

rang-barang incaran yang dijual di gerai *offline* tersebut.

Oh, iya, laiknya mal, MAP EMALL bukan cuma menyediakan kebutuhan *fashion*. Ada kanal untuk produk olahraga, anak-anak, kecantikan, dan perjalanan. Tak ketinggalan kebutuhan rumahtangga, mulai kasur, perlengkapan dapur, hingga dekorasi rumah.

Merek-merek yang ditawarkan di MAP EMALL membidik segmen yang selama ini jadi sasaran pasar Mitra Adiperkasa, yaitu menengah ke atas. "Kami bukan cuma menjual barang, juga memberi inspirasi gaya hidup," kata Fetty.

**Kontribusi masih kecil**

Lalu, berapa investasi Mitra Adiperkasa untuk mengibarkan bendera MAP EMALL? Susiana Latif, *Chief Financial Officer* Mitra Adiperkasa, bilang, investasi perusahaannya untuk lini baru ini tidak terlalu besar lantaran masih perdana. "Kami masih ingin melihat respons pasar dulu," ujarnya yang enggan menyebut angka pasti.

Yang jelas, Mitra Adiperkasa memiliki alokasi belanja modal sebanyak Rp 500 miliar untuk tahun ini. Kelak, ketika respons pasar sudah cukup bagus, setidaknya di tahun-tahun awal kebutuhan belanja modal akan lebih spesifik mereka siapkan. Untuk tahun depan, Mitra Adiperkasa berancang-ancang menyisihkan sekitar 20% dari total belanja modal untuk mengembangkan MAP EMALL.

Tak hanya modal kerja yang belum jor-joran, target yang dibebankan kepada MAP EMALL pun belum besar. Fetty mengungkapkan, untuk tahun 2016, kontribusi MAP EMALL masih di bawah perkiraan kontribusi jangka panjang yang ditetapkan oleh Mitra Adiperkasa yakni 8%-10%. Artinya, sumbangannya masih di bawah 8% untuk beberapa tahun ke depan.

Info saja, tahun lalu Mitra Adiperkasa mencetak penjualan mencapai Rp 12,6 triliun. Adapun untuk tahun ini, perusahaan yang dirintis Boyke Ghazali dan Sjamsul Nursalim ini menargetkan penjualannya bisa tumbuh hingga 10%.

Nah, agar MAP EMALL berhasil menjaring pembelanja dunia maya yang lebih gampang membandingkan harga dengan toko sebelah, mereka royal menebar diskon. Salah satu caranya dengan menggandeng Standard Chartered Bank (Standard Chart). Melalui kerjasama ini, pemegang kartu kredit Standard Chart yang berbelanja di MAP EMALL bisa menikmati diskon 15% untuk semua produk.

**Tahun depan Mitra Adiperkasa menyisihkan 20% belanja modal untuk mengembangkan MAP EMALL.**

Diskon juga berlaku untuk aneka macam barang yang mereka jual. Ambil contoh, untuk lini *fashion*, pembelian produk merek Mango bisa mendapat diskon hingga 70%. Untuk sepatu olahraga merek Adidas, diskon yang dipatok mencapai 20%.

Fetty memastikan, semua produk yang dijual di MAP EMALL adalah barang asli. Dus, konsumen tidak perlu khawatir kecele. Bagaimanapun, masalah kepercayaan adalah penting dalam bisnis *online*. Harga produk di MAP EMALL juga sama dengan di gerai fisik.

Dengan segala trik itu, MAP EMALL berharap mampu menembus persaingan bisnis *e-commerce* di tanah air. □

**Butuh Keunikan agar Segmen Meluas**

**Langkah** PT Mitra Adiperkasa Tbk menerjuni lini *e-commerce* melalui MAP EMALL cukup menarik perhatian. Maklum, Mitra Adiperkasa adalah salah satu pemain sektor ritel yang cukup terkemuka lewat kehadiran gerai-gerai premium.

Di mata pengamat manajemen pemasaran, peluncuran MAP EMALL adalah sekadar langkah Mitra Adiperkasa untuk melengkapi portofolio bisnis mereka. Perkembangan *e-commerce* di tanah air yang semakin tak terbendung tak bisa lagi diabaikan. Di masa depan, bukan tidak mungkin keberadaan gerai fisik akan semakin terpinggirkan oleh kemudahan berbelanja *online*. "Seperti di negara maju, di mana perkembangan *e-commerce* benar-benar menggeser gerai fisik," ujar Erlinda Yunus, pengamat manajemen pemasaran dari PPM Manajemen.

