

imbuhnya.

Seluruh pelayan Loka ramah dan selalu inisiatif menanyakan kebutuhan konsumen hingga menunjukkan keberadaan barang yang dicari. "Mereka juga menjual produk-produk impor, seperti Kit Kat *green tea* kesukaan saya," ujar wanita berusia 23 tahun ini.

Tapi, Esra menilai, beberapa produk yang dijual Loka lebih mahal harganya ketimbang di supermarket lain. "Saran saya, kalau bisa sering mengadakan diskon," kata wanita yang berprofesi sebagai guru sebuah sekolah swasta di Jakarta.

Pasokan dan SDM

Hingga akhir tahun ini, Mahadya berencana membuka lagi empat gerai Loka di Cibubur, Balikpapan, Semarang, dan Bogor. Sedangkan dalam lima tahun ke depan, ditargetkan mereka bisa membuka 30 gerai Loka yang berlokasi di seluruh Indonesia.

Namun, Surja bilang, sebagai supermarket premium, Loka tidak akan membuka banyak gerai di satu kota. Pemilihan lokasi gerai disesuaikan dengan target segmen Loka, yaitu di sekitar permukiman masyarakat kelas menengah-atas.

Dalam membangun toko ritel sendiri, menurut Surja, ada dua faktor penentu keberhasilan sekaligus tantangan yang dihadapi. Yaitu, pengadaan produk dan kesiapan sumberdaya manusia (SDM).

Ia menilai salah satu faktor penentu bisnis ritel adalah bagian *merchandising*, yakni bagian yang bertugas mencari ragam dan jenis produk yang dijual

berikut pihak pemasoknya. Tak heran, tim *merchandising* Mahadya memerlukan waktu sekitar satu tahun untuk pengadaan barang dagangannya sebelum gerai Loka siap beroperasi.

Demi mencukupi 15.000 item produk yang diujakannya, Mahadya menggandeng sekitar 500 pemasok dari berbagai daerah. Yang membedakan dengan peritel lain sekaligus jadi daya tarik di mata pemasok, Mahadya tidak memungut *listing fee*. "Kami dan pemasok bekerjasama dengan sistem *win-win*," imbuh Irzan.

Yang penting, pemasok harus memenuhi tiga persyaratan: standar kualitas, harga yang bersaing dan kontinuitas alias keberlangsungan pasokan. Makanya, tim Loka kerap turun ke daerah-daerah untuk mencari produk dan pemasoknya.

Di sisi lain, Surja mengakui, tantangan terbesar masuk ke bisnis ritel kelas menengah-atas adalah menyiapkan SDM yang berkualitas bagus. Maklum, membidik segmen menengah-atas memerlukan standar layanan berkualitas di semua lini, bukan cuma di bagian layanan pelanggan.

Agar bisa menciptakan standar layanan berkualitas, Loka perlu mengubah pola pikir karyawannya melalui pelatihan selama dua bulan. Surja mencontohkan, untuk mencari SDM yang menguasai daging terhitung sulit. "Kami perlu SDM yang tidak hanya ahli soal daging, tapi juga cara penyajiannya," tandasnya.

Ya, itulah "seni" repotnya mendirikan usaha ritel kelas premium sendiri ketimbang membeli lisensi waralaba yang sudah eksis. □

Refleksi

Plutokrasi dan Krisis Global



Jennie M. Xue
Penulis buku-buku best-seller, pebisnis dan pengajar di Silicon Valley, California, Amerika Serikat

Para plutokrat dunia sudah semakin menyadari bahwa krisis global hanya bisa diselesaikan dengan memperkecil jurang keseimbangan alias ekualitas (*inequality*). Plutokrat Nick Hanauer termasuk dalam 0,1% orang terkaya di dunia. Ia dan para mitranya memiliki berbagai perusahaan, termasuk bank dan institusi finansial, dan beberapa rumah besar dan perahu *yacht*.

Dengan mata hati (*conscience*) yang peka terhadap penderitaan orang lain, Hanauer termasuk salah seorang dari segelintir plutokrat yang memperingatkan kita semua bahwa "bahaya segera datang", mengingat jurang ekualitas semakin melebar.

