



the majoo preneurs

Berjuta wirausaha maju untuk Indonesia

Ramadan dan Lebaran
Strategi bisnis seperti apa yang menarik?

Evaluasi Bisnis
Apa saja tanda-tanda bisnismu perlu 'dibersihkan'?

Socialpreneur
Pendekatan baru di dunia wirausaha



**Maju Bersama
Meraih Kemenangan**

VOL 08
Apr 2021



Pengantar

Sugih tanpa Bandha, Digdaya tanpa Aji, Nglurug tanpa Bala, Menang tanpa Ngasorake

Kalimat tersebut adalah salah satu falsafah Jawa kuno, yang terdiri dari 4 bagian, yang secara sederhana dapat diartikan sebagai berikut:
Sugih tanpa bandha: Kaya tanpa harta. Digdaya tanpa aji: Sakti tanpa ajian. Nglurug tanpa bala: Menyerang tanpa pasukan. Menang tanpa ngasorake: Menang tanpa merendahkan.

Terjemahan di atas memang adalah bentuk dari penyederhanaan namun saya yakin maknanya adalah seperti itu. Kali ini saya ingin fokus pada bagian 'menang tanpa ngasorake, atau menang tanpa merendahkan'.

Di dunia ini ada dua jenis pemenang dan dua jenis area pertandingan.

Yang pertama adalah sistem 'zero-sum game' dengan prinsip 'winner takes it all'. Dalam sistem ini, untuk kita memenangkan pertandingan kita harus 'membunuh' lawan kita dan kita akan menjadi pemenang 'sendirian'.

Yang kedua adalah sistem 'positive-sum game' dengan prinsip 'win-win solution'. Pada sistem ini, kita memenangkan pertandingan tanpa mengalahkan orang lain, bahkan (tanpa

disadari) justru saling menguatkan dan kita akan menjadi pemenang bersama.

Menurut saya kedua hal tersebut adalah bukan hukum pasar (yang bersifat pasti dan prinsipil) namun adalah mindset kita sebagai pengusaha dan penggerak ekonomi. Jika kita berpikir bahwa pasar atau 'pertandingan' yang kita hadapi adalah zero-sum-game, maka yang kita pikirkan adalah bagaimana kita membunuh lawan bisnis kita.

Lebih baik daripada itu, bagaimana jika kita memiliki mindset 'positive-sum game'? Maka tindakan yang kita ambil cenderung yang bersifat kolaboratif, sehingga bersama-sama kita membesarkan pasar kita.

Pada suasana yang memasuki bulan Ramadan kali ini, alangkah baiknya kita bisa meraih kemenangan Ramadan yang lebih positif, dan tidak hanya menang dalam satu dimensi saja (dimensi spiritual) namun menang dari berbagai sudut pandang sehingga kita bisa menjadi pemenang dan majoopreneurs yang lebih sejati.

Salam majoo!



Denny Eko Prasetyo

VP Marketing

Redaksi



Reporter
Nisa Destiana



Reporter
Daniel Prasetyo



Graphic Designer
Novita Putri



Graphic Designer
Firman



Penanggung Jawab /VP Marketing
Denny Eko Prasetyo



Reporter
Ajar Pamungkas



Art Director
Rama Pradana



Managing Editor
Akidna Rahma



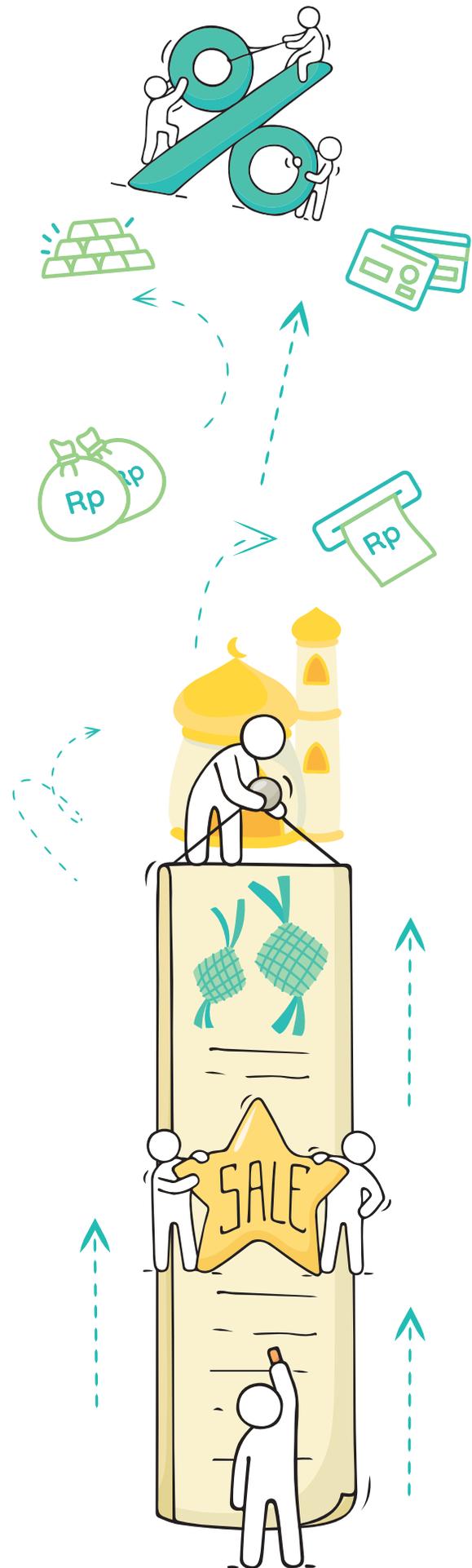
Reporter
Dini N. Rizeki



Marketing
Rachel Maya

Ingin usaha kamu diliput? Ajukan dengan email ke: redaksi@majoo.id





06 Berkah Bulan Ramadan,
5 Alasan Bisnis Perlu Program Berbagi

Strategi Kreatif Tingkatkan Penjualan di Bulan Suci Ramadan **10**

14 Tanda-Tanda Perlu **Mengevaluasi Bisnis** Agar Tetap Sehat

5 Peluang Bisnis Menarik di Musim Lebaran **18**

22 Usaha Katering Makanan Sehat, **Tren Bisnis Pilihan** di Bulan Puasa

Usaha Kue Kering, **Bisnis Rumahan** untuk Menyambut **Bulan Ramadan dan Lebaran** **27**

30 Apa Perbedaan Antara **Hampers Lebaran** dengan **Parsel?**

Pentingnya Meluncurkan **Program Promo Lebaran dan Ramadan** bagi Bisnis **35**

38 **Meningkatkan Digital Marketing** di **Bulan Ramadan** Menggunakan Fitur **SMS Marketing**

Socialpreneur, Pendekatan Baru dalam Dunia Wirausaha **42**

47 **6 Tokoh Socialpreneur** yang Sukses di Indonesia



Dari Kami Yang Ingin Kamu Maju

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

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

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

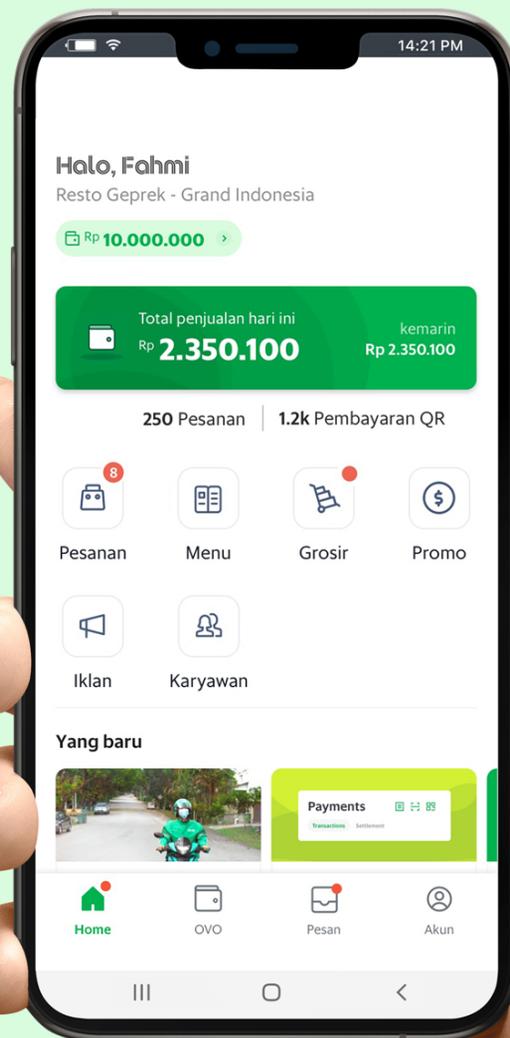
majoo.id/magazine

GrabMerchant

Jualan Laris Pakai Aplikasi

Berbagai fitur keren akan bantu
bisnismu makin maju:

-  Proses pendaftarannya mudah, cepat, dan **GRATIS!**
-  Ganti foto restoran atau menu andalanmu dengan mudah.
-  Dapatkan rekomendasi program promosi terbaik dari Grab.
-  Mudahnya bikin iklan yang menarik dengan target yang spesifik.
-  Buat juga promo khusus yang cuma ada di restomu.
-  Belanja kebutuhan harian resto pun bisa pakai ujung jari.



01

Berkah Bulan Ramadan, 5 Alasan Bisnis Perlu Program Berbagi





Bagi banyak usaha kecil, keputusan membuat program berbagi mungkin tidak mudah. Sebagai bisnis yang masih merintis, tentunya fokus utama diarahkan pada menumbuhkan margin dan mengembangkan bisnis. Namun, program berbagi bisa sangat bermanfaat, terlebih sebentar lagi bulan Ramadan. Oleh karena itu, sebelum memutuskan, coba amati beberapa hal di bawah ini.

1. Membangun brand awareness

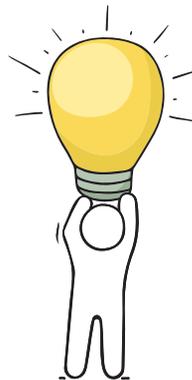
Program berbagi bisa dilakukan oleh bisnis dengan memberikan bingkisan atau donasi kepada pihak yang membutuhkan. Selain itu, bisnis juga dapat bekerja sama dengan badan amal ataupun panti asuhan.



Cara tersebut bukan hanya bermanfaat bagi pihak-pihak penerima bantuan, melainkan juga membangun brand awareness untuk bisnis. Jika kamu ingin mengoptimalkan publisitas, kegiatan amal tersebut dapat didokumentasikan dalam situs resmi serta materi pemasaran.

2. Secara tidak langsung, berbagi menjadi media marketing

Posisi bisnis dalam memberikan donasi atau program berbagi memang berbeda dengan individu. Biar bagaimanapun aspek



nilai ekonomi tidak bisa sepenuhnya dilepaskan dari kegiatan bisnis, termasuk dalam program berbagi.

