

Strategi Mendapatkan Pembeli Pertama **Kurang Dari 7 Hari**

Adi Rangga Rusmana



Penulis:

Adi Rangga Rusmana

Editor:

Esterina Mayretha Jessica

Layouter:

Esterina Mayretha Jessica

Desain Cover:

Putri Ari Kristanti

Hak cipta dilindungi undang-undang.

Dilarang mengcopy dan memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini dalam bentuk apapun tanpa seijin tertulis dari penerbit.

All rights reserved.

Buku “Mendapatkan Pembeli Pertama Kurang dari 7 Hari” ini dirancang sebagai panduan praktis bagi Anda yang ingin memulai bisnis dengan langkah-langkah sederhana namun efektif. Semua strategi yang disajikan telah terbukti berhasil dan dapat langsung diterapkan untuk membantu Anda mendapatkan pembeli pertama dengan cepat. Buku ini adalah langkah awal yang penting sebelum Anda masuk ke strategi digital marketing lanjutan seperti membangun media sosial, memposting konten secara konsisten, atau menjalankan iklan berbayar.

Langkah-langkah dalam buku ini telah dirancang berdasarkan pengalaman nyata, namun perlu diingat bahwa hasil yang dicapai setiap orang bisa berbeda-beda. Hal ini sangat bergantung pada seberapa baik Anda mempraktikkan ilmu yang ada, konsistensi Anda, serta kemampuan Anda mengenali target pasar. Tidak ada jaminan pasti berhasil dan hasil instan, tetapi jika diterapkan dengan sungguh-sungguh, Anda memiliki peluang besar untuk mendapatkan pembeli pertama kurang dari 7 hari.

Buku ini juga mencakup berbagai strategi yang memudahkan Anda menjual tanpa rasa malu. Dengan strategi yang benar, Anda tidak hanya mendapatkan pembeli pertama dengan cepat, tetapi juga membangun fondasi bisnis yang kuat untuk pertumbuhan di masa depan.

Perlu diketahui bahwa buku ini dilindungi oleh Undang-Undang Hak Cipta Internasional dan Nasional. Anda tidak memiliki hak untuk menjual kembali, memperbanyak, atau menyebarkan isi buku ini tanpa izin tertulis dari penulis. Segala penyalahgunaan akan ditindak sesuai hukum yang berlaku.

Kami berharap langkah-langkah yang Anda pelajari di buku ini dapat membantu Anda memulai bisnis dengan percaya diri.

***Selamat mempelajari dan mempraktikkan strategi yang ada, dan semoga Anda segera
mendapatkan pembeli pertama Anda!***

DAFTAR ISI

STRATEGI MENDAPATKAN PEMBELI PERTAMA KURANG DARI 7 HARI	Error! Bookmark not defined.
Pendahuluan	6
Apa yang Akan Kamu Dapatkan dari Buku Ini	8
MINDSET JUALAN	10
Mengapa Pembeli Pertama Adalah Langkah Awal yang Krusial?	11
Kesalahan Umum Pebisnis Pemula	12
TARGET MARKET	13
Apa Itu Target Market?	14
Kenapa Harus Memahami Target Market?	15
The 3 Markets	16
Kenapa The 3 Markets Mudah Dijual?	17
Mengenal Ring 1	18
Siapa Itu Ring 1?	18
Cara Memetakan Masalah Mereka untuk Menemukan Kebutuhan yang Bisa Kamu Tawarkan Solusinya ..	19
Kenapa Harus Mencari Masalah Dulu?	21
MENENTUKAN PRODUK YANG CEPAT LAKU	22
Ciri-ciri Produk yang Mudah Dijual	23
Produk Fisik VS Produk Digital	25
Produk Fisik: Barang yang Bisa Dipegang	25
Produk Digital: Barang yang Nggak Bisa Dipegang, Tapi Tetap Berharga	25
Riset Produk Sederhana yang Laris Dibutuhkan Market Anda	26
Langkah 1: Cari Tahu Masalah di Sekitar Anda	26
Langkah 2: Intip Tren di Media Sosial	26
Langkah 3: Eksplor Marketplace untuk Produk Fisik	27
Langkah 4: Eksplor Marketplace untuk Produk Digital	27
Langkah 5: Tanyakan Langsung ke Calon Pembeli	28
Langkah 6: Gunakan Google Trends	28
Langkah 7: Mulai dari Produk yang Anda Kuasai	29
STRATEGI MENJUAL KE RING-1	30
Banyak Orang Malu Menjual ke Ring 1	31
Takut Ditolak	31
Takut Dibilang "Jualan Banget"	31
Merasa Kurang Profesional	32
Cara Menjual ke Ring 1 Tanpa Malu dengan Teknik Storytelling Epiphany	33

Studi Kasus 1: Kalau Kamu Sudah Mendapatkan Hasil	34
Set The Stage: Mulai dengan Pertanyaan	34
Backstory: Ceritakan Masalahmu yang Mirip	34
The Wall: Tantangan Terbesar yang Kamu Hadapi	35
Epiphany: Momen Pencerahan Kamu	35
The One Thing: Jelaskan Kunci Solusi	36
Testimoni Diri Sendiri	37
Call to Action: Santai tapi Urgen	37
Studi Kasus 2: Kalau Kamu Belum Mendapatkan Hasil	38
Set The Stage: Mulai dengan Pertanyaan	38
Backstory: Ceritakan Masalah Temanmu	38
The Wall: Tantangan yang Dihadapi Temanmu	39
Epiphany: Solusi yang Ditemukan Temanmu	39
The One Thing: Solusi untuk Bayu	39
Testimoni Temanmu	40
Call to Action: Santai tapi Urgen	40
MENUTUP PENJUALAN DENGAN PERCAYA DIRI	41
Call to Action	42
Kenapa CTA Itu Penting?	42
Jenis-Jenis CTA	42
Tips Bikin CTA yang Nendang	44
Studi Kasus CTA yang Sukses	45
Produk: Madu murni lokal	45
Produk: Kelas online bikin kue untuk pemula	45
Dimana CTA Bisa Dipasang?	46
Cara Mengatasi Penolakan dari Calon Pembeli	47
KESIMPULAN	50
Rangkuman Singkat Langkah-Langkah Penting	51
Memahami Target Market: Ngerti Siapa yang Bakal Beli	51
Mengetahui Ring 1	51
Pilih Produk yang Mudah Dijual: Jangan Bikin Ribet!	51
Strategi Menjual ke Ring 1: Santai Tapi Efektif	52
Closing dengan Percaya Diri: Jangan Takut Ajak Mereka Beli!	52
Strategi Scale Up Lanjutan	53
Optimalkan Media Sosial untuk Memperluas Awareness	53
Gunakan Iklan Berbayar: Investasi yang Menguntungkan	53
Bangun Komunitas Loyal	54
Diversifikasi Produk atau Layanan	54

Bangun Personal Branding yang Lebih Kuat	55
Gunakan Strategi Referral: Jualan Bareng Pelangganmu	55
Kolaborasi dengan Bisnis Lain	55
Jangan Lupakan Loyalitas Pelangganmu	56
Scale-Up itu Maraton, Bukan Sprint	56

Pendahuluan

Waktu pertama kali saya memutuskan untuk mulai bisnis online, saya penuh semangat. Rasanya, ini adalah langkah besar dalam hidup saya. Saya langsung bikin akun media sosial, ngatur feed Instagram biar terlihat rapi, dan upload produk di marketplace seperti Shopee dan Tokopedia. Setiap hari, saya sibuk bikin foto produk, cari caption yang catchy, dan memastikan semua terlihat profesional.

Di dalam hati, saya yakin: “Kalau kelihatan niat kayak gini, pasti pembeli bakal datang sendiri.”

Tapi kenyataannya? Setelah berminggu-minggu—bahkan berbulan-bulan—hasilnya nihil. Tidak ada pembeli. Sama sekali.

Foto produk saya di marketplace cuma dilihat beberapa orang, sementara di Instagram, yang nge-like cuma teman dekat. Saya mulai merasa lelah. Waktu saya habis untuk hal-hal teknis: foto, edit, dan posting. Tapi hasilnya? Kosong.

Saya jadi bertanya-tanya, “Apa benar bisnis ini bakal jalan? Kenapa dapetin pembeli pertama itu susah banget?”

Awalnya, saya pikir strategi saya sudah benar. Fokus di sosial media, bikin feed rapi, dan upload di marketplace. Saya bahkan sengaja menghindari menawarkan produk ke teman atau keluarga.

Takut dibilang, “Wah, lagi butuh banget, ya?” atau malah lebih parah, takut ditolak.

Jadi, saya pilih jalan yang menurut saya aman: fokus ke platform digital sambil berharap ada orang asing yang tiba-tiba menemukan produk saya dan langsung beli.

Tapi itu salah besar.

Semakin saya fokus ke sosial media dan marketplace, semakin saya merasa stuck. Kenapa?

Karena waktu saya habis buat hal-hal yang sebenarnya belum menghasilkan apa-apa. Saya terlalu sibuk mikirin caption, optimasi marketplace, dan nyari filter foto produk yang paling pas.

Padahal, saya cuma lupa satu hal penting: bisnis butuh pembeli, bukan cuma “like” atau tampilan feed yang estetik.

Semua berubah waktu saya ngobrol dengan seorang mentor yang sudah lebih dulu sukses. Dia nanya, “Kenapa kamu ngotot banget fokus ke sosial media dan marketplace, sementara teman, keluarga, atau kenalan dekat kamu bisa jadi pembeli pertama yang jauh lebih cepat?”

Jujur, waktu itu saya nggak kepikiran. Rasanya, saya malu untuk menawarkan produk ke mereka. Takut terlihat terlalu ‘jualan’.

Tapi mentor saya bilang, “Kalau caranya benar, kamu bisa jualan ke orang-orang terdekat tanpa rasa malu dan tetap terlihat profesional.”

Saat itu, saya seperti tersadar. Saya menghindari teman dan keluarga terdekat—karena takut mereka menolak. Padahal, mereka adalah orang-orang yang sebenarnya paling peduli dan percaya pada saya.

Mereka bisa jadi pembeli pertama yang bukan cuma membantu, tapi juga memberikan validasi bahwa produk saya layak untuk dijual.

