



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI
REPUBLIK INDONESIA
2023

KIKA DAN DOMINIKA

Kala Remaja Ingin Berbisnis

Fitri Hasanah

Ilustrasi Oleh Hilmy An Nabhany





KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI
REPUBLIK INDONESIA
2023

KIKA DAN DOMINIKA

Kala Remaja Ingin Berbisnis

Fitri Hasanah

Ilustrasi Oleh Hilmy An Nabhany



Hak Cipta pada Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Republik Indonesia.

Dilindungi Undang-Undang.

Penafian: Buku ini disiapkan oleh Pemerintah dalam rangka pemenuhan kebutuhan buku pendidikan yang bermutu, murah, dan merata sesuai dengan amanat dalam UU No. 3 Tahun 2017. Buku ini disusun dan ditelaah oleh berbagai pihak di bawah koordinasi Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi. Buku ini merupakan dokumen hidup yang senantiasa diperbaiki, diperbarui, dan dimutakhirkan sesuai dengan dinamika kebutuhan dan perubahan zaman. Masukan dari berbagai kalangan yang dialamatkan kepada penulis atau melalui alamat surel buku@kemdikbud.go.id diharapkan dapat meningkatkan kualitas buku ini.

Kika dan Dominika

Penulis : Fitri Hasanah

Penyelia/Penyelaras : Supriyatno
Helga Kurnia

Penelaah : FDV Wulansari

Ilustrator : M. Hilmy An Nabhany

Editor Naskah : Eva Nukman
Ivan Riadinata

Editor Visual : M. Rizal Abdi

Desainer : Ingrid Pangestu

Penerbit

Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi

Dikeluarkan oleh:

Pusat Perbukuan
Kompleks Kemdikbudristek Jalan RS Fatmawati, Cipete, Jakarta Selatan
<https://buku.kemdikbud.go.id>

Cetakan Pertama, 2023

ISBN: 978-623-118-028-5 (PDF)

Isi buku ini menggunakan huruf Andika 10,5 pt., SIL International, Open Font License.
vi; 114 hlm., 17,6 x 25 cm.

PESAN PAK KAPUS

Hai, anak-anak Indonesia yang suka membaca dan kreatif! Kali ini kami sajikan kembali buku-buku keren dan seru untuk kalian. Bukan hanya menarik dan asyik dibaca, buku-buku ini juga akan meningkatkan wawasan, menginspirasi, dan mengasah budi pekerti. Selain itu, kalian akan diperkenalkan dengan beragam budaya Indonesia. Buku ini juga dilengkapi ilustrasi yang unik dan menarik, sehingga indah dipandang mata.

Anak-anakku sekalian, buku yang baik adalah buku yang bisa mengetarkan dan menggerakkan kita, seperti buku yang ada di tangan kalian ini. Selamat membaca!

Salam merdeka belajar!

Pak Kapus (Kepala Pusat Perbukuan)

Supriyatno

NIP. 196804051988121001

Prakata

Halo teman-teman!

Masa sekolah merupakan masa yang seru dan menyenangkan. Kamu bisa memanfaatkan masa muda dengan mencoba beragam hal produktif yang menunjukkan minat dan bakatmu. Minat dan bakat ini dapat kamu salurkan juga pada kegiatan berbisnis.

Dalam buku ini, Kika berstrategi untuk mengumpulkan uang untuk jalan-jalan perpisahan kelas XII dengan berbisnis. Jika kamu juga punya target finansial atau ingin menambah pengalaman, kamu juga bisa melakukan hal yang sama dengan Kika. Menjadi pelajar yang mencoba berbisnis memerlukan perencanaan dan strategi dalam membagi waktu dengan belajar. Cukup menantang, tetapi bisa dipelajari. Kamu bisa mempelajarinya dari pengalaman Kika di buku ini.

Di zaman digital, berbisnis menjadi juga semakin mudah dan minim modal. Kamu bisa memilih berbisnis produk maupun jasa dan mempromosikannya lewat jaringan internet. Kamu pun bisa mendapatkan pembeli/klien baru yang belum kamu kenal sebelumnya. Berbisnis di zaman digital sangat mungkin dicoba sejak remaja. Semoga setelah membaca buku ini kamu makin terinspirasi dan percaya diri untuk memulainya.

Selamat membaca dan mulai bisnis pertamamu.

DAFTAR ISI



Bab 1

Gawat! Aku Perlu Uang Tambahan!



Bab 2

Mencari Ide Bisnis yang “Kamu Banget”



Bab 3

Bagaimana Bisnismu Berjalan?



Bab 4

Siapkan Bahan Bakar Sebelum Memulai



Bab 5

Kemasan yang Aman dan Berkesan



Bab 6

Hei, Ayo Lihat Bisnisku!



Bab 7

Ada Pesanan Datang!



Bab 8

Catat dan Pisahkan



Bab 9

Perluas Pasarmu!



Bab 10

Bagaimana Produkmu di Mata Pembeli?



Bab 11

Berkembang dan Membesar



Bab 12

Aku Pebisnis Muda

Bab I

GAWAT!

Aku Perlu Uang Tambahan!

Halo, teman-teman! Sebagai pelajar, pernahkah kamu mengumpulkan uang untuk tujuan tertentu? Mungkin kamu punya kebutuhan atau barang yang diimpikan. Untuk mendapatkannya, kamu perlu menabung dahulu. Para pelajar biasanya menabung dari menyisihkan uang saku. Tahukah kamu, pelajar bisa mendapatkan tambahan pemasukan selain dari menyisihkan uang saku.

Ini Kika, seorang pelajar SMA kelas X. Seperti kamu, ia juga remaja yang penuh rasa ingin tahu dan suka mencoba banyak hal baru. Di buku ini Kika menemui tantangan yang akan ia taklukkan dengan berbisnis. Apakah kamu juga pernah terpikir untuk berbisnis? Berbisnis bisa membantu pelajar mendapatkan tambahan pemasukan. Namun, jangan lupa bahwa tugas utama pelajar adalah belajar. Jadi, jangan sampai berbisnis melalaikanmu dari tugas utamamu. Mari kita ikuti kisah Kika, seorang pelajar SMA yang menambah pemasukannya dengan berbisnis.



uang?
Perpisahan?

Tidak ada pilihan lain, aku harus mencari cara agar uangku bertambah. Aku tidak mau pengalaman Kakak terjadi lagi padaku nanti. Kejadian tadi siang masih terbayang di benakku.

Tadi sepulang sekolah aku heran mendengar suara-suara di kamar Kakak. Ada siapa di sana? Bukankah Kakak sudah berangkat jalan-jalan perpisahan?



"Kika, ke sini dulu," suara Ibu mencegahku mengetuk pintu kamar Kakak. "Jangan ganggu kakakmu. Dia sedang sedih dan mengambek karena tidak jadi pergi perpisahan."



Oh, mengapa tidak jadi? Bukankah Ayah sudah membayar uang muka? Sambil terheran-heran, aku mengikuti Ibu ke dapur.

Ibu pun bercerita. Sewaktu Nenek sakit kemarin ini, biaya rumah sakit cukup besar. Alhasil uang tabungan Ayah dan Ibu terpakai untuk biaya perawatan Nenek. Sisa uang tabungan mereka ditambah uang tabungan Kakak tidak cukup untuk melunasi biaya perpisahan. Ini pasti berat untuk Kakak, serta Ibu dan Ayah.



Lalu, bagaimana denganku? Apakah dua tahun lagi aku bisa mengikuti jalan-jalan perpisahan kelas XII? Aku tidak ingin memberatkan Ayah dan Ibu.



Ayah Kika

Kondisi kantor Ayah sedang sulit. Akibatnya, gaji semua karyawan diturunkan, agar tidak ada PHK. Sementara, Ibu tidak punya penghasilan tetap.

Ibu dulu sering menerima pesanan donat, tetapi kini tidak banyak lagi yang memesan. Donat gula halus ibu mulai kalah dari camilan lain yang lebih kekinian. Memang sehari-hari Ibu mengajar mengaji di masjid dekat rumah. Namun, kegiatan ini dijalani Ibu dengan sukarela, bukan karena menginginkan bayaran.



Ibu Kika

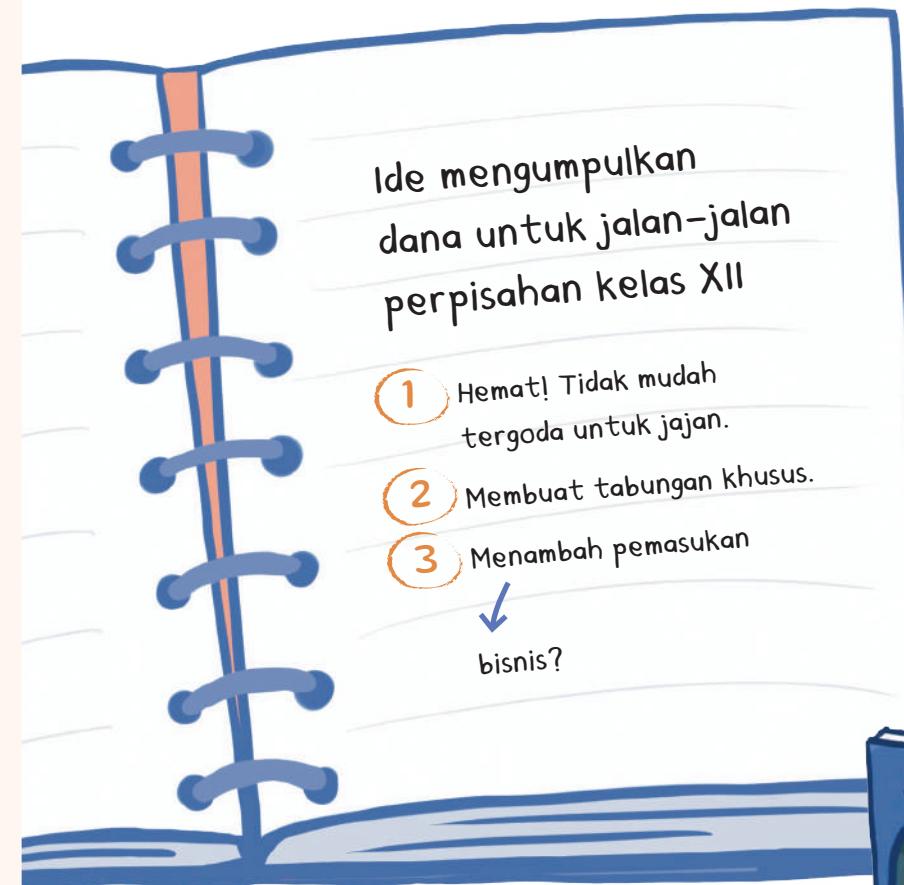
Bagaimana caranya agar aku nanti dapat mengikuti acara jalan-jalan perpisahan? Uang tabunganku saat ini belum seberapa. Selama ini aku menabung dari sisa uang saku. Sampai dua tahun ke depan, sepertinya tetap tidak akan mencukupi biaya jalan-jalan perpisahan kelas XII itu.

Apa lagi yang dapat aku lakukan? Lebih berhemat? Memisahkan tabungan? Mencari pemasukan? Aku terus berpikir sambil mencoret-coret buku catatanku.



Apakah kamu pernah mengalami situasi seperti Kika?
Apa yang kamu lakukan saat itu?

Mari kita lihat apa yang dilakukan Kika. Ia menuliskan opsi-opsi yang dapat dilakukan di buku catatannya.



Coba perhatikan hal ketiga yang ditulis Kika. Ini menarik sekali. Apakah remaja seusia Kika sudah bisa berbisnis? Bagaimana menurutmu? Pernahkah kamu terpikir hal yang sama dengan Kika?



Ide-Ide Bisnis Remaja



Camilan kekinian



Desain kaus



Suvenir idola



Avatar/joki gim



Penyewaan kostum



Kue/katering



Kerajinan tangan



Aksesoris



Desain grafis



Pemotretan



Ilustrasi/desain karakter



Rangkaian bunga



Foto/desain untuk platform digital



Kreator konten

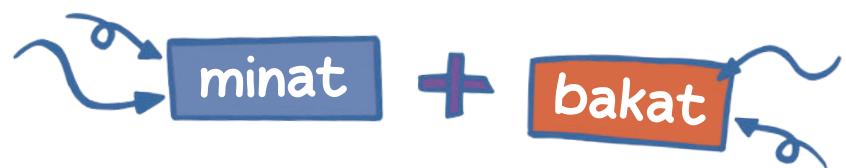


Bimbingan belajar



Kenali Dirimu

Begitu banyak ide yang dituliskan Kika. Ide mana yang akan ia pilih? Tentu Kika harus mempertimbangkan minat dan bakat dirinya, serta kondisi di pasaran.



Sebelum menjalankan sebuah bisnis, seorang pebisnis perlu mengenali dirinya. Ia perlu mengenali kelebihan dan kekurangan dirinya.

Kelebihan perlu dioptimalkan dan kekurangan perlu diantisipasi agar bisnis berjalan dengan baik. Begitu pula jika kamu ingin mulai berbisnis.

Mungkin kamu mengira kata "bisnis" itu berat, serius, dan hanya untuk orang dewasa. Sebenarnya tidak. Semua kegiatan jual beli dapat dimasukkan dalam aktivitas bisnis. Sebagaimana Kika, kamu juga bisa menjadi pebisnis.

Di tahap pertama, kenali dirimu. Untuk itu, kamu bisa menjawab pertanyaan-pertanyaan di bawah ini. Kamu juga bisa menambahkan pertanyaan lain untuk lebih mengenali minat dan bakatmu. Tuliskan semuanya di buku catatanmu. Tuliskan pula jika ada atau tidak ada alat yang diperlukan untuk mendukung minat dan bakatmu.



Ini adalah penilaian diri yang Kika buat untuk makin mengenali dirinya.

Nama: Kika

Kelas: X

Hobi: mencoba resep baru,
bermain media sosial

3 Kelebihanku:

- Ramah
 - Teliti
 - Percaya diri

3 Kekuranganku:

- Mudah lupa
 - Sulit fokus
 - Bisa lupa waktu saat bermain media sosial

Caraku mengatasi kekurangan: mencatat, membuat pengingat kegiatan, mengatur waktu, dan berfokus pada tujuan (terutama saat mengakses media sosial).

Aktivitas yang aku suka:

- Mencoba resep baru
 - Mengobrol bersama teman-teman
 - Menonton film
 - Memasak bersama ibu

Dalam waktu lama aku betah mengerjakan:

- Melihat-lihat media sosial
 - Memasak
 - Mencoba desain digital

Motivasiku berbisnis adalah mendapatkan uang yang cukup untuk mengikuti acara jalan-jalan perpisahan kelas XII dua tahun lagi.

Pertimbangkan Kondisi Pasar



Saat mengisi daftarnya, Kika dapat melihat aktivitas yang sering muncul di dalam daftarnya: memasak. Di sini Kika mulai bisa mempertimbangkan apakah ia akan berbisnis di bidang masak-memasak? Apakah ia akan berbisnis kuliner, menyediakan masakan atau camilan tertentu?

Sebelum memutuskan, ia perlu mempertimbangkan kondisi pasar. Apa yang kira-kira dibutuhkan oleh orang-orang di sekitarnya? Jika bidang yang ia minati sepi peminat, tentu bisnis tidak akan bertahan lama.

Peminat banyak.
Kemampuan kurang.



Bidang dikuasai.
Peminat nyaris tidak ada.



Contoh: Banyak orang mencari joki gim, tetapi Kika tidak jago bermain gim.

Contoh: Usaha buket bunga di lingkungan pedesaan.

Apa saja kegiatan masyarakat di sekeliling Kika yang membutuhkan camilan dalam jumlah cukup banyak? Pada acara-acara spesial seperti arisan, syukuran, pesta, dan pengajian biasanya dihidangkan berbagai makanan. Ini bisa menjadi pasar potensial bagi Kika. Apalagi di sekitar rumahnya masih banyak keluarga muda dengan anak-anak kecil yang suka mengadakan perayaan.

Kika juga bisa mempertimbangkan lingkungan pertemanannya sebagai pasar target. Kerja kelompok, acara-acara kelas, atau acara kejutan bagi teman biasanya membutuhkan makanan yang enak dan menarik dengan harga terjangkau.

Aha!



Di sekitarku banyak orang yang membutuhkan produk/jasa hidangan untuk syukuran atau acara tertentu.

Satu peluang sudah tergambar. Namun, Kika masih perlu memutuskan camilan apa yang akan dibuatnya.

Bagaimana dengan ide bisnis lainnya? Kika tetap perlu mempertimbangkan setiap peluang bisnis satu per satu. Agar lebih jelas, sebaiknya Kika menuangkan pertimbangan tersebut dengan peta pikiran (lihat halaman 10). Dengan demikian, keputusan yang dihasilkan akan lebih matang.

Ini adalah cara Kika memetakan setiap ide bisnis dan mencari yang paling cocok dengan dirinya.

Keterangan
M: Minat
B: Bakat
P: Pasar

Multimedia

Ilustrasi

M: ???
B: Tidak ada
P: Ada, tetapi tidak terlalu besar

Kreator konten

M: Kurang percaya diri
B: ???
P: Banyak konsumennya

Pilih ide bisnis yang mana?



Bab I Gawat! Aku Perlu Uang Tambahan!

Desain Digital

M: Suka mendesain
B: Memanfaatkan templat dari aplikasi
P: Banyak orang juga bisa melakukannya



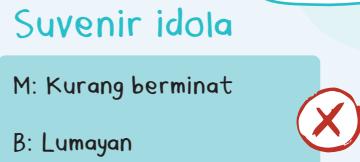
Foto ke platform berbayar

M: Tertarik untuk mencoba
B: Belum berpengalaman tetapi kamera ponsel cukup memadai
P: Belum tahu minat pasar di bidang ini



IDOLA

M: Kurang berminat
B: Lumayan
P: Souvenir idola laris sekali



Dunia Gim



Lauk

M: Suka
B: Bisa diajari Ibu
P: Sudah banyak usaha serupa di sekitar rumah

Kuliner



Kue

M: Suka sekali
B: Biasa bantu Ibu
P: Orang-orang menyukai kue buatan Ibu, terutama donat.



Sewa kostum untuk permainan kostum (cosplay)

M: Kurang paham tokoh cosplay
B: Tidak punya
P: Tidak tahu



Pelajaran

M: Belum PD
B: Kurang
P: Peminatnya sebenarnya ada

Hobi/ekskul

M: Belum PD menjadi pengajar
B: Ada
P: Sepertinya belum ada. Siapa yang tertarik kursus memasak?

Gelang

M: Kurang
B: Bisa
P: Sudah tidak tren lagi

Rangkaian Bunga

M: Lumayan
B: Lumayan (pernah membuat)
P: Sepi peminat

Kerajinan Tangan



Joki gim dan Desain avatar

M: Tidak suka main gim
B: Kurang
P: Banyak remaja mencari jasa ini



Setelah Kika memetakan pikirannya, ia melihat ada potensi di bagian bisnis kuliner. Ia bisa melanjutkan bisnis donat ibunya. Apakah ide ini cukup realistik untuk dijalankan?

Tentu ia harus menelisik lebih dalam ide tersebut.

Berikut ini alur berpikir Kika dalam mengembangkan ide bisnis donat.



Donat Mini

Donat berukuran kecil. Pembeli lebih tertarik karena merasa mendapatkan banyak donat dengan harga ekonomis. Ukurannya pas untuk camilan. Bentuk dan rasa perlu divariasikan..

Donat Karakter



Donat mini dengan taburan yang bisa disesuaikan dengan keinginan pembeli. Cocok untuk hadiah atau jamuan acara spesial. Bisa dinikmati segala usia dengan tampilan menyerupai donat-donat bermerek terkenal.



Menara Donat

Sajian pengganti kue tar atau nasi tumpeng untuk acara istimewa. Unik dan menarik serta mudah dibagikan kepada tamu undangan.



**DONAT MINI
KARAKTER**
(dominika)

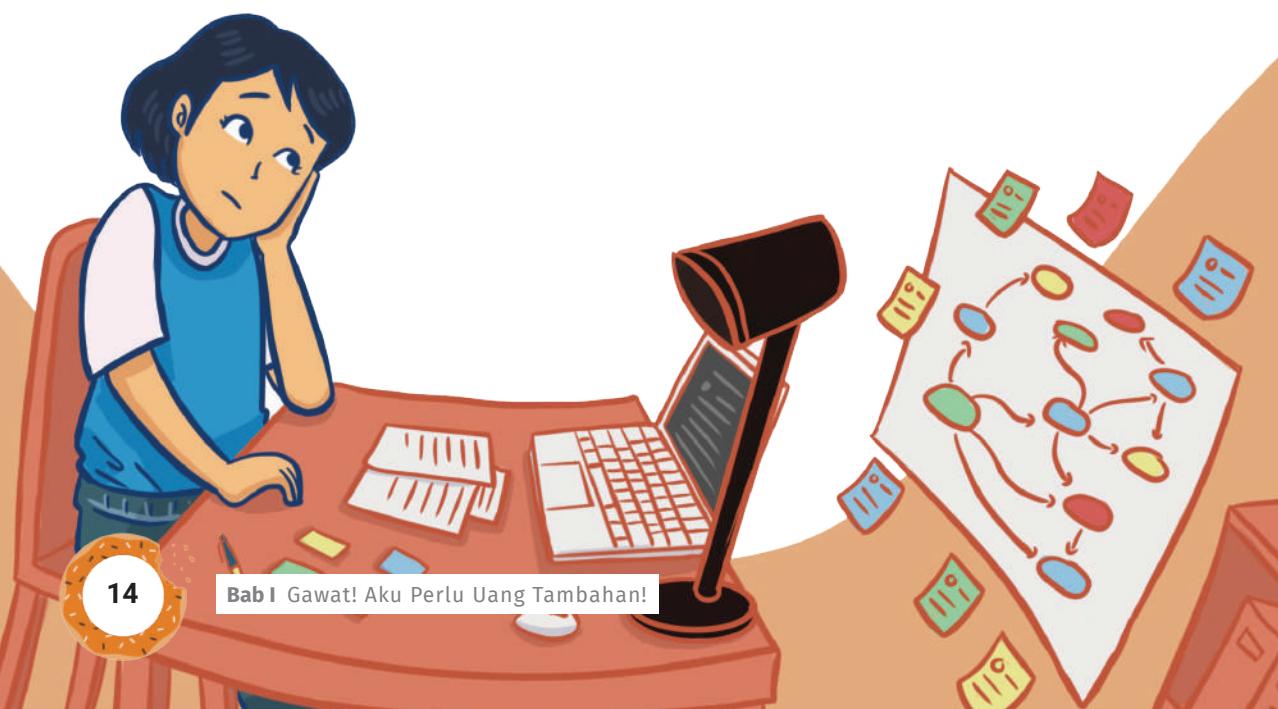


Luas sekali ya, ide bisnis yang bisa dieksplorasi para remaja. Kalau kamu ingin mengembangkan bisnis, ide mana yang akan kamu pilih? Tentu kamu perlu mempertimbangkan minat dan kemampuanmu.

