

the majoo preneurs

Berjuta wirausaha maju untuk Indonesia

Mau mudik Lebaran?

Tips pantau usaha dari jauh

Tips bikin strategi promosi

Yang perlu kamu tahu dari konsep hingga eksekusi

Stock opname pasca Lebaran

Cuci gudang agar kembali fitrah



**Bisnis #LebihMaju
Pasca Ramadan**

VOL 32
April 2023

Pengantar

Ramadan sudah berjalan, Idulfitri menunggu di penghujung bulan. Sebagian besar dari kita pastinya sudah mulai bisa membiasakan diri dengan pola tidur dan pola makan yang baru, serta pola operasional bisnis yang kita sesuaikan dengan Ramadan.

Pastinya kamu sudah tidak sabar menyongsong hari-hari menjelang Idulfitri yang biasanya penjualan kamu meningkat berkali-kali lipat. Tentu saja, kamu juga merindukan Idulfitrinya, dan bagi kamu yang akan mudik, merindukan kehangatan dan kesyahduan suasana berkumpul dengan keluarga.

Tapi, tunggu dulu. Sudahkah kamu menyiapkan rencana operasional

bisnismu selepas Idulfitri? Haruskah kamu kembali ke waktu operasional biasa di luar Ramadan? Adakah pengalaman penting atau pelajaran yang kamu petik selama menjalankan bisnismu sepanjang Ramadan, yang bisa kamu terapkan se usai libur Lebaran usai?

Apalagi kalau tokomu akan tutup menjelang dan mungkin sampai selepas Lebaran – akankah bisnismu dimulai kembali dari nol?

Adakah cara agar bisnismu tidak mundur, bahkan bisa #lebihmaju pasca Ramadan?

Simak semua artikel di *e-Magz* ini, ya!

Tim Redaksi

Redaksi



Reporter
Nisa Destiana



Reporter
Daniel Prasatyo



VP of Growth and 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

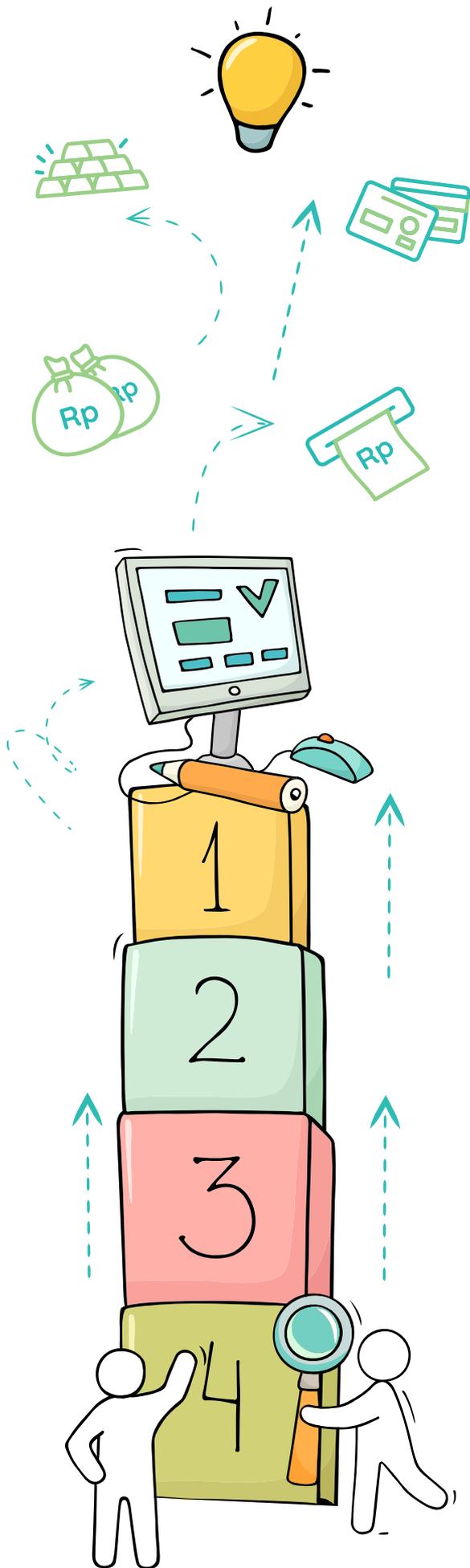


Project Manager
Faiqotul Himma



Social Media Admin
Syifa Alma





06 Mau Mudik Lebaran?
Inilah Tips Pantau
Usaha Kecil dari Jauh!



Strategi Jitu: **Bisnis Tidak
Drop dan #LebihMaju**
Pasca Lebaran

10

14 Bagaimana Melakukan
Competitor Research
yang Baik?



Tips Tentukan Strategi
Promosi, dari Konsep
hingga Eksekusi

18

23 Beberapa Persiapan Bisnis
Penting **untuk Migrasi**
Platform



Strategi Bisnis Pertahankan
Loyal Customer
Pasca Lebaran

27

32 Tingkatkan Kepuasan
Pelanggan dengan Strategi
Pemasaran Ini



6 Bentuk Apresiasi pada
Kinerja SDM yang Bisa
Kamu Berikan

36

41 *Stock Opname* Pasca
Lebaran: **Cuci Gudang** agar
Kembali Fitrah



Apa Itu Pivot? Kapan Waktu
Terbaik untuk Melakukannya?

46

Dari Kami Yang Ingin Kamu Maju



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

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

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

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



**MAJOO
PRIME**



aplikasi wirausaha

majoo

#SambutBerkah



*tidak termasuk perangkat

Untuk semua jenis usaha dan jasa



Cafe & Restoran



Toko Retail



Online Shop



Fashion & Accessories



Car Wash



Food Truck & Pop up Store



Laundry



Salon & Barbershop



Franchise

**BONUS DOUBLE
DEAL ECR**



Dapat POS di tablet dan di ECR Android 5.5" sekaligus terima pembayaran

*Syarat dan Ketentuan Berlaku

**Langganan 1 Tahun
Aplikasi Kasir
Lengkap Banyak
Fitur Premiumnya**

Mulai

~~Rp 7.188.000~~

Rp 5.9⁸⁸ JT

Dapatkan

- ✓ 12 + 2 Bulan Langganan Prime
- ✓ Standee Neo Rotate
- ✓ Integrasi GoFood, GrabFood, GrabMart
- ✓ Integrasi Multi Akun Marketplace
- ✓ Fungsi Kitchen Display dan Order Display
- ✓ Local Server membuat aplikasi tetap beroperasi tanpa koneksi internet
- ✓ Gratis Instalasi dan Setup

PENAWARAN TERBATAS
DAPATKAN SEKARANG



Aplikasi Wirausaha Lengkap Kelola Bisnis Jadi Maju

Kasir Online

Inventori

Akuntansi

Karyawan

Aplikasi CRM

Analisa Bisnis

Aplikasi Owner

Toko Online

Integrasi Marketplace



Bisa buat toko online-mu sendiri!



DIPERCAYA WIRUSAHA
40.000+



HOTLINE RESPONSIF
24 JAM



DUKUNGAN TEKNISI
60KOTA



01

Mau Mudik Lebaran? Inilah Tips Pantau Usaha Kecil dari Jauh!



BACK TO DAFTAR ISI

Mudik atau pulang ke kampung halaman merupakan salah satu tradisi masyarakat Indonesia sebelum Idulfitri tiba. Namun, tak jarang para pemilik bisnis tak bisa mudik karena ingin usahanya tetap buka dan kesulitan kelola usaha kecil dari jauh.

Apakah kamu juga mengalaminya? Kalau iya, kamu perlu membaca artikel ini sampai selesai. Di artikel ini, kami akan berbagi tips mengelola usaha dari jauh untuk pemilik usaha kecil. Yuk, simak hal-hal *basic* yang perlu kamu lakukan supaya bisnis berjalan lancar dan tim dalam bisnismu tetap produktif!

Upayakan Komunikasi yang Konsisten

Saat berada di kantor atau gerai bisnis, kamu bisa segera menemui tim untuk menanyakan *update* tentang suatu persoalan atau proyek. Namun, *update* tersebut mungkin tak bisa kamu peroleh dengan mudah saat tim atau rekan bisnis tak dapat ditemui secara langsung.

Padahal, komunikasi yang konsisten sangat krusial dalam pengelolaan bisnis jarak jauh. *Nah*, komunikasi banyak dipengaruhi oleh rasa percaya. Jadi, sebelum menuntut tim mudah

dihubungi, kamu perlu memastikan tim bisa menghubungimu dengan mudah.



Memang tak mudah hadir untuk pekerjaan selama mudik sebab sebagian besar waktu akan kamu gunakan untuk berkumpul dengan keluarga. Akan tetapi, kamu perlu membuat standar yang jelas terkait waktu kehadiran.

Mudah dihubungi oleh tim tak hanya juga membangun rasa percaya tim bahwa kamu hadir saat mereka membutuhkanmu. Tentu saja hal ini tidak berlaku saat kamu mengambil cuti.

Terorganisasi: Optimalkan Cloud

Tak hanya urusan mudik, bila kamu ingin bisa memantau dan mengelola bisnis dari mana saja, paling tidak kamu perlu mulai memanfaatkan *cloud*. Tentu sulit sekali mengelola bisnis dari jarak jauh jika semua urusan bisnis dikerjakan secara manual.

Karena itu, kamu perlu merapikan berbagai dokumentasi bisnis di dokumen digital dan menyimpannya di penyimpanan *cloud-based*.



Dengan begitu, kamu bisa mengakses dokumen dan bekerja sama dengan tim bisnis dari mana saja.

Hindari *Micromanagement*

Saat kamu tidak berada di *business site* atau kantor, kamu mungkin tergoda untuk terjebak memantau secara detail setiap tugas yang dikerjakan oleh tim. Jika ide ini sedang kamu pikirkan, hapus sekarang juga dari kepalamu.

Terdapat studi yang menyebutkan bahwa 69% peserta survei mempertimbangkan berganti pekerjaan karena *micromanagement*, sedangkan 36% di antaranya benar-benar berganti pekerjaan karena hal itu.



Sebagai pemilik usaha, kekhawatiran bisnis tidak berjalan baik mungkin meningkat ketika kamu tidak bisa memantau bisnis secara langsung. Akan tetapi, *micromanagement* bukanlah solusi.

Selain membuat karyawan merasa tidak dipercaya, pengawasan terhadap setiap pilihan kecil yang dibuat oleh karyawan bisa menyebabkan mereka tidak bersemangat untuk berupaya lebih.

Akhirnya, karyawan hanya akan bekerja sangat minimal setiap harinya karena merasa serba salah. Jadi, alih-alih ikut memutuskan sampai berbagai hal detail, pemilik bisnis sebaiknya melakukan langkah-langkah berikut ini.