Dengan bantuan mentor, saya mulai menerapkan strategi sederhana. Saya menawarkan produk saya ke orang-orang terdekat dengan cara yang natural, tanpa terkesan memaksa. Dan tahu apa yang terjadi? Saya mendapatkan pembeli pertama hanya dalam beberapa hari.

Yang lebih mengejutkan, mereka nggak cuma beli, tapi juga membantu mempromosikan produk saya ke teman-teman mereka. Gratis! Dari sana, saya nggak cuma dapat pembeli, tapi juga kepercayaan diri untuk melanjutkan bisnis ini.

Dapat pembeli pertama itu penting banget. Itu adalah fondasi untuk membangun bisnis yang lebih besar. Setelah kamu berhasil, kamu bisa melangkah ke tahap berikutnya seperti digital marketing, memperluas pasar, atau bahkan scale-up ke level yang lebih besar.

Jadi, siap untuk memulai perjalananmu?

Apa yang Akan Kamu Dapatkan dari Buku Ini

Buku ini dirancang buat kamu yang pengen mendapatkan pembeli pertama dalam waktu kurang dari 7 hari. Nggak ada teori bertele-tele, yang ada cuma langkah-langkah praktis dan mudah dipahami yang bisa langsung kamu terapkan. Yuk, simak apa aja yang bakal kamu pelajari!

1. Mindset yang Benar tentang Jualan

Sebelum kita bahas strategi, hal pertama yang perlu kamu miliki adalah mindset yang tepat. Di Bab 1, kita akan mengubah cara pandang kamu tentang jualan. Jualan itu bukan soal “maksa” atau “menjual sesuatu yang nggak dibutuhin orang”, tapi tentang memberikan solusi yang dibutuhkan orang. Dengan mindset yang benar, kamu akan lebih percaya diri dan nggak takut lagi buat mulai jualan.

2. Cara Memahami Target Market dengan Lebih Baik

Di Bab 2, kamu bakal belajar gimana cara memahami siapa sebenarnya yang butuh produkmu. Mengetahui target market itu krusial, karena kalau kamu nggak tahu siapa yang kamu tuju, kamu akan kesulitan dalam menjual. Dari sini, kamu bisa tahu di mana audiens kamu berkumpul, apa yang mereka suka, dan bagaimana cara mereka berinteraksi dengan produk atau jasa yang kamu tawarkan.

3. Kenalan Lebih Dekat dengan Ring 1 dan Ring 2

Di Bab 3, kita akan membahas tentang Ring 1. Apa sih itu? Ring 1 adalah orang-orang yang sudah kenal dan percaya sama kamu—biasanya teman dekat atau keluarga. Bab ini sangat penting untuk dipahami, karena dapat dimanfaatkan untuk mendapatkan pembeli pertama yang lebih cepat.

4. Memilih Produk yang Mudah Dijual

Bab 4 akan membantu kamu memilih produk yang nggak cuma kamu suka, tapi juga punya potensi pasar yang besar dan mudah dijual. Memilih produk yang tepat adalah langkah pertama agar penjualan bisa lancar. Di bab ini, kamu bakal tahu bagaimana cara memilih produk yang benar-benar diminati dan punya permintaan di pasar.

5. Cara Menjual ke Ring 1 Tanpa Rasa Malu

Bab 5 mengajarkan strategi menjual ke orang-orang terdekat (Ring 1) dengan cara yang natural dan tanpa rasa malu. Banyak pebisnis pemula merasa canggung jualan ke teman atau keluarga, padahal mereka adalah pasar yang sangat potensial. Di bab ini, kamu akan belajar bagaimana cara menawarkan produk ke mereka tanpa takut dicap jualan banget!

6. Menutup Penjualan dengan Percaya Diri

Setelah menjual, saatnya menutup penjualan dengan percaya diri. Bab 7 akan mengajarkan kamu bagaimana caranya menutup transaksi dengan cara yang profesional namun tetap santai. Kamu akan belajar bagaimana merespons keberatan, memberikan alasan yang kuat, dan akhirnya membuat calon pembeli merasa yakin dan segera mengambil tindakan.

Di buku ini, kamu nggak hanya belajar teori, tapi juga langsung dapat langkah-langkah yang bisa kamu terapkan. Dengan memulai dari dasar *mindset* yang benar, memahami pasar, dan mengenal orang-orang yang bisa jadi pembeli potensial, kamu akan siap untuk mendapatkan pembeli pertama dalam waktu yang singkat.

MINDSET JUALAN

Mengapa Pembeli Pertama Adalah Langkah Awal yang Krusial?

Pembeli pertama itu ibarat gol pertama di pertandingan sepak bola. Tanpa gol pembuka, tim nggak bakal punya momentum buat terus maju. Begitu kamu dapat pembeli pertama, baru deh semuanya mulai terasa nyata.

1. Sebagai Validasi Produk atau Jasa

Gini, produk yang kamu buat sepertinya keren banget, kan? Tapi, sejauh mana kamu yakin kalau produkmu benar-benar bagus? Nah, pembeli pertama ini yang jadi buktinya. Mereka adalah orang pertama yang ngomong, “Eh, produk kamu *worth it* buat aku beli!” Tanpa mereka, produkmu cuma ide yang belum teruji. Pembeli pertama itu validasi yang bikin produkmu jadi nyata.

2. Membangun Kepercayaan Diri untuk Melanjutkan Bisnis

Dapat pembeli pertama itu rasanya kayak dapat notifikasi, “Produk kamu sudah dibeli!”

It’s a win! Selain uang yang masuk, kamu juga dapat energi positif yang bikin lebih semangat.

Pembeli pertama itu bikin kamu sadar, “Oke, aku bisa jalanin bisnis ini.”

Dari sana, kepercayaan diri kamu bakal meningkat dan siap buat menjalankan langkah selanjutnya.

3. Memberikan *Insight* untuk Memahami Strategi Pemasaran yang Efektif

Pembeli pertama nggak cuma beli produkmu, mereka juga kasih *feedback* yang berharga. Kenapa mereka beli? Apa yang mereka suka? Mungkin mereka tertarik karena kamu nge-*chat* mereka langsung atau karena promo spesial yang kamu tawarkan. Dari sini, kamu bisa tahu apa yang berhasil dan apa yang perlu ditingkatkan. *Insight* ini bakal bikin kamu lebih paham strategi pemasaran yang lebih efektif ke depannya.

Kesalahan Umum Pebisnis Pemula

Sebagai pebisnis baru, kadang kita terlalu semangat tapi malah salah fokus. Berikut tiga kesalahan yang sering banget terjadi. Kalau kamu menghindarinya, perjalanan bisnismu pasti lebih lancar!

1. Terlalu Fokus ke *Branding* atau *Followers*

Banyak pebisnis baru sibuk bikin logo keren, desain feed Instagram yang estetik, atau ngejar *followers*. Padahal, semua itu nggak akan langsung bikin produkmu laku. *Branding* itu penting, tapi nggak di awal. Yang paling penting sekarang adalah jualan dulu—dapatkan pembeli pertama.

2. Langsung Beriklan Tanpa Tahu Target *Market*

Iklan itu mahal! Kalau kamu nggak tahu siapa yang jadi target *market*-mu, uangmu bisa terbuang sia-sia. Misalnya, kamu jual produk untuk remaja, tapi iklanmu malah muncul di *feed* orang tua yang nggak butuh produkmu.

Sebelum beriklan, paham dulu siapa calon pembelimu: usia, kebutuhan, dan kebiasaan belanja mereka. Kalau belum tahu, lebih baik jualan ke orang-orang terdekat dulu. Itu lebih hemat dan efektif.

3. Malu Jualan ke Teman atau Keluarga

Banyak yang takut promosi ke orang terdekat karena khawatir dibilang “jualan banget” atau malu kalau ditolak. Padahal, mereka adalah pasar pertama yang paling mudah dijangkau.

Kuncinya, jangan paksa mereka beli. Tapi mulailah obrolan dengan cerita yang mengalir yang membuat mereka gak sadar kalau pada akhirnya kamu menawarkan sebuah produk. Kalau mereka nggak beli, nggak apa-apa. Siapa tahu mereka malah bantu promosi ke orang lain.

Ketiga kesalahan ini sering bikin bisnis mentok di awal. Jadi, fokuslah ke hal yang benar-benar penting : cari pembeli pertama. Mulai dari orang terdekat, paham target market, dan jualan dengan cara yang simpel.

TARGET MARKET

Apa Itu Target Market?

Dulu, waktu pertama kali jualan, saya pikir semua orang bisa jadi pembeli saya. Mau ibu rumah tangga, mahasiswa, karyawan, sampai tukang bakso di depan rumah, saya anggap semuanya adalah target saya. Jadi, saya promosi ke siapa saja tanpa arah yang jelas. Hasilnya? Nggak ada yang beli. Ternyata, promosi ke semua orang sama seperti melempar panah ke udara—tidak ada target yang pasti, jadi ya nggak kena siapa-siapa.

Saat itu saya belajar pelajaran penting: Nggak semua orang cocok dengan produk Kamu. Inilah kenapa memahami target *market* itu penting. Target *market* adalah sekelompok orang yang benar-benar membutuhkan produkmu dan kemungkinan besar akan membelinya. Mereka punya masalah spesifik yang produkmu bisa selesaikan.

Misalnya, Anda jual *skincare* untuk kulit berminyak. Target *market* Anda bukan semua orang yang punya kulit, tapi lebih spesifik lagi: orang dengan masalah kulit berminyak, mungkin remaja atau dewasa muda. Dengan tahu siapa target *market*-mu, promosi kamu jadi lebih tepat sasaran. Kamu bisa membuat pesan yang benar-benar ‘ngena’ di hati mereka, dan hasilnya? Jauh lebih efektif.

Jadi, sebelum kamu sibuk promosi ke mana-mana, luangkan waktu untuk memahami siapa target *market*-mu. Ini seperti punya peta jalan yang bikin perjalanan bisnis jadi lebih lancar dan nggak buang-buang waktu.

Kenapa Harus Memahami Target Market?

Kamu jualan, tapi nggak tahu siapa yang sebenarnya butuh produk kamu. Rasanya kayak lempar panah ke udara—nggak jelas mau kena ke mana. Hasilnya? Nggak ada yang beli, dan kamu jadi frustrasi. Nah, itulah kenapa memahami target *market* itu penting banget.

