

JURUS majoo



Goyang di TikTok: Basi!

dari **CUAN**
TikTok? BISA!

aplikasi wirausaha



Aplikasi wirausaha lengkap
kelola bisnis jadi maju

Kasir Online

Karyawan

Akuntansi

Inventori

Aplikasi CRM

Analisa Bisnis

Aplikasi Owner

Toko Online



**PANTAU & KONTROL PENJUALAN
DARI MANAPUN**

Mengurangi kecurangan/fraud



BISA PUNYA TOKO ONLINE

Tingkatkan pendapatan dari
toko online kamu sendiri



LAPORAN KEUANGAN OTOMATIS

Keuangan rapi tanpa
harus jadi ahli akuntansi



MUDAH KELOLA STOK

Maksimalkan keuntungan



PT Majoo Teknologi Indonesia

majooplaza

Jl. Prapanca Raya No.25
Jakarta Selatan • DKI Jakarta • 12160



Coba Gratis 14 Hari

majoo.id



Daftar Isi

01

Pengantar

02

Cara Mudah Daftar
Jadi TikTok Shop Seller

03

Strategi Bikin *Brand*
Kamu Viral!

04

Tips Banjir Orderan
Online

05

Tingkatkan Penjualan
dengan Pasang Iklan

06

Brand Lokal yang
Sukses Jualan di TikTok



Pengantar

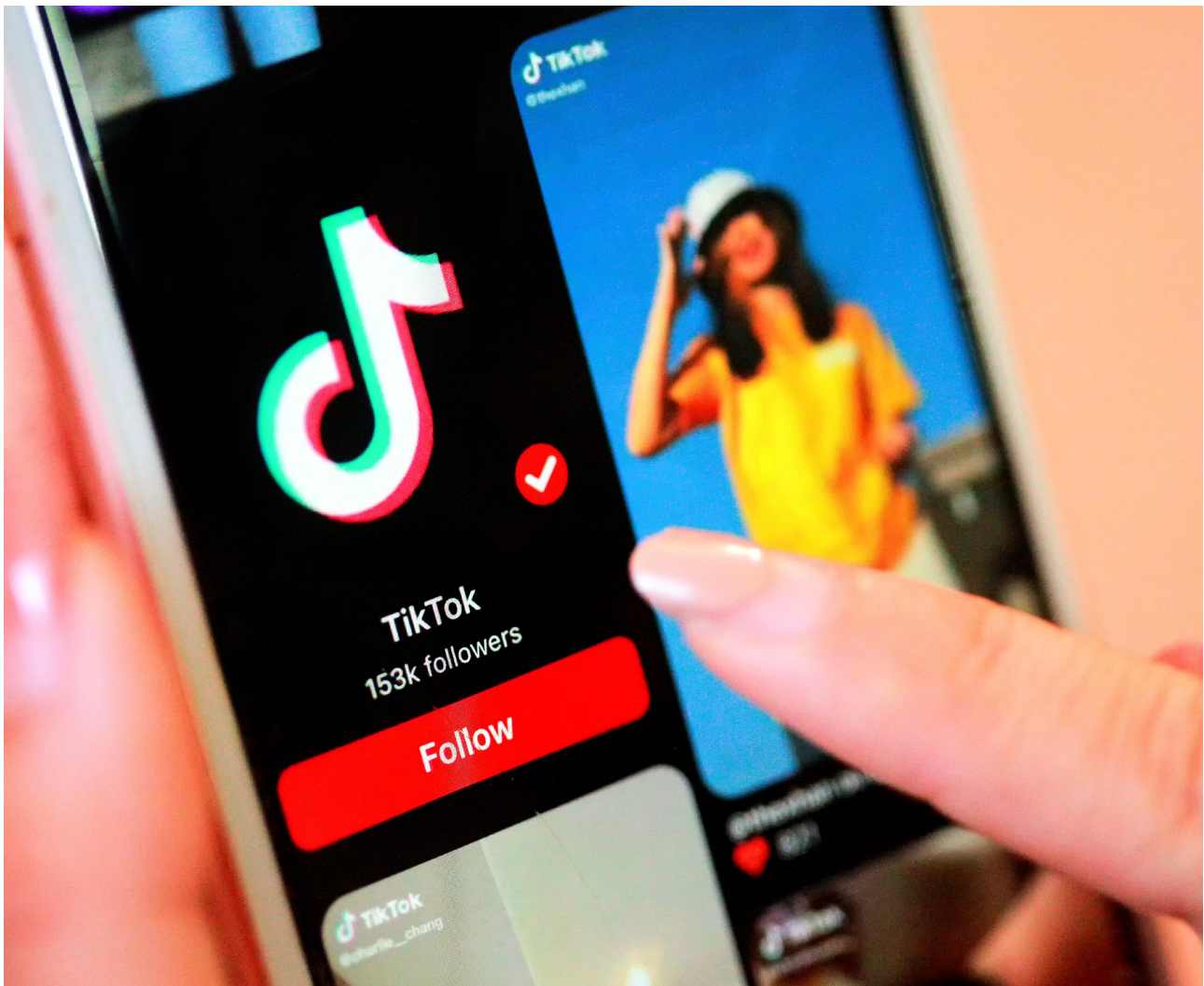
Siapa yang tidak kenal aplikasi TikTok? Meskipun belum semua orang terbiasa menggunakan aplikasi ini, namun tidak bisa dimungkiri bahwa TikTok sudah menjadi salah satu *platform* yang memiliki jumlah pengguna sangat tinggi, terutama di Indonesia.

