

the majoo preneurs

Berjuta wirausaha maju untuk Indonesia

TikTok Shop dilarang

Gimana nasib pemasaran lewat TikTok?

Manajemen karyawan UMKM

5 tips yang wajib diketahui

Ngutang buat bisnis

Sebenarnya bijak nggak, ya?



**Maksimalkan Potensi,
Terus Menginspirasi**

VOL 37

September 2023

Pengantar

Tahun 2023 adalah tahun keempat sejak majoo berdiri. Menengok perjalanan selama empat tahun terakhir, majoo telah bergandengan tangan bersama UMKM mendobrak sekian banyak tantangan, halangan, dan rintangan.

Petualangan dan perjuangan yang telah diarungi majoo bersama dengan UMKM tanah air membuat majoo yakin bahwa usaha mikro, kecil dan menengah layak untuk disebut sebagai bintang – meski masing-masingnya kecil, secara bersama-sama UMKM telah memberi secercah cahaya terang bagi masyarakat Indonesia dan bagi perekonomian bangsa.

Oleh karena itu, bukan sesuatu yang muluk bila majoo, pada tahun ini, mengajak semua UMKM untuk terus bersinar, untuk terus melanggengkan semangat berpijar ini dengan slogan *Be the Star*. majoo berharap agar UMKM terus tumbuh dan berkembang hingga mencapai titik tertinggi, bersama majoo yang terus berupaya menjadi sumber inspirasi bagi pebisnis di seluruh Indonesia.

majoo percaya, bahwa dengan bersama-sama terus memberikan yang terbaik, mengedepankan inovasi, dan membuat dampak sosial, majoo dan UMKM Indonesia dapat mencapai posisi tertinggi tersebut dan menciptakan lautan bintang.

majoo akan terus mendukung majoopreneurs agar dapat memaksimalkan potensi dan menjadi inspirasi dengan mengajak majoopreneurs tumbuh bersama melalui penyediaan konten edukasi dan penyelenggaraan program-program majoowira untuk meningkatkan *skill* dan pengetahuan bisnis para UMKM.

Tidak hanya itu, majoo juga berupaya memajukan kualitas pelayanan UMKM untuk menjadi lebih profesional melalui Fitur Kasir *Online*, yang mendukung pengelolaan penjualan agar lebih praktis dan efisien, dan dengan pemutakhiran Fitur Analisa Bisnis, majoo akan mempermudah UMKM dalam melakukan riset pasar agar terus bisa menjadi yang terdepan lewat diferensiasi dan peningkatan kualitas bisnis.

Untuk mewujudkan itu semua, majoo terus berinovasi dalam mendukung UMKM memberikan pelayanan terbaik di kelasnya dengan menyediakan solusi terpercaya untuk otomasi segala operasional bisnis lewat fitur premium majoo Prime, memperluas inovasi produk pendukung untuk mempermudah UMKM memanjakan pelanggan dan optimalkan penjualan dengan memiliki aplikasi penjualan sendiri melalui produk pendukung *Consumer App* yang bisa langsung digunakan tanpa banyak biaya, dan menciptakan ekosistem yang lebih efisien bagi pemilik bisnis dan pegawai dalam mengakses semua kebutuhan karyawan dari satu aplikasi melalui aplikasi majoo Teams.

Dengan semangat ini, majoo berharap dapat mendorong para majoonians dan majoopreneurs untuk terus mengeluarkan potensi terbaik sehingga dapat menjadi tolok ukur dan sumber inspirasi yang selalu bersinar.

Be the Star, majoopreneurs.

Semakin bersinar dan terus maju, bersama majoo!

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 Riset Pasar vs Riset
Produk: Memilih Prioritas
Riset Bisnis

Analisis Bisnis Dulu,
Pengembangan Usaha
Kemudian! **10**

15 Ambil Pinjaman Modal Usaha
untuk Kembangkan Bisnis,
Bijak?

Memanfaatkan **Kekuatan**
Kolaborasi dalam Bisnis **19**

24 Identifikasi Risiko Kerja:
Solusi Keselamatan Karyawan

5 Tips Manajemen
Karyawan: Pemilik Usaha
Kecil Perlu Tahu **28**

33 Manfaatkan Produk
Teknologi, Wujudkan
Bisnis Profesional!

5 Automasi Bisnis
yang Perlu Kamu
Implementasikan **37**

41 TikTok Shop Dilarang:
Apa Kabar Pemasaran
Lewat TikTok?

Bagaimana Cara
Menjadikan 'Berbagi'
Bagian dari Brand DNA? **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 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.



**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**

*Belum termasuk biaya instalasi

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 WIRAUSANA
45.000+



HOTLINE RESPONSIF
24 JAM



DUKUNGAN TEKNISI
60KOTA



Riset Pasar vs Riset Produk: Memilih Prioritas Riset Bisnis



Di era yang sudah serba modern seperti sekarang, melakukan riset bisnis dengan tepat bisa menjadi langkah terbaik untuk memenangi kompetisi. Wajar saja, *kan*, karena dengan riset yang tepat, kita dapat mengumpulkan informasi berharga yang akan membantu dalam pengembangan bisnis.

Ketika seorang pelaku usaha mampu mengembangkan bisnisnya ke arah yang tepat, jelas bisnisnya pun akan memperoleh nilai tambah yang tak dimiliki oleh kompetitor, dan pada akhirnya membuat pelanggan lebih mudah datang mendekat. Dengan demikian, jelas kompetisi bisnis pun bukanlah sesuatu yang mustahil untuk dimenangi, *kan*?



Namun, apakah menjalankan riset memang seperti itu? Apa, *sih*, untungnya secara nyata bagi bisnis? Daripada bertanya-tanya, langsung saja kita ulas bersama-sama, yuk!

Mengapa Riset Penting bagi Operasional Bisnis?

Jika ditanya, tentu setiap pelaku usaha akan mengakui bahwa keberadaan riset memang benar-benar penting bagi bisnis. Namun, jika ditanya apa manfaatnya menjalankan riset terhadap

operasional bisnis, mungkin tak semua pelaku usaha bisa menjawabnya dengan rinci.

Sebenarnya, jawaban untuk pertanyaan yang satu di atas cukup mudah. Sederhana saja, dengan melakukan berbagai riset, mulai dari riset pasar, produk, hingga kompetitor, seorang pelaku usaha bisa dengan akurat mengenali potensi serta risiko yang dimiliki oleh bisnisnya.



Jangan salah, *Iho*, potensi serta risiko ini bisa jadi sangat berpengaruh bagi pengembangan bisnis ke depannya. Pasalnya, apabila tak dapat disikapi dengan baik, potensi yang ada pun akan terbuang percuma.

Sebaliknya, risiko yang tak ditangani sedari dini bisa jadi akan membawa bisnis menuju ke arah kebangkrutan.

Sebaliknya, apabila kedua hal ini disikapi dengan baik, ancaman risiko pun dapat dihindari dan potensi bisnis bisa dimaksimalkan untuk operasional bisnis yang lebih efektif dan efisien. Jika sudah demikian, tak sulit untuk membayangkan bisnis meraup keuntungan yang besar.

Oleh karena itu, jangan ragu untuk melakukan riset dengan tepat.

Pertanyaannya, mana yang perlu diprioritaskan? Riset produk atau riset pasar?

1 Riset Produk

Banyak dilakukan saat proses pengembangan produk, riset produk merupakan salah satu langkah untuk mengetahui fitur semacam apa yang bisa dijadikan unggulan keandalan dalam memenangkan perhatian pelanggan.



Riset ini biasanya dilakukan dengan mencari kebutuhan pelanggan dan memastikan apakah produk atau jasa yang ditawarkan bisa menjawab kebutuhan tersebut atau tidak. Apabila bisa, produk akan dikembangkan untuk mengungguli produk serupa yang ditawarkan oleh kompetitor.

Namun, jangan cemas jika ternyata produk atau jasa yang kita miliki masih belum bisa menjawab kebutuhan pelanggan. Artinya, produk perlu dikembangkan sedemikian rupa sehingga dapat menjawab kebutuhan tersebut.

Tanpa perlu ditanya lagi, jelas jenis riset yang satu ini merupakan perjalanan panjang nan



terjal penuh dengan uji coba serta kegagalan. Akan tetapi, hasilnya bisa jadi tak akan mengkhianati usaha serta sumber daya yang dicurahkan, karena pengembangan produk yang dilakukan akan benar-benar terarah sebagai solusi untuk kebutuhan pelanggan.

2 Riset Pasar

Sedikit berbeda, riset pasar umumnya dilakukan untuk mengetahui seberapa baik pasar menerima produk maupun jasa yang kita tawarkan.

Tak berhenti sampai di sana, riset ini juga kerap digunakan untuk membentuk segmentasi pasar yang potensial untuk mencoba produk serta jasa yang kita miliki.



Dengan mengetahui tingkat penerimaan pasar terhadap bisnis kita, mudah saja untuk mengatur strategi bisnis yang benar-benar tepat untuk mendorong angka penjualan tanpa mengabaikan kualitas produk serta jasa yang ada.

