

Rata-rata 15.000 pengunjung setiap hari untuk masing-masing situs *oke.com* dan *globalteleshop.com*. Untuk Soundwave, angka pengunjungnya masih kecil karena baru dibuat sekitar enam bulan lalu.

Menurut saya, 15.000 kunjungan per hari adalah angka yang lumayan. Fokus kami bukan menambah jumlah kunjungan tapi memperbaiki yang sudah ada sekarang.

Misalnya melengkapi barang dagangan yang ada di situs atau menciptakan pembayaran dengan sistem *cash on delivery* (COD). Khusus pembayaran COD, kami bekerjasama dengan First Logistic. Kami juga membuat *track* alamat *e-mail* agar dapat berkomunikasi ke konsumen dengan mengirimkan informasi penawaran baru.

Perbaikan dan inovasi tersebut untuk meningkatkan pelayanan kami kepada 15.000 pengunjung yang merupakan calon pembeli di situs ini. Percuma saja kalau kami berupaya menambah pengunjung tapi stok barang tidak lengkap dan pelayanan tidak maksimal.

Potensi penjualan kami dari jumlah pengunjung juga masih potensial untuk ditingkatkan. Tipikal bisnis *e-commerce* di Indonesia selama ini, hanya 1 orang dari 100 orang pengunjung alias 1% yang belanja di situs tersebut. Untuk perusahaan pemula, angka 0,5% saja sudah lumayan. Sedangkan ukuran kami lebih kurang seperti itu. Artinya, kami masih memiliki potensi untuk tumbuh.

Ekspektasi pemegang saham cukup tinggi kepada perusahaan yang resmi beroperasi pada Januari 2015 ini. Kontribusi penjualan Trikonsel yang melau-

lui jalur *online* sejauh ini masih di bawah 10%. Dalam beberapa tahun ke depan, kami ingin menumbuhkan porsi penjualan *online* bagi omzet Trikonsel hingga 20%-30%.

Tapi, untuk target tahun pertama, tidak akan sebesar itu. Saya cuma menargetkan dapat tumbuh secara signifikan.

Bisnis *e-commerce* juga memiliki kendala, seperti minimnya sumberdaya manusia (SDM) yang mengerti dan paham betul soal bisnis ini. Kami tak punya banyak pilihan untuk mencari talenta karyawan di bidang *merchandising* atau *digital marketing*.

Jadi, kami menjalankan bisnis ini dengan lebih mengandalkan rekrutan lulusan baru universitas terbaru. Para lulusan baru tersebut harus dilatih selama beberapa bulan. Jika sudah nyaman, masih ada potensi dibajak perusahaan *e-commerce* lain yang saat ini banyak bermunculan di Indonesia.

Makanya, selama memimpin perusahaan yang paling penting adalah bagaimana menyamakan visi dan persepsi soal *e-commerce*. Maklum, sejauh ini karyawan kami kebanyakan berasal dari karyawan induk usaha yang belum terbiasa dengan bisnis *e-commerce*. Saya juga menekankan kepada mereka agar terus belajar hal yang baru soal bisnis ini.

Solusi lain meningkatkan SDM, saya sering mengundang agensi periklanan digital atau konsultan digital untuk membantu mengajarkan para karyawan termasuk saya sendiri. Terlebih, para karyawan perusahaan ini harus belajar dengan pengalaman sendirinya alias *learning by doing*. □

Refleksi

Nabi Baru Kapitalisme

Setiap agama, mazhab politik, dan merek mengandalkan *storytelling* untuk menyampaikan pesan-pesan mereka kepada masyarakat luas. Bahkan, setiap peradaban hukum menggunakan bukti-bukti yang dikemas sesuai dengan bahasa dan aturan beracara dalam hukum.

Dalam bisnis, studi kasus merupakan salah satu bentuk *storytelling* yang unik. Tidak semua *story* hanya merupakan runtutan kronologis ala memoar, tapi penuh dengan berbagai variabel analisis dan *insight* pembelajaran. Namun, suatu narasi yang berhasil merupakan acuan yang berarti.

Analisis yang mengandalkan otak kiri dan pembelajaran visual yang diolah di otak kanan merupakan alunan pendulum yang membentuk spektrum. Narasi bekerja di antara keduanya. Inilah yang merupakan kekuatan otak manusia.

