inovasi yang menjadi penyokong utamanya.

Di Indonesia ada banyak profil pengusaha muda yang ternyata bisa menyandang gelar pengusaha sukses. Mereka termasuk dalam jajaran anak muda yang berhasil merintis bisnisnya dari titik nol hingga besar dan menghasilkan pundi-pundi uang yang berlimpah. Siapa saja sosok pengusaha muda di Indonesia yang berhasil membangun kerajaan bisnisnya dari titik nol? Usaha



apa yang mereka lakukan sehingga berhasil mengembangkan bisnis?

Pengusaha Muda Indonesia yang Bergelar Pengusaha Sukses

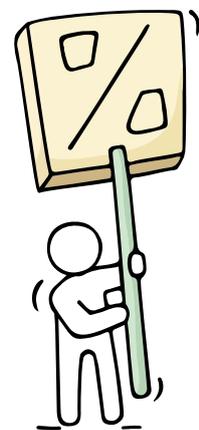
Berikut lima profil pengusaha muda Indonesia yang berhasil membuktikan bahwa anak muda pun bisa meraih kesuksesan dalam bisnis.

1. Yasa Paramita Singgih

Yasa adalah pria kelahiran April 1995 yang pada usia mudanya telah memiliki omset bisnis hingga mencapai ratusan juta rupiah. Yasa memulai bisnisnya sejak masih duduk di bangku sekolah dalam bidang *fashion*, khususnya *fashion pria* dengan merek *Men's Republic*.

Alasan Yasa masuk dalam dunia bisnis sejak berumur 15 tahun pun cukup kuat. Saat itu ayahnya tiba-tiba sakit keras dan otomatis membutuhkan banyak biaya untuk pengobatan. Yasa memutuskan untuk bisa menghasilkan uang sendiri. Karena dia sadar umurnya masih terlalu muda untuk mendapatkan pekerjaan, Yasa memilih untuk membuka bisnis sendiri.

Sebelum mencoba berbisnis jual beli kaus pria, Yasa sempat berbisnis lampu



hias namun tidak terlalu sukses. Justru di bidang fashion pria itulah setiap bulannya Yasa bisa menghasilkan lebih dari Rp30 juta.

2. Helga Angelina Tjahjadi

Pada usia 15 tahun, Helga pernah mengalami suatu penyakit, yaitu infeksi ginjal dan masalah liver, yang ia percaya merupakan akibat dari efek samping obat kimia yang ia konsumsi terus-menerus.

Helga akhirnya sadar akan pentingnya pola hidup sehat. Helga mulai mengenal pola makan *food combining* yang mengarah ke *vegetarian*, akupunktur dan *self healing*.



Dari situlah, Helga kemudian mencoba untuk membangun bisnis makanan sehat dengan merek Burgreens. Burgreens menyediakan layanan *delivery* dan tentunya pilihan menu resep yang lezat, yang menyebabkan produknya sangat digemari banyak orang dan menjadikan Helga sebagai salah satu pengusaha sukses di Indonesia.

3. Ferry Unardi

Traveloka adalah sebuah brand produk *startup* reservasi pesawat yang modern, fleksibel dan praktis. Inilah hasil karya Ferry Unardi yang

sebelum menuai kesuksesan, sempat bekerja sebagai *software engineer* di perusahaan Microsoft daerah Seattle.

Selama 3 tahun, Ferry bekerja dan belajar banyak hal di Microsoft, sebelum akhirnya memutuskan untuk melanjutkan pendidikan MBA di Harvard University. Namun, baru satu semester menjalankan pendidikan, naluri bisnis muncul dari dalam dirinya, dan Ferry mulai membangun serta mengembangkan *startup* di bidang reservasi pesawat.

Katanya, ide bisnis ini didapatkannya dari pengalaman pribadi harus bolak balik Amerika-Indonesia selama 8 tahun. Pengalaman tersebut memberinya banyak pelajaran tentang sistem reservasi pesawat di Indonesia.



4. Benny Fajarai

Pernah mendengar *marketplace* Qlapa, karya anak bangsa? Jika kamu ingin menjual atau memasarkan produk kerajinan tangan secara *online*, Qlapa adalah solusi yang tepat.

Qlapa didirikan oleh Benny Fajarai pada April 2015. Selain menjabat sebagai *co-founder* sekaligus CEO situs qlapa.com, Benny juga merupakan pendiri kreavi.com. Pada dasarnya, cara kerja Qlapa

sama dengan marketplace lainnya, yaitu menjadi penghubung antara pembeli dan penjual secara langsung.

Uniknya, sesuai dengan namanya, Benny memfokuskan

Qlapa untuk menjual dan memasarkan produk kerajinan dan olahan kelapa yang tentunya sangat membantu kegiatan UMKM di masyarakat.

5. Carline Darjanto

Carline merupakan seorang pengusaha muda yang sukses membangun kerajaan bisnis di bidang fashion dengan *brand* Cotton Ink. Bisnis pembuatan kaus ini berawal pada tahun 2008 yang dirintis Carline bersama sahabatnya, Ria Sarwono. Saat itu, mereka baru menjual kaus bergambar dan syal.

Jualannya hanya dilakukan melalui media sosial. Ternyata, *brand* Cotton Ink sukses mendapatkan sambutan pasar. Pada tahun 2011, barulah Cotton Ink membuat situs jual belinya sendiri. Empat tahun kemudian, membuka toko yang berlokasi di Jakarta.

Beberapa kali mereka mendapatkan penghargaan, seperti Best Local Brand dari Free dalam *Cleo Fashion Award (Jakarta Fashion Week)*; serta terpilih

sebagai merek favorit di majalah, antara lain *Most Favorite Brand* di *Brightspot Market*; *The Most Innovative Brand* lokal favorit *In Style Magazine* tahun 2012.

Saat ini, Carline menyanggah gelar pengusaha sukses

yang dengan brand-nya mampu memproduksi hingga 8.000 pakaian per bulan untuk konsumen Australia, Malaysia, Singapura, dan Eropa. Selain itu, produksi ini juga datang dari kurang lebih 280.000 pengikut Cotton Ink di media sosial.

Sebagai pengusaha muda, kamu juga pastinya ingin meraih kesuksesan seperti mereka, kan? Jangan khawatir, ini sangat mungkin dicapai. Syarat utamanya adalah kamu harus memiliki kemandirian, keuletan, serta prinsip yang teguh seperti yang ditunjukkan oleh kelima pengusaha sukses tersebut.

Jangan ragu untuk terus mengembangkan kemampuan bisnismu dan membekali bisnis yang kamu jalankan dengan sistem POS dan manajemen operasional bisnis yang ditawarkan oleh aplikasi majoo. Pastikan bisnismu dapat terus maju, berkembang dan meraih kesuksesan bersama majoo!



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