Target market adalah sekelompok orang yang benar-benar membutuhkan produk kamu. Mereka punya masalah spesifik yang produk kamu bisa selesaikan. Kenapa ini penting? Karena kalau kamu tahu siapa *target market* kamu, promosi jadi lebih mudah. Kamu nggak perlu capek-capek promosi ke orang yang nggak tertarik atau nggak butuh. Misalnya, kalau kamu tahu *target market* kamu adalah mahasiswa, kamu bisa bikin konten santai dengan gaya yang *relatable* buat mereka. Kalau *target market*-nya ibu rumah tangga, kamu fokus ke solusi praktis yang bisa membantu mereka di rumah.

Selain itu, dengan memahami *target market*, kamu bisa lebih hemat waktu dan tenaga. Nggak perlu buang-buang energi bikin promosi yang asal-asalan. Semua jadi lebih terarah, dan peluang kamu untuk dapat pembeli pertama jadi lebih besar.

Jadi, sebelum promosi ke mana-mana, luangkan waktu untuk memahami *target market* kamu. Ini adalah langkah penting yang bikin bisnis kamu nggak cuma jalan, tapi juga lebih efektif dan tepat sasaran.

The 3 Markets

Kalau kamu bingung menentukan produk yang gampang dijual, coba pikirkan ini: semua orang di dunia punya kebutuhan atau masalah yang biasanya jatuh ke tiga kategori besar. Ini yang disebut The 3 Markets oleh Russell Brunson: *Health, Wealth, dan Relationships*. Tiga *market* ini adalah kebutuhan dasar manusia yang hampir nggak pernah berubah. Makanya, produk yang masuk ke salah satu kategori ini selalu relevan, gampang diterima, dan laku di pasaran.

Sekarang, mari kita lihat kenapa *market* ini begitu penting dan bagaimana masalahnya jelas terasa di Indonesia.

1. *Health* (Kesehatan)

Semua orang butuh sehat. Tanpa kesehatan, hidup jadi lebih sulit. Ketika pandemi Covid-19 datang, masalah kesehatan jadi makin terasa. Orang mulai panik beli vitamin, madu herbal, masker, dan alat olahraga buat menjaga imun tubuh. Bahkan setelah pandemi mereda, kesadaran soal hidup sehat masih tinggi. Orang Indonesia jadi lebih perhatian dengan makanan sehat, *skincare*, dan produk-produk yang bikin badan tetap bugar.

Kalau kamu punya produk yang berhubungan dengan kesehatan—entah itu alat olahraga, suplemen, atau bahkan e-book tentang hidup sehat—kamu sudah masuk ke salah satu kebutuhan dasar yang selalu dicari banyak orang.

2. *Wealth* (Keuangan)

Uang itu jadi masalah semua orang, apalagi di Indonesia. Selama pandemi, banyak orang kehilangan pekerjaan, dan kebutuhan dasar seperti bayar listrik, makan, atau beli pulsa jadi tantangan besar. Bahkan di luar pandemi, kemiskinan tetap jadi masalah yang nyata. Itulah kenapa kursus bisnis *online*, panduan investasi, atau *tools* produktivitas laris banget—karena mereka menawarkan solusi untuk menambah penghasilan atau menghemat uang.

Kalau kamu punya produk yang membantu orang menghasilkan uang lebih banyak atau mengelola keuangan lebih baik, Anda langsung masuk ke *market* ini. Contoh: kursus jualan *online*, panduan *dropship*, kelas investasi saham, atau aplikasi yang membantu *budgeting*.

3. *Relationships* (Hubungan)

Hubungan adalah bagian penting dari hidup. Tapi, nggak jarang justru di sinilah banyak masalah muncul. Selama pandemi, pertengkaran suami-istri meningkat karena stres finansial. Konflik anak dengan orang tua makin sering karena harus belajar daring di rumah. Drama hubungan ini nyata, dan produk yang membantu memperbaiki hubungan—seperti buku *parenting*, kursus komunikasi, atau konseling pernikahan—selalu punya tempat di hati konsumen.

Kalau produk Anda bisa membantu orang memperbaiki hubungan mereka, entah itu dengan pasangan, anak, atau teman, maka Anda sudah menyentuh salah satu kebutuhan mendasar manusia.

Kenapa The 3 Markets Mudah Dijual?

Masalah di tiga *market* ini dialami hampir semua orang. Mau sehat, perlu solusi di *market Health*. Mau stabil secara finansial, butuh solusi di *market Wealth*. Mau hubungan harmonis, cari jawaban di *market Relationships*. Itulah kenapa produk di *market* ini lebih mudah diterima.

Kalau Anda bisa menghubungkan produk Anda ke salah satu dari tiga *market* ini, Anda sudah berada di jalur yang tepat.

Mengenal Ring 1

Siapa Itu Ring 1?

Oke, sebelum kita bahas strategi yang lebih rumit, mari kita bahas dulu tentang siapa sih sebenarnya Ring 1 itu. Ring 1 adalah orang-orang terdekat kamu, yang sudah kenal baik sama kamu, seperti keluarga, sahabat, dan teman dekat. Mereka adalah orang-orang yang sudah punya sedikit atau banyak kepercayaan terhadap kamu.

Nah, kenapa sih mereka bisa jadi calon pembeli terbaik untuk langkah awal bisnismu?

1. Mereka Sudah Percaya Sama Kamu

Kalau kamu jualan ke orang yang nggak kenal kamu, mereka mungkin butuh waktu lama untuk percaya dan membeli. Tapi kalau kamu jualan ke keluarga atau teman dekat, mereka udah tahu siapa kamu. Mereka mungkin udah tahu cara kerja kamu, sifat kamu, dan bahkan mungkin udah pernah bantu kamu di masa-masa susah. Nah, karena ada trust (kepercayaan) ini, mereka lebih gampang buat memutuskan untuk beli produk yang kamu tawarkan.

2. Nggak Perlu Banyak Promosi Ribet

Ke Ring 1 itu seperti ngomong ke orang yang udah kenal kamu. Kamu nggak perlu ngomong bertele-tele, nggak perlu bikin kampanye iklan yang mengesankan. Cukup sampaikan dengan jujur dan sederhana, "Eh, aku baru mulai jualan produk ini. Kamu coba nggak?" Teman dan keluarga biasanya lebih menerima dan nggak merasa tertekan dengan penawaran seperti itu. Bahkan mereka mungkin akan merasa senang karena bisa mendukung usaha kamu.

3. Mereka Punya Potensi Untuk Menjadi "Sales" Pertama Kamu

Selain membeli, keluarga dan teman dekat juga sering jadi orang pertama yang bantu promosi produk kamu. Kalau mereka suka dan merasa terbantu dengan produk yang kamu jual, mereka nggak segan-segan buat nyebarin ke teman-teman mereka yang lain. Bayangin deh, satu pembelian dari teman dekat bisa jadi pintu gerbang ke pembeli lain yang lebih luas.

4. Mereka Bukan Cuma Pembeli, Tapi *Support System*

Jualan itu nggak selalu soal transaksi uang. Kadang, yang lebih penting adalah dukungan moral. Saat kamu dapat pembeli pertama dari Ring 1, rasanya seperti ada

yang menyemangati kamu untuk terus maju. Mereka percaya kamu bisa sukses, dan dukungan mereka itu sangat penting buat memotivasi kamu untuk lanjut berusaha, bahkan saat hasilnya belum terlihat.

5. Memberi Kesempatan untuk Mencoba dan Belajar

Ring 1 adalah tempat yang sempurna untuk coba-coba strategi jualan pertama kali. Kalau ada yang kurang atau ada feedback, mereka akan dengan baik hati memberikan saran. Ini adalah kesempatan untuk kamu belajar dan meningkatkan diri tanpa merasa terlalu tertekan, karena kamu tahu mereka ada di sana untuk mendukung.

Jadi, kenapa kamu harus fokus ke Ring 1? Karena mereka adalah orang-orang yang sudah kenal dan percaya sama kamu, yang lebih terbuka untuk membeli produkmu dan memberikan dukungan. Mengabaikan mereka sebagai pasar pertama adalah kesempatan yang sayang banget untuk dilewatkan.

Cara Memetakan Masalah Mereka untuk Menemukan Kebutuhan yang Bisa Kamu Tawarkan Solusinya

Pernah nggak sih kamu ngerasa bingung, “Orang-orang di sekitar aku butuhnya apa ya? Produk atau solusi apa yang cocok buat mereka?” Tenang, kamu nggak sendirian. Untuk menjual dengan tepat, kamu perlu tahu masalah utama mereka dulu. Setelah itu, tinggal tawarkan solusi yang sesuai. Yuk, kita bahas langkah-langkahnya dengan santai dan fun!

1. Kenali Siapa Audiens Ring 1 Kamu

Sebelum memetakan masalah, pastikan dulu siapa yang masuk dalam Ring 1 kamu: Keluarga dekat, sahabat, teman yang sering berinteraksi.

2. Mulai dari Pertanyaan Sempel

Buat Ring 1, kamu bisa tanya langsung atau ngobrol santai. Contoh:

“Akhir-akhir ini kamu lagi sibuk apa?”

“Lagi ada masalah apa sih yang bikin kamu pusing?”

“Aku perhatiin kamu sering cerita soal [masalah]. Ada yang bisa aku bantu?”

3. Amati Kebiasaan dan Pola Hidup Mereka

Biasanya, masalah itu muncul dari kebiasaan atau pola hidup. Coba amati:

- Masalah keuangan: Apakah mereka sering curhat soal gaji nggak cukup, cicilan numpuk, atau pengeluaran selalu lebih besar dari pemasukan?
- Masalah kesehatan: Apakah ada yang sering sakit-sakitan, gampang capek, atau lagi struggle menjaga pola makan?
- Masalah hubungan: Apakah mereka suka curhat soal drama dengan pasangan, keluarga, atau teman kerja?

Contoh:

“Tante sering cerita suka capek tiap sore. Mungkin Tante butuh vitamin atau suplemen.”