Dalam dunia bisnis, para eksekutif dan *entrepreneur* yang telah mencapai posisi *personal branding* tertinggi, seperti Jack Welch, Ted Turner, Hugh Hefner, Warren Buffet, Jeff Bezos, dan lainnya dikenal sebagai para legendaris bisnis.

Sedangkan "nabi bisnis" merupakan terminologi yang diciptakan oleh Nicole Aschoff dalam bukunya berjudul *The New Prophets of Capital*.

Aschoff mengingatkan kembali pendapat para sosiolog, yaitu Luc Boltanski dan Eva Chiapello.

Boltanski dan Chiapello menyatakan bahwa kapital membutuhkan struktur yang didukung oleh berbagai norma dan nilai yang diangkat dari kultur. Nah, empat nabi baru kapitalis yang perlu kita kenal dengan cukup baik adalah Sheryl Sandberg, John Mackey, Oprah Winfrey, dan Bill Gates.

Mengapa mereka dijuluki sebagai nabi?

Pasalnya, mereka bukan hanya pencipta produk dan pemasar ulung, namun mereka juga merupakan pembaharu standar atmosfer berbisnis yang positif. Bahkan, mereka juga memperbaiki nilai-nilai yang berbasis kebaikan dan kemanusiaan.

Selain itu, mereka memperbaharui struktur pengelolaan kapital dalam dunia bisnis.

Konsep "nabi" dari Max Weber mengena bagi mereka.

Pasalnya, nabi menurut Weber adalah individu kharismatik yang mempunyai panggilan hati untuk memupuk doktrin baru sehingga hidup menjadi lebih bermakna dan dunia menjadi lebih baik.

Konsep ini nampaknya memang filosofis, namun pengaruhnya bisa dirasakan dengan hati dan pikiran. Efek mereka bukan berasal dari keberhasilan publikitas bela-



Jennie M. Xue

Kolumnis internasional, serial entrepreneur dan pengajar bisnis berbasis di California, AS. www.jennieuxue.com

ka, namun juga dari ketulusan dalam membangun peradaban manusia yang lebih berbudaya.

Dunia bisnis pasca resesi yang dimulai tahun 2007-2008 silam membutuhkan penyejuk hati yang ekstra. Pada tahun 2013, *Gallup Poll* menyatakan bahwa 80% warga Amerika Serikat (AS) masih mempunyai kekhawatiran terhadap situasi finansial mereka di masa mendatang. Kondisi tersebut memberikan tempat bagi narasi-narasi "ekonomi baru" yang menawarkan harapan terhadap adanya kestabilan finansial di masa depan.

Berbagai bentuk "ekonomi baru" yang bisa disebutkan adalah seperti *conscious capital-*

Mereka tetap menjalankan kapitalisme klasik yang mencari keuntungan.

ism, *creative capitalism*, dan *sustainable capitalism*. Ada pula *equitable capitalism*, *philanthrocapitalism*, *ecocapitalism*, *social capitalism*, dan *inclusive capitalism*.

Bentuk-bentuk ekonomi baru itu diperkenalkan dengan berbagai varian. Diseminasi pesan-pesan tersebut dilakukan dengan serius dan penuh ketulusan kalau dilihat oleh masyarakat dari luar.

Solusi bagi kapitalisme

Gaya penyampaian ala "nabi" seperti itu dapat kita diamati dari Oprah Winfrey dan Melinda Gates. Dua wanita ini merupakan filantropis, yang langsung memberikan contoh tanpa terkesan menggurui. Mereka memberikan solusi baru, bagi kapitalisme yang oleh banyak orang dianggap semakin tidak punya hati.

Para nabi baru kapitalisme tersebut tetap menjalankan kapitalisme klasik, yaitu mencari keuntungan sebagai pemilik kapital. Namun, mereka masing-masing mempunyai unsur plus bagi kemanusiaan.

Sheryl Sandberg, *Chief Operating Officer* Google, misalnya, sangat memberikan inspirasi dan memotivasi para perempuan dalam menjalankan hidup profesional yang sejalan dengan prinsip-prinsip feminisme. Meskipun, hal yang disampaikannya ini mungkin belum bisa memastikan tercapainya kesetaraan itu sepenuhnya.