- ✓ Luangkan waktu untuk membahas berbagai strategi dengan karyawan dalam rangka membangun kepercayaan di tempat kerja.
- ✓ Fokus pada peningkatan keterampilan karyawan.
- ✓ Cobalah untuk menetapkan ekspektasi yang jelas sebelum memberikan tugas kepada karyawan.

Gunakan Alat Bantu yang Tepat

Pengelolaan bisnis memang jadi lebih sederhana bila dilakukan secara langsung. Komunikasi antara pemilik bisnis dan karyawan atau komunikasi antar karyawan lebih leluasa sehingga pemecahan masalah bisnis pun cenderung lebih mudah.

Sementara itu, pengelolaan bisnis jarak jauh relatif kurang kondusif bila dibandingkan dengan pengelolaan usaha secara langsung. Maka dari itu, kamu perlu mempertimbangkan



solusi digital sebagai bagian dari manajemen bisnis.

Kabar baiknya, kamu tidak perlu bingung lagi sebab kini sudah ada aplikasi majoo yang dilengkapi fitur Aplikasi *Owner*.



majoo adalah aplikasi wirausaha lengkap untuk mengelola bisnis jadi lebih maju. Aplikasi ini hadir dengan berbagai fitur yang mempermudah pemilik bisnis dalam mengelola usahanya, seperti kasir *online*, inventori, CRM, dan lain-lain.

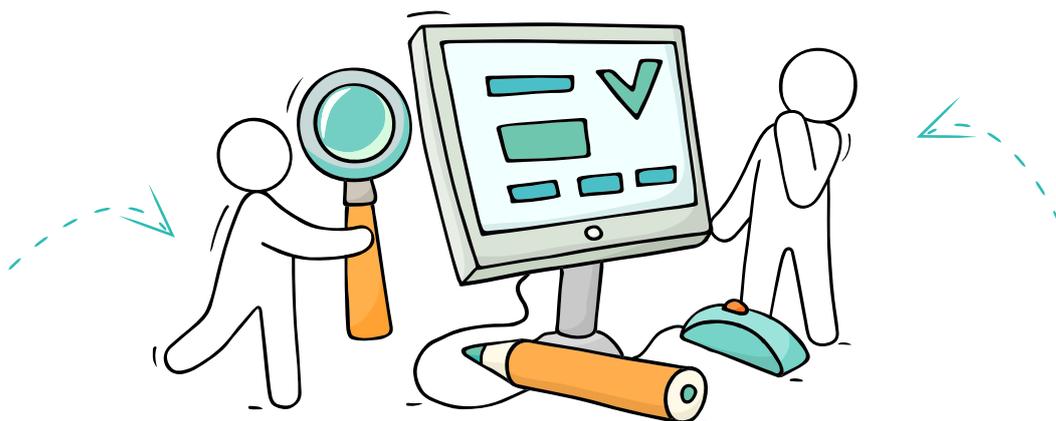
Salah satu fitur majoo tersebut ialah Aplikasi *Owner*. Dengan fitur ini,

pemilik bisnis bisa memantau semua aktivitas bisnis, mulai dari penjualan, kas kasir, hingga absensi karyawan dari *smartphone*.

Berhubung aplikasi ini *cloud-based*, perubahan data bisa kamu lihat secara *real time*. Lebih dari itu, kamu juga bisa mengirimkan pengumuman atau pesan kepada karyawan di *outlet* dengan mudah.



Jadi, kamu tetap bisa memantau dan mengelola bisnis meskipun sedang mudik lebaran. Buat kamu yang berencana mudik dan mau bisnis tetap beroperasi, yuk pakai aplikasi majoo!



02

Strategi Jitu: Bisnis Tidak Drop & #LebihMaju Pasca Lebaran



[BACK TO DAFTAR ISI](#)

Selama ini mungkin kamu mengetahui bahwa momen Ramadan dan menjelang Lebaran adalah waktu yang tepat untuk menggenjot penjualan. Namun, kamu tahu tidak bahwa momen pasca Lebaran ternyata adalah waktu yang sangat krusial karena bisa berpengaruh pada keberlangsungan bisnis? Itulah sebabnya, diperlukan strategi jitu yang harus kamu tetapkan sejak awal.

Momen pasca Lebaran ternyata sering dijalani dengan penuh kekacauan oleh para pebisnis. Diskon yang digeber gila-gilaan di bulan Ramadan, kontrol stok barang yang kurang baik, dan beberapa hal lainnya saling terkait dan berpengaruh. Pada akhirnya, bisnis menjadi tidak lancar dan bisa menyebabkan kolaps.

Faktor-Faktor yang Menyebabkan Bisnis Drop Pasca Lebaran



Ada beberapa faktor yang menyebabkan banyak bisnis mengalami penurunan atau drop pasca Lebaran, di antaranya:

1. Penurunan Daya Beli Konsumen

Setelah Lebaran, banyak konsumen

yang mengalami penurunan daya beli karena telah menghabiskan uang untuk membeli kebutuhan selama Lebaran seperti makanan, pakaian, dan kebutuhan lainnya.

2. Penurunan Minat Konsumen

Minat konsumen untuk berbelanja pun ternyata bisa menurun, karena keinginan untuk menghemat uang setelah pengeluaran selama Lebaran.



3. Persaingan Bisnis yang Ketat

Menjelang Lebaran, biasanya banyak bisnis yang melakukan promo dan diskon besar-besaran untuk menarik minat konsumen. Setelah Lebaran, persaingan akan menjadi semakin ketat karena banyak bisnis yang tetap menawarkan diskon dan promo yang sama.

4. Stok Barang yang Berlebihan

Banyak bisnis yang membeli dan menambah stok barang mereka dalam jumlah besar menjelang Lebaran, namun ternyata setelah Lebaran permintaan bisa saja menurun, sehingga stok barang yang berlebihan menjadi masalah.



5. Kurangnya Persiapan

Beberapa bisnis mungkin tidak melakukan persiapan yang cukup sebelum dan setelah Lebaran, sehingga sulit untuk bersaing dengan bisnis lain yang melakukan persiapan dengan lebih baik.

Dengan mengenali faktor-faktor yang memengaruhi penurunan bisnis setelah Lebaran, kamu sebagai pebisnis dapat mengambil strategi jitu untuk meminimalkan dampak yang terjadi dan mengetahui cara mempertahankan bisnis yang paling tepat untuk dijalankan.



Strategi Jitu Sebagai Cara Mempertahankan Bisnis agar Tidak Drop

Berikut beberapa tips cara mempertahankan bisnis agar tidak drop dan membuatnya #lebihmaju pasca momen Lebaran:

1. Buatlah Perencanaan yang Baik

Sebelum memasuki momen Lebaran, pastikan untuk merencanakan strategi bisnis yang baik untuk mengantisipasi penurunan penjualan selama libur. Kamu bisa mengadakan promo atau diskon khusus untuk menarik minat pelanggan.

2. Tahan Pengeluaran yang Tidak Diperlukan

Setelah momen Lebaran, pastikan untuk menahan pengeluaran yang tidak diperlukan, seperti membeli persediaan yang berlebihan atau memperbarui peralatan kantor yang tidak perlu. Pastikan kamu paham mana yang harus lebih diprioritaskan dalam keuangan bisnis.



3. Analisis Ulang Data Penjualan

Ada baiknya kamu melakukan analisis ulang terhadap data penjualan setelah Lebaran untuk mengetahui produk atau layanan yang paling diminati oleh pelanggan dan fokus pada produk atau layanan tersebut.

4. Berikan Nilai Tambah pada Produk atau Layanan

Selain menawarkan diskon atau promo, strategi jitu lain yang bisa kamu coba adalah dengan memberikan atau menambahkan nilai tambah pada produk atau layanan yang kamu tawarkan, seperti memberikan layanan purnajual yang baik atau menawarkan produk yang unik dan berkualitas tinggi.



5. Tingkatkan Kualitas Layanan Pelanggan

Usahakan untuk selalu memberikan pelayanan yang baik dan memuaskan kepada pelanggan. Jangan ragu untuk memperbaiki kualitas layanan pelanggan jika memang dirasa ada yang kurang baik.

6. Manfaatkan Media Sosial

Memanfaatkan media sosial untuk mempromosikan bisnis dan berinteraksi dengan pelanggan merupakan cara mempertahankan bisnis yang tidak akan pernah salah di dalam era digitalisasi seperti saat ini. Dengan menggunakan media sosial, kamu juga bisa memperluas jangkauan bisnis.



mempertahankan bisnis dan membuatnya lebih maju pasca momen Lebaran. Dalam menghadapi tantangan pasca Lebaran, sebagai pebisnis kamu perlu untuk terus beradaptasi dengan kondisi pasar yang dinamis dan mengambil langkah-langkah strategis untuk mempertahankan bisnis agar

tidak drop dan bahkan #lebihmaju.

Bisnis juga harus terus berinovasi dan beradaptasi dengan perubahan pasar untuk tetap relevan dan bersaing di tengah persaingan bisnis yang

semakin ketat. Dengan mengambil langkah-langkah strategi jitu yang tepat, kamu dapat mempertahankan dan bahkan meningkatkan performanya setelah Lebaran.

7. Tambahkan Produk atau Layanan Baru

Jika memang memadai dan sesuai dengan *budget* yang ada, tidak ada salahnya untuk mencoba menambahkan produk atau layanan baru yang dapat menarik minat pelanggan dan meningkatkan penjualan.

Dengan menerapkan beberapa strategi jitu di atas, kamu dapat

Jangan lupa juga untuk terus menggunakan majoo sebagai mitra pengelola bisnismu. Dengan begitu, tidak ada lagi yang namanya mengelola dan mengatur operasional secara manual dan konvensional yang memakan waktu dan energi.



Pastikan bisnismu tetap menggunakan majoo, ya!

03

Bagaimana Melakukan *Competitor Research* yang Baik?



BACK TO DAFTAR ISI

Competitor research atau riset kompetitor, merupakan praktik yang sangat umum sekali dilakukan dalam bidang bisnis untuk meningkatkan kualitas produk maupun pasar yang ditarget dengan meneliti bagaimana kompetitor lain yang menawarkan produk atau jasa serupa menjalankan operasional bisnisnya.

Setiap orang yang memiliki dan menjalankan suatu bisnis, tentu ingin memperoleh pendapatan yang sebesar-besarnya, bukan? Terkadang, dalam operasional bisnis, ada saja hambatan yang menjadi kendala untuk mencapai tujuan tersebut. Namun, di sisi lain, ada pihak kompetitor yang sepertinya tak mengalami kendala tersebut atau bahkan berhasil mengatasinya.