Penuh dengan proyeksi dan perhitungan yang kompleks, hasil dari riset ini bisa langsung diterapkan, tak seperti riset produk yang membutuhkan waktu pengembangan cukup lama.

Pada dasarnya, riset yang dilakukan dengan pasar sebagai objek penelitian ini tidak membutuhkan adanya pengembangan produk, tetapi menuntut bisnis untuk menysasar pasar yang tepat secara intensif.

Menentukan Prioritas Riset untuk Pengembangan Bisnis

Antara riset produk dan riset pasar, mana yang sebaiknya menjadi prioritas? Pertanyaan ini bisa dibidang tak memiliki jawaban yang pasti. Bukannya ingin bersikap diplomatis, tetapi pada kenyataannya setiap bisnis yang dijalankan oleh pelaku usaha jelas memiliki situasi yang nyaris tak pernah benar-benar sama.



Artinya, prioritas riset perlu ditentukan sesuai dengan situasi kondisi yang dialami oleh bisnis terkait. Untuk bisnis dengan kompetitor yang minim dan produk maupun jasa yang unik, riset produk mungkin akan terasa sia-sia karena yang dibutuhkan memang bukan pengembangan produk, melainkan segmentasi pasar yang sesuai.

Sebaliknya, bisnis dengan target pasar yang sudah baik pun sebaiknya memprioritaskan riset produk agar

dapat terus menyajikan produk maupun jasa dengan kualitas yang lebih baik dalam menjawab masalah pelanggan, *kan?*

Singkat kata, keputusan untuk memprioritaskan jenis riset bisnis yang ingin ditekuni perlu diambil pelaku usaha setelah mengenali setiap potensi dan ancaman risiko yang dimiliki oleh bisnisnya. Proses evaluasi perlu dilakukan untuk menentukan langkah yang perlu diambil dalam pengembangan bisnis.

Tak perlu cemas, tak susah, *kok!* Cukup manfaatkan fitur analisis bisnis yang dimiliki oleh aplikasi majoo, arah pengembangan bisnis yang terbaik pun bisa dengan mudah dilihat.



Ditambah lagi, aplikasi majoo juga dilengkapi dengan fitur pencatatan transaksi yang tepat, akurat, dan otomatis, menghasilkan laporan penjualan yang mudah dianalisis untuk menyusun strategi bisnis terbaik sesuai dengan situasi bisnis yang terjadi.

Yuk, langsung saja berlangganan setiap layanan unggulan dari aplikasi majoo!

Analisis Bisnis Dulu, Pengembangan Usaha Kemudian!



Mana ada, *sih*, pelaku usaha yang tak ingin bisnisnya maju dan berkembang? *Eits*, jangan buru-buru, sebelum mulai serius menggarap strategi pengembangan usaha, jangan lupa untuk lakukan analisis bisnis terlebih dahulu, ya!

Sebenarnya banyak juga, *kok*, pelaku usaha yang menyadari pentingnya menganalisis performa bisnisnya, terutama sebelum mengambil keputusan yang besar seperti melakukan ekspansi. Namun, sayangnya, tak sedikit pula yang masih kurang memahami mengapa analisis semacam ini sangat dibutuhkan. Bahkan, tak jarang pelaku usaha menganggap analisis atau riset ini pekerjaan merepotkan yang sia-sia saja.

Di satu sisi, benar, memang, terkadang analisis yang mendalam kurang dibutuhkan karena toh kita tentu sudah tahu benar bagaimana performa bisnis yang kita kelola, *kan*? Namun, apakah analisis maupun riset semacam ini benar-benar pekerjaan yang sia-sia? Sebelum memutuskan, coba kita bahas secara mendalam terlebih dahulu, ya!

“Tanpa Riset, Pelaku Usaha Pasti Tahu Kondisi Bisnisnya!”

Melakukan analisis secara khusus



terhadap performa bisnis kerap digolongkan sebagai kegiatan prioritas rendah. Alasannya sederhana saja, karena tanpa adanya analisis, kemungkinan besar pelaku usaha sudah paham benar bagaimana performa bisnisnya.

Namun, kenyataannya tidak melulu seperti itu, *lho*! Sekalipun pelaku usaha umumnya sudah tahu gambaran besar keadaan bisnisnya, analisis yang lebih mendalam tetap dibutuhkan, terlebih sebelum mengambil langkah yang berisiko seperti melakukan pengembangan usaha.

Pengembangan seperti apa yang dibutuhkan?

Ke arah manakah

pengembangan

sebaiknya dilakukan? Apa saja

potensi dan risiko yang akan dihadapi

dalam melakukan pengembangan?

Pertanyaan-pertanyaan tersebut jelas

tidak bisa dijawab hanya dengan sambil lalu melihat kondisi bisnis.

Dalam situasi tersebut, analisis menjadi alat yang tepat untuk mengukur segala potensi serta risiko yang mungkin akan dihadapi, sekaligus menentukan arah pengembangan yang memang benar-benar sesuai dengan kondisi serta performa bisnis. Sekadar tahu keadaan bisnis saja kerap belum cukup untuk



menjawab pertanyaan-pertanyaan tersebut.

“Risiko Bisnis Pasti Ada, Dihadapi Sambil Jalan Saja!”

Tak salah, memang. Dalam bidang apa pun, risiko merupakan sesuatu yang pasti akan terjadi. Namun, rasanya tidak bijak juga, kan, untuk menyepelkannya dan yakin risiko tersebut pasti dapat diselesaikan sambil jalan, terlebih dalam mengembangkan usaha yang jelas menjadikan keberlanjutan bisnis sebagai taruhannya.

Melakukan analisis merupakan salah satu cara untuk bersiap dalam menghadapi risiko bisnis tersebut. Dengan demikian, ketika suatu waktu risiko tersebut terwujud, pelaku usaha memiliki sumber daya yang cukup untuk menghadapinya, dan bisnis dapat terhindar dari ancaman kebangkrutan.

Dengan mengukur terlebih dahulu risiko serta potensi yang



mungkin terjadi saat mengembangkan bisnis, otomatis pelaku usaha pun bisa mengetahui apa saja yang perlu dipersiapkan, sehingga operasional bisnis pun bisa dijalankan secara efektif dan efisien, dan pada akhirnya membantu mempercepat proses pengembangan bisnis.

Tanpa adanya analisis, modal yang sudah disiapkan untuk melakukan ekspansi bisa jadi harus tercapai untuk menutup kerugian yang disebabkan oleh suatu risiko bisnis. Jelas ini bukan keadaan ideal yang diinginkan, *kan?*

“Ada Banyak Macam Analisis, Apa Perlu Semuanya?”

Idealnya, tentu saja setiap jenis analisis dilakukan sesuai dengan kebutuhannya masing-masing. Dengan demikian, penyusunan strategi bisnis yang tepat guna pun bisa dilakukan dengan baik. Namun, tentu saja tak semua pelaku usaha memiliki sumber daya yang cukup untuk melakukan berbagai macam jenis analisis.

Jika situasinya demikian, melakukan asesmen awal untuk menentukan skala prioritas analisis bisa dilakukan, dengan demikian analisis pun bisa dilakukan dengan seefektif mungkin.



Dengan cara ini, pelaku usaha pun didorong untuk benar-benar memperhatikan performa bisnisnya dan mengidentifikasi masalah yang ada, terlebih jika memang dalam waktu dekat memang direncanakan untuk melakukan pengembangan usaha.

Tak jarang pula analisis ini dilakukan untuk mencari validasi apakah pengembangan yang akan dilakukan memang dibutuhkan atau tidak. Sebagai contoh, melalui analisis kepuasan pelanggan, pelaku usaha bisa menentukan apakah pengembangan yang akan dilakukan memang menjawab keresahan pelanggan yang memengaruhi tingkat kepuasannya.

“Analisis Itu Ribet dan Hanya Buang-Buang Waktu!”

Menggali suatu informasi secara mendalam dari sebuah peristiwa memang terdengar rumit dan kompleks, serta jelas membutuhkan waktu dan tenaga tambahan.

Alasan ini kerap menjadi penyebab utama mengapa sebagian pelaku usaha memilih untuk fokus pada operasional bisnis yang hasilnya bisa langsung dilihat, dibandingkan dengan analisis.

Namun, sebenarnya melakukan analisis tidak seribet itu, *lho!* Ada beberapa analisis sederhana yang bisa dilakukan



untuk memastikan bisnis siap menghadapi apa pun yang akan menanti, misalnya saja analisis SWOT untuk mengetahui potensi dan risiko bisnis.



Bahkan, cukup dengan melihat data penjualan yang dikumpulkan dalam beberapa periode pun analisis sederhana bisa dilakukan untuk meningkatkan performa bisnis di periode berikutnya, *lho!* Akan tetapi, untuk dapat melakukannya, pelaku usaha memang dituntut untuk mencatat setiap transaksi keuangannya dengan rapi.