Chief Executive Officer (CEO) Whole Foods, John Mackey, menggunakan model *conscious capitalism* yang menghargai para pemasok lokal. Namun, dia juga belum berhasil memastikan kapitalisme bisa berjalan tanpa samasekali melakukan eksploitasi lingkungan yang berlebihan.

Adapun Oprah Winfrey dengan "kapitalisme spiritual" yang diusungnya memberikan inspirasi bagi setiap individu untuk menjadi insan sukses finansial dan spiritual. Namun, tampaknya Oprah juga gagal dalam memperhatikan unsur-unsur makro di luar diri individu yang mikro, sehingga seakan-akan setiap individu mempunyai tanggungjawab atas kesuksesannya sendiri. Padahal, struktur sosial, politik, dan ekonomi juga turut memegang peranan dalam kesuksesan seseorang.

Bill Gates, dengan Bill and Melinda Gates Foundation, memposisikan diri sebagai *troubleshooter* kelas dunia yang siap membantu kapan saja dan di mana saja. Hal ini membawa pesan implisit bahwa uang merupakan solusi untuk berbagai yang adidaya bagi segala macam masalah.

Para nabi baru kapitalis ini memang tidak sempurna. Namun, kehadiran mereka cukup mewarnai kapitalisme agar mampu membawa peradaban manusia ke arah yang lebih positif. □

Melakoni Aneka Profesi Sejak SMA

Dalam meniti karier di dunia bisnis, Direktur Utama PT Trikonsel Internet Media (TIMI) Andreas Thamrin memiliki modal dari ajaran ayahnya. Hermes Thamrin, pendiri PT Global Teleshop Tbk, mengajarkan kepada anaknya untuk bekerja dan berwirausaha sejak remaja.

Tak heran, Andreas mengaku sudah mulai bekerja saat duduk di bangku sekolah menengah atas (SMA) di Australia. "Sejak umur 15 tahun saya sudah bekerja," katanya. Pekerjaan yang dilakoninya bermacam-macam, mulai dari membagikan brosur, petugas *entry data* hingga bekerja di restoran cepat saji.

Tahun 1999, Andreas memberanikan diri menjalankan bisnisnya sendiri. Saat itu, pria lulusan University of New South Wales dan University of Technology, Sydney, ini melihat peluang membuka toko penjualan CD gim komputer secara *online*. Dalam mewujudkan ide tersebut, dia mengajak tiga orang temannya. "Saya adalah *reseller* pertama yang membuka toko *online* penjualan gim komputer di Australia," klaim Andreas.

Ia menjelaskan, mampu menjalankan bisnis penjualan gim komputer secara *online* karena sistem distribusi penjualan di Australia cukup jelas selama memenuhi syarat sebagai badan usaha. Alhasil, Andreas tinggal mencari pihak distributor gim komputer tersebut.

Saat itu, dengan modal A\$ 65, harga pasaran CD gim komputer itu ke tangan konsumen sebesar A\$ 90 per keping. "Tapi karena saya menjual secara *online* dan tidak keluar biaya sewa toko, maka saya dapat menjual CD gim tersebut seharga A\$ 80," katanya. Tak heran, barang dagangan Andreas laris. Usahanya pun berkembang dengan menjual CD gim konsol Xbox dan Playstation.

Setelah menjual bisnis tersebut tahun 2006, Andreas merintis lagi bisnis baru, yaitu, menjadi diler perusahaan operator telekomunikasi yang baru beroperasi di Australia, yakni Hutchison (Three/3) Australia.

Ia memulai bisnis ini dengan membuka satu toko di Sydney. "Saya tertarik menjadi diler Three karena mereka baru masuk di bisnis tersebut. Jadi, margin komisinya besar," katanya.

Dengan menjadi diler Hutchison, Andreas harus mencari konsumen yang mau mendapatkan ponsel gratis dengan syarat mau berlangganan layanan Hutchison selama dua tahun. Untuk menggaet pelanggan, dia menjalankan sistem jemput bola. Para pelajar Indonesia yang berada di Australia dibujuknya untuk menjadi pelanggan Hutchison. "Saya berhasil mengembangkan bisnis yang awalnya satu toko dan akhirnya menjadi 18 toko," kenang Andreas. □

