

Membawa Usaha Kecil Anda dari *Offline* ke *Online*

Booklet 1 - Manfaat dari beralih ke digital

Daftar Isi

1. Pendahuluan	05
a. Pahami produk Anda dan competitor	07
b. Segmentasi Pasar	07
c. Penawaran khusus	07
2. Mempromosikan usaha	08
a. Metode pemasaran yang cerdas	08
b. Penawaran khusus	08
3. Manfaat berjualan online	09
a. Permudah pelanggan menemukan usaha Anda	10
b. Perbaiki pengalaman pelanggan	10
c. Cara membangun kehadiran online	11

Bab 01 Pendahuluan

Kemajuan teknologi, ketersediaan perangkat seluler, dan konektivitas internet 24 jam telah mengubah cara konsumen dalam mencari informasi, berbelanja, dan membayar suatu produk atau jasa, yakni dengan memanfaatkan sarana digital.

Berdasarkan hasil survei, konsumen saat ini lebih memilih menggunakan medium digital, seperti website resmi, media sosial, dan e-mail dari sebuah usaha untuk memutuskan di mana akan berbelanja. Seiring pergeseran preferensi konsumen tersebut, menjadi krusial bagi sebuah usaha untuk bertransformasi meningkatkan online presence dan menerapkan solusi digital demi meningkatkan penjualan, mendapatkan pelanggan baru, dan mendorong efisiensi biaya.\

Pahami produk Anda dan kompetitor

Agar penjualan dapat meningkat, Anda harus benar-benar memahami produk Anda, segmen pasar, dan bagaimana cara meningkatkan reputasi usaha Anda. Pertamata, kita akan membahas bagaimana cara menaikkan loyalitas pelanggan dengan berfokus kepada strategi untuk meningkatkan kepuasan pelanggan terhadap jasa atau produk yang Anda tawarkan. Ingat, pelanggan yang senang adalah iklan terbaik bagi usaha Anda.

Segmentasi pasar

Beranggapan bahwa semua penduduk yang ada di sebuah kota dapat menjadi “target pasar” Anda bukanlah hal yang tepat, karena tidak semua orang yang tinggal atau pun melewati wilayah usaha Anda ingin membeli produk Anda. Agar usaha Anda dapat berkembang, Anda harus paham siapa pelanggan Anda dan cara mengelompokkan mereka berdasarkan karakteristik, seperti usia, pekerjaan, dan kebutuhan. Mereka inilah yang akan menjadi segmen pasar Anda. Setelah Anda menetapkan segmen pasar, Anda dapat menjalankan beragam cara untuk meningkatkan penjualan.

Agar Anda dapat membuat segmen pasar dengan efektif, Anda harus mempertimbangkan beberapa karakteristik pelanggan, seperti usia, pekerjaan, kebiasaan, kesukaan, dll. Ingat, tidak ada satupun produk atau jasa yang bersifat universal.

Segmentasi pasar akan membantu Anda menyesuaikan promosi, publikasi, dan komunikasi Anda dengan kebutuhan pelanggan. Sebuah usaha dapat memiliki beberapa segmen pasar.

Analisis pesaing

Mengetahui apa saja yang ditawarkan oleh pesaing Anda merupakan hal yang penting. Berikut adalah beberapa hal yang perlu Anda pelajari dari pesaing Anda:

Mengenali pesaing Anda

- Di mana lokasi usaha pesaing saya?
- Produk atau jasa apa saja yang ditawarkan?
- Bagaimana reputasi usaha mereka (fasilitas dan karyawan)?
- Bagaimana cara mereka melayani pelanggan?
- Promosi apa saja yang mereka tawarkan?
- Metode pembayaran apa saja yang mereka sediakan?

Informasi di atas akan berguna untuk mengetahui sisi baik dan sisi buruk dari pesaing, dimana pembelajaran yang didapatkan bisa kita terapkan untuk memperbaiki usaha kita.

Rangkuman

Usaha macam apa pun dapat memberikan inspirasi untuk usaha Anda, tidak peduli dari industri mana pun. Sebagai contoh, kartu pengecekan kebersihan toilet di sebuah restoran dapat digunakan juga di toko roti atau jenis-jenis bisnis lainnya.

Memahami siapa target pelanggan Anda adalah hal yang sangat penting dan merupakan fondasi dari setiap usaha. Penjualan adalah pondasi dari setiap usaha. Setelah Anda mengenal target pelanggan Anda, langkah selanjutnya adalah mengalokasikan sumber daya untuk strategi pemasaran Anda (pengiklanan, promosi, pelatihan karyawan, citra perusahaan, dll), dimana hal ini dapat membuat perubahan yang besar.



Strategi Anda akan bergantung kepada kenyataan dan kondisi Anda. Anda tidak harus selalu menggunakan semua taktik yang ada; baiknya Anda memilih taktik mana yang akan memberikan dampak paling besar dan menjalankannya dengan efektif.

Bab 02 Mempromosikan Usaha

Saat Anda sibuk dengan kegiatan operasional usaha kecil Anda sehari-hari, terkadang sulit untuk mencari waktu atau biaya untuk mempromosikan usaha Anda. Berapa pun anggaran Anda dan berapapun besarnya permintaan pasar terhadap produk Anda, Anda masih tetap membutuhkan pelanggan baru. Untungnya, terdapat banyak cara untuk menarik pelanggan bahkan dengan anggaran terbatas.

Metode pemasaran yang cerdas

Salah satu cara terbaik untuk mempromosikan usaha Anda adalah dengan menggunakan metode pemasaran yang sudah teruji waktu. Bila anggaran Anda terbatas, Anda dapat mulai dengan menawarkan sampel produk gratis, membuat post tentang produk Anda di laman komunitas/grup Facebook, dan mengirimkan email ke pelanggan.

