

the majoo preneurs

Berjuta wirausaha maju untuk Indonesia

**Tren pasar
di tahun 2023**
Apa saja yang baru?

**Stock opname
awal tahun**
Perlu tidak, ya?

Cara urus HAKI
Patankan ide bisnismu!



Manifestasi Mimpi dan Potensi
menjadi Aksi, Bisnis Maju di Tahun Baru!

VOL 29
Jan 2023

Pengantar

Selamat Tahun Baru!

Tahun Baru selalu menjadi momen yang penting dalam menata ulang rencana dan strategi bisnis. Setelah melakukan evaluasi atas pencapaian-pencapaian pada tahun sebelumnya, dan menganalisis rencana-rencana yang belum terwujud, atau strategi-strategi pemasaran yang masih terkendala.

Hasil evaluasimu atas pencapaian tahun lalu, bisa menjadi dasar bagimu untuk menentukan langkah-langkah yang paling tepat dan sesuai agar setidaknya sebagian mimpimu bisa kamu wujudkan dan potensi bisnismu bisa kamu optimalkan. Tentunya, dalam menentukan langkah-langkah itu, kamu juga perlu memperhatikan dan mempertimbangkan tren pasar, perubahan perilaku konsumen, serta teknologi-teknologi terbaru yang akan memudahkanmu mencapai yang kamu targetkan.

majoo selalu hadir untuk mendukung para pemilik bisnis dalam memmanifestasikan rencana bisnis, yang merupakan perwujudan dari kolaborasi antara rencana, ide, potensi, dan kesempatan yang ada, dengan terus melakukan inovasi produk dan layanan agar dapat memenuhi segala kebutuhan bisnis dan juga pemilik bisnis.

Oleh karena itu, sekarang adalah waktu yang tepat untuk mewujudkan manifestasi tadi ke dalam aksi, ke dalam langkah-langkah nyata yang bisa dilakukan olehmu, pemilik bisnis, bersama dengan majoo yang selalu siap sedia memberikan dukungan, kapan pun dan di mana pun.

Mari beraksi bersama majoo, niscaya bisnismu pun akan maju!

Tim Redaksi

Redaksi



Reporter
Nisa Destiana



Reporter
Daniel Prasatyo



VP Marketing
Gary Ghazi



Managing Editor
Akidna Rahma



Creative Head
Reo Ludiansa



Content Director
Ferry Irawan



Reporter
Ajar Pamungkas



Reporter
Dini N. Rizeki



Project Manager
Mardiana



Content Strategist
Tika Ayu



Graphic Designer
Novita Putri



Graphic Designer
Firman

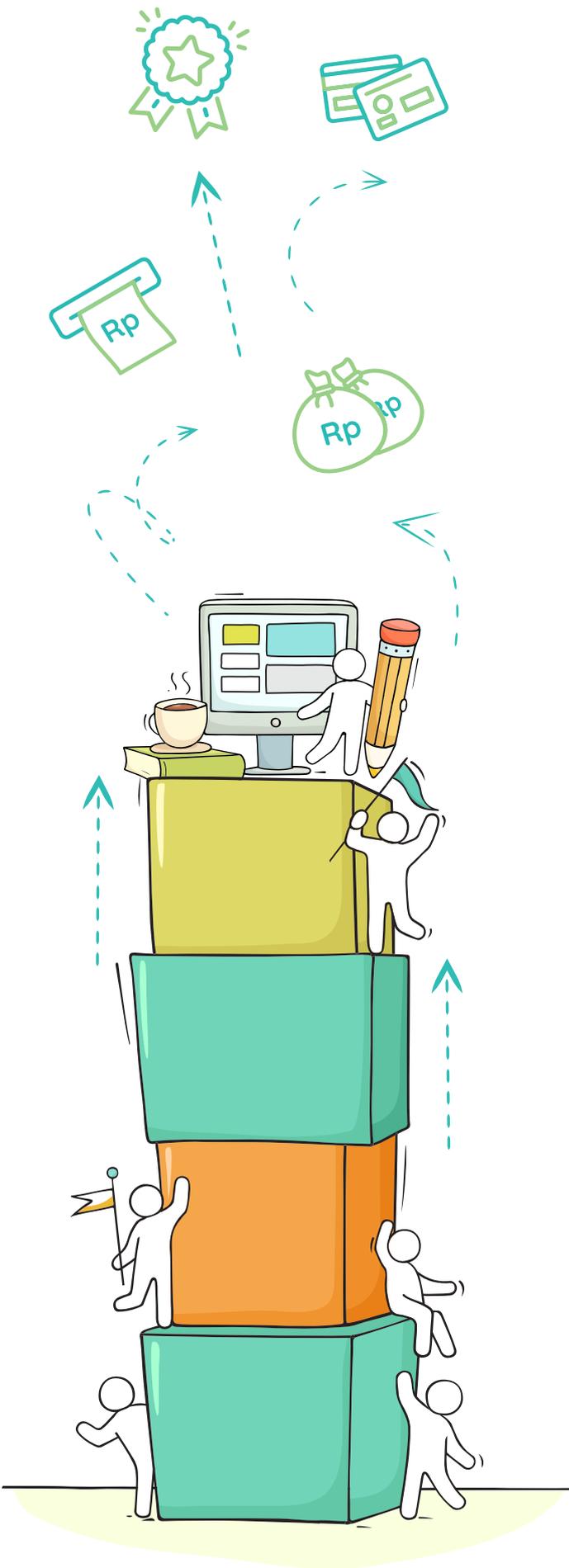


Project Manager
Faiqotul Himma



Social Media Admin
Syifa Alma





06 Hadapi Tahun Baru:
Buat Perencanaan Bisnis
yang Strategis



10 Mau Mengimplementasikan
Ide Bisnis? Ketahui *Do's*
& *Don'ts*-nya!

10



14 Bagaimana Cara
Mengurus HAKI Setelah
Dapat Ide Bisnis?



18 Periksa *Stock Opname*
di Awal Tahun?
Memangnya Perlu?!

18



23 Tingkatkan Nilai Bisnis
dengan Ekspansi *Online*?
Caranya?



28 Mau Memenangkan Persaingan
Bisnis *Online*? Inilah Triknya!

28



32 Mengintip Perubahan Tren
Pasar di Tahun 2023!
Apa yang Baru?



36 Merespons Perilaku
Konsumen yang Berubah
Pasca Pandemi

36



41 Ingin Memaksimalkan
Layanan *Food Order*
Online? Coba Trik Ini!



45 Maksimalkan Potensi Bisnis,
Maksimalkan Keuntungan!

45



Dari Kami Yang Ingin Kamu Maju

SIGNATURE	
CUBAN RUM CHOCO	51
COTTON CANDY	60
BLUEBERRY COOKIES	44
BRITISH MONKEY	54
FROZEN ALASKA	54
ISLAND	60
ALAPHIDE	60
N CREAM	60
FOREST ISLAND	60

ICE	
LOOSE LEAF TEA	33
TIRAMISU	33
LEMON TEA	33
LYCHEE TEA	33
PEACH TEA	33

MOCKTAILS	
KIWI LEMONADE	44
PEACH ZELIHI	44
MELON SQUASH	44
OCEAN BLUE	44

SMOOTHIES	
PINK BEACH, BLUEBERRY HONEY	42

FOODS	
FRENCH FRIES	38
CHICKEN WINGS	49
BITTER BALLEH	49
DINSUM	49
CHICKEN SANDWICH	38
TUNA SANDWICH	38
SPAGHETTI BOLOGNESE	65
SPAGHETTI KOMODO	60
SPAGHETTI CARBONARA	75

Demi terciptanya Berjuta wirausaha maju untuk Indonesia, kami persembahkan berbagai inspirasi yang bisa mendukung maju-nya bisnismu. Kamu bebas menyebar luaskan E-Magz ini ke teman-teman kamu.

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

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



aplikasi wirausaha

majoo



PAKET APLIKASI KASIR LENGKAP BANYAK BONUSNYA

~~Rp5.901.000~~

CUMA

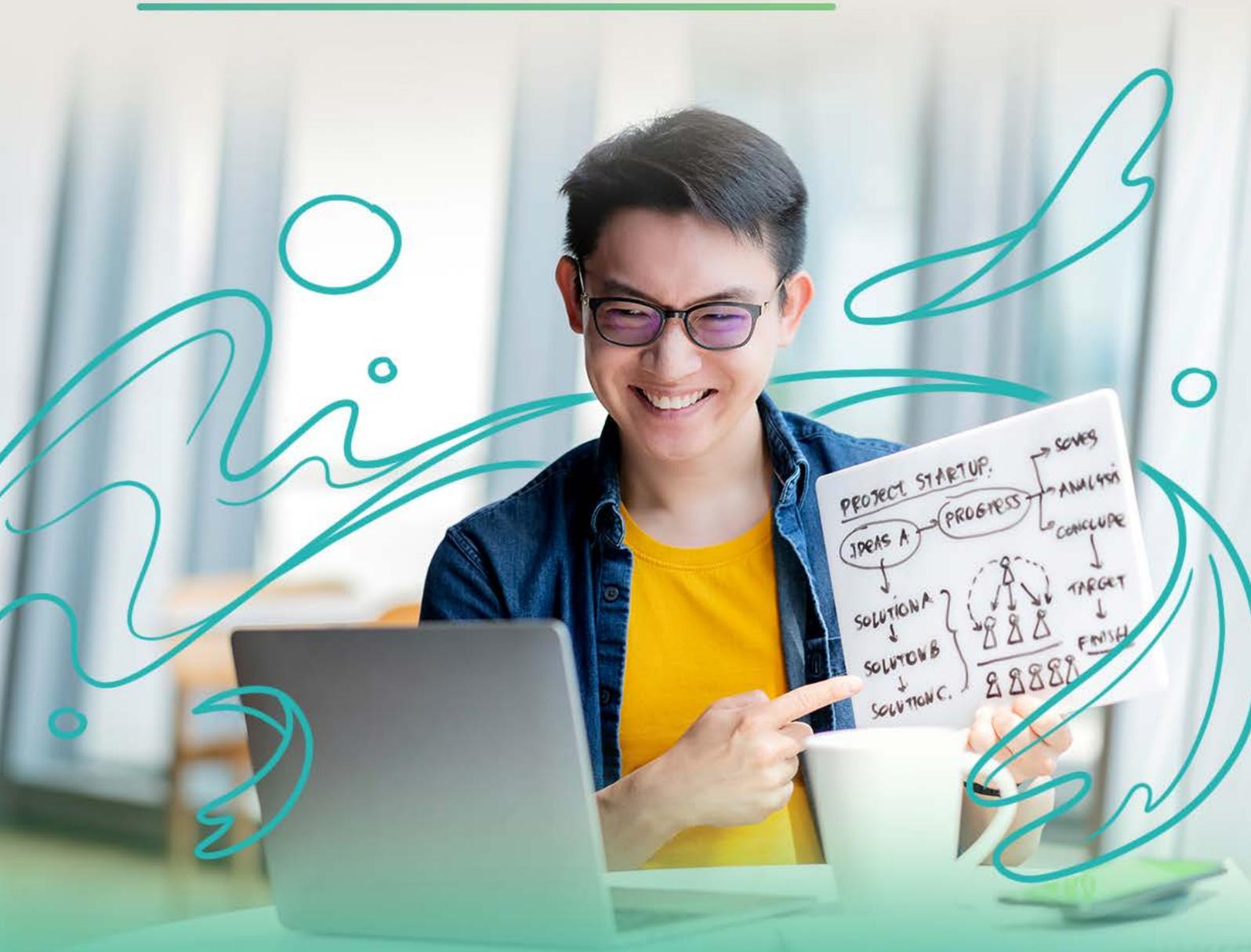
Rp 3.499JT

**PAKET MAJOO
DEAL STARTER**

**BELI SEKARANG
BONUS DOUBLE DEAL ECR**

01

Hadapi Tahun Baru: Buat Perencanaan Bisnis yang Strategis



BACK TO DAFTAR ISI

Tahun baru hampir selalu menjadi waktu yang tepat untuk memeriksa kembali, di posisi mana bisnismu kini berdiri. Jangan keliru, evaluasi bisnis perlu dilakukan oleh semua pemilik usaha, baik besar maupun kecil.



