

the majoo preneurs

Berjuta wirausaha maju untuk Indonesia

**Perluah utang buat
mulai bisnis?**

Ini semua hal yang perlu
kamu tahu!

Tren bisnis fashion Korea

Mending impor atau produksi
sendiri, ya?

Bisnis produk untuk anak

Menarget langsung ke anak
atau orang tuanya?



**Berani Ambil Peluang: Tak Takut
Bersaing, Tak Gentar Berjuang**

VOL 35

Juli 2023

Pengantar

Di tengah persaingan bisnis yang semakin ketat, memanfaatkan peluang bisnis sekecil apa pun bisa jadi langkah krusial untuk mencapai kesuksesan. Terus berkembangnya teknologi dan tren konsumen yang juga berubah dengan cepat menjadi alasan pentingnya pebisnis mampu mengidentifikasi dan memanfaatkan peluang bisnis yang muncul.

Namun ironisnya, kadang pebisnis justru tidak berani mengambil saat peluang tersebut muncul. Terjebak zona nyaman, terlalu overthinking dalam manajemen risiko, belum yakin akan hasilnya dan lain sebagainya.

Nah, dalam edisi ini, kita akan membahas alasan pentingnya mengambil peluang bisnis dan beberapa strategi yang dapat membantumu agar lebih yakin dan tak ragu

lagi dalam mengambil peluang tersebut.

Strategi penting seperti cara memenangkan persaingan dengan riset kompetitor, memahami target pasar, hingga memanfaatkan teknologi digital seperti aplikasi majoo dan memaksimalkan fitur-fiturnya akan dikupas semua di the majoopreneurs kali ini.

Bersikap proaktif dalam mengidentifikasi dan memanfaatkan peluang yang ada akan memberikan keunggulan kompetitif yang diperlukan untuk mencapai kesuksesan di dunia bisnis yang dinamis.

Jadi, jangan ragu untuk mengambil langkah maju, dan siapkan diri untuk mengejar peluang bisnis yang ada di sekitarmu.

Salam hangat,
Tim Redaksi

Redaksi



VP Marketing
Gary Ghazi



Managing Editor
Akidna Rahma



Reporter
Ajar Pamungkas



Project Manager
Faiqotul Himma



Reporter
Nisa Destiana



Reporter
Daniel Prasatyo



Project Manager
Mardiana



Reporter
Dini N. Rizeki



Graphic Designer
Novita Putri



Graphic Designer
Firman



Creative Manager
Ocktaviana



Content Strategy
Syifa Alma





06 Peluang Bisnis Tercipta
dengan Pemanfaatan
Teknologi Digital

Dari Dapur ke Pasar *Online*:
Bisnis Makanan tanpa
Mi Instan **10**

15 Perlukah Ambil Utang
Usaha untuk Memulai
Bisnis Baru?

Fashion Korea: Keuntungan
Impor vs Produksi Lokal **19**

24 Bagaimana Memenangkan
Persaingan dengan Riset
Kompetitor?!

Kiat Libas Persaingan
di *Digital Platform* ala UMKM **28**

34 Anak atau Orang Tua?
Manakah Segmen Pasar
Target Pemasaran?

Ketahui Tren *Social*
Media Marketing
di Tahun 2023! **38**

42 Inspirasi Bisnis Kecil Kecil
Pengusaha Muda (Banget!)

Trik Atasi Tantangan
Bisnis yang Dihadapi
Usaha Kecil **46**

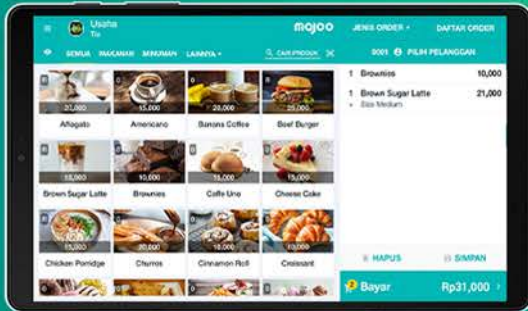


Dari Kami Yang Ingin Kamu Maju

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



**Langganan 1 Tahun
Aplikasi Kasir
Lengkap Banyak
Bonusnya**

Rp 5.9⁸⁸ JT

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

Dapatkan

- ✔ Subscription 12 Bulan Advance
- ✔ Standee Neo
- ✔ Support 24 Jam
- ✔ Referral Voucher

**BONUS DOUBLE
DEAL EDC**



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

*Syarat dan Ketentuan Berlaku

**PENAWARAN TERBATAS
DAPATKAN SEKARANG**

*Biaya Instalasi 100rb

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!



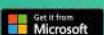
DIPERCAYA WIRASANA
40.000+



HOTLINE RESPONSIF
24 JAM



DUKUNGAN TEKNISI
60KOTA



Peluang Bisnis Tercipta dengan Pemanfaatan Teknologi Digital



[🏠 DAFTAR ISI](#)

Saat ini, digitalisasi telah terbukti sebagai faktor esensial bagi kemajuan suatu bisnis. Dampaknya akan mulai terasa ketika bisnis menerapkan pemanfaatan teknologi digital untuk mengubah model bisnis dan membuka peluang-peluang bisnis yang baru.

Sebelum berbicara tentang peluang bertumbuhnya bisnis sebagai dampak pemakaian sistem digital, mari kenali dulu, apa itu pemanfaatan teknologi digital?

Mengenal Pemanfaatan Teknologi Digital



Pemakaian sistem digital atau digitalisasi merujuk pada proses penggunaan teknologi digital untuk mengubah model bisnis sehingga tercipta sumber pendapatan baru dan peluang-peluang yang bernilai.

Dengan kata lain, digitalisasi mencakup setiap aktivitas dan proses yang jadi mungkin dilakukan karena penggunaan teknologi digital, mulai dari automasi aktivitas pemasaran hingga pemrosesan pesanan.

Maka dari itu, digitalisasi bisa meningkatkan efisiensi operasional bisnis dengan adanya automasi.

Dengan automasi proses, beberapa risiko *human error* dan biaya operasional menurun. Teknologi digital bisa menyusun ulang seluruh lanskap bisnis, beralih dari analog tradisional ke digital.

Sebagai contoh, data tidak lagi disimpan di perangkat penyimpanan, tetapi di *cloud* sehingga data tetap aman. Dengan menggunakan penyimpanan *cloud*, kehilangan data dapat dicegah dan data *ter-back up* secara otomatis.



Komputasi *cloud* membantu banyak perusahaan mendapatkan keunggulan kompetitif di antara para pesaing.

Peluang-Peluang Bisnis sebagai Dampak Digitalisasi

Ketika kamu mendengar kata-kata 'peluang bisnis', bayangan segera muncul mungkin kesempatan-kesempatan untuk membangun bisnis baru. Padahal, peluang-peluang usaha juga dapat berupa kesempatan untuk memperoleh keuntungan lebih dalam bisnis yang sama.

Nah, penggunaan sistem digital mungkin tidak serta-merta membuka kesempatan ekspansi atau pengembangan bisnis baru.

Akan tetapi, digitalisasi berpeluang besar mendatangkan keuntungan yang lebih optimal.

1 Meningkatkan Digital Presence



Teknologi digital banyak dimanfaatkan bisnis dalam aktivitas pemasaran dan penjualan, misalnya penggunaan media sosial atau pengelolaan pemasaran *omnichannel*.

Dengan begitu, tentu manfaat yang paling terlihat ialah *digital presence* bisnis jadi meningkat. Pada saat bersamaan, peningkatan kehadiran digital ini akan membuka peluang-peluang pendapatan baru. Mengapa demikian? Alasan pertama tentu karena jangkauan bisnis jadi lebih luas. Promosi bisnis secara digital atau *online* menghilangkan batasan teritorial yang memungkinkan kamu menjangkau pangsa pasar di mana saja.

Belum lagi, konsumen jadi merasa lebih mudah untuk berinteraksi dengan bisnismu ketika kamu memiliki *digital presence* yang baik. Interaksi dan *engagement* ini akan membuka peluang lebih besar untuk mendorong konsumen bertransaksi.



2 Mudah Kelola Toko Online, Penjualan Lebih Banyak Datang

Seperti telah disebutkan sebelumnya, salah satu manfaat penerapan teknologi digital yang akan membuka peluang baru ialah strategi *omnichannel*. Secara singkat, *omnichannel* adalah strategi bisnis yang melibatkan beberapa kanal penjualan sekaligus untuk meningkatkan pengalaman pelanggan.

Harapannya, konsumen bisa memperoleh pengalaman yang menyenangkan secara konsisten, baik di gerai *offline*, *website* bisnis, ataupun *marketplace*. Sayangnya, upaya menjaga konsistensi pelayanan di banyak kanal penjualan kadang cukup menantang.



Di *marketplace* saja, konsumen mungkin kecewa saat kamu membatalkan transaksi karena ternyata stok barang yang dibeli konsumen sudah terjual di *marketplace* lain. Bukan rahasia lagi, kini bisnis rata-rata membuka toko di beberapa *marketplace* sebab tuntutan pasarnya memang demikian.