TikTok yang dulunya mungkin hanya dikenal sebagai aplikasi untuk orang-orang yang suka bergoyang, bahkan sampai sempat dicekal di Indonesia, saat ini sudah bertransformasi mengikuti permintaan pasar dengan menyediakan fitur belanja *online* yang diberi nama TikTok Shop.

Hadirnya fitur ini disambut dengan baik oleh para penggunanya. Bukan hanya oleh orang-orang yang gemar berbelanja *online*, TikTok menjadi ajang mencari cuan baru bagi para pelaku bisnis *online*. Melalui laman TikTok Shop, dijelaskan bahwa para seller bisa meningkatkan *brand awareness* sekaligus penjualan dengan memanfaatkan beberapa fitur yang ada di TikTok.

Kenapa TikTok dinilai sebagai *platform* yang bisa mendatangkan banyak keuntungan bagi pihak penjual? Strategi apa yang perlu dilakukan agar angka penjualan melalui fitur ini bisa terus meningkat?

Penjelasan mengenai semua yang berhubungan dengan penjualan *online* melalui TikTok, termasuk beberapa *brand* lokal yang sudah meraih kesuksesannya dari sini akan dibahas lengkap dalam panduan kali ini.





Cara Mudah Daftar Jadi TikTok *Shop Seller*

TikTok *Shop* adalah fitur baru yang disediakan oleh TikTok untuk membantu penggunaanya melakukan transaksi jual beli produk langsung dari aplikasi TikTok.

Jadi, pelanggan tak perlu repot-repot membuka aplikasi *marketplace* atau *online shop* lain untuk melakukan proses pembelian produk secara *online*.

Cara untuk menjadi *seller* di TikTok *Shop* ternyata sangatlah mudah. Satu syarat yang pasti adalah kamu harus punya akun TikTok, bila ternyata belum punya, daftar dulu ya!

Cara Mendaftar Jadi TikTok Shop Seller

Pada dasarnya, tidak dibutuhkan langkah yang berbelit-belit saat ingin mendaftarkan toko kamu di TikTok Shop. Berikut langkah-langkahnya.

Buka situs TikTok Shop

Kamu bisa langsung mengakses TikTok Shop di laman resminya, <https://seller-id.tiktok.com/account/welcome>

Sign up

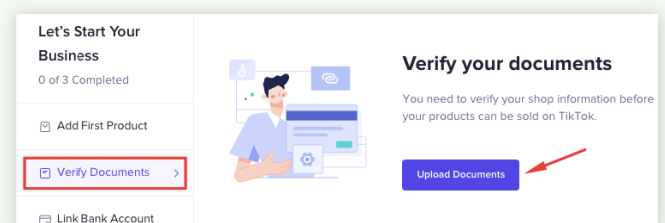
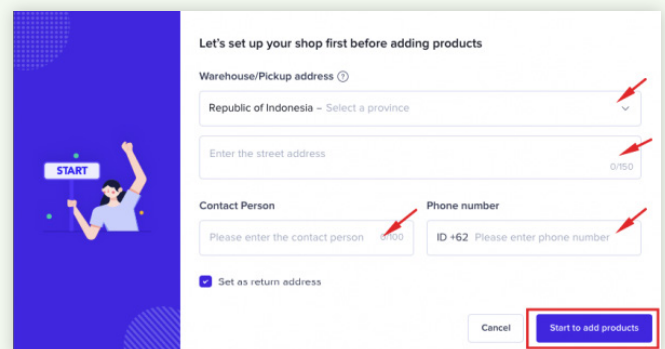
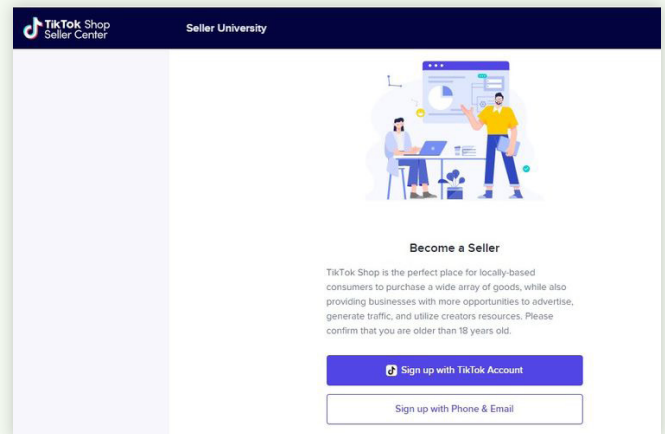
Bila belum memiliki akun, kamu bisa klik "Sign Up" dengan nomor handphone atau alamat email. Namun, bila ternyata kamu sudah memiliki akun TikTok, silakan langsung *Sign in*.

Lengkapi Data

Lengkapi data-data yang dibutuhkan mengenai *seller* secara tepat. Isi jenis bisnis, apakah termasuk korporat atau perorangan. Jika perorangan, kamu perlu memverifikasi data pribadi seperti KTP atau passport. Kamu juga harus mengunggah foto KTP dalam format .pdf, .jpeg, .jpg, atau .png. Pastikan ukuran *file* yang kamu unggah tidak melebihi 10 MB.