Tentukan *Goal* yang Ingin Dicapai

Langkah pertama dalam membuat perencanaan bisnis selalu dimulai dari menentukan arah bisnis yang akan dituju.

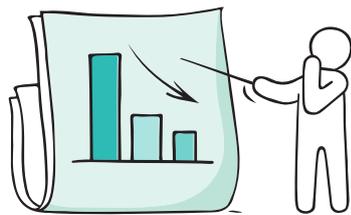
Maka dari itu, kamu perlu menjabarkan secara konkret tentang target-target yang ingin dicapai tahun ini.

Saat melakukan evaluasi, kamu juga bisa mengarahkan fokus terhadap masa depan bisnis. Target apa yang ingin dicapai oleh bisnis pada tahun ini? Lalu, perencanaan bisnis seperti apa yang perlu kamu buat untuk mencapai target tersebut? Pastikan kamu menyusun rencana yang strategis.

Salah satu yang perlu menjadi perhatian, tentukan target secara spesifik. Sebisa mungkin kamu tidak menentukan target yang samar seperti 'ada peningkatan penjualan'.

Pada dasarnya, sebuah rencana bisnis yang strategis mampu menjawab tiga pertanyaan, yaitu:

1. Bagaimana performa bisnis saat ini?
2. Apa saja target yang ingin dicapai pada tahun berjalan?
3. Strategi bisnis apa yang bisa membantumu mencapai target tersebut?



Jika memang *goal* bisnis adalah meningkatnya penjualan, tentukan secara jelas berapa persen peningkatannya, peningkatan akan dicapai melalui penjualan produk apa, dan bagaimana cara mencapainya?

Semakin jelas target yang kamu buat, semakin mudah pula kamu memetakan strategi pencapaiannya.

Nah, beberapa langkah di bawah ini dapat dijadikan acuan usaha kecil yang ingin membuat *strategic business plan* pada tahun 2022 ini.

Review Situasi Bisnis

Setelah mengetahui titik yang ingin dituju oleh bisnis, kini saatnya melakukan *review* atas situasi bisnis.

Ketahui posisi bisnis saat ini dalam kaitannya dengan pencapaian target tersebut.

Ketika berbicara tentang posisi bisnis, angka penjualan hanyalah salah satu parameter saja. Sementara pencapaian bisnis dapat mempunyai banyak bentuk, tergantung definisi bisnis maju itu sendiri menurut versimu.



Memang, profit merupakan faktor penting dalam menakar kesuksesan bisnis. Akan tetapi, terdapat faktor-faktor lain yang dapat dipertimbangkan sebagai pencapaian bila selaras dengan value bisnis, misalnya melibatkan komunitas, menjalankan praktik bisnis yang *sustainable*, dan sebagainya.

Tentukan Fokus

Bila kamu sudah mengetahui kondisi bisnis saat ini serta titik yang akan dituju, kamu bisa mulai menyusun strategi bisnis untuk menuju *goal* tersebut. Dalam penyusunan strategi, kamu mungkin mempunyai banyak sekali *to-do list*.

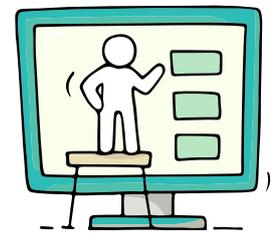
Bahkan, tidak jarang, yang perlu dilakukan jauh lebih banyak dari

waktu dan energi yang kamu miliki untuk menyelesaikannya. Karena itu, kamu mungkin perlu memperkecil cakupannya dan menentukan prioritas.

Pertimbangkan sumber daya serta kapasitas yang dimiliki bisnis, lalu mulailah menentukan *action plan* yang spesifik. Menentukan sejumlah fokus lebih memperbesar peluang target tersebut benar-benar tercapai.

Implementasi Strategi Bisnis

Perencanaan dan strategi bisnis secanggih apa pun belum



memiliki makna bila kamu belum mengimplementasikannya dalam bisnis. Maka dari itu, tantangan berikutnya adalah mengeksekusi ide-ide brilian yang telah kamu susun, membuat perubahan, dan mengawasi dampak penerapan strategi tersebut terhadap bisnis.

Dalam implementasi strategi, kamu perlu menentukan tanggung jawab, aktivitas, tenggat waktu, sampai budget yang spesifik agar hasilnya optimal.

Evaluasi Performa dari Rencana Bisnis

Perencanaan bisnis yang strategis

bukanlah pekerjaan satu malam, melainkan proses terus-menerus.



Karena itu, kamu perlu mengevaluasi situasi bisnis setelah rencana dijalankan.

Dalam perjalanannya, jangan ragu untuk mengubah rencana bila dampak strategi yang telah ditentukan tidak sebaik yang kamu harapkan. Tidak perlu ragu juga untuk beradaptasi dengan berbagai tantangan, meskipun hal tersebut berarti mengubah strategi.

Agendakanlah waktu khusus untuk mengevaluasi langkah mana yang berhasil, bagian mana yang masih perlu perbaikan, atau bahkan strategi mana yang perlu diganti.

Untuk memantau implementasi strategi, kamu dapat melakukan evaluasi harian, mingguan, per bulan, per kuartal, serta evaluasi tahunan.

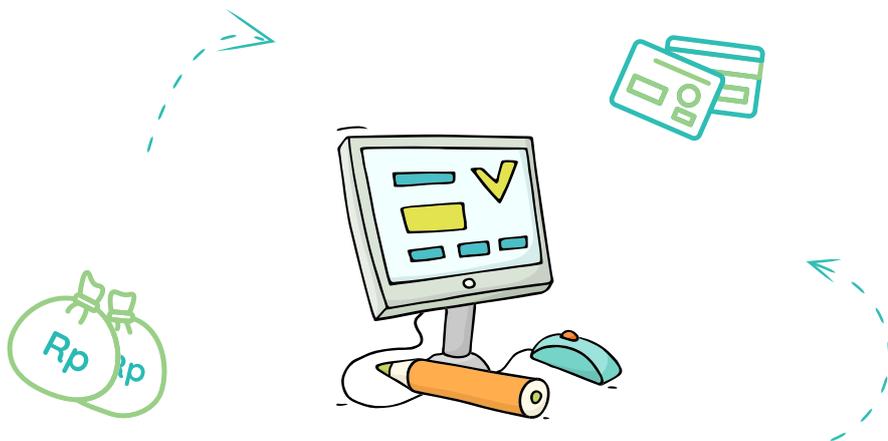
Waktu evaluasi disesuaikan dengan kebutuhan dan karakter dari masing-masing strategi.

Kesimpulan

Supaya bisnis milikmu mencapai perkembangan yang nyata, manfaatkanlah momen awal tahun untuk membuat perencanaan bisnis yang strategis. *Nah*, langkah-langkah di atas dapat kamu jadikan panduan dalam membuat rencana bisnis yang efektif.

Terkait implementasi strategi bisnis, tentu kamu selalu boleh memanfaatkan *tools* agar pengelolaan bisnis menjadi lebih mudah. Sebagai contoh, gunakan aplikasi POS yang bisa mengatur *loyalty program* sebagai bagian dari strategi pemasaran.

Untuk kamu yang masih belum menyusun rencana bisnis untuk tahun ini, segera petakan strategimu sekarang juga!



02

Mau Mengimplementasikan Ide Bisnis? *Ketahui Do's & Don'ts-nya!*



Proses menemukan ide bisnis hingga benar-benar mewujudkannya menjadi suatu bisnis pasti menegangkan sekaligus menarik. Baik ide bisnis modal kecil hingga konsep bisnis besar, tetap perlu kamu rencanakan dengan matang.

Nah, tak jarang pebisnis melakukan kekeliruan-kekeliruan dalam proses mewujudkan ide menjadi bisnis nyata. Kali ini, kita akan membahas hal-hal yang sebaiknya kamu lakukan atau kamu hindari dalam proses mengimplementasikan ide bisnis. Selamat menyimak!



Don't: Jangan Menunda!

Salah satu faktor yang sering kali menjauhkan seseorang dari impiannya ialah tidak berani memulai. Memang memikirkan ide untuk suatu usaha dan mencoba menyusun rencana bisnisnya terasa menyeramkan karena segalanya serba tidak pasti.



Apalagi, bila bisnis yang kamu buat merupakan bisnis pertamamu. Karena, seperti kata pepatah, selalu ada langkah pertama untuk segala sesuatu. Jadi, saat kamu memiliki ide menarik, paling tidak

jangan menunda membuat keputusan untuk mewujudkannya. Begitu kamu mengambil keputusan, pasti kamu akan berusaha menemukan langkah-langkah taktis agar ide tersebut benar-benar bisa terwujud.

Do: Buat Catatan



Baik ide tentang bisnis secara umum maupun ide tentang detail rencana bisnis bisa muncul kapan saja dan bisa lenyap seketika. Saking mudahnya sebuah ide terlupakan, sebaiknya kamu selalu membuat catatan.



Bila kamu adalah tipe orang yang lebih nyaman mencatat secara manual, bawalah notebook kecil ke mana pun kamu pergi. Jadi, kamu bisa segera mencatat ide apa pun yang muncul.

Apakah cara tersebut terdengar merepotkan? Kita tahu teknologi sudah



berkembang, kamu juga selalu bisa mencatat di aplikasi *notes* yang tersedia di ponsel pintarmu. Intinya, buatlah catatan ide, konsep, atau rencana bisnis yang muncul!



Don't: Mengabaikan Pendapat Orang Lain

Banyak orang percaya bahwa ide bisnis perlu dirahasiakan sebab khawatir orang lain akan menirunya. Faktanya, implementasi atau eksekusi ide tersebut memegang peranan sangat besar dan konsep saja belum bernilai apa-apa.