Menariknya, jika kamu sudah mengenal teknologi digital yang tepat, persoalan seperti di atas bisa dihindari.

Kamu bisa mengelola banyak toko *online* dari satu tempat atau *dashboard* saja dengan bantuan aplikasi wirausaha.

Kalau sudah demikian, bisnismu jadi punya peluang lebih banyak untuk memperoleh penjualan sambil memastikan kepuasan pelanggan terjaga. Perlu diingat, kamu perlu *review* yang baik dari konsumen di *marketplace* sehingga kepuasan pelanggan menjadi aspek esensial.

Di samping itu, konsumen yang puas dengan pelayanan bisnis berpeluang besar berubah menjadi pelanggan loyal.



3 Mendorong Inovasi, Mendorong Pertumbuhan

Salah satu konsekuensi positif dari penerapan teknologi digital ialah terciptanya inovasi. Adanya inovasi mendorong bisnis untuk

melakukan diferensiasi dan membuat bisnis cukup berbeda dari bisnis lainnya, misalnya kamu menerapkan strategi pemasaran, produksi, atau penjualan yang berbeda.

Inovasi juga membantu bisnis lebih siap dalam menghadapi situasi yang serba tidak pasti dan bisa tetap relevan.



Dengan tetap relevan di tengah pasar yang kompetitif, bisnis bisa menjaga, bahkan mengoptimalkan keuntungan yang diperoleh.

Untuk kamu yang sedang mengelola bisnis, pastikan kamu memanfaatkan *digital tools* yang tepat agar makin banyak peluang penjualan dan pendapatan yang didapatkan oleh bisnismu.

Bingung harus pilih *tools* dengan fitur apa? Pilih saja *majoo* yang punya fitur lengkap untuk mengelola bisnis. Coba sekarang!

Dari Dapur ke Pasar *Online*: Bisnis Makanan tanpa Mi Instan



 [DAFTAR ISI](#)

Memberikan bekal mi instan mungkin merupakan hal yang wajar bagi sebagian ibu-ibu. Namun, bisa menjadi sebuah hal yang aneh dan tidak wajar bagi ibu lainnya. Mi instan dinilai sebagai sesuatu yang bukan termasuk makanan rumahan yang aman dikonsumsi anak-anak. Semuanya kembali kepada pemikiran dan kebutuhan masing-masing.

Memang sebenarnya masih ada banyak pilihan makanan rumahan lain yang bisa dijadikan sebagai bekal. Makanan rumahan telah lama menjadi warisan tak ternilai dari para ibu di seluruh dunia. Dari resep warisan keluarga hingga kreasi inovatif, dapur ibu adalah tempat keajaiban kuliner terjadi.

Menariknya, tidak hanya sebagai sumber kelezatan dan kenangan, masakan rumahan juga memiliki potensi besar sebagai ide bisnis makanan yang menguntungkan. Khususnya, makanan yang memang sesuai dijadikan sebagai bekal anak-anak, baik untuk sekolah atau kegiatan lainnya.

Ada banyak sekali ide bisnis makanan yang terinspirasi dari makanan rumahan ala ibu. Mulai dari hidangan



klasik hingga inovasi kreatif, peluang dalam dunia bisnis makanan rumahan sangat menjanjikan. Dapur menjadi ladang subur untuk menciptakan ide-ide bisnis yang menggugah selera dan menarik minat pasar.

Ide Bisnis Makanan Terinspirasi dari Bekal Anak



Bisnis makanan rumahan dari bekal anak adalah sektor yang menjanjikan dan terus berkembang. Banyak orang tua yang menginginkan pilihan makanan yang sehat dan bergizi untuk anak-anak mereka di sekolah.

Dengan menghadirkan bekal anak yang dibuat dengan bahan-bahan segar, tanpa tambahan bahan pengawet atau pemanis buatan, serta dengan variasi menu yang menarik, pengusaha makanan rumahan dapat memenuhi kebutuhan tersebut.

Ide bisnis ini meliputi penyediaan makanan siap saji dalam bentuk paket bekal yang dapat diantar ke sekolah.



Bisa juga dengan berkolaborasi bersama pihak sekolah untuk menyediakan makanan sehat dalam kantin sekolah.

Apa saja ide makanan rumahan yang bisa dieksekusi jadi ladang bisnis yang menguntungkan?

✓ **Bento Box Kreatif**

Ide pertama adalah *bento box* dengan variasi makanan sehat, seperti nasi, sayuran, buah-buahan, dan protein seperti ayam atau tahu. Kreasikan *bento box* dengan tampilan yang menarik, seperti karakter hewan atau tokoh kartun favorit anak-anak.



✓ **Roti dan Kue Sehat**

Roti dan kue sehat juga bisa jadi bisnis makanan yang menguntungkan. Buatlah varian roti dan kue yang mengandung biji-bijian, gandum utuh, dan bahan-bahan alami lainnya. Tawarkan variasi roti gandum, roti isi, *muffin*, atau *cookies* dengan rasa yang lezat.



✓ **Smoothie dan Snack Buah**

Smoothie buah yang menyegarkan juga termasuk makanan rumahan yang layak untuk dijual. Tambahkan juga berbagai jenis *snack* buah yang praktis, seperti potongan buah kering atau sereal berbasis buah. Pastikan ada cukup banyak variasi rasa dan kombinasi buah yang menarik selera anak-anak.



✓ **Makanan Organik dan Gluten-Free**

Menyediakan makanan rumahan organik dan bebas gluten yang cocok untuk anak-anak yang memiliki alergi atau sensitivitas makanan. Misalnya, roti *gluten-free*, hidangan pasta organik, atau camilan bebas alergen.



✓ **Produk Susu Nabati**

Sampai saat ini, susu masih dianggap sebagai sumber protein yang bagus untuk bekal anak-anak. Mengembangkan bisnis makanan rumahan yang menggunakan produk susu nabati, seperti susu almond atau susu kedelai, untuk membuat produk susu anak-anak, seperti puding, yogurt, atau es krim rendah gula, juga akan sangat menguntungkan.



✓ **Salad dan Salad Wrap**

Salad dan *salad wrap* dengan variasi sayuran, protein, dan saus yang lezat juga bisa dijadikan ide bisnis makanan yang menjanjikan. Kombinasikan sayuran hijau, seperti bayam atau selada, dengan potongan daging ayam panggang atau tahu, dan saus seperti *dressing* alpukat atau *yoghurt*.



Berbagai ide bisnis makanan ini dapat disesuaikan dengan preferensi lokal dan ketersediaan bahan di daerah kamu. Penting untuk menyesuaikan makanan dengan preferensi dan kebutuhan anak-anak, serta memberikan pilihan yang sehat dan bergizi dalam bentuk yang menarik bagi mereka.

Dengan memberikan perhatian pada kualitas dan nutrisi makanan, serta memberikan variasi menu yang menarik dan lezat, bisnis makanan rumahan dari bekal anak memiliki potensi besar untuk sukses. Selain itu juga berpeluang mendapatkan kepercayaan dari orang tua sebagai solusi yang baik untuk kebutuhan makanan anak-anak di sekolah.

Di tengah gaya hidup yang semakin sibuk dan keinginan konsumen akan makanan yang sehat dan berkualitas, permintaan akan makanan rumahan semakin meningkat. Banyak orang yang mencari makanan yang lezat, bergizi, dan dibuat dengan cinta, seperti yang mereka dapatkan di rumah. Inilah peluang emas bagi kamu yang ingin menjalankan bisnis kuliner yang sukses.

Tidak hanya itu, era digital yang semakin maju membuka pintu baru bagi bisnis makanan rumahan.

Dengan kehadiran *online platform*, media sosial, dan layanan pengantaran makanan, para pengusaha makanan rumahan dapat dengan mudah menjangkau konsumen potensial di berbagai lokasi. Tidak ada batasan bagi impian kamu untuk menghidupkan ide bisnis makanan rumahan yang luar biasa.

Selain itu, pastikan juga kamu sudah memiliki modal yang cukup untuk menjalankan bisnis makanan ini. Apakah kamu sudah memiliki rencana untuk pengembangan usaha yang rapi, tapi terkendala dalam mendapatkan modal? Jangan khawatir, ada solusinya, *kok!*

majoo, sebuah aplikasi *Point of Sales*, menawarkan fitur bernama majoo capital yang dapat membantu kamu mendapatkan modal untuk memulai usaha. Dengan proses pengajuan yang sederhana, kamu bisa mendapatkan modal yang dibutuhkan jika bisnismu dinilai layak. Jadi, mengapa harus menunda? Segera ajukan pengajuan sekarang ke majoo! Selamat mencoba!



majoopreneur Stories



Rio Tinto Sirait Owner Kanaka Wash

Saat mau memulai bisnis, saya lihat ada peluang kurangnya jasa *laundry* di area apartemen. Apartemen itu kan penghuninya banyak, sepertinya nggak cukup kalau cuma dicover oleh satu *laundry*. Jadi saya ambil peluang itu dengan menawarkan *laundry* yang jasa jadinya lebih cepat.

