**Mengapa Strategi Cashback Lebih Baik Dibanding Diskon?**

[](https://www.freepik.com/free-photo/beautiful-smart-business-asian-woman-smart-casual-wear-working-laptop-talking-phone-while-sitting-table-creative-office_4396315.htm)

Hallo sobat, kamu pastinya pernah melihat dong antrian panjang orang-orang untuk membeli sebuah barang yang sedang ada diskon besar-besaran atau promo cashback. Pernah gak sih kamu berpikir kenapa setiap ada promo orang-orang rela mengantri bahkan ada yang sampai berjam-jam? atau bahkan kamu pernah ada di posisi itu hehe.

Kita sebagai manusia memang selalu tertarik untuk melakukan sesuatu dengan keuntungan yang lebih termasuk dalam membeli sebuah barang. Hal itulah yang mendasari para pemilik bisnis untuk membuat strategi marketing yang bisa menarik perhatian konsumen. Salah satunya yaitu dengan strategi diskon atau promo cashback.

Namun tahukah kamu, kalau diskon atau cashback memiliki tujuan berbeda dari segi bisnis. Selain itu kalau ditanya manakah dari strategi tersebut yang lebih baik? Sebelum kita bicara tentang itu, yuk kita simak dulu perbedaan dari diskon dan cashback terlebih dahulu.

**[](https://www.freepik.com/free-photo/portrait-beautiful-young-asian-woman-with-credit-card-online-shopping_11669790.htm)**

**Perbedaan Diskon dan Cashback**

[**Diskon**](https://cashbac.com/blog/perbedaan-cashback-dengan-diskon/)merupakan potongan harga produk/ jasa tertentu yang diberikan langsung oleh penjual kepada pembeli. Ketentuan potongan harga yang diberikan bisa berupa harga, seperti diskon 30%, 50%, hingga 90%. Selain itu bisa juga bentuknya potongan nominal harga, seperti diskon 10.000, 50.000.

Karena sifatnya yang langsung diberikan, maka ketika seseorang mendapatkan diskon tertentu, harga yang harus dibayarkan bisa langsung terkurangi diskon. Misalnya, harga normal bubuk minuman kopi caffino adalah 20.000, kemudian pmendapatkan diskon 50%, maka harga yang harus dibayar adalah hanya 10.000.

Sedangkan **Cashback,** adalah sebuah **penawaran** di mana pembeli **mendapatkan pengembalian uang tunai/virtual** yang bisa didapat saat pembeli **memenuhi syarat tertentu**, seperti adanya minimal pembelian.

Bentuk cashback ini mirip dengan diskon, dimana presentase harga atau nominal harga tertentu. Bedanya, pembeli tidak langsung mendapatkan potongan harga, melainkan dapat **pengembalian uang tunai/virtual yang diberikan saat transaksi berikutnya** di kemudian hari. Hal inilah yang bisa memacu konsumen untuk melakukan **Repeat order** di lain kesempatan.

**[](https://www.freepik.com/free-photo/portrait-beautiful-young-asian-woman-with-shopping-bag_7628093.htm)**

**Kelebihan dan Kekurangan Diskon**

Salah satu kelebihan[diskon](https://cashbac.com/blog/perbedaan-cashback-dengan-diskon/) adalah sifatnya yang memberikan potongan harga secara langsung pada saat itu juga. Sehingga, di mata konsumen, keuntungan terasa lebih nyata terhadap diskon. Promo diskon juga lebih fleksibel untuk semua kalangan. Karena, biasanya diskon diberikan  untuk semua pelanggan, tanpa mensyaratkan kepemilikan kartu kredit/e-wallet tertentu.

Namun dalam segi masa berlakunya, **promo diskon umumnya berlaku lebih cepat dibanding cashback**. Terlebih, jika **stok produk yang sedikit,** tentu tidak sebanding dengan tingginya lonjakan permintaan konsumen saat mengadakan diskon.

Hal ini yang membuat kekurangan dari diskon. Karena ketika waktu promo diskon sudah habs dan ada **konsumen yang tidak sempat untuk membeli pada waktu promo menjadi kecewa**. Tapi, di mata pengusaha, hal ini juga bisa menjadi kelebihan. Sebab, dalam waktu singkat pengusaha bisa meningkatkan penjualan secara signifikan.