4. Buat Daftar Masalah Utama

Setelah ngobrol atau observasi, coba catat masalah utama mereka. Bikin daftar yang jelas supaya kamu bisa fokus menawarkan solusi yang relevan. Contohnya:

Nama	Masalah	Solusi yang Bisa Ditawarkan
Tante Ani	Sering capek dan lemas	Produk suplemen atau vitamin kesehatan
Rina	Gaji selalu habis	Peluang bisnis tambahan penghasilan
Bayu	Sering ngeluh soal utang	Program perencanaan keuangan atau bisnis tambahan

5. Hubungkan Masalah dengan Solusi

Setelah tahu masalah mereka, tinggal cari produk atau layanan yang bisa jadi solusi. Misalnya:

- Masalah keuangan: Peluang bisnis dengan penghasilan tambahan.
- Masalah kesehatan: Suplemen, produk herbal, atau program kebugaran.
- Masalah hubungan: Buku atau kursus pengembangan diri, konseling online.

6. Validasi dengan Tindakan

Setelah ngobrol, perhatikan respons mereka. Kalau mereka tertarik, lanjutkan dengan menjelaskan produk atau solusi yang kamu tawarkan. Kalau mereka belum tertarik, nggak masalah. Gunakan *feedback* mereka untuk menyesuaikan strategi.

Kenapa Harus Mencari Masalah Dulu?

Karena nggak ada yang suka ditawari sesuatu yang nggak relevan! Dengan memetakan masalah mereka, kamu:

- Tahu kebutuhan spesifik mereka.
- Bisa menawarkan solusi yang langsung “klik.”
- Membangun hubungan yang lebih kuat, karena mereka merasa kamu peduli.

Memetakan masalah itu seperti menggali harta karun. Semakin kamu mengenal masalah mereka, semakin gampang kamu menawarkan solusi yang pas. Jadi, jangan buru-buru jualan. Mulai dengan ngobrol, dengarkan mereka, dan temukan cara untuk membantu. Siap mencoba?

MENENTUKAN PRODUK YANG CEPAT LAKU

Ciri-ciri Produk yang Mudah Dijual

Pernah nggak, Anda mikir, “Produk apa ya yang gampang laku?” Sebenarnya, rahasia produk yang mudah dijual itu nggak serumit yang Anda bayangkan. Ada beberapa ciri utama yang bisa bikin produk Anda lebih cepat diterima pasar. Yuk, kita bahas satu-satu!

1. Menyelesaikan Masalah Besar

Produk yang paling laku adalah produk yang bikin hidup orang lebih mudah atau lebih baik. Misalnya, *skincare* buat jerawat jelas lebih menarik buat orang yang stres sama wajahnya. Atau, kalau Anda jual kursus cara menghasilkan uang dari rumah, itu jelas menyelesaikan masalah banyak orang yang butuh tambahan penghasilan. Jadi, selalu tanya: “Masalah apa yang produk saya selesaikan?”

2. Mudah Dipahami

Nggak semua orang punya waktu buat baca penjelasan panjang. Produk yang mudah dijual itu gampang dijelaskan. Misalnya, “Ini madu herbal yang bantu tingkatkan imun tubuh” lebih simpel dan mudah dipahami dibanding penjelasan soal kandungan ilmiah yang bikin pusing.

3. Ada Buktinya

Orang lebih gampang percaya kalau ada bukti. Bisa berupa testimoni pelanggan, foto *before-after*, atau sekadar cerita pengalaman Anda sendiri. Misalnya, Anda jual produk diet. Kalau ada testimoni nyata dari pelanggan yang berhasil turun berat badan, itu bakal bikin produk Anda lebih gampang diterima. Selain itu harus ada bukti juga kalau produk yang kamu jual sukses laris manis dijual oleh kompetitor, karena dengan begitu kamu sudah menemukan produk yang memang permintaan pasarnya tinggi.

4. Harga Masuk Akal

Produk yang mahal boleh aja, asal nilainya jelas buat pembeli. Tapi kalau Anda masih baru dan belum punya banyak pembuktian, pastikan harganya terjangkau buat *target market* Anda. Misalnya, harga Rp100 ribu untuk produk *skincare* pemula jauh lebih menarik daripada Rp500 ribu tanpa nama besar.

5. Tersedia dan Mudah Didapat

Orang Indonesia nggak suka ribet. Produk yang mudah dijual itu harus gampang diakses. Pastikan proses pembelian, pengiriman, atau penggunaannya nggak bikin pusing calon pembeli.

Kalau produk Anda punya ciri-ciri ini, peluang untuk cepat laku jadi lebih besar. Yuk, cek produk Anda, sudah memenuhi kriteria ini belum? Kalau iya, tinggal gas promosi!

Produk Fisik VS Produk Digital

Produk Fisik: Barang yang Bisa Dipegang

Produk Fisik adalah produk yang nyata, bisa dipegang, dan dipakai. Contohnya seperti *skincare*, pakaian, alat olahraga, atau bahkan kopi kekinian. Produk fisik memiliki beberapa kelebihan seperti:

- Berwujud: Orang bisa lihat, pegang, dan pakai langsung. Cocok untuk orang yang suka “hasil nyata.”
- Rasa Eksklusif: Produk fisik sering bikin pembeli merasa dapat “barang spesial.”
- Pasar Luas: Dari remaja sampai orang tua, produk fisik biasanya lebih gampang dimengerti.

Sementara kekurangannya adalah:

- Butuh Stok: Harus siap-siap ruang penyimpanan atau modal buat produksi.
- Pengiriman: Ada risiko rusak atau terlambat sampai.
- Marginnya Kadang Tipis: Setelah hitung biaya produksi dan pengiriman, untungnya nggak selalu besar.

Produk Digital: Barang yang Nggak Bisa Dipegang, Tapi Tetap Berharga

Produk digital biasanya berbentuk file atau akses digital. Contohnya seperti e-book, kursus online, atau aplikasi. Produk digital memiliki beberapa kelebihan yang sangat unggul, seperti:

- Modal Minim: Nggak perlu stok atau tempat penyimpanan. Setelah bikin sekali, bisa dijual terus.
- Keuntungan Tinggi: Biaya produksi rendah, jadi margin biasanya lebih besar.
- Pengiriman Instan: Nggak perlu khawatir pengiriman karena semuanya via internet.

Sementara kekurangannya adalah:

- Nggak Berwujud: Ada orang yang sulit percaya atau merasa kurang puas kalau nggak bisa “memegang” produknya.

- Butuh Edukasi: Kadang, produk digital perlu penjelasan lebih detail biar calon pembeli paham manfaatnya.
- Pasar Terbatas: Belum semua orang familiar atau nyaman beli produk digital, terutama di kalangan tertentu.

Riset Produk Sederhana yang Laris Dibutuhkan Market Anda

Mau jualan tapi bingung mau jual apa? Tenang, riset produk itu nggak perlu ribet. Ada banyak cara simpel buat cari tahu apa yang market Anda butuhkan. Kalau Anda tahu apa yang dicari orang, peluang produk Anda laris akan jauh lebih besar. Yuk, kita bahas langkah-langkah riset produk fisik dan digital secara sederhana tapi efektif!

Langkah 1: Cari Tahu Masalah di Sekitar Anda

Produk yang laris adalah produk yang menyelesaikan masalah. Jadi, langkah pertama adalah cari tahu masalah apa yang sering dialami orang di sekitar Anda.

Dengar Obrolan Teman dan Keluarga: Apa yang sering mereka keluhkan? Misalnya, teman Anda sering bilang, “Aku capek banget, nggak sempet olahraga.” Solusinya? Jual alat olahraga simpel seperti *resistance band*.

Perhatikan Media Sosial: Cek *story* Instagram atau status WhatsApp teman. Kadang mereka *update* masalah yang sedang dihadapi, seperti stres kerja, diet gagal, atau kulit kusam. Itu adalah peluang besar!

Langkah 2: Intip Tren di Media Sosial

Media sosial adalah tambang emas untuk riset produk. Berikut cara simpel untuk menggali ide produk:

- a. Cari *Hashtag* Populer: Buka Instagram atau TikTok, ketik *hashtag* seperti #Tren2024, #JualanLaris, atau #ProdukViral. Perhatikan apa yang sering dibahas.

- b. Pantau Video Viral: Misalnya, di TikTok banyak yang bikin video tentang “*skincare glowing*,” berarti produk *skincare* sedang diminati.
- c. Lihat Komentar: Cek komentar orang di postingan viral. Kadang mereka nyebut masalah atau kebutuhan mereka yang spesifik. Ini bisa jadi ide produk Anda.

Langkah 3: Eksplor Marketplace untuk Produk Fisik

Marketplace seperti Shopee, Tokopedia, atau Lazada adalah tempat yang pas buat riset produk fisik. Caranya:

- a. Gunakan Fitur "Produk Terlaris": Ketik kategori produk yang Anda minati, misalnya “pakaian olahraga,” lalu filter untuk melihat produk terlaris.
- b. Cek Ulasan: Baca ulasan pembeli untuk tahu apa yang mereka suka atau nggak suka. Ini bisa bantu Anda memahami apa yang perlu ditingkatkan dari produk yang sudah ada.
- c. Lihat Data Penjualan: Kalau ada produk yang terjual ribuan dalam sebulan, itu pertanda produk tersebut punya *demand* tinggi.
- d. Perhatikan Tren Musiman: Misalnya, saat musim hujan, jas hujan lucu atau alas kaki *waterproof* biasanya laku keras.

Langkah 4: Eksplor Marketplace untuk Produk Digital

Untuk produk digital seperti e-book atau kursus online, coba cek platform seperti SkillAcademy atau RuangGuru. Berikut cara simpelnya:

- a. Cek Kategori Populer: Masuk ke kategori seperti “Pengembangan Diri,” “Skill Karir,” atau “Belajar Digital Marketing.” Lihat kursus yang punya banyak peserta atau ulasan positif.
- b. Baca Komentar dan Testimoni: Cari tahu apa yang bikin peserta puas. Apakah karena materi gampang dipahami, praktis, atau langsung aplikatif? Ini bisa jadi inspirasi produk Anda.
- c. Perhatikan Format Kursus: Apakah lebih banyak yang suka video pendek, e-book, atau modul interaktif? Sesuaikan format produk Anda dengan tren ini.

- d. Tiru dan Kembangkan: Misalnya, kalau banyak yang suka kursus “Cara Membuat Konten TikTok,” Anda bisa bikin kursus serupa tapi lebih fokus, misalnya khusus untuk bisnis makanan.

Langkah 5: Tanyakan Langsung ke Calon Pembeli

Kadang, cara terbaik adalah tanya langsung ke audiens kita.