Disadari atau tidak, saat kamu memutuskan untuk menyumbangkan produk atau jasa, maka secara tidak langsung program berbagi tersebut sekaligus menjadi media pemasaran.

Kegiatan amal akan selalu menjadi penguat strategi pemasaran. Ketika produk atau jasa tertentu didonasikan kepada sejumlah orang berarti ada sekian banyak orang yang membantu mempromosikan produk atau jasa tersebut secara tidak langsung.

Apabila dilihat dari sisi pemasaran, ini merupakan langkah yang baik bagi usaha kecil. Kamu dapat berbagi manfaat dengan sekitar sekaligus tetap menjalankan aktivitas marketing.

3. Kolaborasi dengan badan amal, menyasar target pasar tertentu

Jika kamu memilih untuk menyalurkan donasi melalui badan amal, pastikan kamu memilih organisasi yang tepat. Misalnya, kamu bisa memilih organisasi yang di dalamnya memang terdapat target pasar dari bisnismu.



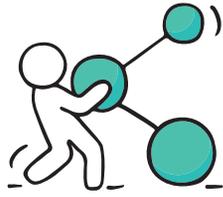
Menurut laporan The Huffington Post, bekerja sama dengan organisasi nonprofit sangat penting bagi bisnis. Bahkan, kebanyakan bisnis merasa lebih





mudah menjangkau target pasar mereka usai mengadakan kerja sama nonprofit.

4. Membuka peluang terbentuknya networking baru



Salah satu alasan bisnis mempercayakan donasinya kepada organisasi nonprofit tertentu adalah karena peluang bertemu dengan jejaring baru. Biasanya, ada pertemuan atau acara amal yang dilaksanakan sehubungan dengan kerja sama tersebut.

Di sanalah pemilik usaha berpeluang untuk bertemu dengan lingkungan baru. Dalam bisnis, network merupakan aset yang perlu terus dikembangkan karena selalu ada potensi bekerja sama di kemudian hari.

5. Bermanfaat bagi banyak orang

Meskipun poin ini disimpan terakhir, tetapi inilah yang paling penting. Memberi kembali kepada komunitas bukan hanya memajukan bisnis, melainkan memberikan manfaat bagi banyak orang.

Secara tidak langsung, sebetulnya bisnis sudah berbagi dengan masyarakat melalui aktivitas harian bisnis seperti menghadirkan lapangan pekerjaan.



Namun, melalui program berbagi, bisnis berkesempatan untuk memberikan bantuan terkait isu-isu yang secara spesifik ingin diperjuangkan oleh bisnis.

Pada bulan Ramadan, kebanyakan program berbagi ditujukan untuk membantu adik-adik di panti asuhan. Hal tersebut tentu baik, tetapi kamu bisa saja memusatkan kegiatan berbagi pada isu lain.

Misalnya, bisnis milikmu selama ini sangat peduli dengan isu kesehatan. Karena itu, tidak ada salahnya jika di bulan penuh berkah ini kamu membuat program berbagi untuk para tenaga kesehatan yang masih berjibaku melawan virus COVID-19.

Sementara itu, bila kesetaraan gender merupakan isu yang sangat menjadi perhatian bisnismu, di bulan Ramadan mendatang kamu dapat membuat program berbagi untuk para kepala keluarga perempuan yang terkena PHK akibat pandemi.

Akan selalu ada jalan untuk berbagi kebaikan. Di balik setiap pemberian yang kamu bagikan, bisnis pun akan selalu kembali diuntungkan. Maka dari itu, kalau bisa berbisnis sambil berbagi, mengapa tidak?



aplikasi wirausaha

majoo

Aplikasi wirausaha lengkap
kelola bisnis jadi maju

Kasir Online

Karyawan

Akuntansi

Inventori

Aplikasi CRM

Analisa Bisnis

Aplikasi Owner

Order Online

✓ **APLIKASI OWNER**
Bisnis ternotifikasi
disegala kondisi

✓ **AKUNTANSI LENGKAP**
Keuangan akurat
kontrol biaya tepat

✓ **WHATSAPP STRUK**
Hemat kertas
otomatis ringkas

Upgrade level bisnis
mulai dari

Rp129rb



Coba Gratis 14 Hari



majoo.id

majoo.id/harga

02

Strategi Kreatif Tingkatkan Penjualan di Bulan Suci Ramadan





Biasanya, bulan suci Ramadan menjadi momen untuk berkumpul bersama keluarga dan kerabat. Mulai dari melaksanakan ibadah bersama hingga berbuka atau sahur bersama.

Bagi tim marketing, bulan puasa juga dianggap sebagai salah satu musim pemasaran yang paling besar. Namun, mengingat Ramadan kali ini berlangsung di tengah pandemi COVID-19, tentu perlu ada penyesuaian strategi bisnis.

Penjualan di bulan suci Ramadan

Bahkan dalam situasi normal, kebanyakan orang memang mengurangi aktivitas di luar rumah selama Ramadan. Rata-rata masyarakat hanya menghabiskan waktu untuk bekerja, beribadah, dan berbelanja kebutuhan harian.

Karena orang lebih banyak menghabiskan waktu di rumah, aktivitas di dunia maya rata-rata meningkat selama bulan suci Ramadan. Tidak heran bila data menunjukkan penjualan online mengalami peningkatan hingga 55% di bulan puasa.

Puncak transaksi konsumen umumnya terjadi pada minggu ketiga bulan Ramadan. Beberapa studi perilaku konsumen menyatakan, pada dua minggu pertama konsumen biasanya

masih memilih-milih produk dan kembali lagi untuk melakukan transaksi di minggu berikutnya.

Konsumen rata-rata berbelanja bukan hanya untuk keperluan pribadi, melainkan juga untuk hadiah. Seperti yang telah diketahui, berbagi bingkisan merupakan bagian dari tradisi di akhir Ramadan atau hari lebaran. Karena itu, pastikan kamu menyiapkan stok yang cukup untuk produk-produk populer.



Ramadan di tengah pandemi, terapkan strategi bisnis kreatif

Bagi pemilik bisnis online, pandemi COVID-19 dapat menjadi peluang yang baik. Di tengah peningkatan penjualan secara umum, transaksi di e-commerce diprediksi akan meningkat dengan sangat signifikan.

Mengingat di tengah situasi saat ini, berbelanja secara online telah menjadi kebutuhan, bukan lagi sekadar pilihan. Meskipun begitu, bukan berarti gerai offline tidak memiliki peluang.

Hampir setiap bisnis berpeluang mengoptimalkan penjualan di tengah situasi serba tidak menentu ini. Sekarang, mari kita lihat strategi bisnis apa saja yang dapat kamu terapkan agar penjualan selama tiga minggu di bulan Ramadan bisa optimal?





1 Strategi pemasaran yang sesuai dengan core value Ramadan

Seperti yang telah diketahui, sebagian besar konsumen menjadi lebih aktif di dunia maya selama Ramadan. Tahun ini, terlepas dari adanya COVID-19, bisnis



atau brand bisa tetap menggaungkan spirit Ramadan, seperti keluarga, introspeksi, dan harapan.

Kita bisa belajar dari merek yang sudah mapan, salah satunya P&G. Tahun lalu, P&G Indonesia membuat kampanye #MaafibuDiHidupku pada bulan suci Ramadan.

Kampanye tersebut mengakui perlunya berjarak selama pandemi, tetapi tetap tidak lupa berterima kasih kepada ibu yang cinta dan doanya selalu mengiringi. Sungguh sebuah kampanye yang sangat selaras dengan nilai Ramadan dan akan terasa dekat bagi banyak orang.

Dengan begitu, kamu bisa meningkatkan brand awareness sebelum meluncurkan strategi bisnis untuk meningkatkan penjualan.

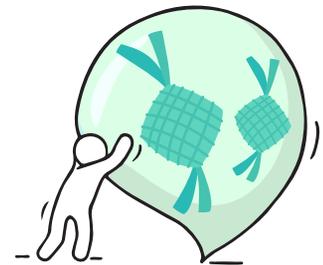
2 Merayakan Ramadan sekaligus merespons COVID-19

Memang akan mudah sekali bila kamu memberikan diskon 50% untuk produk tertentu. Namun, Ramadan kali ini

merupakan special case sehingga kamu perlu menunjukkan perhatian khusus.

Ciptakan suasana meriah dengan dekorasi khas Ramadan, baik di gerai maupun website. Berikutnya, buatlah paket promosi yang benar-benar menjawab kebutuhan konsumen, terutama di tengah situasi pandemi ini.

Misalnya, bila kamu menjual makanan, buatlah promosi khusus menu buka puasa dengan layanan antar gratis. Hal ini tentu sangat menolong konsumen yang ruang geraknya kini lebih terbatas akibat pandemi.



Sementara itu, bagi kamu yang menjual bahan makanan, promo bundling bahan makanan untuk kebutuhan satu minggu dapat menjadi strategi andalan. Dengan begitu, konsumen bisa berbelanja dengan praktis, hemat, dan terutama lebih aman karena tidak harus sering keluar rumah.

3 Paket bingkisan untuk keluarga dan kerabat

Salah satu hal yang direnggut oleh pandemi COVID-19 adalah keleluasaan untuk berkumpul





bersama keluarga dan kerabat. Secara khusus, hal tersebut makin terasa berat bagi masyarakat muslim di bulan Ramadan dan Idul Fitri.

Sebab itu, situasi ini dapat menjadi peluang bagi para pemilik usaha. Kamu bisa menawarkan paket bingkisan lengkap dengan greeting card. Berbagai produk dapat dijadikan hadiah, mulai dari parfum, pakaian, ataupun alat ibadah seperti sajadah dan mukena.



paket bingkisan Ramadan. Kemas makanan, kue, atau kopi dalam kemasan menarik dan lengkapi dengan greeting card. Bingkisan buka puasa pun siap dikirimkan sebagai pengganti buka puasa bersama yang belum bisa dilakukan.

4. Kemasan khusus Ramadan

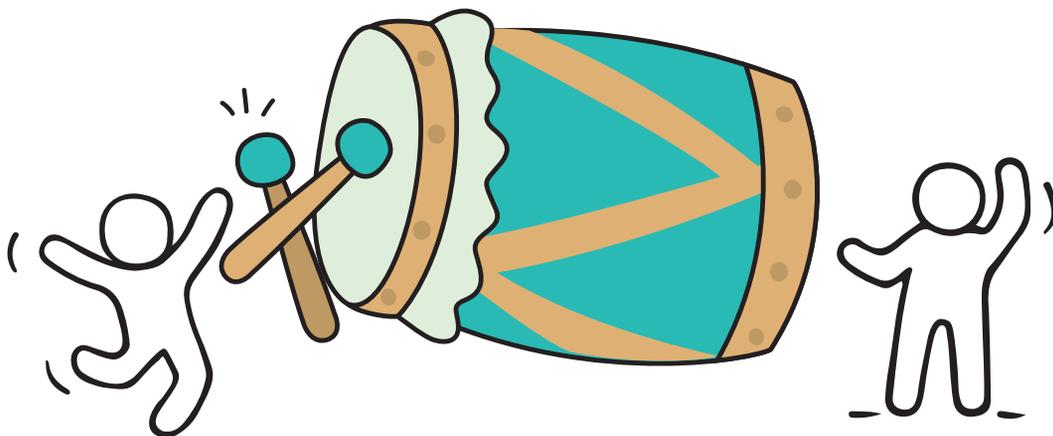
Selama Ramadan atau menjelang Idul Fitri, kebanyakan konsumen suka sekali produk-produk tematik. Karena itu, menghadirkan produk dengan kemasan unik khusus untuk bulan Ramadan bisa menjadi ide yang patut dicoba.