Dengan harapan untuk melewati kendala serupa dan memberikan performa yang lebih baik lagi, tak ada salahnya untuk meneliti bagaimana kompetitor tersebut menjalankan bisnisnya. Praktik inilah yang kemudian disebut sebagai riset terhadap pihak kompetitor.

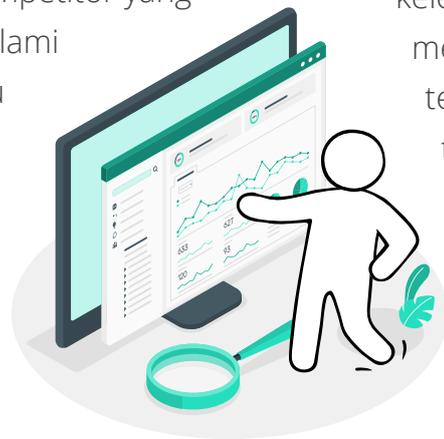
Namun, tak bisa sembarangan, ada beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam melakukan riset ini, *lho!*

Ingat Tujuan Awalmu Melakukan Riset Kompetitor

Sama seperti praktik bisnis lainnya, saat melakukan riset terhadap pihak kompetitor pun kamu sebaiknya sudah memiliki arah dan tujuan yang jelas mengapa kamu melakukan riset tersebut.

Ketika memperhatikan operasional bisnis yang dilakukan pihak kompetitor secara saksama, tak jarang seorang pelaku usaha atau peneliti yang dipekerjakannya menemukan kelemahan dari kompetitor yang diteliti. Jangan terjebak untuk memanfaatkan kelemahan tersebut guna menjatuhkan kompetitor terkait, ingat selalu bahwa tujuanmu melakukan riset ini adalah untuk memperbaiki performa bisnismu.

Ketika menemukan kelemahan kompetitor, kamu tak perlu menggunakannya sebagai bahan untuk menjatuhkan mereka dengan *black campaign* atau semacamnya. Namun, kamu bisa meneliti kelemahan tersebut dan mengembangkan, produk, jasa, maupun layanan yang kamu tawarkan kepada pelanggan agar tidak memiliki kelemahan yang sama.



Cari Tahu Apa yang Berbeda

Meski mungkin produk dan jasa yang ditawarkan benar-benar sama dan serupa, bisa jadi cara menawarkannya yang berbeda atau mungkin perbedaannya terdapat pada proses operasional lainnya.



Cari tahu bagian mana saja yang berbeda, dan coba teliti mengapa muncul perbedaan tersebut. Sebagai contoh, ketika kamu menjalankan bisnis dengan cara A, sementara pihak kompetitor menggunakan cara B, coba pahami alasan yang mendasari mereka untuk memilih cara B tersebut.

Dengan melakukan hal tersebut, kamu dapat menilai cara mana yang lebih tepat dan sesuai untuk sifat bisnis yang kamu jalankan; termasuk tepat dan sesuai juga dengan area kegiatan pemasaranmu, karakteristik pelanggan, serta kemampuan bisnismu secara modal.

Sekalipun mungkin cara yang dilakukan pihak kompetitor lebih baik, kamu tidak harus meniru cara tersebut sama persis jika memang kemampuan bisnismu belum sampai di tingkat yang sama. Jangan sampai memaksakan untuk mengikuti cara yang dilakukan

kompetitor dalam memasarkan produk dan jasanya ketika, katakanlah, modal yang kalian miliki jauh berbeda.

Apabila kamu memaksakan untuk mengikuti cara yang dilakukan kompetitor, bisa jadi bisnismu akan terbebani sehingga menimbulkan masalah yang baru.

Coba Lengkapi Kekurangan yang Dimiliki Kompetitor

Selain mencari tahu perbedaan yang mungkin muncul dalam operasional bisnis untuk produk atau jasa serupa, kamu juga bisa melakukan perbandingan antara operasional bisnismu dengan pihak kompetitor.



Dari perbandingan yang telah dibuat, kamu akan menemukan beberapa poin plus serta minus yang dimiliki oleh bisnismu jika dibandingkan dengan bisnis yang dijalankan oleh pihak kompetitor. Hasil riset kompetitor semacam ini merupakan sesuatu yang sangat berharga karena bisa kamu manfaatkan untuk mengembangkan bisnismu lebih baik lagi.

Dengan mengetahui poin plus dan minus dari bisnismu, kamu bisa mempertimbangkan strategi yang

dapat memberikan nilai tambah bagi bisnismu. Apabila ternyata operasional bisnis memiliki kekurangan di sisi A, B, dan C, bisnismu akan memiliki nilai tambah ketika kamu berhasil memastikan bisnis yang kamu jalankan mampu mengatasi sisi A, B, dan C tersebut.

Ketika sebuah bisnis memiliki nilai tambah yang lebih dibandingkan dengan bisnis serupa lainnya, secara otomatis calon pelanggan akan lebih tertarik untuk melakukan pembelian di bisnis yang memiliki nilai tambah tersebut.

Lengkapi dengan Jenis Riset Lainnya

Riset kompetitor bukanlah satu-satunya riset

yang dapat kamu lakukan untuk memperbaiki performa bisnismu. Setelah melakukan riset terhadap operasional bisnis dan mengetahui apa saja yang bisa kamu tingkatkan dari bisnismu, tak ada salahnya untuk juga melakukan riset produk serta riset pasar untuk memastikan hasil dari riset yang kamu lakukan benar-benar sesuai dengan karakteristik bisnis serta pelangganmu.



Semakin banyak riset yang kamu lakukan, semakin banyak pula wawasan bisnis yang akan kamu dapatkan. Dengan wawasan-wawasan baru tersebut, mengembangkan bisnis dan meningkatkan kualitasnya dapat dilakukan dengan lebih mudah dan terarah, sehingga bisnis pun bisa mencapai peningkatan pendapatan yang menjadi tujuan awal.

Meski demikian, melakukan *competitor research* bukanlah perkara yang mudah karena kamu harus menyisihkan perhatianmu terhadap cara kompetitor

bisnismu menjalankan bisnisnya. Padahal, kamu juga memiliki bisnis sendiri yang perlu kamu urus, bukan?

Agar fokus perhatian tidak terpecah, kamu

dapat memanfaatkan aplikasi majoo untuk mengatasi pengelolaan bisnismu dengan berbagai fiturnya yang sangat membantu dan dapat diandalkan. Dengan demikian, kamu pun tetap memiliki sumber daya lebih untuk melakukan berbagai macam riset yang dapat meningkatkan performa bisnismu menjadi lebih baik lagi!



04

Tips Tentukan Strategi Promosi, **dari Konsep hingga Eksekusi**



BACK TO DAFTAR ISI

Strategi promosi adalah kunci untuk menentukan posisi *brand* di pasar. Melalui promosi, kamu membuat orang mengenal produk atau jasa yang kamu tawarkan serta keuntungan yang akan didapatkan oleh konsumen apabila memilih bisnismu

Karena banyak bisnis yang mungkin menawarkan produk atau jasa serupa, teknik promosi menjadi penentu untuk memperoleh konsumen potensial.



Maka dari itu, dalam artikel ini, kamu akan menemukan program promosi yang bisa kamu terapkan, khususnya di *platform* digital. Namun, sebelum membahas lebih jauh terkait ragam strategi, mari tilik pengertiannya terlebih dahulu.

Apa itu strategi promosi?

Strategi promosi atau *promotional strategy* didefinisikan sebagai rencana dan taktik yang kamu terapkan dalam perencanaan pemasaran. Tujuannya untuk meningkatkan permintaan terhadap produk atau layanan yang akan kamu tawarkan.



Promotional strategy umumnya meliputi beberapa aspek, yaitu:

- ✓ **Target audience**, kepada siapa kamu menjual produk dan apa yang menarik bagi mereka.
- ✓ **Budget**, jumlah yang bersedia kamu investasikan untuk promosi.
- ✓ **Plan of action**, strategi yang akan kamu adaptasi untuk mencapai tujuan serta menghasilkan penjualan.

Dari penjelasan di atas terlihat bahwa *promotional strategy* merupakan bagian dari strategi pemasaran.

Strategi Promosi di *Digital Platform*

Di bawah ini, terdapat beberapa strategi promosi yang bisa kamu terapkan. Kamu bisa menyesuaikan program promosi dengan *objective* yang ingin dicapai.

1. Berkolaborasi dengan *Influencer*

Apabila kamu bertujuan meningkatkan *brand awareness*, salah satu strategi yang dapat dilakukan adalah berkolaborasi dengan *influencer*. Sebanyak 89% *marketers* mengklaim cara ini mengembalikan investasi lebih efektif daripada cara lainnya.



Sementara itu, 71% di antaranya menyebutkan bahwa metode ini menggiring *traffic* yang lebih baik.

Pasalnya, kebanyakan *influencer* sudah membangun basis pengikut yang memercayainya. Karena itu, ketika kamu bekerja sama dengan *influencer*, kamu bisa menjangkau banyak sekali calon pelanggan potensial.



Namun, tentu kamu perlu memilih *influencer* yang akan diajak berkolaborasi secara saksama. Pastikan basis pengikut *influencer* tersebut sesuai dengan target *audience* dari bisnismu.

2. Konten Marketing

Untuk memperkenalkan bisnis di *platform* digital, kamu dapat memanfaatkan konten *marketing*. Konten pemasaran merupakan salah satu kunci strategi *marketing* yang bisa membawa bisnis dikenal oleh audiens.

Strategi ini sesuai apabila kamu ingin meningkatkan *traffic* ke situs resmi bisnis ataupun media sosial. Melalui konten, audiens memperoleh informasi untuk menyelesaikan masalah mereka, sedangkan bisnis diuntungkan karena prospek penjualan meningkat.

Sebagai contoh, kamu memiliki bisnis menjual ban mobil. Kamu bisa menghadirkan *blog post* berisi cara memilih ban yang tepat, waktu yang tepat untuk mengganti ban, peran ban dalam memastikan keamanan berkendara, dan seterusnya.



Jenis-jenis konten tersebut akan membangun kepercayaan konsumen kepada bisnis. Selain *blog post*, ada berbagai konten pemasaran lain yang dapat kamu gunakan, seperti *infographic*, *podcast*, dan video.

3. Kupon dan Promosi Berlangganan

Nah, jika tujuanmu adalah meningkatkan penjualan serta membangun *loyalty customer*, kupon serta promosi berlangganan bisa menjadi andalan.

Akan tetapi, perlu diingat bahwa program promosi yang satu ini bukan hanya ditujukan untuk pembelian sekali waktu, melainkan membangun basis pelanggan. Jadi, upayakanlah membuat program yang bisa membuat konsumen memakai produk atau jasa dalam jangka waktu lama.