Masukkan Informasi Toko

Selanjutnya, kamu bisa mulai memasukkan informasi mengenai toko yang akan kamu jalankan, seperti nama toko, alamat toko, jenis bisnis, keterangan produk, dan lain sebagainya.



Pilih Otorisasi

Setelah selesai mengisi data toko, kamu akan masuk ke laman otorisasi. Bila sudah setuju dengan S&K TikTok Shop, lanjutkan dengan memilih "Otorisasikan."

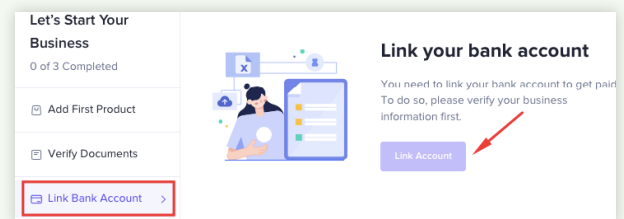
Menambahkan Produk

Saat akun TikTok Shop seller sudah berhasil dibuat, kamu bisa langsung mulai menambahkan produk yang dijual dan sebagainya. Tambahkan produk pertama yang akan kamu jual. Untuk mengunggah foto produk, lengkapi dulu deskripsi produk yang akan kamu jual. Isi nama produk, kategori, dan pilih *brand* atau tambahkan *brand* baru ke TikTok Shop.

Bila kamu ingin menambahkan *brand* baru, kamu harus mengunggah dokumen kepemilikan atau hak penjualan (kalau kamu sebagai *reseller*). Jika tidak punya, pilih saja *No brand*. Kamu bisa mengunggah hingga maksimal 9 foto. TikTok juga menyarankan untuk mengupload foto dengan rasio 1:1 agar gambar bisa terlihat dengan lebih jelas.

Hubungkan ke rekening bank

Satu hal penting yang jangan sampai kamu lupakan adalah menghubungkan rekening bank dengan TikTok Shop. Caranya yaitu dengan kembali ke homepage, pilih opsi *Link Bank Account* lalu klik *Link Account*. Lanjutkan ke proses selanjutnya hingga selesai untuk menautkan rekening ke TikTok Shop.



Dengan begitu, proses pendaftaran sebagai TikTok Shop seller sudah selesai dan kamu bisa langsung mulai berjualan.



Strategi Bikin *Brand* Kamu Viral!

Pada masa berkembangnya digitalisasi bisnis seperti sekarang ini, mampu membuat konten tentang sebuah produk dari *brand* dan menjadi viral adalah sebuah pencapaian yang sangat memuaskan bagi para pelaku bisnis *online*.

Viral artinya konten tersebut berhasil disaksikan oleh banyak orang di *platform* media sosial. Sudah banyak *success story* mengenai beberapa pelaku bisnis yang mendapatkan banyak keuntungan karena konten yang mereka buat menjadi viral.

Lantas, bagaimana sih caranya supaya *brand* kamu bisa ikut viral?

Perlihatkan Keunikan *Brand*

Memiliki keunikan tersendiri di antara banyaknya produk serupa dari *brand* kompetitor pastinya menjadi sebuah nilai jual yang mampu menarik minat audiens. Perlihatkan keunikan dari *brand* milikmu melalui konten yang kamu buat untuk promosi media *online*. Hal ini nantinya akan menarik rasa ingin tahu dari para calon pembeli yang melihatnya.



Gunakan Promosi Iklan Berbayar

Mengeluarkan biaya untuk memperkenalkan *brand* tentunya bukan suatu beban yang besar. Apalagi bila akhirnya keuntungan yang bisa kamu dapatkan berlipat-lipat. Kamu bisa mulai menggunakan layanan iklan berbayar yang sudah disediakan oleh masing-masing *platform* media sosial untuk membuat *brand* milikmu menjadi viral.

Tingkatkan konten *brand* mu di Facebook, Instagram, TikTok dan lainnya. Tenang, iklan berbayar yang ada di media sosial tidak semahal biaya iklan untuk media elektronik. Kamu juga akan lebih mudah menentukan target pembeli dan berapa besar target yang mau kamu jangkau.

Up to Date Tren Media Sosial

Dengan perkembangan teknologi dan cepatnya penyebaran informasi di media sosial, membuat sebuah *brand* menjadi viral sebenarnya cukup mudah dan tidak membutuhkan waktu yang lama.

Beberapa waktu yang lalu, Instagram atau Facebook merupakan dua *platform* yang mampu memberikan keuntungan bagi para pemilik bisnis melalui fitur-fitur canggihnya untuk pembuatan konten. Sekarang, ada TikTok yang memiliki tingkat *engagement* tinggi di Indonesia.

Banyak pemilik bisnis yang beralih menjadi pengguna TikTok dan membuat konten viral menggunakan TikTok. Faktanya, *platform* ini ternyata memang berhasil membuat banyak video viral, termasuk dari beberapa *brand* ternama. Hal ini membuktikan bahwa kamu pun bisa mencoba melakukan cara tersebut. Buatlah konten video yang asyik dan seru untuk ditonton di TikTok, saat nantinya *brand* milikmu menjadi viral, keuntungan akan datang berlimpah.