Bahkan, kamu bisa menawarkan paket hadiah yang dipersonalisasi. Misalnya, konsumen berbelanja barang sesuai keinginan dan kamu siap menyulapnya menjadi kado cantik, tentu dengan tambahan biaya tertentu.

Cara ini tidak hanya berlaku bagi bisnis fesyen, tetapi juga bisnis kuliner. Kafe atau restoran pun bisa menawarkan

Jika kamu memproduksi produk tertentu, kemasan utama produk tersebut bisa diberi ornamen desain khas Ramadan. Dengan begitu, kamu bisa menjual produk dengan harga lebih tinggi.

Pastikan beri kesan eksklusif dan urgensi kepada konsumen. Misalnya, dengan memberi label 'Ramadan limited edition' pada produk tersebut.



03

Tanda-Tanda Perlu Mengevaluasi Bisnis Agar Tetap Sehat



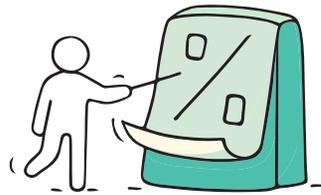


Mengevaluasi bisnis yang tengah dijalankan terkadang menjadi langkah pertama dan utama bagi pelaku usaha yang bermaksud membenahi bisnis agar dapat memberikan layanan serta produk maupun jasa yang lebih baik lagi. Terlebih jika bisnis yang ditekuni dirasa sudah tidak sehat lagi atau terus-menerus mengalami kerugian.

Apa saja tanda-tanda yang perlu diperhatikan sebelum mulai melakukan evaluasi untuk 'membersihkan' bisnis yang sedang dijalankan?

Adanya Keanehan dalam Arus Kas

Dalam sebuah bisnis, arus kas menunjukkan aliran uang yang masuk maupun keluar dari keseluruhan total uang yang ditujukan untuk operasional bisnis dan menjadi indikator utama sehat atau tidaknya pengelolaan suatu bisnis. Jika ada keanehan yang ditemukan dalam arus kas yang dimiliki oleh sebuah bisnis, penting bagi pelaku usaha untuk segera melakukan evaluasi bisnis untuk memastikan usaha yang ditekuni dapat terhindar dari kerugian yang lebih besar.



Laporan arus kas tak hanya menjadi indikator kesehatan suatu bisnis, tetapi juga dapat dimanfaatkan sebagai alat untuk mengukur kemajuan pengembangan bisnis. Pelaku usaha juga

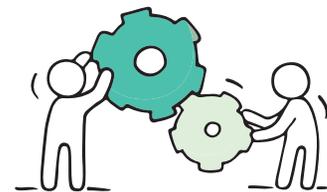
dapat melihat setiap pengeluaran bisnis yang dilakukan.

Evaluasi setiap uang yang masuk dan keluar untuk memperoleh analisis yang lebih baik terkait cara pengembangan bisnis yang lebih efektif serta efisien. Lihat proses operasional mana yang paling banyak menghabiskan pengeluaran, dan ukur kemampuannya dalam mengonversi pengeluaran tersebut menjadi pemasukan bisnis. Dengan demikian, pengembangan bisnis pun bisa dilakukan dengan lebih terarah, bisnis pun tetap terjaga kesehatannya.

Ketidaksesuaian Target Bisnis

Selain arus kas, operasional yang sudah mulai melenceng dari target bisnis yang telah ditentukan di awal juga menjadi tanda-tanda perlunya pelaku usaha membenahi bisnis yang sedang dijalankan.

Umumnya, target bisnis ditetapkan di awal untuk memastikan strategi pengembangan bisnis dapat difokuskan pada proyeksi-proyeksi yang telah ditargetkan tersebut. Namun, terkadang dalam perjalanannya, capaian-capaian bisnis dapat meleset dari target tersebut.



Saat menemui situasi ini, pelaku usaha perlu melihat kembali target bisnis yang telah ditetapkan, kemudian





mengidentifikasi tantangan apa yang menyebabkan bisnis tidak lagi memiliki kesesuaian dengan target tersebut. Dari evaluasi yang dilakukan, pelaku usaha juga dapat menentukan apakah operasional bisnis yang melenceng dari target tersebut masih berada di sisi positif atau negatif.

Jika capaian kinerja bisnis ternyata masih positif, tetapi tidak sesuai dengan target, tak ada salahnya untuk mengevaluasi ulang target dan menetapkan target baru yang lebih sesuai dengan situasi bisnis. Namun jika kondisi riil yang ditemukan berada di titik negatif, wah, ini termasuk pertanda bahwa bisnis sudah mulai tidak sehat, nih.

Cari tahu penyebab masalahnya dan temukan solusi untuk memastikan operasional bisnis dapat berjalan ke arah yang sesuai agar bisnis tidak merugi.

Membenahi Bisnis Melalui Produk

Apakah sejak awal dimulai hingga sekarang, tidak ada perubahan produk atau jasa yang dilakukan? Pertanyaan di atas dapat diangkat untuk menentukan apakah perlu mulai membersihkan bisnis yang dijalankan atau tidak. Karena dari pertanyaan tersebut, pelaku usaha dapat mempertanyakan banyak hal lainnya,

mulai dari apakah ada terlalu banyak perubahan pada produk atau jasa saat ini jika dibandingkan dengan periode awal bisnis dijalankan? Apakah sama sekali tidak ada pengembangan lini bisnis yang dilakukan sehingga produk dan jasa yang ditawarkan saat ini masih sama dengan yang dulu pertama kali ditawarkan ketika memulai bisnis?

Sehat atau tidaknya suatu bisnis juga bisa dilihat dari arah pengembangannya; termasuk pengembangan produk dan jasa yang ingin dipasarkan.

Terlalu banyak perubahan atau pengembangan produk dan jasa menunjukkan bahwa bisnis tersebut tidak memiliki acuan yang jelas di awal, dan ke depannya mungkin akan sulit pula dalam menentukan arah. Sebaliknya, terlalu sedikitnya perubahan produk

dan jasa yang dilakukan menunjukkan sedikitnya pengembangan bisnis yang ada.

Bisnis yang sehat tentunya bisnis yang terus dikembangkan

berdasarkan acuan yang jelas, baik dengan melakukan riset produk atau riset pasar secara berkala, atau dengan penyusunan strategi bisnis yang baik. Bisnis dengan pola pengembangan produk dan jasa yang aneh merupakan bisnis yang patut diwaspadai dan perlu dibenahi lagi ke depannya.



Terjadi Masalah Tanpa Disadari

Tak selamanya operasional bisnis akan berjalan dengan mulus dan tanpa hambatan. Terkadang, pelaku usaha juga akan menemui masalah-masalah yang tak pernah diperkirakan sebelumnya. Tak jarang masalah ini terjadi tanpa disadari.

Jika tanda-tanda sebelumnya dapat menunjukkan kapan waktu yang tepat untuk melakukan evaluasi bisnis, dalam tanda terakhir ini yang terjadi justru sebaliknya.

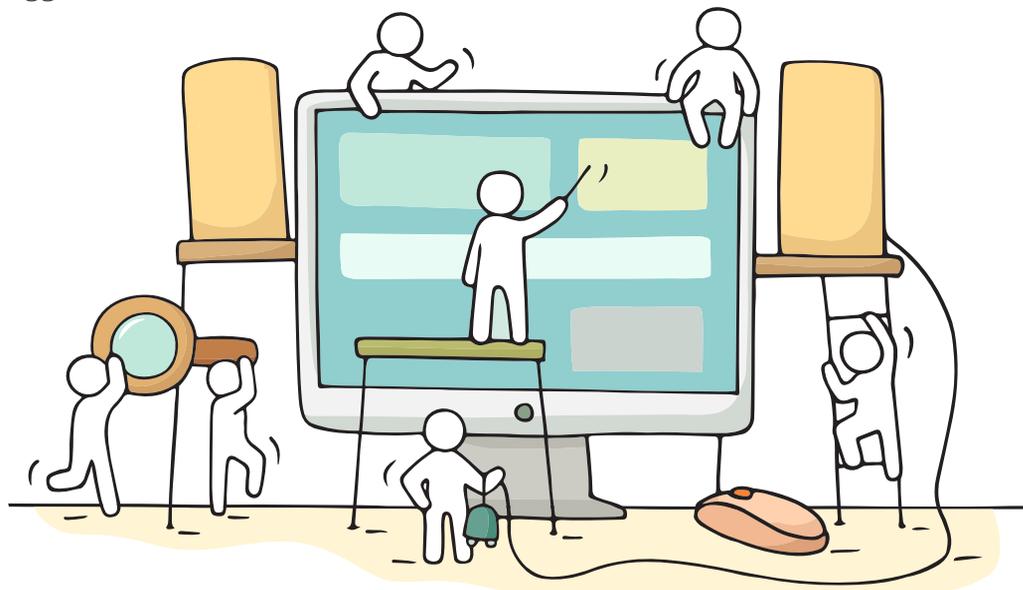
Evaluasi bisnis dapat dilakukan untuk memastikan tidak ada masalah yang sesungguhnya sudah terjadi tanpa disadari oleh pelaku usaha. Misalnya saja tidak menyadari bahwa pelanggan tidak menemukan kepuasan terhadap bisnis yang dijalankan karena sebelumnya tak pernah dilakukan survei kepuasan pelanggan.



Evaluasi setiap proses operasional bisnis secara menyeluruh, mulai dari tahap produksi hingga setelah penjualan dilakukan. Pastikan semuanya sudah berjalan dengan baik dan setiap masalah yang ditemukan dipecahkan sehingga tidak terulang di kemudian hari.

Jika suatu bisnis memiliki terlalu banyak masalah yang terjadi tanpa disadari, bisa dibayangkan bisnis tersebut memiliki kontrol yang buruk terhadap operasionalnya dan bisa menjadi indikator untuk menentukan bahwa bisnis tersebut bukanlah bisnis yang sehat.

Untuk mempermudah dalam mengevaluasi bisnis, pelaku usaha dapat memanfaatkan aplikasi majoo dengan berbagai fiturnya yang sangat membantu dalam membenahi bisnis menjadi lebih baik. Fitur pelaporan keuangan yang dimiliki oleh aplikasi majoo, misalnya, dapat mencatat setiap transaksi yang terjadi sehingga laporan arus kas dapat dipastikan tetap sehat. Menarik, kan?



