

the majoo preneurs

Berjuta wirausaha maju untuk Indonesia

Evaluasi dan Inovasi

Kunci bisnis untuk terus maju

Riset Produk

Apa pentingnya untuk pengembangan bisnis?

Analisis Persaingan Bisnis

Lakukan dengan lima langkah mudah!

Jeda Sejenak
untuk Berjuang
Lebih Maju Lagi

VOL 02

Okt 2020

Pengantar

Potensi inovasi di balik tragedi.

Hi majoopreneurs!

Pada tahun 1819, Indonesia pernah menjadi episentrum tragedi dunia, saat Gunung Tambora meletus dan memuntahkan debu vulkanis hingga menutupi hampir seluruh sisi bumi ini. Negara-negara di Eropa menyebut tahun itu sebagai "tahun tanpa musim panas" karena matahari tertutup debu vulkanis Tambora. Dampaknya juga sangat dahsyat. Binatang ternak termasuk kuda, banyak yang tidak selamat, yang akhirnya menciptakan permasalahan baru di bidang transportasi, karena pada saat itu, kuda adalah moda transportasi utama.

Bagi kebanyakan orang, peristiwa itu adalah tragedi, saat sebagian besar orang frustrasi dan merasa hidup mereka terbatas dengan situasi. Namun tidak untuk Karl von Drais, penemu asal Jerman. Dia melihat ini sebagai kesempatan untuk dapat menciptakan karya yang bisa mengatasi masalah publik ketika itu. Dengan analisis masalah, strategi, dan perencanaan

yang matang, akhirnya sepeda pertama pun tercipta dari pemikirannya.

Disadari atau tidak, tragedi seperti bencana, sering kali menjadi katalis untuk kita berubah, dan arah perubahan ini ada di tangan kita, para inovator. Di saat seperti ini, banyak orang yang merasa terbatas, tak berdaya, dan tidak bisa berbuat apa-apa. Namun jika kita melihat dari perspektif lain, mungkin inilah saatnya kita untuk "jeda" sejenak dan melihat ke dalam, dan sekitar kita. Observasi apa sedang yang terjadi, Analisis situasi terkini, dan rencanakan langkah ke depan lebih baik lagi. Karena kami yakin, majoopreneurs hebat seperti kalian adalah pembawa perubahan, dan pembawa inovasi-inovasi hebat untuk revolusi Ekonomi Indonesia.

Semangat majoo!



Denny Eko Prasetyo

VP Marketing

Redaksi



Reporter
Nisa Destiana



Reporter
Daniel Prasatyo



Art Director
Auliandra Pradissa



Graphic Designer
Novita Putri



Penanggung Jawab /VP Marketing
Denny Eko Prasetyo



Reporter
Ajar Pamungkas



Graphic Designer
Alexandra Cathlen



Managing Editor
Akidna Rahma



Reporter
Dini N. Rizeki



Marketing
Rachel Maya



Daftar Isi

06 **Evaluasi dan Inovasi:**
Kunci Bisnis untuk
Terus Maju

Mengenal **ANALISIS**
SWOT dan Cara
Penerapannya **10**

15 **Menghadapi New Normal,**
Siapkan Strategi Bisnis yang
Tak Biasa

Memahami Tujuan Melakukan
Riset Produk untuk
Pengembangan Bisnis **19**

23 **Meningkatkan**
Kesejahteraan
Karyawan Berarti
Memajukan Bisnis

27 **Waspada! Tantangan-**
Tantangan Ini dalam
Mengelola Bisnis Milikmu

Melakukan **Analisis**
Persaingan Bisnis **31**
Dalam **5 Langkah** Mudah

34 **5 Tips Menjaga Kesehatan**
Mental Pengusaha

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

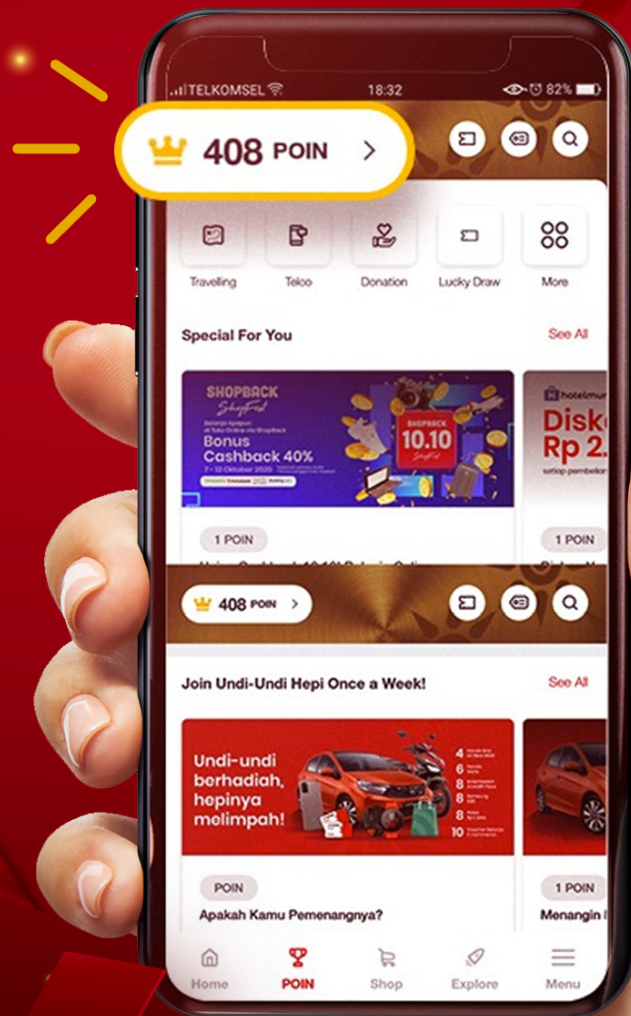
Follow Instagram kami di [instagram.com/majoo.indonesia](https://www.instagram.com/majoo.indonesia) untuk inspirasi dan beragam informasi menarik lainnya setiap hari.



Datangkan lebih banyak pelanggan, makin cuan dengan **Telkomsel Poin!**

Hanya dengan bergabung menjadi *merchant* Telkomsel Poin, jadi gampang bikin promo sesukamu dan datangkan omzet lebih banyak lagi!

Email kami di **redaksi@majoo.id** untuk daftarkan bisnis kamu.



01

Evaluasi dan Inovasi: Kunci Bisnis untuk Terus Maju



Pengusaha dan pebisnis adalah mereka yang membangun bisnis dan berkuat dengan inovasi. Mereka tidak hanya bekerja untuk dirinya sendiri, tetapi juga mengelola dan mengembangkan bisnisnya, serta menanggung segala risiko yang ada. Seorang pengusaha atau pebisnis sering kali dihargai karena keberanian mereka mengambil risiko pribadi dalam mengembangkan bisnisnya, berinovasi, atau bahkan merambah ke bidang usaha lain. Sebagai imbalan atas risiko yang diambil itu, mereka sering mendapat keuntungan paling signifikan dari kesuksesan perusahaan mereka.

Inovasi yang dilakukan oleh pengusaha tidak terbatas pada menciptakan produk baru atau menemukan strategi pemasaran yang baru. Inovasi ini juga dalam menjawab tantangan-tantangan yang sedang, akan, atau bisa jadi mungkin dihadapinya; dalam upaya menemukan jalan keluar dari permasalahan yang ada, atau yang mungkin terjadi, tanpa mengakibatkan masalah baru.

Mengapa Bisnis Harus Terus Berinovasi?

Jawabannya sederhana. Mengutip Kazuo Ishiguro, "Untuk memenuhi tantangan zaman baru, artinya adalah membuang cara lama yang terkadang sangat disukai."