Eksplorasi ide bisnismu!

Poin penting dalam memilih produk/jasa yang menjadi bisnismu

- Mulai dari hobi atau kesukaan
- Lihat dan cari tahu kebutuhan orang-orang di sekitar
- Pikirkan ketersediaan dan ketahanan produk
- Cek tren yang sedang berlaku



Bab II

Mencari Ide bisnis yang "**KAMU BANGET**"

Kika sudah memutuskan untuk menjalankan bisnis donat mini karakter. Ia telah mempertimbangkan berbagai ide dan menyimpulkan bahwa bisnis donat mini karakterlah yang paling cocok dengannya.

Bisnis ini sesuai dengan hobi, latar belakang keluarga, serta peminat di lingkungan sekitarnya.

Bagaimana denganmu? Apakah kamu sudah memutuskan ide bisnis yang ingin kamu jalankan?

Validasi Idemu

Setelah mengenali kelebihan, kekurangan, serta minat dirinya, seorang pebisnis perlu memastikan kembali apakah idenya bisa dijalankan dan akan memberi keuntungan.

Kamu perlu memikirkan realisasi bisnis kamu dari ide menjadi aktivitas yang nyata (konkret). Pertimbangkan kondisi-kondisi baru yang akan kamu hadapi. Kamu akan menawarkan produk, mengelola keuangan, bahkan mengelola waktu sekolah dan berbisnis. Kamu perlu siap untuk itu.

Di bawah ini adalah contoh lembar isian untuk membantumu menyiapkan diri untuk mulai berbisnis.

Siapkan Dirimu!

Aku akan berbisnis produk/jasa
Pembeda bisnisku dan bisnis lainnya adalah
Harga yang kira-kira cocok
Strategi promosiku adalah
Caraku mengelola keuangan
Caraku terkoneksi dengan orang baru
Rencanaku menjaga hubungan baik dengan orang lain
Rencanaku menawarkan produk kepada orang lain
Strategiku mengelola waktu sekolah dan berbisnis

Kamu dapat menyalin lembar isian tersebut dan melengkapinya di buku catatanmu. Sebagai contoh, berikut ini yang ditulis Kika di buku catatannya.

Aku akan berbisnis produk/jasa
donat mini karakter (yang bisa disesuaikan taburannya) bersama Ibu.

Pembeda bisnisku dan bisnis lainnya adalah sajian sederhana yang tampak mewah dan layak disuguhkan saat acara istimewa.



Harga yang kira-kira cocok untuk donat karakter:

Donat ukuran mini (isi 12) Rp30.000,00

Donat ukuran standar (isi 6) Rp30.000,00

Bebas pilih taburan dan dekorasi

Strategi promosiku adalah membuat potongan 10% untuk pembelian minimum 2 kotak.

Caraku mengelola keuangan:

Tidak boros dan membiasakan menabung di dompet khusus di rumah.

Aku punya rekening dan dompet digital, tetapi belum biasa menabung di sana.

Caraku terkoneksi dengan orang baru:

Bertukar akun media sosial jika berkenalan dengan orang baru.

Aku akan lebih sering membantu Ibu mengajar kelas mengaji agar lebih kenal dengan warga sekitar.

Rencanaku menjaga hubungan baik dengan orang lain:

Bersikap ramah dan menyapa teman yang sudah lama tidak bertemu untuk bertanya kabar (tidak saat menawarkan jualan saja).

Rencanaku menawarkan produk kepada orang lain:

Melakukan promosi ke teman-teman sekolah, grup-grup pertemanan, serta warga sekitar melalui arisan ibu-ibu dan orang tua murid kelas mengaji.

Strategiku mengelola waktu sekolah dan berbisnis:

Aku akan melayani pesanan donat mini karakter saat liburan sekolah dan pada akhir pekan. Pada hari sekolah aku belajar dan mengerjakan tugas sambil mengumpulkan pesanan. Tugas-tugas sekolah aku usahakan selesai sebelum akhir pekan, sehingga aku dapat membuat donat dan mengirimkannya. Jika bisnis ini sudah mulai dikenal, aku akan mempertimbangkan menerima pesanan pada hari biasa dengan jumlah terbatas.

Analisis ide bisnismu dengan metode SWOT

Jika ingin menganalisis ide bisnis lebih mendalam, kamu bisa melakukan analisis SWOT. Analisis SWOT merupakan metode yang menganalisis kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), kesempatan (*opportunities*), dan ancaman (*threats*).

Jawab Pertanyaan, Analisis Bisnismu



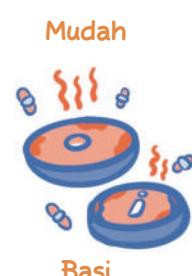
(Strengths/Kekuatan)

1. Apa kelebihan bisnismu dari bisnis lain?
2. Apa yang membuat kamu lebih baik dari pebisnis lain?
3. Apa yang unik dari bisnismu yang tidak dimiliki bisnis lain?
4. Strategi apa yang direncanakan untuk bersaing dengan bisnis lain?



(Weakness/Kelemahan)

1. Apa kekurangan bisnismu?
2. Apa yang perlu ditingkatkan pada bisnismu?
3. Apa hal yang bisa dihindari atau dicegah agar tidak menghambat bisnismu?
4. Apa yang membuat kamu merasa kalah dari pebisnis lain?



(Opportunities/
Kesempatan)

1. Peluang apa saja yang bisa ditemukan pada bisnismu?
2. Kondisi lingkungan apa yang mendukung bisnismu?
3. Teknologi apa yang mendukung kemajuan bisnis tersebut?
4. Tren, perkembangan di masyarakat, dan pola hidup masyarakat seperti apa yang mendukung perkembangan bisnis itu?



(Threats/Ancaman)

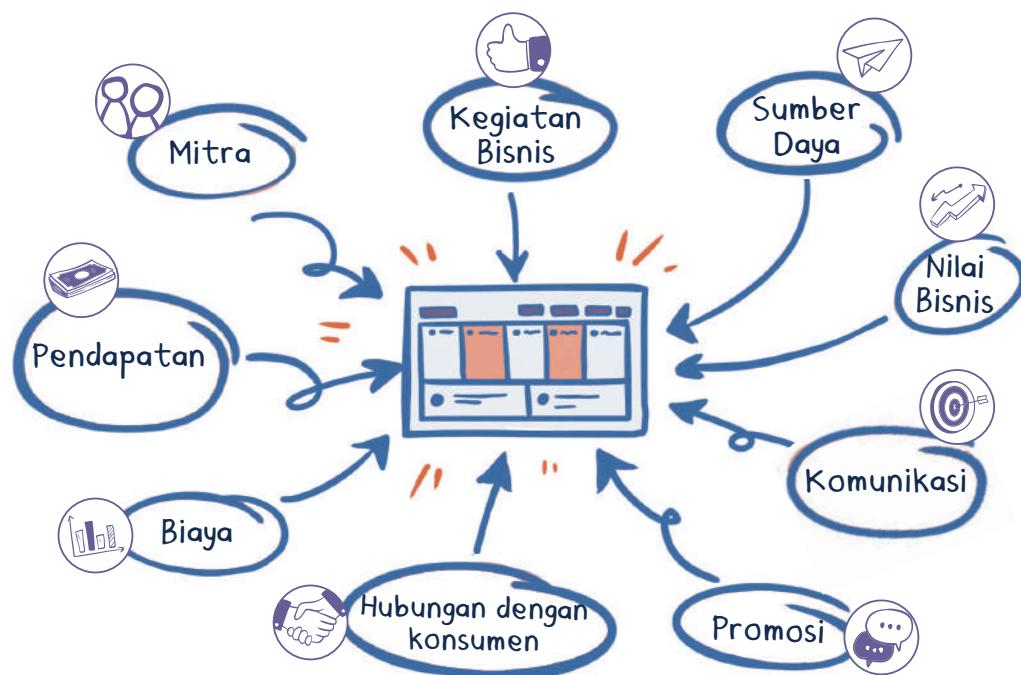
1. Bagaimana produk pesaing bisa lebih unggul dibanding produkmu?
2. Strategi apa yang diterapkan pesaing pada produknya?
3. Adakah perubahan kondisi masyarakat yang bisa mengganggu berjalannya bisnismu?
4. Apakah kondisi keuangan berpengaruh langsung pada bisnismu?



Kanvas Model Bisnis

Setelah memilih satu ide yang akan dijalankan, seorang pebisnis bisa memetakannya melalui sebuah Kanvas Model Bisnis (*Business Model Canvas*). Kanvas Model Bisnis merupakan sebuah kerangka berpikir untuk mendetailkan ide bisnis agar mudah dipahami. Kerangka berpikir ini dikenalkan oleh Alexander Osterwalder pada tahun 2005 melalui bukunya, *Business Model Generation*.

Melalui Kanvas Model Bisnis, seorang pebisnis dapat menggambarkan keadaan bisnisnya secara utuh dengan tampilan sederhana. Kanvas Model Bisnis terdiri dari sembilan bagian yang menggambarkan berjalanannya suatu bisnis.

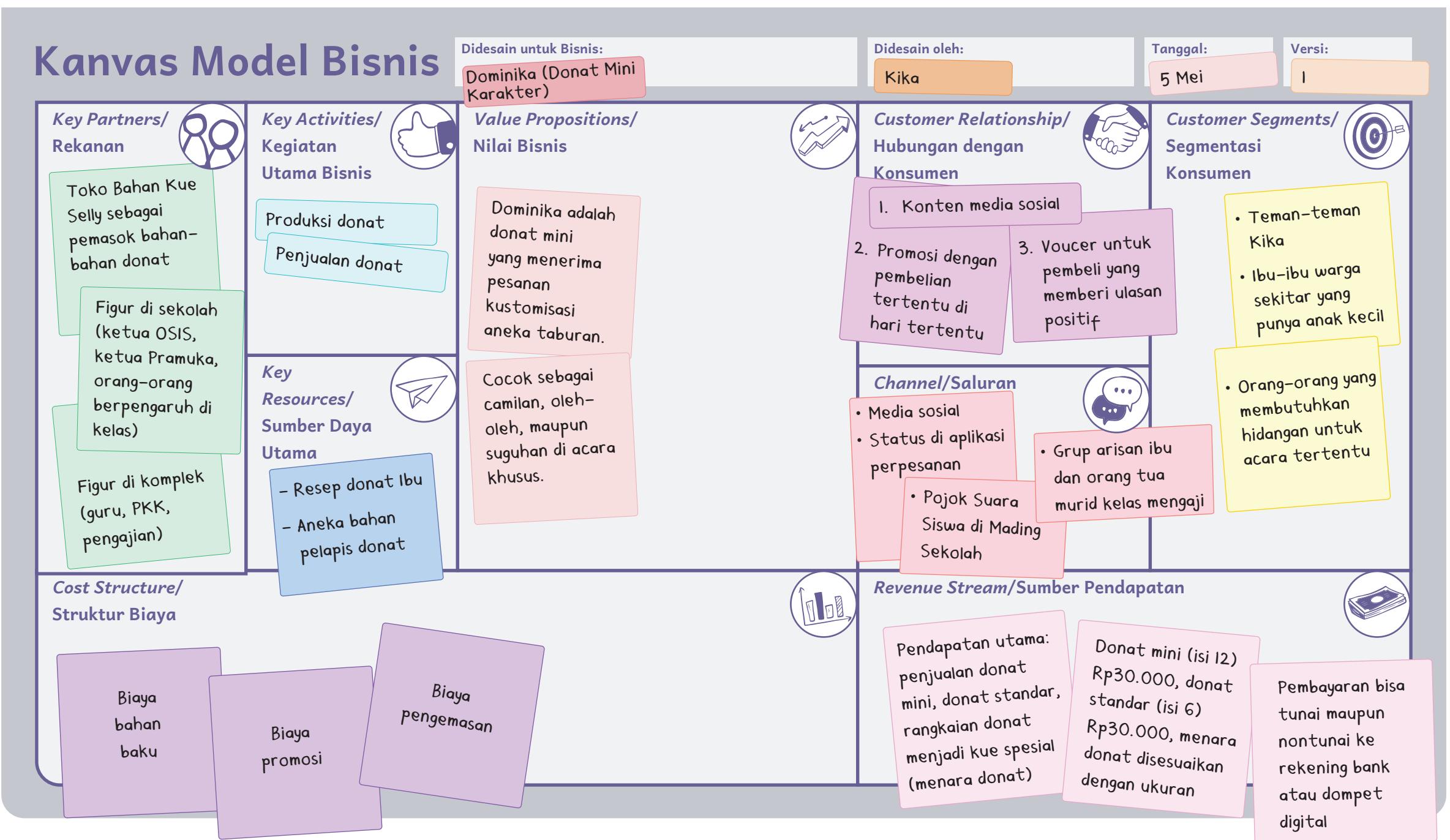


Berikut adalah kerangka untuk Kanvas Model Bisnis.

Kanvas Model Bisnis

	Didesain untuk Bisnis:	Didesain oleh:	Tanggal:	Versi:
Key Partners/ Rekanan	Key Activities/ Kegiatan Utama Bisnis	Customer Relationship/ Hubungan dengan Konsumen	Customer Segments/ Segmentasi Konsumen	
<ul style="list-style-type: none"> Rekanan adalah pihak-pihak yang berperan penting dalam perjalanan bisnis seperti pemasok, ekspedisi, dan lain-lain. Siapa pemasok yang diandalkan? Mengapa memilih pemasok itu dibanding yang lain? Siapa pemengaruuh (influencer) yang bisa mempercepat penjualan? Ekspedisi apa yang paling diandalkan? Siapa yg bisa mempercepat proses bisnis yang ada? 	<ul style="list-style-type: none"> Aktivitas apa saja yang bisa meningkatkan nilai bisnismu? Apa strategi pemasaran agar mencapai target? Apa yang akan dilakukan jika bisnismu menghadapi masa sulit? 	<ul style="list-style-type: none"> Kegiatan apa saja yang dilakukan untuk menjaga hubungan baik dengan konsumen? Bogaimana memastikan kepuasan konsumen? Bogaimana agar pembeli loyal dengan produk/jasamu? 	<ul style="list-style-type: none"> Siapa yang akan membeli produkmu? Karakteristik pembeli seperti apa yang bisa menikmati produkmu? Kira-kira siapa saja pembeli yang akan kembali membeli? 	
Key Resources/ Sumber Daya Utama	Value Propositions/ Nilai Bisnis	Channel/Saluran	Revenue Stream/Sumber Pendapatan	
<ul style="list-style-type: none"> Apa sumber daya utama yang harus ada agar bisnis bisa berjalan lancar? Apa aset/kunci bisnismu yang tak bisa digantikan dengan yang lain? 	<ul style="list-style-type: none"> Apa nilai lebih (keunggulan) yang dimiliki produk/jasamu? Masalah apa yang ingin diselesaikan melalui produk/jasamu? Apa produk/jasa yang kamu tawarkan untuk pembeli? Keunikan apa yang dimiliki oleh produk/jasamu? 	<ul style="list-style-type: none"> Apa strategi dan media yang digunakan untuk promosi & iklan? Bogaimana pembeli mengetahui produk/jasa ini? Bogaimana produk/jasa sampai ke tangan pembeli? 	<ul style="list-style-type: none"> Dari mana sumber pendapatan bisnismu? Berapa harga yang cocok untuk produk/jasamu? Berapa harga yang ditawarkan pesaing untuk produk/jasa yang sama? Bogaimana cara pembeli melakukan pembayaran? 	

Ini hasil yang Kika buat untuk usahanya, Dominika.



Kanvas Model Bisnis ini dapat diperbarui sesuai kondisi bisnis atau perubahan perencanaan. Jika kamu membuat Kanvas Model Bisnis dengan ukuran besar untuk ditempel di dinding, kamu bisa mengisinya menggunakan kertas yang mudah dipasang-lepas agar fleksibel saat hendak diperbarui pada masa mendatang.



Sepanjang perjalanan bisnisnya, saat Kika hendak menambahkan rencana promosi dengan iklan daring (*online*), ia bisa menambahkannya pada kotak saluran. Kika juga bisa menambahkan pemasok di lokapasar (*marketplace*) dalam kotak rekanan jika ia menemukan toko tepercaya untuk pembelian bahan baku Dominika.



Bab II Mencari Ide Bisnis yang "Kamu Banget"

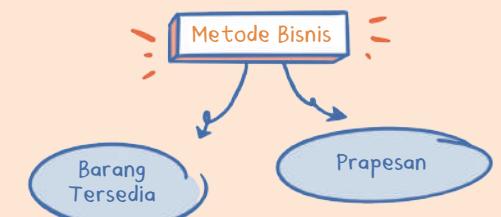
Bab III

Bagaimana Bisnismu BERJALAN?

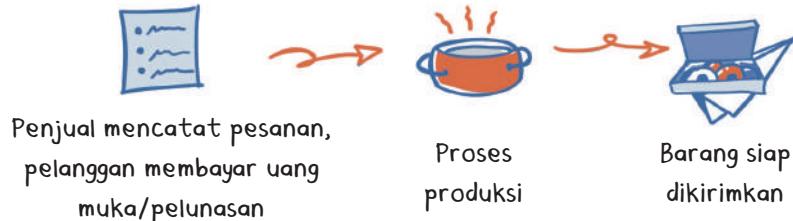


Kika sudah menetapkan bisnis yang akan ia jalankan. Kika juga sudah memerinci rencananya lewat Kanvas Model Bisnis. Nah, apa selanjutnya? Apakah Kika bisa langsung memproduksi donat? Ataukah ia perlu mengumpulkan pesanan?

Sebagai pebisnis, Kika bisa memilih prapesan dengan mengumpulkan pesanan di awal atau menyediakan stok barang yang siap ditawarkan langsung pada pembeli. Sebagaimana Kika, kamu harus memahami dahulu cara kerja setiap metode bisnis sebelum memilihnya.



Bisnis Minim Modal? Coba dengan Prapesan



Proses jual beli dengan mendata pesanan terlebih dahulu dan melakukan proses pembuatan produk sesuai permintaan. Produk akan diserahkan pada waktu yang telah dijanjikan dan disepakati pada saat pemesanan.

Kelebihan

- Uang muka pesanan bisa diminta untuk dibayarkan di awal sebagai tanda jadi dari pembeli. Uang ini bisa menjadi tambahan modal bagi penjual.
- Produk yang dibuat lebih pasti terjual karena pembeli sudah ada dari awal.

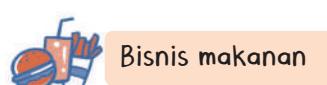


Kekurangan

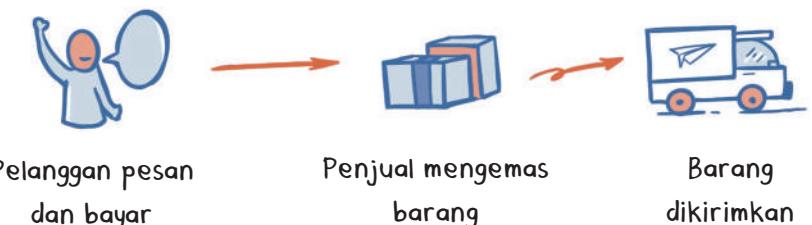
- Tidak bisa memenuhi kebutuhan pembeli yang membutuhkan produk dalam waktu cepat.
- Ada risiko kekecewaan dan pembatalan dari pembeli jika barang tidak tersedia pada waktu yang dijanjikan.
- Ada risiko pembeli tidak serius atau menghilang saat pesanan jadi.



Contoh bisnis yang dapat dilakukan dengan metode prapesan:



Barang Sudah Tersedia, Bisa Diantar Seketika



Berjualan dengan stok yang sudah tersedia di penjual.
Barang siap dikirim setelah pembeli melakukan pembayaran.

Kelebihan

- Pembeli mendapat jaminan adanya barang.
- Pembeli mendapatkan barang yang dibutuhkan dengan cepat.
- Calon pembeli bisa melihat langsung barang yang tersedia.

Kekurangan

- Butuh modal untuk pengadaan barang di awal.
- Butuh tempat untuk menyimpan barang.
- Ada risiko produk rusak atau kedaluwarsa dari stok yang ada.

Sebagai upaya meminimalisasi risiko, Kika dan Ibu memutuskan untuk menjual Dominika secara prapesan. Mereka akan melakukan promosi dan mengumpulkan pesanan untuk tanggal yang telah ditentukan. Siapa pun yang tertarik bisa membayarkan uang mukanya sebagai tanda jadi. Uang tersebut bisa menjadi tambahan modal untuk donat yang dipesan.

Kalau kamu, cara penjualan apa yang cocok dengan bisnismu?



Pahlawan-pahlawan Penghubung Produk

Ketika menjalankan bisnis, penjualan produk/jasa dapat dibantu oleh distributor/agen, *reseller*, *dropshipper*, atau *afiliator*. Semua pihak ini memiliki peran penting untuk menyampaikan info produk kepada calon pelanggan dengan cara kerja yang berbeda-beda. Info terkait produk/jasa yang ditawarkan disampaikan secara langsung maupun tidak langsung (misalnya melalui media sosial atau lokapasar).

Distributor/Agen



Distributor: agen penyalur, orang atau badan yang bertugas menyalurkan barang (dagangan) kepada beberapa orang atau ke beberapa tempat.