Manfaatkan *Endorsement*

Menggunakan jasa para *influencer* media sosial untuk memasarkan *brand* yang kamu miliki merupakan salah satu cara untuk menjadi viral. Bila kamu merasa produk kamu unik dan pastinya mampu membayar biaya *endorsement*, tidak ada salahnya untuk mencoba cara ini.

Jumlah *followers* yang banyak dari para *influencer* secara otomatis menjadikan konten *brand* kamu tersebut dilihat oleh banyak orang. Kesempatan untuk menjadi viral pun terbuka lebar.

Nah, bagaimana? Ternyata mudah sekali bukan menjadikan *brand* kamu viral?



Tips Banjir Orderan *Online*

Tujuan utama seorang pemilik bisnis *online* tentu saja untuk mendapatkan orderan dalam jumlah banyak yang berujung pada meningkatnya pendapatan dan keuntungan.

Namun, menaikkan jumlah orderan pun ternyata tidak mudah. Seorang pebisnis yang jeli pastinya memahami bahwa untuk meningkatkan angka penjualan, bukan hanya faktor internal saja yang harus diperhatikan, melainkan juga faktor eksternal.

Supaya lebih jelas, berikut beberapa tips banjir orderan *online* yang bisa kamu terapkan pada bisnis milikmu.

Ketahui Target Pasar

Jumlah order akan membanjir bila kamu mampu menemukan pasar yang tepat untuk menjual produkmu.

Karena itulah, sebelum memulai memasarkan produk, sebaiknya kamu pahami dulu pasar seperti apa yang akan kamu tuju.

Misalnya, produk yang kamu jual adalah kosmetik untuk usia remaja, maka bisa dibilang target pasarmu adalah remaja dengan rentang usia 15-20 tahun.

Dengan begitu, kamu akan lebih mudah memasarkan produk dan mengembangkan bisnismu ke depannya.



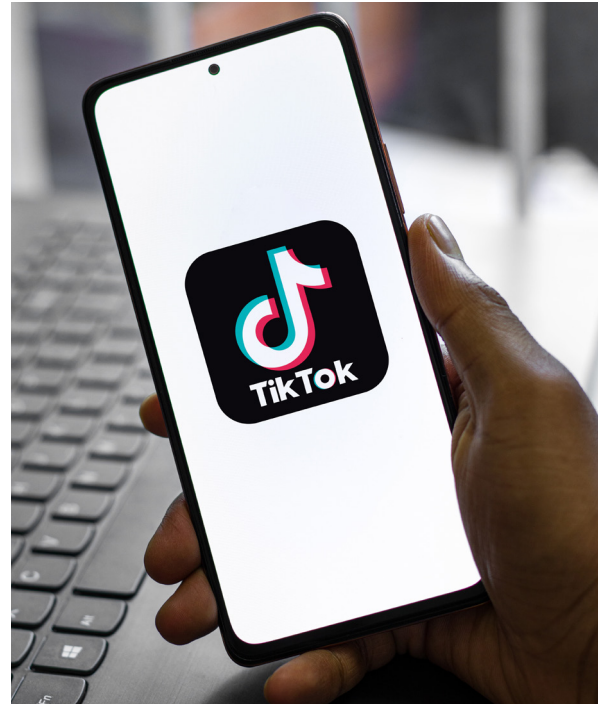
Maksimalkan Penggunaan Media Sosial

Ada banyak *platform* media sosial yang bisa kamu manfaatkan untuk memasarkan produk, salah satunya adalah TikTok yang menyediakan berbagai fitur yang bisa membantu kamu dalam pemasaran produk.

Dengan berbagai keuntungan dan manfaat yang bisa didapat, cobalah untuk membuat akun toko *online* milikmu di TikTok, misalnya. Buatlah konten video yang menarik agar bisa menembus *For You Page (FYP)*. Kamu juga bisa memanfaatkan fitur *Live* untuk bisa berinteraksi langsung dengan para pembeli. Usahakan untuk selalu aktif atau paling tidak memasang jam operasional dengan tepat pada deskripsi toko *online* agar tidak membingungkan calon pembeli.

Memasang Iklan Online

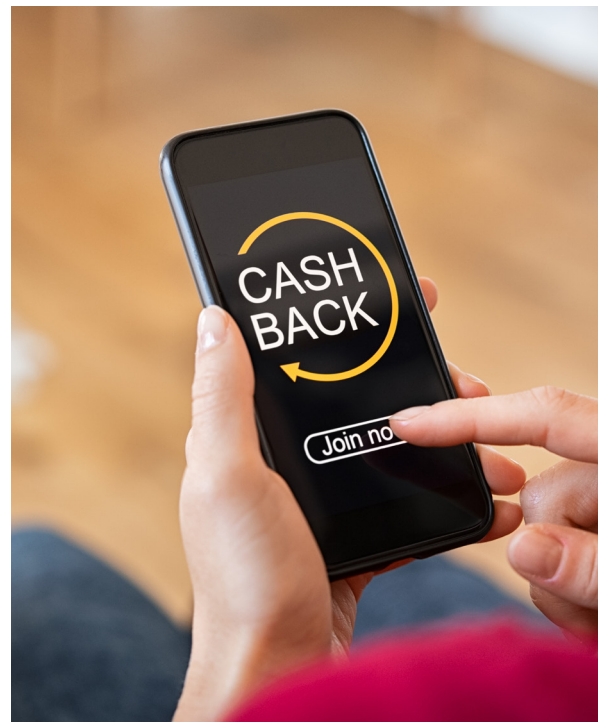
Selain memaksimalkan orderan dari pembuatan konten, kamu juga bisa langsung memanfaatkan fitur iklan yang ada di beberapa *platform* media sosial. Iklan *online* bukan hanya bisa meningkatkan *brand awareness*, melainkan juga bisa membuat kamu kebanjiran order. Meskipun membutuhkan modal untuk memasang iklan *online*, percayalah, bahwa hasil yang akan kamu dapatkan pun setimpal.