Jika kamu belum berpengalaman, kamu justru perlu mendengar pendapat orang lain. Sebelum bergegas mengimplementasikan suatu ide, sebaiknya kamu berdiskusi dengan orang yang kamu percaya.

Kamu bisa berdiskusi dengan mentor, kolega, atau orang lain yang kamu percaya memiliki kapasitas di bidang bisnis yang ingin kamu tekuni.



Do: Review Idemu

Sebelumnya, kamu disarankan untuk tidak menunda dalam mewujudkan ide usaha. Namun, bukan berarti kamu menjadi gegabah dan terburu-buru. Maka dari itu, kamu juga perlu berdiskusi dengan orang yang lebih berpengalaman.



Selanjutnya, berdasarkan riset dan diskusi tersebut, *review idemu*. Buatlah analisis untuk

menilai kelayakan ide tersebut diimplementasikan menjadi sebuah bisnis.

Dalam proses *review*, bila kamu ingin memperoleh *feedback* yang nyata dan benar-benar melihat potensi pasar, kamu bisa melempar ide tersebut kepada orang yang masuk ke dalam target pasarmu. Dengarkan pendapat mereka!



Do: Pikirkan Langkah Selanjutnya

Apabila idemu sudah terasa solid, saatnya kamu memikirkan langkah selanjutnya. Kamu bisa mulai menyusun rencana-rencana bisnis secara garis besar. Berdasarkan rencana tersebut, kamu dapat menghitung estimasi modal yang kamu butuhkan.



Lalu, kamu dapat memutuskan pendanaan bisnis akan ditanggung oleh diri sendiri atau melibatkan pihak lain. Tentunya, ada langkah lanjutan jika kamu memutuskan melibatkan pihak lain baik investor maupun *partner* bisnis.

Walaupun belum berbentuk *business plan* yang rapi, langkah-langkah lanjutan tersebut tetap perlu kamu catat, ya!

Don't: Jangan Abaikan Situasi Pasar Terkini

Sebelum mengubah ide menjadi kenyataan, kamu perlu mempertimbangkan situasi pasar dan arah sektor industri pilihanmu. Sebaiknya, kamu melakukan riset pasar terlebih dahulu atau membeli laporan terkait pasar dari agensi independen yang tepercaya.



Mungkin sebagian dari kamu beralih, usaha yang akan kamu bangun merupakan usaha kecil. Meskipun konsep yang kamu miliki adalah ide bisnis modal kecil, riset pasar menjadi langkah penting yang tak boleh kamu lewatkan.

Do: Jaga Kondisi Mental

Saat memulai bisnis, kemungkinan besar kamu



akan menghabiskan hampir seluruh waktumu untuk memastikan ide milikmu berhasil. Dengan beredarnya narasi bahwa orang yang bekerja lebih keras akan lebih sukses, beristirahat jadi terdengar tidak seharusnya.



Padahal kenyataannya, memikirkan bisnis terus-menerus bisa sangat melelahkan. Dalam waktu panjang, seorang pemilik usaha sangat mungkin mengalami *burn out*. Karena itu, pastikan kamu menyempatkan waktu untuk beristirahat. Dengan begitu, kamu siap menghadapi tantangan bisnis dengan pikiran yang *fresh* dan lebih baik.

Di samping itu, pastikan kamu juga selalu meningkatkan kapasitas diri sebab tantangan bisnis sangat beragam. *Nah*, kami juga memiliki berbagai artikel bisnis dan keuangan. Kalau kamu membutuhkannya, kunjungi majoo.id!



03

Bagaimana Cara Mengurus HAKI Setelah Dapat Ide Bisnis?



Mungkin belum banyak pelaku usaha yang mengetahui cara mengurus HAKI atau Hak atas Kekayaan Intelektual. Padahal, ada banyak sekali manfaat yang bisa diperoleh oleh pelaku usaha dengan mengantongi HAKI, *lho!* Salah satunya, memastikan orisinalitas ide bisnis selalu terjaga.

Malas, *kan*, jika sudah capek-capek mengembangkan ide usaha, ternyata ada kompetitor yang meniru? Hmm, agar tidak terjadi, *yuk*, kita simak serba-serbi tentang HAKI termasuk cara mengurusnya!

Mengapa Perlu Jaga Orisinalitas Ide Bisnis?



Menjaga orisinalitas bisnis sering tidak terpikirkan oleh banyak pelaku usaha. Akibatnya, bidang bisnis yang dijalankan pun menjadi keruh oleh banyaknya kompetitor yang menjalankan bidang usaha serupa. Padahal, menyajikan sesuatu yang unik merupakan salah satu cara untuk menarik perhatian pelanggan, *kan?*

Setelah mencari-cari ide usaha yang unik, ada baiknya gagasan tersebut didaftarkan agar memiliki HAKI. Dengan memiliki HAKI, gagasan tersebut akan dilindungi secara hukum. Artinya, apabila ada pihak lain yang meniru, pihak tersebut melakukan pelanggaran hukum dan bisa dibawa ke pengadilan.

Dengan demikian, kita pun tidak perlu berbagi ceruk pasar yang ditargetkan.

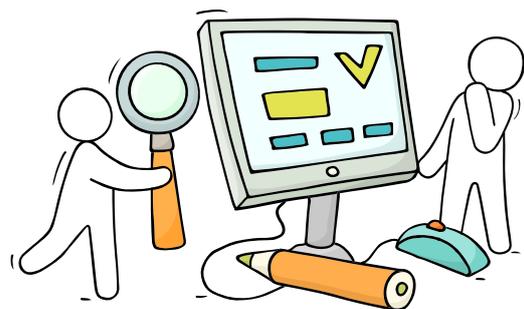
Ingat selalu bahwa bisnis yang orisinal berarti bisnis yang memiliki nilai tambah.

HAKI, Gerbang Pertama Jaga Kekayaan Intelektual

Nah, di antara banyak cara, salah satu yang bisa dilakukan untuk menjaga orisinalitas ide bisnis adalah dengan mendaftarkan hasil dari gagasan tersebut untuk memiliki HAKI.

Bagi yang belum tahu, HAKI adalah Hak atas Kekayaan Intelektual atau hak yang secara eksklusif diberikan kepada seseorang untuk menikmati nilai ekonomi hasil karya ciptanya.

Perhatikan kata eksklusif pada pengertian HAKI di atas. Kata eksklusif menjelaskan bahwa hanya pencipta karya yang dapat menikmati nilai ekonomi dari hasil suatu gagasan. Artinya, apabila kita membuat produk yang unik dan mendaftarkannya agar memiliki HAKI, hanya kita yang dapat menjual produk tersebut.



Langkah-Langkah Mengurus HAKI secara Online

Tertarik untuk mulai mendaftarkan hasil gagasan unik yang sudah dibuat agar memiliki HAKI? Tidak perlu cemas dan takut ribet, karena sekarang kita sudah bisa mengurus HAKI secara *online*.

Jadi, tanpa perlu berurusan dengan birokrasi yang panjang dan melelahkan, sebenarnya kita bisa melindungi hak-hak atas kekayaan intelektual kita secara mudah, *lho!* Langkah-langkah untuk mengurus HAKI secara *online* juga tergolong cukup mudah.

Tidak percaya, coba simak langkah-langkah berikut!

1. Mendaftarkan Akun e-HAKI

• Agar bisa melindungi kekayaan intelektual yang kita miliki, pertamanya kita harus memiliki akun e-HAKI terlebih dahulu. Untuk melakukannya, langsung saja kunjungi laman Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual Kemenkumham RI kemudian buka menu Permohonan di bagian atas, dan pilih Hak Cipta.



Setelah mengeklik, situs akan mengarahkan kita ke laman e-Hak cipta untuk melakukan pendaftaran akun. Ikuti instruksi yang tersedia hingga selesai untuk dapat

mendaftarkan seluruh kekayaan intelektual agar dapat memiliki HAKI. Tenang saja, prosedur pendaftaran akun ini tidak terlalu membingungkan, *kok*.

2. Mengajukan Permohonan Pendaftaran Kekayaan Intelektual

Setelah memiliki akun, kita dapat segera mengajukan permohonan pendaftaran kekayaan intelektual dengan memilih pilihan Pengajuan Pencatatan Digital dan mengisi formulir yang telah disediakan.



Pastikan untuk mengisi formulir ini dengan informasi yang benar-benar sesuai.

Lampirkan pula setiap dokumen pendukung yang diminta. Kita bisa langsung mengunggahnya ke laman pengisian formulir ini, *kok*, jadi sebenarnya proses ini sama sekali tidak susah.

Pun demikian, jangan ragu untuk memastikan kembali bahwa seluruh informasi yang diberikan sudah benar, pastikan pula dokumen yang diunggah sudah sesuai dengan yang diminta. Informasi serta dokumen pendukung ini dibutuhkan untuk melakukan validasi permohonan, sehingga jika diisi asal-asalan, permohonan pun bisa jadi

menjadi tidak valid dan prosedurnya akan semakin panjang.

3. Menyelesaikan Proses Verifikasi

Setelah mengisi formulir dengan benar dan melampirkan dokumen yang sesuai, selanjutnya tunggu hingga proses verifikasi dan validasi selesai. Setelahnya, akan ada pemberitahuan apabila pencatatan persetujuan telah disetujui dan sertifikat bisa dicetak.

Jika sudah sampai di langkah tersebut, artinya pendaftaran kekayaan intelektual telah berhasil dilakukan dan pelaku usaha yang mendaftarkannya berhak menikmati nilai ekonomis dari kekayaan intelektual tersebut. Meski demikian, jangan buru-buru, karena setelahnya masih akan ada pemeriksaan formalitas untuk memastikan segala sesuatunya sudah diselesaikan dengan baik.

Bagaimana? Tidak sulit, *kan*, untuk memastikan ide bisnis yang sudah susah payah dicari terlindungi? *Oh, iya!* Selain Hak atas Kekayaan Intelektual, kita juga bisa mendaftarkan paten atas barang dan produk di laman situs web Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual Kemenkumham RI, *Iho!*

Setelah menyelesaikan cara mengurus HAKI dan mengantongi hak eksklusif untuk menikmati nilai ekonomis hasil gagasan kita, selanjutnya tinggal mengelola bisnis dengan baik untuk memastikan masuknya keuntungan yang maksimal! Tak perlu takut, semudah mendaftarkan kekayaan intelektual, kamu juga bisa dengan mudah mengelola bisnis secara optimal dengan aplikasi majoo!

Didesain untuk mempermudah manajemen operasional bisnis, aplikasi majoo dilengkapi dengan beragam fitur unggulan yang membuatmu mudah mengelola usaha dari mana saja, kapan pun dibutuhkan. Tanpa perlu datang langsung ke tempat usaha, performa bisnis bisa langsung diketahui cukup dengan membuka *handphone* atau laptop!

Mudah sekali, *kan?* Yuk, segera berlangganan layanan aplikasi majoo!