Reseller (Penjual Kembali)



Reseller: penjual yang menjualkan produk dari produsen. Produsen mengirimkan stok produk ke *reseller*, lalu *reseller* mengirimkan ke pembeli sesuai pesanan.

Dropshipper



Dropshipper: pelaku *dropship*. Penjual yang menjualkan produk dari produsen tanpa menyimpan stok produk.

Afiliator



Afiliator: orang yang mempromosikan produk orang lain di internet dan mendapatkan komisi jika terjadi pembelian melalui tautan atau kode yang ia berikan.

Memasarkan barang dengan bantuan agen, *reseller*, *dropshipper*, maupun *afiliator* berarti melibatkan banyak pihak. Mereka adalah partner bisnis yang menjadi perpanjangan tangan dalam distribusi produk. Pebisnis perlu memiliki prosedur pengoperasian standar (*standard operating procedure*, SOP) yang baku dalam melakukan proses bisnis bersama para partner ini agar bisnis berlangsung dengan lancar.



Bab IV

Siapkan

BAHAN BAKAR

Sebelum Memulai

20



Dalam berbisnis, diperlukan “bahan bakar” untuk memulai. Yang dimaksud “bahan bakar” di sini adalah sesuatu yang harus ada sebelum bisnis dijalankan.

Bahan bakar utama bisnis Dominika milik Kika adalah bahan baku untuk membuat donat serta perlengkapan untuk pengemasan. Di era digital ini, ia bisa memilih untuk membeli bahan-bahan tersebut secara daring (dalam jaringan, *online*) atau luring (luar jaringan, langsung di tempat).

Sebagai pebisnis muda, Kika perlu memutuskan opsi terbaik dalam berbelanja bahan baku yang dibutuhkannya. Setelah survei ke toko bahan kue dan toko-toko di lokapasar (*marketplace*), Kika sudah memutuskan apa saja bahan baku donat dan perlengkapan pengemasan yang ia beli secara daring dan luring.

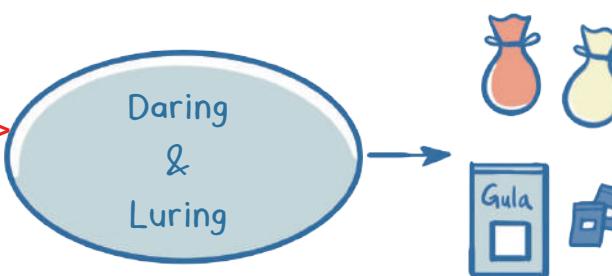


Berbelanja melalui daring dan luring di masa kini bisa menjadi pilihan. Para pebisnis bisa mempertimbangkan efisiensi biaya dan waktu serta kualitas produk sebelum memutuskan lokasi pembelian bahan baku. Pertimbangkan juga jumlah barang yang kamu beli. Berbelanja sekaligus agak banyak bisa menghemat ongkos kirim atau ongkos perjalanan dan kamu tidak perlu khawatir akan kehabisan stok. Namun, jangan terlalu banyak supaya terhindar dari risiko produk kedaluwarsa, rusak, atau menyita tempat penyimpanan.

Siapkan Taktik Cari Bahan Baku Terbaik

Daring	VS	Luring
 <ul style="list-style-type: none"> • Transaksi dapat dilakukan kapan pun dan di mana pun • Potongan harga bisa mengikuti kebijakan toko maupun lokapasar • Bisa mendapatkan layanan subsidi sampai gratis ongkos kirim • Bisa membandingkan produk yang sama di berbagai toko dari berbagai aspek (harga, jarak, ulasan pembeli sebelumnya) tanpa membuang banyak waktu • Terdapat biaya admin 		 <ul style="list-style-type: none"> • Butuh tenaga untuk perjalanan pulang dan pergi ke toko • Butuh biaya transportasi dalam proses belanja bahan baku • Bisa memegang barang langsung • Bisa mencicip (produk makanan) atau mencoba (produk busana, elektronik, dsb.) di tempat • Bisa tawar menawar di tempat
Fakta Unik <i>Banyak promosi belanja daring di tanggal kembar (tanggal dan bulan di angka yang sama) dan tanggal 25 setiap bulannya!</i>		

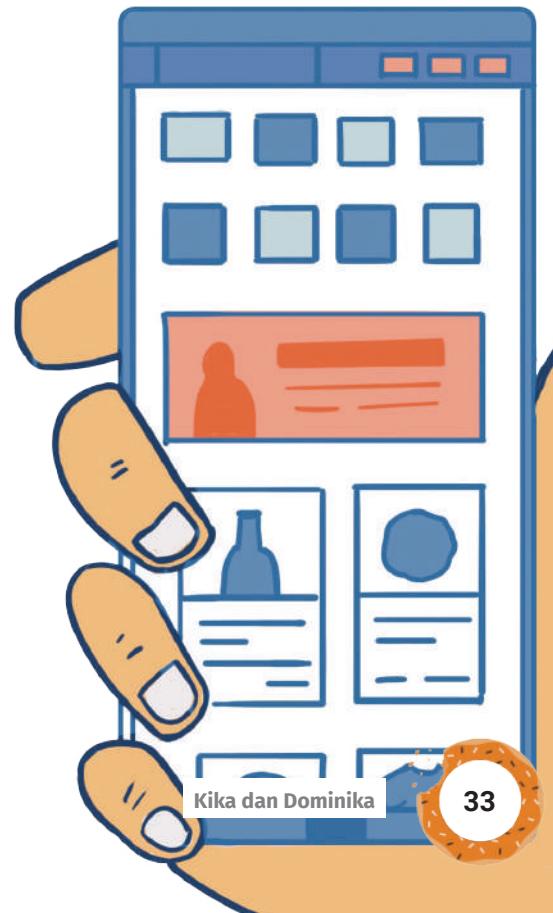
take out aja
ilustrasinya -->



Persis seperti Kika, begitu juga denganmu. Kamu bisa melakukan survei seperti Kika untuk memutuskan bahan baku mana saja yang kamu beli secara daring atau luring. Hal-hal apa yang perlu dipertimbangkan saat berbelanja daring? Simak info di bawah ini.

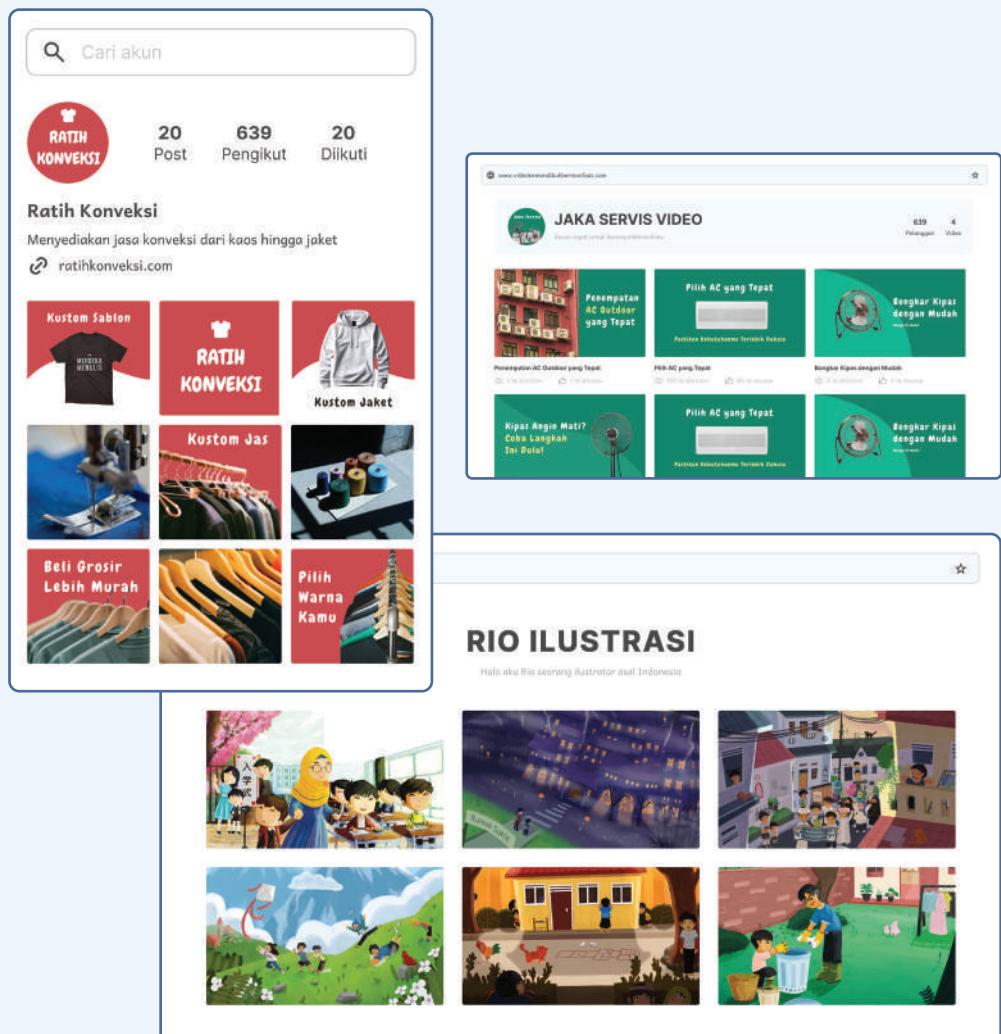
Yang Perlu Diperhatikan Saat Membeli Bahan Baku Daring

- Cek rating produk
- Cek ulasan pembeli sebelumnya
- Cek kode promo
- Periksa adanya voucher promo
- Cek dan lakukan pembelian jika ada promo di waktu tertentu
- Filter dari harga termurah
- Filter jarak terdekat
- Coba opsi tawar



Rancang Portofolio Menarik, Buat Klien Melirik

Jika usahamu adalah jasa, kamu bisa menyiapkan portofolio untuk meyakinkan calon pembeli. Portofolio memuat karya yang pernah kamu buat dan menjadi “bahan bakar” bagi pelaku usaha jasa. Portofolio akan membuat orang percaya dan tertarik memesan jasamu.



Portofolio punya peranan penting dalam berkarya. Sebagai pelajar, kamu bisa mencoba berbagai lomba untuk meraih prestasi di bidang yang kamu minati. Prestasi yang sejalan dengan bidang usaha yang dilakukan akan memberi nilai tambah dalam portofoliomu.

Pilih media portofolio sesuai bidang jasa yang ingin ditampilkan. Portofolio ilustrasi tentu berbeda dengan portofolio pengeditan video. Memilih media yang tepat akan membuat klien mudah melihat rekam jejak karyamu. Tampilkan portofolio dengan mengurutkannya dari yang paling baru sampai ke yang paling lama.



Kamu dapat memanfaatkan berbagai situs web atau media gratis untuk membangun portofolio.

Berikut situs-situs yang dapat kamu gunakan untuk membangun portofolio:

- Be** Behance
- in** LinkedIn
- fo** portfoliobox.net
- clippings** clippings.me
- jp** journoportfolio.com
- clicky** clicky.id



Kamus Jual Beli Daring

- **E-commerce:** penyebaran, penjualan, pembelian, serta pemasaran barang atau jasa yang mengandalkan sistem elektronik seperti TV, internet, atau jaringan teknologi lainnya.

- **Marketplace (lokapasar):** dikenal juga dengan istilah lokapasar, salah satu bagian dari e-commerce, platform yang menjadi perantara tempat bertemu penjual dan pembeli.
- **Ready Stock:** status barang tersedia dan siap dikirim.
- **Resi:** nomor bukti pengiriman yang didapatkan dari pihak ekspedisi.



- **PO/Pre Order:** prapesan, produk dibuat setelah pesanan terkumpul.

- **Pick up:** penjemputan paket yang dilakukan oleh kurir.

- **Sold Out:** stok produk habis.

- **Booked:** produk sudah dipesan.

- **CO/Check Out:** merupakan singkatan dari check out yang artinya pembeli menyelesaikan transaksi pembelian produk di lokapasar.

- **TF:** kependekan dari transfer.

- **Keep:** pembeli bermaksud meminta pada penjual untuk menyimpan produk untuknya.

- **Hit and run:** pembeli yang tidak bertanggung jawab, tidak menyelesaikan kewajiban. Ia sudah memesan tetapi tidak dapat dihubungi lagi, padahal pembayarannya belum selesai.

- **Invoice:** perincian transaksi dan pembayaran dari penjual yang harus dibayar oleh pembeli.

- **Refund:** dana yang dikembalikan kepada pembeli karena alasan tertentu.



Bab V

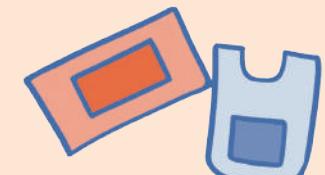
KEMASAN

yang Aman dan Berkesan



Pengemasan memiliki peranan penting dalam suatu usaha. Selain melindungi isi produk, kemasan juga menjadi sarana komunikasi produk dan pencitraan merek (*branding*) kepada pembeli. Kemasan yang didesain menarik juga bisa memicu minat beli.

Apa saja yang perlu dipertimbangkan dalam perancangan kemasan? Kita ambil contoh perancangan kemasan Dominika.



Beragam Jenis Pengemasan

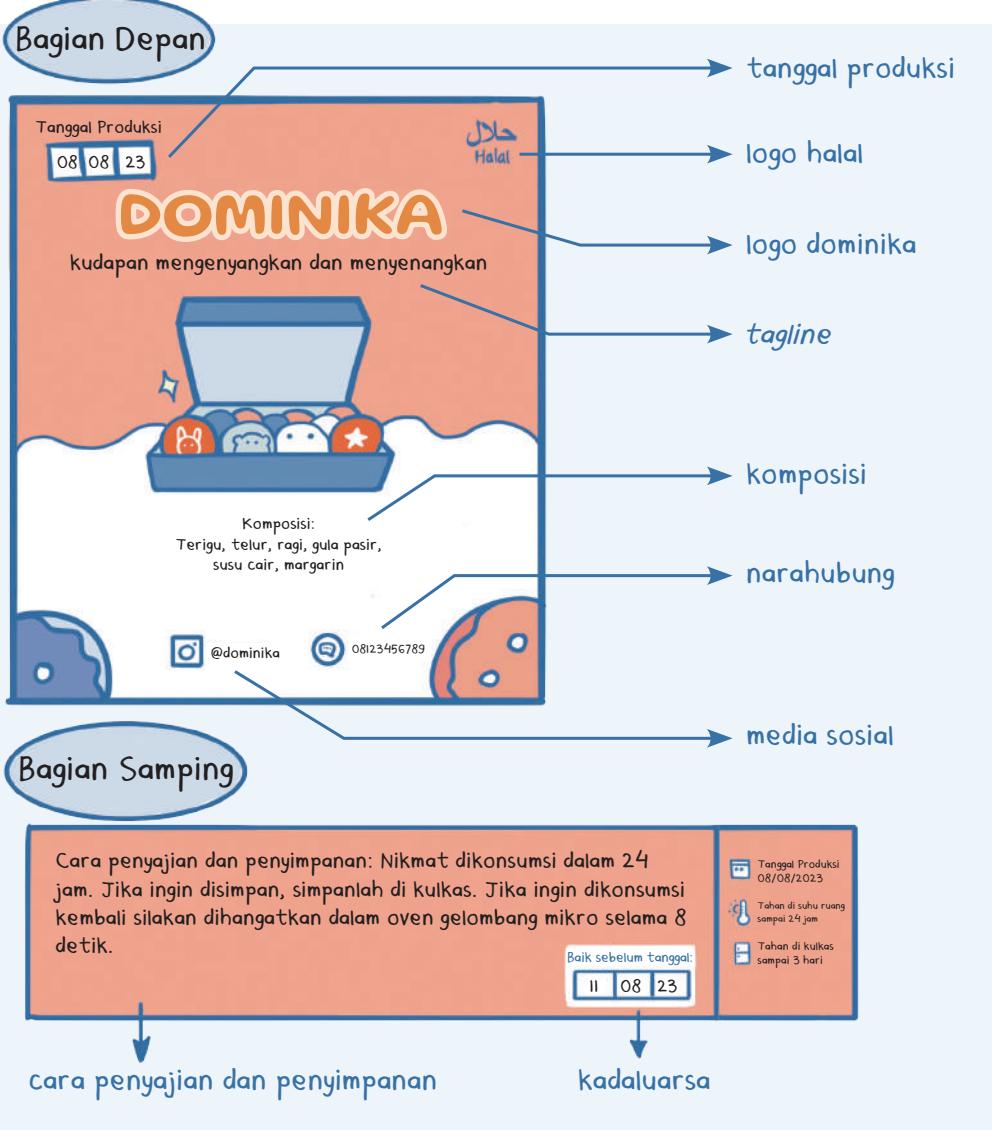
Pengemasan Produk



Pengemasan Pengiriman



Rancangan Kemasan Dominika (Anatomi Pengemasan)

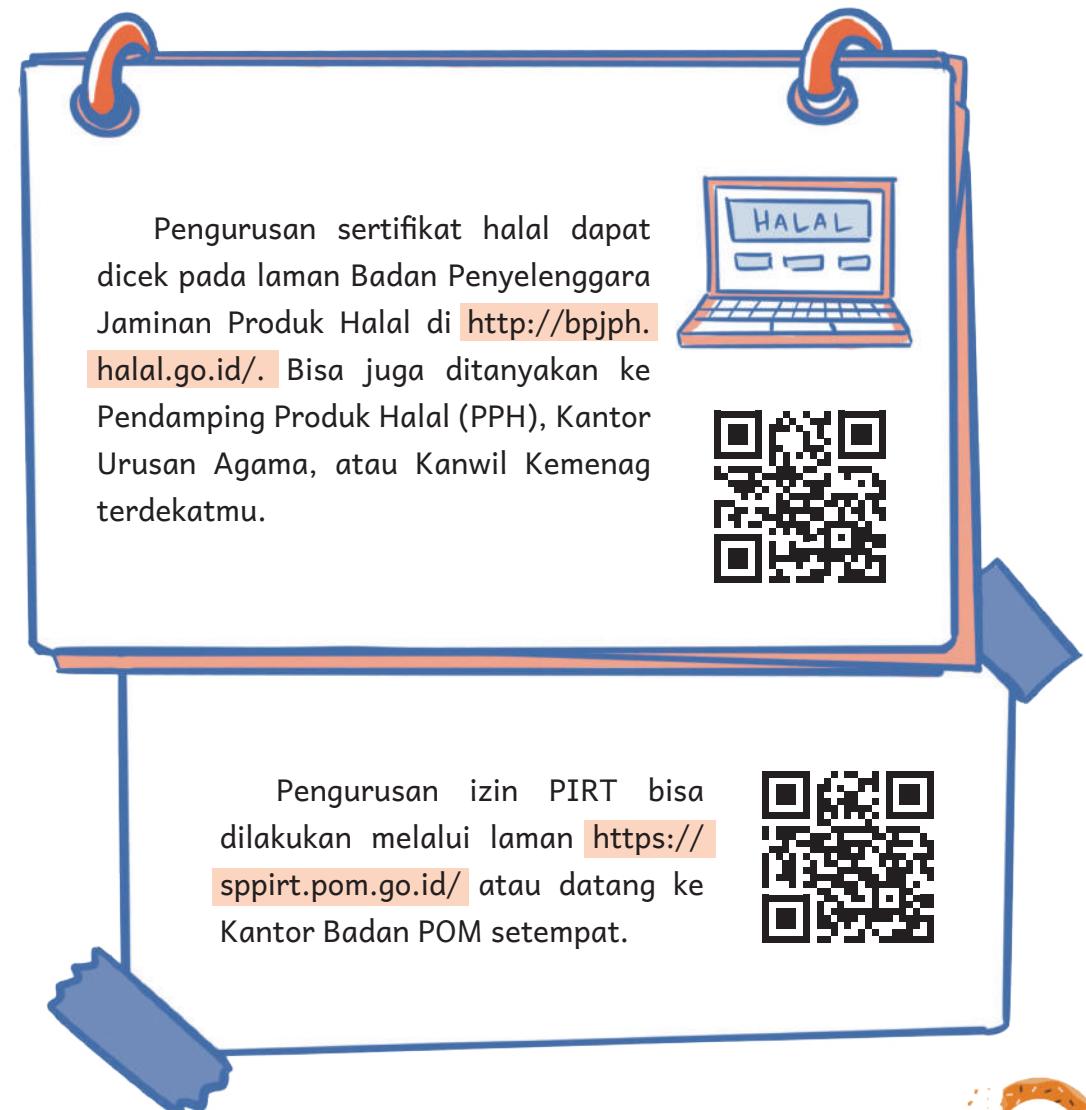


Banyak pembeli ingin memastikan bahwa panganan yang mereka beli halal. Karena itu, Kika perlu memastikan bahan-bahannya halal dan mencantumkan logo halal di kemasan. Ini jaminan pribadi produsen.



Banyak pembeli ingin memastikan bahwa panganan yang mereka beli halal. Karena itu, Kika perlu memastikan bahan-bahannya halal dan mencantumkan logo halal di kemasan. Ini jaminan pribadi produsen.

Sebagai tahap awal, jaminan pribadi ini sudah cukup bagi pebisnis pemula. Bisnis kecil seperti yang dijalankan Kika termasuk industri rumah tangga (IRT). Untuk selanjutnya, Kika perlu mengurus sertifikat izin PIRT (Pangan Industri Rumah Tangga) dan sertifikasi halal. Sertifikasi halal dan izin PIRT ini cukup penting bagi masyarakat. Komitmen dan jaminan pribadi pebisnis perlu diperkuat oleh jaminan dari lembaga yang berwenang.



Bagaimana Menentukan Kemasan untuk Produkmu?

Fungsi Proteksi

Pilih kemasan yang menjaga produk tetap aman

Setiap produk memiliki karakteristik berbeda. Ada produk yang padat, cair, serbuk, kering, atau berminyak. Pengemasan harus memenuhi tujuan

utamanya, untuk melindungi produk agar tetap utuh dalam kondisi baik sampai di tangan pembeli. Pengemasan boleh didesain seunik dan secantik mungkin. Namun, tidak akan berguna jika tidak bisa melindungi (fungsi

proteksi). Produk bisa cepat rusak karena tidak terlindungi di dalam kemasan.