Untuk terus beradaptasi dengan dunia yang berubah dan bergerak dengan cepat ini, kita memerlukan pola pikir kreatif dan maju, serta ide-ide inovatif. Pengusaha yang maju tidak lagi mengejar kesempatan, tetapi menciptakan kesempatan tersebut.

Masa pandemi yang tengah kita jalani ini, contohnya. Tidak sedikit bisnis yang terpaksa gulung tikar hanya karena tidak siap menghadapinya dengan inovasi-inovasi yang diperlukan. Di sisi lain, banyak juga bisnis yang malah semakin bertumbuh – murni karena kemauan dan kemampuan mereka berinovasi.

Bagaimana Cara Kita Bisa Terus Berinovasi?

Inovasi tidak dapat terjadi tanpa adanya evaluasi terus menerus. Apabila hingga saat ini kita, sebagai pengusaha, belum sempat mengambil jeda sejenak untuk mengevaluasi bisnis kita, ini adalah saat yang tepat untuk memulainya.



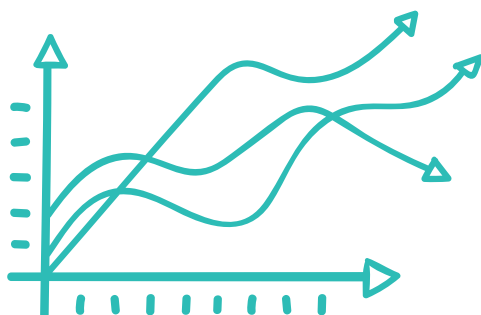
Lakukan analisis terhadap segala kekuatan dan kelemahan yang kita miliki. Cermati kekuatan sumber daya manusia kita – sudahkah mencapai titik optimal dalam bidangnya masing-masing? Masih adakah peluang untuk meningkatkan

kapasitas, keahlian, atau keterampilan mereka? Cermati juga produk atau jasa yang kita tawarkan – masihkah relevan dalam pandemi ini? Apakah ada cara untuk membuatnya relevan?

Perhatikan juga peluang-peluang yang ada di masyarakat saat ini – bisakah kita mengemas produk atau jasa kita untuk mengisi kekosongan di pasar? Pelajari strategi yang diambil oleh pesaing kita – mengapa mereka menjalankan strategi itu? Bisakah kita mengadopsinya, dengan lebih baik lagi?

Evaluasi ke dalam akan membantu kita memahami kekuatan dan kelemahan bisnis kita. Evaluasi ke luar akan membantu kita mengetahui peluang dan tantangan yang ada. Dari hasil evaluasi ini, kita bisa mulai memikirkan inovasi apa saja yang akan kita lakukan.

Di dunia bisnis, langit tidak lagi menjadi batas. Batas ini terus melebar setiap hari, terobosan lebih sering terjadi dari pada sebelumnya dan tantangan masih muncul setiap hari. Untuk itulah, kita membutuhkan evaluasi dan inovasi dan pemikiran ke depan agar dapat terus maju.



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 bisnismu
mulai dari

Rp129rb



Coba Gratis 14 Hari



majoo.id

majoo.id/harga

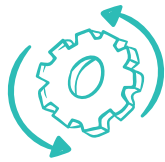


02

Mengenal Analisis SWOT dan Cara Penerapannya



A nalisis SWOT adalah metode untuk mengambil keputusan bisnis dengan cara mengevaluasi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) dalam suatu bisnis. Metode ini lazim digunakan baik dalam tahap penyusunan business plan maupun dalam tahap evaluasi bisnis.



Teknik ini diperkenalkan oleh Albert Humphrey, pemimpin proyek riset pada Stanford Research Institute sekitar tahun 1960-1970an dengan menggunakan data dari perusahaan-perusahaan yang tercantum dalam daftar Fortune 500. Akronim SWOT sendiri dibentuk dari huruf pertama faktor-faktor penyusunnya (*strengths, weakness, opportunities, dan threats*).

Metode ini menganalisis faktor internal dan faktor eksternal dari suatu bisnis. Faktor internal perusahaan, yang mencakup kondisi keuangan, sumber daya manusia, kemampuan perusahaan, produk yang ditawarkan, harga jual dan biaya produksi, lokasi usaha dan kemudahan akses, efisiensi proses produksi/pengadaan produk dan lain sebagainya, akan dianalisis kekuatan dan kelemahannya. Faktor eksternal perusahaan, yang mencakup kondisi pasar, perkembangan teknologi, lingkungan, peraturan, persaingan

usaha dan lain sebagainya, akan dianalisis peluang dan ancamannya.

Lalu bagaimana contoh penerapan metode analisis SWOT ini dalam bisnis kamu?

Kita coba membuat contoh analisis SWOT untuk sebuah kafe kecil. Seperti yang kita ketahui, dalam masa pandemi ini, kafe dan restoran adalah tempat yang paling berisiko menjadi tempat penularan COVID-19. Kita, sebagai pemilik kafe, harus menyusun strategi baru agar usaha kita tetap bisa berjalan.

Bisa jadi, targetmu tercapai lebih cepat dari rencanamu. Kalau ini yang terjadi, kamu harus segera menyesuaikan target berikutnya. Atau, targetmu tidak tercapai sesuai waktu yang direncanakan. Segera temukan masalahnya dan cari solusinya. Libatkan stafmu dalam evaluasi ini.

Misalkan kekuatan bisnis kita, adalah sebagai berikut:

1. Produk kita, khususnya minuman, bisa dibungkus/take away, atau dijual lewat aplikasi *online*.
2. Harga jual kita masih lebih murah daripada pesaing kita.

Namun, ada kelemahan berikut:

1. Kemasan/bungkus non-plastik akan meningkatkan biaya produksi.
2. Rasio harga minuman dengan ongkos kirim lewat aplikasi *online* menjadi lebih besar.

Lalu kita coba lihat peluang yang kita punya:

1. Sudah menjadi rekanan aplikasi *online*.
2. Belum ada pesaing yang menggunakan kemasan botol kaca.

Serta ancaman yang ada:

1. Adanya tambahan biaya untuk kerja sama dengan aplikasi *online*.
2. Persediaan botol kaca tergantung pasokan.

Untuk menyusun strateginya, kita masukkan ke dalam tabel berikut:

| ANALISIS SWOT | Kekuatan (<i>Strength</i>) <ul style="list-style-type: none"> • Bisa <i>take away</i> atau <i>online</i> • Harga lebih murah dari pesaing | Kelemahan (<i>Weakness</i>) <ul style="list-style-type: none"> • <i>Non</i>-plastik lebih mahal • Rasio harga dan ongkir lebih besar |
|--|--|---|
| Peluang (<i>Opportunity</i>) <ul style="list-style-type: none"> • Sudah menjadi rekanan • Belum ada yang pakai botol kaca | Strategi S-O: <ul style="list-style-type: none"> • Jual di lokasi (hanya <i>take away</i>) dan secara <i>online</i> • Jual dalam kemasan botol kaca | Strategi W-O <ul style="list-style-type: none"> • Naikkan harga jual • Buat paket agar konsumen tidak hanya membeli satu |
| Ancaman (<i>Threat</i>) <ul style="list-style-type: none"> • Biaya tambahan aplikasi • Persediaan botol kaca tergantung pasokan | Strategi S-T: <ul style="list-style-type: none"> • Terapkan dua harga: harga <i>online</i> lebih mahal • Batasi jumlah penjualan kemasan kaca | Strategi W-T <ul style="list-style-type: none"> • Buat paket isi ulang/ kembali botol |

Dari tabel itu, kita bisa melihat ada beberapa inovasi strategi yang bisa kita lakukan. Yang pertama, dengan melihat strategi S-O, kita bisa melayani penjualan secara *take away* dan *online* secara bersamaan. Untuk memastikan kualitas minuman kita, memastikan bisnis kita ramah lingkungan, dan unggul dari pesaing, kita bisa menawarkan paket dengan kemasan botol kaca.

