

Pelanggan Sudah Membeli, Tapi **Tidak Kembali?** Begini Cara Mendorong **Repeat Order**



Daftar Isi

Daftar Isi	1
Jangan Berhenti Setelah Transaksi	2
Mulai dari Pelanggan yang Sudah Ada	2
Beri Alasan untuk Kembali Membeli	2
Hubungi Pelanggan, tetapi Jangan Selalu Berjualan	3
Coba Praktikkan Hari Ini	3
Jangan Lupa Mengukur Hasilnya	3
Pelanggan Lama Bisa Membawa Pelanggan Baru	4
Sumber Referensi	4

Pelanggan Sudah Membeli, Tapi Tidak Kembali?

Mendapatkan pembeli baru tentu penting bagi setiap pelaku usaha. Namun, membuat pelanggan kembali membeli juga perlu menjadi perhatian. Bagi UMKM, IKM, pedagang pasar, dan pemilik toko, pelanggan lama dapat menjadi aset penting bagi keberlanjutan usaha. Kepuasan pelanggan dapat mendorong pembelian ulang dan rekomendasi kepada konsumen lain.

Jangan Berhenti Setelah Transaksi

Kesalahan yang sering terjadi adalah menganggap transaksi selesai ketika barang sudah dibayar. Padahal, pengalaman pelanggan setelah pembelian turut menentukan keputusan berikutnya. Karena itu, coba evaluasi tiga hal sederhana: **produk, pelayanan, dan kemudahan membeli kembali.**

Apakah kualitas produk tetap sama? Apakah pelanggan mendapatkan pelayanan yang baik? Apakah mereka mudah melakukan pemesanan berikutnya?

Jawaban dari pertanyaan tersebut dapat menjadi titik awal untuk memperbaiki pengalaman pelanggan.

Mulai dari Pelanggan yang Sudah Ada

Sebelum membuat promosi baru, coba lihat pelanggan yang pernah membeli selama satu hingga tiga bulan terakhir. Catat nama pelanggan, produk yang dibeli, waktu pembelian, dan frekuensi transaksinya. Pencatatan sederhana dapat dilakukan melalui buku, spreadsheet, atau aplikasi yang sudah dimiliki.

Cara ini membantu pelaku usaha mengetahui pelanggan yang berpotensi melakukan pembelian ulang. Pengelolaan hubungan pelanggan juga dapat dilakukan melalui WhatsApp, survei sederhana, komunitas pelanggan, atau program referral.

Beri Alasan untuk Kembali Membeli

Pelanggan membutuhkan alasan yang jelas untuk kembali. Alasannya tidak selalu harus berupa diskon besar. Pelaku usaha dapat menawarkan **paket hemat, bonus pembelian, produk pelengkap, atau keuntungan khusus pelanggan lama.**

Misalnya, pedagang kue dapat memberikan bonus setelah pembelian tertentu. Pedagang pasar dapat menawarkan paket belanja kebutuhan mingguan.

Sementara itu, IKM dapat memberikan keuntungan khusus untuk pelanggan yang melakukan pemesanan berikutnya. Program loyalitas sebaiknya tetap disesuaikan dengan kemampuan usaha dan tidak mengurangi keuntungan secara berlebihan.

Hubungi Pelanggan, tetapi Jangan Selalu Berjualan

Komunikasi setelah transaksi dapat membantu menjaga hubungan dengan pelanggan. Namun, hindari mengirim pesan promosi setiap saat. Sesekali, tanyakan pengalaman mereka setelah menggunakan produk. Tanyakan pula apakah ada bagian yang perlu diperbaiki.

Pelaku usaha juga dapat memberikan informasi yang benar-benar bermanfaat bagi pelanggan. Hubungan yang terjaga dengan baik dapat membuka peluang pembelian ulang sekaligus rekomendasi kepada orang lain.

Coba Praktikkan Hari Ini

Tidak perlu menunggu memiliki sistem pelanggan yang canggih. Mulailah dengan langkah sederhana berikut.

1. Pilih 20 pelanggan terakhir.

Catat nama dan produk yang pernah mereka beli.

2. Kelompokkan berdasarkan produk.

Cari produk yang paling sering dibeli kembali.

3. Hubungi lima pelanggan.

Tanyakan pengalaman mereka setelah membeli produk.

4. Catat jawabannya.

Pisahkan masukan tentang produk, harga, pelayanan, dan kemudahan pembelian.

5. Buat satu perbaikan.

Pilih masukan yang paling sering muncul dan lakukan perbaikan minggu ini.

Langkah sederhana tersebut dapat menjadi awal untuk membangun kebiasaan mengelola pelanggan berdasarkan data.

Jangan Lupa Mengukur Hasilnya

Setelah strategi diterapkan, ukur apakah pelanggan benar-benar kembali membeli. Misalnya, bulan ini terdapat 100 pelanggan. Catat berapa orang yang kembali melakukan pembelian pada bulan berikutnya.

Dari catatan tersebut, pelaku usaha dapat melihat apakah pelayanan, promosi, atau program loyalitas memberikan hasil. Data sederhana juga dapat membantu menentukan produk yang perlu dipertahankan, dikembangkan, atau diperbaiki.

Pelanggan Lama Bisa Membawa Pelanggan Baru

Pelanggan yang puas tidak hanya berpotensi melakukan pembelian ulang. Mereka juga dapat merekomendasikan produk kepada keluarga, teman, atau komunitasnya.

Karena itu, membangun **repeat order** bukan sekadar mengejar transaksi berikutnya.

Tujuan akhirnya adalah menciptakan pengalaman yang membuat pelanggan merasa puas, dihargai, dan memiliki alasan untuk kembali.

Mulai hari ini, jangan hanya mencari pembeli baru. Coba lihat kembali pelanggan yang sudah pernah membeli. Bisa jadi, di situlah peluang penjualan berikutnya berada.

Sumber Referensi

- **SMEsta Kementerian UMKM**, *Cara Kreatif Meningkatkan Loyalitas Pelanggan*.
- **SMEsta Kementerian UMKM**, *7 Hal yang UKM Perlu Pahami untuk Meningkatkan Akses Pasar*.
- **SMEsta Kementerian UMKM**, *Membangun Strategi Pemasaran yang Efektif untuk Usaha Kecil Menengah*.
- **Bank Indonesia**, *Profil Bisnis Usaha Mikro, Kecil dan Menengah*.