

asuransi kendaraan khususnya ban, yang sebenarnya masih tidak lazim di Indonesia.

Allianz Indonesia sejauh ini sudah memiliki produk asuransi kendaraan bernama Mobilku. Tapi, produk itu melindungi mobil secara keseluruhan, bukan cuma ban saja. Sinergi dengan BMW dalam mengenalkan jenis asuransi baru, menurut Inkes, menjadi pilihan yang tepat, menilik rekam jejak BMW sebagai salah satu pabrikan otomotif besar di dunia.

Meski demikian, menurut Inkes, Allianz tidak menutup kemungkinan melakukan kerjasama serupa dengan pabrikan otomotif lain.

Bahkan, ada kemungkinan pula mereka bisa menjual produk asuransi ban secara ritel. Pasalnya, Inkes mengakui, perusahaan asuransi saat ini tidak bisa lagi cuma mengandalkan penjualan pada produk asuransi kendaraan konvensional saja, yang menjamin kendaraan secara keseluruhan.

Di pasar mancanegara, BMW Group Tire Coverage lebih dulu tersedia. Jodie mengklaim, program *bundling* mobil plus asuransi itu di sejumlah negara berhasil meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap merek BMW dan MINI. Soalnya,

asuransi ini juga dapat dialihkan saat mobil tersebut dijual di pasar seken, tentu saja, jika masih berlaku.

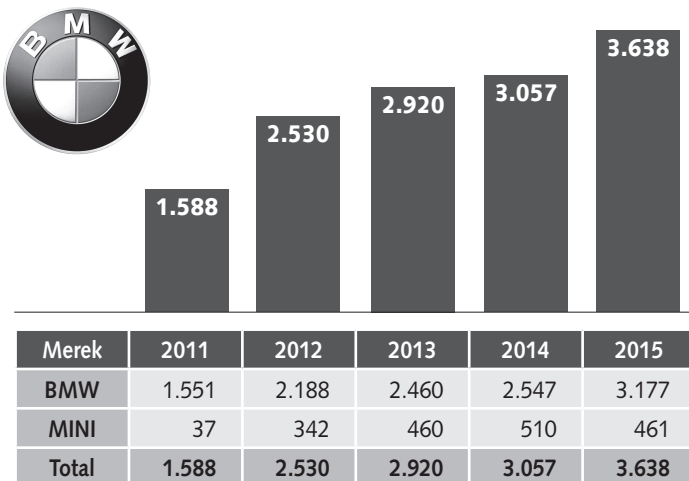
Bagaimana dengan Indonesia? Lantaran terhitung program baru, Jodie menilai, sampai sekarang hasilnya belum terlihat. "Begitu juga dengan seberapa besar pengaruhnya terhadap penjualan mobil BMW dan MINI," ujarnya.

Yang jelas, Jodie menegaskan, strategi *bundling* ini bukan semata buat proteksi, tapi mereka juga berharap iming-iming asuransi ban bisa mengerek penjualan BMW dan MINI tahun ini. Tambah lagi, BMW Group merilis model dan varian baru, seperti BMW Seri 3, All-New BMW Seri 7, All-New BMW X1, BMW M2, serta MINI Clubman, dan MINI Convertible.

Jodie cukup percaya diri. Karena tahun lalu, di saat penjualan mobil nasional anjlok, BMW Group Indonesia membukukan pertumbuhan penjualan sebesar 5,7% menjadi 3.638 unit. Perinciannya: penjualan BMW sebanyak 2.700 unit, MINI 477 unit, dan BMW Premium Selection sebesar 461 unit.

Nah, akankah asuransi bank seperti ini bisa meningkatkan penjualan BMW? Kita lihat saja nanti. □

Rapor Penjualan BMW Indonesia



Sumber: Gaikindo, BMW

Menambah Gengsi, Membuka Pasar Baru

Langkah BMW Group Indonesia berkolaborasi dengan Allianz Utama Indonesia melalui kelahiran produk asuransi ban merupakan terobosan positif. Yuswohady, pengamat *marketing management*, menilai, dua perusahaan asal Jerman itu cukup berani membuat inovasi demi menciptakan pasar baru.