Lalu kita lihat strategi S-T. Agar margin keuntungan kita tidak menipis, kita harus menerapkan dua harga yang berbeda untuk layanan *take away* dan *online*. Selain itu, karena jumlah persediaan botol kaca terbatas, kita pun harus membatasi penjualannya, misalnya 70% dari persediaan yang ada, sebelum pasokan botol kaca baru datang.

Sekarang, kita lihat strategi W-O. Tentu saja, harga kemasan botol kaca harus kita naikkan untuk menutup biaya produksi. Kita masih punya keuntungan di sini, karena harga kita pada awalnya masih lebih murah dari pesaing kita. Untuk menghindari keengganan konsumen membeli karena ongkos kirimnya lebih mahal, kita harus membuat penawaran sedemikian rupa sehingga mereka membeli lebih dari satu.

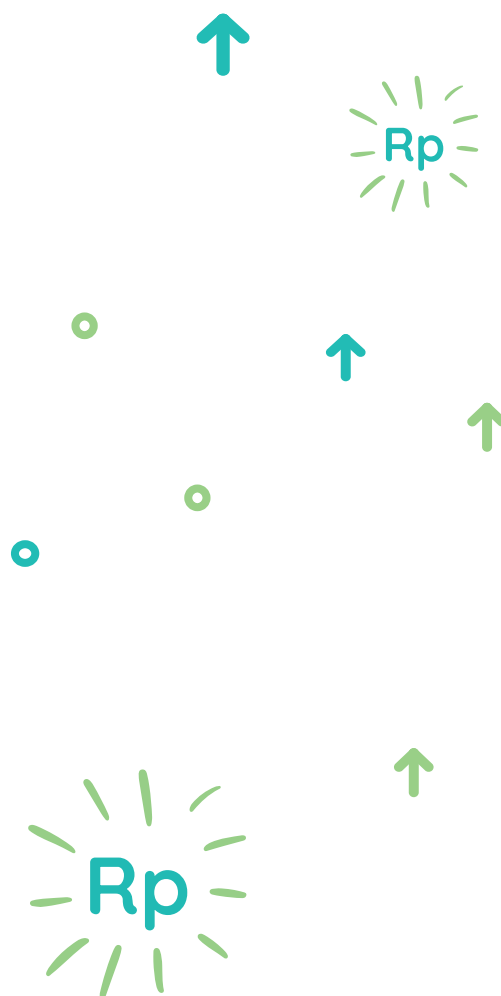
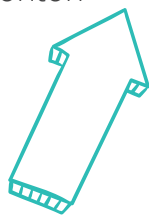
Apabila kita kemudian mengamati strategi W-T, kita bisa melihat bahwa ada solusi untuk itu semua: buat paket isi ulang atau tukar botol kosong. Kalau pelanggan kita membawa botol kosong—artinya mereka datang ke lokasi—mereka bisa mendapatkan potongan harga. Potongan harga ini tidak akan membuat kita rugi karena (1) mereka datang ke lokasi kita, tidak ada biaya aplikasi *online*; (2) botol yang mereka kembalikan bisa kita pakai lagi, artinya mengurangi biaya produksi.

Dari penjelasan singkat dan contoh di atas, kita bisa melihat bahwa metode analisis SWOT memiliki beberapa manfaat bagi para pelaku bisnis, yaitu:

1. Pengusaha bisa menggunakan kekuatan bisnisnya dalam memanfaatkan peluang yang ada;
2. Pengusaha bisa mengatasi

- kelemahan bisnisnya dengan memanfaatkan peluang yang ada;
3. Pengusaha bisa menggunakan kekuatan bisnisnya untuk menghadapi ancaman;
4. Pengusaha bisa meminimalisir kelemahan bisnisnya dan menghindari ancaman yang ada.

Ambillah jeda sejenak, dan lakukan analisis SWOT ini untuk mengevaluasi bisnismu, dan untuk menciptakan inovasi baru agar bisa majoo lebih baik lagi.



majoopreneur Stories

Teguh Awee, Owner & Roaster TadiPagi Coffee

Bagi saya bikin kopi itu nggak harus enak, karena enak itu sifatnya relatif. Yang lebih penting, saya harus bikin kopi yang ngangenin. Karena itulah saya merintis TADI PAGI COFFEE ROASTERY untuk bikin kopi dengan karakter saya sendiri.

Rizal, Owner Kanaka Barbershop

Saya dari awal memang menyukai dunia fesyen dan gaya hidup. Dan alasan saya memilih untuk membuka Kanaka Barbershop, salah satunya adalah karena saya melihat potensi bisnis dari kalangan pria masa kini yang memiliki kebutuhan besar dalam hal perawatan tubuh, terutama rambut.

Nanda, Owner Okujo Burger

Kenapa Okujo Burger? Karena kami ingin memberikan pengalaman dan mengedukasi masyarakat bahwa burger tidak hanya mempunyai cita rasa kebarat-baratan atau Western, tetapi kita bisa memadukan sensasi rasa Western dan Asia ke dalam Okujo Burger. Sehingga Okujo Burger mempunyai keunikan dan pembeda daripada kompetitor lainnya.

Goldy, Owner Morocco Kebab

Pengalaman saya selama bekerja di Timur Tengah (Abu Dhabi) membuat saya jadi sering mencoba membuat masakan Timur Tengah sendiri khususnya Kebab/Shawarma, namun dimodifikasi agar lebih sesuai dengan lidah orang Indonesia. Setelah mendapatkan respons positif dari keluarga dan kolega, maka kami mulailah usaha Morocco Kebab ini.



03

Menghadapi New Normal, Siapkan Strategi Bisnis yang Tak Biasa



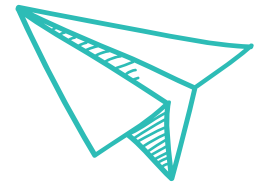
Penanganan pandemi di Indonesia yang masih kedodoran sebenarnya belum mengizinkan kita memasuki fase kelumrahan baru. Tapi, entah sekarang atau nanti, fase ini pasti akan kita jalani. Para pebisnis akan menghadapi tantangan untuk kembali bangkit setelah dihantam oleh pandemi COVID-19.

Banyaknya faktor yang perlu dipertimbangkan, membuat para pemilik bisnis harus mampu muncul dengan strategi bisnis yang benar-benar tidak biasa. Faktor kesehatan karyawan, misalnya. Dulu, faktor ini mungkin tidak benar-benar menjadi perhatian, namun harus diutamakan saat ini. Masih ditambah lagi dengan perubahan perilaku konsumen dalam berbelanja. Meski kita mengharapkan permintaan pasar akan kembali seperti sebelum era COVID-19, kondisi pasca pandemi sudah pasti akan mengubah operasional bisnis kita. Faktor-faktor tersebut perlu dikalkulasikan dengan cermat oleh para pemilik bisnis.

Strategi bisnis untuk menjawab tantangan pasca pandemi

Beberapa strategi bisnis di bawah ini dapat diterapkan untuk memastikan keamanan dan kesuksesan proses pemulihan bisnis di era *new normal*.