Fungsi Estetika

Pilih kemasan yang berkesan

Kemasan yang unik dan personal biasanya meninggalkan kesan bagi pembeli. Kamu bisa menambahkan pita atau tali rami pada kemasan yang diberikan. Memberikan catatan personal juga bisa meninggalkan kesan yang menyenangkan bagi pembeli.



Fungsi Ergonomi

Pilih kemasan ergonomis, dibawa atau disimpan mudah dan praktis

Setiap pembeli memiliki aktivitas dan kesibukannya masing-masing. Setelah membeli barang, mereka bisa membawanya bepergian, langsung menyuguhkan, ataupun menghadiahkannya ke orang lain. Pilihlah kemasan yang memudahkan saat produk dibawa atau disimpan. Jangan sampai pembeli kerepotan membawa produk yang baru saja dibeli.



Fungsi Ekspedisi

Pilih kemasan aman untuk perjalanan panjang

Terkadang produkmu perlu melalui perjalanan panjang seperti dikirimkan melalui ekspedisi, ditumpuk sepanjang proses distribusi, dan berpindah tangan dari agen, reseller, sampai pembeli. Pertimbangkan kemasan yang aman untuk melalui proses itu semua. Kemasan ini bisa merupakan kemasan produk atau kemasan pengiriman yang memastikan seluruh isi produknya aman.



Fungsi Informasi

Informasi pada kemasan, jangan sampai ketinggalan

Donatnya enak,
pesannya ke mana?



Sampaikan informasi produkmu pada kemasan. Sertakan minimal nama atau merek produk dan nomor yang dapat dihubungi untuk pemesanan. Informasi ini akan memudahkan siapa pun yang menerima produk jika ingin memesannya kembali.

Fungsi Rawat Bumi

Pilih bahan ramah lingkungan

Kemasannya harus
digunakan ulang agar tak
menimbulkan sampah!



Saat ini begitu banyak kemasan yang menyumbang sampah pada lingkungan. Pertimbangkanlah mengganti kemasan dengan kemasan ramah lingkungan serta gunakan kembali kemasan yang dapat digunakan ulang. Kemasan yang bisa digunakan ulang sebaiknya dibuka pelan-pelan agar dapat digunakan kembali dan tidak menambah banyaknya sampah bumi.



Kamu bisa memberikan apresiasi bagi pembeli yang menggunakan wadah atau tas belanja sendiri. Hadiahkan sampel produk gratis, voucher potongan diskon untuk pembelian selanjutnya, atau lainnya. Selain merawat bumi, kamu juga bisa menjadikan hal ini sebagai sarana promosi.

Fungsi ekonomi

Pilih kemasan yang terjangkau bisnismu pada saat ini

Persoalan biaya tentu menjadi pertimbangan besar bagi para pebisnis. Melalui pertimbangan-pertimbangan sebelumnya dan kondisi bisnismu, kamu dapat memutuskan pengemasan mana yang akan kamu pilih.



Setelah melewati berbagai pertimbangan, Kika memutuskan untuk mengemas donatnya menggunakan kardus dan menambahkan label makanan. Kalau kamu, apakah sudah menemukan strategi pengemasan untuk produkmu?

Tip pengemasan yang aman dan cantik dalam pengiriman



Gunakan kardus atau bungkus gelembung untuk menghindari benturan pada produk yang dikirimkan.



Tambahkan label atau stiker agar ekspedisi lebih berhati-hati memperlakukan produk yang dikirim.



Gunakan gel pembeku untuk makanan atau minuman beku.

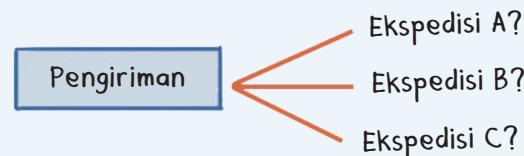


Tambahkan pelindung ujung siku kardus untuk pengemasan kardus.



Memilih Jasa Pengiriman

Seorang pebisnis perlu mengenali beragam jasa pengiriman untuk menentukan pengiriman yang tepat bagi produknya.



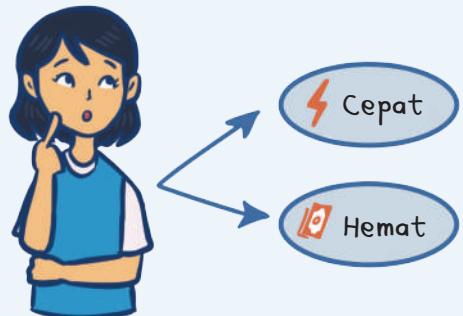
Jika usahamu adalah makanan yang tidak tahan lama, gunakan jasa pengiriman yang sampai di hari yang sama. Makanan tersebut harus dikemas sebaik mungkin agar tetap dalam kondisi baik dan apik sampai di tangan pembeli. Jika makananmu adalah makanan yang tidak bisa dibolak-balik seperti donat dengan dekorasi, dimsum dengan saus di atasnya, atau salad sayur dan daging, kamu perlu memesan jasa pengiriman instan agar tetap terjaga kesegaran dan tampilan makanannya.



Jika produkmu adalah barang, kamu bisa menggunakan beragam ekspedisi yang ada. Kamu bisa mengantarkan paket ke gerai ekspedisi yang diinginkan atau memilih ekspedisi yang menawarkan penjemputan paket ke rumah.



Kamu perlu mengenali jenis-jenis layanan yang ditawarkan ekspedisi. Terkadang, ada pembeli yang butuh pengiriman kilat satu hari sampai. Tapi ada juga orang yang memprioritaskan murahnya harga daripada waktu pengantaran.



Pengiriman skala besar bisa memilih jasa kargo dari ekspedisi yang biasa digunakan maupun ekspedisi khusus kargo. Biasanya ekspedisi kargo berlaku untuk pemesanan dengan berat minimum 10 kg.

	Ekspedisi A	Ekspedisi B	Ekspedisi C
Harga	Rp10.000	Rp15.000	Rp8.000 <input checked="" type="checkbox"/>



Terkadang kamu perlu membandingkan tarif antar-ekspedisi. Sekarang hal itu dapat dilakukan dengan mudah: cukup lewat aplikasi pengecekan ongkos kirim, tidak perlu mendatangi ekspedisi satu per satu. Dengan demikian kamu bisa tahu biaya pengiriman ke tujuan yang diinginkan dan menginformasikannya kepada pembeli sebelum tagihan diberikan.

Biasanya ekspedisi juga memiliki aplikasinya sendiri. Selain memudahkan proses pengiriman, aplikasi milik ekspedisi kadang menawarkan potongan ongkos kirim.



Sebuah tip, jika ekspedisi tersebut memiliki aplikasi untuk proses pemesanan sebuah pengiriman, kamu bisa mencoba untuk cek pengiriman di aplikasi, karena biasanya penggunaan aplikasi milik ekspedisi memiliki promo khusus aplikasi.

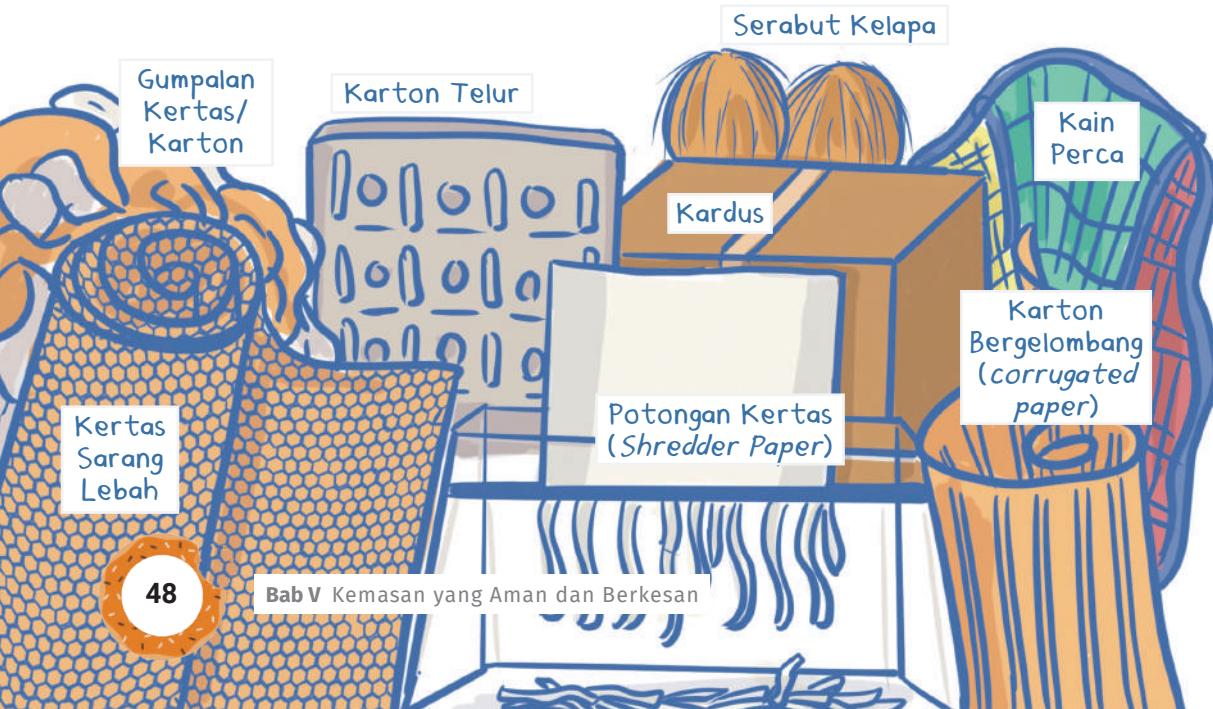


Alternatif Kemasan Ekonomis dan Ramah Lingkungan

Tahukah kamu, selain bungkus gelembung banyak alternatif yang dapat digunakan untuk melindungi produk. Beberapa di antaranya lebih murah sekaligus ramah lingkungan. Contohnya kardus bekas, kain perca, serabut kelapa, karton telur, gumpalan kertas/koran, atau potongan kertas (*shredded paper*) dari kertas bekas. Semua itu dapat pebisnis gunakan sebagai strategi pengemasan, khususnya untuk produk selain makanan.

Jika kamu mendapatkan paket dari pembelian bahan baku atau paket lainnya, kamu bisa membukanya dengan perlahan dan hati-hati supaya kemasannya dapat digunakan ulang. Kemasan yang baru dan cantik memang baik, tetapi bukan berarti penggunaan ulang kemasan menjadi sesuatu yang tak boleh dilakukan. Pebisnis pemula dengan modal terbatas dapat menggunakan strategi ini selama material pengemasan masih layak digunakan kembali.

Pebisnis pemula tentu juga dapat menggunakan kemasan ramah lingkungan yang baru seperti kertas sarang lebah, lakban air (*gummed tape*), atau selotip kertas. Namun ingat, biaya kemasan ini harus diperhitungkan sebagai modal bisnis. Artinya, biaya ini dimasukkan dalam harga produk agar ikut ditanggung oleh pembeli.



Bab VI

Hei, Ayo Lihat BISNISKU!

Prapesan Donat Mini Karakter
Halo, apakah kamu sering mencari camilan yang enak, murah, dan mengenyangkan? Kalian perlu coba aneka donat dari Dominika. Harga terjangkau, taburan bebas pilih, bisa dihias juga sesuai karakter kesukaan, lho. Slot terbatas hanya untuk 20 paket di pemesanan perdana ini. Cepat amankan slotmu!

Menu:

- Donat Mini (1 paket isi 12)
- Donat Reguler (1 paket isi 6)
- Menara donat (sesuai permintaan)

Menerima permintaan taburan/desain karakter tertentu

Pembelian 2 kotak diskon 10%

Siap diantar pada Minggu, 28 Juli

Pemesanan: Kika - 0812345678

Dominika: Cocok untuk camilan maupun sajian... [Baca selengkapnya](#)

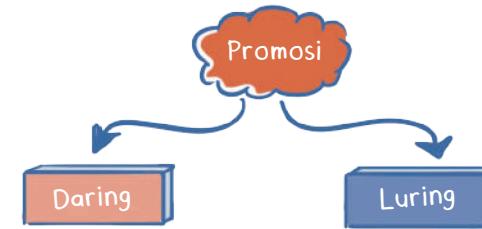
10.00



Promosi memiliki peranan penting untuk mengenalkan produk kepada pasar. Setelah tahu, orang-orang bisa mulai tertarik, membeli, bahkan mereferensikannya kepada orang lain.

Promosi Daring atau Luring, Produkmu Harus Terdengar Nyaring

Ada dua saluran promosi, yaitu promosi secara daring (*online*) dan luring (*offline*). Promosi daring membutuhkan jaringan internet, sementara promosi secara luring membutuhkan interaksi langsung.



Promosi Daring

Hemat biaya dengan pemanfaatan media digital.

Bisa menjangkau calon pelanggan yang belum pernah ditemui.

Respons pelanggan terekam dalam jejak digital.

Berfokus pada konten, bisa melalui metode bercerita (*storytelling*) yang menjembatani iklan produk.

Membutuhkan rasa percaya calon pelanggan yang belum pernah melihat produknya atau berinteraksi sebelumnya.

Contoh:

- Media sosial
- Foto
- Video
- Poster digital
- Pesan siaran (*broadcast*)

Promosi Luring

Pembeli bisa melihat dan memegang materi promosi atau produk, bahkan mencoba langsung.

Bisa menjangkau orang-orang terdekat secara personal.

Mengetahui respons calon pelanggan secara langsung saat produk ditawarkan.

Berfokus pada detail produk yang dijual.

Pembeli dapat langsung mengambil keputusan untuk membeli berdasarkan penawaran lisian maupun info pada materi promosi.

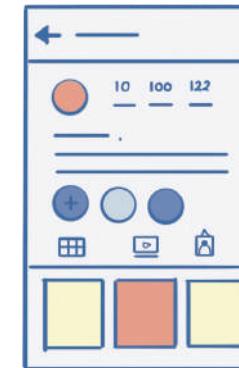
Contoh:

- Sebaran dari mulut ke mulut
- Brosur
- Poster

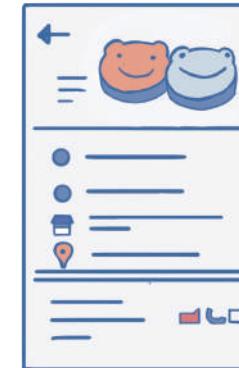
Kika melakukan promosi daring dan luring. Hal yang pertama Kika lakukan adalah membuat akun untuk bisnisnya di berbagai platform. Berikut ini akun-akun yang Kika buat pada tahap awal.

Strategi Kika

Membuat akun bisnis di media sosial.



Mengubah akun perpesanan instannya menjadi akun bisnis.



Mendaftarkan bisnis di aplikasi penelusuran dan peta.



Membuat situs resmi memang disarankan. Akan tetapi, seperti Kika, kamu dapat mengoptimalkan akun media sosial dan aplikasi perpesanannya terlebih dahulu.

Situs resmi bisa dibuat saat bisnis mulai besar dan terasa dibutuhkan untuk keberlangsungan bisnis. Pada tahap awal bisnis ini, Kika membuat tautan singkat yang mudah dibaca untuk membuat calon pembeli mudah menghubunginya. Tautan singkat ini akan ditampilkan di akun media sosial dan poster promosinya.

Kika bisa memilih tautan singkatnya:

→ aplikasipesan.me/628123456789 ←

Kika juga bisa memilih platform penyingkat tautan lainnya.

bit.ly/pesandominika

tiny.cc/pesandominika

s.id/pesandominika

Selanjutnya Kika membuat desain untuk poster promosi. Poster ini akan Kika gunakan untuk promosi daring dan luring.



Ada beberapa cara promosi yang belum Kika lakukan:



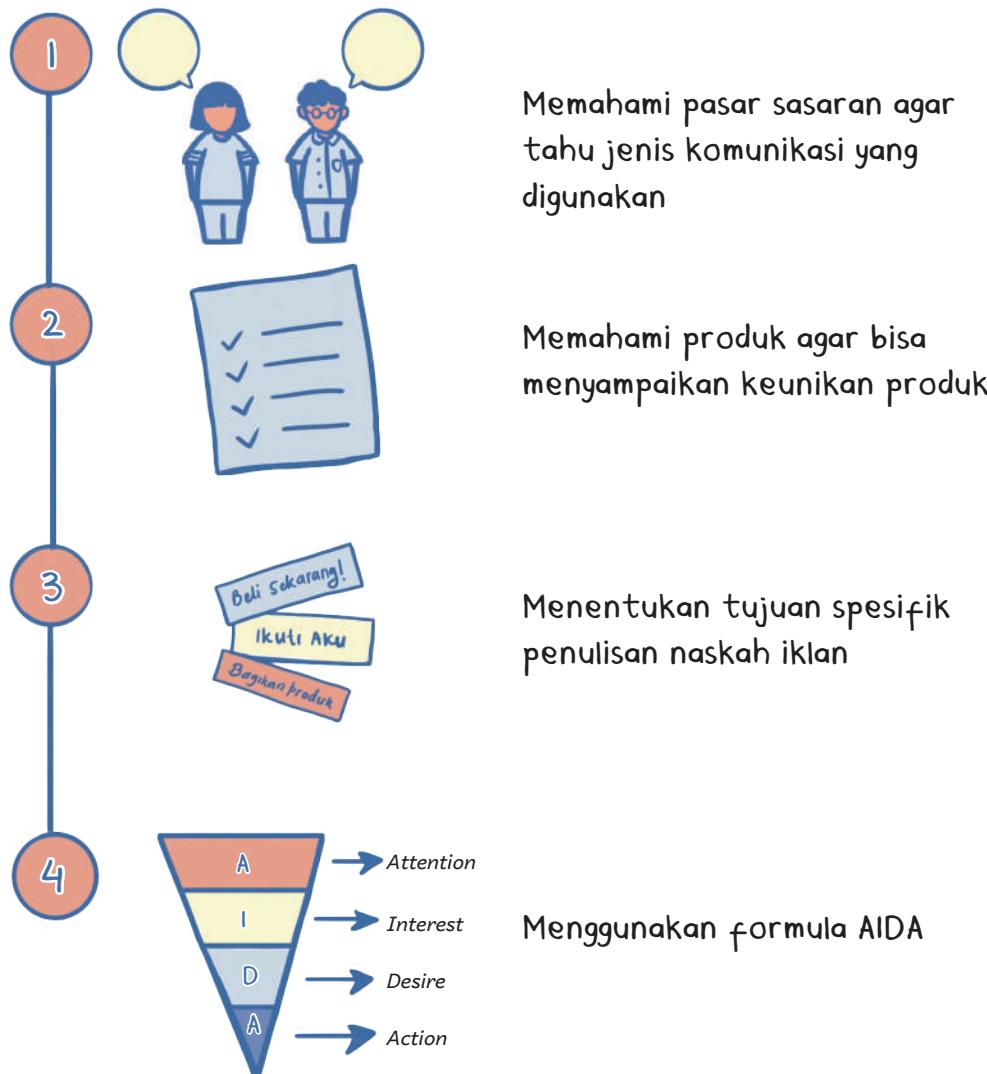
Iklan yang menarik tidak selalu disampaikan seperti kalimat promosi secara langsung. Naskah iklan (*copywriting*) dapat disampaikan seperti bercerita (*storytelling*), menghadirkan empati, memunculkan kebutuhan, bahkan membuat pembacanya merasa sangat dekat dengan apa yang disampaikan. Tujuannya sama seperti iklan secara langsung, yakni calon pembeli pada akhirnya membeli produk/jasa yang diiklankan. Namun, orang-orang yang mendapat iklan pelan-pelan diajak untuk merasa terhubung dengan produk yang diceritakan.

Di media sosial, dibutuhkan konten yang bercerita. Pembaca konten media sosial akan jenuh jika membaca konten yang terus-terusan beriklan. Konten yang bercerita akan membawa calon pembeli pelan-pelan tertarik terhadap produk bisnismu. Ada teknik-teknik yang perlu dipelajari ketika membuat naskah iklan.

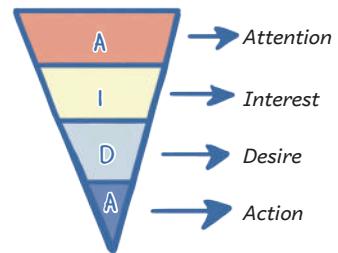


Membuat Naskah Iklan (*Copywriting*)

Apa saja yang harus diperhatikan dalam membuat naskah iklan?



AIDA adalah formula yang membangun ketertarikan orang untuk membaca suatu konten dari awal hingga akhir. Formula ini dikembangkan oleh seorang pebisnis Amerika, E. St. Elmo Lewis, sebagai teknik komunikasi dengan calon pembeli.



A *Attention* (Perhatian)

Susun kalimat dalam naskah iklan dengan kata-kata yang menarik perhatian. Lewat kata-kata yang unik dan menarik, konten cerita yang dibuat akan menonjol di antara konten-konten lainnya di media sosial. Tahapan ini biasanya belum menyebutkan nama produk secara spesifik dan berfokus pada menarik perhatian. Calon pembeli pun berhenti menggulirkan layar untuk membaca kontennu. Kamu bisa memulainya dengan:

HEADLINE

menggunakan judul (*headline*) menarik;



menyebutkan masalah dari pasar sasaran; dan/atau



menggunakan pertanyaan.

I *Interest* (Minat)

Tahapan ini memunculkan minat calon pembeli sekaligus membangkitkan rasa penasaran terhadap produk yang dijual. Di sini pebisnis berupaya membuat calon pembeli melanjutkan membaca, mendengarkan, atau menonton video promosi. Kamu dapat mulai mengenalkan produk dengan cara:

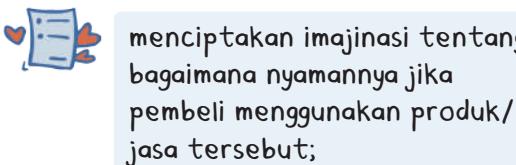




menampilkan manfaat produk;



menampilkan keunggulan produk;



menciptakan imajinasi tentang bagaimana nyamannya jika pembeli menggunakan produk/jasa tersebut;



menyebut masalah yang dialami pembaca dengan menyertakan solusi; dan/atau



menyebutkan data, fakta, atau empati.