Berikan Promo yang Menarik

Memberikan promo memang diyakini mampu menjadi solusi untuk meningkatkan angka penjualan. Namun, kamu juga tidak sembarangan menggelar promo. Gunakan strategi pemasaran dengan promo yang rapi dan sudah dihitung dengan cermat.

Jangan sampai konsumen hanya membeli produkmu di momen-momen spesial promo saja. Hal seperti ini nantinya malah akan merugikan bisnismu karena perhitungan keuangan yang tidak stabil.





Menjaga Hubungan Baik dengan Konsumen

Salah satu faktor eksternal yang tadi sudah sedikit disinggung adalah cara menjaga hubungan baik antara pihak pemilik bisnis *online* dengan para konsumennya. Kedengarannya mudah, ya? Padahal penerapannya tidak semudah itu.

Beberapa hal yang bisa kamu lakukan dalam menjaga hubungan baik dengan konsumen, antara lain adalah dengan memahami keinginan dan kebutuhan konsumen, kemudian mau mendengarkan keluhan serta masukan dari mereka untuk produk yang kamu jual. Kamu juga bisa berkomunikasi dan berinteraksi dengan para konsumen melalui fitur-fitur yang ada di *platform* media sosial, seperti *direct message* atau *live*.

“
Jika hal-hal di atas sudah kamu lakukan, kebanjiran order pun bukan hanya angan-angan. Semuanya bisa terwujud.
”

Tingkatkan Penjualan dengan Pasang Iklan *Online*



Memilih untuk menjalankan bisnis *online*, artinya kamu juga siap beradaptasi dan mengikuti perkembangan yang ada di dunia digital, termasuk dalam hal pemasaran produk demi meningkatkan angka penjualan.

Beberapa tahun belakangan, banyak pemilik bisnis *online* yang memilih iklan *online* untuk meningkatkan angka penjualan. Iklan *online* yang biasa mereka gunakan ada bermacam-macam, karena memang ada banyak media sosial yang menyediakan layanan beriklan ini. Sebut saja, Facebook Ads, Instagram Ads, sampai dengan Google Ads.

Paling baru, ada layanan iklan yang disediakan oleh TikTok, atau yang dikenal dengan nama TikTok Ads. Memasuki tahun 2020 yang lalu, layanan iklan *online* ini mulai dikenal dan langsung mendapatkan perhatian dari banyak pemilik bisnis *online*.

Cara Pemasangan TikTok Ads

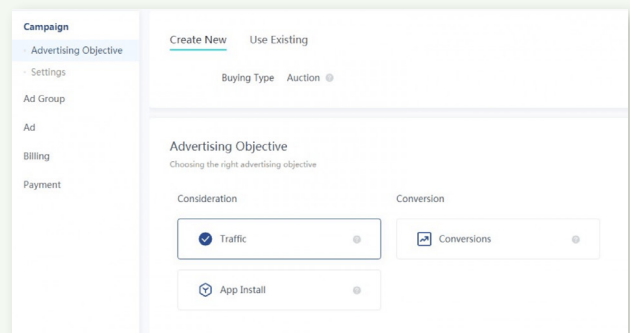
Sama seperti iklan yang ada pada media sosial lainnya, konsep TikTok Ads pun meminta kamu untuk terlebih dahulu memiliki akun TikTok. Kamu bisa memulainya dengan mengakses laman TikTok Ads di <https://ads.tiktok.com/> pada browser milikmu.



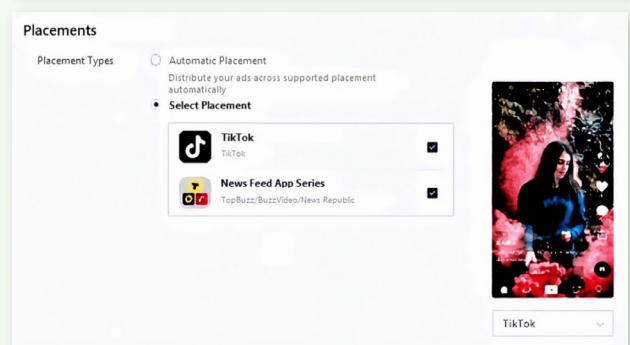
Langkah-langkah berikutnya sebagai berikut:

- Buatlah akun Tiktok Ads
- Klik “Create an Ad Button” yang ada di pojok kanan layar
- Pilihlah menu “Campaign” yang tertera kemudian pilih “Create” untuk membuat Tiktok Ads.
- Isilah nama tampilan, gambar serta hal-hal lain sesuai kolom yang sudah disediakan untuk iklanmu.
- Tentukanlah jadwal dan anggaran biaya iklanmu.