Tak perlu khawatir, langsung saja manfaatkan aplikasi majoo yang sudah dilengkapi dengan fitur keuangan yang andal dalam mencatat seluruh transaksi secara tepat, akurat, dan otomatis. Dengan demikian, analisis bisnis sederhana pun bisa dilakukan dengan mudah dan tepat sesuai kondisi bisnis yang dikelola.



Menarik sekali, *kan?* Yuk, gunakan aplikasi majoo sekarang juga!

majoopreneur Stories



Kurniadi
Owner
Barbershop Mayor Oking

Untuk menghadapi persaingan bisnis, saya membangun jaringan kemitraan lewat agen, *sub-agen* dan *reseller*. Jadi selain dari toko sendiri, penjualan saya didorong oleh kemitraan ini juga.

Daniar Tyas Pramesti
Owner
Omah Gaplek

Berhasil mendirikan *outlet* untuk menjual olahan gaplek dan menambah nilai jualnya. Salah satunya dengan merilis produk hampers gaplek di bulan Ramadhan lalu dan mendapatkan respon yang luar biasa dari pembeli. Omah Gaplek juga baru saja memenangkan *Millennials Business Competition* sebagai juara pertama.



Galuh
Co-Owner
Culture Barbershop

Melihat apa yang karyawan saya capai di posisi sekarang. Seperti sudah bangun rumah, nyicil rumah, punya kendaraan itu jadi pencapaian terbesar buat saya. Artinya saya bisa mensejahterakan karyawan yang bekerja bersama dengan saya.

Howard
Owner
Jack Howard Dining

Buat saya pencapaian terbesar adalah bisa mendapatkan "*Retain Customer*". Bisa membuat pelanggan datang lagi dan lagi, sampai 10-15 kali. Itu berarti banget buat saya.



Ambil Pinjaman Modal Usaha untuk Kembangkan Bisnis, Bijak?



Bagi pelaku usaha, khususnya yang memang masih baru merintis bisnisnya, pinjaman modal usaha merupakan salah satu alternatif yang cukup membantu dalam memastikan operasional bisnis dapat terus dijalankan. Wajar saja, *kan?* Menjalankan bisnis, terutama di awal-awal masa berdirinya, jelas membutuhkan biaya yang tak sedikit.

Tak semua pelaku usaha beruntung bisa mengumpulkan modal yang benar-benar cukup untuk menjalankan bisnisnya. *Nah*, bagi mereka yang mungkin memang mengalami hambatan dalam mengumpulkan modal usaha, tetapi tak ingin melewatkan peluang bisnis yang menunggu di depan mata, sudah barang tentu mengambil pinjaman bisa menjadi langkah yang tepat.

Namun, bagaimana jika bisnis sudah lama berjalan dan kita ingin melakukan pengembangan usaha? Apakah bijak untuk mempertimbangkan mengambil pinjaman, bukan untuk merintis bisnis baru dengan peluang yang menggiurkan, tetapi untuk memperbesar usaha?

Eits, tak perlu bingung bertanya-tanya, bagaimana jika langsung saja kita simak ulasannya. Yuk!



Manfaatkan Pinjaman untuk Menjaga Arus Kas

Dalam kehidupan bermasyarakat secara awam, mengambil pinjaman kerap dianggap sebagai pilihan yang kurang baik; terlebih jika pinjaman tersebut memang dimaksudkan untuk kegiatan konsumtif. Namun, tak demikian dalam berbisnis, *lho!*

Untuk sejumlah kasus tertentu, mengelola bisnis dengan mengambil pinjaman justru bisa menjadi langkah terbaik yang bisa diambil oleh pelaku usaha. Pasalnya, dengan mengajukan pinjaman, arus kas bisa tetap terjaga sehingga keuangan bisnis pun tak akan terganggu jika sewaktu-waktu ada kejadian khusus.

Alasan inilah yang mendasari banyaknya pelaku usaha yang tak segan untuk mengambil pinjaman dalam menjalankan bisnisnya, terlebih untuk pengembangan bisnis.

Mudah saja, dari pengembangan yang dilakukan, umumnya pelaku usaha akan memiliki proyeksi keuntungan yang bisa didapatkan, *kan?*

Apabila potensi keuntungan tersebut hilang karena pengembangan tak keburu dilakukan, sayang sekali, *kan?*



Dengan mengambil pinjaman, pengembangan dapat tetap dilakukan, keuntungan bisa didapatkan, dan arus kas pun tetap sehat untuk memastikan keberlanjutan bisnis.

Pinjam Sesuai Kebutuhan, Pinjam Sebanyak Kemampuan

Setiap kali mengajukan pinjaman, umumnya pelaku usaha akan diberi limit atau batas atas jumlah dana yang bisa diperoleh. Melihat limit yang besar, tak sedikit pelaku usaha yang tergoda untuk mengambil seluruhnya. Memang tidak sepenuhnya salah, *sih*, tapi jika memungkinkan, coba pertimbangkan kembali besarnya pinjaman yang ingin diajukan.



Dengan kata lain, mengambil pinjaman bisa menjadi langkah yang sangat bijak apabila sebelum proses pengajuan dilakukan, pelaku usaha sudah mengukur terlebih dahulu besarnya kebutuhan yang harus dipenuhi dan juga kemampuan bayar yang dimiliki.

Jangan lupa, modal yang didapatkan dengan cara meminjam ini pada akhirnya harus dikembalikan, *kan?*



Oleh karena itu, mengambil pinjaman lebih besar dari yang dibutuhkan

sehingga kesulitan mengembalikan menjadi salah satu langkah yang perlu dihindari.

Rancang terlebih dahulu cakupan serta target pengembangan usaha yang ingin dilakukan, kemudian ajukan pinjaman dengan nilai modal yang memang benar-benar sesuai dengan kebutuhan. Dengan cara ini, mengambil pinjaman pun bisa tetap menjadi langkah yang bijak.



Kenali Produk Pinjaman yang Diinginkan

Tak perlu terburu-buru dan justru bersikap ceroboh. Ingat selalu bahwa dengan mengambil pinjaman, sebenarnya keberlanjutan bisnislah yang akan dipertaruhkan. Oleh karena itu, penting untuk menyikapi pinjaman secara bijak, salah satunya adalah dengan mencari tahu terlebih dahulu detail produk pinjaman yang diinginkan.



Tanpa perlu tergesa-gesa, cobalah untuk meluangkan waktu guna mencari tahu syarat serta ketentuan produk pinjaman yang ingin diambil. Selain membantu kita menghemat waktu dalam proses pengajuan, dengan mengenali produk serta layanan

yang ingin digunakan, kita pun dapat memperoleh informasi penting seperti ketentuan maupun tenor pengembalian.

Tergantung produk pinjaman yang ditawarkan, tenor pengembalian bisa jadi memiliki ketentuan yang berbeda, *lho!* Jadi, lebih baik kenali sebaik mungkin setiap produk pinjaman tersebut agar kita juga bisa memastikan bahwa bisnis yang kita jalankan memang mampu memenuhi syarat dan ketentuan yang berlaku.



Lancarkan Pengembangan Usaha dengan majooCapital

Jangan biarkan ide-ide pengembangan usaha yang menguntungkan terbengkalai tanpa pernah diwujudkan karena kekurangan modal, manfaatkan majooCapital dari aplikasi majoo untuk mendapatkan dana segar.

Dengan bunga yang ringan, pinjaman tanpa agunan dari majooCapital jelas dapat menjadi pilihan yang bijak ketika



mengembangkan usaha.

Tanpa perlu khawatir karena modal yang terbatas, strategi bisnis yang telah dirancang untuk membesarkan bisnis pun dapat tetap dilakukan.

Tak perlu khawatir, dengan majooCapital, proses pengajuan yang mudah dan cepat bukanlah satu-satunya keunggulan, karena layanan yang satu ini juga memungkinkan pelaku usaha untuk memilih sendiri tenor pengembalian yang bisa disesuaikan dengan proyeksi serta performa bisnisnya.



Selain itu, jangan lupa juga bahwa aplikasi majoo sendiri pun sudah dirancang sedemikian rupa dan dilengkapi beragam fitur unggulan yang dapat mempermudah pengelolaan bisnis.

Pinjaman modal usaha yang didapatkan pun bisa dimaksimalkan untuk pengembangan usaha secara efektif dan efisien bersama aplikasi majoo. Jadi, tunggu apa lagi? Gunakan aplikasi majoo sekarang juga!

Memfaatkan **Kekuatan Kolaborasi** dalam Bisnis



Kolaborasi dalam bisnis merupakan “alat bantu” yang ampuh, baik untuk bisnis besar maupun usaha kecil, terlepas dari sektor industri yang kamu tekuni.

Seperti yang sudah diketahui, kolaborasi adalah praktik kerja sama untuk mencapai tujuan bersama. Dengan kata lain, kamu membangun koneksi dengan orang lain yang akan membantumu mengembangkan bisnis ke tingkat yang baru.

Jika umumnya tim atau individu berkolaborasi untuk mencapai tujuan jangka pendek, kolaborasi perusahaan biasanya melibatkan koneksi yang terus berjalan dari waktu ke waktu.