04

5 Peluang Bisnis Menarik di Musim Lebaran



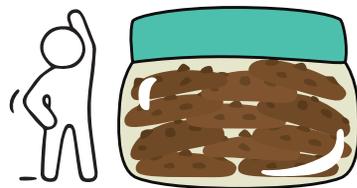


Ramadan sudah datang lagi, yang kemudian akan disusul dengan lebaran. Menjelang lebaran, banyak orang berpikiran untuk memulai bisnis yang bisa menambah penghasilan. Apalagi, daya beli masyarakat menjelang hari raya biasanya meningkat, sejalan juga dengan berbagai kebutuhan yang khusus muncul di musim lebaran.

Tapi tentu saja bukan hanya kamu yang berpikiran untuk menjalankan bisnis musiman menjelang lebaran seperti ini. Oleh karena itu, mulai memasarkan bisnismu sejak awal-awal Ramadan adalah salah satu strategi yang bisa kamu terapkan sehingga kamu bisa menggaet pelanggan lebih awal pula. Di antara banyaknya ide yang mungkin banyak dipikirkan orang, berikut adalah beberapa yang paling menarik dan memiliki prospek bagus di musim lebaran kali ini.

Kue Kering

Jika orang ditanya apa yang hampir tidak pernah absen dibeli



saat menjelang lebaran, salah satu jawaban yang sering muncul adalah kue kering. Ya! Nastar, kastengel, putri salju, dan kue-kue kering lainnya adalah peluang bisnis yang paling

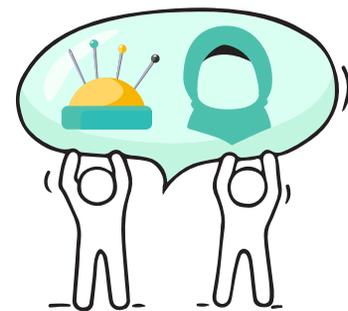
banyak diminati oleh pebisnis kuliner karena tingginya permintaan dari pelanggan menjelang lebaran.

Kalau kamu punya keahlian membuat kue, tak ada salahnya kamu memanfaatkan keahlianmu untuk menambah penghasilan. Berikan nilai jual yang unik pada produkmu sehingga tetap bisa memenangkan hati konsumen di tengah ramainya pasar kue kering menjelang lebaran. Mulai dari menggunakan bahan kualitas terbaik sehingga rasanya terjamin enak, hingga kemasan yang unik dan menarik.

Busana Muslim

Membeli baju baru di hari raya memang bukan hal yang wajib.

Tetapi ini juga adalah salah satu tradisi yang masih banyak dilakukan orang. Terutama mereka yang punya anak kecil.



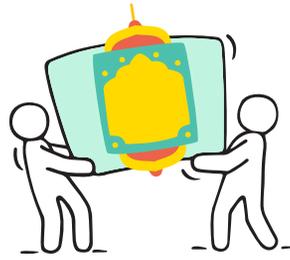
Ini yang menjadikan jual beli busana muslim dari tahun ke tahun masih menjadi bisnis yang menguntungkan, terutama sepanjang bulan Ramadan hingga menjelang lebaran.





Parsel

Ramadan dan lebaran adalah masa-masa di mana masyarakat memiliki



semangat berbagi yang lebih tinggi daripada hari-hari biasanya. Memberikan parsel ke orang lain, misalnya kerabat, kolega, hingga mitra bisnis adalah salah satu bentuknya. Menjelang lebaran, bisnis parsel adalah salah satu yang mengalami lonjakan permintaan. Baik itu dari pelanggan pribadi, hingga instansi seperti perusahaan atau lembaga lain.

Jika kamu ingin terjun ke bisnis ini, berikan tawaran berbagai variasi isi parsel untuk menyesuaikan dengan kebutuhan pelanggan. Misalnya, parsel kue kering, parsel sembako, parsel buah, dan lain sebagainya.

Makanan Siap Santap

Saat lebaran, salah satu yang wajib ada selain



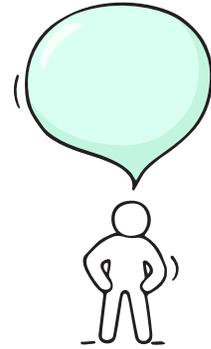
kue kering di rumah-rumah adalah makanan khas seperti ketupat, opor ayam, atau rendang. Pada umumnya, tiap keluarga punya resep masing-masing dan menjadikan memasak makanan ini sebagai rutinitas lebaran.

Tapi tentu saja tidak semua rumah dan keluarga seperti itu. Ini adalah peluang bisnis yang menarik,

terutama jika kamu jago memasak. Terapkan sistem pre-order untuk menjalankan bisnis ini sehingga tidak akan ada makanan yang basi dan sia-sia karena tidak ada yang membeli.

Kuota Internet

Pandemi COVID-19 yang terjadi saat ini, diprediksi masih akan berlangsung sampai beberapa bulan. Di masa pembatasan sosial yang sekarang sedang digalakkan oleh pemerintah, masyarakat diimbau untuk tidak mudik atau pulang ke kampung halaman. Padahal, mudik dan lebaran selama ini adalah tradisi yang tak terpisahkan.



Jika masyarakat mematuhi imbauan ini, sudah dapat dipastikan bahwa mereka yang tidak mudik, akan menggunakan teknologi untuk menggantikan tradisi sungkeman dan maaf-maafan saat lebaran, dengan menelepon dan juga video call.

Untuk memenuhi kebutuhan ini, berbisnis kuota internet bisa menjadi prospek yang sangat menarik untuk dijalankan. Bisnis kuota internet tidaklah susah, modalnya tidak perlu terlalu besar, dan hampir pasti mendatangkan keuntungan.

Nah, di antara peluang-peluang bisnis di atas, apakah ada yang ingin kamu coba menjelang lebaran tahun ini?



majoopreneur Stories



Zulham Kurniawan

Owner, Momo Cheese Tea

“Strategi yang kami terapkan sebenarnya *simple* tapi dampaknya luar biasa, yaitu merealisasikan saran atau permintaan dari konsumen kami sendiri yang mereka berikan saat Ramadan tahun lalu. Di antaranya mengeluarkan varian-varian baru khususnya varian segar, manis, dan asam yang sangat cocok untuk menjadi teman berbuka puasa.”

Jovan

Owner, Jofie Bakery

“Di tahun 2021 ini, kami akan beradaptasi dengan situasi yang baru. Kalau sejak pandemi semua orang berlomba-lomba melakukan segala hal secara virtual, tapi ketika sudah ada vaksin, secara perlahan masyarakat akan mulai kembali ke aktivitas langsung. Mau tak mau strateginya adalah harus bisa mengombinasikan aktivitas *online* dan *offline* atau *omnichannel*!”



Agam

Owner, Hakuna Matata Cafe

“Strategi unik menjelang ramadhan: Di hakuna banyak *customer* setia yang hampir tiap minggu datang, jadi kami rutin mengganti aksesoris/penataan letak dekorasi. Khusus untuk bulan ramadhan, kami berencana memberikan dekorasi tematik sehingga *customer* bisa merasakan *vibes* berbeda di bulan yg penuh berkah ini. Selain itu kami juga akan *me-launching* menu baru yang unik sebagai kajian buka puasa.”

05

Usaha Katering Makanan Sehat, Tren Bisnis Pilihan di Bulan Puasa



Bisnis kuliner memang tak pernah mati, mulai dari usaha katering, restoran, hingga waralaba gerai makanan atau minuman kekinian. Tiap tahunnya, akan muncul tren kuliner baru yang menjanjikan sebagai arus pendapatan tambahan bagi para pelaku usaha yang gemar melihat peluang. Namun, menjelang momen puasa dan lebaran seperti sekarang, bisnis katering makanan sehat diprediksi akan menjadi tren baru yang sayang untuk dilewatkan.

Katering makanan sehat

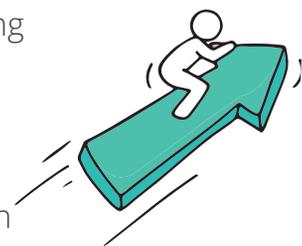
Sama seperti bisnis kuliner pada umumnya, bisnis katering sendiri pun dapat dibagi-bagi sesuai dengan kategori masing-masing. Ada katering model nasi kotak, katering industrial yang cocok untuk perusahaan, dan tentu saja katering sehat. Dibandingkan jenis-jenis lainnya, katering dengan sajian yang sehat memiliki nilai tambah serta keunikan tersendiri karena katering jenis ini tidak hanya menekankan kelezatan rasanya semata, tetapi juga mempertimbangkan keseimbangan gizi sehingga pelanggan yang ingin menjaga kesehatannya pun dapat terbantu dengan adanya katering ini.



Branding katering sehat tidak hanya mumpuni untuk menyasar pasar masa kini yang mulai sadar dengan pentingnya menjaga pola hidup sehat. Di samping itu, adanya branding sehat pada suatu katering juga memunculkan kesan bahwa usaha ini digarap dengan lebih serius, tidak seperti kebanyakan katering yang seringkali hanya bertujuan untuk menyediakan konsumsi bagi pelanggannya, terlepas dengan keseimbangan gizi makanan yang dikemas di dalamnya. Nilai tambah ini pula yang membuat banyak pelaku usaha di bidang katering mulai melirik jenis katering sehat.

Cocok dengan pola hidup masyarakat serba instan

Menyiapkan makanan bukanlah perkara yang mudah, ditambah lagi jika harus memastikan bahan-bahan bakunya masih segar sebelum diolah dengan gizi yang diperhatikan dengan benar. Tentunya, tak semua orang memiliki waktu untuk melakukannya, kan? Terlebih bagi mereka yang hidup di kawasan perkotaan yang serba sibuk dan terburu-buru. Padahal, justru dengan beragam kesibukan serta aktivitas yang harus dijalani itu pula kesehatan tubuh harus tetap dijaga.





Katering sehat yang menawarkan makanan jadi dengan gizi yang sudah diatur sesuai kebutuhan tentu bisa menjadi jawaban untuk mengatasinya. Pelanggan tidak perlu harus bangun lebih awal, pergi ke pasar untuk memilih sendiri bahan-bahan yang masih segar, dan menghabiskan waktu untuk mengolahnya. Cukup menyerahkan urusan konsumsi sepenuhnya pada pihak katering tanpa perlu ada kerepotan tambahan.

Jenis usaha yang tidak terganggu selama bulan puasa

Bagi pelaku usaha di bidang kuliner, bulan puasa bisa menjadi berkah sekaligus tantangan. Beberapa tempat usaha memanfaatkan momen ini untuk meningkatkan penjualan, tetapi ada juga yang pendapatannya justru berkurang karena harus mengubah jam operasional mengikuti waktu sahur atau berbuka, dan tutup di siang hari. Padahal, banyak juga pelanggan potensial yang enggan untuk keluar rumah di waktu-waktu tersebut. Untungnya, bisnis katering bukan termasuk jenis usaha yang akan terganggu dengan pergantian pola sosial di bulan puasa ini. Karena



katering umumnya diantarkan ke setiap rumah, mereka yang enggan keluar rumah saat sahur maupun berbuka pun dapat tetap menikmati hidangan katering. Beberapa katering yang melayani sajian sahur bahkan melakukan bundling produknya dengan layanan membangunkan pelanggan untuk sahur. Menarik, ya!