04

Periksa *Stock Opname* di Awal Tahun? Memangnya Perlu?!



BACK TO DAFTAR ISI

Setiap pelaku usaha tentu memahami pentingnya melakukan *stock opname* atau SO, dan bahkan mungkin sudah banyak pula yang melakukannya secara rutin untuk memastikan kelancaran operasional bisnis. Namun, mungkin tak banyak yang melakukannya di awal tahun.

Wajar saja, sebenarnya, karena umumnya di akhir tahun sebelumnya pelaku usaha sudah melakukan SO, sehingga merasa tidak perlu melakukannya kembali di awal tahun. Namun, apakah ini langkah yang baik?



Mari coba kita ulas bersama-sama jawabannya!

Kenapa Perlu Periksa Persediaan Barang di Awal Tahun?

Mengapa, *sih*, kita perlu melakukan pengecekan jumlah barang di awal tahun? Mengapa tidak melakukannya di tengah atau akhir tahun saja? *Nah*, sebenarnya memang pengecekan jumlah barang ini bisa dilakukan kapan saja selama rutin. Namun, dengan melakukannya di awal tahun, ada

beberapa manfaat yang sayang untuk dilewatkan, *lho!*

Kira-kira apa saja, *sih*, manfaat yang dimaksudkan tersebut? Yuk, langsung saja kita bahas!



1. Menjaga Kesesuaian Jumlah Barang

Awal tahun menjadi waktu yang tepat untuk memeriksa jumlah persediaan barang karena umumnya di akhir tahun dilakukan pembukuan laporan keuangan bisnis, *kan?* Oleh karena itu, sangat bijaksana sekali jika pembukuan tersebut langsung diikuti dengan pemeriksaan jumlah barang.

Dengan melakukan pemeriksaan segera setelah pembukuan diselesaikan, kita dapat mengetahui apakah keluar-masuknya produk yang tercatat dalam laporan keuangan sesuai dengan jumlah produk yang saat ini berada di gudang.

Apabila pengecekan ini dilakukan lebih dulu sebelum menyusun laporan keuangan, ada kemungkinan ketidaksesuaian dalam laporan keuangan yang nantinya dapat membawa masalah serius bagi

keuangan bisnis. Namun, jika dilakukan setelahnya, pelaku usaha pun lebih mudah dalam melakukan penyesuaian, baik terhadap strategi bisnisnya maupun dengan merevisi laporan keuangan yang sudah dibuat.

2. Menghindari Praktik Kecurangan

Salah satu fungsi utama memeriksa persediaan barang, selain untuk memastikan jumlah barang yang tercatat dengan yang benar-benar ada di lapangan sudah sesuai, adalah untuk menghindari praktik kecurangan yang dilakukan oleh karyawan maupun internal lainnya.

Dengan memeriksa jumlah besar kemudian mencocokkannya dengan transaksi yang ada, pelaku usaha dapat melihat apakah ada produk yang hilang atau tidak. Apabila ada, investigasi bisa dilakukan untuk menelusuri kembali ke mana hilangnya barang tersebut.

Namun, jangan lupa untuk berhati-hati saat melakukan pemeriksaan. Sebelum memulai investigasi, pastikan terlebih dahulu selisih jumlah yang muncul berasal dari barang yang hilang bukan dari transaksi yang tidak tercatat. Bagaimanapun juga, investigasi internal semacam ini dapat menyurutkan

semangat karyawan, sehingga jika bisa dilakukan cara lain, sebaiknya prioritaskan terlebih dahulu.

3. Membantu Penyusunan Strategi Pemasaran

Dengan mengetahui jumlah barang yang keluar di tahun sebelumnya, jumlah yang masuk kembali, dan sisa jumlah setiap barang di gudang, pelaku usaha dapat memperoleh gambaran yang lebih baik terkait performa penjualan tiap-tiap produknya.

Tentunya, apabila sudah memiliki bayangan terkait performa bisnisnya, lebih mudah bagi pelaku usaha untuk menyusun strategi yang tepat guna menanggapinya. Itulah alasan melakukan pemeriksaan jumlah barang di awal tahun menjadi langkah yang cerdas karena hasil pemeriksaan tersebut dapat digunakan sebagai dasar ketika menyusun strategi bisnis selama setahun ke depan.



Apabila memilih untuk menerapkan cara ini, tentu pelaku usaha memiliki gambaran yang lebih baik terkait situasi di lapangan saat menyusun strategi, sehingga kegiatan pemasaran yang dilakukan pun bisa lebih akurat dalam mendorong angka penjualan. Terlebih lagi jika pemeriksaan

kesesuaian jumlah barang ini juga diikuti dengan riset atau analisis yang lebih dalam, strategi yang dihasilkan pun bisa lebih tepat guna lagi, *kan?*

Nah, dari manfaat-manfaat di atas, mungkin ada beberapa pelaku usaha yang masih merasa tidak perlu untuk memeriksa kesesuaian jumlah barang di awal tahun. Pertanyaan berikutnya tentu saja, jika tidak di awal tahun, kapan waktu yang tepat untuk memeriksa jumlah persediaan produk di gudang?

4. Kapan Sebaiknya Jumlah Barang Diperiksa?

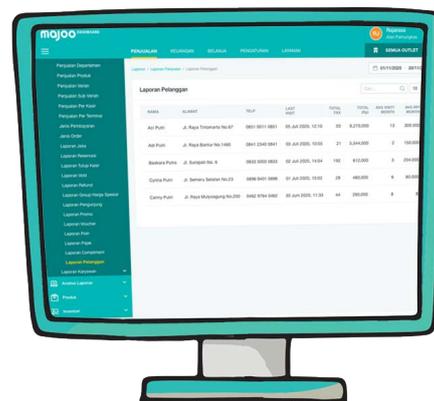
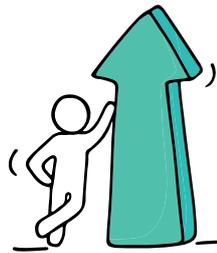
Sebenarnya tidak ada jawaban yang ideal untuk pertanyaan kapan sebaiknya jumlah barang di gudang harus diperiksa. Beberapa pelaku usaha memilih untuk melakukannya di akhir tahun, tetapi tidak sedikit juga yang melakukannya setiap enam bulan sekali, tiga bulan sekali, atau bahkan setiap akhir bulan.

Memang, untuk urusan kapan dan berapa kali tidak ada jawaban yang ideal karena pelaku usaha perlu menyesuainya dengan operasional bisnisnya masing-masing. Namun, yang

terpenting adalah rutin melakukan kegiatan ini. Jangan sampai ada tahun yang benar-benar kosong tanpa pernah satu kali pun diperiksa karena ini akan menyebabkan kebingungan ketika kali berikutnya dilakukan pemeriksaan ternyata ditemukan selisih.

Oleh karena itu, pelaku usaha disarankan untuk melakukan *stock opname* sesering dan serutin mungkin untuk meminimalkan terjadinya kesalahan. Jangan takut kegiatan ini akan mengganggu operasional bisnis karena kita bisa menyerahkan pengelolaan bisnis harian pada aplikasi majoo yang sudah dilengkapi beragam fitur unggulan untuk mempermudah manajemen bisnis.

Jadi, tunggu apa lagi? Jangan ragu! Yuk, segera gunakan layanan aplikasi majoo!



Stories

majoopreneur Stories

majoopreneur



Renny Owner Dedari Health and Beauty Care

Harapan terbesar untuk bisnis ini pastinya saya ingin Dedari Health and Beauty Care berkembang semakin besar dan dikenal oleh orang banyak sehingga semakin banyak pelanggan yang datang.

Jovanny Erika Riana Owner Anonim Coffee

Kita mau bisnis ini bisa maju dan sukses selalu, hingga dikenal banyak orang, dan semoga bisa jadi inspirasi untuk orang lain yang ingin buka usaha antara anak dan ayah.

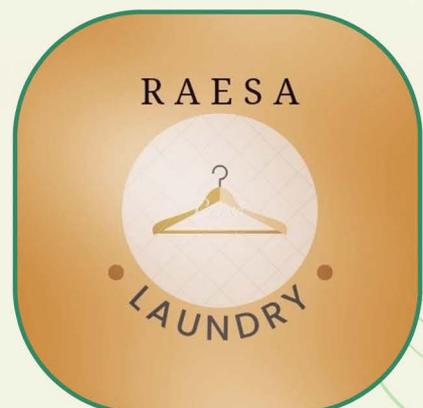


Rahmat Owner Barber Sip

Karena tujuan utama saya adalah untuk kebaikan, mempekerjakan orang yang kurang beruntung di pendidikannya, single parent, ataupun anak yatim. Saya berharap bisnis ini bisa terus bertahan tentunya dengan tetap mempertahankan kejujuran dan kualitas pelayanan agar saya selalu bisa berbagi dan mempekerjakan orang-orang yang membutuhkan.

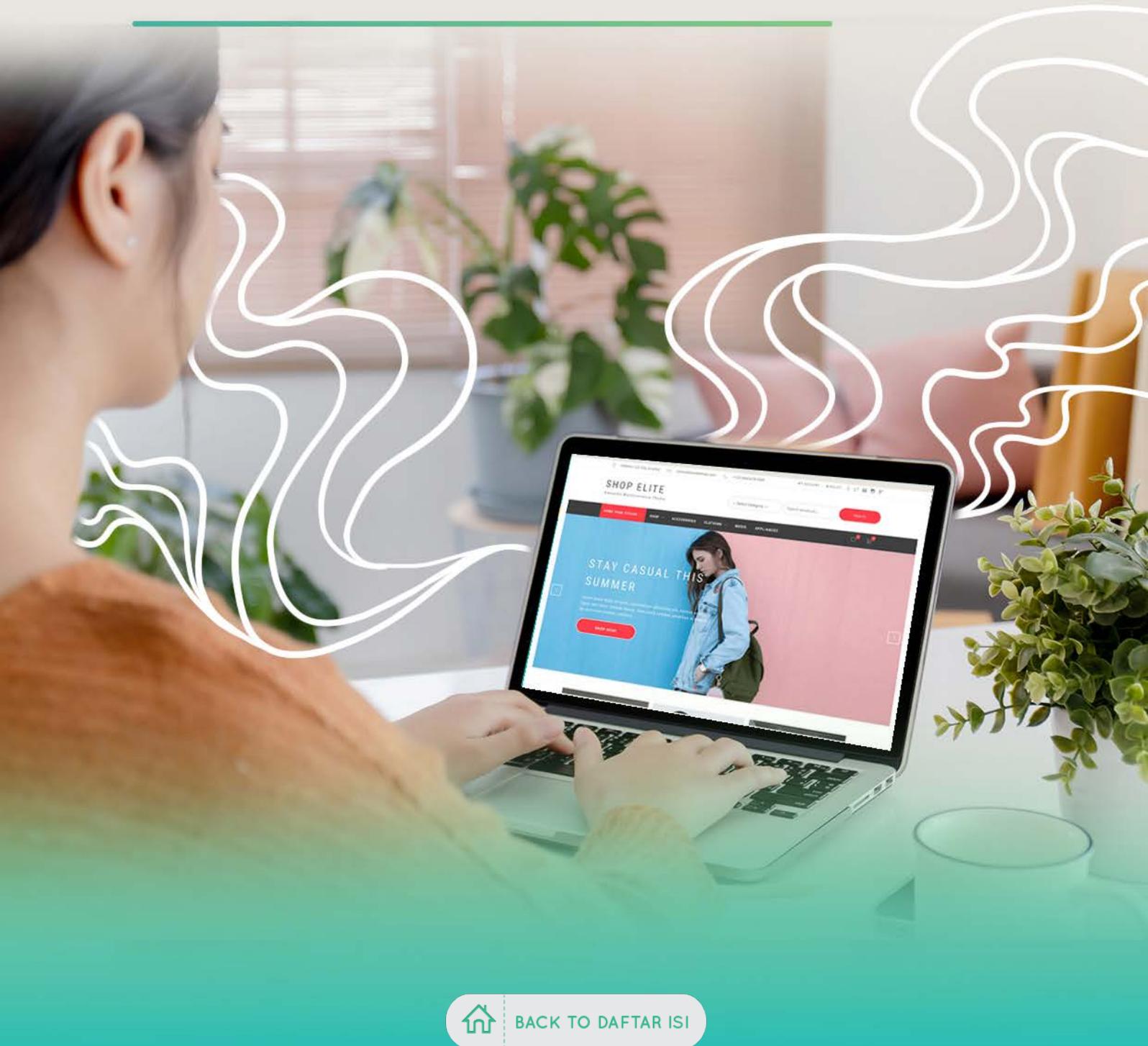
Ameilia Riza Azmarin Owner Raesa Laundry