Jadi, kolaborasi bisa menjadi elemen kunci yang membawa bisnis lebih maju dan menjadi strategi membangun bisnis yang kuat. Sayangnya, strategi ini sering dikesampingkan.

Padahal, menyatukan sumber daya, energi, bakat, dan tujuan secara efektif dapat membuka jalan bagi kemajuan bisnis serta membuka banyak peluang yang tidak terduga. Lalu, bagaimana cara memanfaatkan kekuatan

kolaborasi dalam bisnis? Kalau kamu mau berkolaborasi, miliki perspektif di bawah ini!

1 Sadari bahwa Kolaborasi Menghasilkan Energi Lebih Besar

Kolaborasi dimulai saat kamu terinspirasi untuk menjalankan proyek bersama. Bahkan, jika kamu belum tahu siapa yang akan kamu ajak untuk berkolaborasi.



Pasalnya, pemikiran kolaboratif merupakan proses yang berbeda dibandingkan dengan merencanakan pekerjaan untuk satu bisnis saja. Tidak heran bila energi yang dihasilkan pun lebih besar.

Ya, bukan rahasia lagi, saat dua atau beberapa bisnis berkolaborasi, energi baru akan tercipta. Energi ini tentu lebih besar daripada daya kerja setiap bisnis.

Supaya proyek kolaborasi tersebut berhasil, bisnis-bisnis yang berkolaborasi perlu menggabungkan teknik dan strategi yang dikuasainya masing-masing.



2 Miliki Tujuan Bersama

Kalau kamu mempelajari contoh kolaborasi bisnis yang berhasil, pasti bisnis tersebut mempunyai visi khusus atau tujuan bersama yang disepakati.

Maka dari itu, bisnis yang akan berkolaborasi perlu berdiskusi jika ada pandangan berbeda tentang suatu tujuan. Tentukan sudut pandang setiap pihak dapat diakomodasi atau aspek tersebut perlu dibuang.

Memiliki agenda sendiri yang terpisah dari tujuan bersama akan merusak, bahkan menyabotase upaya kolaboratif.



Dari visi bersama ini, buatlah tujuan spesifik yang singkat dan jelas secara tertulis. Buat pernyataan misi dan kembangkan *action plan* dari misi tersebut. Buat rencana yang detail dan tuliskan tugas dan peran masing-masing pihak secara jelas.

3 Lakukan Meeting Reguler

Kolaborasi tak mungkin kamu harapkan berjalan dengan sendirinya. Agar upaya kolaboratif berhasil, kamu perlu mengatur waktu *meeting reguler* dengan agenda yang jelas.

Setiap rapat yang dilakukan harus mempunyai tujuan yang spesifik dan jelas. Lalu, setiap hasil rapat atau tindak lanjut harus diberi tenggat waktu.

Perlu diingat, pemilik usaha biasanya sudah sangat sibuk dengan urusan bisnisnya sendiri. Karena itu, sangat mudah bagi pemilik usaha kehilangan fokus dan menjauh dari visi proyek kolaborasi. Jadi, perlu ada rapat rutin yang memantau setiap tahapan proyek kolaborasi dilaksanakan sesuai rencana.

4 Menghargai Cara Kerja & Manfaatkan Keterampilan Kolaborator

Saat berkolaborasi dengan bisnis lain, tidak mungkin pihak lain menjalankan bisnis dengan cara yang persis sama seperti kamu. Jadi, kamu perlu bisa menerima keterampilan dan metode kerja orang lain.

Kamu tidak bisa meminta kolaborator bekerja dengan cara yang sama seperti kamu sebab hal ini berisiko menimbulkan gesekan dan ketegangan yang konstan di lingkungan kerja.

Di samping metode kerja yang berbeda, pihak yang bekerja sama dengan bisnismu mungkin memiliki *skill set* yang berbeda pula.



Jadikan perbedaan ini peluang baik bagi bisnis.

Maka dari itu, dalam proses kolaborasi, kamu perlu mengenali bidang keahlian masing-masing pihak. Lalu, manfaatkan keterampilan khusus yang dimiliki oleh kolaborator secara optimal.

Kepercayaan ialah kunci dalam kolaborasi. Kamu harus bisa percaya bahwa pihak lain memiliki kapabilitas dan bisa menyelesaikan tugasnya dengan baik.



5 Berkomunikasi Secara Efektif

Dalam proses kolaborasi, friksi sangat mungkin terjadi. Kamu tidak perlu ragu mengungkapkan perasaan, termasuk keraguan dan kekhawatiran. Jangan sampai kamu berlarut-larut dalam perasaan kurang nyaman.

Pertahankan jalur komunikasi terbuka dan setara dengan kolaborator. Pada saat yang sama, kenali jika kekhawatiran kamu beralasan dan tidak berlebihan.

Pastikan keraguanmu memiliki latar belakang yang kuat, bukan asumsi semata.

Selain poin-poin di atas, hal yang tidak kalah penting dalam proses kolaborasi ialah membuat perjanjian kerja sama resmi di hadapan notaris.

Dengan demikian, kerja sama tersebut terlindungi secara hukum.



Apakah kamu tertarik untuk berkolaborasi dengan bisnis lain? Belakangan ini, kolaborasi yang banyak berhasil umumnya dalam bentuk *co-brand*.

Beberapa contoh kolaborasi bisnis tersebut, antara lain Samsung X BTS, Oreo X Supreme, merek kosmetik X *influencer*, dan lain-lain.

Mungkin kamu bisa mulai kolaborasi dengan *influencer* atau bisnis lain yang punya *exposure* lebih besar.

Kalau kamu perlu inspirasi lain seputar strategi bisnis, klik [tautan ini](#), ya!

aplikasi wirausaha

majoo

Ragam Layanan majoo untuk Bantu Semua Kebutuhan Bisnismu

m Pay

Terima semua pembayaran digital



m Capital

Permodalan cepat tanpa agunan



Berizin dan diawasi Otoritas Jasa Keuangan

m Ads

Kampanye digital raih pelanggan baru



m Supplies

Belanja supplies harga terbaik



Identifikasi Risiko Kerja: Solusi Keselamatan Karyawan



Dalam bisnis, risiko kerja dapat muncul dari berbagai aspek, seperti operasional, finansial, teknis, dan lingkungan. Risiko kerja dapat mengancam kesehatan dan keselamatan karyawan, merusak fasilitas, serta mempengaruhi reputasi dan keuntungan bisnis. Itulah sebabnya, identifikasi risiko kerja merupakan langkah awal yang penting dalam manajemen risiko yang efektif.

Dengan mengidentifikasi risiko kerja secara dini, pemilik bisnis dapat menentukan tindakan pencegahan yang tepat dan mengelola risiko dengan lebih efektif.



Identifikasi risiko kerja yang diterapkan dengan baik dapat membantu perusahaan dalam mempersiapkan rencana bisnis dan meminimalkan dampak yang mungkin terjadi apabila risiko tersebut terjadi.

Kenapa Perlu Adanya Identifikasi Risiko Kerja?

Identifikasi risiko kerja adalah proses untuk mengidentifikasi potensi bahaya dan ancaman dalam lingkungan kerja yang dapat membahayakan karyawan dan keselamatan mereka. Tujuannya adalah untuk mengurangi risiko potensial yang dapat menyebabkan kecelakaan atau cedera bagi karyawan.

Dengan mengidentifikasi risiko di lingkungan kerja, perusahaan dapat mengambil tindakan untuk meminimalkan risiko tersebut dan menciptakan lingkungan kerja yang lebih aman dan sehat bagi karyawan mereka.



Inilah beberapa alasan mengapa identifikasi risiko kerja perlu dilakukan dalam operasional bisnis atau perusahaan.

1 Mencegah Cedera dan Kecelakaan Kerja

Identifikasi risiko kerja membantu organisasi dalam mengenali dan mengurangi risiko kecelakaan dan cedera yang mungkin terjadi di tempat kerja. Dengan mengidentifikasi risiko, pemilik bisnis dapat melakukan tindakan preventif untuk mengurangi risiko tersebut.



2 Meningkatkan Efisiensi dan Produktivitas

Dengan mengidentifikasi risiko kerja, pemilik bisnis atau perusahaan dapat mengidentifikasi area-area yang memerlukan perbaikan dan perubahan. Ini dapat membantu organisasi dalam meningkatkan efisiensi dan produktivitas mereka dengan



mengurangi risiko-risiko yang mengganggu produktivitas.

3 Mengurangi Biaya

Kecelakaan kerja dan cedera dapat menimbulkan biaya yang besar bagi organisasi, termasuk biaya perawatan medis, ganti rugi, dan biaya penggantian karyawan yang cedera. Dengan mengidentifikasi risiko kerja dan mengambil tindakan preventif, pemilik bisnis dapat mengurangi biaya-biaya tersebut.



4 Meningkatkan Citra Perusahaan

Perusahaan yang memperhatikan kesehatan dan keselamatan karyawan dapat meningkatkan citra perusahaan di mata masyarakat. Inilah yang dapat membantu perusahaan dalam menarik karyawan dan pelanggan baru, serta menjaga hubungan baik dengan para pemangku kepentingan lainnya.