Renny Prahastuti Owner Han & Jans Bakery 2

Karena di daerah sekitar rumah saya belum ada *bakery* yang pantas, saya putuskan untuk mendirikan satu.



Perluakah Ambil Utang Usaha untuk Memulai Bisnis Baru?



Berbeda dengan kebanyakan jenis pinjaman lainnya, tak jarang utang usaha justru menjadi pilihan andalan untuk memastikan bisnis dapat terus berjalan secara lancar, terlebih bagi mereka yang memang tengah berupaya untuk memulai bisnis baru.

Wajar saja, *sih!* Peralnya, operasional bisnis yang baru seumur jagung memang cukup besar dengan keuntungan yang masih kecil, *kan?* Oleh karena itu, utang pun kerap jadi pilihan. Di samping itu, tak seperti utang pribadi yang umumnya dihindari banyak orang, utang bisnis menjadi praktik umum karena sifatnya yang tidak konsumtif dan memiliki potensi keuntungan.

Namun, jangan buru-buru dalam mengambil pinjaman, *lho!* Coba pertimbangkan terlebih dahulu, seberapa perlu, *sih,* keberadaan utang ini dalam operasional bisnis? Apa saja keuntungan serta kerugian yang dimilikinya? Apa saja yang perlu diperhatikan sebelum mengambil pinjaman?

Hmm, banyak juga, ya! Bagaimana jika langsung saja kita ulas satu per satu? Yuk!

Apa Keuntungan dari Mengambil Pinjaman Usaha?

Menjaga arus kas kerap menjadi alasan utama mengapa orang memutuskan untuk berutang. Sekalipun mungkin modal yang kita miliki mencukupi, arus kas akan terganggu jika modal tersebut sepenuhnya digunakan untuk operasional bisnis, *kan?*



Nah, dengan mengambil pinjaman usaha, bisnis bisa tetap dijalankan dengan lancar, tetapi modal kita pun tak sepenuhnya habis. Dengan demikian, jika sewaktu-waktu ada keperluan mendadak yang harus segera dipenuhi, modal yang tak digunakan itu bisa menjadi penyelamat.

Di samping itu, percepatan pengembangan bisnis juga kerap menjadi alasan mengapa banyak pelaku usaha yang memilih untuk mengambil pinjaman, khususnya mereka yang bermaksud untuk memulai bisnis baru.

Misalnya saja, ketika pelaku usaha melihat peluang bisnis yang sebenarnya bisa sangat menguntungkan bila digarap, tetapi memiliki keterbatasan modal. *Hmm,* mengambil pinjaman bisa jadi jawabannya, *kan?*

Apakah Ada Potensi Kerugian yang Perlu Diperhatikan?

Tentu saja ada! Pinjaman apa pun tak hanya menawarkan keuntungan semata. Sekalipun baik untuk menjaga arus kas dan juga percepatan pengembangan bisnis, asal mengambil pinjaman bisa membuat bisnis mengalami kerugian.

Keuntungan bisnis yang kurang maksimal merupakan salah satunya. Berbeda dengan operasional yang sepenuhnya dibiayai dari pos modal yang dimiliki, menjalankan operasional bisnis dengan dana yang dipinjam dari sumber lain membuat margin keuntungan menjadi lebih kecil karena ada beban utang yang harus dilunasi.



Tergantung dari kesepakatan utang yang dibuat, pengembalian pinjaman bisa dilakukan setiap bulannya dengan mencicil pokok pinjaman dan membayarkan bunganya. *Nah*, di sini pelaku usaha harus berhati-hati saat mengambil pinjaman.

Perhatikan besarnya bunga yang telah ditetapkan, dan hitung pula proyeksi pemasukan yang akan diterima dari pelaksanaan operasional bisnis. Apabila

besarnya pemasukan lebih kecil dari besarnya bunga, ada kemungkinan utang bisnis ini akan sulit untuk dilunasi. Jika sudah demikian, tujuan pengambilan pinjaman untuk menjaga kesehatan arus kas pun bisa jadi justru berbalik dan membuat arus kas bisnis berantakan, *lho!*

Mempertimbangkan Prioritas dalam Mengambil Pinjaman

Setelah mengetahui keuntungan serta risiko kerugian yang dihadapi, tentu tidak sulit untuk menentukan apakah pinjaman usaha ini benar-benar dibutuhkan atau tidak dalam memulai bisnis baru. Caranya mudah saja, yaitu dengan menentukan prioritas pengeluaran dan menghitung sumber daya yang dimiliki.



Cobalah untuk mendaftar pengeluaran apa saja yang dibutuhkan agar operasional bisnis yang baru ini bisa dijalankan. Mulai dari sewa tempat, pengadaan alat produksi, biaya pemasaran, dan sebagainya. Setelah daftar tersebut dibuat, coba tentukan skala prioritasnya berdasarkan modal yang dimiliki.

Bukan tidak mungkin, *Iho*, modal yang sudah dikumpulkan ternyata cukup untuk memenuhi seluruh kebutuhan tersebut. Jika ini yang terjadi, artinya pinjaman untuk usaha pun sebenarnya tidak mendesak dan cukup dijadikan pilihan untuk menjaga kesehatan arus kas. Namun, jika ternyata besarnya modal yang dimiliki masih di bawah nilai pengeluaran, wah, mengambil pinjaman pun tak bisa dihindari, *kan?*



Meski demikian, coba pastikan bahwa pinjaman yang nantinya akan diperoleh benar-benar diperuntukkan bagi komponen pengeluaran yang benar-benar aman. Biaya pemasaran, misalnya saja, bisa saja dilewati terlebih dahulu atau prioritasnya diturunkan karena hasilnya belum tentu bisa digunakan untuk melunasi pinjaman yang diambil.

Sebagai gantinya, pinjaman bisa diprioritaskan untuk kegiatan produksi yang lebih berpotensi untuk mendatangkan keuntungan.

Perlu, Tidak, Ambil Pinjaman untuk Memulai Bisnis Baru?

Kembali ke pertanyaan awal, apakah pinjaman ini diperlukan ketika kita

ingin menekuni sebuah bisnis yang baru? Jawabannya jelas akan sangat tergantung dari kondisi yang saat ini dihadapi.

Tak ada salahnya untuk menunda menggarap bisnis baru ini jika memang belum mendapatkan proyeksi yang baik untuk keuntungannya. Namun, jika proyeksinya memang sudah jelas, mengambil pinjaman bisa menjadi cara terbaik untuk memastikan adanya keuntungan bisnis.

Namun, jangan lupa, perhatikan juga kemampuan bisnis untuk melunasi pinjaman tersebut, ya! Pastikan bisnis benar-benar dijalankan secara efektif dan efisien, sehingga keuntungan yang dihasilkan pun bisa maksimal.

Tak perlu bingung, manfaatkan saja aplikasi majoo yang sudah dilengkapi dengan beragam fitur unggulan untuk mempermudah pengelolaan bisnis.



Dengan bisnis yang dijalankan secara efektif dan efisien bersama aplikasi majoo, melunasi pinjaman pun tak lagi menjadi sesuatu yang menakutkan. Yuk, gunakan aplikasi majoo sekarang juga!

Fashion Korea: Keuntungan Impor vs Produksi Lokal



Fashion Korea sedang sangat hits di Indonesia. Ada banyak alasan yang mendasarinya.

Pertama, pengaruh K-pop dan K-drama yang semakin populer di Indonesia telah meningkatkan minat orang-orang terhadap budaya Korea secara keseluruhan, termasuk *fashion*.

Para idola K-pop dan aktor K-drama sering terlihat memakai pakaian dengan gaya unik dan *trendy*. Inilah yang kemudian diadopsi oleh penggemar mereka di Indonesia dan menjadikan *fashion* Korea sebagai tren yang diidolakan.



Kedua, gaya *fashion* Korea menawarkan sesuatu yang berbeda dan segar dibandingkan dengan tren lokal maupun gaya *fashion* barat yang sudah umum di Indonesia. Desain yang unik, paduan warna yang cerah, dan detail-detail yang kreatif menjadi daya tarik tersendiri bagi para pecinta mode di Indonesia.

Selain itu, *fashion* Korea juga menawarkan banyak variasi gaya, mulai dari *street style* yang santai hingga gaya formal yang elegan.



Hal ini memberikan fleksibilitas kepada individu untuk mengekspresikan kepribadian mereka melalui busana.

Beberapa alasan tersebutlah yang akhirnya menjadikan banyak pebisnis mulai memperjualbelikan jenis-jenis pakaian yang sesuai dengan tren *fashion* Korea. Bukan hanya pebisnis senior, ada banyak pelaku bisnis pemula yang ingin mencoba peluang ini.

Impor atau Produksi Sendiri?

Memulai bisnis, khususnya yang berkaitan dengan *fashion*, tidaklah mudah. Ada banyak hal yang perlu disiapkan.



Salah satunya adalah mengenai bahan dan produksi. Apakah pebisnis perlu mengimpor bahan atau produk jadi *fashion* langsung dari luar negeri atau mereka sebaiknya melakukan produksi sendiri di Indonesia?