1. Jeda sejenak untuk membuat 'peta' baru



Pandemi telah menghancurkan banyak sekali prediksi dan ekspektasi para pemilik bisnis, yang kemudian mengacaukan sarana yang mereka andalkan dalam pengambilan keputusan. Karenanya, pemilik bisnis harus membuat peta baru, yang akan menjadi kerangka proses pemulihan bisnis secara rinci.

Dalam membuat peta ini, pemilik bisnis tentunya harus melakukan evaluasi terhadap bisnisnya. Faktor-faktor apa saja yang masih bisa diandalkan, yang harus ditinggalkan, dan yang perlu dilakukan perubahan. Peta ini nanti akan menjadi acuan terkait proses produksi, rantai pasokan, strategi pemasaran, hingga jangka waktu pemulihan yang dibutuhkan.




2. Selalu meyakinkan konsumen bahwa mereka aman

Salah satu perubahan perilaku konsumen

dalam pandemi ini adalah munculnya kebutuhan adanya rasa aman. Bahkan setelah pandemi berakhir nanti, adanya rasa aman akan tetap menjadi bagian dari kebutuhan konsumen.

Maka, menjamin konsumen merasa aman saat mengakses produk atau jasa yang ditawarkan oleh bisnis kita harus selalu menjadi bagian dari strategi. Penerapan protokol kesehatan dan keselamatan bahkan bisa menjadi keunggulan bisnis kita, apabila kita komunikasikan dengan baik dalam strategi pemasaran kita.

3. Menghidupkan kembali permintaan pasar

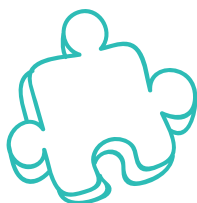


Sebagian besar penurunan pendapatan bisnis berasal dari merosotnya permintaan pasar. Oleh sebab itu, pemilik bisnis perlu mengemas ulang produk atau jasanya agar sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan pasar.

Kita bisa menyesuaikan harga tanpa merusak harga pasar, misalnya dengan menawarkan produk dalam ukuran yang lebih kecil, atau mengemas paket-paket yang lebih spesifik. Loyalitas pelanggan dapat dijaga dengan menawarkan berbagai kemudahan, misalnya dengan skema pembayaran bertahap. Kita juga harus mengoptimalkan sebanyak mungkin kanal untuk pemasaran dan penjualan, baik digital maupun analog.


4. Reimajinasi operasional bisnis

Banyak yang

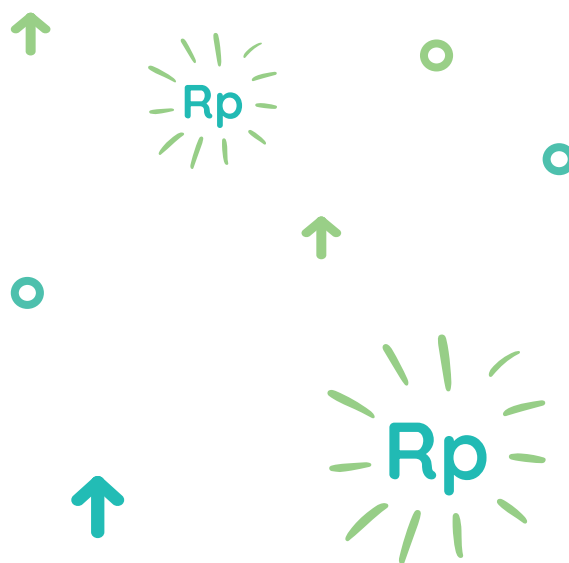


berharap, sesuai pandemi, semuanya akan kembali seperti sebelum pandemi. Sayangnya, belum ada yang tahu mungkinkah itu terjadi, dan kapan akan terjadi bila mungkin. Dalam situasi yang serba tidak pasti ini, pemilik bisnis justru semestinya melakukan reimajinasi operasional bisnisnya, dengan sebisa mungkin mengurangi interaksi langsung.

5. Digitalisasi secara optimal



Salah satu cara mengurangi interaksi langsung dan adanya kerumunan adalah memanfaatkan kanal digital. Pemilik bisnis harus mulai menyiapkan strategi untuk melakukan transformasi ke kanal digital. Tentunya, transformasi ini harus memenuhi kebutuhan konsumen dan memudahkan mereka, sambil secara bersamaan memudahkan karyawan menjalankan pekerjaannya, sebisa mungkin dari rumah masing-masing.



Anda ingin berwirausaha?
Bingung menginvestasikan dana Anda?
Anda ingin mendapatkan pemasukan harian?

USAHA LAUNDRY JAWABANNYA!



Bingung mencari
Bisnis Laundry yang
pasti dan Teruji?

Modal di bawah
100 juta?

AMBIL PAKET
**USAHA APIQUE
LAUNDRY
SEKARANG!**



Hubungi kami ☎

0818-0678-5158

0812-8905-9889

LAUNDRY
Apique
House of Oembah-Oembah

www.ApiqueLaundry.com

04

Memahami Tujuan Melakukan Riset Produk untuk Pengembangan Bisnis



Tak seperti bayangan kebanyakan orang, riset produk sebenarnya tidak hanya dapat dilakukan di fase awal dalam menjalankan bisnis. Riset-riset semacam ini sebenarnya bisa dilakukan kapan saja, khususnya ketika seorang pelaku usaha sudah mulai fokus pada fase pengembangan bisnis agar usaha yang dijalankannya memiliki arah yang tepat dalam memperbesar margin keuntungan. Ketika dilakukan dengan tepat, riset terkait produk yang ingin dipasarkan dapat memberikan berbagai manfaat.

1. Memiliki prediksi keberhasilan pemasaran produk

Setiap pelaku usaha tentu ingin agar produk serta jasa yang akan dipasarkan dapat laku di pasaran. Dengan melakukan riset terlebih dahulu, kamu dapat mengetahui produk atau jasa seperti apa yang memiliki kemungkinan tersebut. Kamu bisa mencari tahu produk apa yang sedang digemari atau banyak dibutuhkan oleh pelanggan, fitur apa yang perlu kamu sediakan untuk memastikan tingkat kepuasan pelanggan dapat terjaga, bahkan hingga kemasan seperti apa yang lebih disukai oleh pasar.



Dengan mengetahui informasi-informasi tersebut, kamu dapat mengetahui apakah produk yang ingin kamu pasarkan sudah sesuai dengan kebutuhan pasar, atau apakah ada penyesuaian-penyesuaian tertentu yang perlu dilakukan agar produk maupun jasmu semakin laku.

2. Memperoleh wawasan terkait kompetitor yang memasarkan produk serupa

Seperti pepatah, 'Tak ada sesuatu yang baru di bawah matahari.' Dalam dunia bisnis, ini bisa diartikan bahwa di luar sana mungkin ada pebisnis lain yang memasarkan produk maupun jasa serupa dengan yang tengah kamu usahakan. Tentu tak ada salahnya memasarkan produk serta jasa yang sama.

Pertanyaan yang kemudian muncul adalah, 'Bagaimana membuat produkmu lebih menarik perhatian pelanggan dibanding kompetitor di bisnis yang sama?' Untuk menjawab pertanyaan tersebut, riset dapat dilakukan untuk mendata produk dan jasa serupa yang ada di pasaran. Dari sana, kamu bisa melakukan penyesuaian untuk memberikan nilai tambah bagi bisnismu. Pengembangan apa yang perlu dilakukan agar pasar lebih tertarik



untuk membeli produk yang kamu sediakan? Apa yang bisa membuat produkmu tampak lebih unik meski sebenarnya tak jauh berbeda dengan yang ada di pasar? Riset terkait produk akan membantumu menemukan jawabannya.