**[](https://www.freepik.com/free-photo/young-asian-woman-shopping-grocery-from-supermarket-cart_8314958.htm)**

**Kelebihan dan Kekurangan Cashback**

Sedangkan untuk [*Cashback*](https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=10&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwi4lpjMs4bjAhUBs48KHYvCB3cQFjAJegQIARAB&url=https%3A%2F%2Fwww.asumsi.co%2Fpost%2Fpromo-cashback-di-banyak-penyedia-aplikasi-transaksi-online-bikin-untung-apa-rugi&usg=AOvVaw1sLFhcZwmh15r9Ssq3etgD) tidak diberikan secara langsung, tapi diberikan **ketika pembelian selanjutnya, atau ditambahkan dalam bentuk tabungan/deposit**. Walaupun sifatnya tidak diberikan secara langsung, cashback tetap bisa **membuat konsumen berhemat pada transaksi berikutnya.**

Justru disini sebuah kelebihan dari cashback, karena sifatnya tidak langsung dan membuat konsumen untuk melakukan pembelian kembali. efek dari hal tersebut **akan menciptakan loyalitas konsumen** terhadap produk yang kuat dan pada akhirnya menjadi keuntungan bagi perusahaan.

Untuk kelemahan dari cashback biasanya tidak semua jenis usaha bisa menerapkan strategi ini. Sebagai contoh jika cashback diberikan secara tunai, maka pemilk bisnis harus memiliki sisem pencatatan cashback yang diterima pembeli dalam bentuk kartu member/ sejenisnya.

Atau jika kamu ingin memberikan cashback berupa uang virtual, maka kamu sebagai pengusaha harus bekerjasama dengan brand e-wallet atau kartu kredit tertentu. Pastinya tidak semua konsumen mempunyai  e-wallet/ kartu kredit tertentu, sehingga strategi ini membuat sulit diterapkan untuk semua kalangan.

**[](https://www.freepik.com/free-photo/happy-young-couple-with-shopping-bags_5449833.htm)**

**Kenapa strategi cashback bisa lebih baik dibanding diskon.**

Nah setelah kita mengetahui kelebihan dan kekurangan dari dua strategi tersebut, sekarang kita analisa kenapa cashback menjadi lebih baik di era sekarang. Kalau dari sisi konsumen, keduanya sama-sama menguntungkan, karena mereka bisa **berhemat secara langsung** (saat mendapat diskon) atau berhemat di transaksi berikutnya (saat mendapat cashback).

Namun kalau kita bicara tentang bagaimana membuat sebuah bisnis bertahan dalam jangka panjang adalah bisnis yang **bisa menjaga terus pelanggannya untuk tetap setia** bukan yang viral sejenak lalu perlahan hilang. Bahkan bila dikutip dari buku teori bisnis pareto tentang 80/20, dimana disebutkan di buku **tersebut bahwa 80% pemasukan bisnis berasal dari 20% pelanggan yang loyal**.

Melihat dari teori tersebut sangat relevan dengan strategi promo cashback, dimana potongan harga yang kembali kepada konsumen baik tunai/virtual dan bisa digunakan untuk pembelian barang berikutnya. Dengan melakukan pembelian kembali maka konsumen akan merasakan **pengalaman yang berbeda** dibanding pembelian pertama. Hal inilah yang menjadi kunci dari sisi bisnis, bila pengalaman yang dirasakan konsumen terhadap pembelian kedua baik maka tidak menutup kemungkinan akan melakukan pembelian ketiga yang mana berujung menjadi **seorang pelanggan**.

Selain itu, dalam cashback pemilik bisnis juga bisa menentukan produk mana yang mau ditingkatkan penjualannya. Misalnya, membuat promo cashback 10.000 untuk pembelian produk kopi caffino dengan minimal transaksi 50.000. Dalam syarat ketentuan penggunaan cashback tersebut bisa ditentukan “cashback hanya bisa digunakan untuk pembelian produk caffino varian kopi latte hazzelnut”. Dengan begitu konsumen tidak mempunyai pilihan untuk menggunakan cashbacknya selain melakukan pembelian produk yang sudah ditentukan.

Sekarang, sudah dibahas tentang diskon dan cashback mulai dari pengertian, kelebihan kekurangan, dan mana yang lebih baik. Tetapi ingat, sebelum kamu menggunakan strategi marketing ini. Kamu harus riset terlebih dahulu apakah bisnis kamu saat ini cocok jika mengadakan diskon atau cashback. Jangan asal adakan strategi tanpa kamu tidak tahu tujuannya dari strategi tersebut. Jadi, semoga beruntung sobat.

Sumber artikel : lunapos.id, interactive.co.id, gotoclient.com

Sumber gambar: freepik.com