

donesia mendorong Grab harus menetapkan standar baru. "Kami sudah tumbuh sedemikian besar. Awalnya hanya melayani pemesanan taksi lewat aplikasi, sekarang sangat berkembang," ujar Ridzki.

Kini, Grab sudah beroperasi di 28 kota di Asia Tenggara. Di Indonesia, Grab melayani pemesanan transportasi untuk pelanggan di Padang, Jabodetabek, Bandung, Surabaya, dan Bali. Sepanjang 2015 lalu, Grab mencatatkan pertumbuhan yang tinggi. Untuk GrabCar, pertumbuhannya sebesar 35%

Pelanggan Grab bisa membayar dengan menggunakan kartu kredit atau kartu debit.

per bulan dan GrabBike mencapai 75% di Asia Tenggara.

Ridzki mengklaim pengendaraan aktif Grab sebanyak 200.000 orang. Diakses oleh 11 juta perangkat berbasis iOS, Android, dan BlackBerry, saban hari Grab melayani 1,5 juta transaksi pemesanan transportasi. Dengan populasi sebanyak 620 juta jiwa, Asia Tenggara punya potensi besar untuk bisnis Grab. Potensinya bahkan mencapai US\$ 25 miliar untuk layanan taksi, mobil, ojek, dan kurir di kawasan tersebut.

Tahun ini, Grab menargetkan pangsa pasar sebesar 50% untuk ojek berbasis aplikasi *online* di Indonesia. Cuma, Ridzki tak menyebutkan pangsa yang sudah dicapai selama ini. Untuk memenuhi target itu, Grab terus merekrut pengemudi secara reguler. Terakhir kali mereka melakukan rekrutmen besar-besaran ialah tahun lalu. Saat itu, Grab merekrut ribuan pe-

ngemudi ojek yang baru.

Untuk mengimbangi pertumbuhan yang pesat dari layanan aplikasi pemesanan transportasi ini, Ridzki menambahkan, Grab selalu mengembangkan teknologi mereka. Grab punya Divisi Research & Development yang tersebar di Singapura, Beijing (China), dan Seattle (Amerika Serikat). "Organisasi yang solid juga jadi kunci kami untuk memberikan yang terbaik untuk pelanggan," tegasnya.

Pembayaran tunai

Kebalikan dari Grab, Uber tengah menguji coba cara pembayaran tunai untuk pelanggan mereka. Untuk wilayah Asia Tenggara, cara pembayaran tunai hadir di beberapa negara, seperti Indonesia, Filipina, Thailand, dan Vietnam. Pengguna hanya perlu memilih opsi pembayaran Cash, lalu membayar tunai kepada pengemudi Uber di akhir perjalanan.

Karun Arya, Kepala Komunikasi Uber Asia Tenggara, menyatakan, pembayaran tunai sangat diminati oleh masyarakat di Jakarta. Makanya, Uber berencana menyediakan fitur ini. "Tujuan kami adalah menyediakan layanan transportasi yang aman, terjangkau, dan terpercaya kepada siapa pun dan di mana pun, hanya dengan satu sentuhan jari," tuturnya.

Pertumbuhan bisnis Uber di Indonesia mengalami peningkatan 30 kali lipat dalam beberapa tahun terakhir. Inilah yang membuat perusahaan asal Amerika Serikat ini menyediakan beragam solusi baru bagi kebutuhan pengunanya.

Berhubung masih dalam tahap uji coba, tidak semua pengguna Uber bisa menikmati fasilitas pembayaran tunai. "Layanan pembayaran tunai ini akan secara bertahap mulai diberlakukan ke semua pengendara kami dalam beberapa minggu ke depan," janji Arya.

Refleksi

ADHD atau Multipotensi



svlgott

Dalam artikel terdahulu berjudul *Melek Kesehatan Mental dan Psikis (Harian KONTAN, 30 Oktober 2015)*, penulis mendeskripsikan ciri-ciri mereka yang mempunyai kondisi *attention deficit disorder* (ADD) dan *attention deficit hyperactivity disorder* (ADHD). Di Amerika Serikat, sekitar 4% hingga 5% orang dewasa dan 60% anak-anak ber-kondisi ADD/ADHD.