Dapat dinikmati siapa saja

Dengan adanya pembatasan sosial untuk menekan penyebaran pandemi COVID-19, katering memiliki keunggulan lain yang tak dimiliki oleh jenis usaha kuliner lainnya.

Selain mengantarkan makanan langsung ke depan pintu pelanggan, katering juga dapat dimanfaatkan oleh siapa pun. Orang

yang menerima katering tidak harus orang yang memesan katering tersebut. Sehingga, pelaku usaha di bidang ini juga dapat menasar orang-orang yang tidak tinggal serumah dengan keluarganya pada masa pandemi. Misalnya saja, orang tua yang khawatir dengan kondisi anaknya yang berkuliah di luar kota dan tak dapat pulang karena pembatasan sosial, bisa memesan katering untuk memastikan gizi anak tercintanya selalu terjaga setiap harinya. Atau, ada juga orang





yang memesan catering untuk diberikan ke pangkalan ojek di sekitar tempat tinggalnya. Layanan yang disajikan oleh catering bisa menjadi bentuk kepedulian seseorang terhadap orang lainnya.

Usaha catering makanan sehat merupakan salah satu tren bisnis yang menarik untuk dilakukan di bulan puasa semacam ini, terlebih dengan

adanya COVID-19 yang mengubah pola interaksi masyarakat, usaha ini bisa menjadi jawaban yang solutif. Untuk memudahkan mengatur pesanan serta produk yang akan dipasarkan, pelaku usaha di bidang ini juga dapat memanfaatkan aplikasi POS seperti aplikasi majoo yang dapat mencatat data penjualan dan laporan stok, kemudian membuat laporan keuangan yang akurat secara otomatis.



aplikasi wirausaha



Beragam Solusi Cerdas di Satu Aplikasi Wirausaha

Kasir Online

Loyalti

Keuangan

Karyawan

Inventori

Analisa Bisnis



PANTAU & KONTROL PENJUALAN CABANG DARI MANAPUN

Mengurangi kecurangan/fraud



KONTROL BIAYA USAHA

Maksimalkan keuntungan



LAPORAN KEUANGAN OTOMATIS

Tidak perlu lembur yang
menyita waktu



TINGKATKAN LOYALITAS PELANGGAN

Tingkatkan penjualan



@majooindonesia

www.majoo.id



06

Usaha Kue Kering, Bisnis Rumahan untuk Menyambut Bulan Ramadan dan Lebaran



BACK TO DAFTAR ISI



Menyambut datangnya bulan Ramadan, usaha kue kering bisa menjadi pilihan kegiatan untuk ditekuni sebagai alternatif penghasilan tambahan. Terlebih menjelang masa lebaran, bisnis rumahan yang satu ini akan semakin mudah ditemui hampir di semua daerah. Bisnis yang satu ini memang memiliki banyak keuntungan yang membuat banyak pelaku usaha tertarik untuk melirikinya. Beberapa di antaranya juga bisa kamu jadikan pertimbangan jika masih ragu apakah ingin ikut menekuni bisnis yang satu ini atau tidak:

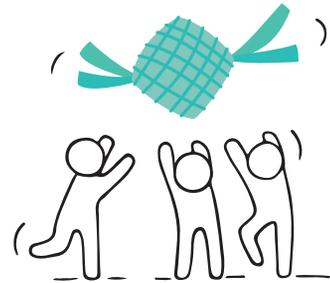
1. Bisa dimulai dari rumah

Tidak seperti kebanyakan bisnis lainnya, kamu tak perlu memiliki toko khusus untuk memasarkan kue-kue yang sudah kamu buat. Tergantung skala usahanya, kamu juga tidak membutuhkan pabrik untuk memastikan produksi terus berjalan. Bisnis yang satu ini bisa dijalankan dari rumah, mulai pembuatan, pengelolaan, hingga pemasarannya pun dapat dilakukan tanpa pergi ke luar rumah. Bagi kamu yang tidak menyiapkan modal terlalu besar, bisnis ini tentu bisa menjadi pilihan terbaik yang menggiurkan.



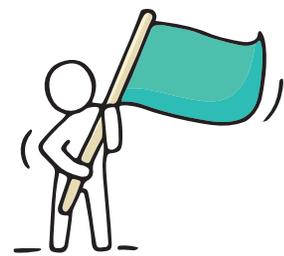
2. Kamu dapat memanfaatkan momen Ramadan dan lebaran

Menyiapkan camilan manis untuk berbuka puasa bisa dibilang sebuah tradisi yang terus dipertahankan oleh masyarakat kita. Masalahnya, tidak semua rumah memiliki waktu untuk menyiapkan sendiri camilan manis tersebut. Kamu bisa memanfaatkan peluang ini untuk menjajakan kue buatanmu. Selain saat puasa sendiri, bisnis rumahan yang satu ini juga banyak digemari pada saat lebaran, yang sudah umum bagi setiap rumah untuk menyediakan suguhan bagi tamu yang datang di masa lebaran atau bahkan mengirimkannya sebagai parcel untuk teman maupun kolega. Momen semacam ini tentu sayang untuk dilewatkan begitu saja, bukan?



3. Pasar selalu tersedia

Meski bisnis serupa sudah banyak menjamur, keuntungan yang didapatkan tetap tinggi karena banyak orang yang terbiasa untuk membeli camilan ringan ini dari lebih dari satu sumber. Kamu tak perlu takut akan kehabisan pasar karena akan selalu ada orang yang membutuhkan

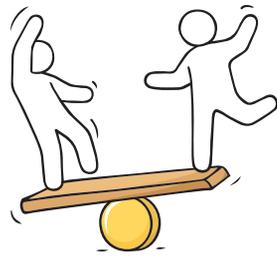




kue-kue buatanmu untuk sajian buka puasa maupun hantaran serta suguhan di waktu lebaran. Terlebih lagi, budaya menyuguhkan penganan di masa lebaran tidak hanya terbatas pada mereka yang merayakan lebaran saja, sehingga pasar yang bisa kamu sasar pun bisa lebih luas.

4. **Bisnis rumahan dengan biaya yang dapat disesuaikan**

Modal yang diperlukan untuk menjalankan bisnis yang satu ini bisa dibilang cukup fleksibel. Kamu bisa menyesuaikan produk yang ingin kamu buat dengan modal yang kamu miliki, berapa pun itu. Jenis kue yang bisa kamu buat pun cukup beragam sehingga kamu dapat lebih mengontrol kue apa yang ingin dibuat dan berapa modal yang diperlukan untuk membuatnya. Agar biaya yang dikeluarkan bisa lebih efektif, kamu juga dapat memasarkan produk kue buatanmu dengan sistem PO, sehingga kamu hanya perlu membuat kue sesuai dengan pesanan yang masuk. Dengan demikian, kamu tidak perlu khawatir akan ada biaya berlebihan akibat bahan yang telah disiapkan harus terbuang karena pesanan yang masuk tidak sesuai.



5. **Dapat dipasarkan di mana saja.**

Dengan majunya produk teknologi, kamu tak perlu lagi bingung cara memasarkan kue-kue yang sudah kamu buat.



Selain dengan cara konvensional melalui testimoni dari mulut ke mulut, atau kepada keluarga maupun teman-teman terdekat, kamu juga bisa memanfaatkan berbagai platform digital untuk melakukan pemasaran. Media sosial juga masih menjadi salah satu alternatif menarik untuk memasarkan produk. Kamu juga bisa memanfaatkan berbagai macam platform e-commerce atau marketplace digital untuk melakukannya. Tentunya, dengan platform-platform digital tersebut Kamu pun tak perlu lagi harus keluar rumah, bukan?

Usaha kue kering mungkin terdengar sederhana, tetapi tetap menjadi salah satu peluang bisnis rumahan yang bisa Kamu maksimalkan untuk menambah pendapatan di bulan Ramadan. Terlebih lagi adanya pandemi virus corona mungkin akan membuat bulan Ramadan tahun ini terasa sedikit berbeda. Memiliki sumber pendapatan yang tidak mengharuskan Kamu sering-sering ke luar rumah tentu menjadi salah satu pilihan yang patut untuk dipertimbangkan, bukan?



07

Apa Perbedaan Antara Hampers Lebaran dengan Parsel?





Menjelang hari raya Idulfitri, tak jarang kita menemukan berbagai macam hampers Lebaran yang dikemas cantik untuk dikirim-kirimkan, baik ke sanak saudara, kolega bisnis, atau orang-orang terdekat lainnya. Istilah hamper mungkin baru ramai dikenal akhir-akhir ini saja, sebelumnya mungkin kita lebih familier dengan istilah parcel Lebaran.

Sebenarnya apa, sih, yang membedakan antara hamper dan parcel?

Perbedaan perlakuan antara hamper dan parcel Lebaran?

Banyak yang beranggapan bahwa berbeda dengan parcel, hamper perlu diperlakukan dengan lebih hati-hati. Karena umumnya hamper dikemas secara cantik, saat pengiriman pun hamper perlu dipisahkan dengan barang-barang lain agar tidak saling terbentur hingga kemasannya rusak.

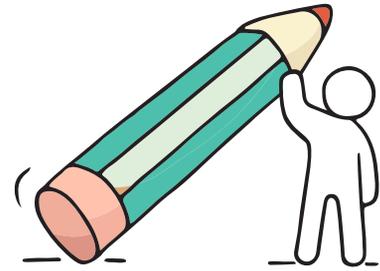
Sebaliknya, parcel tidak perlu diperlakukan dengan sangat hati-hati sekali seperti hamper karena umumnya parcel memiliki kemasan yang lebih kokoh dengan kotak kardus tebal ataupun keranjang anyaman.

Dalam situasi riil yang banyak ditemui, perbedaan perlakuan tersebut memang ada benarnya. Namun, akhir-akhir ini,

hamper tidak lagi dikemas dengan ringkih meskipun secara estetika masih enak dilihat. Sehingga untuk hamper dengan kemasan yang sama kokohnya, perbedaan perlakuan ini tidak lagi terlihat karena hamper tersebut juga kerap dikirimkan secara masal dengan posisi saling tumpang-tindih.

Perbedaan asal katanya?

Selain anggapan bahwa hamper dan parcel perlakuan memperoleh perlakuan yang berbeda, terutama pada saat proses pengiriman, ada juga yang beranggapan bahwa perbedaan antara kedua bingkisan ini diambil dari asal katanya.



Tak jarang orang menganggap bahwa parcel merupakan kata dalam bahasa Indonesia, sementara hamper merupakan kata dalam bahasa Inggris. Padahal, sebenarnya keduanya sudah diserap ke dalam bahasa Indonesia dan dapat ditemukan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia sebagai kata yang baku.