- a. Buat Polling di Media Sosial: Tanyakan, “Kalau ada produk yang bisa bantu [masalah mereka], kamu tertarik nggak?”
- b. Obrolan Santai: Kalau Anda punya kenalan yang sesuai target market, coba ngobrol santai dan tanya kebutuhan mereka.

Yuk, kita coba terapkan. Misalnya:

Anda: “Kamu masih sering bingung bikin laporan kerja nggak?”

Teman: “Banget! Susah banget bikin yang rapi.”

Anda: “Aku lagi bikin template Excel yang gampang banget dipakai. Mau coba nggak?”

Ini bukan cuma riset, tapi juga soft-selling!

Langkah 6: Gunakan Google Trends

Google Trends adalah alat gratis yang keren banget buat riset tren.

- a. Cari *Keyword*: Ketik kata kunci produk Anda, misalnya “diet sehat” atau “kursus online.”
- b. Lihat Tren Pencarian: Kalau grafiknya naik, berarti produk itu lagi banyak dicari.
- c. Bandingkan Produk: Anda juga bisa membandingkan beberapa kata kunci untuk tahu mana yang lebih diminati.

Langkah 7: Mulai dari Produk yang Anda Kuasai

Kalau masih bingung, mulai dari apa yang Anda kenal atau suka. Misalnya, Anda jago bikin kue, coba jualan produk *baking kit* atau e-book resep. Kalau Anda pernah berhasil diet sehat, jual produk suplemen atau buat panduan diet *online*.

Riset produk itu sebenarnya nggak sulit, asalkan Anda tahu apa yang harus dicari. Gunakan lingkungan sekitar, media sosial, *marketplace*, atau platform digital untuk menemukan ide produk yang laris. Dengan cara ini, Anda nggak cuma jualan produk yang Anda suka, tapi juga produk yang benar-benar dibutuhkan *market* Anda. Jadi, yuk mulai riset dan pilih produk yang siap meledak di pasaran.

STRATEGI MENJUAL KE RING-1

Banyak Orang Malu Menjual ke Ring 1

Oke, kamu pasti tahu kalau menjual ke Ring 1—yaitu keluarga, sahabat, dan teman dekat—seharusnya bisa jadi langkah yang gampang. Tapi kenapa banyak orang malah merasa takut atau malu banget buat ngejual ke mereka? Padahal, mereka adalah orang yang sudah kenal kamu dan punya rasa percaya yang lebih besar, kan?

Nah, jawaban pertama yang sering muncul adalah takut ditolak atau malah dianggap "jualan banget". Yuk, kita bahas kenapa ini bisa terjadi dan gimana cara menghadapinya!

Takut Ditolak

Kalau ada satu hal yang bikin pebisnis pemula sering ngerasa ragu, itu pasti takut ditolak. "Gimana kalau mereka nggak suka produk gue?", "Gimana kalau mereka bilang, 'Ah, lu cuma cari uang doang'?"—ini yang sering muncul di pikiran. Padahal, keluarga atau sahabat kamu itu adalah orang yang biasanya paling peduli, lho. Kalau mereka nggak beli, itu bukan berarti produk kamu jelek, kok. Cuma mungkin belum waktunya, atau mereka memang belum butuh.

Tapi ketakutan akan penolakan ini sering kali jadi penghalang terbesar. Makanya, banyak orang lebih milih jualan ke orang yang nggak terlalu kenal—supaya nggak ada rasa malu atau takut ditolak. Ini bisa jadi *mindset* yang salah, karena Ring 1 justru adalah orang-orang yang paling gampang diajak ngobrol dan lebih mungkin memberi *feedback* yang jujur.

Takut Dibilang "Jualan Banget"

Pernah nggak merasa malu buat menawarkan produk ke teman dekat karena takut dibilang, "Aduh, lu kok jadi jualan banget sih?" Atau bahkan lebih parah, takut mereka ngerasa kamu cuma cari-cari keuntungan dari mereka? Ini adalah salah satu ketakutan yang sering bikin orang jadi ragu banget buat jualan ke Ring 1.

Padahal, yang namanya bisnis itu harus berani, lho! Jangan takut kalau orang dekat kamu tau kalau kamu jualan. Mereka udah tahu siapa kamu dan pasti ngerti kok kalau kamu

juga butuh penghasilan. Bahkan, mereka bisa jadi pelanggan pertama yang mendukung perjalanan bisnismu.

Nah, supaya nggak terkesan "jualan banget", kamu bisa pake pendekatan yang lebih natural. Misalnya, coba ajak ngobrol dulu, cari tahu apakah mereka lagi butuh produk kamu. Kalau iya, baru deh tawarkan. Yang penting, jangan paksa mereka buat beli. Jadikan percakapan itu lebih santai dan nggak terkesan nge-push.

Merasa Kurang Profesional

Ada juga yang merasa bahwa jualan ke Ring 1 itu nggak profesional. "Masa sih saya jualan ke teman? Nggak keren banget," begitu pikir mereka. Padahal, ini adalah langkah yang cerdas dan realistis. Kenapa? Karena mereka udah kenal kamu, mereka percaya dengan kamu, dan mereka tahu kualitas produk kamu lebih daripada orang asing.

Lagipula, profesional itu bukan soal siapa yang kita jualin, tapi tentang bagaimana kita menjalankannya. Kamu tetap bisa jualan dengan profesional ke teman-teman, asal pakai pendekatan yang tepat—serius, tapi tetap nyaman dan tidak memaksa.

Jadi, jangan biarkan rasa malu atau takut ditolak bikin kamu kehilangan kesempatan buat mendapatkan pembeli pertama. Kalau kamu berhasil menjual ke Ring 1, kamu bakal lebih pede dan siap lanjut ke langkah selanjutnya. Mereka justru bisa jadi pendukung terbesar kamu, karena mereka lebih peduli dan siap memberikan *feedback* jujur.

Cara Menjual ke Ring 1 Tanpa Malu dengan Teknik *Storytelling Epiphany*

Salah satu cara yang efektif untuk menjual produk tanpa terlihat jualan banget adalah dengan menggunakan *storytelling* ala *epiphany*. Teknik ini membuat kamu bisa menjelaskan produk dengan cara yang lebih natural, ramah, dan tidak terkesan memaksa. Jadi, kamu nggak perlu malu lagi deh untuk menawarkan produk ke orang lain.

Apa itu *Epiphany*? *Epiphany* adalah momen pencerahan atau pemahaman yang datang tiba-tiba, biasanya setelah seseorang menyadari sesuatu yang baru. Dalam dunia jualan, *epiphany* ini digunakan untuk menunjukkan bagaimana produkmu bisa menjadi solusi untuk masalah yang dihadapi calon pembeli.

Dengan *epiphany*, kamu nggak hanya menawarkan produk, tapi kamu mengajak calon pembeli untuk merasakan pencerahan atau solusi dari masalah mereka. Contohnya, kamu bisa bercerita tentang masalah yang mereka hadapi, dan bagaimana produkmu bisa membantu mereka menemukan solusi tanpa harus merasa tertekan atau dibujuk paksa.

Kenapa *Epiphany* Itu Penting? *Epiphany* memungkinkan kamu untuk menjual tanpa terlihat seperti sedang menjual. Kenapa? Karena kamu tidak memaksakan produk, melainkan kamu berbagi cerita yang bisa membuat orang merasa bahwa produkmu memang solusi yang dibutuhkan. Dengan kata lain, kamu menawarkan produk sebagai jawaban atas masalah mereka, bukan hanya sekedar barang yang perlu dibeli.

Dengan teknik ini, kamu bisa membangun koneksi yang lebih personal dan membuat calon pembeli merasa lebih nyaman. Jadi, jualan jadi lebih alami, mereka tidak merasa ditekan, dan kamu juga tidak perlu merasa malu.

Jadi, Gimana Caranya? Mulai dengan menceritakan pengalaman pribadi atau cerita dari orang lain yang merasa terbantu oleh produkmu. Cerita ini bisa tentang bagaimana produkmu mengatasi masalah atau membuat hidup mereka lebih baik. Saat kamu berbicara tentang solusi yang produkmu tawarkan, calon pembeli bisa merasa seperti mereka sedang mendapatkan pencerahan, bukan sedang dibujuk untuk membeli.

Dengan *storytelling* ala *epiphany*, jualan jadi lebih ringan, lebih alami, dan yang pasti, kamu bisa tetap percaya diri tanpa harus merasa "jualan banget".

Studi Kasus 1: Kalau Kamu Sudah Mendapatkan Hasil

Set The Stage: Mulai dengan Pertanyaan

Kamu sedang duduk di kafe favorit dengan sahabatmu, Rina. Sambil menikmati kopi, kamu memulai obrolan:

Kamu:

“Rin, aku penasaran deh, akhir-akhir ini gimana kondisi keuangan kamu? Aku lihat sekarang semuanya makin mahal, dari makan sampai transportasi.”

Rina:

“Ampun, jangan ditanya deh. Gajiku tiap bulan habis sebelum tanggal 20. Aku sampai nggak berani belanja apa-apa kecuali yang benar-benar penting.”

Kamu:

“Ya ampun, aku paham banget rasanya. Kamu nggak kepikiran cari tambahan penghasilan?”

Rina:

“Pengen sih, tapi bingung mau mulai dari mana. Terus, kalau kerja sampingan, waktu istirahat aku pasti habis.”

Apa yang Harus Ada di Bagian Ini?

- Gunakan pertanyaan yang santai untuk membuka diskusi.
- Jangan terlihat seperti sedang “menginterogasi,” biarkan mereka curhat dengan nyaman.
- Pastikan pertanyaanmu relevan dengan kondisi mereka.

Backstory: Ceritakan Masalahmu yang Mirip

Kamu:

“Aku dulu persis kayak kamu, Rin. Tiap bulan kerja cuma buat bayar tagihan, belanja bulanan, sama transportasi. Gajiku habis begitu aja. Bahkan, kalau ada kebutuhan mendadak, aku suka kelimpungan.”

Rina:

“Iya banget! Aku juga ngerasa gitu. Rasanya kerja keras tapi nggak pernah cukup.”

Kamu:

“Aku sempat stres banget waktu itu, sampai kepikiran, ‘Apa aku harus cari kerja kedua, ya?’ Tapi kayaknya malah bikin aku nggak punya waktu buat diri sendiri.”

Apa yang Harus Ada di Bagian Ini?