Inti tahapan ini adalah membangun persepsi dan imajinasi di benak audiens bahwa produk/jasa ini cocok bagi mereka.

Desire (Keinginan)

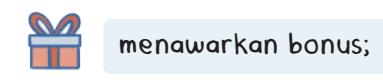
Setelah membuat calon pembeli tertarik, fase selanjutnya adalah membuat mereka menginginkan produkmu. Buat mereka ingin bergegas membeli. Cara yang bisa digunakan di tahap ini:



menekankan kembali manfaat produk;



mencantumkan ulasan produk; dan/atau



menawarkan bonus;



memberi potongan harga.



membangun kesan bahwa produk terbatas;

Inti fase ini adalah meyakinkan calon pembeli dan menghilangkan keraguan mereka.

Action (Tindakan)

Tahapan ini memuat instruksi langsung yang menggerakkan audiens sesuai keinginan pebisnis. Misalnya ajakan untuk mengikuti akun media sosial, mendaftar, menghubungi, atau memesan produknya.

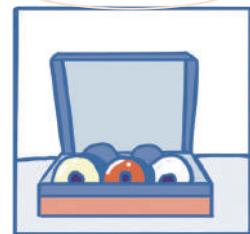


Berlatih Membuat Naskah Iklan

Seorang pebisnis perlu mencoba berbagai sudut pandang dalam menulis naskah iklan. Berbagai eksperimen perlu dilakukan untuk melihat strategi penulisan yang paling optimal.

Mari kita melihat kembali Kika. Kika mencoba menerapkan teori-teori tersebut pada naskah iklannya. Berikut ini konten yang Kika buat untuk media sosialnya.

Contoh 1



Contoh 2



Attention (Perhatian)

Apakah perlu camilan untuk kumpul-kumpul? Susah menemukan pilihan yang enak, mengenyangkan, sekaligus terjangkau?

Headline/Judul Menarik

Interest (Minat)

Kejutan! Kini ada donat lezat dengan harga terjangkau yang bisa disesuaikan dengan selera kamu!

Copywriting/Isi Naskah Iklan

Desire (Keinginan)

Kelembutan serta taburan melimpah dalam setiap gigitan. Yakin belum mau coba?

Desire (Keinginan)

Action (Tindakan)

Klik tautan di profil untuk ambil promo beli dua diskon 10%. Hanya hari ini!

Call to Action/Tujuan Bertindak

Attention (Perhatian)

Syukuran kelulusan Si Kecil sudah dekat. Hidangan unik apa yang akan disajikan Ayah Bunda?

Interest (Minat)

Tidak perlu bingung! Menara donat bisa menjadi pilihan menarik. Taburan bisa disesuaikan dan harga tetap terjangkau.

Desire (Keinginan)

Menara donat untuk momen istimewa keluarga. Praktis tidak perlu dipotong, semua mendapatkan kelezatannya.

Action (Tindakan)

Ada voucher potongan 10% untuk pesanan menara donat khusus di bulan ini. Segera hubungi bit.ly/pesandominika untuk acara istimewamu!

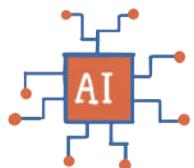
Anatomi Poster Promosi di Media Sosial

Selain naskah iklannya, pastikan poster promosimu menampilkan informasi yang lengkap dan menggerakkan audiens untuk melakukan sesuatu.



Membuat Konten dengan Artificial Intelligence/AI (Kecerdasan Buatan)

Kamu bisa mencoba membuat konten dengan kecerdasan buatan. Pastikan lisensi desainnya boleh digunakan untuk keperluan komersial.



Menghidupkan Media Sosial,
Perluas Jangkauan di Dunia Digital

- Rutin menyapa pengikut setiap hari
- Membuat promo khusus pengikut
- Menggunakan tagar yang populer
- Variasi konten dengan video atau postingan multigambar
- Cek berkala fitur yang menampilkan wawasan akun bisnismu

Mari kita lihat ide-ide konten yang bisa dilakukan Kika. Kika membahas Dominika dari berbagai sisi.

- Membahas camilan kesukaan anak-anak, salah satunya donat
- Macam-macam karakter kesukaan anak-anak, disertai dengan pengandaian jika karakter itu ada di makanan mereka
- Kisah nyata acara-acara dengan sajian Dominika
- Testimoni terhadap produk Dominika

Bagaimana dengan idemu? Sudahkah kamu terpikir topik apa saja yang bisa menjadi konten media sosialmu?

Coba Strategi Ini, Tingkatkan Minat Pembeli

Seperti yang kamu lihat di atas, dalam melakukan promosi Kika perlu mempelajari hal-hal yang menarik minat pembeli. Di bawah ini hal-hal yang dapat kamu sisipkan di dalam konten promosimu untuk meningkatkan penjualan.



Diskon

Diskon 5% untuk pemesanan sebelum 20 Juli



Hadiah

Beli 2 kotak Dominika reguler, gratis ½ lusin donat mini.



Promo Musiman

Diskon 10% untuk pembelanjaan minimum 200K selama liburan sekolah!



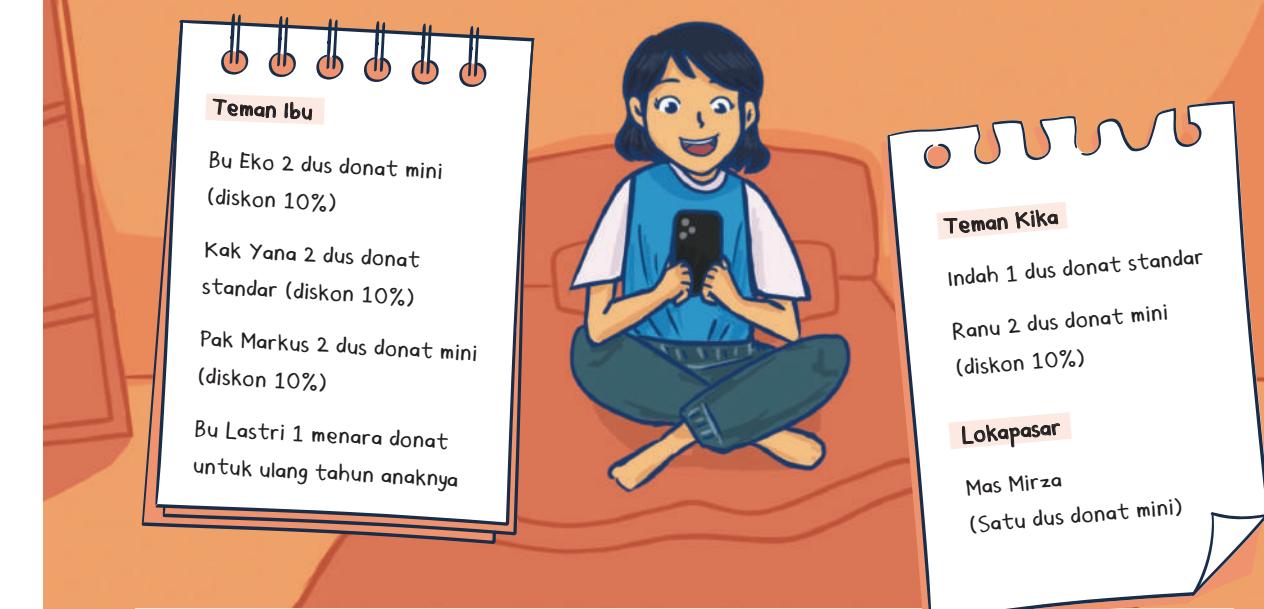
Strategi Harga yang Menarik

Penerapan Decoy Effect
Donat Mini (isi 6) 18K
Donat Mini (isi 10) 28K
Donat Mini (isi 12) 30K

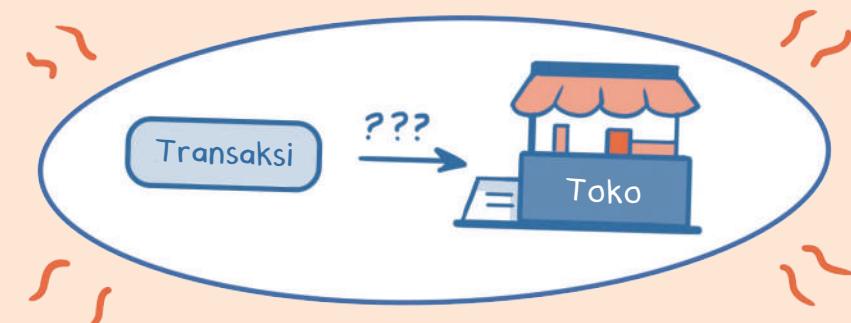
Bab VII

Ada

PESANAN DATANG!



Setelah strategi penjualan, promosi, pembelian bahan baku, sampai pengemasan telah disiapkan, kamu bisa mulai menerima pesanan. Apa saja yang perlu dilakukan agar pembeli nyaman bertransaksi denganmu?



Mari kita lihat bagaimana Kika melayani pembelinya.

Ini yang Kika Lakukan Saat Pesanan Dominika Datang

1. Menyapa Calon Pembeli

Kika menyapa calon pembeli dengan ramah. Ia memberikan informasi produk yang ditawarkan Dominika dengan jelas serta memintanya untuk mengisi format pemesanan.

2. Mencatat Pesanan

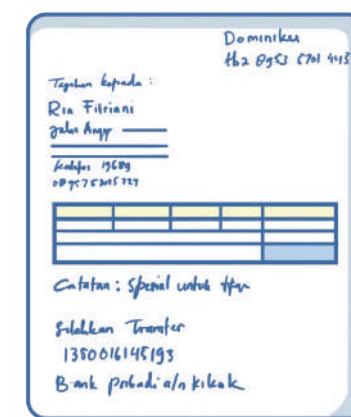
Sebagai pebisnis, Kika perlu mencatat semua pesanannya. Mengandalkan ingatan dengan mencari pesanan yang masuk sangat tidak direkomendasikan. Kika menggunakan aplikasi

pencatatan digital agar mudah diakses di perangkat berbeda. Pencatatan digital juga memudahkan akses secara kolaborasi dengan anggota tim bisnis yang lainnya.

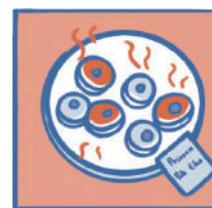
3. Memberikan Invois/Tagihan

Kika segera menghitung total pembelanjaan pembelinya. Ia membuat invois menggunakan aplikasi digital. Tampilan invoisnya terlihat sangat profesional.

Pembeli diberikan pilihan untuk melakukan pembayaran uang muka sebesar 50% atau langsung pelunasan. Ongkos kirim untuk usaha makanan seperti Dominika biasanya dicek pada hari pengiriman karena biaya bisa berubah tergantung kondisi hari itu. Pembeli juga bisa diberikan angka perkiraan terlebih dahulu.



4. Mengirim Foto Proses Pembuatan



Pada hari yang dijanjikan, Kika kembali menyalahpembeli untuk menginfokan bahwa pesanan akan dibuat dan diantar. Kika bisa mengirimkan foto proses pembuatan atau dalam keadaan dikemas untuk memastikan bahwa pesanan sudah sesuai.

Melalui pesan ini, Kika bisa mengingatkan pelunasan. Ia memastikan waktu pengiriman dan teknis pemesanan kurir kepada pembeli. Ada pembeli yang ingin memesan kurir sendiri karena ada promosi di aplikasi pribadi. Namun, ada juga yang ingin praktis dipesankan oleh penjual.

5. Pengiriman Produk

Pembeli meminta Kika yang memesan kurir. Kika memesan aplikasi pengantaran instan ke alamat yang dituju. Kika mengabari pembelinya bahwa pesanan sudah diambil kurir. Kika membagikan tautan untuk melacak lokasi kurir.



6. Meminta Ulasan



Setelah menerima notifikasi aplikasi bahwa pesanan sudah sampai, Kika juga memastikan kepada pembeli. Tidak lupa Kika mengingatkan pembeli untuk memberikan ulasan. Ulasan ini akan menjadi masukan yang membangun bagi perkembangan bisnis Kika.

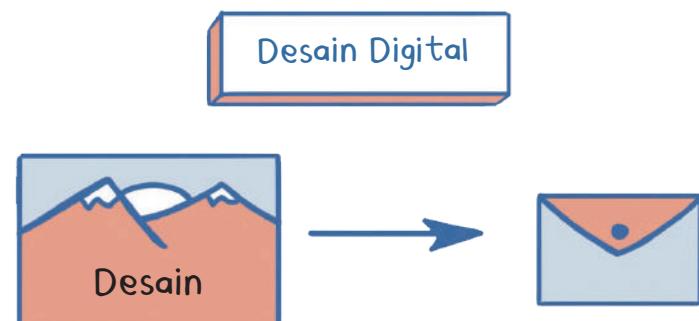
Itu adalah langkah demi langkah yang Kika lakukan saat melayani pesanan. Akan tetapi, ada beberapa prosedur berbeda tergantung produk yang kamu jual. Kamu bisa menyesuaikannya dengan memperhatikan prinsip-prinsip dasar seperti menyapa dengan ramah, komunikatif, dan responsif dalam menghadapi pesanan pembeli.

Jadilah pebisnis yang dapat menjawab pertanyaan dan memenuhi kebutuhan calon pembeli. Jika calon pembeli tidak jadi bertransaksi denganmu saat ini, sampaikan terima kasih karena sudah tertarik dengan produk yang kamu jual.

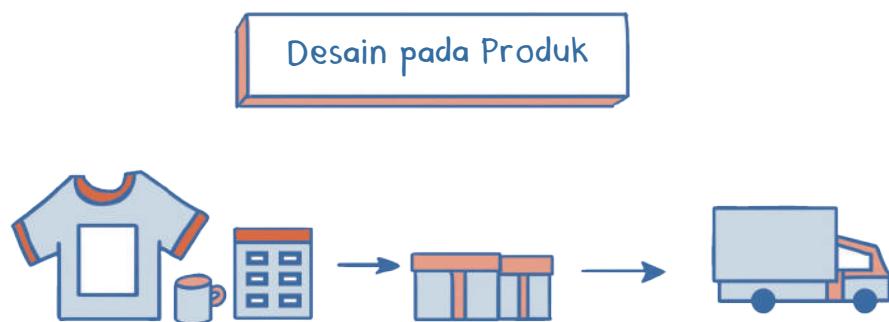


Jika Bisnismu Adalah Jasa

Jika bisnismu adalah jasa, langkah-langkahnya tidak jauh berbeda. Jika jasa yang kamu lakukan adalah jasa desain kaos, misalnya, desain yang kamu buat sesuai permintaan klien mungkin akan mendapat beberapa masukan. Kalian akan berdiskusi sampai klien menyetujui desain final yang siap dicetak pada kaos.



Perbedaan terletak pada proses mengulas desain yang dibuat sampai klien menyetujuinya serta pengiriman produknya. Produk jasa seperti desain biasanya dikirimkan melalui surat elektronik (email) atau tautan penyimpanan awan (cloud storage). Jika desain dicetak pada produk fisik (seperti pemesanan kaos, mug, atau stiker), maka produk akan dikirimkan melalui ekspedisi.



Gawat, Pesanan Dibatalkan!

Pengalaman Kika tak selamanya mulus. Kika pernah mengalami kerugian karena pemesan menghilang. Padahal, Kika sudah terlanjur menyiapkan satu menara donat dan lima kotak donat mini sesuai pesanan.

Orang tersebut memesan lewat media sosial. Kika sangat senang menerima pesanan yang cukup banyak. Langsung ia berbelanja dan menyiapkan pesanan. Namun, saat hari yang dijanjikan tiba, tak ada kabar dari pemesan. Sementara donat-donat sudah siap diantar. Apa yang harus dilakukan Kika? Modal sudah telanjang dikeluarkan.



Kika cemas. Ia tak mau merugi. Ia mencoba memasarkan donat-donat itu melalui status di media sosial dan aplikasi perpesanan. Beberapa teman dan tetangga tertarik membeli. Sayangnya, tidak semua. Satu menara donat dan dua kotak donat belum laku terjual. Akhirnya, Kika membagikannya secara cuma-cuma ke anak-anak yang mengaji di masjid.

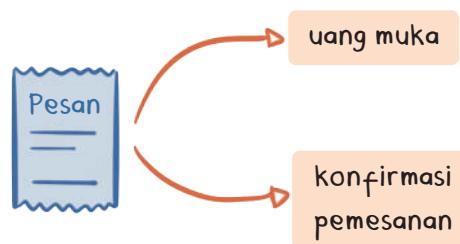


Antisipasi Agar Tak Rugi

Kika menghitung-hitung. Ia merugi. Hasil penjualan hari itu lebih kecil dari modal yang dikeluarkan. Ia kecewa, tetapi ada hal yang ia pelajari dari kejadian ini.



Kika mempertimbangkan lagi cara pemesanan dan cara pembayaran yang selama ini ia terapkan. Sepertinya ada yang harus diubah. Kika harus membuat sistem yang mengantisipasi agar ia tidak rugi.



Dalam hal ini, Kika dapat menerapkan aturan pembayaran uang muka. Besarnya kira-kira sama dengan modal yang akan ia keluarkan. Kika juga perlu menetapkan batas terakhir konfirmasi pemesanan.

Mengalami kerugian sering menjadi hal yang dikawatirkan dalam berbisnis. Kerugian dapat berupa produk yang tidak laku, pemesan yang kabur, produk yang rusak, pengeluaran tak terduga, atau salah hitung harga sehingga tidak memberikan keuntungan.



Merugi Bukan Berarti Berhenti

Merugi memang merupakan risiko yang mungkin terjadi dalam berbisnis. Yang perlu dilakukan bukan berhenti berbisnis, melainkan mencari cara penyelesaian. Berikut ini hal-hal yang perlu dilakukan seorang pebisnis jika menghadapi kerugian.

1. Berpikir dengan tenang

Adalah wajar jika muncul perasaan kecewa, tetapi menghadapi dengan panik hanya akan memperburuk keadaan. Berpikirlah dengan tenang, jangan sampai salah membuat keputusan.



2. Evaluasi kondisi internal bisnis saat ini



Temukan letak penyebab kerugian dan solusi untuk masalah tersebut. Perbaiki agar hal tersebut tak terjadi lagi di masa depan.

3. Mencari referensi atau berkonsultasi

Pebisnis bisa mencari buku atau pengalaman orang lain sebagai referensi menghadapi kerugian. Jika perlu, pebisnis juga bisa berkonsultasi dengan orang yang berpengalaman dalam bisnis.



4. Mengambil keputusan



Setelah mempelajari semuanya, pebisnis bisa mengambil keputusan. Mungkin ia perlu mengubah alur pemesanan atau alur pembayaran. Mungkin ia bisa menjual aksesoris yang tidak ia perlukan untuk menutupi kerugian. Yang jelas, berutang atau meminjam bukan menjadi solusi yang baik.

Lebih jauh lagi, bisa saja ia mengubah bidang bisnisnya? Pikirkanlah baik-baik keputusan ini dengan mempertimbangkan berbagai aspek yang ada.

Mengalami kerugian adalah salah satu risiko berbisnis. Namun, pengalaman menjalani bisnis memberikan kamu lebih banyak pengalaman. Sehingga, tidak perlu takut untuk mulai berbisnis!



Mulai Bisnis

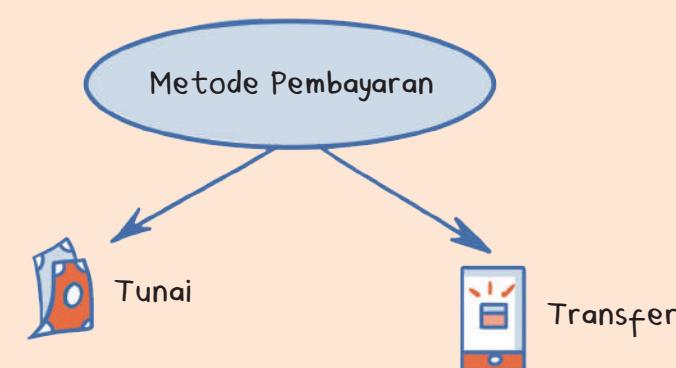


Bab VIII

CATAT dan Pisahkan



Dalam menjalankan bisnis di era digital, pebisnis perlu memikirkan metode pembayaran yang diminati pembeli. Ada yang lebih suka melakukan pembayaran secara tunai. Ada juga yang memilih melakukan pembayaran nontunai melalui transfer ke rekening bank atau dompet digital.



Tunai atau Nontunai?

Pembayaran Tunai	Pembayaran Nontunai	
Langsung Diberikan	Transfer ke Rekening Bank	Transfer ke Dompet Digital
<ul style="list-style-type: none"> + Praktis jika uang tersebut akan digunakan untuk transaksi tunai lainnya. - Ada risiko uang tercecer atau hilang. 	<ul style="list-style-type: none"> + Uang yang diterima lebih "aman" dari penggunaan untuk keinginan pribadi. + Mudah dilakukan di era digital seperti saat ini. - Repot jika tidak punya aplikasi perbankan seluler karena harus ke ATM atau datang ke Bank. - Pembeli kadang berkeberatan membayar biaya transfer jika bank berbeda. 	<ul style="list-style-type: none"> + Praktis jika uang tersebut akan digunakan kembali untuk berbelanja daring. + Dapat digunakan mengirim uang ke rekening bank maupun dompet digital. - Tidak semua orang punya dompet digital, baik dari platform yang sama maupun berbeda.

Pebisnis harus punya catatan yang rapi, agar uang bisnisnya tidak terpakai untuk kepentingan pribadi, di luar tujuan utamanya berbisnis.

Asyik, Banyak Uang!