Bagi BMW Group, kehadiran produk asuransi ban itu sudah tepat, menilik kelas pasar yang selama ini menjadi segmen BMW dan MINI. "Asuransi ban ini jadi kebanggaan tersendiri karena komponen ban saja diasuransikan, sehingga ada nilai emosional dan fungsional bagi *customer*," ujar Yuswohady.

Adapun buat Allianz Indonesia, kongsi dengan BMW bisa menjadi pintu masuk yang efektif untuk memasarkan produk asuransi ban mobil selanjutnya. Perlahan, masyarakat bisa digelitik ketertarikannya terhadap produk tersebut setelah selama ini tidak terpikir mengasuransikan roda mobil secara khusus. Ke depan, bisa saja bermunculan asuransi-asuransi yang mengkaver bagian-bagian spesifik dari mobil selain ban.

Yuswohady menganalisis, kerjasama BMW Group dan Allianz Indonesia bisa dilihat sebagai strategi mereka dalam mengetes pasar. Prediksi dia, setelah dua tahun atau tiga tahun berjalan dan hasilnya oke, ada kemungkinan pasar asuransi ban mobil bakal melebar. Misalnya, penjualan asuransi ban mobil pada para pembeli BMW atau MINI sebelum tahun 2016. Pabrikan mobil premium lain, seperti Ferrari atau Lamborghini, pun ada kemungkinan ikut *nyemplung* ke produk ini.

Senada seirama, menurut Daniel Saputro, pengamat *marketing management*, asuransi ban mobil tepat dengan segmen pasar yang dibidik oleh BMW Group. Kendati cuma fitur tambahan, ini menjadi nilai lebih karena baru BMW Group yang memiliki asuransi ban. Namun, keberadaan fitur asuransi ban tidak akan terlalu memengaruhi keputusan seseorang dalam membeli BMW dan MINI. "Ibarat menginap di hotel mewah lalu diberikan es jeruk, ya, terima saja," kata Daniel beranalogi. □

Refleksi

Pandai, Pintar, dan Etika Kerja



Seseorang yang pandai belum tentu pintar dan belum tentu beretika kerja baik. Seseorang yang pintar, bisa jadi belum tentu pandai, namun beretika kerja baik. Pilih yang mana? Idealnya, seseorang itu pandai, pintar, dan beretika kerja baik. Faktanya, memiliki ketiga-tiganya sekaligus cukup langka. Sudah cukup baik bila memiliki dua unsur tersebut di dalam satu individu. Jika berhasil mempekerjakan seseorang dengan tiga elemen itu, artinya Anda menang *jackpot*.

Yang dimaksud dengan pandai di sini lebih mengarah kepada kecerdasan, keahlian, dan keterampilan teknis, seperti matematika, komputer, akuntansi, dan teknikal. Di sekolah, seorang murid yang pandai biasanya nilai-nilainya bagus. Sukses dalam pendidikan formal dan pelatihan teknikal merupakan indikator dari pandai.

Lalu, yang dimaksud dengan pintar di sini adalah kemampuan tinggi dalam kecepatan dan kecekatan bekerja, berpikir logis, serta beroperasi dengan kepemimpinan terlepas dari luas lingkungannya. Sukses dalam memimpin dan mengelola sesuatu maupun sekelompok orang ialah indikator pintar.

Sedangkan yang dimaksud dengan etika kerja baik adalah tanggungjawab moral tinggi terhadap pekerjaan, tugas, dan apa pun yang sedang dikerjakannya. Sekecil apa pun tugas seseorang, ia akan menjalankan dengan sebaik mungkin. Beretika kerja baik artinya cukup baik atau sangat baik dalam hal performa kerja, yang berhubungan dengan loyalitas, ketepatan, kesungguhan, dan ketertiban. Ini merupakan beberapa indikator tingginya etika kerja. Namun, itu bukan berarti sama sekali tidak asertif atau hanya mengiyakan belaka. Asertivitas dan proaktivitas tetap dibutuhkan hingga tingkat tertentu.