- a. Ceritakan pengalamanmu yang *relatable*.
- b. Bangun empati dengan menunjukkan bahwa kamu benar-benar memahami situasi mereka.
- c. Hindari langsung memberikan solusi, fokus dulu pada cerita masalah.

***The Wall*: Tantangan Terbesar yang Kamu Hadapi**

Kamu:

“Waktu itu aku coba jualan barang *online*, Rin. Aku pikir, ini cara paling gampang buat nambah penghasilan. Tapi ternyata ribet banget. Aku harus urus stok barang, *packing*, sampai kirim-kirim. Belum lagi harus promosi setiap hari. Rasanya capek banget, dan aku hampir menyerah.”

Rina:

“Nah, itu yang aku takutin. Kayaknya kalau bisnis, pasti ribet kayak gitu. Aku nggak punya waktu buat urus semua itu.”

Apa yang Harus Ada di Bagian Ini?

- a. Ceritakan tantangan atau kesulitan yang kamu alami.
- b. Pastikan mereka merasa bahwa kamu juga pernah mengalami masalah yang sama.

***Epiphany*: Momen Pencerahan Kamu**

Kamu:

“Akhirnya, aku ketemu peluang bisnis ini, Rin. Awalnya aku ragu banget, aku pikir ini bakal

sama ribetnya kayak bisnis lainnya. Tapi ternyata beda. Bisnis ini jual produk digital, jadi nggak perlu stok barang. Sistemnya udah lengkap, bahkan ada panduan cara promosinya. Aku cuma perlu jalanin dari HP di waktu luang.”

Rina:

“Wah, itu sih kayaknya cocok banget buat aku. Kerjaan kantor aja udah nyita banyak waktu, jadi kalau ada bisnis yang fleksibel, pasti lebih nyaman.”

Kamu:

“Betul, Rin. Aku mulai di waktu luang, cuma 1-2 jam sehari. Setelah tiga bulan, aku udah bisa dapat tambahan penghasilan 3-4 juta per bulan. Itu lumayan banget buat menutup kebutuhan tambahan, bahkan buat nabung.”

Apa yang Harus Ada di Bagian Ini?

- a. Jelaskan bagaimana solusi tersebut bekerja dan bagaimana itu mengubah situasimu.
- b. Pastikan untuk menonjolkan kelebihan seperti fleksibilitas, kemudahan, dan hasil nyata.

***The One Thing:* Jelaskan Kunci Solusi**

Kamu:

“Intinya, bisnis ini nggak ribet sama sekali. Semua sudah disiapkan: produknya, sistemnya, sampai panduan cara jualannya. Kamu tinggal jalanin aja sesuai langkah-langkahnya.”

Rina:

“Serius? Aku jadi tertarik nih. Tapi gimana cara mulainya?”

Kamu:

“Gampang banget, Rin. Aku bantu kamu daftar dulu. Nanti kamu langsung dapat akses ke semua produknya, materi promosi, dan panduannya. Kalau kamu bingung di awal, aku bisa bantu sampai kamu lancar.”

Apa yang Harus Ada di Bagian Ini?

- a. Berikan solusi konkret dan langkah pertama yang mudah.
- b. Buat mereka merasa bahwa mereka akan didukung.

Testimoni Diri Sendiri

“Aku sendiri awalnya coba-coba, tapi setelah tiga bulan, aku sudah bisa dapat tambahan penghasilan 3 juta per bulan. Kalau kamu konsisten, hasilnya pasti bakal lebih besar.”

Call to Action: Santai tapi Urgen

Kamu:

“Kalau kamu mau mulai sekarang, aku bisa bantu daftar hari ini. Lagi ada promo khusus pendaftar baru, jadi ini waktu yang pas. Nanti aku kirim linknya, terus kita ngobrol lagi biar kamu tahu langkah-langkah awalnya. Gimana?”

Studi Kasus 2: Kalau Kamu Belum Mendapatkan Hasil

Set The Stage: Mulai dengan Pertanyaan

Kamu sedang ngobrol santai dengan teman lama, Bayu. Sambil menyeruput kopi, kamu membuka topik:

Kamu:

“Bay, akhir-akhir ini gimana kondisi keuangan kamu? Aku lihat sekarang harga kebutuhan makin nggak masuk akal.”

Bayu:

“Iya banget. Gajiku habis sebelum akhir bulan. Rasanya apa-apa serba mahal.”

Kamu:

“Sama, aku juga ngerasa gitu. Kamu pernah kepikiran nggak buat cari tambahan penghasilan?”

Apa yang Harus Ada di Bagian Ini?

- Pastikan pertanyaanmu relevan dan santai.
- Dengarkan dengan tulus tanpa terburu-buru memberikan solusi.

Backstory: Ceritakan Masalah Temanmu

Kamu:

“Temanku dulu persis kayak kamu, Bay. Dia kerja kantor, tapi tiap bulan selalu minus. Dia sempat bingung mau cari tambahan penghasilan dari mana.”

Bayu:

“Terus, dia gimana? Bisa keluar dari masalahnya?”

Apa yang Harus Ada di Bagian Ini?

- Ceritakan pengalaman orang lain yang *relatable*.
- Buat mereka merasa bahwa ada solusi nyata untuk masalah yang sama.

The Wall: Tantangan yang Dihadapi Temanmu

Kamu:

“Awalnya dia coba jualan barang, tapi ribet banget. Dia harus urus stok barang, kirim-kirim, dan promosi setiap hari. Akhirnya, dia merasa itu terlalu menguras waktu dan hampir menyerah.”

Bayu:

“Wah, itu sih aku banget. Aku nggak punya waktu buat ngurus stok segala.”

Apa yang Harus Ada di Bagian Ini?

- a. Ceritakan tantangan besar yang dihadapi oleh orang tersebut.
- b. Pastikan ceritanya *relatable* dengan situasi temanmu.

Epiphany: Solusi yang Ditemukan Temanmu

Kamu:

“Tapi, akhirnya dia ketemu bisnis ini, Bay. Produknya digital, jadi nggak perlu stok barang. Sistemnya juga sudah lengkap, ada panduan cara jualannya. Sekarang dia sudah stabil dapat tambahan penghasilan 5 juta per bulan.”

Bayu:

“Wah, menarik banget. Gimana cara dia mulai?”

Apa yang Harus Ada di Bagian Ini?

- a. Jelaskan kelebihan utama solusi tersebut.
- b. Pastikan ceritanya sederhana dan mudah dimengerti.

The One Thing: Solusi untuk Bayu

Kamu:

“Intinya, bisnis ini sudah siap semuanya. Kamu tinggal daftar, langsung dapat akses ke produknya, panduannya, dan semua materi promosinya. Aku sekarang juga lagi mulai coba, karena hasil temanku itu nyata banget.”

Bayu:

“Oke, aku mau coba juga. Langkah pertama apa yang harus aku lakukan?”

Apa yang Harus Ada di Bagian Ini?

- a. Jelaskan langkah awal yang konkret.
- b. Pastikan mereka merasa didukung selama prosesnya.

Testimoni Temanmu

“Temanku baru jalan tiga bulan, dan sekarang sudah stabil dapat tambahan 5 juta per bulan. Aku yakin kamu juga bisa kalau konsisten.”

Call to Action: Santai tapi Urgen

Kamu:

“Kalau kamu serius, aku bisa bantu daftarin sekarang. Lagi ada promo buat pendaftar baru. Aku kirim linknya, nanti kita ngobrol lagi biar kamu ngerti cara mulainya. Gimana?”

Dengan cerita yang santai dan *relatable*, kamu bisa menjual ke Ring 1 tanpa rasa malu. Fokus pada masalah mereka, tawarkan solusi nyata, dan akhiri dengan CTA yang santai tapi efektif. Sering-seringlah berjualan dengan sebuah cerita atau *storytelling* agar tidak terkesan “tukang jualan”. Pendekatan ini nggak cuma bikin mereka nyaman, tapi juga membangun kepercayaan. Silakan gunakan *template* percakapan di atas dan sesuaikan dengan produk yang Anda jual.

MENUTUP PENJUALAN DENGAN PERCAYA DIRI

Call to Action

CTA alias *Call to Action* adalah ajakan atau instruksi yang bikin calon pembeli segera ngelakuin sesuatu. Bayangin aja, kamu udah capek-capek jelasin produk atau jasamu, mereka udah tertarik, tapi... mereka diem aja.

Kenapa? Karena kamu nggak kasih arahan, “harus ngapain sekarang?”

CTA itu kayak teman yang semangatin kamu pas lagi mager, “Ayo dong, buruan lakuin sekarang!”

Tanpa CTA, orang bisa jadi cuma *scroll-scroll* lewat, mikir lama, atau malah lupa sama kamu.

Kenapa CTA Itu Penting?

Karena calon pembeli butuh dipandu. Banyak dari mereka suka ragu, bingung, atau sekadar butuh dorongan kecil biar langsung ambil keputusan. Jadi, CTA itu fungsinya:

- Menghilangkan Keraguan: Bikin mereka merasa yakin buat bertindak.
- Menciptakan Urgensi: Biar nggak nunda-nunda keputusan.
- Mempermudah Aksi: Kasih mereka petunjuk jelas apa langkah selanjutnya.

Jenis-Jenis CTA

Nah, CTA nggak melulu harus “Beli sekarang!” aja, kok. Yuk, kita bahas beberapa jenis CTA yang bisa kamu pakai:

1. CTA dengan Diskon atau Bonus

Ini cocok banget kalau kamu lagi menawarkan produk dengan harga promo. Contohnya:

“Pesan sekarang dan dapatkan diskon 20% khusus hari ini!”

“Order sebelum jam 10 malam dan dapatkan bonus e-book gratis!”

Semua orang suka *something extra*. Tambahan bonus atau diskon bikin mereka merasa lebih untung kalau segera bertindak.

2. CTA dengan Batas Waktu (*Urgency*)

Bikin calon pembeli merasa ada *deadlines*. Contoh:

"Hanya tersisa 5 stok lagi! Pesan sekarang sebelum kehabisan."

Otak kita cenderung takut ketinggalan (*fear of missing out* alias FOMO). Kalau mereka tahu ada batas waktu, mereka akan lebih cepat memutuskan.

3. CTA yang Mengajak Coba Dulu

Kalau produkmu butuh bukti lebih kuat, CTA ini bisa membantu:

"Mau coba dulu? Yuk, minta sample gratis sekarang!"

"Klik di sini untuk coba versi trial selama 7 hari."