3. Mengetahui produk terbaik yang sesuai dengan arah pengembangan bisnis



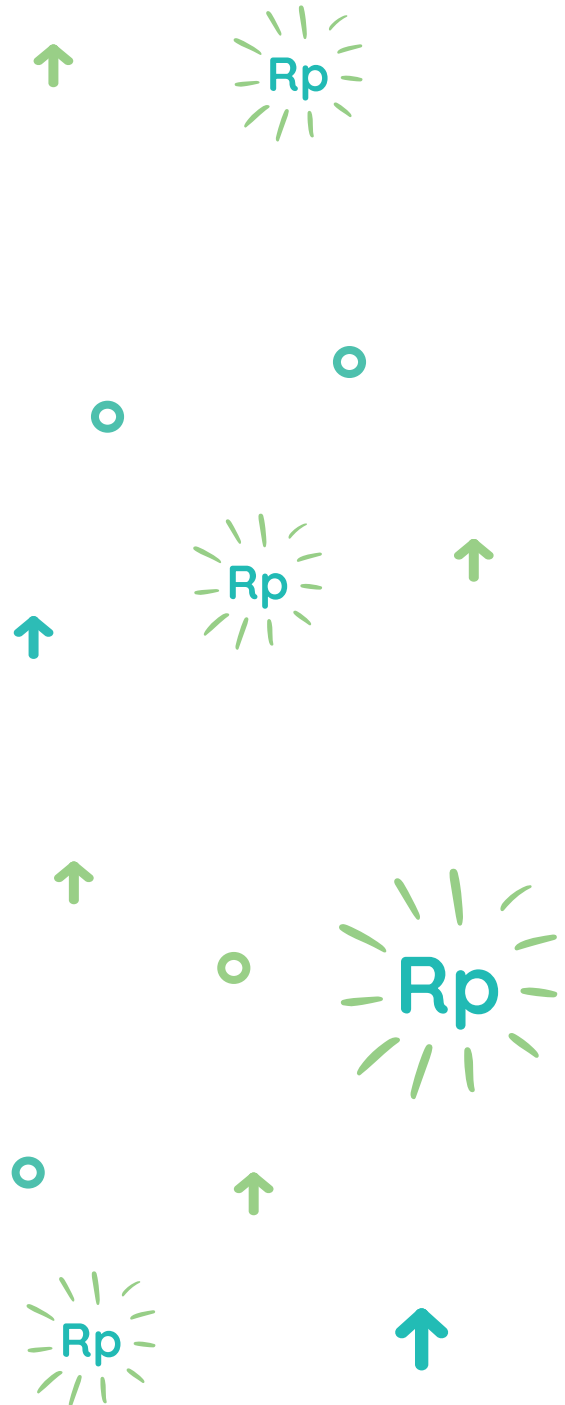
Sekalipun dalam bisnis yang sama, arah pengembangannya akan berbeda-beda tergantung dari

strategi pemasaran yang dilakukan oleh tiap-tiap pelaku usaha.

Memastikan produk yang dipasarkan memiliki arah yang sama dengan strategi pemasaran akan memastikan pula pengembangan bisnis yang dilakukan memiliki arah yang jelas. Itulah mengapa kamu membutuhkan riset akan produk yang akan atau sedang dipasarkan, sehingga strategi pemasarannya pun dapat disusun secara selaras.

Riset produk yang dilakukan dengan benar akan sangat membantu untuk menentukan produk apa yang paling tepat untuk dipasarkan, kepada siapa produk tersebut paling pas untuk dipasarkan, dan bagaimana cara terbaik untuk memasarkannya. Ditambah dengan pengelolaan bisnis

yang menyeluruh menggunakan aplikasi majoo, kesuksesan pengembangan bisnis dengan memperbesar margin pendapatan usaha pun bukanlah sesuatu yang mustahil untuk dilakukan!



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



05

Meningkatkan Kesejahteraan Karyawan **Berarti Memajukan Bisnis**



Ketika berbicara tentang program kesejahteraan karyawan, fokus diskusi selalu berputar seputar biaya yang harus dikeluarkan untuk menjalankan program tersebut. Para pemilik bisnis seringkali berasumsi bahwa memprioritaskan kepentingan karyawan artinya meningkatkan pengeluaran dan menurunkan keuntungan. Padahal kenyataannya tidak demikian. Bisnis yang mengedepankan kepentingan karyawannya, justru memperoleh dampak positif.

Mari kita lihat, apa saja yang dapat dilakukan oleh para pemilik bisnis untuk meningkatkan kesejahteraan karyawan.

Memberikan gaji di atas rata-rata

Setiap sektor bisnis biasanya memiliki rentang gaji yang dijadikan acuan oleh para pemilik bisnis, selain standar gaji yang dikeluarkan oleh pemerintah. Besarnya gaji yang diterima oleh karyawan akan menentukan kinerja dan loyalitas karyawan.

Apabila karyawan menerima gaji di bawah rata-rata, loyalitas karyawan akan menurun, karena tentunya ketika ada kesempatan mendapatkan gaji yang lebih baik untuk pekerjaan yang sama, mereka akan langsung mengambil kesempatan itu. Demikian

halnya dengan kinerja mereka yang akan menurun karena ketidakpuasan terhadap perusahaan.

Meski terlihat seperti pengeluaran tambahan, perusahaan yang memberikan upah di atas rata-rata justru mengalami pengurangan pengeluaran untuk rekrutmen dan pelatihan. Selain itu, karena karyawan merasa puas, kinerjanya meningkat sehingga perusahaan akan memiliki reputasi yang baik, di mata konsumen.

Menjaga kesehatan karyawan

Memberikan fasilitas kesehatan bagi karyawan tidak terbatas pada asuransi kesehatan saja. Dan menjamin asuransi kesehatan karyawan bukanlah sikap dermawan dari perusahaan. Kebijakan atau program ini adalah langkah untuk memastikan produktivitas.

Jika kesehatan karyawan terjamin atau setiap mereka ada keluhan kesehatan dapat segera ditangani dengan baik tanpa mengkhawatirkan biaya, maka karyawan akan semakin jarang absen. Imbasnya tentu pada kemajuan bisnis itu sendiri.

Selain asuransi kesehatan, ada banyak sekali program yang dapat diterapkan dalam menjaga

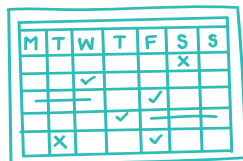


kesehatan karyawan. Fasilitas pemeriksaan kesehatan atau medical check up tahunan, misalnya, atau membayar keanggotaan gym bagi karyawan, atau bahkan program yang sangat sederhana, membagikan buah-buahan setiap minggu, pada setiap hari Rabu misalnya.

Di samping memajukan bisnis, karena kesehatan dan produktivitas karyawan lebih terjaga, program tersebut juga dapat membangun loyalitas karyawan terhadap perusahaan. Mereka akan merasa tidak hanya dilihat sebagai angka. Kultur perusahaan pun menjadi lebih sehat dan humanis.

Memberikan cuti persalinan

Penting sekali untuk memberikan cuti persalinan baik bagi karyawan perempuan maupun karyawan laki-laki yang istrinya baru saja melahirkan.



Seperti kita ketahui, sejahtera tidak hanya soal finansial atau kesehatan fisik, tetapi segala hal yang menciptakan rasa aman dan membebaskan seseorang dari gangguan. Menjadi orang tua seringkali menjadi momen yang membuat seseorang tertekan, apalagi jika mereka harus tetap bekerja. Tak jarang, karyawan kehilangan fokus di tempat kerja karena memikirkan buah hatinya di rumah.