Keputusan antara mengimpor pakaian atau memproduksi sendiri dalam bisnis *fashion* Korea dapat bergantung pada beberapa faktor dan situasi yang berbeda. Berikut penjelasannya.



1 Import Pakaian

- a. Proses yang lebih cepat. Mengimpor pakaian dapat memberikan akses cepat ke tren *fashion* terbaru dari Korea.



Kamu sebagai pebisnis dapat menyediakan produk-produk yang populer dan diminati dengan mudah, tanpa perlu menunggu proses produksi.

- b. Kualitas dan gaya yang terjamin. Produsen pakaian Korea terkenal dengan kualitas produk yang tinggi dan inovasi desain yang unik.

Dengan mengimpor pakaian, kamu dapat menawarkan produk yang telah teruji dan diakui keunggulannya di pasar *fashion* Korea.



- c. Mengurangi adanya risiko produksi. Dengan mengimpor pakaian, kamu dapat menghindari risiko yang terkait dengan proses produksi seperti masalah produksi, pengaturan pabrik, dan manajemen pasokan produk.

2 Produksi Sendiri

- a. Keuntungan *margin* yang lebih tinggi. Memproduksi pakaian sendiri artinya kamu memiliki kontrol penuh atas biaya produksi. Kamu dapat mengatur efisiensi, meminimalkan biaya tenaga kerja, dan mengoptimalkan sumber daya untuk meningkatkan keuntungan *margin*.
- b. *Branding* dan diferensiasi. Kamu memiliki kesempatan untuk mengembangkan merek *fashion* yang unik dan membedakan diri dari pesaing. Kamu juga dapat menciptakan produk dengan ciri khas sendiri, mengontrol kualitas dan desain, serta membangun loyalitas pelanggan.
- c. Penyesuaian dengan permintaan pasar lokal. Memproduksi pakaian sendiri berarti kamu akan lebih fleksibel dalam menyesuaikan pakaian dengan preferensi dan ukuran pasar lokal. Kamu dapat mengikuti tren dan permintaan yang spesifik, serta menawarkan pilihan yang sesuai dengan preferensi konsumen.



Keputusan antara mengimpor pakaian atau memproduksi sendiri pada bisnis *fashion* Korea tergantung pada berbagai faktor seperti skala bisnis, modal yang tersedia, kemampuan manajerial, serta keunikan produk yang ingin ditawarkan.

Mengimpor pakaian dapat memberikan akses cepat dan kualitas yang terjamin, sementara memproduksi sendiri dapat memberikan keuntungan margin yang lebih tinggi dan kontrol penuh atas produk.



Penting untuk melakukan analisis pasar, riset, dan perencanaan bisnis yang komprehensif sebelum mengambil keputusan yang tepat sesuai dengan situasi dan tujuan bisnis yang kamu jalankan.

Bisnis *fashion* merupakan peluang bisnis yang masih akan terbuka lebar, baik bagi pemula maupun para pebisnis yang sudah berpengalaman.

Jika kamu memiliki bisnis *fashion* dan menghadapi kesulitan dalam mengelola inventaris produkmu, kamu dapat memanfaatkan aplikasi majoo sebagai solusinya.

Aplikasi majoo menyediakan fitur *inventory* yang memungkinkan

pengaturan stok barang dan bahan, serta pengaturan harga modal dan harga jual. Aplikasi ini juga dilengkapi dengan laporan analisis perputaran stok dan belanja modal.

Segera kembangkan bisnismu dengan menggunakan aplikasi majoo!



aplikasi wirausaha

majoo

Ragam Layanan majoo untuk Bantu Semua Kebutuhan Bisnismu

m Pay

Terima semua pembayaran digital



m Capital

Permodalan cepat tanpa agunan



m Ads

Kampanye digital raih pelanggan baru



m Supplies

Belanja supplies harga terbaik



Bagaimana Memenangkan Persaingan dengan Riset Kompetitor?!



Sudah pernah melakukan riset kompetitor? Bagi pelaku usaha yang memang pernah melakukannya, tentu tak akan sulit untuk memahami mengapa riset semacam ini penting dalam menjalankan bisnis, bahkan untuk bisnis dengan skala yang tidak terlalu besar sekalipun.

Namun, bagi mereka yang mungkin memang belum pernah sama sekali melakukannya, eits, mungkin ini waktu yang tepat untuk mulai menerapkan elemen riset dalam menjalankan operasional bisnis. Siapa tahu, *kan*, dengan melakukan riset-riset semacam ini, keuntungan yang didapatkan dari bisnis pun bisa lebih besar?

Tertarik untuk mencoba? Yuk, coba kita ulas bersama-sama alasan mengapa mengamati dan meneliti pola kerja kompetitor bisa bantu kita memenangkan persaingan bisnis!

Bagian dari Upaya Pengembangan Bisnis

Mungkin tak sedikit di antara pelaku usaha yang berpikir bahwa riset yang berfokus pada kinerja kompetitor hanya perwujudan bentuk kepo

semata. Padahal, sebenarnya tidak, *lho!* Pasalnya, riset semacam ini, termasuk riset produk dan juga riset pemasaran, sebenarnya merupakan bagian dari upaya pengembangan bisnis.

Eh, tunggu dulu! Maksudnya bagaimana, *tuh?! Sederhana saja, sama seperti riset produk*

dan riset pasar yang digunakan untuk memastikan bahwa produk maupun jasa yang kita tawarkan akan laku di pasaran, riset pesaing juga membantu kita untuk memastikan bisnis kita mendapatkan tempat di hati pelanggan, terlebih jika bisnis tersebut bergerak di bidang yang banyak pesaingnya.

Oleh karena itu, riset ini kerap dilakukan sebagai bagian dari pengembangan bisnis. Tujuannya jelas untuk memastikan pengembangan tersebut benar-benar sesuai dengan kebutuhan pasar. Jika bisnis dikembangkan sesuai dengan kebutuhan pasar, tentu pelanggan pun tertarik untuk melakukan pembelian, *kan?*

Bantu Maksimalkan Potensi Peluang Usaha

Harus diakui, di zaman yang sudah serba maju seperti sekarang, ada banyak sekali gagasan menarik yang layak untuk dijadikan komoditas bisnis. Namun, seiring dengan tumbuhnya



gagasan-gagasan tersebut, persaingan pun terus memanas. Untuk sebuah gagasan yang sama, misalnya saja, bisa jadi ada tiga atau empat pelaku usaha yang sama-sama bermain di dalamnya.

Bagi pelanggan, tentu ini merupakan situasi yang menyenangkan.



Bagaimana, tidak, dengan banyaknya pelaku usaha yang berlomba-lomba memasarkan produk atau jasanya, ada banyak pula pilihan yang bisa mereka coba untuk memenuhi kebutuhan hariannya, *kan?*

Namun, bagi pelaku usaha, menggarap sebuah peluang usaha yang juga banyak dilakoni oleh pelaku usaha lain jelas akan membuat performa bisnis sedikit terganggu. Semakin banyak pelaku usaha yang bergerak di bidang bisnis yang sama, semakin kecil pula kemungkinan pelanggan untuk melirik bisnis yang coba kita jalani.

Nah, di sinilah pentingnya mengamati performa bisnis para pesaing dan mencoba mengenali cara mereka dalam mengambil hati pelanggan. Dengan melakukan riset ini, peluang yang tadinya terasa sulit untuk digarap pun dapat dimaksimalkan dengan sebaik mungkin.



Lakukan Riset untuk Memberikan Nilai Tambah bagi Bisnis

Tak hanya sekadar mengamati dan mengenali bagaimana pesaing menjalankan operasional bisnisnya, riset yang ditujukan kepada kompetitor ini dapat membantu kita memberikan nilai tambah bagi bisnis yang tengah dijalankan.

Dalam riset ini, kita perlu mencari tahu kebutuhan apa yang coba dipenuhi oleh kompetitor dengan



produk atau jasanya. Kemudian, kita perlu melihat juga keberhasilan produk maupun jasa tersebut dalam memenuhi kebutuhan yang dimaksud; apakah pelanggan puas dengan produk serta jasa yang ditawarkan kompetitor?

Dengan mengetahui ini, kita akan mudah untuk menentukan kemampuan atau kapabilitas apa yang perlu kita hadirkan sebagai nilai tambah yang dapat membuat pelanggan tertarik untuk memilih bisnis kita alih-alih bisnis yang dijalankan oleh kompetitor.

Jangan lupa bahwa nilai tambah bisnis ini merupakan peluang usaha tersendiri yang dapat kita maksimalkan. Ketika kompetitor memutuskan untuk menggunakan kemasan plastik untuk produknya, misalnya saja, kita bisa

mencoba mengemas produk kita dengan *paper bag* atau bahan ramah lingkungan lain untuk menjangkau pasar yang kesadarannya akan lingkungan sudah tinggi.