Dengan ini, orang nggak akan merasa terikat. Mereka cenderung lebih santai, punya waktu untuk mempertimbangkan, bahkan bisa coba-coba dulu sebelum membeli.

4. CTA dengan Pertanyaan

Kadang, ajakan berupa pertanyaan bisa bikin orang langsung mikir dan bertindak. Misalnya:

*"Siapa dapetin kulit *glowing* tanpa ribet? Klik di sini sekarang!"*

"Mau bebas cicilan dalam 3 bulan? Chat aku yuk, aku bantuin!"

Sifat manusia suka penasaran dan suka menjawab pertanyaan yang relevan dengan kebutuhan mereka.

Tips Bikin CTA yang Nendang

Biar CTA kamu nggak di-skip gitu aja, perhatikan hal-hal ini:

1. Gunakan Kata Kerja Aktif

Kata kerja aktif bikin CTA terasa lebih kuat. Contoh: “Klik,” “Pesan,” “Hubungi,” “Dapatkan,” dibanding kata yang terlalu lembut seperti “Bisa pesan di sini”.

2. Buat Jelas dan Spesifik

Jangan bikin calon pembeli bingung. Contohnya:

- Kurang spesifik: “Yuk pesan produk ini!”
- Jelas dan spesifik: “Klik tombol di bawah ini untuk pesan sekarang!”

3. Tambahkan Manfaat Langsung

CTA yang sukses biasanya kasih tahu kenapa kamu harus bertindak sekarang. Contoh:

“Klik sekarang dan langsung rasakan manfaatnya!”

“Hubungi aku sekarang untuk konsultasi gratis!”

4. Tunjukkan Keamanan atau Garansi

Buat mereka merasa aman dengan CTA seperti:

“Belanja aman, uang kembali kalau tidak puas!”

“Pesan tanpa ragu, karena ada garansi 30 hari.”

Studi Kasus CTA yang Sukses

Produk: Madu murni lokal

CTA: “Madu ini udah aku pakai sendiri, dan hasilnya bikin badan lebih sehat. Kalau kamu mau coba, aku masih punya 10 botol stok minggu ini. Langsung WA aku aja ya, aku simpanin satu buat kamu!”

Kira-kira, kenapa ya CTA kayak gini bisa sukses? Alasannya adalah karena menyentuh personal banget dengan menawarkan langsung ke orang terdekat. Apalagi, ada pemberitahuan kalau stoknya terbatas, jadi menciptakan urgensi untuk membeli.

Produk: Kelas online bikin kue untuk pemula

CTA:

Di Instagram post: “Mau bikin kue favorit keluarga tanpa gagal? Ikut kelas online ini sekarang dan dapet diskon 50%! Klik link di bio ya!”

Di WhatsApp broadcast: “Diskon 50% kelas bikin kue cuma sampai malam ini! Buruan daftar sebelum kehabisan slot!”

Kira-kira, kenapa ya CTA kayak gini bisa sukses? Alasannya adalah karena pakai bonus berupa diskon! Apalagi ada batas waktunya, jadi calon pembeli punya keinginan untuk langsung bertindak saat itu juga.

Dimana CTA Bisa Dipasang?

CTA bisa diletakkan di mana aja, asal pas dan nggak terasa terlalu maksa. Contohnya:

- Di Akhir Penawaram ke Orang terdekat : Saat Anda menawarkan produk ke orang terdekat, selalu akhiri dengan CTA yang mengundang urgensi
- Di Media Sosial: Caption post, Instagram Stories (pakai fitur “Swipe Up”), atau komentar.
- Di WhatsApp Broadcast: Pesan singkat yang langsung ke intinya.
- Di Landing Page: Tombol besar berwarna mencolok seperti “Beli Sekarang”.
- Di Email Marketing: Akhiri email dengan CTA seperti “Klik tombol di bawah untuk pesan sekarang.”
- Di Video: Akhiri dengan ajakan seperti “Jangan lupa pesan sekarang lewat link di deskripsi ya!”

CTA itu penting banget buat mendorong calon pembeli bertindak. Jadi, jangan ragu buat ngelempar ajakan yang kuat, jelas, dan relevan.

Cara Mengatasi Penolakan dari Calon Pembeli

Penolakan? Waduh, rasanya nggak enak banget ya, kayak ditolak waktu ngajak gebetan nonton. Tapi, tenang dulu! Penolakan itu hal biasa, kok. Bukan berarti kamu gagal, tapi lebih ke momen di mana kamu bisa belajar dan jadi lebih jago lagi dalam menawarkan produk. Bahkan, kalau kamu tahu cara menghadapinya, penolakan bisa berubah jadi peluang.

Yuk, kita bahas teknik menangani keberatan calon pembeli dengan santai dan tanpa bikin mereka merasa ditekan. Karena, siapa sih yang suka digas terus-terusan buat beli?

1. Jangan Baper, Tetap *Cool*!

Hal pertama yang perlu kamu lakukan adalah... jangan baper! Penolakan itu bukan tentang kamu sebagai pribadi, tapi lebih ke situasi mereka yang belum pas. Jadi, jangan langsung ngambek atau nyerah. Tetap tenang, senyum, dan lihat ini sebagai kesempatan untuk memahami mereka lebih baik.

Kalau mereka bilang, “Nggak dulu deh,” jawab dengan santai: “Oh, nggak apa-apa kok. Kalau suatu saat butuh, kabarin aja ya. Aku siap bantu kapan aja!”

Jangan berusaha terlalu keras meyakinkan mereka, karena itu malah bikin suasana jadi awkward.

2. Dengarkan Keberatan Mereka

Kadang, penolakan itu muncul karena calon pembeli punya keberatan yang belum terjawab. Jadi, tugas kamu adalah mendengarkan mereka dengan baik. Jangan buru-buru menjelaskan atau membantah—biarkan mereka curhat dulu. Simak contoh percakapan berikut:

Mereka: “Aku nggak yakin deh, soalnya kayaknya harganya mahal banget.”

Kamu: “Oh, oke. Memang harga itu penting banget. Tapi kalau boleh tahu, kamu bandingin harga produk saya dengan produk siapa?”

Dengan bertanya balik, kamu bisa menggali lebih dalam keberatan mereka dan pelan-pelan mencari solusinya.

3. Tawarkan Solusi, Bukan Tekanan

Setelah tahu alasan mereka menolak, kamu bisa kasih solusi yang sesuai. Ingat, solusi ya, bukan tekanan! Jangan sampai mereka merasa terpojok. Simak contoh keberatan dan solusinya berikut:

a. *"Harganya mahal banget!"*

Solusi: Jelaskan nilai tambah produkmu.

"Iya, memang sekilas kelihatan mahal. Tapi coba pikir, dengan hanya membayar Rp..... kamu bisa mendapatkan sebanding ga dengan perubahan yang bakal kamu dapatkan nantinya?."

b. *"Kayaknya nggak butuh sekarang deh."*

Solusi: Bantu mereka melihat manfaat jangka panjang.

"Iya, aku ngerti kok. Tapi, kadang hal kayak gini lebih baik dipersiapkan dari sekarang daripada (masalah mereka) semakin memburuk. Jadi manfaatkan saja sebaik mungkin penawaran sekali seumur hidup ini."

4. Gunakan Pendekatan Testimoni

Kalau mereka masih ragu, coba gunakan testimoni dari orang lain. Kadang, calon pembeli butuh validasi dari pengalaman orang lain untuk merasa yakin.

Contoh:

"Aku juga awalnya ragu sih. Tapi, tanteku kemarin pakai ini dan langsung kelihatan hasilnya kurang dari sebulan. Bahkan dia sekarang jadi *repeat order* tiap bulan!"

"Kemarin temenku yang kerja kantoran juga sempat nanya-nanya kayak kamu, terus akhirnya dia coba. Sekarang dia bilang produk ini bikin hidupnya lebih gampang."

5. Beri Mereka Ruang untuk Berpikir

Salah satu kesalahan terbesar saat menghadapi penolakan adalah terlalu memaksa. Ingat, orang butuh waktu untuk mempertimbangkan. Beri mereka ruang untuk berpikir tanpa kehilangan koneksi denganmu.

Setelah menjawab keberatan mereka, tutup pembicaraan dengan nada positif: "Nggak apa-apa kok, kamu bisa pikir-pikir dulu. Kalau nanti ada pertanyaan lagi, jangan ragu buat hubungi aku ya."

Jangan follow-up dengan nada seperti debt collector. Sebaliknya, kirim pesan ringan seperti, “Hai, aku cuma mau nanya kabar kamu aja. Kalau ada yang mau ditanyain soal produkku, let me know ya!”

6. Jadikan Penolakan sebagai *Feedback*

Setiap penolakan itu pelajaran. Gunakan kesempatan ini untuk memperbaiki cara kamu menjelaskan produk atau menangani keberatan ke depannya. Tanyakan mereka dengan sopan:

“Boleh nggak aku tahu apa yang bikin kamu ragu? Aku pengen belajar biar bisa lebih baik lagi.”

Kadang, jawaban mereka bisa jadi *insight* yang berharga buat strategi jualanmu ke calon pembeli berikutnya.

Penolakan itu wajar. Bahkan penjual terhebat di dunia pun pernah ditolak, kok. Kuncinya adalah tetap tenang, dengarkan keberatan calon pembeli, dan berikan solusi yang relevan. Ingat, closing bukan cuma soal jualan, tapi soal membangun hubungan jangka panjang.

Jadi, jangan takut ditolak. Anggap saja itu bagian dari perjalanan menuju kesuksesan kamu.

KESIMPULAN

Rangkuman Singkat Langkah-Langkah Penting

Oke, sekarang kita masuk ke bagian *wrap-up*. Setelah semua strategi, tips, dan studi kasus yang udah kita bahas, saatnya kita merangkum langkah-langkah penting untuk mendapatkan pembeli pertama kamu. Rangkuman ini juga bisa jadi panduan cepat yang bisa langsung kamu terapkan.

Memahami *Target Market*: Ngerti Siapa yang Bakal Beli

Langkah pertama adalah memahami siapa yang benar-benar butuh produkmu. Jangan sampai kamu sibuk nawarin ke orang yang salah. Fokus pada orang yang punya masalah spesifik dan butuh solusi yang kamu tawarkan.