Daniel Saputra, pengamat manajemen pemasaran, menambahkan, perusahaan ritel seperti Mitra Adiperkasa mau tidak mau dipaksa masuk agar tidak tergilas oleh pelaku *e-commerce* yang sudah lebih mapan, seperti Zalora atau Lazada. Namun, bukan berarti langkah ini tidak positif. Sebab, kehadiran MAP EMALL tetap bisa memberikan nilai tambah, terutama bagi konsumen yang sudah melek terhadap merek. Konsumen yang menjadi penggemar setia merek-merek yang ada dalam naungan Mitra Adiperkasa bisa lebih leluasa membeli produk itu.

Hanya, Daniel mengingatkan, MAP EMALL harus menawarkan keunikan dibandingkan dengan *e-commerce* lain, selain dari sisi kualitas produk dan pilihan merek. Bila tidak, tentu akan sulit bagi MAP EMALL untuk memperluas segmen pembeli. "Kalau cuma mengincar konsumen yang sudah akrab dengan MAP, hasilnya enggak bakal maksimal," kata dia.

Masalahnya, untuk membidik semua segmen, strategi yang umum digunakan adalah *pricing*. Daniel sangsi MAP EMALL bisa unggul bila bermain di strategi harga. Maklum, para pesaing mereka sudah unggul dari sisi harga yang lebih terjangkau. Nah, saran Daniel, dalam setahun ke depan MAP EMALL harus fokus menghadirkan program unik atau diskon secara berkala demi menarik minat konsumen di luar konsumen loyalnya. "Kalau tidak, saya khawatir MAP EMALL hanya dikunjungi konsumen loyal tanpa bisa memperluas segmennya," ucapnya. □

Refleksi

**Mengenali EQ Tinggi**



**I**ntelligent Quotient (IQ) bisa diukur dengan berbagai tes. Salah satu standar pengukuran IQ yang cukup dikenal adalah Stanford-Binet Original Classification (90-110 normal, 110-120 superior, 120-140 sangat superior, 140 ke atas mendekati genius atau genius). Penulis kenal beberapa individu yang hasil tes IQ-nya mencapai 140 bahkan 145. Tapi ternyata, kehidupan mereka kurang memadai dalam pencapaian akademis maupun finansial.

Memang, ada pepatah berkata, "Lebih penting EQ tinggi daripada IQ tinggi." Sayangnya, *Emotional Quotient* (EQ) tidak bisa dites dan dikuantifikasi semudah IQ. Bahkan, konsepnya sendiri masih berbau *pseudo science*. Apakah yang dimaksud dengan seseorang ber-EQ tinggi? Dan, bagaimana kita bisa mengamati EQ seseorang?

Menurut Profesor Psikologi Bisnis di University College London Dr Tomas Chamorro-Premuzic, IQ sulit berubah namun EQ bisa ditingkatkan dengan praktik dan latihan. Dengan kata lain, *coaching* bisa meningkatkan EQ sepanjang *coach*-nya mempunyai pengalaman dan memberikan *feedback* akurat. *Feedback* akurat sangat penting, mengingat tidak semua individu memiliki kemampuan menilai EQ.

Berdasarkan pengalaman *Human Resources* (HR) L'Oreal di Amerika Serikat (AS), seorang *salesperson* yang punya EQ tinggi mendapatkan omzet lebih tinggi US\$ 90.000 ketimbang tenaga pemasar yang ber-EQ rata-rata. Di sini jelas terlihat pentingnya EQ tinggi dalam kesuksesan karier. Walaupun ini merupakan generalisasi, penulis percaya bahwa mereka yang sukses di dalam masyarakat, besar kemungkinan ber-EQ tinggi sekalipun IQ-nya bisa saja tidak seberapa tinggi.

Dalam proses perekrutan pegawai, bagaimana kita bisa mengenali seseorang ber-EQ tinggi? Ujilah dengan berbagai permasalahan yang membutuhkan penyelesaian secara nyata. Ada lima elemen utama yang perlu diperhatikan dalam proses penyelesaian masalah.