Berikan penawaran khusus

Dengan memberikan penawaran khusus, Anda dapat meningkatkan penjualan dan memperkenalkan pelanggan ke produk tertentu. Penawaran terbatas seperti gratis ongkir atau diskon 10% untuk pelanggan baru merupakan cara yang baik untuk mendapatkan pelanggan baru dan menaikkan penjualan. Anda juga dapat melakukan promosi dengan cara memberikan sampel produk gratis untuk menarik pelanggan baru. Bila Anda memiliki sebuah website, coba pertimbangkan menulis artikel blog tentang produk atau jasa Anda. Bila Anda memiliki akun media sosial seperti Facebook dan Instagram, Anda juga dapat mengajak teman/pengikut Anda berinteraksi terhadap post tentang produk Anda dengan cara melemparkan pertanyaan, membuat polling/voting, atau mem-post gambar dengan desain yang menarik perhatian. Anda juga dapat menawarkan diskon khusus pelanggan yang bergabung ke email newsletter Anda. Hal ini dapat menaikkan penjualan dan membantu Anda menyampaikan informasi ke pelanggan Anda terkait promosi di masa mendatang.

Bab 03 Manfaat Berjualan Online

Transformasi digital saat ini berlangsung dengan cepat. Pelanggan termotivasi untuk membeli dari usaha yang menawarkan pengalaman berbelanja yang mudah dan nyaman, seperti layanan berbelanja di toko dan juga secara online, penerapan pembayaran digital, dan kemudahan mendapatkan informasi terkait produk atau jasa yang mereka sukai secara online. Di tengah transformasi ini, banyak usaha yang sudah menggunakan solusi digital untuk membantu meningkatkan penjualan, mendapatkan pelanggan baru, dan mengurangi pengeluaran.



Hal ini memberikan kesempatan baru bagi usaha mikro kecil menengah (UMKM), karena masih sedikit di antaranya yang sudah berjualan online dan menggunakan digital tools yang ada. Guna membantu UMKM, Visa bekerja sama dengan sejumlah asosiasi perdagangan, penyedia layanan teknologi, bank, dan para peneliti, untuk menjawab pertanyaan ini:

Apakah UMKM perlu bertransformasi digital agar dapat sukses di lingkungan hidup saat ini, dan apabila demikian, bagaimana cara mereka memulai?

Apakah Anda tahu...

Berdasarkan hasil survei, 87% konsumen berpikir bahwa mendukung UMKM merupakan hal yang penting, di saat yang bersamaan, konsumen juga menggunakan jalur dan metode pembayaran digital saat mempertimbangkan ingin berbelanja di mana :

- 52% Konsumen lebih memilih untuk hanya berbelanja online.
- Lebih dari 80% Konsumen berpendapat bahwa keuntungan dunia digital, seperti website yang mudah digunakan dan program loyalitas digital, merupakan faktor yang memotivasi saat menentukan ingin belanja di mana.
- 78% Konsumen memilih metode pembayaran digital, seperti kartu kredit atau uang elektronik sebagai metode pembayaran yang paling sering digunakan.

Permudah pelanggan menemukan usaha Anda

Kemudahan pelanggan dalam menemukan usaha Anda dan pemasaran digital merupakan hal yang sangat penting di masa ini.

Memahami bagaimana pelanggan menemukan usaha Anda dapat membantu Anda menarik pelanggan baru dan lama. Penelitian menunjukkan bahwa pelanggan lebih memilih menggunakan jalur digital seperti website usaha atau media sosial saat memutuskan di mana akan berbelanja. Membangun dan mempromosikan usaha Anda di dunia *online* dapat membantu pelanggan menemukan dan berbelanja di tempat Anda.

- **51% konsumen** melakukan pencarian *online* dan/atau mengecek website usaha terlebih dahulu sebelum berkunjung
- **61% konsumen** berencana untuk menambah pembelanjaan *online* mereka dalam 5 tahun ke depan. Sedangkan 78% konsumen berencana untuk mengurangi atau tidak mengubah kebiasaan belanja di toko.
- **80% konsumen** termotivasi untuk berbelanja *online* di usaha yang memiliki website yang mudah digunakan.
- **63% konsumen** memilih untuk dihubungi melalui jalur digital, seperti email atau media sosial



Perbaiki pengalaman pelanggan

Pengalaman positif seorang pelanggan dapat membantu mendatangkan lebih banyak pelanggan, menaikkan penjualan, dan membentuk loyalitas pelanggan. *Digital tools* yang mempermudah pengalaman berbelanja adalah faktor penting yang memotivasi pelanggan untuk membeli produk Anda.

Hal-hal yang paling memotivasi pelanggan untuk memilih, meliputi:

Toko*

- Gratis ongkir: 96%
- Program loyalitas digital: 92%
- Bisa belanja baik di toko maupun secara *online*: 91%
- Penjual yang cepat tanggap: 89%

Restoran*

- Bisa melihat menu secara *online*: 93%
- Pembayaran dengan kartu kredit atau debit: 87%
- Program loyalitas digital: 87%
- Gratis ongkir: 85%

Jasa*

- Program loyalitas digital: 90%
- Penjual yang cepat tanggap: 89%
- Pembayaran dengan kartu kredit atau debit: 83%
- Pemesanan jasa secara *online*: 78%

*Berdasarkan toko eceran, termasuk toko obat-obatan dan bahan makanan

Cara membangun kehadiran online:

- Terhubung lewat email
- Media sosial
- Membangun website
- Bergabung di marketplace

Dapatkan tips bermanfaat lainnya di Booklet 2 mengenai tips digital marketing dan booklet 3 mengenai pembayaran.