Rencana mau buka cabang lagi agar bisnis ini semakin besar, punya pangsa pasar luas dan semakin diminati oleh kalangan sekitar lokasi Raesa Laundry. Fokus saya mau kembangin laundry sachet dan semoga bisnis ini bisa seperti bisnis laundry sachet yang bertahan sehingga bisa diwariskan ke anak-anak saya.



05

Tingkatkan Nilai Bisnis dengan Ekspansi *Online*? Caranya?



[BACK TO DAFTAR ISI](#)

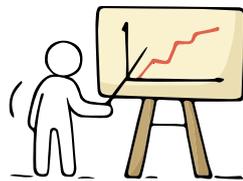
Ada banyak cara yang bisa dilakukan pelaku usaha untuk meningkatkan nilai bisnis yang dimilikinya, salah satunya dengan merambah pasar yang lebih luas lagi atau dengan menjalankan ekspansi bisnis. Namun, tentu saja pada praktiknya, ekspansi bukanlah sesuatu yang bisa dilakukan dengan mudah atau asal-asalan.

Tidak sedikit yang perlu dipertimbangkan secara masak sebelum melakukan ekspansi, misalnya saja perkara modal. Pasalnya, setiap operasional bisnis tentu membutuhkan modal yang tak sedikit, termasuk ketika berusaha untuk mengembangkannya lebih maju.

Pun demikian, bukan berarti pelaku usaha harus mengubur niatnya untuk melakukan ekspansi dalam-dalam. Sulit bukan berarti tidak bisa dilakukan, *kan?*

Ekspansi Bisnis Tidak Terbatas untuk Pasar Fisik

Satu hal yang kerap luput dari pertimbangan ketika berbicara tentang ekspansi adalah batasan gagasan pada pasar yang sifatnya fisik. Karenanya, sering kali kita melihat ekspansi dilakukan dengan membuka cabang-cabang usaha baru.



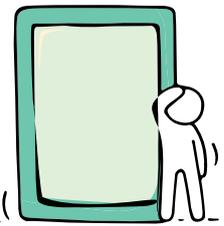
Padahal, untuk tujuan yang sama, dalam kasus ini berarti perluasan pasar, pelaku usaha tidak harus selalu membuka cabang secara fisik yang membutuhkan biaya besar, tetapi cukup menjangkau pasar yang sebelumnya tidak tersentuh dengan cara lain. Yap, benar sekali! Merambah *platform-platform* digital yang mampu menjangkau pasar di kawasan yang berbeda juga merupakan salah satu bentuk ekspansi.

Dengan memanfaatkan *platform* digital, pelaku usaha tidak perlu menyiapkan modal yang terlalu besar untuk membangun cabang secara fisik, tetapi bisa membuat kehadiran bisnisnya sampai pada calon-calon pelanggan potensial di luar area penjualannya.

Terlebih lagi, merambah pasar digital juga sesuai dengan tujuan serta program kerja yang dicanangkan oleh pemerintah untuk UMKM, *kan?*

Ekspansi Bukan Sekadar Migrasi dari *Offline* ke *Online*

Nah, ketika sudah mulai berpikir untuk menyediakan transaksi dan pengalaman belanja secara *online* kepada pelanggan, hapus dulu



anggapan untuk melakukan migrasi secara penuh dari sistem *offline* ke *online*, ya!

Pada dasarnya, yang dimaksud dengan ekspansi bisnis adalah sebuah praktik untuk memperluas jangkauan bisnis yang sudah ada. Artinya, sekalipun ekspansi tersebut dilakukan secara *online*, keberadaan tempat usaha *offline* yang sudah ada tetap perlu dipertahankan.

Mengapa demikian?
Sederhana saja!
Apabila memutuskan
untuk bermigrasi
secara penuh dan



menutup tempat usaha fisik yang saat ini dikelola, ini artinya pelanggan yang selama ini dilayani terpaksa harus ikut beralih pula ke lapak yang disediakan secara *online* untuk memperoleh produk yang mereka inginkan. Padahal, belum tentu pelanggan setia yang ada merasa nyaman dengan keputusan ini.

Selain itu, belum tentu tempat usaha *online* yang dibuat bisa dengan cepat menarik pelanggan baru, sehingga rasa-rasanya tidak bijak untuk terburu-buru menutup tempat usaha fisik yang saat ini dikelola untuk bermigrasi secara menyeluruh ke *platform* digital. Jangan sampai ekspansi yang

direncanakan untuk membuka pasar justru mendatangkan kerugian bisnis yang semestinya bisa dihindari.

Pahami Kebutuhan antara *Online* dan *Offline*

Melakukan ekspansi ke pasar *online* berbeda dengan membuka cabang baru di tempat yang berbeda karena karakter dari kedua pasar tersebut juga berbeda saat melakukan transaksi atau berbelanja secara umum.

Apabila strategi pemasaran serta penjualan yang sama dapat digunakan kembali saat membuka cabang tempat usaha yang baru, strategi bisnis tersebut bisa jadi sama sekali tidak berlaku ketika dicoba pada pasar *online*. Karenanya, sebelum memutuskan untuk merambah pasar *online*, pahami terlebih dahulu perbedaan antara berbisnis secara *offline* dan *online*.



Jenis pemasaran seperti apa yang disukai oleh pasar *online*? Apakah ada segmen audiens tertentu yang bisa ditargetkan, dan jika ada, pendekatan seperti apa yang perlu digunakan agar angka penjualan dapat ditingkatkan? Seperti apa karakter transaksi yang dilakukan secara *online* jika dibandingkan dengan transaksi konvensional?

Dengan memahami setiap aspek penentu tersebut, ekspansi *online* yang dilakukan pun akan lebih berhasil dalam memperluas pasar dan menambah pelanggan baru. Ingat, ekspansi ke pasar *online* bukan sekadar mengubah cara berjualan dari yang konvensional menjadi serba digital semata, lho!

Sekalipun *Online*, Modal Tetap Dibutuhkan

Meski dilakukan secara *online*, ekspansi bisnis tetap membutuhkan modal yang tak bisa dibilang kecil. Memang benar, ketika ekspansi dilakukan secara *online*, pelaku usaha tak perlu memperhitungkan biaya sewa tempat usaha fisik atau yang semacamnya. Namun, bukan berarti sama sekali tidak ada modal yang perlu disiapkan terlebih dahulu.



Saat melakukan ekspansi ke *platform* digital, pelaku usaha perlu mempekerjakan karyawan yang secara khusus dapat mengelola tempat usaha *online* yang dimiliki. Semakin baik literasi digital karyawan tersebut, semakin mudah pula pengelolaan bisnis yang bisa diharapkan.



Selain itu, kegiatan pemasaran pun tetap diperlukan untuk memastikan tempat usaha *online* yang baru dibuka dapat benar-benar menambah jumlah pelanggan, dan biaya pemasaran secara *online* ini bukanlah sesuatu yang murah; terlebih jika karyawan yang diminta untuk mengerjakan tugas ini juga karyawan dengan tingkat keterampilan dan kemampuan pemasaran digital yang tinggi.

Tidak perlu terburu-buru cemas atau khawatir, *kok*, karena aplikasi majoo menyediakan layanan majoo Capital yang memungkinkan pelaku usaha untuk memperoleh modal usaha hingga Rp2.000.000.000 tanpa agunan yang sudah terintegrasi dengan beragam layanan aplikasi majoo lainnya. Dengan demikian, pengelolaan tempat usaha *online* serta *offline* pun dapat dilakukan dengan mudah dari satu dasbor saja.

Tak perlu menunggu terlalu lama, langsung saja segerakan berlangganan layanan aplikasi majoo agar nilai bisnis pun dapat ditingkatkan!



aplikasi wirausaha

majoo

**LANGGANAN
1 TAHUN DAPAT
2 TAHUN
APLIKASI KASIR
LENGKAP**

**CUMA
Rp 1.9⁹⁹ JT**

Periode 1-31 Januari 2023



**BONUS DOUBLE
DEAL ECR**

Dapat POS dan ECR Android sekaligus terima pembayaran

*Syarat dan Ketentuan Berlaku

**SUPER DEAL
STARTER**

**BELI SEKARANG
PENAWARAN TERBATAS**

06

Mau Memenangkan Persaingan
Bisnis *Online*? **Inilah Triknya!**



BACK TO DAFTAR ISI

Bisnis *online* merupakan area yang sangat kompetitif. Ada ratusan, bahkan ribuan, bisnis serupa seperti usahamu yang menasar target konsumen yang sama. Belum lagi, setumpuk pilihan *e-commerce* yang jumlahnya terus bertambah.

Memang demikian, digitalisasi telah membuat konsumen memiliki pilihan yang tidak terbatas. Bagi konsumen, beralih ke kompetitor bisnismu semudah mengeklik *link*. Lalu, bagaimana caranya agar kamu bisa memenangi persaingan bisnis ini?

Simak trik yang sudah kami siapkan khusus untuk para majoopreneur ini, yuk!

Ketahui *Unique Selling Point*-mu

Seperti yang sudah diketahui, *Unique Selling Point* (USP) adalah hal yang membedakan bisnismu dari bisnis lainnya. Nilai unik ini mungkin terletak pada kualitas produk, harga yang bersahabat, *customer service* unggulan, atau peduli dengan kelestarian lingkungan.