Untuk asal katanya sendiri, baik hamper maupun parcel sama-sama diserap dari bahasa Inggris. Kata parcel diserap dari kata parcel, sementara hamper memiliki penulisan yang sama baik dalam bahasa Indonesia maupun bahasa





Inggris. Namun, yang tak diketahui oleh banyak orang adalah fakta bahwa kata parcel serta hamper dalam bahasa Inggris sesungguhnya juga merupakan kata serapan dari bahasa lain, yaitu bahasa Prancis.

Kata parcel dipinjam dari bahasa Prancis lama, *parcelle* yang disadur dari bahasa latin *particella*; sementara kata hamper disebutkan diambil dari bahasa Prancis, *hanapier* yang memiliki arti keranjang piala.

Jadi, jika dibilang bahwa hamper dan parcel lebaran memiliki perbedaan asal kata, sebenarnya tak sepenuhnya benar. Sama seperti perbedaan perlakuan yang diterima keduanya, perbedaan asal kata ini juga merupakan salah kaprah yang diyakini banyak orang sebagai sesuatu yang benar. Perbedaan arti dalam bahasa Indonesia?

Jika bukan dari asal katanya, apakah mungkin hamper dan parcel memiliki arti yang berbeda dalam bahasa Indonesia itu sendiri?

Sesungguhnya, jika mengacu pada pengertian hamper dan parcel dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, keduanya memiliki arti yang benar-benar sama. Hanya saja, dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, hamper diartikan sebagai parcel, sementara

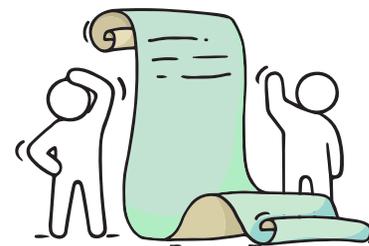
parcel memiliki penjelasan yang lebih panjang, yaitu "bingkisan yang berisi berbagai hadiah, seperti aneka kue, makanan dan minuman dalam kaleng, atau barang pecah belah, yang ditata apik dalam keranjang dan dikirimkan kepada orang-orang tertentu pada hari raya."

Lalu, sebenarnya apa yang membedakan antara hamper dan juga parcel?

Perbedaan antara hamper dan parcel

Dilihat dari perlakuan, asal kata, serta artinya dalam bahasa Indonesia, hamper dan parcel sesungguhnya tak memiliki perbedaan yang signifikan. Namun, dalam bisnis keduanya memiliki persepsi yang sangat jauh berbeda.

Sebagai kata yang baru beberapa waktu terakhir ini digunakan, kata hamper dianggap memiliki kesan yang lebih modern, terutama jika dibandingkan dengan parcel yang sudah digunakannya sejak berpuluh-puluh tahun lalu. Perbedaan kesan ini kemudian mengarah pada perbedaan citra dari kedua istilah yang sebenarnya merujuk pada hal yang sama ini.





Hamper yang lebih modern dianggap memiliki citra yang lebih positif, sesuatu yang baru dibanding parcel yang dianggap kuno. Tak adanya perbedaan penulisan hamper dalam bahasa Indonesia maupun bahasa Inggris pun membuatnya terasa lebih 'keren' dan 'kebarat-baratan'. Dalam dunia bisnis, tak jarang sebuah merek dicitrakan dengan istilah asing untuk menaikkan daya jualnya sebagai sebuah peluang bisnis, istilah hamper pun demikian.

Pelaku usaha disarankan untuk menggunakan istilah hamper, dan bukan parcel, untuk menambah nilai

jual dari produk yang ditawarkannya. Khususnya jika pasar yang ditarget untuk produk tersebut memang berkisar di segmen usia belasan hingga dua puluh-tiga puluh tahun yang mungkin lebih familier dan lebih nyaman dalam menggunakan istilah-istilah dalam bahasa asing.

Estetika hamper yang sejak awal kemunculannya selalu diperhatikan, yaitu dengan selalu mengemasnya secara cantik dan elegan, juga menjadi nilai jual lainnya yang mungkin tak dapat ditemukan dalam parcel.



aplikasi wirausaha

majoo extra

langganan majoo
sekarang,
EXTRA 1.000.000*
kemudian.

Kasir Online

Karyawan

Akuntansi

Inventori

Aplikasi CRM

Analisa Bisnis

Aplikasi Owner

Order Online

*Langganan 12 bulan, bisa mendapatkan benefit senilai 1 juta yang terdiri dari: 2 bulan langganan senilai 500rb, standee neo senilai 250rb, voucher majoo 250rb.



08

Pentingnya Meluncurkan Program Promo Lebaran dan Ramadan bagi Bisnis



BACK TO DAFTAR ISI



Ketika sudah memasuki pertengahan hingga akhir bulan Ramadan, umum bagi kita untuk melihat promo Lebaran bertebaran di mana-mana. Bahkan, keberadaan COVID-19 yang ditetapkan sebagai pandemi pun rasanya tidak terlalu memengaruhi tradisi yang satu ini. Bagi pelaku usaha, program promo semacam ini memang terbukti ampuh untuk meningkatkan penjualan. Namun, sebenarnya alasan apa saja yang membuat promo-promo menjelang Lebaran tersebut begitu penting bagi kelanjutan sebuah bisnis, sih?

Dinilai mampu mendorong minat beli pelanggan

Selain menjamurnya berbagai macam promo yang diluncurkan untuk menyambut Lebaran, ada satu fenomena lain yang umumnya juga mengikuti, atau bahkan mendahului: naiknya harga-harga barang. Banyaknya kebutuhan dan printilan yang perlu dibeli untuk merayakan Lebaran, ditambah produksi yang cenderung menurun karena bulan puasa serta banyaknya hari libur, menyebabkan harga barang di pasaran akan melambung di luar harga normal. Keadaan ini tentunya membuat pelanggan semakin enggan untuk membelanjakan uangnya dan memilih untuk membeli kebutuhan-kebutuhan yang memang penting saja, kan?



Nah, program-program promo kerap membuat seseorang dapat membeli suatu produk dengan harga khusus. Di tengah banyaknya barang yang harganya sudah cukup tinggi, barang-barang serta jasa yang ditawarkan dengan harga promo tentunya akan lebih menarik minat pelanggan untuk membeli. Tak heran jika banyak pelaku usaha yang memanfaatkan promo ini untuk memastikan angka penjualan tidak anjlok pada masa-masa seperti ini.

Sebagai solusi untuk mengurangi beban produksi

Sebagai salah satu hari besar yang seolah sudah menjadi tradisi berskala nasional, Lebaran tidak hanya dirayakan oleh konsumen atau pelanggan akhir dari suatu bisnis saja. Dari sisi bisnisnya sendiri, orang-orang yang bekerja di bidang produksi juga memiliki keinginan untuk merayakan Lebaran bersama keluarga maupun orang-orang tercinta. Tak heran jika menjelang Lebaran,





angka produksi cenderung turun. Tak hanya dari bisnis yang memasarkan produk saja, sumber daya manusia pada bisnis jasa pun berkurang di masa-masa ini. Program promo khusus menjelang Lebaran bisa menjadi solusi untuk menjawab persoalan ini.

Dengan mengeluarkan promo berupa produk yang bersifat khusus, produksi produk reguler bisa dikurangi atau dihentikan, kemudian dialihkan untuk menyulap produk-

produk yang sudah ada menjadi produk dengan kemasan Lebaran. Jadi, alih-alih membuat produk baru, promo yang diluncurkan dengan tema

Lebaran bisa memanfaatkan produk-produk yang sudah ada, tetapi dengan mengubah kemasan maupun model pemasarannya saja menjadi produk khusus yang hanya dapat dibeli pada saat Lebaran.

Program promo dapat menjadi apresiasi terhadap pelanggan

Alasan lain promo untuk menyambut datangnya Lebaran ini penting adalah karena program-program ini dapat dikemas sebagai bentuk

apresiasi terhadap loyalitas yang diberikan oleh pelanggan. Dengan mengeluarkan penawaran terbatas, pelaku usaha dapat menunjukkan bentuk kepeduliannya terhadap apresiasi yang diberikan oleh pelanggan kepada produknya. Terlebih jika promo ini hanya berlaku untuk pelanggan istimewa dalam bentuk program loyalitas, pelanggan pun akan mendapatkan nilai lebih dari produk atau jasa yang ditawarkan, dan tertarik

untuk ikut dalam program loyalitas tersebut yang kerap bisa menjadi potensi arus pendapatan jangka panjang yang baru.

Itulah alasan mengeluarkan

promo khusus pada saat Lebaran menjadi pilihan menyenangkan yang selalu muncul di saat-saat seperti ini. Jika kamu tertarik untuk menggabungkan promo Lebaran dengan program loyalitas pelanggan, kamu bisa mencoba menggabungkan aplikasi majoo yang sudah dilengkapi dengan fitur loyalitas, sehingga mengatur serta merancang promo yang menarik untuk Lebaran pun bisa semakin mudah untuk dilakukan.



09

Meningkatkan Digital Marketing di Bulan Ramadan Menggunakan Fitur SMS Marketing

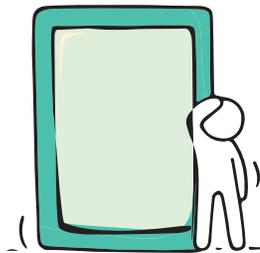




Dengan adanya "new normal" sebagai dampak dari pandemi COVID-19, pemasaran secara digital seperti dengan SMS Marketing menjadi cara baru yang membantu para pelaku usaha bertahan melewati masa-masa krisis. Bagaimana tidak, mengikuti anjuran pemerintah terkait pembatasan sosial untuk menekan penyebaran COVID-19, bisnis tidak bisa dijalankan dengan cara yang sebelumnya biasa dilakukan. Melakukan pemasaran langsung maupun penjualan dari pintu ke pintu sudah bukan lagi cara yang efektif, itulah mengapa media-media digital muncul sebagai alternatif untuk mengatasi masalah tersebut.

Apa itu pemasaran digital atau digital marketing?

Berbeda dengan pemasaran konvensional, tujuan utama pemasaran digital bukanlah meningkatkan angka penjualan secara langsung. Pemasaran digital lebih banyak digunakan untuk mempromosikan produk kepada pelanggan potensial melalui media digital dengan tujuan akhir membuat pelanggan tertarik untuk melakukan pembelian. Oleh karena itu, selain dapat memperbesar potensi untuk meningkatkan angka penjualan, pemasaran digital juga membantu



produk yang dipasarkan diketahui oleh pasar yang lebih luas.

Bagaimana cara meningkatkan pemasaran digital?