Kamu pasti pernah mengalami akan membeli suatu produk, tetapi memutuskan berlangganan karena total harganya jauh lebih murah. Seperti itulah gambaran program promosi ini seharusnya dibuat.

Selain itu, kamu juga tentu familier dengan 'trial a month free'. Program ini menerapkan konsep serta objektif serupa yaitu membangun basis pelanggan jangka panjang.

4. *Cashback* serta Diskon

Memberikan *cashback* serta diskon merupakan salah satu cara paling klasik dalam strategi promosi. Namun, jangan keliru, jenis program promosi yang satu ini sangat dicintai oleh konsumen.

Karena itu, trik ini dapat dipilih untuk membuat konsumen merasa senang berbelanja di situs atau toko *online* milikmu.

Seperti yang sudah diketahui, diskon dan *cashback* biasanya baru diperoleh



konsumen bila mencapai jumlah pembelanjaan tertentu. Jadi, cara ini bisa untuk menarik pelanggan baru ataupun mempertahankan konsumen yang sudah pernah berbelanja.

5. *Refund*

Strategi *refund* atau pengembalian dana bisa diterapkan untuk mencapai dua tujuan. Pertama, mempertahankan kepuasan pelanggan. Biar bagaimanapun konsumen akan merasa kecewa jika tidak puas dengan produk atau layanan, tetapi merasa tidak ada solusi untuk hal tersebut.

Berikutnya, kamu juga bisa menggunakan program ini untuk menarik pelanggan baru. Mengapa demikian? *Refund* bisa bekerja sebagai *reverse psychology*. Dengan mengetahui ada jaminan uang kembali bila tidak puas dengan produknya, konsumen justru makin tertarik untuk membeli produk atau mencoba jasa yang kamu tawarkan.



Stories

majoopreneur Stories



Andean Wulandari Owner WD Fashion

Kami lebih fokus untuk memastikan kepuasan pelanggan. Kebahagiaan pelanggan itu nomor satu supaya mereka balik lagi untuk membeli produk kita. Bisnis jadi tetap berjalan dengan adanya pelanggan yang loyal ini.



Ariani Owner Mie Kangkung Betawi

Di dunia F&B pelayanan adalah kunci utama. Jangan sampai mengecewakan *customer* dengan pelayanan yang buruk. Itu jadi salah satu yang menarik pelanggan untuk terus datang lagi.



Saifudin Owner Nukus Official Store

Kita mencari dan memanfaatkan momen-momen lain untuk bisa meningkatkan penjualan dan operasi bisnis. Misalnya ada momen Hari Ibu, kita turun di sana supaya nggak ada momen yang *missed*.

Diandindrawan Ashandy Owner Papa Petshop

Quality over quantity, itu yang selalu saya terapkan ke bisnis kecil saya ini. Bagaimana menjaga kepercayaan pelanggan supaya mereka mau menggunakan jasa penitipan *pet* saya. Jaga kebersihan dan pelayanan. Setelah itu penjualan pasti akan ngikutin.



05

Beberapa Persiapan Bisnis Penting untuk Migrasi *Platform*



BACK TO DAFTAR ISI

Tidak seperti yang dipikirkan oleh kebanyakan orang, tugas seorang pelaku usaha tidak hanya terbatas pada saat pengelolaan operasional bisnis saja, tetapi juga pada fase persiapan bisnis. Terlebih jika bisnis yang dijalankan memang tengah menghadapi tantangan besar sehingga perlu melakukan perubahan yang masif.

Nah, bicara tentang perubahan besar, pemanfaatan platform digital merupakan salah satu perubahan yang paling banyak dilirik di era yang sudah serba digital seperti sekarang. Tak sedikit pelaku usaha yang memilih untuk melakukan migrasi platform bisnisnya menjadi online, baik melalui marketplace, e-commerce, maupun media sosial.

Namun, jangan asal, memindahkan operasional bisnis ke platform online bukanlah perkara yang mudah, ada beberapa hal yang sebaiknya disiapkan agar migrasi yang dilakukan pun lebih mulus, lho!

Kesiapan Literasi Digital

Persiapan pertama yang harus dilakukan jelas pelaku usaha mesti siap dulu secara literasi digital. Tidak perlu malu untuk



mengakui, khususnya bagi pelaku usaha yang memang secara usia tidak tergolong dalam Generasi Y, bahwa perkembangan dunia digital kini sangatlah cepat.

Tak ada yang meragukan pengetahuanmu atas bisnis yang mungkin memang sudah bertahun-tahun digeluti, tetapi jangan takabur dan ingat selalu bahwa platform yang berbeda terkadang membutuhkan pendekatan yang tak sama. Pelajari dengan baik apa yang membedakan bisnis konvensional dengan bisnis online, sehingga tidak ada masalah serius yang akan membuat terkaget-kaget saat bermigrasi nanti.

Kesiapan Distribusi Produk

Berbisnis secara online berarti kita tak perlu berhadapan langsung dengan pelanggan di tempat usaha fisik, semuanya akan dilakukan secara digital. Artinya, tidak ada lagi istilah 'pelanggan membawa pulang barang belanjanya', istilah tersebut akan diganti menjadi 'pelanggan menunggu di rumah, sementara kita mengantarkan barang belanjanya'.

Yap! Benar sekali! Barang yang dibeli oleh pelanggan harus dikirimkan ke



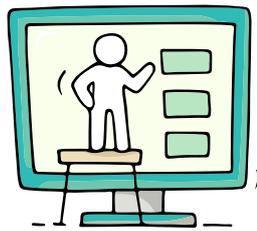
alamat yang mereka sertakan pada saat pemesanan. Oleh karena itu, pastikan juga urusan logistik ini sudah teratasi sebelum melakukan migrasi *platform* ke digital.

Beberapa *e-commerce* umumnya sudah memiliki mitra logistik untuk mengirimkan barang belanjaan pelanggan, tetapi beda cerita jika yang diinginkan adalah berjualan secara online di situs web bisnis pribadi. Jika cara kedua yang dipilih, tak ada salahnya meluangkan waktu untuk melakukan riset jasa pengantaran favorit pilihan para pelanggan setia.

Kesiapan Platform Digital yang Dipilih

Mengingat maraknya pelaku usaha yang mulai melirik *platform* digital sebagai tempat untuk berbisnis dewasa ini, *platform-platform* baru pun juga ikut menjamur. Di satu sisi, pelaku usaha dapat memanfaatkan setiap *platform* untuk meningkatkan potensi terjualnya produk yang dimiliki, tetapi di sisi lain aturan satu *platform* terkadang juga berbenturan dengan *platform* lain.

Apabila berjualan melalui situs web bisnis pribadi, jelas masalah ini tidak akan ditemui. Namun, menyiapkan



situs web bisnis pribadi sebenarnya bukan perkara yang mudah, dan modal yang dibutuhkan pun tak bisa dibilang kecil pula. Memanfaatkan *platform marketplace* atau *e-commerce* pun akhirnya menjadi pilihan.

Baca dengan baik peraturan berjualan yang diberikan oleh tiap-tiap *platform*, pastikan tidak ada aturan yang dilanggar agar bisnis dapat terus dijalankan di *platform* tersebut. Terlebih lagi jika produk yang menjadi komoditas bisnis sesungguhnya didatangkan dari luar negeri, karena tak semua *platform* siap untuk menjual produk-produk tersebut, lho!

Kesiapan Pasar untuk Migrasi Platform

Nah, jika sudah yakin benar bahwa seluruh kebutuhan untuk bermigrasi ke *platform* digital sudah terpenuhi, hal terakhir yang perlu dipertimbangkan adalah kesiapan dari pasar itu sendiri.

Seperti yang sudah kita ketahui bersama, setiap bisnis memiliki segmen pasarnya masing-masing. Sayangnya, sama seperti tak semua pelaku usaha yang siap untuk berbisnis di *platform online*, pelanggan pun tak bisa dipukul rata memahami cara melakukan pemesanan atau



pembelian di *platform online*. Harus diakui, tingkat kepercayaan masyarakat kita terhadap transaksi *online* memang tak setinggi negara-negara lain, sekalipun memang setiap tahunnya terus meningkat.

Jika produk yang ditawarkan memang menasar segmen pasar yang konvensional dan tak mudah mengadopsi produk-produk teknologi, sepenuhnya melakukan migrasi

platform bisnis ke digital mungkin bukanlah pilihan yang tepat.



Terlepas dari

keuntungan yang ditawarkan, bisnis akan tetap merugi jika tidak ada pasar yang bisa ditargetkan, *kan?*

Beberapa pemilik usaha umumnya mengakali masalah ini dengan menyediakan dua saluran pembelian bagi pelanggan. Alih-alih sepenuhnya berpindah ke *platform* digital atau sama sekali tidak melirik *platform-platform* baru tersebut, pelaku usaha tersebut memilih untuk membuka bisnisnya di *platform* digital tanpa menutup usaha yang sudah dilakoninya secara konvensional.

Praktik di atas memang bisa menjadi solusi yang mantap. Pelanggan yang mungkin memang belum siap untuk

bertransaksi secara *online* masih tetap dapat memperoleh produk favoritnya dengan cara-cara lama, tapi di sisi lain bisnis juga dijalankan di *platform* digital untuk memperluas cakupan pasar. Hanya saja, cara ini mungkin akan merepotkan karena artinya pelaku usaha harus mengelola dua model bisnis berbeda dalam waktu.



Eits, tidak perlu cemas!

Pengelolaan banyak usaha sekaligus tetap dapat dilakukan dengan mudah,

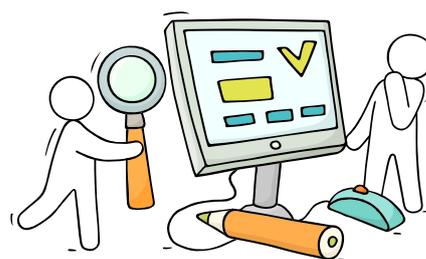


kok, jika persiapan bisnis

yang dilakukan mencakup pemanfaatan aplikasi majoo. Bagaimana tidak?

Aplikasi majoo toh memang didesain untuk pengelolaan bisnis yang efektif dan efisien. Terlebih lagi, aplikasi majoo juga sudah dilengkapi dengan integrasi marketplace yang memungkinkan pelaku usaha untuk mengelola beberapa bisnis *online* dalam satu dasbor.

Menarik sekali, *kan?* Makanya, pakai aplikasi majoo!



06

Strategi Bisnis Pertahankan *Loyal Customer* Pasca Lebaran



BACK TO DAFTAR ISI

Banyak pelaku usaha menyukai momen bulan Ramadan dan Idulfitri karena omzet penjualan mereka cenderung meningkat. Memang di setiap tahunnya ketika memasuki bulan Ramadan hingga menjelang Idulfitri, terdapat peningkatan aktivitas belanja yang dilakukan oleh masyarakat.