Jika dilakukan dengan baik, jelas nilai tambah ini akan lebih menarik bagi pelanggan, *kan?*

Jangan Ragu untuk Meniru dan Melakukan Modifikasi

Tak perlu takut untuk bersaing di kolam bisnis yang kecil, selama kita bisa menghadirkan nilai tambah yang menarik bagi pelanggan, sebenarnya cukup mudah untuk memenangkan persaingan.

Salah satu cara untuk melakukannya adalah dengan memanfaatkan riset kompetitor untuk memaksimalkan peluang usaha. Jangan ragu untuk meniru praktik terbaik yang dilakukan oleh kompetitor dalam menggaet pelanggan, tetapi jangan lupa pula untuk melakukan modifikasi yang akan menyempurnakannya.



Saat ingin meniru jenis layanan yang diberikan oleh kompetitor untuk menarik perhatian pelanggan, misalnya saja, kita bisa bereksperimen menggunakan bahan baku alternatif yang mungkin harganya lebih terjangkau. Dengan demikian, kita pun bisa menjual produk yang sedikit serupa, tetapi dengan harga jual lebih rendah yang jelas akan membuat pelanggan mudah berpindah hati.

Maksimalkan hasil riset dengan baik agar kita tak serta-merta sekadar meniru saja, karena jika kita hanya meniru, tetapi tidak menghadirkan nilai tambah tertentu, persaingan pun akan tetap ketat dan sulit bagi kita untuk menarik perhatian pelanggan.



Coba gunakan aplikasi majoo dengan beragam fitur dan layanannya yang bisa dioptimalkan sebagai nilai tambah baru bagi bisnis.

Yuk, tunggu apa lagi? Gunakan aplikasi majoo sekarang juga!

Kiat Libas Persaingan di *Digital Platform* ala UMKM



UMKM memang dikenal sebagai bidang bisnis yang menjadi penggerak ekonomi nasional. Selain itu, UMKM juga dianggap sebagai usaha yang bisa membuka banyak peluang kerja bagi masyarakat. Namun, ada banyak hal yang perlu dihadapi oleh UMKM, salah satunya adalah mengatasi persaingan yang terjadi di *digital platform*.

Kita tahu bahwa kemajuan teknologi menghadirkan *digital platform* yang bisa dimanfaatkan oleh para pelaku UMKM untuk memperluas pasar dan mendapatkan keuntungan lebih besar. Namun, bukan berarti tidak ada persaingan di dalamnya. Pelaku UMKM diharapkan dapat bersaing pada skala besar dengan upaya transformasi digital, meskipun nyatanya banyak kendala yang dihadapi oleh pelaku bisnis mikro dan menengah.

Lantas, langkah apa yang bisa diterapkan oleh para pelaku UMKM untuk bisa menang dan bertahan dalam menghadapi persaingan tersebut?

Hadapi Persaingan di *Digital Platform*

Pada dasarnya, cara yang bisa dilakukan dalam menghadapi persaingan yang ada di *digital platform* adalah dengan



bekerja cerdas, alias *work smart*. Bukan berarti kamu tidak boleh *work hard*, melainkan sebaiknya dua hal tersebut dilakukan secara seimbang.

Beberapa cara yang bisa kamu coba, antara lain adalah:

1 Jual Produk yang Dibutuhkan Banyak Orang

Salah Sebagai pelaku UMKM, kamu bisa mempertimbangkan untuk menjual produk yang benar-benar dibutuhkan oleh masyarakat luas. Kenapa? Karena dengan begitu, peluang untuk terus bisa menjual produkmu lebih terbuka lebar.

Sebisa mungkin, produk yang kamu tawarkan adalah barang-barang yang memiliki nilai lebih dan dibutuhkan masyarakat dalam kondisi apa pun.



2 Kualitas Produk adalah Prioritas

Saat bersaing di *digital platform*, sebenarnya masih sama seperti persaingan yang ada di bisnis model konvensional., yaitu produk yang berkualitas akan lebih menarik minat konsumen. Lantaran itulah, pastikan kamu bisa memproduksi barang dengan kualitas yang lebih unggul dibandingkan perusahaan kompetitor.

Bukan hanya kuantitas produk yang dijual, kualitas produk pun menjadi poin utama bagi para konsumen sebelum membeli di toko *online* milikmu.

Saat kamu berjualan di *marketplace*, kualitas produk akan sangat diperhatikan oleh potensial konsumen.

3 Perkuat *Brand Identity*

Identitas *brand*



atau *brand identity*

perlu dilakukan agar konsumen bisa mengingat jelas toko *online* milikmu dibandingkan dengan toko lain milik kompetitor. Penilaian konsumen mengenai performa *online shop* yang kamu jalankan menjadi dasar dari *brand identity*.

Penilaian produk dan bisnis yang kamu jalankan dari sisi konsumen akan sangat menentukan angka penjualan. Semakin bagus dan kuat *brand identity* kamu, semakin tinggi pula daya beli para potensial konsumen.

4 Lakukan Analisis Kompetitor



Banyaknya UMKM lain di segala kategori bisnis menuntut kamu untuk terus mampu bersaing mendapatkan penjualan tertinggi. Salah satu caranya adalah kamu harus

bisa melakukan analisis performa kompetitor untuk menyaingi penjualan mereka, terutama dalam kategori produk yang sama.

Dengan menganalisis para kompetitor, kamu bisa mengerti kelebihan dan kekurangan yang dimiliki oleh kompetitor. Sehingga, bisa memotivasi kamu untuk menciptakan berbagai inovasi baru ke depannya.

5 Lakukan Juga Analisis Konsumen



Selain menganalisis kompetitor, kamu juga harus bisa memahami target konsumen. Maksudnya, kamu harus mampu melihat dan mengerti target konsumen seperti apa yang dibutuhkan. Dengan begitu, bisnismu bisa menerapkan personalisasi produk yang lebih tepat. Analisis konsumen yang kamu lakukan bisa membuka market yang lebih besar, serta membantu menjangkau angka penjualan tertinggi.

6 Harga Produk yang Masuk Akal

Saat berbelanja, harga merupakan poin utama pertimbangan para konsumen. Tentukan harga produk sesuai dengan *target market*, namun lebih menguntungkan konsumen dibanding mereka beli di

toko lain. Jadi, harga yang kamu pasang bisa dibidang masih masuk di akal.

Harga murah dan lebih terjangkau tentunya akan lebih menarik di mata konsumen. Namun, kamu juga harus menekankan bahwa harga yang murah tersebut sudah menjamin keuntungan yang kamu dapatkan.

Jika ternyata kamu ingin memasang harga yang lebih tinggi, pastikan produk UMKM yang kamu jual juga memiliki kualitas yang tinggi. Kualitas tinggi membuat para konsumen tidak ragu atau tidak menyesal walaupun harus membayar mahal.



7 Membuat E-Brochure

Memindahkan mobilitas bisnis ke fasilitas digital juga harus disertai dengan strategi-strategi yang tepat, termasuk dalam segi pemasarannya. *E-brochure* merupakan salah satu *tools* yang penting bagi UMKM untuk menghadapi persaingan digital. *E-brochure* bisa dijadikan sebagai katalog agar memudahkan konsumen menemukan produk yang dibutuhkan.

Ada 3 aspek yang harus kamu sematkan di dalam *e-brochure*, yaitu gambar produk, nama, dan harganya.

Untuk mempermudah proses transaksi, di dalam *e-brochure* tersebut juga bisa disematkan *shortcut* yang terhubung ke laman transaksi.

8 Bergabung dengan Marketplace

Bergabung dengan *marketplace* adalah solusi yang paling masuk akal



untuk menghadapi persaingan di *digital platform*. Ada banyak sekali marketplace yang bisa memfasilitasi semua orang untuk berbisnis termasuk UMKM. Dengan bergabung ke *marketplace*, kesempatan kamu untuk bersaing dalam *digital platform* akan jauh lebih besar.

Apalagi kini 150 juta masyarakat Indonesia telah terhubung oleh internet dan sebagian dari mereka melakukan kegiatan belanja menggunakan fasilitas *e-commerce*.

Kemajuan teknologi bukan berarti menjadi penghalang bagi kamu untuk memajukan bisnis, sebaliknya, inilah momentum yang tepat bagi kamu untuk beralih ke bisnis digital.

Selain mengikuti perkembangan pasar, berbisnis digital juga relatif memudahkan mobilitas bisnis kamu. UMKM yang kamu jalankan bisa

menjangkau segmentasi pasar yang lebih luas dengan modal yang dapat dijangkau, selain itu mengatasi persaingan yang ada pada *platform digital* pun akan terasa lebih ringan saat kamu menguasai bidang ini.

Salah satu cara yang bisa kamu lakukan adalah membekali bisnismu dengan aplikasi *Point of Sales* (POS)



dari majoo. Seluruh fitur yang disediakan oleh majoo bisa kamu manfaatkan untuk melakukan pencatatan secara *online* dari setiap transaksi yang terjadi dalam bisnis UMKM milikmu.

Jadi tunggu apalagi, ayo digitalkan bisnis UMKM kamu sekarang juga!