Lihat saja, pada tahun 1980-an, top 1% orang di Amerika Serikat (AS) menguasai 8% perekonomian di negara tersebut, sedangkan 50% yang berada di bawah hanya menguasai 18%. Porsi kalangan atas yang menguasai perekonomian AS terus membesar. Hari ini, top 1% menguasai 20% perekonomian, sedangkan 50% kelompok masyarakat yang berada di bawah hanya menguasai 12%-13% perekonomian negara itu.

Bahkan, dalam beberapa tahun lagi, top 1% tersebut diperkirakan akan menguasai 30% perekonomian, sedangkan yang 50% di bawahnya hanya akan menguasai 6%. Luar biasa timpangnya. Berbagai bentuk revolusi akan segera menunjukkan dirinya, sebagaimana dalam Revolusi Perancis di abad ke-18.

Dalam fungsi efektif kapitalisme, sedikit ekualitas merupakan persyaratan yang menjalankan motor sebuah perekonomian. Sedangkan gambaran di masa sekarang ini sudah bukan bentuk yang sehat. Ketimpangannya sudah sangat keterlaluan.

Demikian juga di Indonesia. Ini sudah menjadi hukum alam bahwa segala ketimpangan akan selalu mencari ekuilibrium. Namun, ketika ketimpangan sudah keterlaluan, maka usaha menuju titik keseimbangan bisa jadi berbentuk revolusi yang memataikan dan berdarah. Hal tersebut tentu tidak kita inginkan untuk terjadi.

Ekualitas bukanlah harapan seorang liberal yang humanis. Ekualitas merupakan persyaratan mutlak dari kelancaran *supply* dan *demand* dalam hukum ekonomi. Bayangkan, betapa banyak produk yang dipro-

duksi oleh para plutokrat, kalau tidak bisa diserap di dalam pasar karena daya beli



masyarakat yang sangat rendah.

Piramida plutokrat jelas terancam runtuh apabila konsumen miskin. Siapa yang menjadi konsumen? Pertanyaan yang sama juga saya lontarkan kepada para produsen rokok. Dengan membunuh konsumen sendiri, bagaimana industri ini bertahan?

Ekonomi identik dengan eko-

Tanpa ekonomi yang efisien, maka hanya terjadi chaos, bukan kembali ke ekuilibrium.

sistem. Artinya, semakin sejahtera mayoritas penduduk, maka semakin baik kondisi ekonomi secara keseluruhan. Pasalnya, ekonomi yang hidup merupakan siklus yang mengulang secara berkesinambungan (*sustainable*). Jadi, bukan saling membunuh dalam arti figuratif maupun literal.

Tanpa ekonomi yang efisien, maka hanya terjadi *chaos*, bukan kembali ke ekuilibrium. Model ekonomi terkini tampaknya mengarah kepada semakin parahnya titik ketidakseimbangan tersebut.

Konsep yang usang

Kapitalisme sekarang hanya bisa bekerja apabila memberikan solusi bagi kebutuhan ma-

nusia. Perhatikan negara-negara kaya, maka ditemukan bisnis-bisnis pemberi solusi, bukan hanya manufaktur sebagai tempat *offshore outsourcing* ataupun masyarakat konsumtif belaka.

Konsep *trickle down economics* yang meyakini bahwa semakin kaya para plutokrat, maka semakin banyak pekerjaan yang bisa diciptakan sudah terbukti tidak sah. Hal yang sama terjadi pula di Indonesia. Bisakah para konglomerat yang dipercaya menciptakan begitu banyak pekerjaan menjadi kunci pengentasan kemiskinan?

Jawaban saya: tidak!

Trickle down economics merupakan konsep yang menjustifikasikan kapitalisme untuk mengambil keuntungan secara masif dalam sistem yang menguntungkan perusahaan. Sebuah perusahaan raksasa bisa saja mempekerjakan puluhan ribu pekerja yang menghasilkan upah minimum buruh (UMR), namun ini bukan berarti kesejahteraan nasional akan meningkat.