Namun, setelah momen tersebut selesai dan aktivitas belanja sudah lebih terkontrol, para pelaku usaha sering melihat omzet penjualannya merosot. Alih-alih mengkhawatirkan omzet *sales* (penjualan) yang akan menurun pasca lebaran, sebaiknya kamu menyusun strategi bisnis agar kamu bisa mempertahankan *loyal customer* bisnismu. Dengan mempertahankan *loyal customer* ini, kamu tentunya akan mendapatkan penjualan yang stabil pasca Lebaran.

Nah, tak perlu berlama-lama lagi. Yuk, intip beberapa strategi bisnis untuk pertahankan *loyal customer* pasca momen Lebaran!

Menjalankan Program Khusus untuk *Loyal Customer*

Pasti kamu sudah tahu, bahwa program khusus untuk *loyal customer* sudah banyak digunakan pada bisnis



kecil maupun besar, *kan*? Tujuan dari program ini tidak lain untuk memberikan *reward* kepada para pelanggan sudah setia membeli produk dari bisnis yang kamu jalani.

Salah satu cara yang bisa kamu lakukan adalah membuat *member card* dengan level tertentu. Semakin tinggi levelnya akan semakin banyak pula fasilitas yang diberikan kepada *loyal customer*-mu. Caranya bisa dengan memberikan pemberitahuan secara khusus sebelum produk *launching* misalnya. Contoh lainnya, kamu bisa memberikan *reward* kepada member dengan poin tertinggi berupa *voucher* belanja atau yang lainnya. Dengan begini, pelanggan setiamu akan terus setia membeli produk atau jasa yang kamu tawarkan kepada mereka.

Membuat Program yang Positif

Para *customer*-mu tentu saja akan senang jika mereka ikut berpartisipasi dalam program bisnismu yang positif, misalnya program *Corporate Social Responsibility (CSR)*. Pasca Lebaran, kamu bisa juga menerapkan program positif misalnya dengan menyelenggarakan *charity* untuk menyelamatkan lingkungan atau membantu anak-anak putus sekolah. Sesuaikan pula program ini terhadap



tujuan dan visi misi dari bisnismu sehingga dampaknya nanti akan terasa pada bisnismu dan *customer*.

Tetap Memperhatikan *Customer*

Tak ada salahnya mempertahankan pelanggan yang loyal dengan fokus pada penawaran agar mereka tertarik membeli produk atau jasmu secara kontinyu. Di saat momen Lebaran mungkin kamu akan kurang fokus terhadap *feedback* yang diberikan *customer* karena pesanan produk dari bisnismu mengalami kenaikan.



Oleh karena itu, pasca Lebaran adalah waktu yang tepat untuk memperhatikan *customer*-mu kembali. Salah satu caranya dengan mengirimkan survei *online* cepat kepada pelanggan kamu untuk bisa mendapatkan wawasan yang lebih baik tentang apa yang membuat mereka terus menggunakan produk bisnis kamu dan apa yang seharusnya diperbaiki.

Survei ini juga membantu untuk mengidentifikasi pola pelangganmu, lho! Selain itu, *feedback* yang mereka berikan kepada bisnismu juga akan membangun produk dan juga layanan bisnismu agar kedepannya bisa *sustainable*.

Membuat Acara Khusus untuk *Loyal Customer*

Strategi bisnis terakhir yang bisa kamu lakukan untuk membuat pelanggan loyal yaitu dengan membuat forum atau acara khusus bagi mereka. Kamu bisa mulai dengan forum secara digital, bisa melalui *website*, *social media*, atau media lainnya. Kamu juga bisa beberapa kali dalam satu tahun mengadakan *customer gathering*, yaitu mengundang mereka ke acara khusus untuk semua *loyal customer* bisnismu.

Selain itu, kamu juga bisa membuat acara khusus *launching* produk baru dengan mengundang mereka ke acara bisnismu. Jadi pelanggan setiamu adalah orang pertama yang mencoba menggunakan produk baru yang kamu luncurkan sebelum produk tersebut dijual ke pasar. Acara khusus ini dapat membantu kamu untuk memberikan informasi terbaru mengenai bisnismu sehingga membangun hubungan lebih baik kepada *loyal customer*-mu.

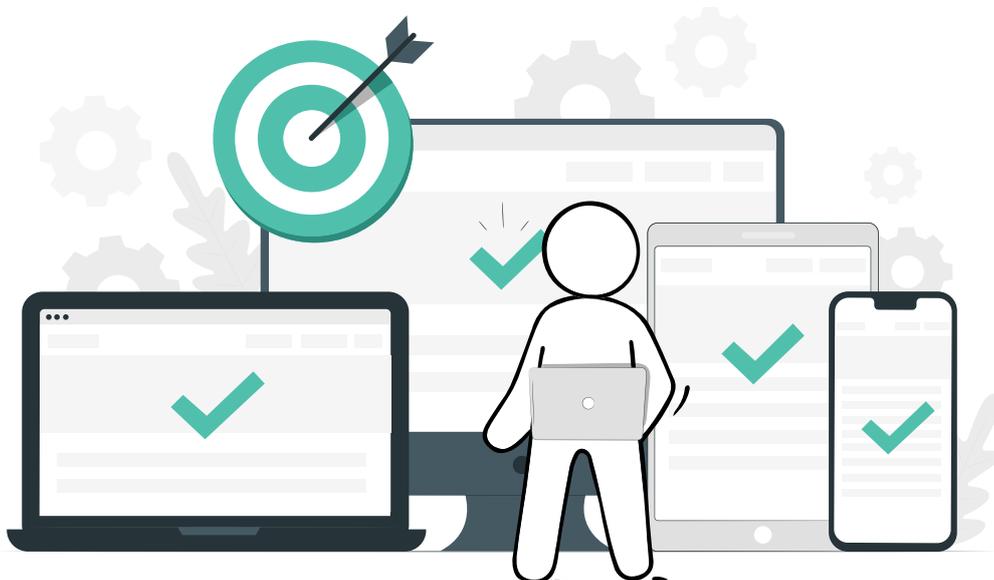


Penurunan penjualan pasca Lebaran memang tidak dapat dihindari. Namun, dengan menurunnya penjualan pada bisnismu, kamu seakan melupakan pelanggan setia yang telah setia membeli dan menggunakan produk dari bisnismu. Padahal dengan strategi

bisnis yang fokus pada *loyal customer*, penjualan pasca Lebaranmu akan bisa stabil atau bahkan bisa naik lagi.

Dengan mempertahankan *loyal customer*, kamu bisa lebih mudah mengembangkan bisnis dan mempertahankan bisnis dalam jangka panjang, lho! Selain berfokus pada *loyal customer*, kamu juga harus mengelola keuangan dengan bijak dan baik untuk mempertahankan dan mengelola bisnismu.

majoo adalah aplikasi aplikasi wirausaha lengkap untuk kelola bisnis jadi maju. Satu aplikasi untuk segala solusi yang bisa digunakan untuk semua jenis usaha, meliputi kasir, inventori, keuangan, karyawan, *loyalty*, analisis bisnis, dan masih banyak lagi. Agar bisnismu dapat dikelola dengan baik serta bisa diakses dari mana saja dan kapan saja, yuk, segera gunakan aplikasi majoo!



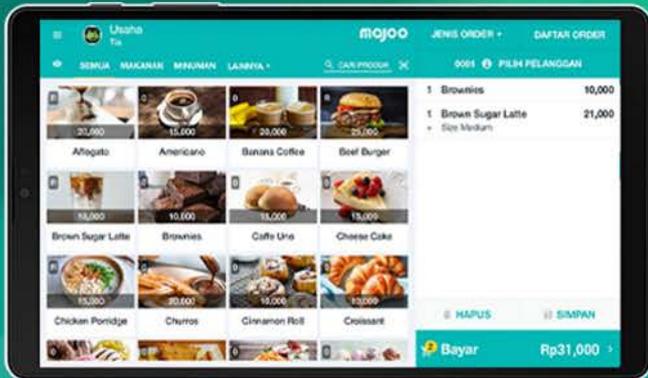
**ADVANCE
SUPER RENEWAL**



aplikasi wirausaha

majoo

#SambutBerkah



PERPANJANG LANGGANAN 2 TAHUN BANYAK UNTUNGNYA

Mulai

Rp **4.2** JT

**BONUS DOUBLE
DEAL ECR**



- ✓ 24 Bulan Langganan Advance
- ✓ Integrasi Grabfood & Gofood + Marketplace (sesuai langganan)

PROMO TERBATAS
PERPANJANG SEKARANG

Aplikasi Wirausaha Lengkap Kelola Bisnis Jadi Maju

Kasir Online

Inventori

Akuntansi

Karyawan

Aplikasi CRM

Analisa Bisnis

Aplikasi Owner

Toko Online

Integrasi Marketplace



Bisa buat toko online-mu sendiri!