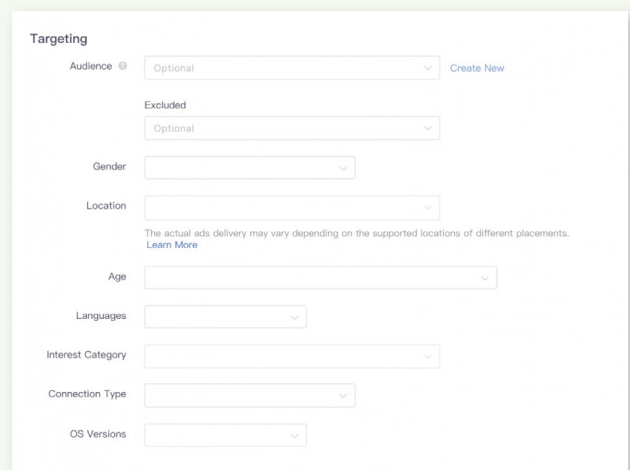
Setelah semuanya kamu atur dengan benar, selanjutnya hanya menunggu persetujuan dari TikTok mengenai iklan tersebut. Apabila TikTok menyetujui, Iklan kamu akan langsung terlihat di *dashboard*. Biasanya waktu maksimal untuk mendapatkan konfirmasi adalah 48 jam atau 2 hari.



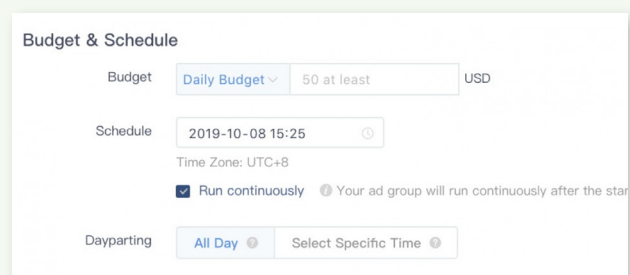
The screenshot shows the 'Advertising Objective' selection screen in the TikTok Ads interface. On the left, a sidebar lists 'Campaign', 'Advertising Objective', 'Settings', 'Ad Group', 'Ad', 'Billing', and 'Payment'. The main area has tabs for 'Create New' and 'Use Existing'. Below these is a 'Buying Type' dropdown set to 'Auction'. The 'Advertising Objective' section is titled 'Choosing the right advertising objective' and has two columns: 'Consideration' and 'Conversion'. Under 'Consideration', 'Traffic' is selected with a checkmark, and 'App Install' is also visible. Under 'Conversion', 'Conversions' is visible.



The screenshot shows the 'Placements' selection screen. It has a 'Placement Types' section with 'Automatic Placement' (Distribute your ads across supported placement automatically) and 'Select Placement'. Under 'Select Placement', there are two options: 'TikTok' (with a checkmark) and 'News Feed App Series' (with a checkmark). To the right, there is a preview of a video ad showing a person in a red and black outfit. At the bottom right, there is a 'TikTok' dropdown menu.



The screenshot shows the 'Targeting' screen. It has a 'Audience' dropdown set to 'Optional' and a 'Create New' link. Below this is an 'Excluded' dropdown set to 'Optional'. There are several other dropdown menus: 'Gender', 'Location', 'Age', 'Languages', 'Interest Category', 'Connection Type', and 'OS Versions'. A note states: 'The actual ads delivery may vary depending on the supported locations of different placements. [Learn More](#)'.



The screenshot shows the 'Budget & Schedule' screen. It has a 'Budget' section with a 'Daily Budget' dropdown and a text input field set to '50 at least' with a 'USD' currency selector. Below this is a 'Schedule' section with a date and time picker set to '2019-10-08 15:25' and a 'Time Zone' dropdown set to 'UTC+8'. There is a checkbox for 'Run continuously' which is checked, and a note: 'Your ad group will run continuously after the start'. At the bottom, there is a 'Dayparting' section with an 'All Day' dropdown and a 'Select Specific Time' dropdown.

Jenis-jenis TikTok Ads

Terdapat beberapa jenis iklan di TikTok yang bisa kamu pilih sesuai dengan kebutuhan, di antaranya adalah *pre-roll* serta *in-feed ads*, *promoted hashtag challenges*, dan *brand takeover*.

In-Feed Ads

Jenis iklan ini ditempatkan di bagian bawah video TikTok. Biasanya memang sering digunakan oleh banyak orang karena harganya lebih terjangkau.

Brand Takeover

Iklan ini akan mengambil layar pengguna sepenuhnya dalam beberapa detik saat pertama kali kamu atau pengguna TikTok membuka aplikasi. Setelah itu, iklan akan hilang dan berubah menjadi *In-Feed Ads*.

Promoted Hashtag challenge

Jenis iklan ini muncul di halaman *Discovery*. Biasanya iklan ini akan mendorong pengguna untuk melakukan tantangan (*challenge*) yang sedang viral di TikTok.

Biaya Pemasangan Iklan di TikTok



Di TikTok Ads, terdapat dua pilihan penayangan iklan, yaitu secara harian dan total (*lifetime*). Pilihan penayangan ini tentunya berpengaruh pada biaya yang harus kamu keluarkan.