Ingat, berbagai bentuk siasat pengurangan pajak (*tax reduction*) sering dilakukan dengan mendirikan perusahaan *offshore* di negara-negara yang 'ramah' pajak (*safe heaven countries*). Praktik ini sangat mudah dilakukan di era Internet seperti sekarang ini. Belum lagi kelihaihan *tax preparer* yang bisa mencari celah untuk menguntungkan perusahaan.

Krisis global hanya bisa diatasi dengan mengurangi jurang kesenjangan antara yang top 1% atau bahkan kurang dari 1% dengan 99% atau lebih dari 99% lainnya. Bisa dimulai dengan mengakui bahwa tidak terjadi *trickle down economics* yang menguntungkan para 99%. Selain itu, bertindak agar 99% bisa mendapatkan kesempatan untuk mobilitas ke atas.

Nick Hanauer menawarkan agar ekonomi bisa lebih kompetitif dan adil (*fair*) sehingga pertumbuhan ekonomi dapat terjadi tanpa terhambat berbagai hal, seperti status sosial dan politik. Inklusivitas merupakan intinya.

Hal ini perlu dimulai dengan menghapuskan berbagai rintangan birokrasi dan ekualitas kemanusiaan, di mana manusia tidak dibedakan berdasarkan latar belakang pendidikan, agama, etnis, afiliasi seksual, dan lainnya. □

Langkah Berani sekaligus Berisiko

Ketika melihat deretan *banner* aneka warna yang mengiklankan supermarket baru Loka sepanjang jalan di kawasan Alam Sutera, akhir Agustus lalu, Natasha Tobing teringat sebuah *posting-an* foto temannya di Path. Di jejaring media sosial itu, temannya memajang foto saat berbelanja di gerai Loka. "Trolley-nya warna-warni dan lucu bentuknya," katanya.

Demi menuntaskan ketertarikannya, wanita yang akrab dipanggil Tasha ini mengunjungi gerai Loka. Alhasil, hingga kini, dia sudah empat kali berbelanja di supermarket anyar tersebut. "Saya suka *ngejus* sayur. Ternyata ada sayur dragon kale di Loka. Sayur organik juga tidak cuma satu *brand*, tapi banyak pilihan," katanya.

Meski begitu, dia menilai, masih ada beberapa barang kebutuhan sehari-hari yang tidak dijual Loka. "Seperti merek pasta gigi yang biasa saya pakai," imbuhnya.

Menurut pengamat dan praktisi manajemen Ekuslie Goestiandi, sebagai perusahaan dengan pendapatan utama berasal dari penjualan alat berat, langkah Grup Trakindo merambah sektor ritel mencakup tiga hal: berani, baik, dan berisiko. Pasalnya, bisnis ritel di luar kompetensi kelompok usaha tersebut selama ini. "Baru sama sekali bagi mereka," imbuhnya.

Lain cerita jika Grup Trakindo masuk ke bisnis pembiayaan alat berat atau jadi kontraktor pertambangan, sehingga masih terkait dengan bisnis utamanya.

Namun, di sisi lain, langkah ekspansi ke bisnis ritel tersebut juga baik. Ekuslie bilang, tidak semua pertumbuhan bisnis itu selalu meninggi. "Ini adalah cara bertumbuh dengan melebar," katanya, yaitu merambah ke sektor usaha yang sama sekali tidak terkait meski tetap mengandung risiko.

Yang jelas, menurut Ekuslie, ekspansi ke bisnis yang samasekali baru tersebut janganlah dipandang sebagai sesuatu yang aneh.

Untuk menekan risiko karena tak punya pengalaman dan kompetensi sebelumnya, maka Loka perlu persiapan baik dan eksekusi yang tajam. Misalnya, proses pembelajaran manajemen dan karyawan harus cepat agar bisa langsung bersaing dengan para pemain lama di sektor ritel. Nah, caranya dengan memilih karyawan yang sudah punya kompetensi di bidang tersebut, menata organisasi secara rapi, dan membentuk kultur organisasi.

Agar dapat bersaing dengan pemain lawas, Loka juga harus memiliki strategi unik agar menarik pelanggan. Maklum, "Sebagai konsumen, mereka punya kebebasan memilih tempat belanja yang disukai," imbuh Ekuslie. □