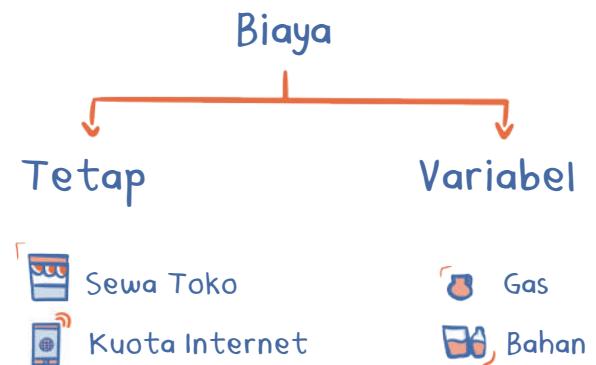
Pesanan mulai datang, pembayaran mulai kamu terima. Seperti halnya Kika, kamu tentu senang melihat saldo rekeningmu terus bertambah. Eits, jangan senang dulu, semua itu belum sepenuhnya menjadi uangmu. Bagaimana bisa?



Seluruh uang yang kamu terima itu disebut omzet. Omzet bukan keuntungan, karena di dalamnya masih termasuk biaya-biaya yang harus dikeluarkan untuk produksi atau penggeraan jasa. Karena itu, omzet disebut juga penghasilan kotor.

Mari kita lihat Kika, sebagai contoh. Dalam memenuhi pesanan, Kika harus mengeluarkan biaya untuk bahan baku, pengemasan, promosi, transportasi, dan upah Ranu. Ya, sesekali Kika harus membayar Ranu, temannya, kalau ia butuh bantuan saat pesanan sangat banyak. Kesemua biaya itu dapat dikelompokkan menjadi biaya tetap dan biaya tidak tetap.





Biaya tetap (*fixed cost*) adalah biaya yang harus Kika keluarkan, berapa pun banyaknya pesanan yang datang. Nanti jika bisnis Dominika sudah besar, misalnya, Kika mungkin perlu menyewa kedai atau menggaji karyawan tetap. Saat pesanan ramai ataupun sepi, biaya sewa dan gaji tetap harus dibayar dengan besaran yang sama.

Pada kondisi bisnis Dominika saat ini, Kika masih menghabiskan pulsa telepon dan kuota internet yang sama untuk pribadi maupun untuk bisnis. Ia juga masih berbisnis di rumah orang tuanya dengan penggunaan listrik untuk bisnis yang tidak terlalu signifikan. Jika pengeluaran biaya telepon, internet, maupun listrik besaran rata-ratanya sama setiap periode tertentu maka akan masuk pada kategori biaya tetap.

Ada biaya yang Kika keluarkan yang besarnya tergantung pada tingginya aktivitas produksi/penjualan seperti bahan baku, kemasan, atau gas. Inilah yang disebut biaya tidak tetap atau variabel (*variable cost*). Jika pesanan tinggi, pengeluaran untuk produksi akan tinggi, begitu juga sebaliknya. Karena saat ini Kika mempekerjakan Ranu hanya saat pesanan banyak, upah Ranu sebagai karyawan lepas juga termasuk pada biaya variabel. Sementara itu, Ibu Kika yang turut mengawasi dan terkadang ikut membantu sudah menyerahkan semua keuntungan untuk tujuan Kika. Beliau menolak dibayar.

Biaya kuota internet dan listrik bisa berubah menjadi biaya variabel jika banyaknya pesanan pada bisnis Kika punya pengaruh yang signifikan terhadap pengeluaran kuota internet dan listrik yang dikeluarkan. Jika bidang bisnis Kika juga berkaitan pada besaran kuota internet atau penggunaan listrik, maka kedua hal ini bisa masuk pada biaya variabel.

Nah, kalau begitu, berapa keuntungan Kika? Bagaimana menghitungnya?

Besarnya profit atau keuntungan didapat dengan mengurangi omzet dengan seluruh biaya yang dikeluarkan. Pebisnis dapat memanfaatkan profit untuk tujuan bisnisnya atau sebagai penambah modal supaya bisnis makin berkembang.

$$\text{Profit} = \text{Omzet} - \text{Biaya}$$

↓ Pemasukan

↑ Tetap
↓ Variabel



Dalam halnya Kika, Kika dapat menabung keuntungan tersebut sebagai biaya jalan-jalan kelas XII nanti. Atau, ia juga bisa menggunakannya untuk memperbesar bisnis Dominika, misalnya, dengan membeli alat dekorasi donat atau wajan tambahan.



Omzet Besar
≠
Profit Besar

Omzet yang besar belum tentu menandakan bisnis sudah memiliki profit yang besar. Agar dapat menghitung besarnya keuntungan dengan benar, diperlukan catatan yang rapi terkait pemasukan dan pengeluaran. Catatan ini akan membantumu menghitung omzet dan profit serta segala biaya. Dari sana pebisnis dapat mengetahui apakah bisnis sudah memiliki profit yang besar, profit rendah, atau malah rugi jika ternyata biaya lebih besar daripada omzet.

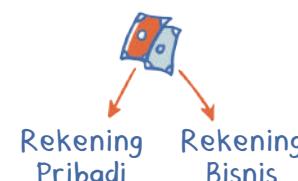
Pencatatan yang Rapi

 Menjadi pebisnis bukan berarti punya banyak uang dan bisa menggunakannya kapan saja. Baik dalam bentuk tunai maupun nontunai, pebisnis harus punya catatan yang rapi agar alur keluar-masuk uang bisnis dapat dilacak dengan baik. Selain untuk mengetahui kondisi kesehatan bisnisnya, informasi yang didapat dari pencatatan keuangan bisa berpengaruh pada pengambilan keputusan.

Berikut ini contoh catatan pemasukan dan pengeluaran harian yang Kika buat.

No	Tanggal	Deskripsi	Kuantitas	Harga Satuan	Pemasukan	Pengeluaran	Total
1	01-09-2023	Kas Dominika			Rp280.000,00		Rp280.000,00
2	01-09-2023	DP Donat Mini	4	Rp15.000,00	Rp60.000,00		Rp340.000,00
3	02-09-2023	Bahan Baku				Rp220.000,00	Rp120.000,00
...							

Catatan sangat mendasar yang perlu dimiliki adalah catatan pemasukan dan pengeluaran. Kamu bisa mengembangkannya juga jika ada catatan utang dan piutang.



Apa saja manfaat catatan keuangan?

-  Mengetahui omzet bisnis
-  Membandingkannya dengan biaya yang keluar
-  Menganalisis catatan keuangan yang sudah berlalu
-  Menentukan strategi bisnis ke depannya
-  Memperkuat posisi bisnis saat berhadapan dengan calon investor atau kreditor

Kamu bisa menggunakan aplikasi pencatatan keuangan pribadi maupun aplikasi pencatatan keuangan bisnis digital di ponselmu, agar tidak repot melakukan pencatatan di mana pun dan kapan pun. Pilihlah aplikasi yang dapat melakukan konversi dari catatanmu sehari-hari menjadi tabel laporan keuangan.

Catatan Pemasukan

Bulan: September

Rekapitulasi Pemasukan

No	Deskripsi	Kuantitas	Harga Satuan	Jumlah
1	Donat Mini	15	Rp30.000,00	Rp450.000,00
2	Donat Mini paket 2 kotak diskon 10%	23	Rp54.000,00	Rp1.242.000,00
3	Menara donat 1	1	Rp100.000,00	Rp100.000,00
4	Menara donat 2	1	Rp120.000,00	Rp120.000,00
Total				Rp1.912.000,00

Kesimpulan:

- Sumber pemasukan paling besar dari paket 2 kotak donat diskon 10%
- Strategi bulan selanjutnya:
 - Adakan promosi diskon 15% untuk pembelian 3 kotak donat mini

Catatan Pengeluaran

Bulan: September

Rekapitulasi Pemasukan

No	Deskripsi	Jumlah
1	Bahan Baku	Rp1.250.000,00
2	Kemasan	Rp120.000,00
3	Transportasi	Rp48.500,00
4	Iklan Daring	Rp50.000,00
5	Gas	Rp60.000,00
6	Upah	Rp50.000,00
Total		Rp1.582.500,00

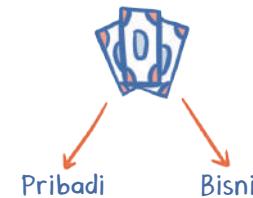
masih ada sisa, bisa digunakan bulan depan, yang habis telur dan taburan almon
sisa masih banyak, sepertinya tidak perlu beli lagi untuk bulan depan
baru dicoba bulan ini, efek tidak signifikan

Kesimpulan:

1. Taburan almon cukup diminati → pertimbangkan membuat promo khusus donat almon
2. Iklan daring yang baru dicoba bulan ini tidak efektif, pesanan dari iklan daring hanya bertambah 1 → tidak perlu dilanjutkan di bulan depan

Pisahkan Keuangan Bisnis dengan Keuangan Pribadi

Memisahkan keuangan pribadi dan bisnis bisa diterapkan dengan memisahkan rekening masing-masing. Rekening yang terpisah memudahkan pelacakan uang untuk keperluan pribadi dan uang untuk mencapai tujuan berbisnis. Jika biaya admin memberatkan untuk membuka rekening baru, tak mengapa menyatakan rekening uang pribadi dan bisnis selama pencatatanmu rapi.



Kamu juga bisa mencari alternatif bank yang menawarkan fasilitas multirekening dalam satu akun untuk memisahkan pos keuangan pribadi dan pos keuangan bisnis. Jangan lupa perhatikan syarat dan ketentuan sebelum memutuskan pembukaan rekening.

Pastikan kamu paham...



Omzet: seluruh uang yang masuk dari pembelian produk/penggunaan jasa. Di dalamnya juga termasuk biaya bahan baku dan biaya lainnya. Disebut juga penghasilan kotor.

Profit: omzet dikurangi seluruh biaya, disebut juga keuntungan bersih.

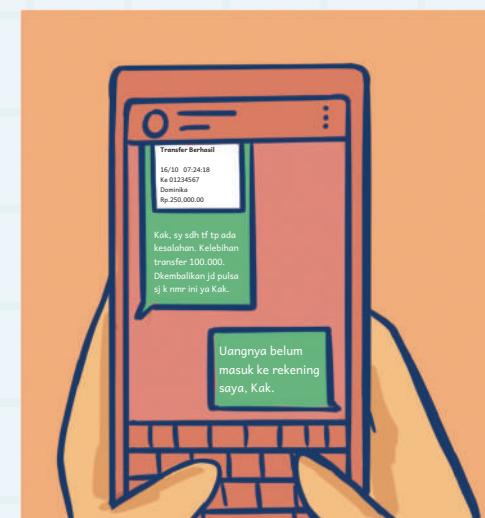
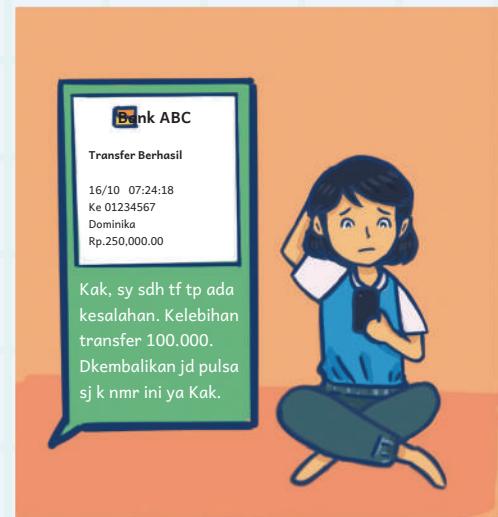
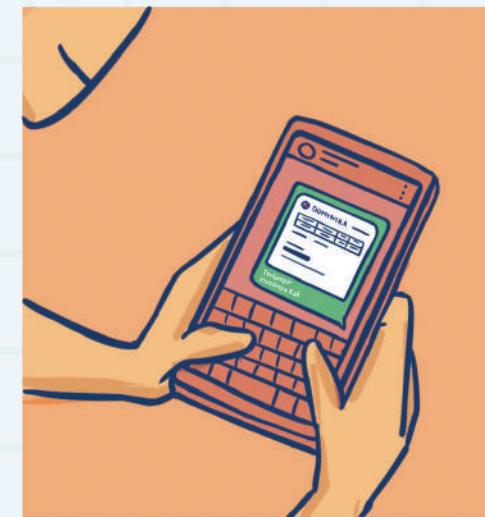
Biaya tetap (fixed cost): biaya yang harus dibayarkan oleh suatu usaha, terlepas dari kenaikan atau penurunan aktivitas produksi/penjualan, contohnya seperti sewa tempat/alat, gaji tetap karyawan, layanan internet.

Biaya variabel (variable cost): biaya yang harus dikeluarkan oleh suatu usaha tergantung hasil produksi usaha, contohnya seperti biaya bahan baku dan listrik/gas untuk produksi.

Omzet bisnis yang besar belum tentu menandakan bisnis sudah memiliki profit yang besar. Catatan yang rapi terkait pemasukan dan pengeluaran membantumu menghitung omzet dan profit serta segala biaya. Dari sana pebisnis dapat mengetahui apakah bisnis sudah memiliki profit yang besar, profit rendah, atau malah rugi setelah omzet dikurangi seluruh biaya yang ada.

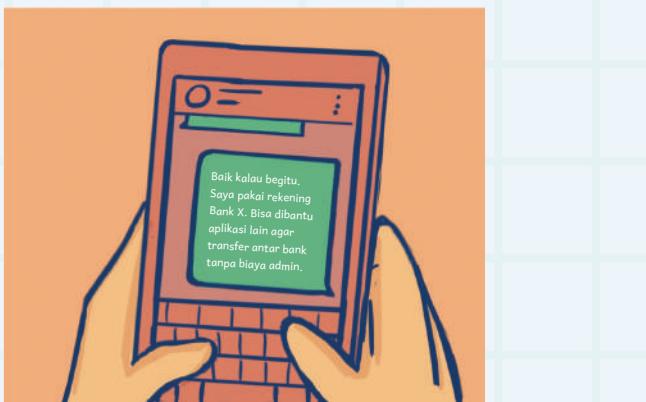
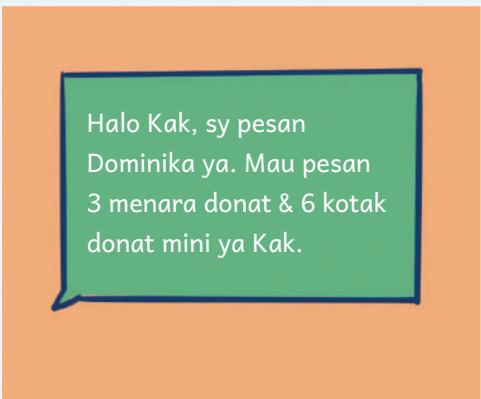
Omzet Besar
 \neq
Profit Besar

Pembeli "Mengaku" Salah Transfer



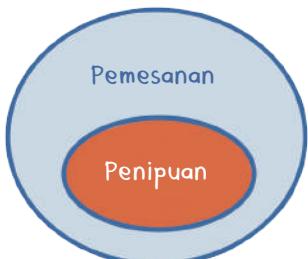
Apa yang seharusnya Kika lakukan dalam keadaan seperti ini?

Konfirmasi Transfer di Mesin ATM



Apa yang kamu lakukan jika mendapatkan respons seperti ini?

Tetap Waspada Transaksi di Dunia Maya



Mudahnya transaksi secara digital di masa kini mengharuskan kita sangat berhati-hati. Dalam jual beli daring, penjual dan pembeli sering kali belum kenal sebelumnya. Proses transaksi terjadi atas dasar kepercayaan. Namun, kamu harus tetap waspada. Jangan sampai kepercayaanmu dimanfaatkan orang yang ingin menipu.

Sebagai Pebisnis,
Kamu Perlu Curiga Jika ...

- ① Pembeli langsung memburu-buru supaya pesanan diproses, tetapi menunda-nunda pembayaran.
- ② Pembeli mengaku kelebihan transfer dan meminta dananya dikembalikan, baik melalui transfer maupun mengisi pulsa.
- ③ Kamu diminta datang ke ATM dan memasukkan nomor tertentu.
- ④ Pembeli melakukan pembayaran tidak melalui lokapasar dan mengaku sudah transfer, tetapi dana tidak kunjung masuk ke rekeningmu.

Cek Rekening

Jika ada kecurigaan, lakukan pengecekan nomor rekening dan nomor ponsel melalui aplikasi pengidentifikasi nomor-nomor tersebut. Ajak diskusi orang lain jika menemui hal janggal, karena berpikir sendirian kadang membiaskan kita dari hal yang seharusnya dihindari.

Periksa | Daftar | Lapor

→ Pastikan Keamanan Rekening ←



Sebelum kamu melakukan transaksi, kamu bisa memastikan status rekening tersebut sebagai upaya kehati-hatian. Laman cekrekening.id adalah situs resmi dari Direktorat Keamanan Informasi Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia yang awalnya dibuat untuk mengumpulkan data rekening yang diduga terindikasi tindak pidana.

Cekrekening.id memiliki 3 fungsi, yaitu memeriksa rekening, mendaftarkan rekening agar mendapatkan verifikasi, dan melaporkan rekening yang terindikasi penipuan.

Periksa Rekening	Daftarkan Rekening	Laporkan Rekening
Siapa pun dapat mengecek status rekening yang menjadi tujuan transfer dengan mengisi nomor akun dan nama bank atau dompet digital. Selanjutnya akan keluar informasi apakah rekening tersebut sudah pernah dilaporkan atau belum.	Pebisnis dapat mendaftarkan rekening agar mendapatkan centang biru sebagai bentuk verifikasi bahwa rekeningnya aman. Pembeli pun tenang saat melakukan transaksi.	Jika kamu merasa curiga terhadap suatu rekening, diminta mentransfer kembali, atau pernah dipaksa mentransfer sejumlah uang dengan iming-iming tertentu, kamu bisa melaporkan rekening tersebut.

Bab IX

PERLUAS Pasarmu!



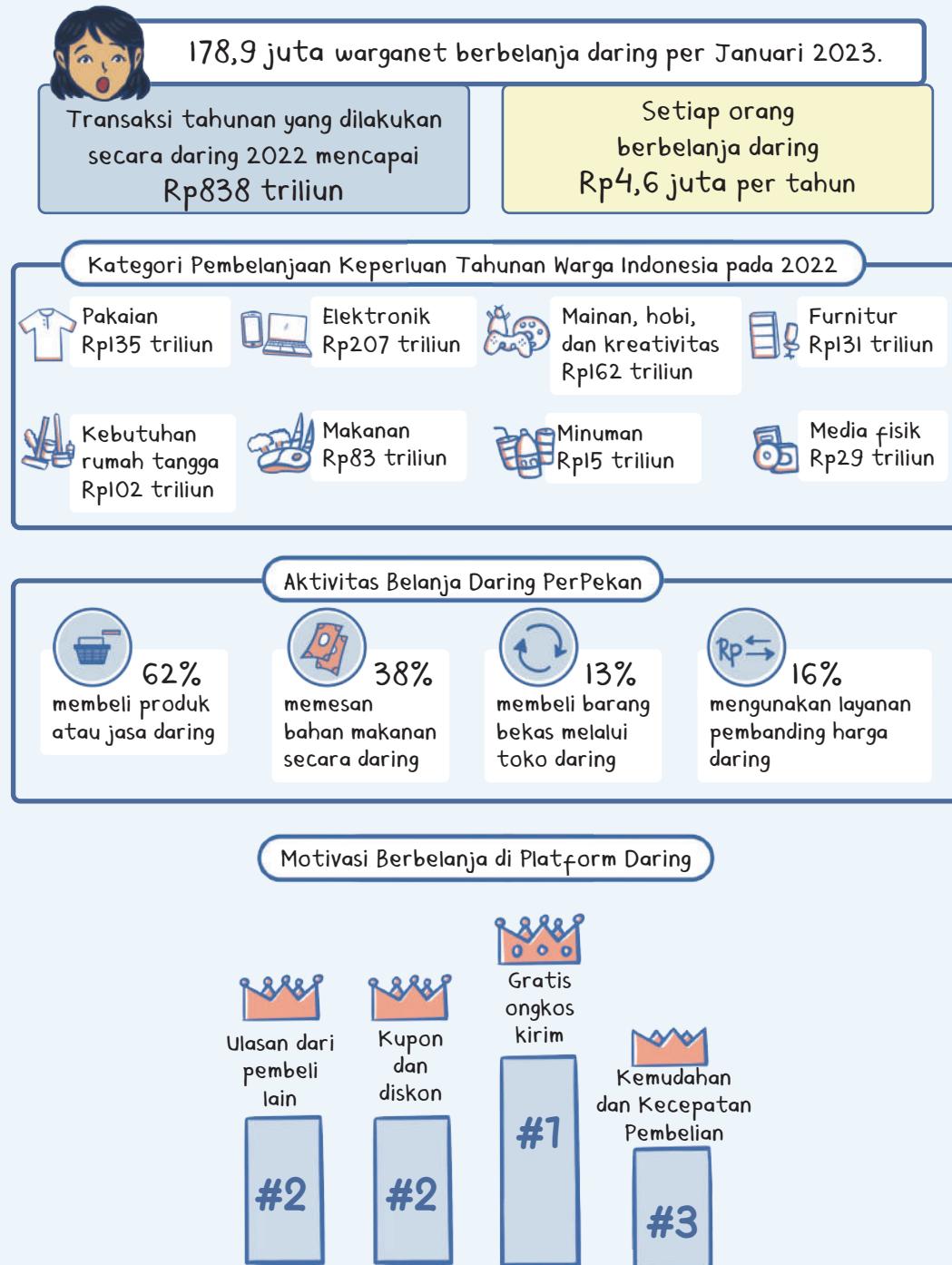
Tren berbelanja daring dari waktu ke waktu makin meningkat. Salah satu medianya melalui lokapasar (*marketplace*). Tidak hanya barang, makanan beku hingga makanan jadi pun sudah lumrah ditemui di lokapasar. Ongkos kirim terkadang tak jadi persoalan karena ada subsidi dari lokapasar. Bahkan, terkadang ada promosi potongan harga.



Produk Dominika yang dibuat dengan skema prapesan juga bisa dipasarkan melalui lokapasar. Jangkauan Dominika akan makin meluas. Dominika bisa dibeli oleh pembeli yang belum Kika kenal sebelumnya.