Langganan 1 Tahun
Aplikasi Kasir
Lengkap Banyak
Fitur Premiumnya

Rp **11.9⁸⁸** JT

*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

Dapatkan

- ✔ Subscription 12 Bulan + 1 Bulan Prime
- ✔ Standee Neo - Rotate
- ✔ Support 24 Jam
- ✔ Referral Voucher

**BONUS DOUBLE
DEAL EDC**



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

*Syarat dan Ketentuan Berlaku

PENAWARAN TERBATAS
DAPATKAN SEKARANG

*Biaya Instalasi 500rb

Aplikasi Wirausaha Lengkap Kelola Bisnis Jadi Maju

Kasir Online

Inventori

Akuntansi

Karyawan

Aplikasi CRM

Analisa Bisnis

Aplikasi Owner

Toko Online

Integrasi Marketplace



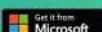
DIPERCAYA WIRASUSAHA
40.000+



HOTLINE RESPONSIF
24 JAM



DUKUNGAN TEKNISI
60KOTA



Anak atau Orang Tua? Manakah Segmen Pasar Target Pemasaran?



[🏠 DAFTAR ISI](#)

Memilih segmen pasar yang sesuai sebagai target pemasaran merupakan kunci utama dalam meningkatkan angka penjualan. Wajar saja, *dong*, sebagai apa pun kualitas produk yang kita miliki, apabila tidak ditawarkan kepada segmen yang tepat, tentu tidak akan ada yang tertarik untuk membeli.

Selain tak ada tambahan angka penjualan, bisnis pun terancam merugi karena melakukan suatu kegiatan pemasaran tentu membutuhkan biaya, *kan?* Masalahnya, bagaimana bila produk yang kita miliki ditujukan untuk anak-anak, mana yang harus ditarget? Orang tua yang memiliki uang, atau anak-anak yang memiliki kebutuhan?

Mengapa Perlu Menarget Orang Tua?

Idealnya, kegiatan pemasaran memang sebaiknya dilakukan dengan menyasar langsung penggunaannya. Akan tetapi, untuk produk atau jasa yang ditujukan untuk segmen usia anak-anak, kondisi ideal ini bisa jadi berbeda jauh.

Bagaimanapun juga, kegiatan pemasaran dilakukan untuk mendorong angka penjualan, dan untuk pelanggan anak-anak, besar kemungkinan yang melakukan pembelian adalah orang

tuanya. Terlebih, ada beberapa manfaat lain dengan menarget orang tua, *lho!*

1 Memiliki Daya Beli

Harus diakui bahwa orang tua merupakan pihak yang akan menjadi



pembeli untuk produk maupun jasa yang ditujukan bagi anak-anak. Artinya, apabila kegiatan pemasaran yang dilakukan tidak dapat meyakinkan orang tua untuk mengeluarkan uangnya, transaksi pun tidak akan terjadi.

Dari pertimbangan ini saja, menarget orang tua dalam setiap kegiatan pemasaran yang dilakukan sudah menjadi keputusan bisnis yang masuk akal sekali, *kan?* Inilah sebabnya banyak pelaku usaha yang menggeluti bidang bisnis ini lebih memilih untuk menarget orang tua, bukan secara langsung menarget anak, meski memang produk atau jasa yang ditawarkan itu nantinya akan digunakan oleh anak dan bukan orang tuanya.

2 Memilih Secara Rasional

Dibandingkan dengan anak-anak, orang tua dapat memilih produk atau jasa terbaik secara rasional berdasarkan keunggulan dan kelemahan yang ditawarkan. Jadi, kita tidak perlu khawatir harus bersaing dengan produk atau jasa serupa lainnya

yang 'terlihat lebih keren', sekalipun mungkin dengan kualitas yang lebih rendah.

Dengan menyasar orang tua, kita dapat merancang informasi pemasaran yang benar-benar menunjukkan keunggulan yang dapat ditawarkan, sehingga orang tua sebagai audiens target pun dapat mempertimbangkan produk atau jasa tersebut dengan lebih objektif.

Apabila pemasaran ditujukan untuk anak, bisa jadi yang harus kita fokuskan adalah seberapa keren produk atau jasa yang kita miliki.

3 Memegang Keputusan Akhir

Mau tidak mau, orang tua akan menjadi penentu akhir apakah mereka akan membeli produk maupun jasa yang kita tawarkan atau tidak, *kan?* Sekalipun bisnis kita menawarkan keunggulan yang tak tertandingi dan benar-benar dibutuhkan oleh anak, jika orang tua memutuskan untuk tidak membeli, produk atau jasa kita tak akan pernah bisa terjual.

Nah, dengan beberapa alasan di atas, menargetkan kegiatan pemasaran untuk segmen orang tua pun berpotensi mendorong angka

penjualan. Namun, bagaimana jika kita memilih untuk menarget segmen anak-anak?

Tepatkah Menyasar Segmen Pasar Anak?

Produk dengan usia anak-anak sebagai segmen pasar utama memang sedikit *tricky*.

Bagaimanapun juga, tak banyak anak yang memiliki penghasilan sendiri, kan? Otomatis, saat ingin membeli suatu barang, mereka hanya bisa mengandalkan uang sakunya saja.

Masalahnya, uang saku tersebut pun sebenarnya diberikan oleh orang tua, dan tak sedikit pula orang tua yang enggan memberikan uang saku berlebih sekadar untuk menuruti permintaan anaknya.

Lalu, apakah kegiatan pemasaran sebaiknya tidak difokuskan pada segmen usia anak-anak? *Eits*, tunggu dulu! Menargetkan anak-anak juga memiliki manfaatnya sendiri, *lho!*

1 Menjadi Pengguna Akhir

Karena produk atau jasa yang kita tawarkan ditujukan untuk anak-anak, sudah barang tentu merekalah pengguna akhir yang patut ditargetkan. Sederhana saja, sebagai pengguna akhir, *segmen* anak benar-



benar tahu produk atau jasa apa yang sebenarnya mereka butuhkan.

2 Mampu Mendorong Pembelian



Benar, memang, orang tua yang memiliki daya beli merupakan penentu akhir untuk membeli suatu produk atau jasa. Akan tetapi, bukan berarti suara anak menjadi tidak berarti.

Bagaimanapun juga, orang tua cenderung ingin menyenangkan anak dan memenuhi segala permintaan yang mereka ajukan, sekalipun mungkin permintaan tersebut sebenarnya merupakan kebutuhan tersier yang tidak harus dipenuhi dengan segera.

Tak jarang, *kan*, kita melihat orang tua membeli sesuatu karena anaknya terus merengek?

Apabila kegiatan pemasaran yang dilakukan dapat mencuri minat anak, bukan tidak mungkin orang tua pun tetap akan melakukan pembelian.

3 Leluasa Mengakses Informasi

Dewasa ini, memanfaatkan digital platform seperti media sosial sebagai saluran pemasaran merupakan alternatif yang relatif lebih terjangkau dengan hasil yang sama efisiennya.

Pertanyaannya, di antara sekian banyak pengguna media sosial, segmen usia apa yang mendominasi?

Yap, benar sekali! Generasi muda merupakan pengguna dominan media sosial. Artinya, dengan menargetkan anak-anak, potensi tersampainya tujuan pemasaran pun lebih besar, dan sebagai akibatnya, potensi pembelian pun lebih mungkin terjadi, *kan?* Jadi, sebenarnya tak ada salahnya pula menasar anak-anak sebagai target utama kegiatan pemasaran, terlebih di media sosial.



Sebenarnya, segmen pasar mana pun yang dijadikan target pemasaran tetap bisa efektif dalam mendorong angka penjualan. Bahkan, tak jarang pula kegiatan pemasaran dilakukan dengan menasar kedua segmen ini secara sekaligus untuk memaksimalkan potensi terjadinya pembelian.

Ingin menarget orang tua maupun anak, pelaku usaha tetap berkewajiban untuk menyuguhkan pengalaman berbelanja yang menyenangkan, misalnya saja dengan memanfaatkan seluruh fitur unggulan dalam aplikasi majoo yang dapat mempermudah pengelolaan bisnis secara maksimal. Yuk, segera berlangganan layanan aplikasi majoo!

Ketahui Tren *Social Media Marketing* di Tahun 2023!



 [DAFTAR ISI](#)

Kini, media sosial memang tak bisa lagi dipisahkan dari semua orang. Penggunaan media sosial tidak hanya terbatas pada anak muda saja, tapi kalangan dewasa pun mulai secara aktif menggunakannya. Dari sinilah akan muncul beragam tren *social media* yang dapat menjadi peluang besar bagi *marketer* atau pelaku usaha.

Adanya peluang yang besar ini, tentu risikonya berbanding lurus dan diikuti dengan persaingannya yang semakin ketat. *Nah*, kamu sebagai *marketer* dapat memperhatikan beberapa tren *social media marketing* berikut ini yang *booming* pada tahun 2023. Yuk, libas sampai habis, ya!

Menggunakan Social Commerce

Salah satu tren *social media marketing* di tahun 2023 yaitu *social commerce*. Tren ini merupakan integrasi antara media sosial dengan *online shopping*. Dengan menggunakan *social commerce*, user bisa langsung melihat produk dan melakukan transaksi pembelian dengan lebih mudah.