TikTok memang mematok harga yang lumayan tinggi untuk jenis penayangan iklan *lifetime*, yaitu sekitar sebesar USD 500 atau kira-kira sekitar Rp6 - 7 juta. Namun, kalau ternyata bisnismu masih dalam kategori industri kecil, jangan khawatir. Kamu masih bisa ikut memasang iklan di TikTok dengan pilihan penayangan harian. Biayanya cukup terjangkau, kurang lebih sekitar Rp200 ribu saja.

Dashboard TikTok Ads

Dashboard TikTok Ads dikenal cukup user friendly bagi pengguna media sosial. Ada beberapa pilihan menu yang bisa membantu kamu membuat iklan. Kamu bisa memilih konten yang sudah ada. Namun, bisa juga membuatnya dari nol, yaitu mulai dari penentuan nama iklan, detail iklan hingga bagaimana kamu akan melacak laporan iklan.

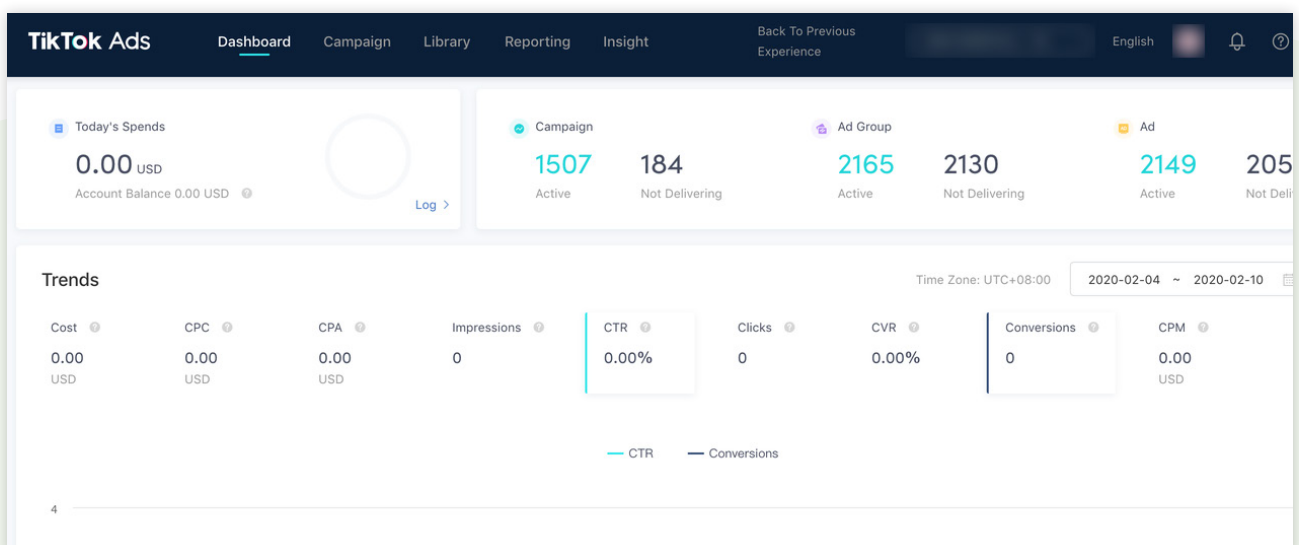
Ada menu *Ad Setup*, yang berisi pengaturan dasar jenis iklan yang akan kamu tampilkan. Jika kamu ingin iklan muncul hanya di aplikasi TikTok (bukan pihak ketiga), pastikan kamu menggunakan video, bukan gambar.

Jika kamu memilih gambar atau *Single Image*, iklanmu mungkin tidak akan tampil di aplikasi TikTok, tapi di aplikasi pihak ketiga yang bekerja sama dengan TikTok, seperti TopBuzz, BuzzVideo, News Republic, BaBe, atau Pangle.

Kemudian, ada menu *Ad Details*. Menu inilah tempat kamu mengatur detail konten iklan yang akan muncul. Kamu bisa memilih untuk menambahkan *file* dari perangkatmu, dari *library* TikTok yang kamu miliki, atau membuat video TikTok baru dengan durasi 15 - 60 detik.

Kamu bisa menentukan *display name* untuk *brand*-mu, teks iklan, jenis CTA, dan URL yang mengarahkan ke produkmu. Jika kamu ingin mencari ide untuk teks iklan, kamu bisa memanfaatkan fitur Smart Text yang akan menampilkan ide *caption* berdasarkan industri bisnis, bahasa, dan kata kunci utama.

Terdapat juga menu preview di sebelah kanan untuk kamu memeriksa bagaimana tampilan iklanmu.





Meningkatkan Penjualan dengan Beriklan *Online*

Lalu, bagaimana cara meningkatkan penjualan toko *online* dengan iklan tersebut? Pertama, pastikan bahwa kamu memang sudah memahami penggunaan *dashboard* TikTok dengan baik sehingga bisa memaksimalkan penggunaannya.

Jika ternyata kamu adalah orang yang tidak memiliki banyak waktu untuk membuat konten iklan dan berkreasi dengan hal tersebut, jangan khawatir. TikTok menyediakan fitur yang memungkinkan kamu untuk bisa melakukan pengaturan iklan secara otomatis dalam memilihkan lokasi atau tempat meletakkan iklan.