Singkat kata, USP merupakan daya saing bisnismu. Sesuatu yang kamu miliki, tetapi tidak dimiliki oleh kompetitor.



Karena itu, mengetahui USP-mu ialah langkah awal bila kamu ingin memenangkan persaingan bisnis.

Untuk mengetahui USP-mu, kamu bisa coba tanyakan beberapa hal ini:

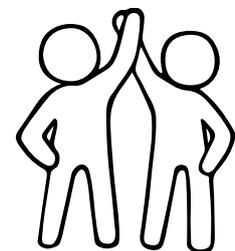
- ✓ Mengapa konsumen harus membeli dari bisnismu, bukan dari *brand* lain?
- ✓ Apa hal berbeda yang kamu tawarkan?
- ✓ Apa hal yang dianggap penting oleh konsumenmu?

Begitu kamu menemukan USP-mu, tunjukkan poin tersebut di *website*, konten media sosial, dan lain-lain. Pastikan audiens melihat keunggulan penawaranmu.

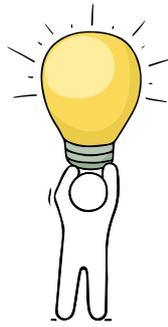
Kenali Konsumen dan Berinteraksi dengan Mereka

Salah satu faktor krusial dalam memenangkan kompetisi bisnis *online* ialah mengenali konsumen dengan baik, terutama terkait kebutuhan dan *pain point* mereka.

Maka dari itu, kamu perlu mengumpulkan sebanyak mungkin data konsumen, khususnya yang berkaitan dengan perilaku berbelanja mereka. Dengan demikian, kamu bisa memahami konsumen dengan lebih baik.



Tidak berhenti di sana, kamu juga perlu menciptakan interaksi dua arah antara *brand* atau bisnis dan konsumen atau audiens. Aktif di media sosial serta terlibat dan percakapan yang penting bagi target konsumen merupakan langkah penting.



Kamu tidak harus aktif di semua *platform* media sosial, kok. Fokus saja di *platform* yang banyak digunakan oleh target pasarmu.

Bentuk *Niche* untuk Bisnismu

Membentuk *niche market* di tengah *marketplace* yang sangat padat dan mengomunikasikan dengan jelas penawaranmu dapat membuat bisnismu terlihat menonjol daripada kompetitor.



Salah satu caranya, kamu bisa memperhatikan hal-hal detail seperti *website domain*. Sebagai contoh, kamu membuat *website* dengan *domain* www.bettergarden.com atau www.bettergarden.store.

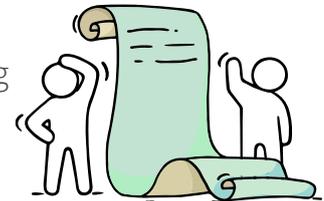
Sepintas saja, audiens akan langsung menangkap bahwa kamu menjual perlengkapan berkebun.

Lebih dari itu, cara ini membantu membangun kredibilitas serta membuat bisnismu fokus pada segmen pasar tertentu.

Terus Amati Pesaing

Jika kamu ingin terus menjadi yang terdepan di tengah persaingan bisnis, kamu perlu memahami dan menganalisis kelebihan serta kekurangan kompetitormu.

Karena itu, mengamati pesaing secara aktif dan terus-menerus merupakan strategi penting.



Inilah beberapa hal tentang kompetitor yang selalu perlu kamu ketahui!

- ✓ *Website* dan iklan
- ✓ Kebijakan pengiriman pesanan
- ✓ Harga produk
- ✓ Rentang harga dibandingkan dengan kualitas produk
- ✓ Kehadirannya di media sosial
- ✓ Ulasan *online* dari konsumen

Lebih Agresif dalam Penerapan Strategi Digital Marketing

Untuk tampil menonjol, kamu perlu strategi pemasaran yang menyeluruh, mulai dari penerapan strategi untuk menjangkau konsumen baru hingga untuk *upsell* kepada para pelanggan.

Sehubungan dengan hal itu, kamu perlu memanfaatkan berbagai strategi *digital marketing*, seperti *content marketing*, *Search Engine Optimization (SEO)*, media sosial, *email marketing*, bahkan bila perlu gunakan pula *affiliate marketing*.

Strategi pemasaran digital di atas tidak harus kamu jalankan sepanjang waktu. Kamu bisa mencoba semua strategi tersebut dan menganalisis strategi yang memberikan hasil optimal. Selanjutnya, kamu dapat fokus pada strategi digital marketing yang hasilnya maksimal bagi bisnismu.

Kombinasi strategi pemasaran digital tersebut akan menciptakan

brand awareness, membangun basis pelanggan setia, dan pada akhirnya tentu meningkatkan keuntungan.

Kamu juga dapat mengoptimalkan strategi pemasaran *digital* dengan menambahkan *mobile marketing*, seperti mengirimkan penawaran melalui SMS ketika calon konsumen berada dalam radius jarak tertentu dari geraimu.

Tidak perlu khawatir kamu akan kesulitan mengelola strategi yang satu ini sebab kini sudah tersedia aplikasi *Point of Sale (POS)* yang dilengkapi dengan fitur kampanye digital, yaitu majoo. Mau tahu lebih jauh tentang fitur majoo? Cek selengkapnya [di sini!](#)



07

Mengintip Perubahan Tren Pasar di Tahun 2023!

Apa yang Baru?



[BACK TO DAFTAR ISI](#)

Rutin memantau perubahan tren bisa dibilang merupakan salah satu langkah yang bisa diambil pelaku usaha untuk memastikan bisnisnya tetap bertahan. Wajar saja, kan, karena dengan memperhatikan pergantian tren, pelaku usaha bisa membuat bisnisnya tetap relevan, sehingga pelanggan pun betah untuk terus datang.

Nah, di awal tahun ini, tren apa, *sih*, yang kira-kira akan diminati oleh pelanggan? Bagaimana pelaku usaha harus merancang kegiatan pemasarannya? Yuk, langsung saja kita ulang bersama-sama!

Apa yang Akan Jadi Tren Pasar di 2023?

Beberapa tahun terakhir, obrolan terkait teknologi dan *big data* sudah lumayan santer terdengar. Obrolan ini diperkirakan akan mulai terwujud di tahun-tahun ini, jadi sebaiknya pelaku usaha mulai bersiap-siap untuk memanfaatkan lebih banyak produk teknologi di tahun 2023.

Kira-kira, teknologi dan *big data* tersebut akan dicapai dengan cara apa, *sih*, di tahun 2023 ini? Kegiatan pemasaran seperti apa yang bakal digunakan untuk menjangkau lebih banyak pelanggan? Tiga hal berikut ini

diperkirakan akan menjadi jawaban untuk pertanyaan-pertanyaan tersebut.

1. Penggunaan Jasa *Influencer*

• Selama ini jasa *influencer* memang sudah kerap digunakan oleh pelaku usaha untuk mempromosikan bisnisnya. *Nah*, untuk tren pasar di tahun 2023, kegiatan pemasaran yang mengandalkan jasa *influencer* ini akan lebih masif, *lho!*



Dinilai dapat mendorong angka penjualan dan memberikan keuntungan yang lebih besar, jasa *influencer* menjadi salah satu pilihan promosi yang tepat. Terlebih lagi, saat ini memang sudah banyak *micro influencer* yang meski tak memiliki jumlah pengikut yang sangat besar, tapi mampu meyakinkan audiens yang ditarget untuk membeli barang yang dipromosikan.

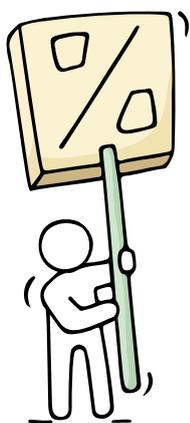


Untuk memulai 2023, coba lakukan *canvassing* untuk mengumpulkan *influencer* yang tepat untuk mempromosikan bisnis. Sesuaikan jenis bisnis dengan karakter audiens *influencer* tersebut agar hasil pemasaran bisa lebih maksimal. Jangan sampai ketinggalan tren sehingga bisnis susah dikembangkan, ya!

2. Banjir Konten Video

Tren pasar di 2023 diramalkan akan lebih condong ke konten berbentuk video. Jika sebelumnya mungkin kegiatan pemasaran hanya dijalankan secara visual, misalnya dengan baliho atau poster-poster yang dicetak secara fisik maupun disebarakan secara digital melalui media sosial, mulai kini konten pemasaran diperkirakan akan lebih banyak berbentuk video.

Sudah memiliki *influencer* untuk memasarkan produk atau jasa yang dijual? Coba ajak mereka untuk membuat video ulasan saat menggunakan produk atau menikmati layanan jasa tersebut.



Konten-konten semacam ini akan sangat dicari oleh audiens di tahun 2023, selain karena lebih enak dinikmati, konten video semacam ini juga dirasa informatif untuk menjawab rasa penasaran audiens terhadap produk atau jasa yang ditawarkan.

Apabila memilih untuk tidak menggunakan jasa *influencer*, tidak apa-apa juga, tetapi pastikan untuk memenuhi kanal media sosial yang

dikelola dengan konten-konten video yang menarik dan informatif, ya!

3. Brand dengan Tanggung Jawab Sosial

Berikutnya yang diperkirakan akan menjadi tren pasar di tahun 2023 adalah *brand* dengan kesadaran dan tanggung jawab sosial yang tinggi. Perubahan yang satu ini sebenarnya dipicu oleh perubahan karakter masyarakat secara umum.

Di era yang sudah sangat maju dan mudah untuk bertukar informasi ini, hampir segala sesuatunya bisa dengan mudah diketahui, termasuk ketidakadilan sosial yang terjadi.

Cancel culture pun berlaku untuk *brand* yang dianggap tidak memiliki tanggung jawab sosial.

Di tahun 2023, budaya ini akan semakin subur sehingga *brand* pun tak bisa seenaknya dan harus beroperasi dengan tanggung jawab sosial. Ini pula alasan mengapa banyak *brand* yang terang-terangan mendorong praktik bisnis yang menjaga kelestarian lingkungan banyak didukung oleh pelanggannya.



Coba cari bidang sosial yang selaras dengan jenis bisnis dan pastikan untuk menjalankan operasional bisnis yang memperhatikan bidang sosial tersebut.



4. Jangan Lupa Dampak Pandemi • Masih Ada

Meski sudah tiga tahun berlalu, dampak dari pandemi Covid-19 yang muncul di akhir 2019 lalu masih tetap terasa hingga sekarang. Penting sekali untuk tidak melupakan fakta yang satu ini, karena bagaimanapun juga pandemi bukanlah sekadar perkara kesehatan semata, tetapi juga mampu memengaruhi banyak aspek kehidupan masyarakat.