Jadi, sebetulnya memberikan cuti persalinan ini merupakan jalan tengah yang memenangkan kedua belah pihak, baik perusahaan maupun karyawan.

Pelatihan tentang pelecehan seksual

Banyak karyawan yang dari sisi finansial terpenuhi, persoalan kesehatan dan kebugaran juga diperhatikan, memiliki keleluasaan mengurus kebutuhan keluarga, tetapi produktivitasnya kurang baik karena merasa tidak aman di lingkungan pekerjaan.



Dalam rangka menjamin kesejahteraan karyawan, kamu dapat mulai membangun budaya dan kesadaran yang saling menghargai dan anti pelecehan seksual. Salah satunya dengan memberikan pelatihan terkait hal tersebut bagi para karyawan. Bukan tidak mungkin pelecehan terjadi di lingkungan kerja karena sebagian karyawan juga kurang teredukasi tentang hal ini.



Cium Harumnya Cuan Dari Bisnis Durian



Kebab Becek membidik pasar fans durian dengan kemasannya yang *eye-catching*, kekinian, *simple*, dan praktis dibawa ke mana saja, dan dimakan kapan saja.

YUK, GABUNG SEKARANG JUGA!

Hubungi Kami: [☎ 0878-9951-9089](tel:0878-9951-9089)

DM Instagram: [@kebabdurianbecek](https://www.instagram.com/kebabdurianbecek)

06

Waspada! Tantangan- Tantangan Ini dalam Mengelola Bisnis Milikmu



Memulai bisnis sendiri bagi sebagian orang memang sangat menyenangkan dan menegangkan. Kamu perlu memiliki motivasi yang kuat dan daya tahan yang tangguh. Namun, tantangan yang akan kamu hadapi, tidak berhenti sampai di titik itu saja. Setelah bisnismu berdiri dan mulai berjalan, kamu harus segera menyiapkan dirimu untuk menghadapi tantangan-tantangan baru dalam mengelolanya.

Sumber Daya Manusia

Untuk menghadapi tantangan ini dalam mengelola sumber daya manusia, kamu harus melakukan tiga hal berikut.

Yang pertama, pastikan hak-hak mereka terpenuhi mulai dari gaji di atas rata-rata, sampai BPJS Kesehatan dan Ketenagakerjaan, THR dan juga bonus, baik bonus penjualan atau pendapatan. Juga buat jenjang karier semisal skema kenaikan gaji berkala setiap periode waktu tertentu.

Yang kedua, buat sistem pengembangan kapasitas bagi masing-masing karyawanmu. Beri mereka pelatihan, datangkan trainer, atau ajak seluruh karyawanmu untuk melakukan kegiatan bersama: mulai dari outbound sampai piknik bersama. Pengembangan diri mereka ini baik untuk kepentingan bisnismu, dan kamu bisa menumbuhkan keakraban antarkaryawan di bisnismu.

Yang ketiga, luangkan waktu untuk mengenal mereka secara personal, dalam batasan-batasan profesional. Ketika mereka merasa dianggap dan dimanusiakan, potensi konflik akan jauh lebih kecil.

Persaingan Bisnis

Kamu tentunya sudah membuat rencana dalam menghadapi persaingan bisnis. Yang tidak bisa direncanakan adalah reaksi mereka terhadap bisnismu. Kompetitormu mungkin akan melakukan strategi-strategi pemasaran baru yang bisa membuat kamu kelewahan, bahkan sampai bermain kotor.

Yang pertama kali harus kamu lakukan adalah untuk tidak langsung reaktif. Pelajari strategi yang mereka terapkan, agar langkahmu berikutnya tidak malah merugikan bisnismu sendiri. Adu besar diskon justru menjadi bumerang.

Yang kedua, kembali ke keunikan produk atau jasmu. Tonjolkanlah yang kamu punya, yang tidak dipunyai oleh kompetitormu. Buatlah promosi yang sama sekali berbeda dari yang dibuat oleh pesaingmu.

Dinamika Pasar

Perkembangan teknologi membuat dinamika pasar menjadi semakin hidup. Perubahan yang cukup cepat ini menuntut kamu untuk selalu siap setiap saat.

Saat ini, pasar sudah bergeser ke *e-commerce*. Alih-alih berupaya mendatangkan calon pembeli ke tokomu, hadirkan tokomu di dalam genggamannya para calon pembeli. Manfaatkan teknologi untuk kemajuan bisnismu.

Dinamika Pelanggan

Dulu, hampir semua pelaku bisnis memperlakukan pelanggan bak seorang raja, agar pelanggan tersebut puas dan loyal. Saat ini, keadaannya berbalik. Konsumen menuntut untuk diperlakukan seperti seorang raja. Sebagus apa pun barang daganganmu, sebaik apa pun layananmu, pelanggan bisa dengan mudah menulis ulasan yang buruk atas bisnismu.

Hadapi tantangan ini dengan membuka sebanyak-banyaknya saluran komunikasi dengan mereka. Tanggapi semua keluhan mereka dengan nada yang baik, dengan tawaran solusi. Di satu sisi, kamu menunjukkan iktikad baikmu dan di sisi lain, calon pelanggan yang lain pun akan terkesan dengan keprofesionalanmu menghadapi keluhan – bahkan yang tidak masuk akal sekalipun.

Bertumbuh atau Berkembang?

Tidak sedikit bisnis yang tersandung ketika dihadapkan pada pilihan ini. Ketika bisnismu sudah berjalan dengan lancar, mulailah pikirkan langkah-langkah berikutnya. Bandingkan kedua pilihan itu, segala kelebihan

dan kekurangannya. Keuntungan apa yang kamu dapatkan dari membuka cabang baru? Akankah berdampak pada penjualan di cabang utama? Apakah memperluas toko utamamu akan mendatangkan pelanggan baru? Perlukah menambah layanan baru?

Sesudah itu, tentukan prasyarat-prasyarat yang harus terpenuhi sebelum pilihan tertentu kamu ambil. Misalnya, kamu hanya akan membuka cabang baru jika kamu mendapatkan tempat di jalan X dengan harga sewa sekian rupiah. Atau kamu akan memilih untuk memperluas toko utamamu kalau sudah mendapat sejumlah pelanggan loyal.

Cita-Cita vs Realita

Sebagai wirausahawan, pastinya kamu sudah memiliki bayangan akan seperti apa kelak bisnismu ini. Cita-cita ideal ini harus dimiliki wirausahawan karena memberi tujuan yang pasti. Namun, kamu juga harus siap menerima ketika realitanya tidak atau belum seperti itu.

Ketika bisnismu mulai beroperasi, ada banyak faktor yang memberi dampak baik secara langsung maupun tidak. Ketika realita tidak sejalan dengan cita-cita, kamu cuma perlu mengambil jeda sejenak, mengevaluasi bisnismu, mengubah strategi pemasaran, dan mendesain program loyaliti yang bisa memikat pelanggan lama dan baru. Kamu harus buat cita-cita baru dengan merujuk pada realita ini.