Tren Belanja Daring di Indonesia

Data riset Digital 2023 Indonesia yang diambil dari datareportal.com

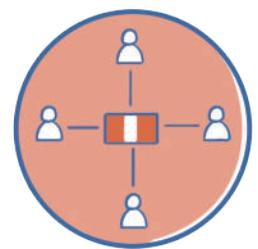


Berjualan di Lokapasar, Beragam Keuntungan Bisa Diincar



1. Bisnis Barang Maupun Jasa, Bisa Semua

Berbisnis melalui lokapasar (*marketplace*) kini bisa untuk produk barang maupun jasa. Saat ini usaha desain, cetak suvenir seperti tas, stiker, dan baju yang disesuaikan desainnya dari pembeli bisa dilakukan di lokapasar. Lokapasar juga mengakomodasi pemesanan secara prapesan. Usaha kuliner yang melalui proses pemasakan atau jasa desain yang butuh waktu pembuatan juga bisa dilakukan di lokapasar.



2. Jangkau Pembeli Lebih Banyak Lagi

Membuka toko di lokapasar memungkinkan pebisnis bertemu dengan banyak pembeli baru yang menemukan tokomu dari laman pencari. Dengan demikian, bisnismu makin mudah dikenal dan berkembang makin cepat.



3. Transaksi Aman Lewat Pihak Ketiga

Lokapasar berperan sebagai pihak ketiga yang memperantara transaksi penjual dan pembeli. Dana yang dibayarkan pembeli tidak akan sampai pada penjual jika barang belum diterima. Pembeli juga mudah melacak posisi barang yang dibeli melalui aplikasi lokapasar.

Jika ada masalah seperti kesalahan pengiriman barang, proses retur barang mudah dilakukan melalui lokapasar. Jaminan keamanan transaksi jual beli di lokapasar lebih baik dibandingkan jual beli daring secara manual.

4. Aneka Fitur untuk Optimalisasi Bisnis

Lokapasar memiliki beragam fitur yang bisa diakses oleh penjual maupun pembeli. Ada layanan gratis ongkos kirim, kupon diskon di momen tertentu, fitur *dropship* yang dapat memudahkan penjual maupun pembeli, dan lain sebagainya. Hal ini biasanya menjadi daya tarik pembeli untuk bertransaksi melalui lokapasar.



5. Fitur Berbelanja Siaran Langsung,

Interaksi Cepat, Harga Hemat

Interaksi dengan calon pembeli secara langsung dapat diperoleh melalui fitur yang satu ini. Fitur berbelanja siaran langsung (*live shopping/live streaming*) biasanya dilakukan oleh toko dengan menyiarkan secara langsung produk-produk yang mereka tawarkan.

Pebisnis dapat menunjukkan dan membahas produk serta menjawab pertanyaan yang disampaikan oleh calon pembeli yang menyaksikan siaran tersebut. Berbelanja siaran langsung menawarkan pengalaman interaktif, pembeli dapat terhubung langsung dengan produk dan pebisnis. Tak jarang, lokapasar juga memberi voucher khusus untuk pembelian yang dilakukan saat berbelanja langsung yang bisa dioptimalkan oleh pebisnis.



6. Tidak Ada Batasan Waktu, Toko Buka Selalu

Produk di lokapasar bisa ditemukan calon pembeli kapan saja. Penjual tidak perlu terus-terusan memantau toko setiap waktu. Pesanan di tengah malam pun akan masuk dan diproses begitu penjual memantau akun lokapasarnya.

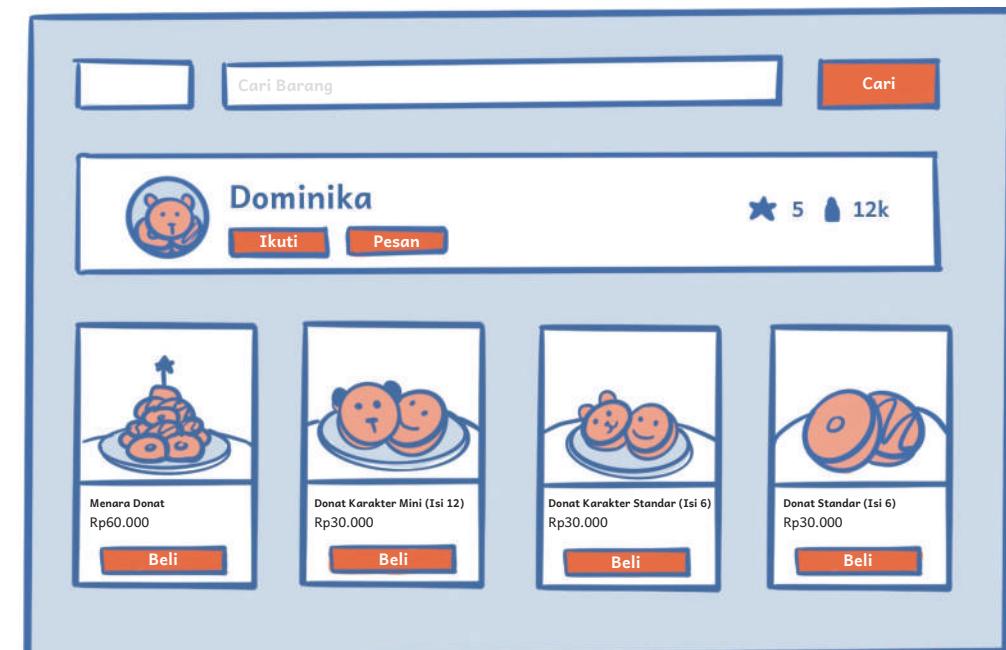
7. Optimalisasi Iklan,

Buat Bisnismu Makin Terdepan

Ada menu iklan yang dapat dioptimalkan di lokapasar. Setelah mengaktifkannya, produk atau jasamu bisa menjadi prioritas di hasil pencarian.



Banyaknya keuntungan berbisnis di lokapasar membuat banyak pebisnis yakin membuka toko di sana. Sebagai pebisnis, kamu juga bisa mempelajari tahapan membuka toko di lokapasar dan merasakan keuntungan-keuntungan jual-beli di sana.



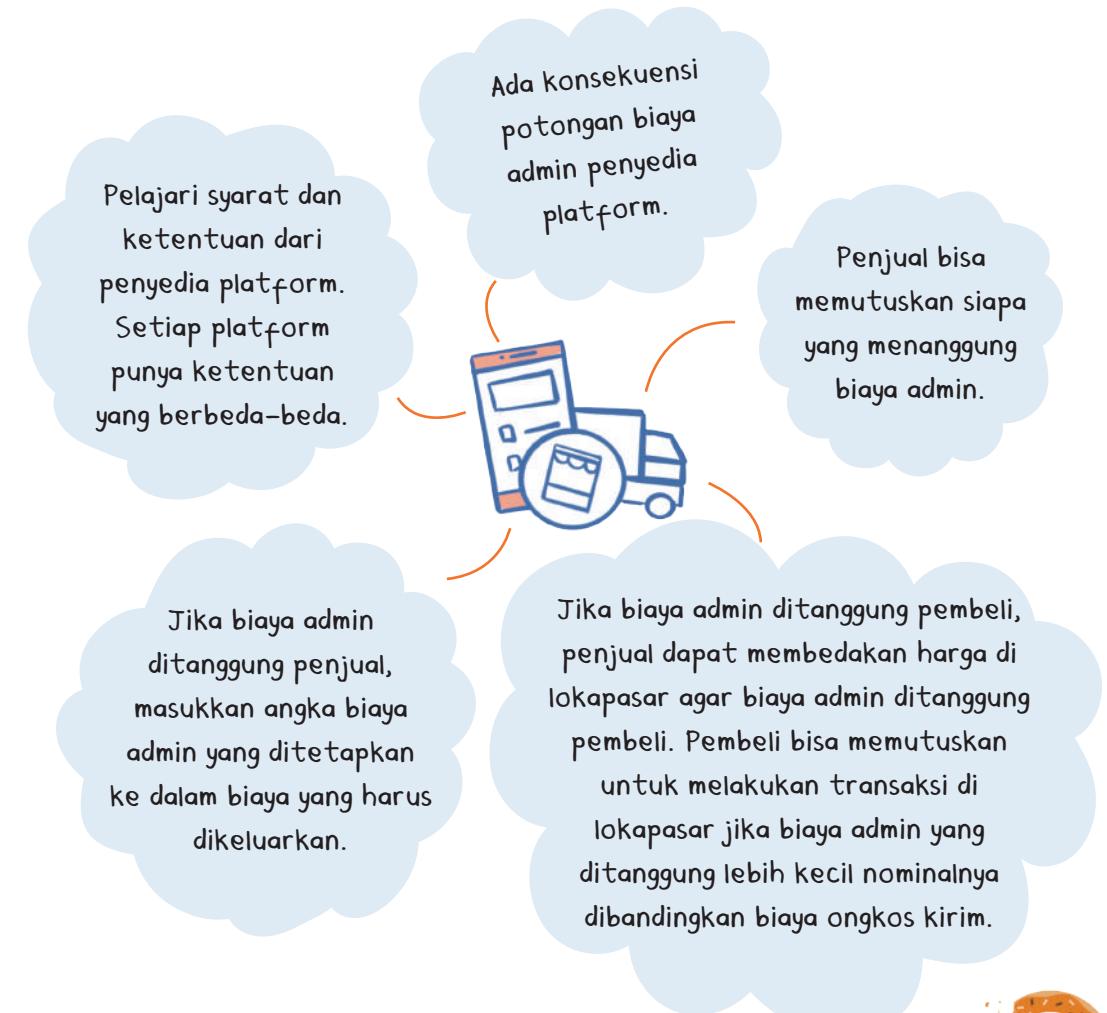
Langkah Membuka Toko di Lokapasar



Lengkapi Info Produkmu

- Klik tombol "Tambah Produk" atau "Tambah Produk Baru"
- Unggah foto terbaik untuk produkmu. Lebih baik lagi jika ditambahkan video produk.
- Tulis nama produk dengan kata kunci yang unik dan menarik. Contohnya, daripada menuliskan 'donat mini karakter' saja, Kika bisa bereksperimen dengan menuliskan 'donat mini topping suka-suka' atau 'donat mini karakter kucing' untuk memikat orang tua dengan anak-anak penyuka tokoh tertentu.
- Buat deskripsi produk yang jelas dan detail, bisa ditambahkan kalimat dengan nada persuasif.
- Cantumkan berat produk atau ukuran produk saat dikirim.
- Pilih ekspedisi/kurir yang mengakomodasi produkmu.
- Aktifkan prapesan jika dibutuhkan.

Yang Perlu Diperhatikan Saat Membuka Toko Daring dan Mengaktifkan Opsi Gratis Ongkos Kirim



Lain Platform, Lain Ketentuan

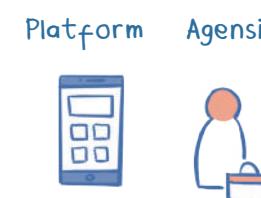
Toko untuk bisnis kuliner juga bisa dibuat melalui aplikasi pemesanan makanan daring. Syarat dan ketentuannya berbeda dengan toko daring di lokapasar. Pelajari ketentuan potongan biaya admin dan penambahan harga di aplikasi untuk menyesuaikannya dengan harga jual produkmu di berbagai aplikasi yang berbeda.



Kika belum memilih membuka akun toko di aplikasi pemesanan makanan daring karena Dominika dibuat dengan skema prapesan.

Aplikasi pemesanan makanan daring biasanya mengakomodasi produk makanan yang sudah jadi. Jika bisnis Dominika sudah makin besar dan Kika memutuskan untuk menyediakan stok produk jadi, Kika bisa mulai mempertimbangkan membuka toko di aplikasi pemesanan makanan daring.

Selain di lokapasar, berbisnis jasa juga bisa dilakukan dengan bergabung di agensi secara daring atau menjadi kontributor pada suatu platform digital. Pelajarilah skema kerja samanya sebelum bergabung. Agensi/platform menerapkan aturan yang berbeda-beda terkait potongan biaya admin, pajak, atau biaya lainnya. Tentu saja agensi/platform juga akan melakukan seleksi portofolio terlebih dahulu.



Bab X

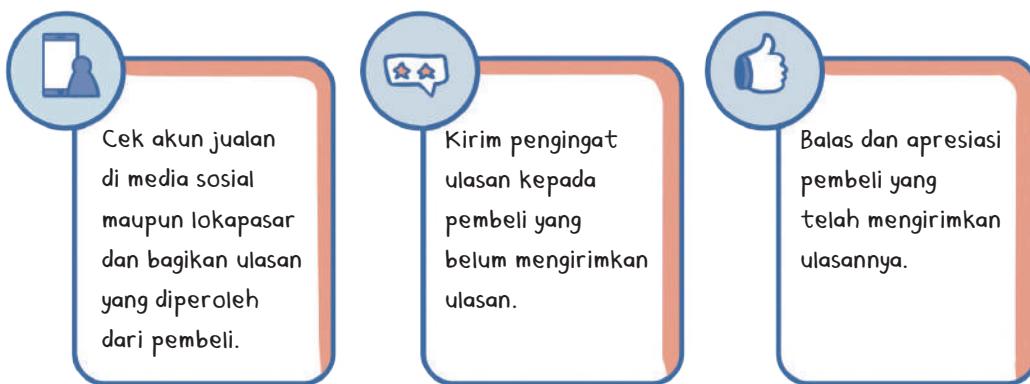
Bagaimana Produkmu DI MATA PEMBELI?



Penilaian dan ulasan dari pembeli punya peranan penting terhadap perkembangan bisnis. Pebisnis bisa menemukannya di kolom ulasan lokapasar atau meminta testimoni dengan menghubungi pembeli. Ulasan bisa juga ditemui dari reviu spontan yang dipublikasikan di media sosial pribadi pembeli. Produk yang sangat memuaskan akan membuat pembeli senang hati mereferensikannya kepada orang lain lewat ulasan di media sosialnya.

Pebisnis seperti Kika perlu menampung masukan yang membangun dari pembeli serta menyebarkan ulasan positif agar kepercayaan masyarakat terhadap produknya makin meningkat. Bahkan, pembeli-baru bisa berdatangan setelah membaca ulasan orang lain tentang produk/jasa yang dijual.

Bagi pebisnis awal, menyimak dan merespon ulasan sebisa mungkin perlu dilakukan setiap hari. Tidak mesti berlama-lama, luangkan waktu lima belas menit untuk:



Pada masa digital, ulasan produk atau jasa yang mudah diakses siapa pun membantu calon pembeli melakukan pengambilan keputusan. Banyaknya ulasan positif terhadap suatu produk dan toko dapat meyakinkan calon pembeli.

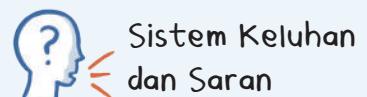


Ulasan dari pembeli dipadukan dengan foto produk yang menarik dapat dijadikan bahan promosi. Hasilnya bisa dibagikan di media sosial, profil bisnis di peta, dan deskripsi produk di lokapasar. Konsistensi dalam membagikan ulasan positif dapat mendatangkan orang-orang yang awalnya tidak tertarik menjadi penasaran dan ikut membeli produk yang dijual.



Mengukur Kepuasan Pembeli

Bagaimana pebisnis mendapatkan info ulasan pembeli? Menurut Kotler et al (2006), kepuasan pembeli dapat diukur dengan metode berikut:



Sistem Keluhan dan Saran

- Memberikan kesempatan pembeli menyampaikan saran, pendapat, serta keluhan.
- Contoh media: kotak saran atau nomor layanan pelanggan.
- Bersifat satu arah, sulit mendapatkan gambaran lengkap maksud yang disampaikan pembeli.



Ghost Shopping (Perbelanjaan Sembunyi-Sembunyi)

- Mengutus beberapa orang (*ghost shopper*) menjadi pembeli perusahaan kita dan pesaing untuk mengamati kelebihan dan kekurangan produk, cara melayani permintaan, menjawab pertanyaan, dan menangani keluhan.
- Bertujuan untuk belajar dan introspeksi, bukan menjatuhkan bisnis pesaing.



Lost Customer Analysis (Analisis Pelanggan Hilang)

- Pelanggan yang hilang adalah pembeli yang berhenti membeli produk atau pindah ke produk lain.
- Pebisnis perlu menghubungi mereka untuk mendapatkan masukan perbaikan selanjutnya.



Survei Kepuasan Pembeli

- Bisa dilakukan melalui telepon, survei, dan wawancara pribadi.
- Pebisnis akan mendapatkan masukan.
- Pembeli yang dilibatkan dalam proses ini akan merasa dihargai.

Berikut ini ulasan yang didapat Kika dari pembelinya. Kika menyajikannya dengan menarik untuk diunggah ke media sosialnya.



Strategi yang bisa digunakan untuk meningkatkan ulasan positif:

Menciptakan tagar khusus testimoni agar calon pembeli mudah menemukan informasi.

Bagikan ulasan produk sebagai konten harian agar membuat pasar makin penasaran.

Adakan tantangan berhadiah untuk ulasan dalam bentuk foto atau video.

Buat promo khusus pembeli yang telah mengunggah ulasannya di media sosial.

Strategi seperti tantangan berhadiah atau promo khusus bisa diadakan pada momen-momen tertentu. Misalnya seperti pada awal bulan, musim liburan, atau momen Hari Kemerdekaan.

Bagaimana dengan Ulasan Negatif?

taburan donat lengket ke kemasan.

Donat terlalu manis.

Pengirimannya kurang oke.

Respons penjual agak lama.

Tidak dipungkiri, ulasan negatif mungkin saja didapat seorang pebisnis.

Hadapi ulasan negatif secara profesional untuk mengembangkan produkmu lebih baik.

Dengarkan keluhan pembeli dan respons dengan baik



Pembeli butuh didengarkan. Setelah itu responlah dengan ucapan terima kasih dan tanggapi dengan baik. Tunjukkan kalau kamu menanggapi keluhan mereka dengan serius dan mengusahakan hal yang sama tidak akan terulang.

Catat masukan yang disampaikan dan lakukan evaluasi internal



Evaluasi masalah yang dialami dan identifikasi penyebabnya. Apakah ada kesalahan dari sisi produk atau kemasan? Ataukah ulasan tersebut pendapat subjektif karena selera pembeli yang berbeda-beda. Misalnya dalam kasus Kika, Kika perlu melihat berapa banyak pembeli yang mengeluhkan rasa yang terlalu manis. Jika banyak, Kika mungkin perlu menyesuaikan takaran gula pada resep donatnya.

Kemudian lakukan perbaikan. Perbaikan ini bisa dari sisi produk, pengiriman, atau bisa jadi catatan pemesanan yang keliru. Terapkan perbaikan yang dilakukan ke pemesanan-pemesanan selanjutnya.

Memberikan imbal balik bagi keluhan pembeli



Jika diperlukan, kamu bisa mengirimkan produk sebagai pengganti, melakukan retur barang dengan menanggung ongkos kirimnya, atau memberikan potongan harga di pembelian berikutnya. Harapannya hal ini dapat mengobati kekecewaan pembeli.

Terapkan prosedur pengoperasian standar (SOP) untuk menghadapi keluhan agar pembeli tidak asal melaporkan kekurangan. Pebisnis juga perlu membuat alur penanganan keluhan agar cara bisnis menghadapi keluhan seragam, terutama jika tim sudah berkembang besar.

Contoh beberapa SOP dalam mengantisipasi adanya keluhan:

1. Melengkapi paket dengan informasi kehati-hatian dalam membawanya, dapat disampaikan melalui stiker yang ditempel.
2. Meminta video saat membuka kemasan (*unboxing*).

Contoh stiker yang ditempel pada pengemasan Dominika:



3. Menyarankan kurir/ekspedisi yang paling aman, berdasarkan pengalaman. Jika pembeli tetap menghendaki kurir/ekspedisi lain, sampaikan bahwa risiko ditanggung pembeli.
4. Mengirimkan foto sebelum pengiriman agar tampak jelas bahwa produk dikirim dalam kondisi yang baik.



Bab X Bagaimana Produkmu di Mata Pembeli?

Bab XI

BERKEMBANG dan Membesar



Tak terasa waktu berlalu. Berbagai hal sudah kamu alami dalam bisnismu. Ada yang menyenangkan dan ada yang menantang, tak semuanya mudah. Pengalaman Kika juga demikian. Namun, karena tekad Kika kuat untuk mencapai tujuan bisnisnya, Kika berhasil melalui semuanya dengan baik.



Tujuan Tercapai, Bagaimana Selanjutnya?

Tujuan Kika pun tercapai, bahkan sebelum ia naik ke kelas XII. Biaya untuk jalan-jalan sudah tersedia. Tak perlu lagi khawatir. Lalu, bagaimana selanjutnya? Apakah Kika tidak perlu lagi berbisnis karena tujuannya sudah tercapai?



Sayang sekali jika bisnis yang telah dikembangkan Kika berhenti begitu saja. Nama Dominika sudah dikenal luas. Banyak pelanggan tetap, sementara pelanggan baru terus bertambah.

Kika pun mulai berpikir untuk menetapkan tujuan-tujuan baru.

- Menabung untuk tambahan biaya kuliah?
- Mengambil kursus masak?
- Melakukan kegiatan amal?
- Membuka tabungan haji?
- Merencanakan liburan keluarga?

Banyak tujuan baru bermunculan di kepalamanya, ia akan segera memikirkan urutan prioritasnya.

Namun, apakah Kika dapat menangani semua pesanan? Beberapa kali Kika menolak pesanan karena ia tidak sanggup memproduksi lebih banyak. Belum lagi di kelas XII nanti, ia membutuhkan lebih banyak waktu untuk belajar supaya dapat lulus dengan baik.



Bisnis Berkembang, Tak Bisa Dijalankan Sendirian

Bagaimana dengan bisnismu? Apakah kamu juga kewalahan melayani pesanan, seperti Kika? Permintaan produk/jasa yang makin banyak menandakan bisnismu makin besar. Artinya, bisnismu sudah membutuhkan tim. Sama seperti Kika, bisnismu butuh lebih banyak orang untuk mencapai tujuannya.

Seiring berkembangnya bisnis, proses yang dijalankan pun akan lebih banyak. Ada proses produksi, riset dan pengembangan, penjualan dan pemasaran, pengelolaan konten di media sosial, serta layanan pelanggan.

*Jika ingin berjalan cepat
berjalanlah sendirian,
jika kamu ingin berjalan jauh,
berjalanlah bersama-sama.*



Lihat contoh di bawah ini.