Oleh karena itu, bagi pelaku usaha yang ingin mendorong angka penjualan bisnisnya, pastikan untuk tidak mengabaikan dampak pandemi Covid-19. Coba alihkan kegiatan pemasaran ke arah yang lebih digital, misalnya dengan memberikan potongan harga khusus untuk ongkos kirim maupun transaksi *online*, alih-

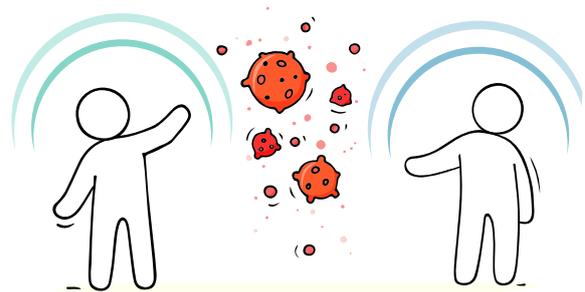


alih mendorong pelanggan untuk berbelanja langsung di tempat usaha.

Perhatikan seperti apa dampak pandemi Covid-19 terhadap perubahan tren belanja masyarakat, dan cari tahu relevansinya dengan bisnis yang dijalankan. Dengan demikian, pelanggan pun akan lebih tertarik dengan kegiatan pemasaran yang dilakukan.

Tak perlu cemas kerepotan dalam mengelola bisnis dengan memperhatikan tren dan segala macamnya, gunakan saja aplikasi majoo dengan beragam fitur unggulannya yang dapat membuat manajemen bisnis jauh lebih mudah, tak hanya di meja kasir saja, tetapi juga sampai ke gudang dan dapur.

Yuk, gunakan aplikasi majoo sekarang juga!



08

Merespons Perilaku Konsumen yang Berubah Pasca Pandemi



BACK TO DAFTAR ISI

Perilaku konsumen mengalami perubahan dramatis selama pandemi. Lebih dari itu, tampaknya perubahan ini akan langgeng. Bagaimana pemilik bisnis merespons hal tersebut?

Pandemi tidak hanya menjungkir-balikkan kondisi kesehatan, tetapi juga mata pencaharian orang di seluruh dunia. Situasi ini memaksa konsumen dan bisnis mengadopsi perilaku baru. Sekitar dua tahun, masyarakat dianjurkan untuk di rumah saja. Sebagai konsumen, mereka akhirnya meninggalkan kebiasaan berbelanja ke gerai dan beralih ke transaksi *online*.

Transformasi digital yang mungkin harusnya berlangsung dalam satu dekade, dikompresi menjadi hanya dalam hitungan bulan saja.

Bisnis pun beradaptasi secara cepat dengan kehadiran *marketplace* dan transaksi yang serba digital, berupaya menemukan strategi pemasaran baru yang bisa menghubungkannya dengan konsumen.

Inilah Perubahan Perilaku Konsumen yang Signifikan

Untuk menyusun strategi yang tepat,



kamu tentu perlu mengenali terlebih dahulu perubahan perilaku konsumen itu sendiri. Karena itu, kami akan memaparkan perubahan besar dalam *consumer behaviour* yang terjadi setelah pandemi.

1. Pengeluaran Konsumen Meningkat

Survei McKinsey menyebutkan, sekitar 51% konsumen ingin berbelanja secara royal dan memanjakan diri mereka dengan belanja sebagai bentuk balas dendam pasca pandemi.



Milenial berpenghasilan tinggi tampaknya akan menghabiskan banyak uang untuk pakaian, sepatu atau sandal, perjalanan, dan pengalaman, seperti makan di restoran, menonton konser, serta menonton pertandingan olahraga.

2. E-commerce Merupakan Masa Depan Bisnis

Melalui data transaksi kartu kredit dan debit, diketahui bahwa pembelanjaan *online* meningkat hampir 20% sejak Januari 2020. Lonjakan perkembangan *e-commerce* yang didorong oleh pandemi ini bukanlah perubahan temporer.



Transaksi digital akan terus ada sebagai bagian dari masa depan. Sekitar 92% konsumen yang baru mencoba berbelanja *online* pada 2019 telah beralih dan menjadikan transaksi *online* sebagai bagian dari kebiasaannya.



E-commerce pun mendefinisikan ulang kenyamanan berbelanja bagi konsumen hingga pada aspek yang semula dilakukan secara tradisional

seperti berbelanja bahan makanan. Kini tak sedikit konsumen yang berbelanja *grocery* melalui *platform online* dan merasa nyaman dengan pengalaman baru ini.

3. Disrupsi Brand Loyalty

Ternyata pandemi memicu peralihan kanal transaksi dan disrupsi *brand loyalty* yang belum pernah terjadi sebelumnya. Perilaku konsumen berubah signifikan, misalnya mencoba cara berbelanja baru. Tidak sedikit konsumen, terutama gen Z dan milenial, yang meninggalkan merek-merek tepercaya untuk mencoba produk dari *brand* baru. Sebagian dari konsumen merasa masih mencari merek yang mencerminkan *value* yang mereka pegang.



Strategi untuk Merespons Perubahan Perilaku Konsumen

Saat awal pandemi COVID-19 merebak, hampir semua orang berpikir bahwa kita akan kembali ke situasi “normal” yang kita kenal sebelum pandemi. Kenyataannya, kita hanya memiliki situasi normal pasca pandemi yang berbeda dengan sebelumnya.

Hal tersebut berlaku pula bagi perilaku berbelanja konsumen. Perubahan-perubahan di atas akan menetap. Kini bisnis memiliki pekerjaan rumah, yaitu merespons perubahan tersebut dengan strategi yang tepat.

1. Mengadopsi Model Operasi yang Cepat

Model operasi yang cepat berarti melepas tim yang gesit dan berdaya dengan keterampilan multidisiplin yang memanfaatkan analisis untuk mendorong tercapainya keputusan yang cepat.

Hal tersebut juga berarti kamu menggabungkan strategi pemasaran yang fokus pada konsumen, analisis *real time*, dan tim yang tepat dalam menghadapi berbagai tantangan sambil tetap pada jalur untuk mencapai tujuan bisnis.



Strategi ini juga memungkinkan kamu memastikan seluruh tim keputusan berbasis data dan *real time* dalam merespons kebutuhan konsumen.

2. Memanfaatkan Analisis untuk Personalisasi



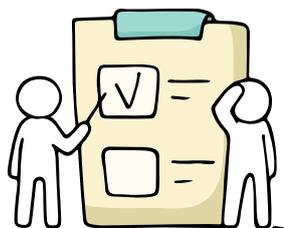
Jika kamu menginginkan bisnis tumbuh, kamu perlu memiliki pemahaman rinci tentang pelanggan. Dengan begitu, kamu bisa menciptakan momen berkesan bagi pelanggan melalui personalisasi.

Terapkan analisis lebih lanjut untuk mengidentifikasi permintaan pasar yang akurat serta pergerakan konsumen.

Manfaatkanlah model *forecasting* untuk menemukan titik-titik yang mendorong pertumbuhan bisnis. Lalu, bertindak cepat untuk menangkap permintaan pasar, memenangkan konsumen baru, serta memperkuat kepercayaan dan loyalitas pelanggan.

3. Meninjau Ulang Ekosistem Bisnis

Langkah cepat yang diterapkan bisnismu hanya akan berhasil jika kompetitor gagal



bergerak secepat bisnismu. Karena itu, selain menerapkan strategi tepat dan cepat, kamu juga perlu melihat kembali situasi sekitar.



Mempertimbangkan ekosistem yang diisi dengan kolaborasi atau kemitraan bisa menjadi salah satu langkah dalam menghadapi perubahan, kompleksitas, dan tantangan yang luar biasa.

Di samping menyiapkan model operasi yang adaptif, strategi pemasaran yang dipersonalisasi, serta membangun ekosistem kondusif, kamu juga perlu memastikan pengelolaan operasional bisnis harian berjalan efisien.

Apakah bisnismu sudah menggunakan aplikasi POS (*Point of Sale*) dengan fitur lengkap untuk mengelola operasional bisnis? Kalau belum, yuk gunakan sekarang!



aplikasi wirausaha

majoo

Ragam Layanan majoo untuk Bantu Semua Kebutuhan Bisnismu

Pay

Terima semua pembayaran digital



Capital

Permodalan cepat tanpa agunan



Ads

Kampanye digital raih pelanggan baru



Supplies

Belanja supplies harga terbaik



09

Ingin Memaksimalkan Layanan *Food Order Online*? Coba Trik Ini!



[BACK TO DAFTAR ISI](#)

Berani membuka dan memulai sebuah usaha di bidang kuliner dan menerima *food order* secara *online* sekaligus dengan *offline* artinya menyadari bahwa kerepotan yang akan dihadapi menjadi dua kali lipat.

Namun, hal ini tentunya tidak bisa dihindari begitu saja. Bagaimanapun, *order online* adalah sebuah cara untuk meningkatkan angka penjualan dan keuntungan yang benar-benar sudah dirasakan manfaatnya oleh para pemilik bisnis kuliner.

Untuk memaksimalkan *food order online* tersebut sebenarnya ada beberapa tips dan trik yang bisa kamu coba terapkan, *lho!*

Maksimalkan *Food Order Online* dengan Tips ini!

1. Berikan Pelayanan yang Terbaik

Kalau kamu anggap bahwa menerima *food order* secara *online* itu artinya tidak bertemu atau bertatap muka langsung dengan konsumen lalu kamu mengabaikan

pelayanan, hal itu salah dan benar-benar fatal.

Saat menerima *order online* memang benar kamu tidak akan bertemu langsung konsumen, namun pelayanan yang kamu berikan akan tetap bisa mereka rasakan.



Kamu bisa memulainya dengan beberapa hal sederhana, seperti memberikan ucapan terima kasih atau membubuhkan nama konsumen di kemasan. Hal sederhana seperti itu ternyata justru mampu memberikan dampak yang luar biasa.

Konsumen pastinya akan merasa senang bahkan mereka bisa melakukan *repeat order*. Kamu juga bisa memberikan bonus dalam bentuk kupon.

2. Inovasi Menu

Perkembangan teknologi di era digitalisasi memang menuntut para pebisnis untuk terus *up to date* mengikutinya, termasuk pebisnis di bidang kuliner. Kamu dituntut terus melakukan inovasi dan variasi menu.



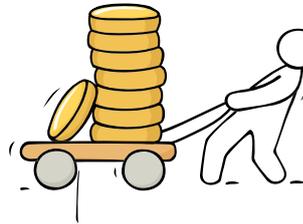
tentu ingin ada tambahan menu atau inovasi baru pada menu yang selama ini sudah mereka kenal.

Tidak usah muluk-muluk melakukan hal ini, cukup hal sederhana yang bisa menimbulkan efek luar biasa. Misalnya, selama ini kamu berjualan ayam geprek dengan sambal bawang yang disukai oleh konsumen, tidak ada salahnya menambahkan varian sambal, seperti sambal mangga, sambal terasi, atau sambal tomat pada menu.