Dikutip dari artikel penulis di atas, ADD dan ADHD ditandai dengan tidak bisa diam alias bicara terus, bergerak terus, gonta-ganti topik pembicaraan terus, dan sering berganti pikiran. Banyak hal dilakukan orang ber-kondisi ADD/ADHD secara spontan tanpa pertimbangan matang. Bahkan, mereka berganti pikiran secara tiba-tiba setelah lama direncanakan. Dalam bisnis dan komunikasi, individu ber-ADD/ADHD cukup mengganggu dan memerlukan terapi profesional.

Dalam artikel kali ini, penulis ingin membahas perbedaan ADD/ADHD dan multipotensi. Jika anggota tim Anda mempunyai ciri-ciri ADD/ADHD, maka sebaiknya ditangani dengan terapi psikologi profesional. Tujuannya, agar bisa kembali berkarya dan berguna bagi tim, tempat kerja, dan masyarakat. Namun, kalau ternyata anggota tim Anda memiliki multipotensi, ini adalah berkat luar biasa yang sebaiknya diasah dengan baik. Sehingga, optimalisasi inovasi bisa dicapai.

Seorang multipotensi yang dibarengi dengan IQ yang tinggi, bisa jadi adalah seorang jenius atau *above average person* yang punya daya ubah sebagai *agent of change* yang sangat baik. Tentu saja, dengan asumsi kedewasaan emosional (EQ) yang dimiliki juga baik.

Seseorang yang mempunyai kondisi ADD/ADHD bukanlah seseorang yang memiliki intelektual rendah atau *low IQ*. Tapi, cara otaknya bekerja berbeda, sehingga kemampuan belajar dan berkonsentrasi juga berbeda dari orang kebanyakan. Perhatikan penulis gunakan istilah "berbeda," bukan "lebih buruk/rendah." Cukup banyak mereka



Jennie M. Xue, Kolumnis Internasional dan Pengajar Bisnis, tinggal di California, AS, www.jennixue.com

yang ber-kondisi ADD/ADHD meraih sukses dalam hidup dan karier. Sebab, mereka mengelolanya dengan baik.

Melek psikis

Bila seorang anggota tim Anda banyak melakukan kesalahan yang berhubungan dengan salah membaca, salah menyebut waktu, hari, atau

Dalam bisnis dan komunikasi, individu ber-kondisi ADD/ADHD cukup mengganggu.

tempat, berganti-ganti pikiran dan kemauan dalam sekejap, serta berganti-ganti aktivitas pada saat ia perlu konsentrasi penuh akan satu hal, maka ia mempunyai kerja otak seseorang ber-kondisi ADD.

Anda pasti pernah menemukan seseorang yang baru membaca satu halaman saja sudah lelah. Dan, ia sering kali melakukan berbagai hal bersamaan seperti mengetik pesan teks di *smartphone*, namun belum selesai sudah ditinggal. Lalu, ia menjawab e-mail atau melpon sambil makan siang. Makan siangnya pun ditinggal dan telepon dihentikan, padahal teks di

smartphone juga masih belum selesai. Ketika ditanya jam berapa, ia menjawab "jam 5 lewat 10 menit". Padahal, yang sebenarnya adalah jam 10 lewat 5 menit. Ini adalah ciri-ciri seseorang ber-kondisi ADD.

Menurut para pakar psikologi, layar monitor otak mereka tidak satu namun beberapa, sehingga ketika semua kanal menyala bak acara televisi, ia perlu pindah-pindah kanal. Akibatnya, tidak satu pun acara televisi yang selesai dari awal hingga akhir. Sedangkan yang tidak ber-kondisi ADD, biasanya hanya punya satu layar monitor di otaknya. Sehingga, apa yang tampak di layar, itulah yang dikerjakan hingga selesai.