DIPERCAYA WIRASAMA
40.000+

HOTLINE RESPONSIF
24 JAM

DUKUNGAN TEKNISI
60KOTA

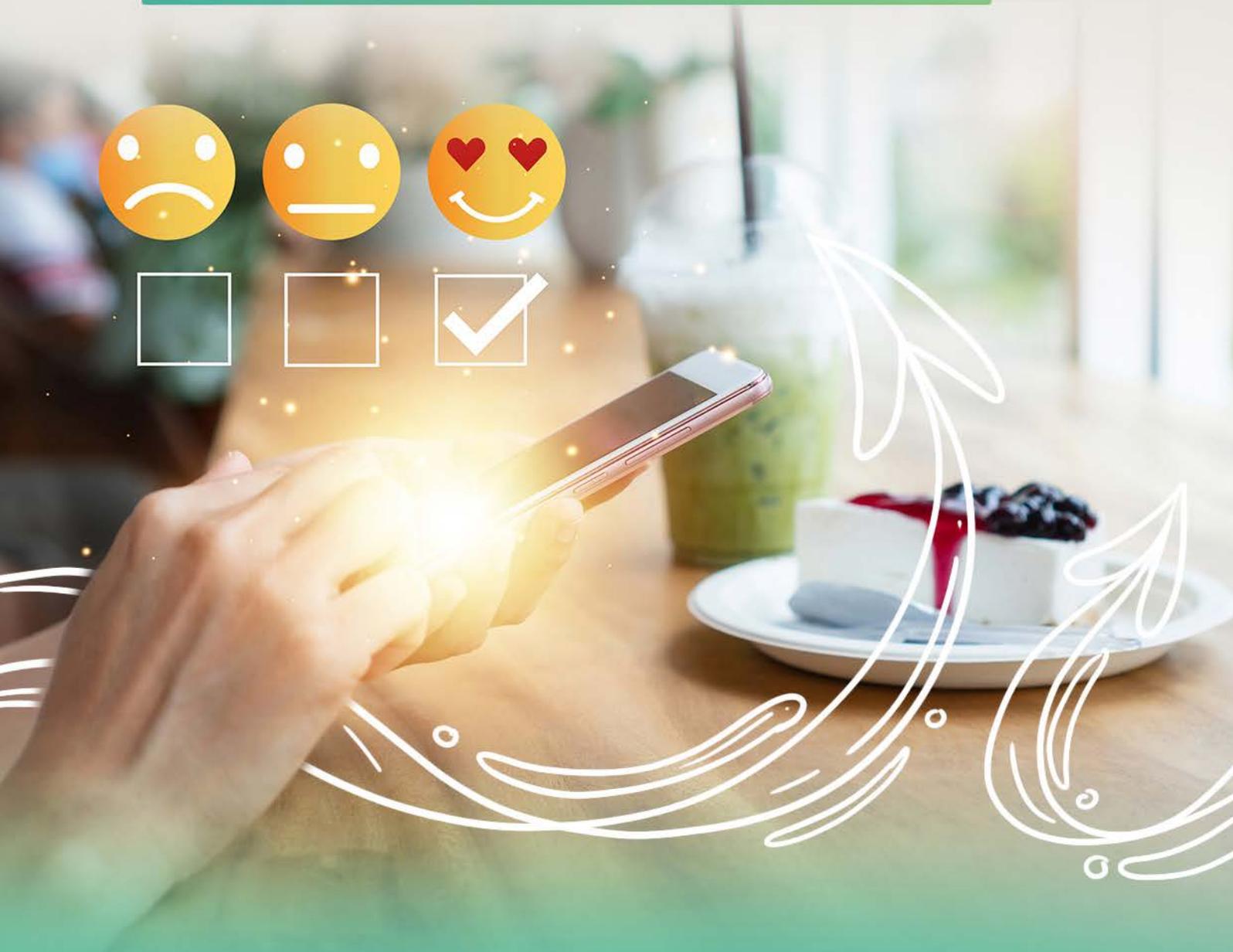
GET IT ON
Google Play

Download on the
App Store

Get it from
Microsoft

07

Tingkatkan Kepuasan Pelanggan dengan Strategi Pemasaran Ini



Tahukah kamu, 79% orang cenderung tidak membeli dari *website* tertentu setelah mengalami pengalaman negatif? Hal tersebut menandakan bahwa kepuasan pelanggan adalah bagian penting dalam membantu bisnis memperoleh lebih banyak penjualan dan pelanggan setia. Jika audiens tidak memiliki pengalaman positif dengan bisnis atau *website*, kamu berisiko kehilangan pelanggan baru dan pelanggan setia.

Strategi pemasaran digital yang tepat akan membantu kamu memenuhi kebutuhan pelanggan dan meningkatkan kepuasan mereka terhadap bisnis. Pertanyaannya, *marketing strategy* seperti apa yang perlu kamu terapkan untuk meningkatkan *customer satisfaction*?

Di artikel ini, kami akan membahas lima strategi *digital marketing* yang dapat kamu gunakan untuk menyenangkan pelanggan dan membangun loyalitas pelanggan.

1. Manfaatkan Media Sosial untuk Meminta *Feedback*

Media sosial merupakan salah satu *tools* yang menyediakan peluang terbaik untuk kamu bisa terhubung langsung dengan audiens.



Orang-orang menggunakan media sosial untuk berkomunikasi dengan perusahaan atau *brand* dan mengharapkan *brand* menanggapi komentar mereka. Bukan hanya *engage*, konsumen atau audiens mempunyai ekspektasi tanggapan dari *brand* diterima dengan cepat.

Faktanya, 52% konsumen mengharapkan kamu merespons dalam waktu 30 menit setelah mereka menghubungi bisnis melalui media sosial.

Konsumen juga menggunakan media sosial untuk membagi pengalaman mereka dengan perusahaan kamu. Jadi, kamu dapat menggunakan media sosial untuk meminta *feedback* dan menyoroti pengalaman pelanggan yang positif.



Misalnya, kamu bisa mendorong orang untuk menilai serta mengulas *brand* di media sosial. Tentunya, cara konsumen berbagi pengalaman akan bergantung pada *platform* yang digunakan.

Facebook menawarkan bagian ulasan, tempat orang dapat meninggalkan peringkat bintang dan komentar tentang pengalaman mereka. Sementara itu, di Instagram atau Twitter, konsumen perlu memanfaatkan

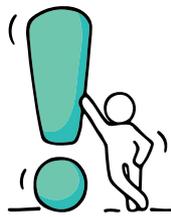
tagar atau tag akun perusahaan bila ingin *feedback*-nya diperhatikan.

Melalui *feedback* yang diberikan konsumen di media sosial, kamu bisa melihat apakah strategi yang kamu lakukan sudah benar dan bagaimana kamu dapat memberikan pengalaman positif itu kepada setiap orang yang berinteraksi dengan bisnis.

Biar bagaimanapun orang sering melihat ke media sosial untuk mendapatkan opini tentang merek atau produk tertentu. Jadi, penting untuk melacak apa yang orang katakan tentang bisnis milikmu.

2. *Buat Email Pemasaran yang Dipersonalisasi*

Peran penting kepuasan pelanggan adalah membuat pelanggan datang kembali.



Perlu dipahami, konsumen ingin merasa istimewa dan merasa bahwa mereka bukan sekadar angka penjualan bagi bisnis.

Dengan *email* pemasaran yang dipersonalisasi, kamu dapat menciptakan pengalaman unik bagi tiap-tiap pelanggan. Pasalnya, audiens menerima *email* dari lusinan perusahaan setiap hari. Mereka tidak

punya waktu untuk menyaring *email* yang tidak relevan atau penting bagi mereka. Jika kamu ingin membuat audiens mengklik *email* yang kamu kirim dan membukanya, kamu harus membuat *email* yang dipersonalisasi untuk menarik perhatian mereka.

Untuk mempermudah proses personalisasi, kamu dapat mengelompokkan audiens ke dalam grup berdasarkan preferensi mereka.

Dengan cara tersebut, audiens dapat menerima *email* yang paling sesuai dengan minat mereka.



Misalnya, seorang wanita lajang tanpa anak kemungkinan besar tidak akan tertarik mendengar tentang lini pakaian anak-anak. Sebagai gantinya, kamu dapat mengirim *email* yang dipersonalisasi tentang lini pakaian anak-anak kepada para ibu dan ayah yang ada di daftar email bisnis.

Personalisasi meningkatkan potensi *email* dibuka sebesar 42% dibandingkan dengan surat elektronik tanpa informasi yang dipersonalisasi. Orang hanya ingin melihat penawaran yang berkaitan dengan mereka serta gaya hidup mereka.



Saat kamu menerapkan personalisasi sebagai bagian dari strategi pemasaran, kamu akan mendapatkan pelanggan baru yang puas dan membuat pelanggan lama datang kembali.

Kamu bisa merekomendasikan produk serupa atau tambahan untuk dibeli konsumen. Karena kamu menyesuakannya dengan kesukaan mereka, kemungkinan konsumen merasa puas pun lebih besar sehingga potensi mereka bertransaksi juga meningkat.

3. Buat Konten yang Pas dengan Kebutuhan Konsumen



Kebanyakan orang mencari informasi spesifik saat membuka situs tertentu. Hal ini menghadirkan peluang bagi bisnis untuk berbagi informasi berharga dengan audiens dan mengarahkan mereka ke *website* bisnis.

Jika kamu ingin menciptakan kepuasan pelanggan, kamu bisa mulai dengan menyediakan informasi yang mereka butuhkan.

Konten pemasaran memungkinkan kamu untuk menyebarkan informasi berharga kepada pengunjung situs bisnis yang notabene merupakan

potential customer. Orang-orang menginginkan jawaban atas pertanyaan mereka dan bisnis kamu berpotensi memberikan jawaban tersebut melalui pembuatan konten.

Saat kamu membuat konten, berbagai format dapat dipilih. Sebut saja, konten pemasaran dalam bentuk *blog post*, video, infografis, *ebook*, dan masih banyak lagi. Semua gaya ini menghadirkan cara unik bagi bisnis dalam menawarkan informasi kepada audiens.

Untuk menemukan topik yang tepat, tentu kamu perlu melakukan riset kata kunci yang banyak dicari oleh calon konsumen. Riset kata kunci akan membantu kamu menemukan topik yang relevan dan melihat bagaimana audiens menelusurinya.

Dengan kata lain, strategi-strategi marketing yang tepat dapat memengaruhi *customer satisfaction*. Dari pemaparan di atas, bahkan bisa disimpulkan bahwa peranannya sangat besar dalam memenuhi ekspektasi pelanggan.

Dari ketiga strategi di atas, mana yang sudah kamu terapkan di dalam bisnis?

08

6 Bentuk Apresiasi pada Kinerja SDM yang Bisa Kamu Berikan



BACK TO DAFTAR ISI

Di dalam menjalankan bisnis atau usaha, mungkin kamu tidak bekerja sendirian. Ada banyak Sumber Daya Manusia (SDM) lain yang mungkin bekerja denganmu. Sebut saja mulai dari admin, akuntan, tenaga pemasaran, *customer service*, *cleaning service*, sampai kurir.

Bila karyawanmu berprestasi, sudah selayaknya kamu memberikan apresiasi pada mereka. Memiliki karyawan berprestasi merupakan sebuah keuntungan bagi perusahaan karena prestasi mereka bisa saja membawa dampak positif bagi pertumbuhan perusahaan.

Apresiasi atau *reward* seperti apa, *sih*, yang menunjukkan kebanggaanmu atas kinerja SDM ini sekaligus bisa menjadi pemacu semangat mereka untuk terus berprestasi?



1. Ucapkan Terima Kasih dan Beri Pujian

Mengucapkan terima kasih ini sebenarnya adalah hal sepele, hal kecil tapi memiliki efek cukup besar. Dengan kamu, sebagai pemilik bisnis atau pimpinan, berterima kasih atas kinerja SDM yang ada di perusahaanmu, maka mereka akan merasa sangat dihargai.

Biasakan untuk berterima kasih kepada karyawan atas apa yang sudah mereka lakukan. Katakan secara spesifik untuk apa kamu berterima kasih. Hal ini akan menambah semangat mereka untuk melakukan yang lebih baik lagi ke depannya.