Langkah-Langkah Identifikasi Risiko Kerja

Seperti sudah disebutkan tadi, identifikasi risiko kerja menjadi salah satu aspek penting dalam menjalankan bisnis yang sukses dan berkelanjutan.

Berikut langkah-langkah yang bisa diterapkan untuk mengidentifikasi risiko di lingkungan kerja demi keselamatan karyawan.

1 Identifikasi Potensi Bahaya Fisik

Lakukan semua identifikasi potensi bahaya fisik, seperti mesin berbahaya, alat yang tidak terlindungi, kabel listrik yang terbuka, dan benda berbahaya lainnya.



Potensi bahaya fisik dapat berasal dari berbagai sumber, seperti mesin-mesin yang digunakan, peralatan kantor, infrastruktur bangunan, dan lingkungan kerja yang tidak memadai.

2 Identifikasi Potensi Bahaya Kimia

Identifikasi potensi bahaya kimia dalam lingkungan kerja adalah suatu proses untuk mengidentifikasi bahan kimia yang digunakan di tempat kerja yang dapat membahayakan kesehatan dan keselamatan karyawan.



Bahaya kimia dapat berasal dari berbagai jenis bahan kimia, seperti zat beracun, bahan korosif, bahan mudah terbakar, dan bahan yang dapat memicu reaksi kimia berbahaya.

3 Identifikasi Potensi Bahaya Biologis

Potensi bahaya biologis dapat berasal dari berbagai sumber, seperti virus, bakteri, jamur, atau parasit yang dapat menyebabkan infeksi atau penyakit yang berakibat pada keselamatan karyawan. Pemilik bisnis harusnya dapat melakukan identifikasi semua potensi bahaya biologis seperti paparan virus, bakteri, jamur, dan parasit yang bisa timbul dalam operasional bisnis.



Sebaiknya, lakukan identifikasi semua potensi bahaya psikologis secara berkala agar tidak berpengaruh pada keselamatan karyawan.

Kesimpulannya, identifikasi risiko kerja dan keselamatan karyawan sangat penting dalam menjalankan operasional bisnis yang sukses dan berkelanjutan.

Oleh karena itu, pemilik bisnis atau perusahaan perlu melakukan identifikasi risiko kerja dan mengambil langkah-langkah pencegahan yang diperlukan dalam meminimalkan risiko kecelakaan dan cedera pada karyawan.



4 Identifikasi Potensi Bahaya Psikologis

Meski masih ada sebagian pemilik bisnis atau perusahaan yang belum menaruh minat pada hal ini, sebenarnya bahaya psikologis juga dapat menjadi risiko kerja yang memiliki pengaruh besar pada karyawan. Bahaya psikologis dapat berasal dari berbagai faktor, seperti tekanan kerja yang tinggi, konflik interpersonal, ketidakjelasan tugas, ketidakadilan dalam perlakuan, dan mobbing atau pelecehan verbal.



Bahaya psikologis dapat menyebabkan stres, kelelahan emosional, depresi, dan bahkan gangguan mental serius seperti kecemasan dan gangguan stres pasca trauma.

Selain itu, perusahaan juga perlu memberikan dukungan dan sumber daya yang memadai untuk karyawan. Termasuk membekali bisnis dengan aplikasi yang dapat membantu dan meringankan kerja karyawan, seperti majoo.

Dengan fitur yang disediakan oleh majoo, berbagai tugas operasional bisnis dapat dilakukan secara komputerisasi dan digitalisasi sehingga meringankan kerja karyawan.

Kamu juga sudah menerapkan ini dalam bisnismu, *kan?*

5 Tips Manajemen Karyawan: Pemilik Usaha Kecil Perlu Tahu



Bila usaha kecil milikmu mulai memerlukan karyawan, selamat! Tandanya, bisnismu berkembang. Bersama dengan kabar baik tersebut tentu ada konsekuensi, yaitu kamu perlu memahami manajemen karyawan.

Memimpin sebuah tim memang bukanlah pekerjaan mudah. Bahkan, saat karyawanmu baru satu orang pun, pengelolaan karyawan tetap cukup menantang. Untuk membantumu menavigasi tantangan ini, simak beberapa tips manajemen karyawan di bawah ini.

1 **Work Excellence Bukan Target Setiap Karyawan**

Perlu dipahami, tidak semua karyawan ingin mencapai *work excellence*. Tidak setiap karyawan akan termotivasi atau memiliki keterampilan untuk bekerja lebih keras lagi. Sebagai pemilik usaha, kamu perlu mengerti bahwa hal ini tidak apa-apa.

Kamu mempekerjakan karyawan untuk melakukan pekerjaan tertentu dan memenuhi harapan tertentu. Jika karyawan melakukan pekerjaan yang ditugaskan, berarti mereka sudah melakukan hal yang benar.



Di sisi lain, kamu mungkin akan bertemu karyawan yang secara alami terus berupaya melampaui ekspektasi yang diberikan kepadanya. Karyawan tersebut ingin mempelajari berbagai aspek bisnis dan bersedia mengerjakan banyak tugas.

Selain tertarik pada pengembangan diri, karyawan dengan tipe ini kemungkinan mengharapkan promosi dan kenaikan gaji sebagai penghargaan atas kerja kerasnya.



Sebagai pemilik usaha, kamu perlu memahami dan mungkin memenuhi ekspektasi karyawan tersebut. Jika tidak, kemungkinan setelah memahami cukup banyak *skill*, karyawan tipe ini akan mencari tempat kerja lain yang memungkinkan dirinya berkembang baik dari sisi keterampilan maupun finansial.

Sementara itu, bila kamu melihat karyawan mudah sekali melampaui batas minimum performa yang ditetapkan, kamu perlu mengevaluasi.

Apakah mungkin karena standar yang kamu tetapkan terlalu rendah? Jika jawabannya iya, kamu perlu menyesuaikan kembali *performance indicator* dalam bisnismu.

2 Percaya pada Kapabilitas Karyawan

Mendelegasikan tugas untuk pertama kali pasti tidak mudah dilakukan oleh pemilik usaha kecil. Wajar saja, kamu ragu karyawan bisa mengerjakan pekerjaan-pekerjaan yang selama ini kamu tangani sendiri dengan baik.

Akan tetapi, kamu perlu ingat bahwa kamu pasti memiliki alasan merekrut karyawan. Sebut saja, kamu perlu mengurangi *load* pekerjaan dan fokus pada urusan-urusan bisnis yang lebih krusial.



Di samping itu, kamu tentu telah menyeleksi karyawan sebelum karyawan tersebut diterima bekerja. Dari sekian banyak pelamar, karyawan tersebut kamu terima tentu karena kamu menganggapnya mampu mengerjakan tugas.

Jadi, sebagai pemimpin, kamu perlu belajar percaya pada kapabilitas karyawan. Dengan begitu, baik kamu ataupun karyawan bisa bekerja secara optimal. Bagaimana bila karyawan melakukan kesalahan? Kamu tinggal memberikan *feedback* secara jelas dengan cara yang profesional.

3 Karyawan Tidak Harus Stand By 24/7

Salah satu kelemahan pebisnis kecil atau menengah ialah sulit membuat garis profesional terkait jam kerja. Karyawan tidak bekerja 24 jam sehari atau tujuh hari seminggu. Karena itu, kamu tidak bisa mengharapkan karyawan selalu menjawab panggilan, *chat*, atau *email* di luar jam kerja.



Penelitian telah menunjukkan bahwa orang memerlukan istirahat mental dari pekerjaan untuk mencapai tingkat produktivitas tertinggi.

Jadi, sebetulnya kamu sedang mendukung kemajuan bisnis bila kamu membiarkan karyawan beristirahat di luar jam kerja.

Apabila ada urusan yang sangat mendesak, tentu kamu bisa saja menghubungi karyawan di luar jam kerja. Namun, jangan jadikan hal ini kebiasaan sebab tidak semua urusan pekerjaan mendesak.

Tak hanya memberi peluang karyawan bisa lebih produktif saat bekerja, tetapi kamu juga mungkin memiliki karyawan loyal dengan menerapkan tips ini.

4 Perusahaan Tidak Bernilai Sama di Mata Karyawan

Tak sedikit pebisnis yang menganggap usahanya layaknya 'anak'. Para pebisnis ini mencurahkan seluruh perhatian, waktu, dan energi untuk 'anak' ini.

Setiap pemilik bisnis perlu memahami bahwa karyawan tidak akan pernah mencurahkan upaya yang 100% sama dengan pemilik. Kamu perlu menerima, karyawan tidak menghargai perusahaan dengan cara yang sama layaknya pemilik yang membangun bisnis tersebut.



Namun, cari tahu apa yang mereka hargai dan apa yang memotivasi mereka. Kemudian, lihat bagaimana perusahaanmu dapat mendukung bidang-bidang tersebut karena menunjukkan kepada mereka bahwa kamu peduli adalah cara terbaik untuk meningkatkan kepedulian mereka terhadap bisnismu.