BISNIS YANG MAKIN BESAR

Pesanan makin banyak

Pesanan dan pertanyaan berdatangan

membutuhkan admin

untuk melayani pemesanan dan pertanyaan



Bisnis ritel



Membutuhkan banyak orang



Reseller dominika



Bisnis produksi

Barcode untuk mengurus inventori barang

butuh tenaga tambahan

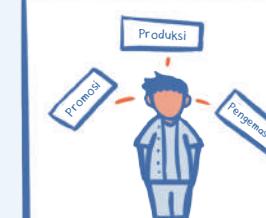
membutuhkan lebih banyak tenaga

pengepakan dan pengiriman

untuk membuat produk jadi

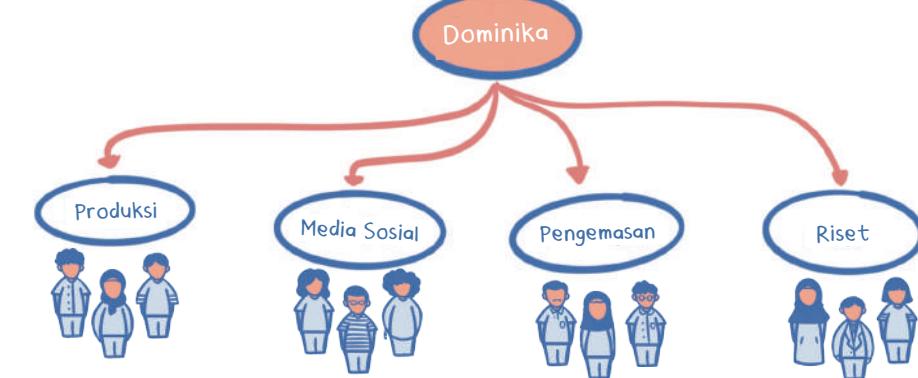
Membagi Pekerjaan,

Membangun Kepercayaan



Bisnis yang semula kecil boleh jadi dikerjakan oleh satu orang. Pada tahap awal, mungkin pendiri bisnis mengerjakan sendiri semuanya, mulai dari proses produksi, promosi, pengemasan, sampai ke pengiriman. Itulah yang dilakukan Kika. Memang ada Ibu tempat Kika berkonsultasi seputar resep dan sekali-sekali Ranu membantu jika pesanan sangat banyak. Namun, praktis semua pekerjaan dilakukan Kika.

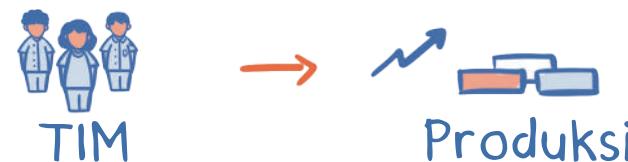
Ketika bisnis makin berkembang seperti Dominika, kebutuhan bisnis makin banyak. Anggota tim juga harus bertambah. Setiap aktivitas perlu ditangani oleh orang-atau bahkan tim-berbeda. Ada orang/tim untuk produksi, pengemasan, media sosial, dan lainnya tergantung kebutuhan.



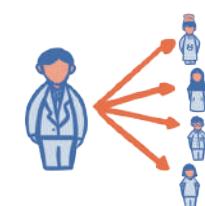
Sebuah tim yang kuat membutuhkan rasa saling percaya satu sama lain. Untuk itu, sebagai pendiri bisnis Kika perlu belajar memercayai orang lain. Identifikasi tugas mana yang bisa didelegasikan kepada orang lain dan mana yang tetap perlu dipegang langsung.

Dalam mengatur banyak orang, Kika juga memerlukan SOP agar semua anggota tim/karyawan punya acuan yang sama dalam melakukan aktivitas bisnis.

Dengan bertambahnya anggota tim, proses produksi bisa dipercepat. Namun, bertambahnya anggota tim juga berarti Kika perlu memikirkan skema upah. Upah bisa berupa bagi hasil, komisi, atau gaji tetap. Jangan khawatir, walaupun pengeluaran bertambah, produktivitas Dominika juga meningkat.



Setiap pebisnis perlu memperlakukan timnya dengan baik, dekat seperti keluarga, tetapi tetap saling menghormati dan berdisiplin serta bertanggung jawab. Tim yang kompak dan memiliki visi yang sama akan mempercepat sampainya tujuan bisnis.



Bab XII

Aku PEBISNIS MUDA



Kika pun memutuskan untuk melanjutkan bisnis. Masih banyak yang ingin dicapainya.

Berbisnis membuat Kika menjadi sosok yang baru. Ia belajar mengelola waktu dan strategi-strategi penjualan. Ia mempelajari seluk-beluk promosi, pengaturan keuangan, bahkan cara mengalahkan rasa malas dari dalam dirinya sendiri. Terkadang hari-hari terasa padat dan sibuk luar biasa, tetapi Kika menikmatinya. Ada sesuatu yang ia kejar dalam menjalani hari-hari sebagai pelajar SMA dan membuatnya bersemangat setiap harinya.



Bagaimana denganmu? Pelajaran apa yang kamu dapat dari pengalamamu berbisnis? Boleh jadi sama dengan kesimpulan Kika di bawah ini.

Percaya Diri

Memulai sesuatu yang baru itu menantang dan tidak mudah. Usaha memperkenalkan Dominika ke banyak orang membuatku lebih percaya diri.

Terus Belajar

Sebagai pebisnis, aku harus punya semangat belajar tinggi. Ada teknik, cara kerja, dan mekanisme pasar yang harus terus aku pelajari. Masukan dan keluhan yang datang pun bisa aku jadikan inspirasi perbaikan bisnisku ke depannya.



Jujur

Bisnis di era digital ini mempertemukanku dengan pelanggan yang belum pernah kukenal sama sekali. Kepercayaan merupakan modal penting dalam bertransaksi. Menjaga rasa percaya pelanggan dan bertransaksi secara jujur adalah prinsip yang harus aku pegang.



**TERUS
Semangat
JANGAN MENYERAH YA!**

Pantang Menyerah

Dalam berbisnis aku memerlukan napas yang panjang. Setiap tantangan harus aku lalui untuk mencapai tujuan.



Manajemen Waktu

Menjalani bisnis dengan status pelajar butuh manajemen waktu yang baik. Itu tantangan terbesarku. Untunglah sekarang terdapat berbagai templat atau aplikasi yang membantuku mengatur waktu dan prioritas.



Berinovasi

Menjadi pebisnis membuatku harus berinovasi agar bisnisku unik dibanding bisnis lainnya. Inovasi ini akan menjadi keunggulan produkku yang berbeda dengan bisnis serupa lainnya.



Apa yang ingin kamu kejar sebagai mimpimu? Berbisnis bisa menjadi salah satu cara untuk mencapainya. Bersiaplah, karena ada banyak hal seru menunggu. Perkuat niat, bulatkan tekad, panjangkan napas. Mari, mulai lembaran hari yang baru dengan kegiatan bisnis yang seru!



Glosarium

Afiliator: orang yang mempromosikan produk orang lain di internet dan mendapatkan komisi jika terjadi pembelian melalui tautan atau kode yang ia berikan.

Agensi: perusahaan penyedia jasa atau layanan tertentu untuk menyelesaikan suatu proyek. Seringnya bergerak di bidang industri kreatif dan pemasaran.

Audiens: orang-orang yang membaca konten-konten media sosial.

Biaya tetap (fixed cost): biaya yang harus dibayarkan oleh suatu usaha, terlepas dari kenaikan atau penurunan aktivitas produksi/penjualan, contohnya seperti sewa tempat/alat, gaji tetap karyawan, layanan internet.

Biaya variabel (variable cost): biaya yang harus dikeluarkan oleh suatu usaha tergantung hasil produksi usaha, contohnya seperti biaya bahan baku dan listrik/gas untuk produksi.

Copywriting: teknik kepenulisan dalam menulis naskah iklan.

Costume play/cosplay: acara pertunjukan busana dengan

mengenakan kostum dan aksesoris yang menggambarkan karakter tertentu.

Daring: kependekan dari “dalam jaringan”, menggunakan internet.

Decoy Effect: strategi menetapkan harga dengan menambah opsi ketiga yang kurang menarik sehingga pembeli lebih tertarik dengan pilihan utama.

Distributor: agen penyalur, orang atau badan yang bertugas menyalurkan barang (dagangan) kepada beberapa orang atau ke beberapa tempat.

Dompet Digital: dompet yang bekerja secara elektronik melalui perangkat telepon pintar yang memudahkan transaksi digital tanpa melalui akun rekening bank.

Donat karakter: donat yang dihias dengan karakter-karakter tertentu seperti kartun atau dekorasi huruf, angka, dan sebagainya, sesuai permintaan pembeli.

Dropship: metode penjualan yang dilakukan dengan memasarkan produk orang lain kepada pelanggan tanpa memiliki produknya terlebih dahulu.

Daftar Pustaka

Buku

- Bharmawan, Agus Surya, dkk. 2022. *Manajemen Pemasaran Jasa: Strategi, Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan*. Surabaya: Scopindo Media Pustaka.
- Danu, Asnando. 2011. *Sekolah Bisnis Anak Muda Kreatif: Remaja Tajir Why Not?* Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Julianti, Sri. 2014. *The Art of Packaging*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Julianti, Sri. 2017. *Mastering Packaging for E-commerce*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kusumo, Haryo Suryo. 2016. *#Superpreneur: Panduan Praktis untuk Anak Muda yang Ingin Berbisnis*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Niagahoster. 2022. *Yuk, Mulai Pakai Digital Marketing!* Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Osterwalder, Alexander dan Pigneur, Yves. 2014. *Business Model Generation*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Puspaningrum, Astrid. 2017. *Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan: Kajian Perilaku Pelanggan Hypermarket*. Malang: Media Nusa Creative.
- Ratri, Carolina. 2021. *Sukses Membangun Toko Online*. Yogyakarta: Stiletto Book.
- Setyabudi, Danang dan Suranto. 2018. *Perencanaan Bisnis SMK/MAK Kelas X*. Yogyakarta: Andi.
- Setyabudi, Danang dan Suranto. 2018. *Perencanaan Bisnis SMK/MAK Kelas XI*. Yogyakarta: Andi.
- Setyabudi, Danang dan Suranto. 2018. *Perencanaan Bisnis SMK/MAK Kelas XII*. Yogyakarta: Andi.
- Westriningsih. 2018. *Jadi Pengusaha Siapa Takut?* Klaten: Penerbit Cempaka Putih.

Dropshipper: pelaku dropship. Penjual yang menjualkan produk dari produsen tanpa menyimpan stok produk.

Efisiensi: ketepatan cara (usaha, kerja) dalam menjalankan sesuatu (dengan tidak membuang waktu, tenaga, biaya)

Ekspedisi: pengiriman barang, surat, dokumen, dan sebagainya.

Klien: orang yang memesan dan memperoleh layanan sesuai pesanannya.

Kondisi pasar: sasaran terjadinya aktivitas jual beli di tengah masyarakat.

Lisensi: izin menggunakan karya pihak lain, dalam hal ini untuk digunakan secara komersial.

Lokapasar: marketplace.

Luring: kependekan dari “luar jaringan”, tidak menggunakan jaringan internet.

Omzet: seluruh uang yang masuk dari pembelian produk/penggunaan jasa. Di dalamnya juga termasuk biaya bahan baku dan biaya lainnya. Disebut juga penghasilan kotor.

Ongkir: ongkos kirim.

Penyimpanan awan: penyimpanan data dan dokumen di internet, disebut juga cloud storage.

Prapesan: sistem pemesanan dengan mendata pesanan sebelum produk dibuat, dikenal juga dengan istilah *pre-order*.

Portofolio: kumpulan hasil karya yang menampilkan kemampuan seseorang dalam bidang tertentu.

Profit: omzet dikurangi seluruh biaya, disebut juga keuntungan bersih.

Reseller: penjual yang menjualkan produk dari produsen. Produsen mengirimkan stok produk ke *reseller*, lalu *reseller* mengirimkan ke pembeli sesuai pesanan.

Retur: mengembalikan produk karena kesalahan pengiriman.

SOP: akronim dari *standard operating procedure* atau prosedur pengoperasian standar. Merupakan sistem yang dibuat untuk merapikan atau menstandarkan tahapan suatu pekerjaan agar setiap orang yang terlibat memiliki acuan yang sama.

Tagline: kumpulan kata yang mendeskripsikan nilai suatu produk atau perusahaan.

Transfer: mengirimkan uang.

Jurnal

- Farki, Ahmad, dan Imam Baihaqi. "Pengaruh online customer review dan rating terhadap kepercayaan dan minat pembelian pada online marketplace di Indonesia." *Jurnal Teknik ITS* 5, no. 2 (2016): A614-A619.
- Sugiono, Agus, Aminatus Zakhra, and Halimatus Sakdiyah. "Menggali Minat Berwirausaha Pada Remaja Putus Sekolah." *SNHRP* 5 (2023): 2911-2917.
- Tsani, Ahmad Abiyu, Jeni Susyanti, dan Mohamad Bastomi. "Pengaruh E-trust, Online customer review dan Online customer rating Terhadap Keputusan Pembelian pada E-commerce Tokopedia (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Islam Malang)." *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen* 12, no. 02 (2023).

Daring

- B, A. 2023. "Customer Feedback: Pengertian Hingga Cara Mendapatkannya." Mttarget, 8 Maret 2023, diakses 18 Agustus 2023 dari <https://mttarget.co/blog/customer-feedback/#:~:text=Perusahaan%20atau%20pelaku%20bisnis%20dapat,terkait%20produk%20atau%20pelayanan%20bisnis>.
- Bryant, Adam. "How to Build a Successful Team." The New York Times Business diakses 15 Agustus 2023 dari <https://www.nytimes.com/guides/business/manage-a-successful-team>
- Fadhil, Mohammad. 2022. "Fixed Cost: Pengertian, Jenis, dan Contohnya." Klikpajak.id, 8 November 2022 diakses pada 27 September 2023 dari <https://klikpajak.id/blog/fixed-cost/#:~:text=Pada%20setiap%20bisnis%20maupun%20usaha,berubah%2Dubah%20sesuai%20kebutuhan%20pasar>.
- Foodizz, Admin. 2021. "Klo Bisnis Sudah Terlanjur Jalan dan Rugi Gimana?" Foodizz.id, 13 Agustus 2021 diakses pada 13 November 2023 dari <https://foodizz.id/artikel/klo-bisnis-sudah-terlanjur-jalan-dan-rugi-gimana>

Kemp, Simon. 2023. "Digital 2023: Indonesia". Datereportal, 9 Februari 2023, diakses 18 Juli 2023 dari <https://datereportal.com/reports/digital-2023-indonesia>

Marcomm Ipsos Indonesia. 2022. "Livestream Selling in Indonesia Market is Growing." Ipsos.com, 15 Maret 2022, diakses 28 September 2023 dari <https://www.ipsos.com/en-id/livestream-selling-indonesia-market-growing>

Mittal, Mudit. 2014. "The Anatomy of Product Packaging: Chapter 01 — Understanding The Information System." Digital Packaging Experiences pada Medium, 11 Februari 2014 diakses 11 Juli 2023 dari <https://medium.com/digital-packaging-experiences/the-anatomy-of-product-packaging-c746a7d6597d>

PT. Populix Informasi Teknologi. 2022. "The Social Commerce Landscape in Indonesia." Populix, September 2022, diakses 1 Oktober 2023 dari <https://info.populix.co/report/the-social-commerce-in-indonesia/>

Rulita, Utari Eka. 2021. "Bisnis Model Canvas (BMC): Cara Efektif Memetakan Rencana Bisnis." Warung Pintar, 5 Oktober 2021 diakses 18 Juli 2023 dari <https://warungpintar.co.id/blog/bisnis-model-canvas-cara-efektif-memetakan-rencana-bisnis/>

Strategyzer. 2023. "The Business Model Canvas" diakses 9 Juli 2023 dari <https://www.strategyzer.com/library/the-business-model-canvas>

Theearthling.co. 2021. "The Anatomy Of Our Plastic Free Shipping Boxes." Theearthling, 12 Juli 2021. Diakses pada 8 Juni 2023 dari <https://theearthlingco.com/blogs/news/the-anatomy-of-our-plastic-free-shipping-boxes>

Penulis



Fitri Hasanah memulai bisnis daring pertamanya pada 2018. Berangkat dari kesukaan dan rasa penasarannya pada menulis buku anak, ia mencoba memasarkan buku-buku anak. Ia pun mencoba menjadi *reseller*, *dropshipper*, dan *afiliator* bagi produk edukasi untuk anak dan keluarga, khususnya buku.

Fitri pernah membangun aplikasi pencatatan keuangan untuk UMKM. Pengalaman itu membuatnya mengetahui pengalaman-pengalaman pebisnis pemula. Walaupun demikian, ia kini menjalani mimpi masa kecilnya untuk membawa kebahagiaan dan kebermanfaatan melalui tulisan-tulisannya. Saat ini ia masih terus belajar untuk menjadi penulis, editor, dan penerjemah lepas, khususnya untuk buku anak. Penulis dapat dihubungi di fitrihasanahamhar@gmail.com atau [@fitrihasanah](https://www.instagram.com/@fitrihasanah).

Illustrator



Muhammad Hilmy An Nabhany atau biasa dipanggil Michanwa suka beli barang seken dan dijual kembali jika tidak dibutuhkan. Hobinya ilustrasi tetapi terjebak pada dunia desain produk aplikasi. Suka nulis, terlebih nulis curhatan jadi bapak-bapak di [@hilmy.anna](https://www.instagram.com/@hilmy.anna). Jika ingin melihat karya lainnya di IG [@an.nabhany](https://www.instagram.com/@an.nabhany)

Penelaah



FDV Wulansari adalah Senior Financial Trainer dan Expert Curriculum Advisor di QM Financial yang sudah memiliki pengalaman dalam edukasi literasi finansial sejak 2010. Wulan memiliki latar pendidikan S1 dan S2 di ITB, serta memiliki sertifikasi Certified Financial Planner (CFP) dari FBSP Indonesia.

Wulan aktif berpartisipasi dalam berbagai kegiatan bagi klien personal dan korporasi sebagai trainer, pembicara, serta penyusun kurikulum. Selain itu, ia juga memiliki ketertarikan dan pengalaman dalam bidang sumber daya manusia, ekonomi kreatif, dan pendidikan. Saat ini, Wulan juga sedang terlibat dalam proses penyusunan kurikulum literasi finansial di Kemendikbudristek.

Wulan dapat dihubungi melalui email wulan@qmfinancial.com. Informasi pelatihan dan edukasi keuangan yang disajikan secara praktis dan menarik dapat dilihat di IG: @qm_financial.

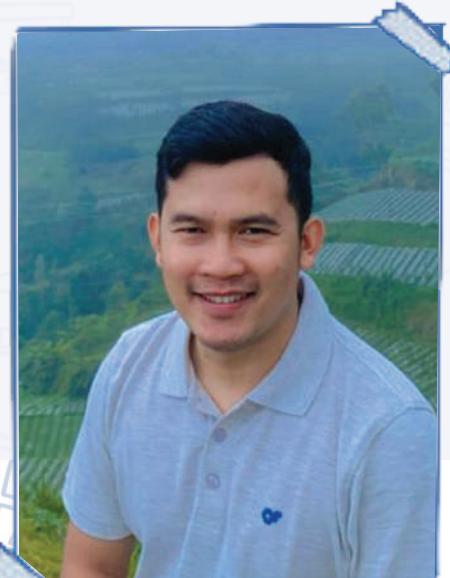
Editor Naskah



Eva Nukman adalah seorang penulis, penerjemah, dan editor. Beragam karyanya sudah diterbitkan dan sebagian di antaranya menyabet penghargaan internasional. Sebagai editor Eva sudah membidani kelahiran lebih dari dua ratus buku anak serta sejumlah buku remaja dan dewasa. Ko-pendiri Litara yang menggembari kucing dan anggrek ini juga banyak memberikan pelatihan penulisan dan penerjemahan.

Editor Naskah

Ivan Riadinata, biasa dipanggil ivan. Anak kelahiran magelang. Sejak tahun 2014 sampai saat ini, bekerja di pemerintahan yang menangani urusan perbukuan. Pernah terlibat juga dalam penyusunan Buku Teks Kurikulum 2013 dan Kurikulum Merdeka.



Editor Naskah



M. Rizal Abdi, cukup dipanggil abdi. Sejak 2004 berkarya sebagai saudagar visual di beberapa penerbit buku indie dan majalah. Di samping menjadi cantrik di Center for Religious and Cross-cultural Studies UGM, ia juga aktif mengelola lokakarya visual untuk UMKM lokal. Kamu dapat menyapanya melalui kotakpesandarimu@gmail.com.

Desainer

Ingrid Pangestu, ibu rumah tangga yang senang di dunia kreatif. Mulai berkarya sejak tahun 2011 dan menjadi desainer lepas sampai sekarang. Alhamdulillah, ia juga terlibat membantu di bidang bisnis makanan yang berlokasi di daerah Depok, yaitu Bakmi Asmara dengan instagramnya @bakmiasmara. Dan juga membantu di 110 Percent Motorsport Studio. Ingrid dapat dihubungi melalui instagram @ingridpangestu.



KIKA DAN DOMINIKA

Kala Remaja Ingin Berbisnis

Kika bertekad untuk bisa ikut jalan-jalan perpisahan kelas XII nanti. Ia tidak mau seperti Kakaknya yang tidak jadi ikut acara tersebut karena kendala biaya. Namun, dari mana ia bisa mengumpulkan uang untuk acara penting kelas XII itu ?nanti

Setelah mencorat-coret opsi yang mungkin, Kika pun membulatkan tekad untuk mulai berbisnis. Ia menganalisis diri dan lingkungannya untuk mengetahui bisnis yang paling cocok untuk dirinya. Persiapan menjalani bisnis rupanya cukup banyak dan menantang. Meskipun begitu, Kika menikmati proses belajarnya. Di buku ini, Kika membagi pengalamannya sebagai pebisnis pemula. Apakah kalian tertarik berbisnis juga? Yuk, selami bisnis ala remaja melalui !kisah Kika di buku ini

ISBN 978-623-118-028-5 (PDF)



9 786231 180285