Misalnya, suatu tugas diselesaikan hingga tuntas tanpa terkecuali. Selalu tepat waktu dalam pengumpulan hasil kerja. Tidak meninggalkan pos senaknya. Selalu berusaha keras mencari solusi ketika menghadapi suatu masalah. Selalu tepat waktu dan hadir di setiap pertemuan, terlepas dari cuaca hu-

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

jan, panas, atau bahkan bersalju. Menegur rekan kerja yang tidak fokus dan berani mengambil tindakan yang kurang lazim sepanjang tujuan dan hasil akhir bisa dipertahankan.

Produktivitas

Etika kerja sumber daya manusia (SDM) Indonesia secara rata-rata dikenal biasa-biasa saja alias tidak terlalu baik na-

Malas mungkin hanya mitos, namun faktor ini tetap perlu diperhatikan.

mun tidak juga terlalu buruk. Hanya, untuk hal produktivitas, memang masih tidak cukup tinggi dibanding pekerja-pekerja dari Jepang, China, Singapura, dan Vietnam, misalnya.

Apakah etika kerja punya korelasi dengan produktivitas? Tentu ada. Semakin tinggi etika kerja, biasanya semakin tinggi ekspektasi dan *output* produktivitas. Etika kerja baik erat korelasinya dengan kerajinan karena seseorang yang rajin biasanya memiliki etika kerja baik. Dan, faktor malas merupakan salah satu bentuk rendahnya etika kerja yang jelas sangat erat berhubungan dengan *output*. Tapi, penggunaan terminologi malas sebenarnya *politically incorrect*, sehingga

sebaiknya tidak digunakan. Istilah yang tepat adalah *low output* alias hasil rendah atau produktivitas rendah.

Tentu saja, seseorang yang *output*-nya rendah bisa saja mempunyai masalah kesehatan fisik, mental, emosional, dan psikis. Belum tentu karena malas. Ketika masalah-masalah kesehatan tidak ditemui, malas sebagai sifat mengacu kepada kesenangan untuk berleha-leha dan tidak optimal dalam mengerjakan sesuatu. Malas mungkin hanya mitos. Namun, faktor ini tetap perlu diperhatikan. Sebab, tetap terbuka kemungkinan adanya faktor itu dalam karakter seseorang.

*Output* seseorang merupakan salah satu indikator etika kerja, kepandaian, dan kepintaran. Tapi, kita perlu berhati-hati sehingga tidak mudah melabel seseorang, seperti mereka yang *output*-nya rendah termasuk yang kurang dalam ketiga hal ini. Juga bukan berarti yang tinggi *output*-nya maka ketiga elemen ini telah teruji.

Dalam menyeleksi pegawai, kita perlu mengenali berbagai bentuk kecerdasan (*intelligences*). Tidak hanya intelektual dan emosional, juga kecerdasan dalam bekerja, memimpin, serta berhubungan dengan orang lain dalam grup kecil maupun besar. Dengan kata lain, Anda perlu mencari seseorang yang cukup pandai namun mempunyai kepintaran sekaligus etika kerja di atas rata-rata.

Mencari seorang *rising star* dalam perusahaan atau organisasi memerlukan lebih dari sekadar kemampuan menyeleksi. Idealnya, ada kemampuan untuk memberikan kesempatan belajar, agar sisi yang belum kelihatan mendapatkan tempat yang baik untuk tumbuh berkembang. Dengan semakin diasah sisi pintar dan etika kerja, kepandaian teknikal semestinya juga menjadi kian baik.

Sebagai individu, ini adalah tantangan kita semua. Bagaimana kita menjadi seseorang yang pandai secara teknikal, namun juga pintar dalam menjalankan hidup, serta beretika kerja tinggi. Sehingga, kita semakin bersahabat dengan kesuksesan. Gabungan ketiganya menjadikan Anda luar biasa. □