Dengan begitu, konsumen akan menemukan inovasi baru pada menu yang selama ini memang mereka sukai. Rasa penasaran mereka akan cita rasa varian sambal yang baru pun bisa membantu kamu meningkatkan angka penjualan.

3. Gunakan Kemasan yang Sesuai Standar

Pernahkah kamu melakukan *food order* secara *online* lalu mendapatkan minuman yang tinggal separuh airnya atau makanan yang kamu pesan menjadi berantakan dan menumpuk tidak karuan di dalam kemasan?



Hmmm, kalau ini memang terjadi, jangan terburu-buru menyalahkan pihak kurir, ya! Bisa jadi memang kemasan yang digunakan oleh pemilik bisnisnya tidak sesuai standar yang mengakibatkan hal tersebut terjadi pada pesanan.

Lantaran itulah, kemasan yang digunakan untuk mengirimkan *food order* harus diperhatikan dengan sungguh-sungguh. Pilihlah kemasan yang kedap udara atau kedap air, hal ini untuk mencegah makanan atau minuman menjadi tumpah terkontaminasi oleh virus.

Selain itu, kemasan yang baik dan rapi akan memudahkan konsumen untuk mengonsumsi pesanan mereka. Jangan lupa untuk memberikan tampilan desain kemasan yang menarik agar konsumen tertarik untuk melakukan *repeat order*.

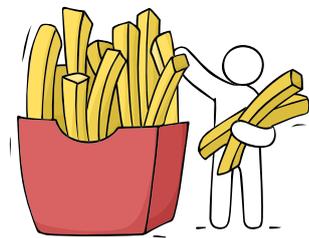
4. Persiapkan Karyawan dengan Baik

Saat kamu mulai menerapkan *order online* pada bisnis kuliner milikmu, jangan abai untuk memperhatikan perilaku karyawan.

Meskipun tidak melayani tatap muka, karyawan tetap memberikan pelayanan yang maksimal kepada pelanggan.



Sebelum memulai aktivitas, pastikan karyawan berada dalam keadaan sehat dan siap bekerja. Dengan mengandalkan pelayanan *food order online*, karyawan harus bisa *fast response* dalam menanggapi pesanan, membalas *chat*, atau menerima keluhan.



Jika kamu bingung mengelola hal-hal tersebut, tidak tahu harus memulai dari mana, maka mengintegrasikan bisnis kuliner milikmu dengan aplikasi adalah sebuah solusi yang cukup tepat.

Hal tersebut akan memudahkan konsumen ketika tidak ingin melakukan pembayaran tunai. Bahkan, pelanggan tidak perlu bersusah payah untuk menelepon agar menghemat tarif pulsa. Cukup *chat*, *order*, dan menunggu pesanan makanan tiba.

Sudah banyak kasus yang terjadi tentang sebuah bisnis kuliner yang mengalami kerugian karena konsumennya beralih ke kompetitor disebabkan oleh pelayanan yang kurang menyenangkan.

Di dunia internet, ada banyak pilihan aplikasi yang seperti ini. Bingung memilihnya? Pilihlah aplikasi yang bukan hanya memberikan fitur *order online* melainkan juga fitur tambahan lainnya yang penting bagi pengelolaan bisnis, seperti yang diberikan oleh majoo.

5. Integrasikan Bisnis Makanan ke Aplikasi Pemesanan Online



Tanamkan dalam pikiranmu bahwa konsumen yang melakukan *order online* adalah mereka yang menginginkan segala hal yang berbau praktis dan efisien.

Mulai dari proses *food order* yang mudah, toko *online* yang mudah diakses, proses pembayarannya yang tidak rumit, dan tentunya waktu pengiriman order yang singkat dan tidak bertele-tele.

Dengan berlangganan majoo, bukan hanya layanan integrasi *marketplace* yang bisa kamu dapatkan, melainkan juga layanan pengelolaan karyawan, laporan keuangan, sampai dengan perhitungan stok dan *inventory*.



Menarik *kan?* Ayo langganan majoo sekarang!

10

**Maksimalkan Potensi Bisnis,
Maksimalkan Keuntungan!**



Setiap pelaku usaha tentu ingin memaksimalkan keuntungan bisnisnya. Bagaimana, tidak, kan? Toh, tujuan berbisnis pun pasti untuk mendapatkan pemasukan yang sebanyak-banyaknya, jika bisa, dengan pengeluaran yang sekecil mungkin. Jadi, tak mengherankan jika banyak pelaku usaha yang menargetkan keuntungan maksimal.

Masalahnya, meningkatkan keuntungan bukanlah perkara yang bisa



dilakukan dengan mudah. Mulai dari naik dan turunnya minat pasar, performa kompetitor yang menekuni bidang serupa, atau bahkan konsistensi produk dan jasa yang dihasilkan; ada banyak sekali faktor yang bisa mendukung atau bahkan menghambat masuknya keuntungan.

Salah satu upaya yang bisa dilakukan oleh pelaku usaha untuk meningkatkan keuntungannya sesuai target adalah dengan memaksimalkan potensi bisnis yang dijalankannya. Bagaimana caranya? Langsung saja kita simak, yuk!

Tips dan Trik dalam Memaksimalkan Potensi Bisnis

Apa, sih, potensi yang bisa digali dari bisnis yang tengah dilakoni? Sebelum

bisa memaksimalkan potensi yang ada, tentu kita perlu untuk mengenali potensi-potensi tersebut terlebih dahulu, *kan?*

Beberapa pelaku usaha mengunggulkan keunikan produknya sebagai potensi yang bisa dikembangkan, beberapa yang lain memilih rendahnya harga jual sebagai andalan, dan tak sedikit pula pelaku usaha yang menjual produknya sebagai sesuatu yang eksklusif. Nah, pastikan untuk mengenali terlebih dahulu potensi yang dimiliki, barulah kita bisa memaksimalkannya.

Setiap bisnis jelas memiliki potensi yang khas masing-masing, tetapi jika kita lihat secara luas, sebenarnya ada potensi yang bisa dimanfaatkan oleh setiap pelaku usaha terlepas dari karakter khusus yang dimiliki oleh bisnisnya, yaitu pasar dan pelanggan.



Yap, benar sekali! Jika kesulitan mengidentifikasi nilai tambah pada bisnis yang berpotensi untuk digali dan dikembangkan, cobalah untuk fokus pada potensi yang sudah pasti dimiliki. Setiap pelaku usaha tentu sudah menargetkan pasar tertentu saat mengembangkan bisnisnya, fokuslah ke sana dengan tiga cara berikut:

- 1. Perluas Cakupan Pasar**
 - Seperti apa kegiatan pemasaran

yang selama ini dilakukan? Apakah sudah mampu menjangkau banyak pelanggan? Nah, coba pikirkan kembali bentuk kegiatan pemasaran lainnya yang bisa dilakukan agar cakupan pasar pun semakin jauh, sehingga pelanggan yang datang pun akan semakin banyak.

Jika selama ini kegiatan pemasaran hanya itu-itu saja, coba bayangkan jika kegiatan pemasaran tersebut ditambah! Bukan tidak mungkin, kan, pelanggan yang mengenali produk atau jasa yang ditawarkan ikut bertambah? Apabila sudah demikian, tentu akan mudah mendorong angka penjualan dan keuntungan pun bisa dimaksimalkan.



Coba luncurkan program-program promo lain seperti potongan khusus bagi sekian pelanggan pertama setiap harinya atau memberikan kupon di setiap transaksi yang dapat ditukar dengan produk apabila sudah mencapai jumlah tertentu. Jangan lupa untuk selalu hadir di setiap kanal media sosial agar *brand awareness* bisa terbangun. Ingat selalu bahwa semakin luas pasar yang dikelola, potensi terjadinya pembelian pun akan semakin besar. Jadi, jangan ragu untuk berkreasi dengan kegiatan pemasaran yang ada, ya!

2. Jaga Tingkat Keuasan Pelanggan



Banyak pelaku usaha yang belum menyadari bahwa pelanggan yang puas merupakan kunci bertahannya suatu bisnis. Ibarat sebuah potensi bisnis pelanggan setia sebaiknya terus dikelola agar relasinya selalu baik dan tingkat kepuasannya tetap tinggi.

Tidak main-main, *Iho!* Pelanggan yang merasa puas saat berbelanja di tempat kita besar kemungkinan akan tanpa sungkan merekomendasikan bisnis yang kita kelola kepada orang-orang terdekatnya. Artinya, akan ada pelanggan-pelanggan baru yang bisa meningkatkan keuntungan bisnis.

Sebaliknya, pelanggan yang merasa tidak puas saat berbelanja di tempat kita akan enggan untuk datang kembali melakukan pembelian berulang. Jika situasi ini terjadi, bukan tidak mungkin angka penjualan di bulan-bulan berikutnya justru akan terjun bebas.

Pastikan pelanggan selalu merasa puas saat berbelanja agar mereka mau merekomendasikan bisnis kita dan melakukan pembelian berulang. Jangan mengejar keuntungan



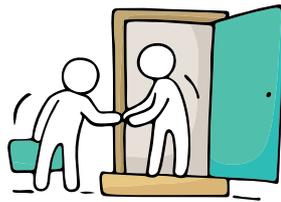
besar dalam satu waktu dengan mengorbankan kepuasan pelanggan karena efeknya ke depan akan buruk untuk keberlanjutan bisnis, *Iho!*

3. Bentuk Sistem Keanggotaan

Kenapa, *sih*, kita harus repot-repot mengelola sistem keanggotaan segala? Apa tidak pusing?

Mungkin ada yang bertanya seperti itu, tapi yakinlah

bahwa adanya sistem keanggotaan dapat mempermudah pelaku usaha mengelola pelanggan sebagai sebuah potensi bisnis yang patut dimaksimalkan.



Melalui sistem keanggotaan, pelaku usaha akan lebih mudah dalam menjaga tingkat kepuasan pelanggan. Kemudian, dengan program-program khusus yang diluncurkan di dalam sistem keanggotaan tersebut, bukan tidak mungkin cakupan pasar juga ikut meluas.

Program 'ajak teman', misalnya saja, bisa membuat pelanggan setia lebih puas dalam menikmati potongan harga khusus atau *benefit* lainnya, dan di sisi lain berhasil membuat bisnis mendapatkan satu pelanggan baru.

Sistem keanggotaan juga bisa menjadi garis awal untuk meriset atau membuat survei terkait kebutuhan pelanggan sehingga bisnis bisa lebih berkembang ke arah yang menguntungkan.

Tak perlu takut akan kerepotan dalam untuk memaksimalkan keuntungan dengan sistem keanggotaan, gunakan saja aplikasi majoo yang sudah dilengkapi dengan

fitur mudah untuk membuat serta mengelola sistem keanggotaan. Mulai dari menyampaikan informasi baru hingga meluncurkan promo yang menarik, semua bisa di majoo!

Yuk, langsung saja berlangganan aplikasi majoo sekarang juga!



Aplikasi wirausaha lengkap kelola bisnis jadi maju

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