Fitur ini dinilai dapat membantu memastikan *platform* terbaik dan tepat untuk iklan yang kamu pasang. Dengan memanfaatkan fitur tersebut, proses pemasangan iklan pun jadi lebih efektif dan efisien.

“Bila cara memasarkan produk sudah kamu pilih dengan yang praktis, efisien, dan juga modern, meningkatkan angka penjualan pun rasanya menjadi suatu hal yang tidak terlalu sulit, kan?”

aplikasi wirausaha

majoo

APLIKASI WIRAUSAHA LENGKAP KELOLA BISNIS JADI MAJOO

Kasir Online

Akuntansi

Aplikasi CRM

Aplikasi Owner

Karyawan

Inventori

Analisa Bisnis

Toko Online



Grab
Food



Bisa buat
toko online-mu
sendiri!

**DIPAKAI LEBIH DARI 30.000 WIRAUSAHA
HOTLINE 24 JAM
SUPPORT TEKNISI DI 60 KOTA**



Brand Lokal yang Sukses Berjualan di TikTok

TikTok, yang dulunya dikenal sebagai *platform* atau aplikasi tempatnya orang-orang menikmati musik dengan goyangan, kini menyediakan layanan dan beberapa fitur yang bisa membantu mengembangkan sebuah bisnis *online*.

Apakah lantas semua orang bisa percaya dan yakin bahwa TikTok bisa membawa keuntungan bagi bisnis mereka? Tentu saja tidak. Tidak bisa dimungkiri, ada sebagian orang yang masih memandang TikTok dengan sebelah mata. Tak sedikit pula pemilik *online shop* yang masih ragu untuk memanfaatkan TikTok sebagai sarana pemasaran mereka.

Namun, ternyata ada beberapa *brand* lokal yang membuktikan bahwa mereka mampu benar-benar meraih kesuksesan setelah berjualan di TikTok. Kesuksesan yang artinya angka penjualan mereka ada di tingkat tertinggi dan berpengaruh pada keuntungan yang mereka dapatkan.

Apa saja *brand* lokal tersebut?



1

Queensha

Sejak menggunakan TikTok sebagai media pemasaran produk mereka, Queensha mengklaim bahwa mereka mengalami kenaikan penjualan sebesar lebih dari 70 persen per bulan. Sebuah angka yang sangat fantastis, kan?

Dengan menjual berbagai produk kecantikan dan fashion, Queensha berhasil mempromosikan dan menjual produknya ke seluruh wilayah di Indonesia hanya dalam hitungan bulan melalui TikTok.



2

Mad for Makeup

Sebenarnya, Mad For Makeup baru saja mulai bergabung menjadi pengguna TikTok. Tepatnya, mereka mulai berpartisipasi dengan menjual dan memasarkan produk di TikTok sejak awal 2021 lewat penggunaan hashtag *#BiarKece*.

Lalu, bagaimana hasilnya? Ya, dalam beberapa bulan saja, mereka sudah berhasil meningkatkan *engagement* dan memiliki video promosi yang ditonton sampai lebih dari 621 ribu kali.



3

Binar Academy

Binar Academy sebenarnya bukan merupakan salah satu *brand* yang menjual produk seperti kosmetik atau perlengkapan fashion. Binar Academy adalah salah satu lembaga pendidikan IT.

Pihak manajemen dan pemasaran Binar Academy ternyata cukup jeli melihat peluang memasarkan jasa mereka melalui konten video TikTok. Sejak bergabung di TikTok pada Februari 2021, Binar Academy sudah berhasil menarik minat penonton dari berbagai usia, mulai 18-34 tahun.

4

Nutrishe

Nutrishe adalah salah satu *brand* yang menjual produk kosmetik. Nutrishe bergabung menjadi *seller* di TikTok Shop pada akhir Maret 2021 yang lalu.

Ternyata, *brand* kosmetik lokal ini mengalami peningkatan penjualan produk sampai 3x lipat di bulan pertamanya bergabung menjadi pengguna TikTok. Hebat sekali, bukan? Bahkan, salah satu konten video yang pernah mereka unggah mendapat views sampai di angka 8 juta.

NUTRISHE

Dari beberapa *brand* lokal yang sukses berjualan di TikTok tadi, sebenarnya bisa kita simpulkan bahwa meski tergolong *platform* baru, tapi TikTok sudah terbukti bisa dimanfaatkan sebagai media promosi dan pemasaran produk yang efektif dan juga efisien.

Salah satu alasan kenapa pemasaran produk di TikTok dianggap cukup efektif mungkin karena jumlah penggunanya yang sangat besar di Indonesia. Selain itu, ada peluang besar penonton yang ada di *platform* TikTok ini berpotensi untuk berubah menjadi pembeli setelah menyaksikan konten-konten video promosi yang ada. Tertarik untuk mencoba? Yuk!

Mulai #langkahmajoo-mu

PT Majoo Teknologi Indonesia

majooplaza

Jl. Prapanca Raya No.25
Jakarta Selatan • DKI Jakarta • 12160



Hotline majoo care
1500-460



majoo.id

Follow us:

-  @majoo.indonesia
-  @majooindonesia
-  Revolusi majoo
-  majoo indonesia
-  @majooindonesia