*Satu*, perbuatan dan kata-kata. Apakah perbuatan seseorang sama dengan apa yang dikatakannya? Cek dan cek ulang. Tentu, ini bisa dimulai dengan rekam jejak. Apa yang tertera di *curriculum vitae* (CV) atau re-



**Jennie M. Xue**, Kolumnis Internasional dan Pengajar Bisnis, tinggal di California, AS, [www.jennixue.com](http://www.jennixue.com)

*sume* sangat mudah diverifikasi. Lakukan terhadap posisi, lama bekerja, prestasi, dan hubungan dengan kolega. Lakukan juga cek dan ricek terhadap karakter dan nilai-nilai yang dipegangnya. Tentu saja, ini memerlukan komunikasi yang cukup mendalam, tidak semata-mata dengan wawancara dan observasi sekejap.

**Mereka yang sukses di dalam masyarakat besar kemungkinan ber-EQ tinggi.**

**Orientasi tujuan**

*Dua*, hari baik dan hari buruk. Tentu, tidak setiap hari adalah hari baik bagi seseorang. Terkadang kita mengalami hari buruk, di mana prestasi kerja tidak seberapa baik. Sebaiknya hal ini mendapat perhatian, agar proses seleksi lebih objektif. Beri kesempatan memperbaiki diri dengan *benefit of the doubt*. Amati kembali hingga berkali-kali dan ambillah performa rata-rata. Ini memerlukan observasi netral dan tidak terburu-buru. Kerendahan hati untuk memberi kesempatan mengulang beberapa kali, niscaya memberikan hasil lebih akurat tentang EQ individu yang sedang diamati.

*Tiga*, orientasi tujuan. Bagaimana dengan orientasi tujuan? Apakah seseorang mudah terdistraksi? Salah satu bentuk

minimnya orientasi tujuan adalah seseorang berpindah-pindah dari satu profesi ke profesi lainnya dalam waktu singkat. Bila masih dalam bidang yang sama, berpindah tempat kerja bisa dipandang positif karena meningkatkan pendapatan dan posisi. Namun, ketika bidang kerjanya sudah berbeda jauh, ini merupakan indikator dari kurang jelasnya orientasi tujuan.

*Empat*, mengeliminasi toksin. Toksin alias racun merupakan hal-hal di luar diri kita yang dapat menurunkan prestasi, motivasi, dan konsentrasi kerja. Bisa saja bentuknya adalah individu, kondisi, situasi, maupun hal-hal lainnya. Seseorang ber-EQ tinggi mempunyai kapasitas mengeliminasi toksin-toksin tersebut dengan berbagai cara. Kinerja kerja yang positif merupakan tujuan utama dan pencapaian tujuan tidak bisa dibendung.

*Lima*, kontak dengan koneksi. Seseorang ber-EQ tinggi biasanya punya hubungan baik dengan orang-orang yang memiliki arti penting bagi profesi, karier, dan kehidupan pribadinya. Namun, ia juga berani bersikap ketika dikelilingi oleh individu-individu bernuansa toksin. Perhatikan, apakah seseorang mempunyai sahabat lama dari masa kecil dan tempat kerja lama. Semakin banyak, semakin baik.

Kemampuan seseorang ber-EQ tinggi sebenarnya cukup mudah diamati, sepanjang pengamat juga memiliki EQ memadai. Dalam tekanan, seseorang ber-EQ tinggi mempunyai kemampuan mempertahankan prestasi, bahkan memimpin rekan-rekannya. Bukan hanya motivasi mereka yang stabil, juga kemampuan mendeteksi karakter dan kehendak orang-orang di sekelilingnya.

Dalam proses merekrut para individu ber-EQ tinggi, amatilah daya fokus dan kekenyalan mental (*mental toughness*) dalam mengatasi masalah. Dua hal ini merupakan inti dari EQ seseorang, walaupun seseorang yang mempunyai gejala *attention deficit and hyperactivity disorder* (ADHD) bisa dipastikan berdaya fokus rendah.

Selamat mengamati orang-orang di sekitar Anda. Dunia penuh dengan beraneka ragam individu yang memiliki tingkat IQ dan EQ yang berbeda. Setiap individu punya tempat dan fungsi masing-masing. □