Kamu mungkin telah mengetahui bahwa saat ini *platform* media sosial, seperti Instagram, TikTok,



hingga Facebook mulai menonjolkan fitur belanja *online*, *kan?* Menurut *Socialmediamarketing*, Facebook Marketplace telah digunakan oleh lebih dari 800 juta pengguna di 70 negara pada setiap bulannya. Karena itu, media sosial bukan hanya berfungsi untuk *marketing campaign*, *branding*, atau menjalin interaksi dengan *user*, tapi juga sebagai tempat jual beli.

Maraknya Kerja Sama Brand dengan Nano Influencer



Dalam hal *influencer marketing*, kini terdapat istilah makro, mikro, dan *nano influencer* yang wajib kamu pahami. Istilah tersebut berkaitan dengan kategori dari ukuran audiens atau popularitas seorang *influencer*. Untuk mempromosikan bisnismu, kamu bisa menggunakan *nano influencer*.

Nano influencer merupakan kategori *influencer* yang memiliki sedikit *followers* dibandingkan dengan makro dan mikro *influencer*. *Influencer* yang sudah terkenal dan mempunyai banyak *followers* seperti makro dan mikro *influencer* terkadang tidak menjamin kesuksesan *campaign*.

Sementara, *nano influencer* cenderung memiliki komunitas yang lebih terhubung dengan satu sama lain.



Dengan begitu, *review* produk atau jasa yang mereka buat akan terasa lebih natural bagi *followers*-nya, seperti seorang teman yang sedang memberi saran.

Menggunakan *Live Streaming*

Tren *social media marketing* yang bisa dilakukan di tahun 2023

yaitu *live streaming* menggunakan platform TikTok, Instagram, maupun Facebook. Sebenarnya terdapat beberapa kelebihan dari cara promosi ini sehingga membuat banyak *brand* akhirnya mengadakan rutin *live streaming*.

Kelebihan *live streaming*, antara lain:

- ✓ Audiens dapat memperlihatkan kondisi riil suatu produk yang sedang dipromosikan.
- ✓ *Host live streaming* atau *seller* bisa langsung berinteraksi dan tanya jawab dengan konsumen.
- ✓ *Host live streaming* atau *seller* bisa memperagakan penggunaan produk sedetail mungkin.

Untuk menarik lebih banyak *viewers*, suatu *brand* biasanya menggandeng beberapa *influencer* untuk *live* bersama mereka. Strategi lain yang sering digunakan ialah memberikan *flash sale* selama *live streaming* berlangsung.



Fokus Terhadap *Personalized Marketing*

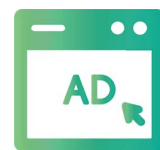
Personalized marketing merupakan strategi marketing dengan cara menyesuaikan *brand message* dengan calon pelanggan berdasarkan data yang ada sehingga menciptakan *customer engagement*. Dengan memanfaatkan data dari konsumen menjadi elemen utama yang harus dimaksimalkan oleh *marketer* atau pebisnis.

Data konsumen ini juga membuat *marketer* akan lebih mudah dalam menyusun *marketing campaign* yang sesuai dengan *target market*. Digadang-gadang strategi marketing yang satu ini dapat meningkatkan *Return on Investment* (ROI) hingga 20%.



Memperluas *Target Audience* dengan *Social Media Ads*

Social media ads tetap menjadi tren *social media marketing* di tahun 2023 ini. Kini, *platform* media sosial semakin beragam dan memiliki target pasar serta target audiens sendiri sehingga kamu sebagai pelaku usaha dapat mengambil peluang dari tren yang satu ini.



Mungkin bisa saja kamu memperoleh target audiens secara organik, tapi iklan media sosial akan lebih membantu memperluas cakupan tersebut.

Menjalankan *Marketing Campaign* dengan *Augmented Reality*

Pengintegrasian teknologi *Augmented Reality* (AR) pada media sosial tidak hanya menambah keseruan, tapi bisa dijadikan sebagai alat bantu *brand* dalam menjalankan *campaign*-nya, lho!



Brand memanfaatkan AR untuk membuat aplikasi sebagai media *marketing* atau produk-produknya. Dengan memanfaatkan teknologi ini, tentunya konsumen akan lebih tertarik dan *brand* pun bisa mendapatkan keuntungan yang lebih besar.

Bagi kamu *marketer* atau pelaku usaha, ternyata sangat penting untuk memahami tren *social media marketing* di tahun 2023 ini. Dengan memahami tren tersebut, persiapan dalam menggunakan strategi *marketing* bisnis pun menjadi lebih matang.

Kamu juga bisa menggunakan aplikasi majoo yang memiliki fitur *omnichannel*. Fitur ini dapat mengelola penjualan beragam jenis toko *online* dari satu aplikasi.

Jadi, kamu tidak perlu mengunggah promosi melalui masing-masing *platform* toko *online* milikmu karena fitur *omnichannel* majoo sudah terintegrasi ke semua toko *online* yang sudah kamu daftarkan. Sungguh mudah, *kan?*

Yuk, gunakan aplikasi majoo segera!

Inspirasi Bisnis Kecil Kecil Pengusaha Muda (Banget!)



[🏠 DAFTAR ISI](#)

Mengelola bisnis kecil-kecilan kerap jadi pilihan banyak orang. Selain mudah dilakukan, tak membutuhkan modal yang terlalu besar, aktivitasnya pun sebenarnya dapat dilakukan oleh siapa saja, bahkan anak kecil sekalipun.

Yap, benar sekali! Bagi para pelaku usaha yang sudah berkeluarga dan memiliki anak, tak ada salahnya untuk mengajari anak berbisnis sejak kecil, siapa tahu di masa yang akan datang mereka akan tumbuh menjadi pengusaha muda yang sukses berbisnis, *kan?*

Jangan salah! Ada banyak sekali keuntungan untuk menumbuhkan jiwa wirausaha kepada anak-anak, *lho!* Selain mempersiapkan mereka untuk menjadi pengusaha, aktivitas ini juga bisa menjadi salah satu bentuk *parenting* untuk mengajarkan banyak hal kepada mereka.



Menjadi Pengusaha Muda Sedari Dini

Berbeda dengan pelaku usaha yang sudah dewasa, orientasi bisnis yang dilakukan oleh anak-anak tidak mengacu pada kegiatan mencari keuntungan yang sebesar-besarnya. Jika memang bisnis yang dilakukan menghasilkan keuntungan,

bagus! Namun, jika memang tidak menguntungkan juga tidak perlu dipaksa, ya!

Sebaliknya, berbisnis di usia muda, khususnya ketika anak masih dalam usia sekolah, justru tepat dilakukan untuk memupuk berbagai nilai positif yang selama ini luput dinikmati ketika bisnis difokuskan untuk mencari keuntungan semata.



Salah satunya, kita dapat mengajarkan mereka sulitnya mencari uang sendiri, sehingga nantinya mereka juga tidak tumbuh sebagai anak yang boros. Di samping itu, sikap ulet dan tak mudah malu juga bisa ditumbuhkan melalui cara ini, *lho!*

Eh, tunggu dulu! Memangny ada bisnis skala kecil yang bisa dilakukan oleh anak usia sekolah? Tentu saja, dong! Coba perhatikan beberapa inspirasi berikut, siapa tahu ada yang bisa dicoba untuk diterapkan:

1 Berjualan Stiker dan Pernak-Pernik Sekolah

Kebutuhan perlengkapan sekolah seperti seragam, buku, atau alat tulis mungkin terlalu besar untuk dibisniskan, biar orang-orang tua saja yang pusing memikirkan

biaya perlengkapan sekolah. Akan tetapi, ceritanya akan berbeda jika kita mengajari anak untuk berjualan pernak-perniknya.

Kertas *binder* yang cantik penuh hiasan atau stiker-stiker lucu yang bisa ditempel di mana saja, misalnya, bisa menjadi sesuatu yang menarik untuk anak-anak usia sekolah. Coba ajak anak ke toko khusus pernak-pernik sekolah untuk mencari bahan jualan, kemudian ajari mereka cara menghitung harga jual.



Jangan asal pilih, ya! Ingat bahwa yang berjualan adalah anak-anak dengan pangsa pasar di usia yang setara pula, jadi jangan bernafsu menjual pernak-pernik mahal. Coba cari barang dengan harga yang bisa dibeli dengan uang saku anak-anak dan minta mereka untuk menawarkannya kepada teman-temannya.

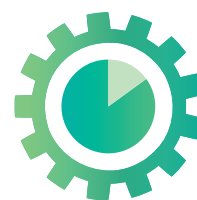
2 Bisnis Bekal Makanan Ringan

Menjadi pengusaha muda tak harus berangkat dari bisnis yang sepenuhnya dikelola secara mandiri. Bagi orang tua yang gemar memasak dan membuat bekal yang cantik atau memiliki akses ke makanan ringan yang tak mudah ditemukan di pasaran,

anak bisa diminta untuk membantu menjajakannya di kelas.