5 Lakukan Diskusi Tatap Muka Secara Rutin

Jika kamu ingin karyawan peduli dengan pekerjaannya, bertahan di perusahaan dalam jangka panjang, dan menghasilkan pekerjaan yang



produktif, kamu perlu menunjukkan kepada mereka bahwa kamu punya waktu untuk mereka. Salah satu caranya adalah berdiskusi langsung dengan setiap karyawan secara konsisten.

Di lingkungan bisnis yang jumlah karyawannya belum terlalu banyak, diskusi *1on1* setiap minggu merupakan langkah ideal. Minimal satu bulan sekali kamu lakukan diskusi tatap muka dengan setiap karyawan.

Pertemuan personal dengan pemilik atau pimpinan perusahaan seperti ini memberikan



dampak terhadap performa karyawan sebab kamu menunjukkan bahwa kamu menghargai mereka, maka kamu menyediakan waktu untuk mereka.

Di luar itu, kamu juga bisa membuat karyawan makin nyaman dengan memanfaatkan aplikasi majoo Teams. Dengan satu aplikasi ini, karyawan bisa mengakses kebutuhannya.



Karyawan yang nyaman sering kali menjadi karyawan yang loyal.

Jadi, tunggu apa lagi?

Gunakan majoo Teams sekarang!



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

*Belum termasuk biaya instalasi

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 WIRAUSAHA
45.000+



HOTLINE RESPONSIF
24 JAM



DUKUNGAN TEKNISI
60KOTA



Manfaatkan Produk Teknologi, Wujudkan Bisnis Profesional!



Seiring dengan berkembangnya zaman, produk teknologi pun juga turut berkembang dan merambah ke setiap aspek kehidupan, termasuk dalam pengelolaan bisnis. Benar, memang, tak semua hasil pengembangan teknologi ini dirancang untuk tujuan bisnis. Namun, jika memang mau, kita tetap bisa memanfaatkannya untuk meraih tampilan bisnis profesional, *lho!*

Tak percaya? Langsung saja kita simak penjelasannya bersama-sama, yuk!

Tampilan Bisnis Profesional Bukan Lagi Sekadar Impian!

Dengan adanya kemajuan zaman, nilai-nilai yang terasa *sophisticated* dan *futuristic* pun kerap diterapkan dalam bisnis sebagai nilai tambah, membuat bisnis yang dijalankan terasa elegan, mewah, dan juga eksklusif. Namun, tentu mencapai tampilan bisnis profesional semacam itu tak mudah bagi bisnis mikro, kecil, dan menengah yang harus berhadapan dengan keterbatasan modal.

Eits, tidak juga, *kok!* Kemajuan zaman tak hanya muncul sebagai tantangan yang harus dikejar oleh para pelaku usaha untuk membuat bisnisnya tetap terasa relevan, tetapi juga bisa menjadi



potensi unik yang menarik untuk dimaksimalkan.

Bagaimana tidak, *kan*, dengan banyaknya produk perkembangan kemajuan teknologi, menyulap tampilan bisnis menjadi lebih mewah pun bisa kini bisa dilakukan sekalipun dengan modal yang terbatas. Tak aneh, *kok*, karena di era yang sudah serba digital ini, akses terhadap setiap kemajuan teknologi pun juga semakin mudah.

Di antara sejumlah produk yang mampu memberikan tampilan mewah nan *sophisticated* dalam pengelolaan bisnis, setidaknya ada tiga produk yang dapat dimaksimalkan dengan harga yang sangat terjangkau.

1 Dorong Pemasaran dengan Desain Manis Canva

Di kalangan mahasiswa dan pencari kerja, Canva merupakan andalan untuk menghias desain berbagai dokumen penting seperti presentasi karya ilmiah maupun *curriculum vitae*. Menariknya, akses Canva yang sangat terjangkau dan bahkan bisa dibilang gratis ini tak hanya bisa dinikmati oleh para generasi mudah saja!



Tanpa perlu mengeluarkan modal yang berlebihan, pelaku usaha bisa

membuat desain visualnya sendiri untuk mendorong kegiatan pemasaran. Mempertimbangkan pentingnya tampilan visual dalam pemasaran digital, Canva bisa dimanfaatkan dengan baik untuk menjadikannya lebih efektif.

Dengan ratusan hingga ribuan *template* siap pakai, pelaku usaha dapat menumpahkan kreativitasnya untuk membuat desain visual kegiatan pemasaran yang sesuai dengan sifat bisnisnya. Tentu hasilnya jelas akan lebih baik jika Canva dioperasikan oleh mereka yang memahami ilmu desain grafis, tetapi tanpa itu pun pelaku usaha juga bisa membuat desainnya sendiri untuk diterbitkan, *kok!*

2 Cari Inspirasi dengan Panduan ChatGPT

Bicara tentang perkembangan teknologi, kecerdasan buatan atau *artificial intelligence* menjadi salah satu yang akhir-akhir ini menarik perhatian. Melalui ChatGPT, misalnya saja, pelaku usaha bisa mencari inspirasi beragam kalimat menarik yang bisa menggambarkan bisnisnya dengan baik secara tekstual.

Yap, bisa diakses secara gratis, ChatGPT merupakan produk tepat untuk mewujudkan tampilan bisnis

profesional yang unik dan menarik. Cukup masukkan *prompt* yang sesuai, ChatGPT akan menghasilkan pilihan teks menarik yang bisa dijadikan inspirasi.

Namun, ingat selalu untuk hanya sekedar mencari inspirasi, ya. Tidak disarankan untuk menggunakan hasil kalimat pemasaran dari ChatGPT mentah-mentah. Pasalnya, pengelolaan kecerdasan buatan saat ini memang belum diiringi dengan regulasi yang sesuai, sehingga muncul kontroversi terkait etika penggunaan kecerdasan buatan untuk menggantikan tenaga kerja manusia.

Namun, jika sekedar digunakan untuk mencari inspirasi dan berlatih membuat kalimat pemasaran yang bisa menarik hati pelanggan, ChatGPT bisa menjadi salah satu alternatif yang terjangkau, *kok!*

3 Jadikan Bisnis Lebih Majoo dan Berkembang

Selain Canva dan ChatGPT, pelaku usaha juga bisa memanfaatkan aplikasi majoo untuk meningkatkan nilai jual bisnisnya, *lho!*

Dirancang secara khusus untuk mempermudah pengelolaan operasional bisnis dari hulu ke hilir, aplikasi majoo dilengkapi dengan

beragam fitur unggulan yang tepat untuk meningkatkan efektifitas serta efisiensi bisnis.

Dengan aplikasi majoo, pelaku usaha tak perlu lagi kerepotan membuat catatan penjualan harian dan menghabiskan banyak waktu guna menyusun laporan bulanan. Tenang, fitur keuangan dari aplikasi majoo akan mencatat setiap transaksi yang terjadi secara tepat, akurat, dan otomatis. Laporan penjualan yang disajikan pun mudah dianalisis dan dikembangkan menjadi strategi bisnis yang bisa diandalkan.

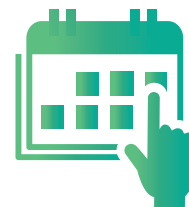
Tak hanya laporan keuangan saja, aplikasi majoo juga memungkinkan



pelaku usaha untuk memonitor bisnisnya dari mana saja, kapan pun dibutuhkan, cukup dengan membuka laptop atau *smartphone*, *dashboard* majoo yang lengkap bisa dengan mudah diakses.

Mulai dari mengatur persediaan barang, membuat pesanan kepada *supplier*, hingga mengelola sistem keanggotaan bagi para pelanggan setia, aplikasi majoo dapat menjadi pilihan yang akan membantu pelaku usaha membuat bisnisnya lebih maju dan berkembang.

Tertarik untuk mulai memanfaatkan produk teknologi, mulai saja dari aplikasi majoo!



5 Automasi Bisnis yang Perlu Kamu Implementasikan



Kirim Stok

12 November - 28 Desember 2022

12 Nov 2022 - 28 Des 2022

TANGGAL	NOMOR MUTASI	OUTLET ASAL	OUTLET TUJUAN	CATATAN	STATUS
16 Agustus 2022, 10:48	198/220629/TJO	Kie Coffie 1	Kie Coffie 3		In Transit
15 Agustus 2022, 10:55	198/220628/TJO	Kie Coffie 2	Kie Coffie 3	Kirim Stok 15 Agustus...	Selesai
14 Agustus 2022, 10:25	198/220627/TJO	Kie Coffie 2	Kie Coffie 3	Kirim Stok 14 Agustus	In Transit
13 Agustus 2022, 10:25	198/220626/TJO	Kie Coffie 1	Kie Coffie 2	Kirim Stok 13 Agustus	In Transit

[DAFTAR ISI](#)

Saat kamu baru memulai bisnis kecil, ide untuk melakukan automasi bisnis sering kali menimbulkan kekhawatiran. Kamu mungkin berpikir, apa nggak bisa proses ini dilakukan secara manual?

Sebetulnya, mungkin proses bisnis terkait bisa saja dikerjakan secara manual, tetapi mengapa? Otomatisasi menghilangkan banyak tugas kecil dan proses yang memakan waktu sehingga kamu dapat fokus pada hal yang penting seperti meningkatkan pendapatan bisnis.