Kata digital pada pemasaran digital kerap membuat banyak orang beranggapan bahwa model pemasaran yang satu ini dilakukan melalui internet. Internet memang menjadi salah satu media yang dapat digunakan untuk pemasaran digital, tetapi model pemasaran yang satu ini juga dapat dilakukan dengan media selain internet, salah satunya melalui SMS atau layanan pesan singkat. Mengirimkan informasi promo melalui pesan singkat langsung ke ponsel pelanggan potensial dapat membantu pelaku usaha membesarkan merek produk yang dipasarkannya, memberi tahu keberadaan produk kepada pelanggan, dan mendorong pelanggan tersebut untuk melakukan pembelian.



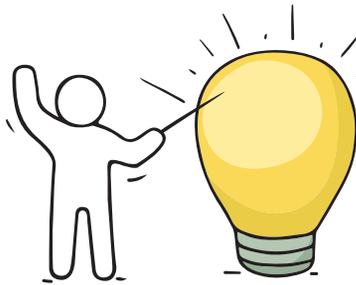
Bagaimana cara memanfaatkan pemasaran digital untuk promo Ramadan?

Bulan Ramadan merupakan salah satu momen penting yang dapat dimanfaatkan untuk memasarkan produk. Hampir setiap pelaku usaha tentu sudah memikirkan promo menarik untuk mendorong pelanggan melakukan





transaksi. Namun, dengan adanya aturan pembatasan sosial berskala besar di beberapa wilayah untuk menekan penyebaran pandemi COVID-19, penyampaian promo Ramadan kepada pelanggan menjadi terganggu dan sulit dilakukan dengan cara-cara konvensional. Untungnya, dengan model pemasaran digital, para pelaku usaha masih dapat menjangkau pelanggan untuk memberikan informasi seputar promo tersebut. Melalui pemasaran digital, pelaku usaha juga dapat memberikan cara-cara melakukan transaksi tanpa perlu meninggalkan rumah, sehingga pelanggan yang melakukan pembatasan sosial pun masih bisa menikmati promo tersebut.



dan juga karakter pelanggan sebelum menyampaikan informasi pemasaran.

Bagi bisnis dengan sifat yang lebih personal, menyampaikan informasi atau promo Ramadan akan lebih efektif dilakukan dengan SMS atau email, karena pelaku usaha dapat memilih siapa saja yang akan menerima informasi pemasaran tersebut berdasarkan data pelanggan yang dimiliki. Pelaku

usaha dapat memberikan informasi produk sesuai dengan pelanggan yang akan menerima. Misalnya saja, dengan pemasaran digital yang tertarget ini, pelaku usaha dapat memilih untuk

memberikan informasi promo seputar alat-alat kebutuhan rumah tangga kepada pelanggan perempuan berusia 25-40 tahun saja karena pelanggan tersebut merupakan orang yang paling potensial untuk melakukan pembelian dari promo terkait.

Apa yang harus diperhatikan saat melakukan pemasaran promo?

Setiap media memiliki tujuan dan pasarnya tersendiri. Media internet merupakan alat yang sangat membantu untuk menjangkau pelanggan potensial secara luas. Pelaku usaha, misalnya saja, dapat mempertimbangkan untuk memasang iklan digital yang dapat dilihat oleh banyak orang secara online. Di samping itu, pelaku usaha juga dapat menggunakan media SMS maupun email untuk melakukan pemasaran digital yang lebih tertarget. Oleh karena itu, penting untuk mengenali sifat bisnis

Untuk mempermudah merancang dan menjalankan pemasaran digital, aplikasi POS seperti aplikasi majoo menawarkan fitur SMS Marketing yang dapat digunakan oleh setiap pelaku usaha. Dengan fitur ini, pelaku usaha dapat mengirim SMS ke daftar nomor pelanggan untuk menyampaikan informasi pemasaran maupun mempromosikan produk baru. Angka penjualan pun dapat didorong meski aturan pembatasan sosial berskala besar diberlakukan.



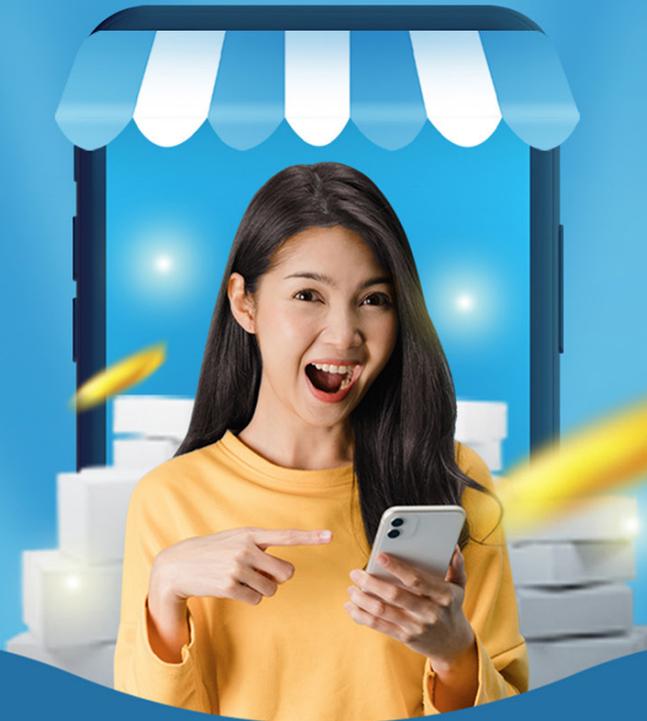
JUALAN DI BLIBLI HANYA

1 KLIK



MUDAH DAFTARNYA BANYAK KEUNTUNGANNYA

BEBAS BIAYA DEPOSIT | BEBAS KOMISI SEMUA KATEGORI* | GRATIS ONGKIR | BONUS MODAL PROMO HINGGA 5,6 JUTA



Bebas Deposit & Komisi

Komisi 0% seluruh kategori selama 3 bulan*



Gratis Ongkir

E-commerce dengan program gratis ongkir terbaik se-Indonesia



Upload Produk Mudah

1 klik produk langsung live



Bonus Modal Promo Hingga 5,6 Juta

Saldo Bliklan hingga 5,4 juta & Seller Voucher 200 ribu

Upgrade Fitur Premium Bebas Biaya Tambahan

Official Store & Fulfillment by Blibli



Daftar sekarang: bit.ly/cobablibli

10

Socialpreneur, Pendekatan Baru dalam Dunia Wirausaha



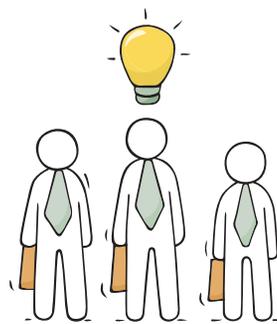


Di tengah ramainya anggapan bisnis adalah entitas yang hanya mementingkan kepentingan pribadi, banyak pemilik usaha yang berupaya mengubah stigma tersebut. Karena itu, wirausaha atau bisnis mulai diselaraskan dengan upaya berbagi kembali dengan masyarakat.

Tren ini dikenal dengan istilah *socialpreneur*, yang merupakan pendekatan usaha dengan kesadaran bahwa bisnis tidak selalu tentang profit. Pemilik usaha atau leader dalam organisasi bisnis menetapkan kompas moral bagi karyawan, yang juga terlihat oleh konsumen pada saat yang bersamaan.

Mengenal lebih dalam tentang *socialpreneur*

Jika kamu memiliki bisnis, kapan sebetulnya kamu bisa disebut sebagai seorang *socialpreneur*? Atau siapa sebenarnya *socialpreneur* itu?



Kita dapat membedah *socialpreneur* berdasarkan definisi kata penyusunnya yaitu social dan entrepreneurship. Menilik makna kedua kata tersebut, *socialpreneur* dapat diartikan sebagai kegiatan wirausaha yang ditujukan untuk menyelesaikan masalah sosial.

Jadi, *socialpreneur* berangkat dari kepekaan memperhatikan lingkungan sekitar. Seorang *socialpreneur* mampu menangkap kebutuhan masyarakat dan mencari cara untuk memenuhinya sambil tetap menghasilkan profit.

Masalah sosial adalah isu di tengah masyarakat yang menghalangi masyarakat mencapai potensi optimalnya. Beberapa persoalan tersebut antara lain kemiskinan, pengangguran, peluang yang tidak merata, sampai malnutrisi.

Menjadikan masyarakat sebagai rekan kerja

Socialpreneur sering dianggap suatu model bisnis yang menjadikan masyarakat sebagai objek. Padahal, di dalam *socialpreneur*, masyarakat justru berada dalam posisi sebagai rekan kerja.



Pemilik usaha membina masyarakat dan terikat dengan komitmen berupa social engagement. Konsep social engagement tersebut yang akan menentukan jalannya sistem bisnis sosial tersebut.

Supaya bisnis terus berjalan, tentu bisnis tersebut harus menghasilkan profit. Namun, nilai ekonomi bukanlah fokus utama dalam model





bisnis *socialpreneur*. Pemilik usaha memusatkan perhatian kepada nilai sosial.

Pentingnya *socialpreneur* sebagai pendekatan wirausaha

Seperti yang telah diketahui, pola pikir seorang *socialpreneur* berbeda dari kebanyakan pemilik usaha atau pimpinan perusahaan. Fokus bisnis dalam benak seorang *socialpreneur* terbagi antara membantu masyarakat dan menghasilkan profit.

Nah, menjadi seorang *socialpreneur* memberikan ruang bagi kamu untuk memperjuangkan isu-isu yang menurutmu penting. Biasanya, para pelaku *socialpreneur* memang memahami permasalahan sosial dan mampu menemukan solusinya melalui strategi kewirausahaan.

Selain penting bagi pemilik usaha dalam hal berkesempatan memperjuangkan isu yang menjadi perhatian, model bisnis ini jelas bermanfaat bagi masyarakat. Kebanyakan konsep kewirausahaan sosial ini mampu meningkatkan taraf hidup masyarakat.

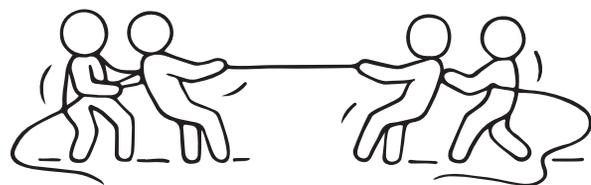
Melalui konsep *socialpreneur*, banyak lapangan pekerjaan terbuka dan iklim ketenagakerjaan yang kondusif terbentuk. Dalam jangka panjang, hal ini akan memperbaiki masalah

kesejahteraan, pendidikan, lingkungan, dan pastinya ekonomi.

Sementara itu, menjadi bisnis yang bergerak menyelesaikan permasalahan sosial juga mendatangkan publisitas bagi bisnis. Konsumen akan melihat bahwa bisnis milikmu memiliki kepedulian kepada masyarakat.

Banyak orang bisa memberikan donasi dengan mudah, tetapi menjalankan entitas bisnis yang mengusung filantropi merupakan kasus berbeda. Wajar saja bila konsumen lebih kagum dan bersedia mendukung bisnismu.