Cara Sempel:

- a. Tanya dirimu sendiri: Masalah apa yang bisa diselesaikan oleh produkku?
- b. Fokus ke 3 area utama: kesehatan, keuangan, dan hubungan (karena ini masalah abadi semua orang).
- c. Mulai dari Ring 1 (orang terdekat) dan lihat apakah produkmu relevan untuk mereka.

Contoh:

Kalau kamu jual suplemen kesehatan, *target market*-nya adalah orang yang peduli dengan kesehatan atau sedang punya masalah stamina.

Mengenal Ring 1

Keluarga, sahabat, dan teman dekat. Mereka biasanya lebih mudah diajak ngobrol karena udah kenal kamu. Tapi, tetap butuh pendekatan natural biar nggak terkesan paksa.

Pilih Produk yang Mudah Dijual: Jangan Bikin Ribet!

Produk yang laris itu punya ciri-ciri:

- Menyelesaikan masalah besar.
- Punya permintaan tinggi di pasaran.

- Mudah dijelaskan manfaatnya.

Kalau kamu bingung pilih produk, coba riset di *marketplace* atau lihat apa yang lagi banyak dibicarakan di sekitar kamu. Ingat, produk yang simpel lebih gampang dijual!

Strategi Menjual ke Ring 1: Santai Tapi Efektif

Ketika menjual ke Ring 1, jangan langsung “jualan banget.” Pendekatan yang santai, ramah, dan berbasis cerita bakal jauh lebih efektif. Ceritakan pengalaman pribadi atau pengalaman orang lain dengan produkmu.

- Gunakan storytelling. Misalnya: “Aku dulu sering capek dan nggak fokus. Tapi sejak pakai suplemen ini, energiku lebih stabil. Kamu mau coba?”
- Ajukan tawaran yang ringan. Misalnya: “Kalau mau coba dulu, aku ada ukuran kecil yang lebih murah.”

Closing dengan Percaya Diri: Jangan Takut Ajak Mereka Beli!

Closing itu momen krusial, jadi jangan ragu untuk ngajak calon pembeli bertindak. Ingat, mereka udah tertarik sama produkmu, tinggal sedikit dorongan aja buat bikin mereka yakin.

- Gunakan CTA (Call to Action) yang jelas dan menarik, misalnya: “Yuk, pesan sekarang sebelum promo habis!”
- Tunjukkan manfaat spesifik produkmu yang sesuai dengan kebutuhan mereka.
- Jangan terlalu maksa—beri ruang bagi mereka untuk berpikir, tapi follow-up dengan sopan.

Dari semua langkah ini, satu hal yang paling penting adalah konsistensi. Mendapatkan pembeli pertama itu kadang nggak langsung instan, tapi dengan langkah-langkah ini, kamu punya peta yang jelas untuk memandu perjalananmu. Langkah-langkahnya:

- a. Pahami siapa target market kamu.
- b. Pilih produk yang benar-benar dibutuhkan.
- c. Jual dengan cara santai dan ramah.
- d. Bangun kepercayaan dengan konten yang relevan.

- e. Closing dengan percaya diri tanpa takut ditolak.

Dengan langkah ini, pembeli pertama pasti akan datang. Jadi, nggak ada alasan buat nggak mulai hari ini. Pembeli pertamamu udah menunggu—kamu siap?

Strategi *Scale Up* Lanjutan

Oke, *congrats* dulu! Kalau kamu udah berhasil mendapatkan pembeli pertama, itu artinya strategi yang kamu terapkan udah bekerja. Sekarang pertanyaannya: gimana caranya supaya penjualanmu nggak berhenti di situ aja? Nah, inilah saatnya kita bahas langkah-langkah untuk *scale-up* atau memperbesar jangkauan pasar dan penjualanmu. Siap? Yuk, mulai!

Optimalkan Media Sosial untuk Memperluas *Awareness*

Media sosial itu adalah *playground* terbaik buat nge-boost bisnis kamu. Kalau selama ini kamu cuma *posting* seadanya, sekarang saatnya bikin strategi yang lebih *serious but fun*. Tujuannya? Biar lebih banyak orang kenal produkmu dan mulai tertarik. Simak tipsnya di bawah ini:

- Konsisten *posting* konten: Buat jadwal *posting*, misalnya 3-5 kali seminggu. Variasikan kontenmu: edukasi, testimoni, *tips*, atau promo.
- Gunakan *Reels* atau TikTok: Algoritma video pendek lagi naik daun. Cobalah bikin konten singkat yang seru dan relevan. Misalnya, tutorial pakai produk atau cerita sukses pelangganmu.
- Kolaborasi dengan *influencer* kecil (*micro-influencers*): Mereka biasanya punya audiens yang lebih terlibat, cocok buat produkmu dikenal lebih luas.

Gunakan Iklan Berbayar: Investasi yang Menguntungkan

Kalau mau lebih cepat menjangkau pasar yang lebih luas, pertimbangkan untuk menggunakan iklan berbayar (ads). Jangan takut duluan sama kata “berbayar”—anggap ini sebagai investasi untuk masa depan bisnis kamu.

Langkah Awal:

- Mulai dari platform yang familiar, seperti Instagram Ads atau Facebook Ads.

- Targetkan audiens spesifik berdasarkan lokasi, usia, atau minat.
- Uji iklanmu secara kecil-kecilan dulu, misalnya Rp50.000–Rp100.000 per hari, lalu evaluasi hasilnya.

Gunakan testimoni pembeli pertama sebagai konten iklan. Misalnya: “Aku udah coba suplemen ini selama sebulan, dan hasilnya energi aku lebih stabil sepanjang hari. Kamu juga harus coba!”

Bangun Komunitas Loyal

Kunci dari bisnis yang terus berkembang adalah pelanggan loyal. Mereka nggak cuma beli sekali, tapi juga merekomendasikan produkmu ke orang lain. Jadikan pelangganmu bagian dari komunitas, biar mereka merasa lebih dekat dengan bisnismu.

Langkah-Langkahnya:

- Buat grup eksklusif: Gunakan WhatsApp atau Telegram untuk mengumpulkan pelanggan setia. *Share tips*, promo khusus, atau cerita menarik di sana.
- Berikan penghargaan: Misalnya, diskon untuk pembelian berikutnya atau hadiah kecil buat pelanggan yang aktif merekomendasikan produkmu.
- Tanya *feedback* mereka: Ini bikin mereka merasa dihargai, sekaligus bisa jadi bahan buat meningkatkan produk atau layananmu.

Diversifikasi Produk atau Layanan

Kalau kamu udah punya satu produk yang laku, coba pikirkan produk pelengkap yang bisa kamu tawarkan. Ini adalah cara efektif untuk meningkatkan nilai setiap transaksi.

Contoh:

Kalau kamu jual *skincare*, tambahkan produk pelengkap seperti masker wajah atau serum.

Kalau kamu jual kursus *online*, tambahkan layanan konsultasi 1-on-1 untuk audiens yang butuh pendampingan lebih intens.

Bangun Personal Branding yang Lebih Kuat

Sekarang, banyak orang nggak cuma beli produk, tapi juga beli “cerita” atau “kepribadian” di balik produk itu. Dengan kata lain, mereka beli karena percaya sama kamu. Jadi, pastikan kamu membangun citra diri yang autentik dan menarik.

Langkah Gampang:

- Tunjukkan kisah perjuanganmu di media sosial. Orang suka banget sama cerita yang *relatable*.
- Berinteraksi dengan audiensmu: Balas komentar, DM, atau pertanyaan mereka dengan ramah.
- Bagikan momen di balik layar bisnis kamu, seperti proses *packing* produk atau tantangan yang kamu hadapi.

Gunakan Strategi Referral: Jualan Bareng Pelangganmu

Salah satu cara paling ampuh buat *scale-up* adalah membuat pelangganmu ikut “jualan.” Gimana caranya? Gunakan program *referral* atau afiliasi. Beri mereka insentif untuk merekomendasikan produkmu ke orang lain.

Contoh Program *Referral*:

Beri diskon 10% untuk setiap pelanggan yang berhasil membawa teman mereka membeli produk.

Tawarkan hadiah spesial (seperti produk gratis) untuk pelanggan yang merekomendasikan lebih dari 5 orang.

Kolaborasi dengan Bisnis Lain

Kerja sama dengan bisnis lain yang target pasarnya mirip bisa membuka peluang baru buat bisnismu. Misalnya, kalau kamu jual produk makanan sehat, coba kolaborasi dengan bisnis yang jual alat olahraga. Keuntungannya:

- Bisa berbagi audiens.
- Menambah variasi penawaran buat pelanggan.
- Meningkatkan kredibilitas bisnismu.

Jangan Lupakan Loyalitas Pelangganmu

Membangun pasar yang lebih luas penting, tapi jangan sampai lupa sama pelanggan setiamu. Mereka adalah aset terbesarmu, karena mereka bisa terus-menerus beli produkmu. Cara Menjaga Loyalitas Pelanggan:

- Beri mereka hadiah khusus untuk pembelian ulang.
- Tawarkan layanan pelanggan yang responsif dan ramah.
- Buat mereka merasa eksklusif, misalnya dengan akses lebih awal ke produk baru atau promo spesial.

Scale-Up itu Maraton, Bukan Sprint

Membesarkan bisnis itu butuh proses dan konsistensi. Jangan berharap semuanya langsung melejit dalam semalam. Fokus pada langkah-langkah kecil yang bisa kamu lakukan setiap hari untuk terus memperluas jangkauanmu.

Ingat, pembeli pertama itu adalah langkah awal. Kalau kamu bisa *scale-up* dengan strategi yang tepat, peluang besar ada di depan mata! Jadi, yuk, terus kembangkan bisnismu dan jangan berhenti belajar!

Langkah Selanjutnya

Selamat! Kamu telah menyelesaikan buku ini! Artinya, kamu sudah sangat dekat dengan momen yang paling ditunggu, yaitu mendapatkan pembeli pertama!

Untuk membantu kamu melangkah lebih pasti, kami telah menyiapkan *Workbook 7 Hari Mendapatkan Pembeli Pertama untuk Produk Anda*. Di dalamnya, kamu akan menemukan langkah-langkah detail yang bisa langsung kamu praktikkan. Yuk, mulai perjalananmu menuju pembeli pertama dengan mengakses *workbook*-nya di sini: [\[link\]](#).

Kesuksesanmu sudah di depan mata, tinggal satu langkah lagi!