Nah, di artikel ini kita akan membahas automasi bisnis yang perlu diterapkan oleh setiap usaha kecil untuk meningkatkan efisiensi dan profitabilitas.

Automasi: Memajukan Bisnis Kecil

Otomatisasi menyederhanakan proses bisnis dengan membuat tugas-tugas repetitif dijalankan secara otomatis. Ini akan membuat operasional usaha kecil lebih efisien. Sebagai pemilik bisnis, kamu bisa meluangkan waktu untuk tugas-tugas yang berfokus pada peluang pertumbuhan atau proyek penting lainnya.



Tak hanya itu, otomatisasi proses bisnis juga membuat bisnis berjalan lebih lancar dan akurat.

Kamu jadi bisa memastikan bahwa informasi selalu akurat, terkini, dan dapat diakses oleh semua orang di perusahaan. Tim bisnismu pun bisa berkolaborasi dengan mudah satu sama lain dan *output* yang diharapkan mungkin tercapai lebih cepat.

1 CRM untuk Mengelola Hubungan dengan Pelanggan

Sistem CRM (*Customer Relationship Management*) dirancang untuk menyederhanakan dan mengotomatiskan proses pelacakan prospek, interaksi dengan pelanggan, dan organisasi data pelanggan.



Karena itu, CRM bisa menjadi alat otomatisasi yang membantu bisnis untuk melakukan hal-hal di bawah ini:

- ✓ Meningkatkan kepuasan pelanggan.
- ✓ Meningkatkan komunikasi bisnis.
- ✓ Meningkatkan pertumbuhan bisnis kecil dengan membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan dan melacak calon pelanggan potensial melalui tahapan jalur penjualan.

CRM adalah alat penting untuk proses penjualan dan tim *customer service*. Penggunaan CRM dapat menghemat waktu berjam-jam per hari dengan mengotomatiskan tugas-tugas rutin!

2 Quoting Software untuk Mengirim Penawaran

Penggunaan *quoting software* akan memudahkan kamu membuat penawaran harga untuk calon konsumen. Penawaran bisa kamu kirimkan dalam hitungan menit saja sejak ada permintaan dari calon konsumen.

Berikut ini beberapa manfaat *quoting software* bagi bisnis:



- ✓ Hemat waktu saat menghasilkan peluang penjualan baru.
- ✓ Otomatiskan proses *follow up* untuk meningkatkan penjualan.
- ✓ Sesuaikan penawaran dengan kebutuhan dan keinginan calon pelanggan hanya dengan beberapa klik.

Perangkat lunak penawaran harga dengan otomatisasi pemasaran juga memungkinkan usaha kecil untuk mengatur tindak lanjut untuk setiap prospek berdasarkan tindakan mereka atau faktor lainnya sehingga proses penawaran harga menjadi lebih efisien dan terorganisasi.

3 Untuk Bisnis Jasa, Manfaatkan Scheduling Software

Bagi kamu yang memiliki usaha di industri jasa, otomatisasi sangat penting terutama untuk jadwal kunjungan pelanggan atau reservasi.

Jika kamu tidak mengotomasi proses penjadwalan, karyawan akan menghabiskan waktu lama untuk membuat dan mengelola jadwal. Belum lagi, risiko kekeliruan yang cukup besar. Padahal, pemanfaatan *scheduling software* untuk mengatur jadwal kunjungan atau reservasi bermanfaat untuk:

- ✓ Membuat *schedule* jadi lebih cepat
- ✓ Mengurangi risiko adanya reservasi ganda

Bisnis-bisnis yang melibatkan jasa dan pertemuan dengan klien bisa sangat terbantu dengan automasi reservasi, misalnya bisnis *car wash*, bengkel, penginapan, dan lain-lain.

4 Automasi Konten Pemasaran Digital, Misalnya Email Marketing

Kini hampir semua konsumen memiliki gawai dan terhubung dengan koneksi internet. Karena itu, kamu bisa memaksimalkan pemasaran dengan mengirimkan konten pemasaran digital kepada konsumen.

Email marketing atau *text marketing* merupakan salah satu strategi pemasaran bisnis kecil yang sampai saat ini masih cukup efektif. Namun, kamu perlu menerapkan otomatisasi ke dalam kampanye pemasaran ini.

Dengan mengotomatiskan email dan pesan teks dengan layanan otomatisasi pemasaran kamu bisa mengirimkan konten pemasaran ke banyak calon pelanggan, tanpa menghabiskan banyak waktu. *Email* atau *text* pemasaran pun bisa dipersonalisasi dengan mudah, tanpa harus kamu buat satu per satu secara manual.

Pemilik usaha kecil juga dapat menggunakan alat otomatisasi pemasaran untuk membuat tindak lanjut email dan pesan teks yang dipersonalisasi berdasarkan kebiasaan membeli pelanggan.



Jadi, kamu tidak perlu menghabiskan waktu untuk mencari tahu apa yang diinginkan atau dibutuhkan pelanggan.

Bagaimana bila kamu tetap masih kesulitan untuk melakukan automasi bisnis satu per satu seperti penjelasan di atas?

Tidak perlu khawatir sebab sekarang ada majoo Prime, solusi automasi untuk segala operasional bisnis.

Kamu bisa menjalankan operasional bisnis dengan lebih efisien berkat fitur automasi lengkap.

Menariknya lagi, fitur automasi tersebut dipersonalisasi sesuai jenis bisnis, mulai dari F&B, retail, jasa, hingga *beauty*.



Yuk, coba majoo Prime sekarang!

TikTok Shop Dilarang: Apa Kabar Pemasaran Lewat TikTok?



 [DAFTAR ISI](#)

Bukan rahasia lagi, TikTok kini menjadi media sosial yang sangat populer, termasuk di kalangan pemilik usaha. Pasalnya, TikTok menyediakan beragam fitur yang mendukung pemilik usaha untuk mengembangkan bisnis seperti TikTok Shop dan fitur *live streaming* atau lebih dikenal dengan istilah *live* TikTok.

Nah, belum lama ini Menteri Koperasi dan UKM, Teten Masduki, menyampaikan bahwa TikTok Shop akan dilarang. Lalu, bagaimana nasib pemasaran lewat TikTok?

Sebelum membahas tentang pelarangan tersebut, mari kita kenali terlebih kedua fitur pemasaran dari TikTok tersebut!

Menilik Peran TikTok Shop dan Live TikTok dalam Pemasaran

Untuk kamu yang belum *familier*, TikTok Shop adalah *e-commerce* yang terintegrasi dalam TikTok. Keberadaan *e-commerce* yang terintegrasi ini memungkinkan pedagang dan kreator konten untuk memamerkan dan menjual produk.

Di sisi lain, komunitas TikTok tak hanya bisa bersosialisasi dan memperoleh hiburan melalui aplikasi media sosial ini, tetapi juga menemukan dan membeli produk secara langsung.

Dengan kata lain, aplikasi ini memberikan pengalaman yang lengkap bagi penggunanya.

Pemilik usaha bisa memanfaatkan *e-commerce* TikTok dalam tiga format, yaitu:



1 Etalase Produk

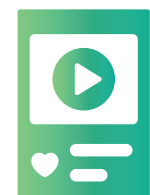
Etalase produk terletak di tab profil kreator atau penjual.

Pada dasarnya, etalase adalah katalog produk yang dapat dijelajahi pengguna untuk melakukan pembelian langsung di dalam aplikasi TikTok.

Jadi, pengguna bisa berbelanja langsung dari akun mereka atau akun pembuat konten.

2 Video Pendek dengan Tautan Produk

TikTok memungkinkan kamu menyertakan tautan produk pada video pendek yang terhubung ke *e-commerce* TikTok.



Pengguna yang melihat video tersebut bisa langsung mengeklik dan membeli produk pada link yang tertera.

Seperti video lainnya, video dengan tautan *e-commerce* juga bisa muncul di *feed* FYP.

Bedanya, terdapat ikon keranjang belanja di sudut video. Keranjang tersebut berisi produk-produk yang disebutkan dalam video. Jika kamu tertarik, kamu bisa langsung bertransaksi di dalam aplikasi TikTok.

3 **Live Shopping**

Live shopping adalah saat pedagang atau pembuat konten mengadakan *live streaming* langsung atau *live* TikTok untuk memamerkan dan menjual produk.



Audiens dapat bergabung dalam *live*, berinteraksi dengan brand atau kreator secara *real-time* dan mengklik ikon keranjang untuk menambahkan produk ke keranjang mereka, lalu melakukan pembayaran, tanpa meninggalkan aplikasi.

Sebagai negara dengan pengguna TikTok kedua terbesar di dunia, peluang untuk menarik audiens memang sangat besar. Apalagi, audiens Indonesia tampaknya sangat suka dengan *content based marketing* seperti *live streaming*.



Tidak heran bila *live streaming* TikTok yang langsung terintegrasi dengan

e-commerce dalam satu aplikasi dinilai sebagai salah satu alat bantu pemasaran yang sangat unggul.