Secara tidak langsung, menjadi pelanggan setiap bisnismu membuat konsumen ambil peran dalam sesuatu yang lebih besar daripada sekadar keuntungan bisnis.



Cara menjadi *socialpreneur*

Menjadi *socialpreneur* mungkin mudah dikatakan, tetapi pelaksanaannya bisa sangat menantang. Menemukan isu yang ingin kamu perjuangkan mungkin merupakan bagian paling mudah dari serangkaian proses panjang kewirausahaan sosial ini.





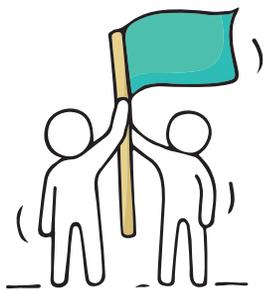
Berikutnya, kamu akan mulai menemui tantangan tentang bagaimana mengintegrasikan isu tersebut ke dalam sebuah model bisnis. Belum lagi, tantangan eksternal yang berpotensi muncul.

Misalnya, tantangan dari mitra kerja atau pasar. Sering kali tidak mudah menjaga kontinuitas model bisnis sosial karena masyarakat Indonesia sendiri memang belum terlalu tertarik dengan dunia bisnis.

Mayoritas masyarakat masih menganggap profesi ideal adalah bekerja sebagai karyawan. Karena itu, menjadi pemilik usaha dan mengajak masyarakat bermitra membangun bisnis tidaklah mudah. Meskipun begitu, langkah-langkah di bawah ini bisa kamu terapkan jika ingin merintis bisnis sosial.

1. Kenali isu yang ingin kamu perjuangkan

Sesuai pembahasan di awal artikel, seorang *socialpreneur* idealnya memandang persoalan sosial sebagai fokus utama. Artinya, kamu perlu tahu isu apa yang kamu anggap penting untuk diperjuangkan? Bahkan, kamu juga

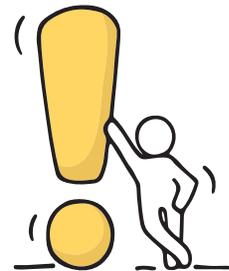


perlu memahami makna filantropi bagi dirimu sendiri. Sebab di tengah berbagai persoalan sosial yang ada, tidak mungkin semuanya bisa kamu selesaikan.

Dengan definisi filantropi yang jelas dan fokus yang jelas, kamu akan lebih mudah menyusun bisnis sosial. Contohnya, bagi kamu filantropi mungkin berarti meningkatkan kualitas hidup. Dengan demikian, kamu dapat merunut isu-isu seputar peningkatan kualitas hidup masyarakat yang mungkin dapat kamu selesaikan.

2. Berpikirlah layaknya investor saat menyelesaikan masalah sosial

Setelah menemukan isu yang ingin kamu selesaikan, lihatlah isu tersebut dari sudut pandang seorang investor. Setiap investor tentu ingin investasinya kembali dan menguntungkan.



Sebab itu, kamu akan menilik persoalan tersebut dan mencari cara untuk mengubahnya menjadi sesuatu yang menguntungkan. Inisiatif yang dilakukan Andien Aisyah dapat menjadi inspirasi. Selain populer sebagai seorang penyanyi, Andien juga banyak menaruh perhatian pada isu lingkungan dan sosial.



Kita tahu, sampah merupakan persoalan serius yang akan mengganggu ekosistem manusia jika terus dibiarkan, termasuk masalah sampah fesyen. Di sisi lain, seiring dengan bertumbuhnya industri fesyen, banyak penjahit mulai kehilangan pelanggan karena orang sudah lebih memilih membeli produk jadi.

Melalui Setali Indonesia, Andien mencoba berkontribusi menyelesaikan persoalan tersebut. Setali menerima

pakaian bekas untuk dilakukan proses *upcycle* oleh para penjahit yang mulai kehilangan pelanggan. Pakaian hasil *upcycle* tersebut dijual kembali sehingga usia pakaian pun lebih panjang dan tidak segera menjadi limbah.

Meskipun tidak mudah, semoga kita bisa mengambil bagian dalam menyelesaikan permasalahan sosial yang ada.





11

6 Tokoh *Socialpreneur* yang Sukses di Indonesia



BACK TO DAFTAR ISI





Socialpreneur atau yang juga dikenal dengan Wirausaha Sosial adalah kegiatan berwirausaha berbasis bisnis dengan misi utama menciptakan Social Impact, yang membantu meningkatkan taraf hidup masyarakat kelas bawah. Misi utama *socialpreneur* adalah memandirikan masyarakat kelas bawah.

Seorang *socialpreneur* sudah selayaknya berani mengambil risiko dan tidak pernah berhenti berupaya untuk memberikan dampak positif melalui berbagai inisiatif yang dilakukannya.

Jika pada umumnya seseorang mendirikan dan menjalankan bisnis demi mengejar profit setinggi-tingginya, tidak demikian halnya dengan *socialpreneur*. *Socialpreneur* lebih menekankan unsur isu sosial daripada keuntungan semata.

Bukan berarti mereka mengabaikan keuntungan atau profit. *Socialpreneur* tetap mendapatkan keuntungan. Namun, keuntungan ini dimanfaatkan untuk membuat sebuah aksi positif dan bukannya untuk keuntungan pribadi.

Beberapa orang berikut ini tergerak hatinya untuk menjalankan usaha yang tidak hanya bertujuan untuk mendapatkan keuntungan, tapi juga cenderung berupaya menolong sesama yang membutuhkan bantuan di lingkungan sekitarnya. Mereka berasal dari latar belakang yang berbeda

tapi memiliki tujuan yang sama, yaitu bermanfaat bagi sesama dan berkontribusi untuk kemajuan bangsa.

Berikut kisah sukses 6 sosok tokoh *socialpreneur* Indonesia yang telah membuktikan bahwa ide bisnis wirausaha dengan membantu sesama bisa meraih sukses secara beriringan.

1 Masril Koto

Masril Koto memahami bahwa modal adalah permasalahan umum yang banyak dialami oleh petani di Indonesia. Masril adalah seorang petani yang tidak pernah merasakan lulus SD, tapi dengan usaha dan dukungan para petani seperjuangannya ia berhasil mendirikan Lembaga Keuangan Mikro Agribisnis (LKMA) Prima Tani di wilayahnya Nagari Koto Tinggi Kecamatan Baso, Kabupaten Agam, Sumatera Barat, pada tahun 2007.



Masril memiliki misi untuk menyejahterakan para petani, terutama yang berada di daerah tempat tinggalnya. Produk tabungan yang dibuatnya pun bermacam-macam seperti tabungan persiapan persalinan, tabungan pembayaran pajak motor, juga tabungan pendidikan anak. Masril tidak ingin para petani hanya dieksploitasi dan berpenghasilan yang tak seberapa.





2. Dea Valencia

Dea adalah seorang lulusan Universitas Multimedia Nusantara, Tangerang. Sudah sejak lama Dea memiliki cita-cita untuk mampu membawa batik ke pasar internasional.

Dea tidak sendirian. Kepedulianya terhadap kaum difabel membuat Dea mengajak mereka bekerja sama. Dalam bisnis ini, Dea dibantu dan didukung penuh oleh karyawannya yang mayoritas merupakan kaum difabel. Batik Kultur Dea sukses bukan hanya di dalam negeri namun juga di luar negeri seperti Australia, Amerika Serikat, Inggris, Jepang, Belanda, Jerman, dan banyak negara lainnya. Dea mampu meraup omset hingga milyaran rupiah dari usaha batiknya.



berjualan sekaligus berbagi dengan yang membutuhkan.

Karim kini dikenal aktif sebagai Direktur Eksekutif Sahabat Pulau, sebuah komunitas yang dibentuk olehnya dan yang fokus bergerak dalam bidang *volunteering* dan *community development*. Aktivitas Sahabat Pulau ini sudah tersebar di banyak titik di Indonesia. Misinya adalah menyelesaikan problem pendidikan pemuda dan anak-anak Indonesia, dan juga pemberdayaan wanita pesisir.

4. Agis Nur Aulia

Saat banyak pemuda enggan terjun di bidang pertanian karena dianggap tak menjanjikan atau kurang bergengsi, tidak demikian adanya dengan Agis, sarjana muda cumlaude dari Universitas Gajah Mada. Agis justru serius menggarap pertanian terpadu dan mengajak anak muda lainnya untuk ikut bertani.



3. Muhammad Abdul Karim

Abdul Karim berasal dari Tasikmalaya. Sejak masih kuliah Abdul Karim sudah memikirkan caranya menjadi pengusaha. Usaha bisnisnya dimulai dari berjualan donat dan nasi kuning, walau tak setiap hari barang dagangannya laris. Sisa dagangannya itulah yang sering ia berikan ke panti asuhan. Dari situ ia merasakan ada kepuasan tersendiri





Yogyakarta, Jawa Barat bahkan dari NTT. Kebanyakan dari mereka hendak mencontoh model pertanian yang dibangun oleh Jawara Banten Farm.

5. Mesty Ariotedjo

Mungkin banyak dari kamu yang mengenal Mesty sebagai seorang wanita cantik yang jago memainkan harpa. Tapi tidak hanya itu. Lulusan fakultas kedokteran Universitas Indonesia ini juga memiliki minat yang besar tentang isu-isu kesehatan khususnya di daerah pelosok Indonesia yang masih kurang mendapat perhatian dari pemerintah.



Mesty merealisasikan kepeduliannya ini bersama beberapa rekannya dengan membuat Wecare.id, yang merupakan situs penggalangan dana bagi pasien kurang mampu di daerah terpencil, yang membutuhkan akses kesehatan mulai dari pemeriksaan, perawatan, biaya rujukan sampai dengan biaya kontrol. Sudah banyak pasien yang tertolong berkat aksi sosialnya ini.

6. Tarjono Slamet

Pada tahun 1990, Tarjono menghadapi kenyataan kaki kirinya harus diamputasi dan 10 jari tangannya tidak dapat digerakan karena mengalami kerusakan syaraf.

Tarjono tentunya terpuruk dan membutuhkan waktu cukup lama untuk mengembalikan kepercayaan dirinya. Saat akhirnya berhasil bangkit untuk kembali menata hidupnya, Tarjono pun mencari cara untuk bisa merangkul teman-teman yang menderita disabilitas agar juga bisa bangkit dan mandiri.

Tarjono berhasil mendapatkan dukungan penuh dari Pusat Rehabilitasi Yayasan Kristen untuk Kesehatan Umum (Yakkum) di Yogyakarta untuk belajar membuat kerajinan tangan membuat mainan dari kayu. Tarjono berkeliling ke banyak negara seperti Australia, Selandia Baru, Belanda untuk belajar membuat kerajinan kayu. Hal ini juga yang akhirnya membuka jalan Tarjono untuk memasarkan produknya. Ia mendirikan Yayasan Penyandang Cacat Mandiri. Semua karyawan yang ada di tempatnya adalah penyandang disabilitas.