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



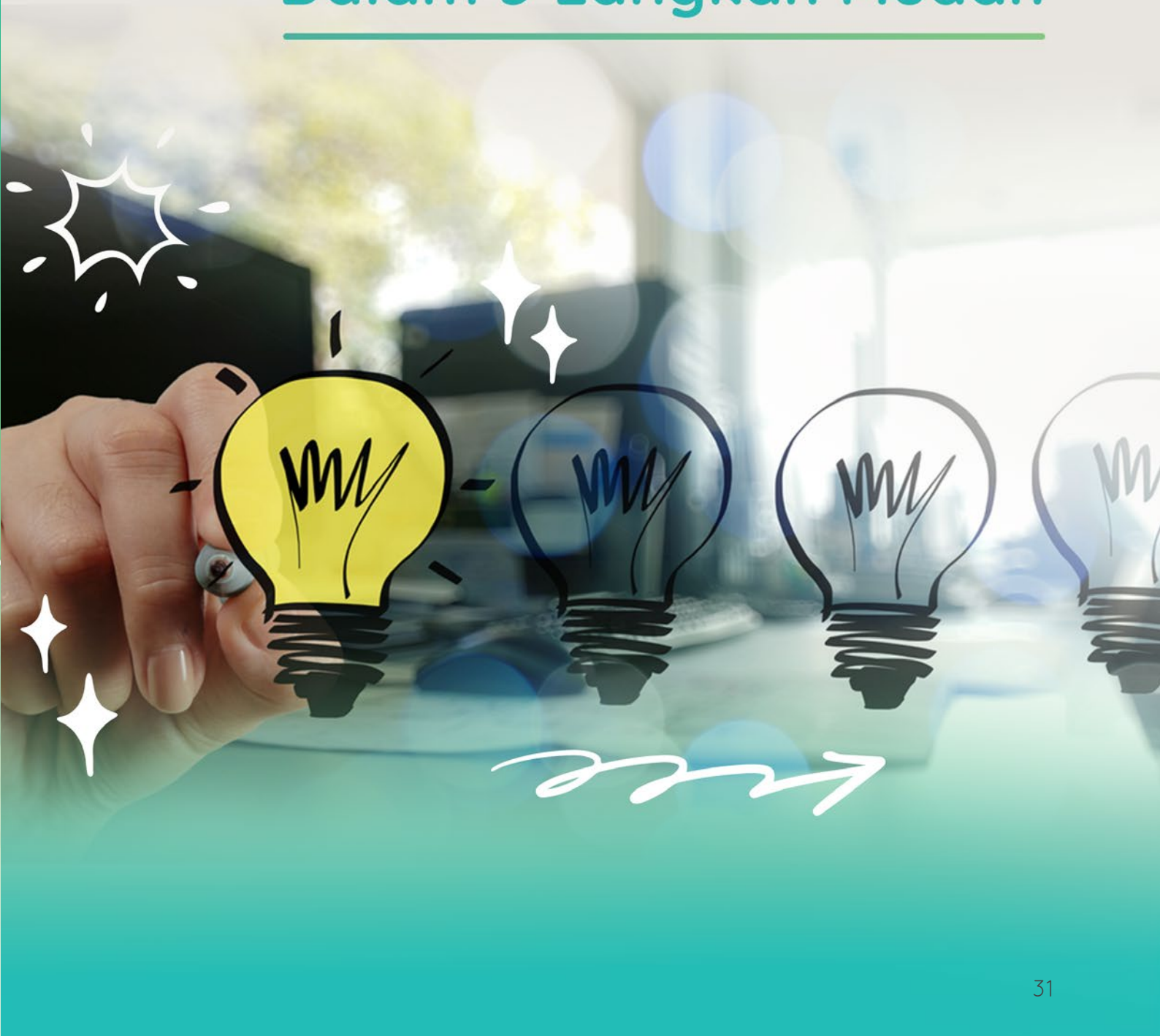
*Langganan 12 bulan, bisa mendapatkan benefit senilai 1 juta yang terdiri dari: 2 bulan langganan senilai 500rb, standee neo senilai 250rb, voucher majoo 250rb.

majoo.id/majooXtra



07

Melakukan Analisis Persaingan Bisnis Dalam 5 Langkah Mudah



Apa pun bisnis yang kamu geluti, keberadaan kompetitor merupakan hal yang sangat lumrah. Mengetahui yang ditawarkan pesaing saja tidak cukup. Kamu perlu memahami perilaku dan mengantisipasi tindakan mereka agar bisa selangkah lebih maju. Caranya adalah melakukan analisis persaingan bisnis.

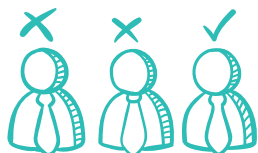
Analisis persaingan penting bagi bisnis, mengapa demikian?

Analisis persaingan merupakan riset strategis, yang secara khusus mengumpulkan dan menganalisis data tentang bisnis kompetitor. Ini merupakan taktik esensial untuk mengetahui yang dilakukan oleh pesaing dan hal yang mungkin mengancam kemajuan bisnismu. Kemudian, kamu bisa beradaptasi dengan strategi atau kampanye yang dilaksanakan pesaing, untuk mempertahankan posisimu di pasar.

Cara melakukan analisis persaingan

1. Identifikasi 10 besar kompetitor bisnismu

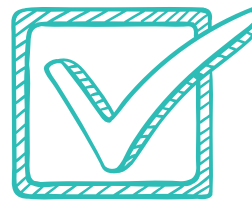
Di tengah pemasaran dan penjualan produk secara digital, kamu mungkin bersaing dengan belasan sampai ratusan bisnis yang menasar target konsumen serupa. Untuk mengetahuinya, Google merupakan



resource yang dapat diandalkan. Dengan mencari jenis produk atau jasa yang kamu tawarkan, cukup banyak bisnis serupa yang akan muncul.

Kamu juga dapat mencari dengan bantuan *online marketing toolkit*. SEMrush, webceo, dan social peta adalah beberapa pilihan yang dapat kamu gunakan.

2. Kenali konten yang dipublikasikan oleh pesaing

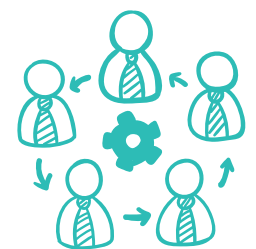


Setelah mengetahui dengan siapa kamu bersaing, segera kenali konten seperti apa yang mereka publikasikan.

Entah berupa blog, kanal Youtube, atau podcast. Pastikan kamu juga mengetahui frekuensi publikasi konten serta topik yang diangkat. Kamu kemudian dapat membandingkannya dengan konten milikmu. Dengan demikian, kamu dapat mengetahui peluang yang tersedia untuk mengungguli pesaing.

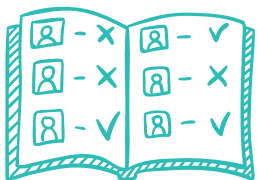
3. Identifikasi market positioning kompetitor

Manfaat dari mengidentifikasi market positioning dari pesaing adalah kamu dapat mengetahui permintaan pasar dan ekspektasi konsumen. Amati *website*, pesan, atau kampanye yang dilakukan pesaing.



Cari jawaban dari pertanyaan-pertanyaan berikut ini: Apa yang sebenarnya konsumen beli dari pesaing? Apakah harga atau pengalaman, atau yang lain? Bagaimana pesaing melakukan diferensiasi produk dari persaingan pasar? Apa fitur dan manfaat yang ditonjolkan dari produk atau jasa mereka? Dalam opini pesaing, apa yang membuat produk atau jasa mereka unik?

Pertanyaan-pertanyaan di atas membantumu memahami target pasar mana yang disasar pesaing. Kamu juga akan melihat cara pesaing memosisikan diri di pasar. Kedua hal tersebut penting agar kamu dapat menyusun strategi dalam memosisikan diri dan berkompetisi di pasar.



4 • Analisis pengalaman dan kepuasan konsumen

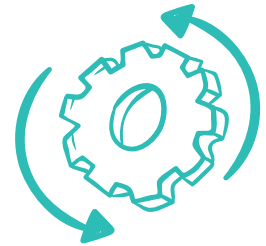
Hari ini, bisnis pasti memiliki satu dari beberapa kanal berikut; website, media sosial,

atau akun e-commerce. Lakukan analisis terhadap desain, foto, hingga cara pesaing mengomunikasikan produk atau jasanya, agar kamu merasakan pengalaman konsumen saat berkunjung ke situs tersebut. Jangan lupa, analisis juga kata kunci yang digunakan oleh pesaing.