Jangan lupa juga untuk memberikan pujian atas kinerja SDM di perusahaan. Sama seperti ucapan terima kasih, pujian memang hal sederhana yang bisa diberikan pada karyawan loyal dan berprestasi di perusahaan. Tapi hal tersebut bisa jadi sangat berharga bagi mereka.

2. Cuti Tambahan

Cuti tambahan adalah sebuah bentuk *reward* lain yang bisa kamu berikan. Pada dasarnya, cuti merupakan hak setiap karyawan. Tapi seperti yang kamu tahu, dalam jangka waktu setahun jumlah cuti yang disediakan bagi karyawan cukup terbatas, maka tidak ada salahnya bila kamu menambah total cuti tersebut.



Cuti tambahan bisa dimanfaatkan oleh para karyawan untuk berlibur atau sekadar untuk beristirahat sebelum kembali bekerja. Bentuk apresiasi karyawan ini cukup manusiawi sehingga pastinya akan sangat dihargai.

Apalagi bila kamu bisa menambahkan opsi cuti tapi tetap menerima bayaran. Hal ini menunjukkan bahwa kamu sebagai pemilik bisnis atau perusahaan menginginkan yang terbaik untuk anggota timnya, termasuk kebutuhan istirahat fisik dan kondisi mental yang seleyaknya.

3. Pengembangan Karir

Memiliki jabatan tertentu merupakan impian setiap karyawan, apalagi bila masa kerjanya sudah cukup lama dan memiliki kemampuan yang memang tidak diragukan. Maka tidak ada salahnya kalau kamu mengapresiasi karyawan berprestasi dengan memberinya kesempatan untuk mengembangkan karir.

Coba beri kesempatan pada karyawan untuk mengembangkan

kemampuannya terlebih dulu, misalnya dengan mendaftarkannya pada *training* bisnis atau memberinya akses untuk *online course* di luar jam kerja. Bisa juga dengan melibatkan mereka dalam proyek-proyek baru yang berbeda dari sebelumnya. Dengan begitu mereka akan merasa mendapat tanggung jawab yang lebih, secara otomatis juga mereka akan semakin termotivasi untuk terus berprestasi.



Walau tidak langsung mendapat kenaikan jabatan, tapi bentuk apresiasi kinerja SDM seperti ini dapat membantu karyawan untuk memaksimalkan potensi dan meningkatkan fleksibilitasnya.

4. Memberikan Penghargaan

Ada cara lain yang dapat dilakukan untuk mengapresiasi kinerja SDM yang loyal dan berprestasi yaitu dengan cara memberikan penghargaan berupa piagam, piala, atau medali. Bila penghargaan tersebut dipasang di meja kerja mereka, mereka akan teringat akan keberhasilan yang pernah dicapai.



Kamu dapat menetapkan agenda *employee of the month* atau *employee of the year* sebagai suatu bentuk pemberian tanda penghargaan pada para karyawan yang berprestasi. Pemberian tanda penghargaan sebagai *reward* pada karyawan ini terbukti dapat meningkatkan tanggung jawab mereka terhadap pekerjaannya.

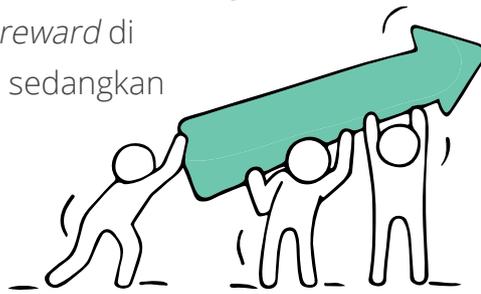


5. Fasilitas Kesehatan

Bentuk apresiasi kinerja SDM lainnya adalah dengan memberikan perhatian khusus terhadap kesehatan karyawan, baik secara fisik dan mental. Karyawan yang sehat akan memiliki peluang lebih besar untuk merasa bahagia sehingga dapat berdampak positif terhadap hasil kerjanya. Jadi, mengapa kamu tidak mencoba memberikan program *reward* yang bertujuan untuk meningkatkan aktivitas kesehatan karyawan?

Karyawan yang cukup aktif berolahraga pasti akan menyukai *reward* di bidang kesehatan ini, sedangkan mereka yang belum aktif dapat menjadikan hal tersebut sebagai kesempatan untuk menerapkan gaya hidup yang lebih sehat.

Kamu bisa memberikan potongan diskon untuk menjadi anggota *gym*, misalnya. Atau bisa juga dengan mendatangkan guru yoga, pilates, bahkan bekerja sama dengan psikolog sehingga karyawan bisa mendatangnya untuk berkonsultasi mengenai kesehatan mentalnya.



6. Memberikan Berbagai Bonus

Reward lain yang bisa kamu coba adalah dengan memberikan hadiah atau bonus spesial sebagai bentuk apresiasi atas kinerja SDM yang baik. Karyawan yang sudah bekerja keras untuk perusahaan dan berprestasi layak diberi imbalan berupa hadiah nyata yang bisa langsung dimanfaatkan seperti *voucher* belanja, *voucher* makan di tempat spesial atau *voucher* liburan. Atau kalau kamu ingin yang praktis, bonus dalam bentuk uang pun bisa kamu berikan.

Pilihan *reward* lain yang mungkin dapat dimanfaatkan oleh karyawan adalah *gift box* bulanan. Ada banyak alternatif *gift box* untuk dikirim, termasuk kebutuhan seperti produk segar, daging, makanan siap saji dan camilan sehat.

Bisa juga kamu berikan *gift box* bertema hobi atau minat mereka. Jenis *gift box* seperti ini dapat membantu karyawan untuk menghabiskan waktu luang dan membuktikan bahwa kamu peduli akan kebutuhan mereka.



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

Stock Opname Pasca Lebaran: **Cuci Gudang** agar Kembali Fitrah



BACK TO DAFTAR ISI

Lebaran merupakan momen yang ditunggu-tunggu oleh banyak pelaku bisnis, terutama di sektor ritel. Penjualan biasanya meningkat pesat selama periode ini, namun, setelah lebaran berakhir, para pemilik bisnis, mau tidak mau, harus menghadapi tantangan baru, yaitu mengelola stok barang yang tersisa. *Stock opname* pasca lebaran merupakan salah satu solusi yang dinilai efektif untuk mengatasi permasalahan ini.

Tunggu, bukannya *stock opname* adalah hal biasa dalam bisnis? Ya, betul. Meskipun sudah biasa dilakukan dalam jangka waktu tertentu, nyatanya mengelola stok memang bukan hal yang sederhana. Salah satu kuncinya adalah menerapkan cuci gudang untuk membantu proses *stock opname*. Selain itu, bisa bikin bisnis kamu juga kembali fitrah pasca Lebaran.

Apa Maksudnya Bisnis Kembali Fitrah?

Bisnis kembali fitrah pasca Lebaran? Maksudnya, istilah tersebut digunakan untuk menggambarkan kondisi bisnis yang kembali normal atau stabil setelah periode Ramadan



dan Lebaran yang penuh dengan banyak permintaan dan penawaran. Tujuannya agar dapat kembali berfokus pada strategi jangka panjang untuk mencapai tujuan bisnis.

Kondisi ini mencakup berbagai aspek dalam bisnis, seperti penyesuaian stok barang, evaluasi kinerja penjualan, dan perencanaan strategi bisnis untuk periode berikutnya.

Dalam proses kembali fitrah, ada beberapa langkah yang perlu diperhatikan oleh pelaku bisnis antara lain:



- ✓ Melakukan *stock opname* untuk mengevaluasi kinerja penjualan dan mengelola sisa persediaan.
- ✓ Menyusun laporan keuangan dan penjualan untuk menghitung keuntungan dan kerugian selama periode Lebaran.
- ✓ Mengevaluasi strategi pemasaran dan promosi yang telah diterapkan selama Lebaran, serta merencanakan strategi yang lebih efektif untuk periode mendatang.
- ✓ Menyesuaikan sumber daya perusahaan, seperti tenaga kerja, kebutuhan logistik, dan anggaran, agar kembali seimbang dengan kondisi bisnis normal.

- ✓ Melakukan kegiatan cuci gudang atau promosi khusus jika diperlukan, untuk mengurangi sisa stok dan meningkatkan perputaran persediaan.

Mengapa *Stock Opname* Penting Pasca Lebaran?

Satu hal yang akan kita bahas lebih dalam mengenai bisnis yang kembali fitrah kali ini adalah penerapan *stock opname* dan pelaksanaannya. *Stock opname* adalah proses penghitungan dan pencatatan persediaan barang yang ada di gudang atau toko yang dilakukan secara periodik (misalnya setiap bulan, kuartal, atau tahun) atau setelah peristiwa besar seperti Lebaran.



Umumnya, *stock opname* dilakukan untuk memastikan akurasi data stok, mengidentifikasi barang yang laku dan tidak laku, menilai kinerja penjualan dan pemasaran, serta menghitung keuntungan dan kerugian.

Beberapa manfaat yang bisa didapatkan oleh para pemilik bisnis dengan adanya *stock opname*, antara lain:

- ✓ Mengidentifikasi barang yang laku dan tidak laku selama periode Lebaran.

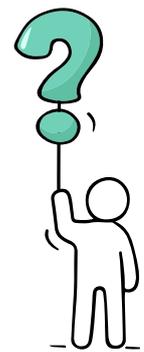
- ✓ Menghitung keuntungan dan kerugian yang didapatkan selama periode Ramadan dan Lebaran
- ✓ Menilai kinerja penjualan, distribusi, dan pemasaran.
- ✓ Memastikan akurasi data stok dan mengurangi risiko kesalahan dalam pengelolaan persediaan

Lantas, adakah cara atau strategi yang efektif untuk menjadikan kegiatan *stock opname* lebih efektif dan efisien?



Jawabnya adalah ada, yaitu dengan menggelar cuci gudang. Cuci gudang diartikan sebagai suatu strategi penjualan yang melibatkan penawaran diskon besar-besaran, promosi, atau penjualan paket untuk mengurangi stok barang yang tersisa di gudang.

Cuci gudang biasanya diadakan pada periode tertentu, seperti setelah musim liburan atau perayaan besar seperti Lebaran. Cuci gudang dianggap sebagai sebuah strategi yang efektif untuk mengurangi jumlah stok yang tersisa di gudang. Dengan memberikan diskon atau promosi khusus, pengusaha dapat menjual barang-barang yang kurang laku atau yang sudah mendekati masa kadaluarsa.



Hubungan *Stock Opname* dan Cuci Gudang

Cuci gudang adalah tahap yang biasa dilakukan oleh pemilik bisnis untuk menjual barang-barang yang sudah lama tersimpan atau kurang laku, dengan tujuan untuk mengurangi jumlah persediaan dalam gudang.