Nah, untuk anak-anak sendiri, untung dan rugi memang tak perlu dihitung, tetapi karena orang tua yang akan memasak dan menyiapkan bahan jualan tersebut, untung rugi tetap harus dihitung agar tetap ada uang untuk membeli bahan baku.

Untuk mengatasi masalah ini, lakukan penjualan dengan sistem *pre-order*, misalnya saja dengan



meminta anak memberi tahu teman-temannya bahwa besok kita akan masak menu bekal tertentu, kemudian tanyakan siapa saja yang ingin memesan. Dengan sistem ini, kita cukup membuat bekal sesuai pesanan sehingga risiko kerugian dapat diminimalkan.

3 Bisnis Jasa dengan Pasar Anak Usia Sekolah

Ide bisnis berikutnya yang bisa dicoba adalah bisnis jasa. Akan tetapi, harus diperhatikan pula agar anak-anak tak terkecoh menyediakan jasa yang melanggar aturan sekolah atau berbau perundungan.

Jasa membawakan tas dan semacamnya jelas bukan pilihan

yang bagus karena rentan mengarah pada perundungan. Demikian pula dengan jasa mengerjakan PR yang bisa disalahgunakan untuk menyontek atau praktik kecurangan lainnya.

Namun, jasa sewa mainan seperti rental PS atau *gadget* tertentu lainnya



jelas bisa dicoba untuk mengajari anak tentang tanggung jawab dan banyak nilai positif lainnya, *kan?* Ada banyak sekali jasa yang bisa dipertimbangkan sebagai bahan bisnis untuk anak-anak, tetapi pastikan untuk mempertimbangkan setiap aspeknya dengan benar.

4 Memupuk Jiwa Kewirausahaan Anak

Dengan mengajari anak berbisnis, sebenarnya kita tidak sedang mencoba mencetak pengusaha muda baru, tetapi sekadar memupuk jiwa kewirausahaan anak. Bukan tidak mungkin, *Iho*, anak nantinya tumbuh dengan mengambil profesi yang berbeda. Namun, setidaknya keuletan seorang pebisnis sudah tertanam dalam diri mereka.

Jika dibayangkan, butuh keberanian besar, *kan*, agar anak mau menjajakan dagangannya di kelas ketika teman-temannya yang lain tidak melakukan hal yang sama?

Jika ditekuni secara serius, anak pun dapat tumbuh menjadi sosok yang tidak ragu untuk mengambil keputusan berbeda dengan mempertimbangkan banyak hal. Tak ada ruginya, *kan?*

Setelah jiwa kewirausahaan anak terpupuk dengan



praktik bisnis kecil-kecilan, kita dapat menunggu naluri bisnis mereka lebih matang sebelum memperkenalkan tips dan trik bisnis yang dapat membantu mereka, terlebih jika mereka memang ingin serius berbisnis.

Salah satu tipsnya tentu saja menggunakan aplikasi majoo dengan beragam fiturnya yang dapat mempermudah pengelolaan bisnis dan mendatangkan banyak keuntungan. Yuk, dengan semangat sumpah pemuda, mari kita pupuk jiwa bisnis anak sedari dini, langsung saja berlangganan layanan aplikasi majoo!

Trik Atasi Tantangan Bisnis yang Dihadapi Usaha Kecil



Beberapa tahun lalu, cara kita bekerja dan berbisnis berubah karena pandemi. Usaha kecil menjadi salah satu pihak yang sangat terdampak kala itu, bahkan mungkin belum sepenuhnya pulih. Tantangan bisnis yang dihadapi oleh pelaku bisnis sejak pandemi dan setelahnya memang luar biasa.

Kamu tentu tahu perubahan merupakan hal yang konstan. Jadi, seberat apa pun tantangannya, kamu memang dipaksa beradaptasi bila ingin bisnismu bertumbuh. Jadi, mari kita lihat tantangan yang dihadapi usaha kecil tahun ini dan cara mengatasinya pada tahun mendatang.

Biaya Meningkat, Pendapatan Berkurang



Meningkatnya biaya dan menurunnya pendapatan adalah salah satu tantangan besar yang harus dihadapi oleh pelaku bisnis pasca pandemi. Ada berbagai faktor yang memicu situasi tersebut, mulai dari naiknya harga bahan baku, turunnya permintaan produk di pasar, hingga inflasi.

Umumnya, bisnis merespons kondisi tersebut dengan menaikkan harga produk atau jasa yang ditawarkan.

Opsi lainnya, melakukan perampingan struktur atau pemutusan hubungan kerja terhadap sebagian karyawan. Apakah cara tersebut sudah tepat?

Tentunya, tantangan tersebut tak bisa diselesaikan dengan solusi tunggal. Trik penyelesaiannya harus disesuaikan dengan faktor pemicu. Sebut saja, kenaikan biaya dipicu oleh harga bahan baku yang meningkat.

Maka penyelesaiannya, kamu perlu mulai mencari alternatif bahan baku dari sumber lain.

Bandungkan penawaran pemasok saat ini dengan *supplier* lain tanpa kompromi dari sisi kualitas.

Jika ada penawaran yang lebih baik, tak ada salahnya berganti pemasok.

Kekurangan Tenaga Kerja yang Terampil



Masalah lain yang dialami bisnis kecil ialah terbatasnya tenaga kerja terampil. Perusahaan besar umumnya dapat menjanjikan pertumbuhan pribadi dan stabilitas karier sehingga banyak karyawan lebih memilih melamar ke perusahaan besar.

Lalu, apa yang perlu dilakukan bisnis kecil terkait situasi tersebut?

Perlu diingat, karyawan cenderung bertahan di suatu pekerjaan atau perusahaan ketika mereka tahu atasannya peduli dengan kesejahteraan umum mereka.

Jadi, bagaimana cara kamu menunjukkan bahwa kamu peduli? Kamu bisa berinvestasi dalam pelatihan, pendidikan, keterlibatan karyawan, dan teknologi yang mengoptimalkan proses bisnis. Peduli pada kesejahteraan karyawan tidak hanya akan menciptakan loyalitas karyawan, tetapi juga membantumu menarik karyawan baru.

Menarik Konsumen Baru

Terdapat laporan yang menyatakan bahwa salah satu tantangan terbesar bagi bisnis kecil ialah menarik konsumen baru. Konon perusahaan besar lebih mudah menarik konsumen baru karena sudah memiliki *branding* yang kuat. Kalau demikian, apa yang dapat dilakukan oleh usaha kecil dalam upaya menarik konsumen baru?

Ada beberapa hal yang perlu kamu perhatikan. Pertama dan tak bisa ditawar, produk atau layananmu harus berkualitas. Terlepas dari pesan pemasaran yang kamu sampaikan, kualitas merupakan hal mutlak.



Berikutnya, barulah kamu cermati pesan *marketing*. Pesan pemasaran seperti apa yang membuat bisnismu tampak unik? Gunakanlah pesan tersebut!

Trik lain untuk menarik konsumen baru, antara lain memberikan *reward* untuk konsumen yang sudah berbelanja, eksplorasi kanal penjualan lain, dan model *pricing* berbeda.

Mengelola Ekspansi

Tantangan bisnis lain yang lazim dihadapi oleh pelaku bisnis kecil ialah ekspansi.



Namun, ekspansi tentu merupakan 'masalah' yang baik bagi bisnis. Ketika sebuah bisnis ekspansi, tandanya ada pertumbuhan.

Dalam proses ekspansi, kamu akan menghadapi kenaikan permintaan tenaga kerja, kebutuhan pelanggan yang lebih beragam, manajemen inventaris, berurusan dengan pesaing baru, hingga menjaga rantai pasokan.

Jadi, bagaimana kamu mengatur semua itu? Saat bisnismu tumbuh, langkah pertama yang perlu kamu lakukan ialah merekrut karyawan baru yang kompeten. Kamu juga perlu berinvestasi dalam sistem manajemen SDM.

Untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang lebih beragam, kamu perlu lebih banyak berkomunikasi dengan konsumen. Bangun hubungan pelanggan yang kuat untuk memahami *pain point* konsumen dan menemukan cara produk atau layananmu dapat memenuhi kebutuhan konsumen dengan sebaik-baiknya.



Selanjutnya, kamu memerlukan perangkat lunak yang dapat membantumu mengelola *inventory* dan keuangan. Jauh lebih baik lagi, bila kamu bisa memanfaatkan aplikasi wirausaha yang lengkap.

Jadi, semua kegiatan operasional bisnis dapat dikelola secara efektif dan efisien melalui satu aplikasi.



Apakah kamu sudah memanfaatkan aplikasi yang lengkap? Kalau belum, majoo dapat menjawab kebutuhanmu.

majoo adalah aplikasi *Point of Sales (POS)* yang siap membantu pelaku wirausaha untuk mengelola bisnisnya secara efektif dan efisien.

Yuk, cari tahu lebih lanjut tentang aplikasi ini di [tautan berikut!](#)



Pakai majoo Apapun bisnismu bisa 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

 @majooindonesia

 majoo indonesia

Coba Gratis 14 Hari