Seorang multipotensi (MP) berbeda dari seorang ber-kondisi ADD/ADHD. Seorang MP mempunyai beberapa minat yang sama besarnya, bahkan ia dalam dengan serius hingga tingkat mahir. Seorang MP sering kali distigma punya kondisi ADD/ADHD, padahal ini sangat berbeda. Seseorang dengan kondisi ADD/ADHD tidak bisa berkonsentrasi untuk jangka waktu cukup lama, seperti beberapa jam tanpa merasa gelisah dan berpindah aktivitas. Tidak bisa diam, istilahnya.

Seorang ber-kondisi ADD/ADHD sulit berada dalam kondisi *flow*, suatu istilah Psikologi Positif di mana kita mengalir dalam suatu aktivitas secara mendalam tanpa peduli waktu dan sekitarnya. Tidak bisa khuyuk, istilah awamnya.

Sedangkan seorang MP bisa sangat menekuni sesuatu dengan sangat fokus hingga ia lupa waktu dan lupa makan. Namun, ia punya beberapa minat yang sama dalamnya. Misalnya, seorang pebisnis yang juga pandai memainkan alat musik, pandai menulis, dan juga dikenal sebagai komposer.

Nah, ketika Anda dihadapkan dengan seorang anggota tim, kenali lebih dulu, apakah ia ber-kondisi ADD/ADHD atau seorang MP? Semakin Anda melek akan kondisi mental dan psikis seseorang, maka semakin baik Anda dalam mengelola tim. *The right person at the right place.*

Bagaikan Proses Anti-Penuaan

Meski masih beroperasi secara terbatas alias hanya di beberapa kota di Indonesia, layanan aplikasi pemesanan transportasi umum perlahan menjadi kebutuhan bagi sebagian masyarakat. Tak heran, bila para pemain di bisnis ini terus melancarkan jurus jitu untuk menggaet pelanggan lebih banyak lagi.

GrabTaxi, misalnya, yang berganti nama menjadi Grab. Handito Joewono, pengamat *marketing management*, menyambut positif langkah *rebranding* Grab ini. Menurutnya, ini bukan sekadar ganti nama, juga bagian dari konsep pengembangan model bisnis. "Ketika ia mengubah nama, bisnis modelnya juga berubah," ujarnya. Perubahan ini menunjukkan, Grab ingin meningkatkan potensi dan valuasi bisnisnya, seiring dengan tambahan layanan, seperti GrabWork dan GrabPay.

Sejatinya, Handito menuturkan, ada beberapa alasan perusahaan melakukan *rebranding*. Ambil contoh, untuk memunculkan bisnis baru, merek baru, atau model bisnis yang baru. Untuk bisnis digital, valuasi terbesar ada pada *brand* serta sistem operasinya. "Kalau keduanya dikuasai, pengembangan bisnis berjalan dengan lebih cepat," ujar ketua Dewan Pakar Asosiasi Digital Entrepreneur Indonesia (ADEI) ini.

Handito mengibaratkan *rebranding* bagaikan proses *anti-aging* dalam bidang kesehatan dan kecantikan. Dengan *rebranding*, masyarakat bisa memperbaharui pengenalan terhadap Grab. Namun, sama seperti proses anti-penuaan pada manusia, tentu *rebranding* tak bisa dilakukan terlalu sering. "Orang tidak datang ke klinik *anti-aging* setiap hari karena pasti mahal dan risikonya malah lebih tinggi," ungkap Handito.

Yang jelas, langkah *rebranding* juga menjadi nilai tambah Grab dibanding layanan aplikasi pemesanan serupa, seperti Uber atau Go-Jek. Tapi, Handito menambahkan, *brand* lain pun bisa mengambil strategi yang serupa. Dus, tidak hanya menambah fitur atau layanan, *rebranding* menolong perusahaan untuk meremajakan dirinya. "Ini jadi daya tarik tersendiri bagi masyarakat," tambah Handito. Beda dengan bisnis konvensional yang butuh tiga tahun, dia optimistis, pada bisnis digital proses *rebranding* bisa diterima pelanggan dalam setahun.