Proses ini memang menjadi strategi jitu untuk dilakukan sebelum *stock opname*. Beberapa alasannya antara lain, yaitu:



1. Dapat Mengurangi Jumlah Item

Dengan melakukan cuci gudang, jumlah item yang perlu dihitung selama *stock opname* menjadi berkurang. Ini akan mempercepat proses penghitungan dan mengurangi kemungkinan kesalahan.

2. Dapat Meningkatkan Akurasi Data

Cuci gudang membantu menghilangkan barang yang rusak, kedaluwarsa, atau tidak terjual, sehingga persediaan yang dihitung saat *stock opname* jadi lebih akurat.



3. Dapat Fokus pada Item Produk Prioritas

Cuci gudang dapat membantu mengurangi kerumitan dalam pengelolaan persediaan. Dengan menghilangkan stok barang yang tidak diperlukan, proses *stock opname* akan lebih mudah dilakukan karena bisa fokus pada *item* yang penting dan relevan saja.

4. Memperbarui Sistem Informasi Produk

Adanya cuci gudang dapat membantu memastikan bahwa sistem informasi persediaan perusahaan selalu *up-to-date*.

5. Mengurangi Biaya Penyimpanan

Cuci gudang secara otomatis akan membantu mengurangi biaya penyimpanan yang dikeluarkan untuk menyimpan barang yang tidak laku atau rusak. Dengan demikian, pemilik bisnis dapat mengalokasikan sumber daya yang lebih efisien, seperti investasi dalam persediaan yang lebih baik atau meningkatkan sistem manajemen gudang.

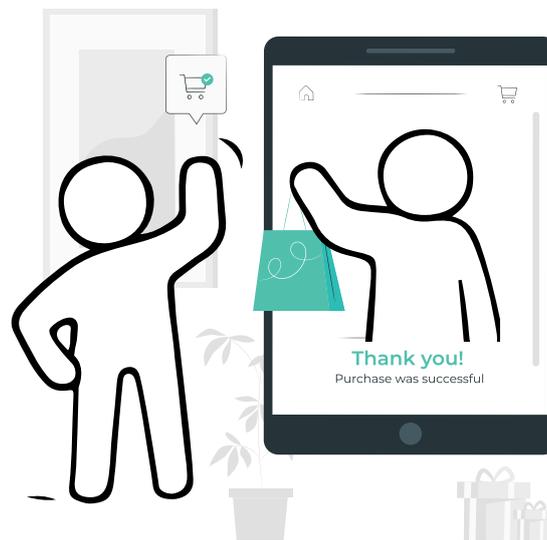


Setelah cuci gudang selesai, para pemilik bisnis dapat melakukan *stock opname* kembali untuk mengevaluasi keberhasilan kegiatan tersebut. Nantinya, data yang didapatkan akan membantu mengukur kinerja penjualan, menilai strategi yang digunakan, serta merencanakan kegiatan cuci gudang berikutnya.

Tidak salah kan bila dibilang bahwa tahap ini dapat membantu menjadikan

bisnis kembali fitrah? Jika ingin data *stock opname* bisnismu lebih akurat, kamu bisa memanfaatkan teknologi untuk membantu melakukan pencatatan stok barang.

Aplikasi majoo menyediakan fitur aplikasi *inventory* untuk membantumu mencatat dan mengelola stok barang. So, jangan ragu untuk pakai majoo, ya!



10

Apa Itu Pivot? Kapan Waktu Terbaik untuk Melakukannya?



BACK TO DAFTAR ISI

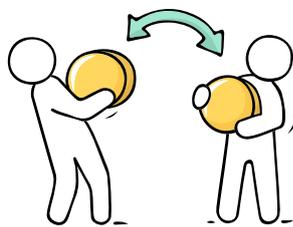
Jangan sampai keliru dengan salah satu fungsi sering ditemukan dalam pengolahan dokumen Microsoft Excel, pivot sebenarnya memiliki arti yang berbeda dalam menjalankan bisnis, lho!

Bagi mereka yang bekerja di perusahaan *start-up* atau yang semacamnya, istilah yang satu ini mungkin pernah didengar dan beberapa kali juga diobrolkan dalam diskusi-diskusi penting. Namun, bagi mereka yang fokus untuk menjalankan bisnisnya sendiri, mungkin istilah ini masih terlalu asing.

Apakah benar, hanya *start-up* saja yang melakukannya? Tidak juga, lho, karena sebenarnya siapa pun yang memiliki model bisnis atau ingin mengembangkan usahanya lebih jauh dapat melakukannya. Apa, sih, artinya? Kita simak bersama-sama, yuk!

Mengenal Pivot, Jalan Alternatif Pengembangan Bisnis

Bagi yang belum tahu, sebenarnya ada banyak sekali model bisnis yang bisa dijadikan acuan. Mulai dari B2B atau *Business to Business*, B2C atau *Business to Consumer*, serta B2B2C atau *Business to Business to Consumer*. Pemilik usaha bisa memilih



untuk fokus pada salah satu model atau menjalankan ketiganya.

Nah, apa yang terjadi ketika model yang dijadikan acuan tersebut ternyata kurang tepat dan tak optimal dalam menghasilkan keuntungan? Tentu akan ada beberapa hal yang perlu disesuaikan, bukan? Perubahan tersebut bisa saja terjadi pada produk atau jasa yang ditawarkan, atau model usaha yang tengah diterapkan.

Tentunya, perubahan tersebut bukanlah sesuatu yang kecil dan sepele. Bukan tidak mungkin perubahan tersebut bahkan dapat memicu perubahan-perubahan lainnya. Alasannya cukup sederhana, perubahan-perubahan tersebut merupakan perubahan yang mendasar dan secara signifikan memengaruhi arah pengembangan bisnis.

Perubahan semacam inilah yang kita sebut sebagai pivot atau tindakan untuk mengubah arah bisnis secara fundamental.

1 Kapan Waktu Terbaik untuk Melakukannya?

Karena perubahan arah bisnis ini tergolong fundamental dan dapat memengaruhi banyak hal, mulai dari bagaimana proses produksi akan



dilakukan, siapa pasar yang ingin ditargetkan, dan seperti apa cara menjual produk atau jasa yang dimiliki, tentu kita sebagai pemilik usaha tak bisa melakukannya secara asal, *kan?*

Pertanyaannya, kapankah waktu yang tepat untuk melakukan perubahan fundamental ini? *Yap*, benar sekali! Perubahan ini sebaiknya dilakukan ketika bisnis mengalami kebuntuan dalam menghasilkan keuntungan atau terus-menerus mencatatkan kerugian.

Jika bisnis berjalan dengan lancar dan performanya cukup baik dalam menghasilkan keuntungan, tentu tak ada yang perlu diubah, *kan?* Namun, namanya juga bisnis, tentu tak akan selamanya lancar, bisa naik dan bisa juga turun. Ketika performa bisnis terus-menerus turun, pemilik usaha pun perlu melakukan evaluasi bisnis.

Dari evaluasi yang dilakukan, pelaku usaha tersebut pun akan mengetahui jika bisnis yang dijalankannya sudah tidak sesuai dengan kebutuhan pasar yang ingin dipenuhi. Jika sudah demikian, perubahan fundamental ini menjadi alternatif yang baik untuk mengatasi situasi tersebut, bisa melalui perubahan



Nah, kira-kira mana yang seharusnya dipilih oleh para pelaku usaha yang bisnisnya mulai menemui kebuntuan? Jawabannya tentu saja relatif,

produk atau jasa agar lebih sesuai dengan pasar, atau mengubah model bisnis agar produk dan jasa tersebut bisa lebih mudah diterima pasar.

2. Model Bisnis atau Produk? • Mana yang Perlu Disesuaikan?

Pertanyaan berikutnya tentu saja mempertimbangkan apa yang perlu diubah. Apakah produk dan jasa yang ingin ditawarkan, atau cara menawarkannya?

tergantung dari hasil evaluasi yang dilakukan dan tantangan yang ditemukan dalam evaluasi tersebut.

Terkadang, produk dan jasa yang ditawarkan sudah menarik dan sangat dibutuhkan oleh pasar, tetapi penjualannya tak begitu baik karena target pemasarannya yang kurang sesuai, *kan?* Untuk kasus semacam ini, jelas perubahan diperlukan pada operasional bisnis itu sendiri.

Namun, situasi yang sebaliknya juga mungkin terjadi, *Iho!* Target pemasaran

sudah tepat, cara berbisnis yang dilakukan juga tergolong baik dan sehat, tetapi angka penjualannya perlahan turun karena pelanggan menemukan penyedia produk atau jasa lain yang lebih baik.

Hmm, jika ini yang terjadi, otomatis kita perlu sedikit mengubah produk dan jasa yang dimiliki agar memiliki nilai tambah. Dengan demikian, bisnis kita pun akan memperoleh daya saingnya kembali dan mampu menunjukkan performa yang baik.

3. Apa yang Harus Diwaspadai saat Mengubah Arah Bisnis?

Sebuah perubahan, terlebih perubahan untuk sesuatu yang tergolong fundamental, jelas bukan tanpa risiko; terlebih jika dilakukan secara asal dan serampangan. Agar terhindar dari potensi kerugian, ada beberapa hal yang perlu diperhatikan pelaku usaha sebelum melakukan pivot.



Pertimbangkan dengan baik seberapa besar perubahan tersebut dibutuhkan. Jangan salah, lho, perubahan ini tak hanya memengaruhi operasional bisnis secara umum saja, tetapi juga bisa memengaruhi persepsi pasar terhadap bisnis kita.

Pasar yang tadinya sudah sangat terbiasa dengan model bisnis atau produk dan jasa yang kita tawarkan, tentu akan kaget dan memberikan respons negatif jika tiba-tiba muncul perubahan. Terlebih jika perubahan tersebut memang tidak dibutuhkan oleh mereka.



Selain itu, implementasi perubahan juga perlu diperhatikan dan direncanakan dengan baik.

Apa yang perlu dilakukan setelah perubahan fundamental ini diimplementasikan? Bagaimana cara mengomunikasikannya dengan baik kepada pelanggan setia? Seperti apa *rollback plan* yang disiapkan jika perubahan ini ternyata tidak diterima dengan baik oleh pelanggan?

Pertanyaan-pertanyaan tersebut bisa dijawab dengan mudah jika evaluasi bisnis terus dilakukan secara berkala. Agar tak kewalahan, coba gunakan aplikasi majoo yang sudah dilengkapi dengan beragam fitur unggulan seperti fitur keuangan dan keanggotaan yang akan mempermudah evaluasi bisnis!

Yuk, langsung saja gunakan 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

Download on the
App Store

TEMUKAN DI
 Google Play

Get it from
Microsoft