Di samping pengalaman konsumen, kamu juga perlu menganalisis kepuasan konsumen. Periksa ulasan konsumen di website atau media sosial. Jangan lewatkan juga pembicaraan tentang kompetitor di media sosial. Dari sana, kamu dapat menyimpulkan bagaimana citra pesaing di mata konsumen.

5 • Identifikasi bagian yang perlu diperbaiki

Usai melakukan analisis persaingan, saatnya kamu mengerjakan 'pekerjaan rumah'. Kamu telah memiliki pemahaman yang lebih baik tentang hal-hal yang dilakukan pesaing. Gunakan informasi tersebut untuk mengidentifikasi bagian mana dari bisnismu yang perlu diperbaiki.



Dengan seluruh informasi tersebut, kamu juga dapat menyusun strategi yang menonjolkan kelebihan bisnismu. Biasanya, kelebihan ini merupakan kelemahan pesaing. *Good luck!*



08

5 Tips Menjaga Kesehatan Mental Pengusaha



Banyak orang percaya bahwa menjadi pengusaha akan memberi kebebasan yang tidak bisa mereka peroleh dengan menjadi pekerja kantoran. Meskipun dalam beberapa kasus hal tersebut benar, tapi kenyataannya, pilihan menjadi pengusaha seringkali menghadirkan tuntutan yang lebih berat daripada menjadi karyawan biasa. Menjalankan bisnismu sendiri seringkali berdampak pada kesehatanmu secara umum, dan juga kesehatan mentalmu.

Dr. Michael Freeman, psikiater yang memiliki spesialisasi menangani masalah kesehatan dan penyakit mental dalam dunia bisnis dan kewirausahaan, menemukan bahwa 49 persen dari 242 pengusaha menyatakan memiliki satu atau lebih kondisi kesehatan mental seumur hidup. Selain itu, pengusaha juga memiliki kemungkinan lebih tinggi menyatakan mengalami depresi seumur hidup (30 persen), gangguan defisit hiperaktif (29 persen), gangguan spektrum bipolar (12 persen), dan penyalahgunaan zat terlarang (11 persen).

Hasil penelitian Freeman saja seharusnya membuat kita sadar untuk melakukan perbaikan kesehatan mental kita. Kamu adalah aset utama bisnismu. Hanya kamu yang punya kemampuan untuk terlibat dalam strategi meningkatkan kesehatan mentalmu, dan membantumu memenuhi tantangan dalam memimpin bisnis dan/

atau timmu menuju sukses.

Jangan Terlalu Mengagungkan Kesibukan

Ingat lagi, berapa kali kamu mengatakan kamu sibuk. Sudahkah kamu berhenti untuk memikirkan seberapa sibuknya kamu? Atau, jangan-jangan itu semua terjadi karena kamu memberi dirimu sendiri terlalu banyak pekerjaan?

Dalam budaya startup dan wirausaha, punya kesibukan yang berlebihan seringkali diagung-agungkan dan dianggap keren, padahal itu tidak selalu baik. Coba lakukan pendelegasian. Tidak semua beban harus ada di pundakmu.

Memecah Pekerjaan

Kita semua punya banyak tujuan dalam bisnis yang ingin kita capai. Pikiranmu mungkin sering terasa berantakan, dan ini adalah salah satu alasan banyak orang mengalami kecemasan saat menjalankan bisnis sendiri.

Salah satu strategi yang bisa dilakukan untuk membuat pikiranmu tetap teratur adalah dengan memecah-mecah pekerjaan. Misalnya, ketika kamu sedang mengerjakan sebuah pekerjaan, fokuslah pada hal itu saja dalam periode tertentu, misalnya satu hari, satu minggu, atau satu bulan.

Sempatkan Istirahat

Waktu istirahat, misalnya tidur, adalah hal penting yang dibutuhkan tubuhmu, terutama pikiranmu. Manfaatnya bukan

hanya kamu bisa menjalani hidup yang lebih seimbang, tetapi juga memicu ide-ide segar.

Beristirahatlah secara berkala sepanjang hari. Ambillah waktu libur setidaknya seminggu sekali. Beristirahat bukanlah kegiatan yang buang-buang waktu, karena jika kamu istirahat secara cukup, kamu akan lebih produktif dan mampu menggunakan waktumu lebih baik lagi.

Jaga Kesehatan Jiwa

Lakukan perawatan tubuh dari dalam secara teratur untuk mengelola stres, kecemasan, dan kesehatan mentalmu. Beberapa hal yang bisa kamu lakukan misalnya, meditasi, yoga, atau menulis jurnal.

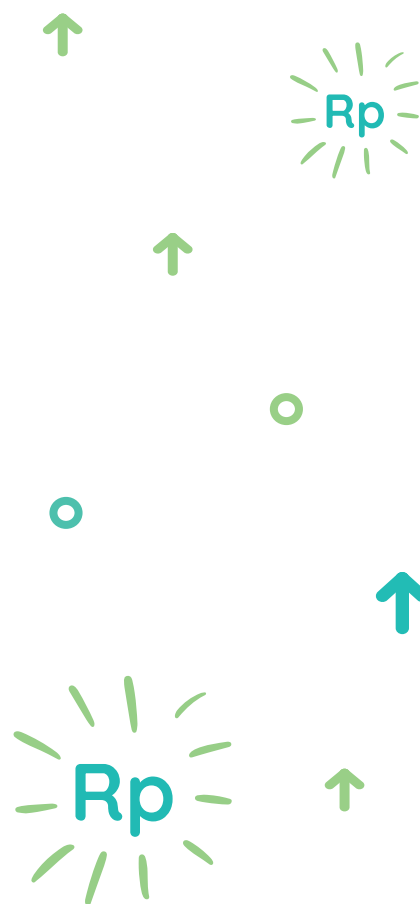
Meditasi adalah salah satu cara untuk meredakan stres, kecemasan, dan secara umum meningkatkan kesehatan mental dan emosionalmu. Saat melakukan meditasi, pikiranmu menjadi lebih tenang. Ini yang akan membuka lebih banyak ruang untuk ide-ide cemerlang.

Redakan Stres Setiap Hari

Jangan menunggu stres menumpuk hingga meledak suatu hari nanti. Usahakan untuk meredakannya setiap hari. Pilihlah hobi yang kamu bisa nikmati dan cobalah melakukannya di malam hari, dan jadikan bagian rutinitasmu sesudah selesai berkulat dengan urusan bisnis setiap harinya.

Misalnya menonton film, bermain musik, mewarnai pola, belajar menyulam, atau apa saja yang bisa membantu melepaskan pikiranmu dari urusan pekerjaan.

Sebagai pengusaha, sangat mudah untuk larut dalam kesibukan bisnis dan mengesampingkan kesehatan mentalmu. Padahal dengan begitu, kamu akan kehilangan kesempatan mengembangkan bisnis lebih dari imajinasimu.



BURGER BANGOR

BURGER RASA MEWAH **INVESTASI ISTIMEWA**

Dengan bahan baku 100% daging sapi Australia, Burger Bangor punya rasa yang berbeda dari burger di Indonesia pada umumnya. Kamu juga jadi punya kesempatan jadi pengusaha burger yang tidak biasa-biasa saja.

Harga kemitraan hanya 72 Juta Rupiah!

Gabung sekarang di  0813-8777-7150