Mungkin kamu pernah mendengar beberapa kreator, *brand*, atau bisnis yang berhasil meraup miliaran rupiah hanya dari *live streaming* TikTok sebagai kanal pemasaran.

Tentunya, proses penjualan jadi terasa sangat seamless bagi pembeli karena mereka tidak perlu keluar aplikasi dan bisa langsung bertransaksi melalui TikTok Shop.

Lalu, bagaimana bila *e-commerce* milik TikTok ini dilarang? Masihkah TikTok menjadi *marketing tools* yang efektif?

Bagaimana Jika TikTok Shop Dilarang?

Saat ini pemilik usaha yang memiliki gerai di pusat-pusat perbelanjaan atau pasar-pasar grosir besar tetap memiliki akun media sosial untuk pemasaran, khususnya akun TikTok.



Banyak media massa yang mengangkat fenomena TikTok sebagai alat bantu pemasaran yang dianggap sangat membantu usaha kecil dan menengah.

Beberapa pemilik usaha, melalui wawancara dengan media massa,

bahkan mengklaim bahwa produk jualan mereka lebih laris bila dipasarkan melalui TikTok daripada dipasarkan di gerai atau toko.

Di samping itu, beberapa pemilik usaha mengaku lebih senang berjualan melalui TikTok dibandingkan dengan berjualan langsung sebab di TikTok tak ada pembeli yang menawar harga barangnya.

Sementara itu, sikap Teten Masduki sebagai Menteri Koperasi dan UKM terkait keberadaan *e-commerce* yang terintegrasi dengan TikTok tampaknya cukup tegas.

Kepada media, MenkopUKM menyampaikan bahwa TikTok Shop akan dilarang. Tujuannya agar tidak ada perusahaan yang memonopoli media sosial di Indonesia dengan menjalankan bisnis media sosial sekaligus *e-commerce*.



Sampai saat ini, pelarangan tersebut masih dalam proses karena perlu ada peraturan-peraturan yang diperbarui atau dibuat terlebih dahulu, misalnya peraturan tentang perdagangan *e-commerce* dan *social e-commerce*.



Sambil menunggu kebijakan akhir dari MenkopUKM, para pemilik usaha kecil yang khawatir penjualan menurun atau pemasaran terhambat akibat pelarangan *social e-commerce*, sebaiknya mulai menyiapkan strategi lain.

Jika kamu kesulitan, pastikan kamu memanfaatkan *digital tools* dengan solusi lengkap seperti majoo.

Mulai dari majoo Omnichannel hingga majoo Ads telah disiapkan untuk membantu bisnismu. Yuk, pakai majoo sekarang!

Bagaimana Cara Menjadikan 'Berbagi' Bagian dari *Brand DNA*?



Brand DNA merupakan bagian penting dalam pembentukan sebuah bisnis. Sebagai kumpulan nilai dan karakteristik suatu merek, *brand DNA* terkait erat dengan citra merek di benak konsumen. *Value* tertentu yang dijunjung konsumen tentu perlu diperhatikan oleh para pengusaha saat membentuk budaya dan identitas merek.

Nah, belakangan ini, konsumen banyak menaruh perhatian pada merek-merek yang berbagi kembali pada masyarakat atau lingkungan.



Karena itu, pengusaha perlu mempertimbangkan untuk menjadikan 'berbagi' sebagai bagian dari DNA merek.

Sebelum kita membahas cara menjadikan 'berbagi' atau '*charity*' bagian dari inti merek, mari kita ketahui alasan pentingnya sebuah merek memberi kembali kepada masyarakat atau lingkungan.

Pentingnya Berbagi untuk Sebuah Brand

Bukan rahasia lagi, semua orang mengerti bahwa berbagi merupakan hal yang



baik. Bagi bisnis, tak hanya baik, tetapi berbagi juga dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dan memberi pebisnis tujuan yang lebih besar daripada sekadar keuntungan.

Tak heran bila kegiatan berbagi bisa membuat bisnis memiliki hubungan yang erat dengan masyarakat. Bisnis yang berinisiatif memberi kembali akan lebih mudah terhubung dengan program-program amal setempat.

Program amal tersebut dapat memengaruhi komunitas dengan menyediakan layanan vital dan menjembatani kesenjangan sosial ekonomi.

Sementara itu, *giving back* atau berbagi menciptakan budaya internal bisnis yang kuat. Apalagi bila kegiatan tersebut merupakan tindak lanjut dari misi bisnis.



Menindaklanjuti misi bisnis akan memotivasi karyawan dengan menawarkan rasa memiliki dan *sense of fulfillment* sebab karyawan tahu mereka terlibat dalam bisnis yang memberikan dampak baik.

Lebih dari itu, memberi kembali juga mendorong terciptanya

loyalitas pelanggan. Menciptakan produk dengan inisiatif amal akan menghasilkan rasa bangga di dalam diri pembeli karena mereka tahu uang mereka digunakan untuk tujuan yang baik.

Jadikan 'Berbagi' Bagian dari Brand DNA

Pertanyaan berikutnya, bagaimana menjadikan 'berbagi' elemen tak terpisahkan dari brand DNA? Salah satu kuncinya ialah menentukan kegiatan amal yang tepat.



Kita tahu ada banyak cara untuk memberi kembali kepada masyarakat atau lingkungan. Namun, bisnismu tak bisa terlibat dalam semua isu atau memilih kegiatan berbagi secara acak bila ingin hal tersebut menjadi bagian dari identitas merek. Dalam pemilihan aktivitas berbagi yang tepat, kamu perlu melakukan langkah-langkah di bawah ini.

1 Cari Kegiatan Berbagi yang Selaras dengan Brand Value

Sikap tulus dengan sumbangan amal sangat penting dalam proses berbagi. Sebaiknya, bisnismu tidak hanya berbagi karena isu tersebut populer atau trendi.



Pilihlah kegiatan berbagi yang memang menjadi perhatianmu. Inisiatif berbagi idealnya berawal dari keyakinan bahwa langkah tersebut memang perlu dilakukan dan berdampak baik.

Selain itu, pertimbangkan program amal yang selaras dengan *brand value*. Sebagai contoh, bila nilai utama yang dijunjung oleh bisnis adalah *growth mindset*, kamu bisa berbagi yang mendukung terbentuknya *growth mindset*, misalnya pendidikan. Bisnismu bisa berbagi melalui program beasiswa pendidikan.

Contoh lainnya, kita dapat mempelajari kegiatan berbagi yang dilakukan oleh perusahaan sepatu TOMS. Merek ini percaya bahwa dunia idealnya dapat lebih adil. Karena itu, TOMS mendonasikan 1/3 dari keuntungannya kepada *grassroots society*.



2 Temukan Badan Amal dengan Value yang Sama

Dalam upaya menjadikan kegiatan berbagi sebagai bagian dari budaya dan identitas merek, kamu mungkin tak bisa mengelolanya sendiri.

Kondisi ini bukan masalah, kamu dapat berkolaborasi dengan badan amal atau yayasan tertentu.

Kuncinya, temukan badan amal yang memiliki kaitan erat dengan *value* bisnismu. Lakukan riset dan temukan organisasi apa yang selaras dengan *brand*-mu. Pastikan kamu melakukan *due diligence* dan bekerja sama dengan organisasi yang tepercaya.



Supaya program berbagi yang kamu lakukan lebih terarah, kamu juga bisa membuat kesepakatan tertentu dengan badan amal terkait. Sebut saja, jika kamu ingin menekankan ikatan lokal atau keluarga, mintalah agar program berbagi fokus pada masyarakat di sekitar lokasi bisnis.

Temukan mitra yang bersemangat untuk bekerja sama dengan bisnismu dalam upaya menciptakan dampak yang sebaik-baiknya. Cara ini, akhirnya akan membantu membangun kredibilitas merek.

3 Pertimbangkan Pihak yang Butuh Bantuan Saat Ini

Melakukan kegiatan berbagi yang selaras dengan nilai *brand* memang penting. Akan tetapi, kamu juga tetap perlu peka dengan situasi terkini. Jangan lupa, pertimbangkan program berbagi untuk situasi khusus.

Seperti saat pandemi merebak, bisnismu bisa membuat program bantuan khusus, misalnya mendonasikan sejumlah barang yang dibutuhkan ke rumah sakit, membantu masyarakat yang kehilangan pekerjaan, dan lain-lain.

Apakah kamu tertarik menjadikan 'berbagi' sebagai bagian dari identitas bisnismu? Jika iya, coba terapkan cara-cara di atas. Apabila kamu mau mempelajari strategi lain dalam memajukan bisnis, silakan baca lebih lanjut di [tautan ini!](#)



Pakai majoo Apapun bisnismu bisa maju!

PT Majoo Teknologi Indonesia

majoo plaza

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

Hotline 24 jam majoo Care **1500-460** • **majoo.id**

Follow us:

 @majoo.indonesia

 @majooindonesia

 Revolusi majoo

 @majooindonesia

 majoo indonesia

Coba Gratis 14 Hari

