tuman *sound system* agar anak-anak tak kaget. Maklum, seringkali terdengar tangisan anak-anak yang kaget oleh suara keras tiba-tiba dari bioskop. "Suara disesuaikan desibelnya supaya tetap nyaman untuk pendengaran anak-anak," tutur Anthony. Saat pulang anak-anak akan mendapatkan *goodie bag* sebagai pengingat mereka pernah nonton di Cinemaxx Junior.

Hampir semua aspek diperhatikan hingga detail, termasuk makanan yang dijual di Cinemaxx Junior. Dari menu yang ditawarkan hingga kemasannya, semua didesain sesuai dengan tema anak. "Ukuran menu juga *kids meal*," kata Anthony.

**Konsep Cinemaxx Junior menyatukan dua kegiatan yakni nonton dan bermain.**

Dengan berbagai upaya ini, Cinemaxx Junior ingin pengalaman menonton benar-benar berkesan bagi anak. Setelah itu, tentu kegemaran menonton anak-anak tadi diharapkan terpupuk sampai remaja hingga menjadi pasar potensial pula bagi Cinemaxx.

Cinemaxx Junior mematok tiket Rp 100.000 per pengunjung. Harga tiket lebih mahal daripada sekedar nonton, karena menurut Anthony ada sesi bermain juga.

Cinemaxx Junior hanya memutar film genre anak-anak, tiga kali pertunjukan sehari. Jika tak ada film baru yang rilis, Cinemaxx Junior akan memutar film klasik favorit. "Kalau anak kecil nonton, enggak harus film terbaru, karena banyak juga yang belum mereka tonton," kata Anthony.

### Butuh ruang luas

Sebagai pemain terakhir dalam bisnis bioskop di tanah air, Cinemaxx Global harus unggul dalam inovasi untuk memikat pasarnya. Saat ini, selain bioskop konvensional, anak usaha Grup Lippo ini juga telah melengkapi studionya dengan Cinemaxx Gold dan Ultra XD. Cinemaxx Gold menawarkan pengalaman menonton yang lebih *luxury*, dengan kursi *reclining set*. Sementara untuk penggemar film yang ingin sensasi maksimal untuk menikmati tontonan kesukaan, mereka menghadirkan Ultra XD.

Nah, dengan Cinemaxx Junior, perusahaan yang mengoperasikan 17 komplek sinema ini ingin memperluas pasar dan mendongkrak jumlah penonton. "Boleh jadi anak-anak akan menonton di Cinemaxx Junior didampingi pengasuh, sementara orangtua mereka bisa menonton di studio yang berbeda untuk waktu sama," jelas Anthony.

Saat ini, Cinemaxx Junior baru tersedia di Maxxbox Karawaci saja. Namun, tak menutup kemungkinan hadir pula di lokasi Cinemaxx lainnya. "Kami harus lihat ruang yang tersedia di tiap cabang, karena sinema jenis ini butuh ruang 700 m$^2$," kata Anton. ❑

## Ciptakan Experience dan Early Adopter

**Dengan** Cinemaxx Junior, Asnan Furinto, pengamat dan praktisi pemasaran dari Binus University, menganggap Cinemaxx cukup jeli melihat ceruk pasar yang *niche*. Maksudnya, pasar anak-anak di perkotaan dengan daya beli orangtua cukup tinggi, yang butuh *one stop integrated amusement center*.

Tapi, tak cukup hanya memberi kepuasan konsumen dengan produk baru itu. Cinemaxx harus mampu menyajikan pengalaman berkesan untuk anak-anak dan orangtuanya. "Saat ini memang eranya *customer experience* dan *customer engagement.* Agar berhasil, harus ada pengalaman berkesan yang diciptakan," kata dosen Program DRM Binus University ini.

Makanya, keunikan memang harus ditampilkan dalam *playground* dan ruang sinema. Transisi dari *playground* ke bioskop pun mesti *seamless* dan *smooth*. "Pilihan film juga harus banyak dan dilengkapi kursi yang nyaman," ujar Asnan.

Sebagai pionir untuk bioskop anak-anak ini pula, Yuswohady, pengamat *marketing management*, menambahkan, Cinemaxx pun harus melakukan edukasi pasar dengan baik, supaya Cinemaxx Junior benar-benar bisa merangkul pasar dengan maksimal. Dalam edukasi ini, Cinemaxx kudu mampu menemukan *early adopter* atau konsumen awal yang benar-benar suka dengan berbagai layanan Cinemaxx Junior. "Ini penting, *early adopter* nantinya bisa memberi pengaruh ke orang-orang di sekitarnya, sehingga nanti dampaknya akan menjadi *mass* dengan promosi mulut ke mulut," terang Yuswohady.

Namun yang harus dicatat, Cinemaxx mesti memperhatikan sosok ibu yang lebih berperan dalam menentukan tontonan atau hiburan untuk anak. Maka, strategi *marketing* harus mengarah pada kaum ibu. "Bagaimana membuat para ibu menjadi suka dengan bioskop jenis ini," kata Yuswohady.

Lantaran harus lebih konsern pada ibu, Cinemaxx semestinya juga menetapkan strategi penetapan harga yang lebih baik. Maklum, perempuan biasanya lebih sensitif terhadap harga. Meski ada dua kegiatan sekaligus, yakni bermain dan nonton, banderol harga Rp 100.000 per tiket, menurut Yuswohady, masih cenderung mahal. Apalagi, bila dibandingkan tiket bioskop konvensional yang juga memutar film anak-anak. "Harga ini bisa jadi hambatan bagi Cinemaxx Junior," cetus dia.

Karena itu, Yuswohady bilang, untuk meminimalisir hambatan ini, Cinemaxx Junior bisa mengalah dengan menurunkan harga tiket selama beberapa waktu. Tujuannya, agar konsumen bisa menemukan *benefit* dan *value* dari bioskop baru ini. Kalau harga mahal, orang akan enggan mencoba. Bila konsumen sudah terbentuk, baru kemudian harganya disesuaikan. ❑

Refleksi

# Kekenyalan Individu & Tim

Kekenyalan merupakan inti dari ketahanan mental yang biasa disebut *mental toughness*. Bayangkan sebuah benda yang kenyal akan sulit untuk dipatahkan, dibanding kerupuk yang garing, misalnya. Semakin kenyal mental seseorang, semakin siap ia menghadapi berbagai ujian, tantangan, dan masalah. Seorang pebisnis dan eksekutif dengan kekenyalan mental tinggi merupakan atlet maraton yang mempunyai kans besar dalam mencapai garis finis.

Kekenyalan di sini penulis terjemahkan bebas dari *resilience*. Tingkat kekenyalan setiap individu, tim, organisasi, bahkan kultur berbeda-beda. Ada yang kasat mata sangat kenyal, dan ada yang tidak begitu tampak alias perlu mengalami ujian lebih dulu.

Para atlet punya tingkat kekenyalan tinggi, maka mereka memiliki ketahanan mental yang tinggi pula. Setiap profesi membutuhkan tingkat kekenyalan berbeda, sehingga spektrum warnanya sangat beragam. Seorang *salesman door-to-door*, misalnya, bisa dipastikan mempunyai tingkat kekenyalan tinggi, apalagi yang merupakan superstar penjualan.

Dalam buku *Developing Mental Toughness: Coaching Strategies to Improve Performance*, *Resilience and Well-being*, para *coach* ketahanan mental Dough Strycharczyk dan Peter Clough memperkenalkan hasil penelitian saintifik mereka yang diberi nama populer Model 4C dan 4 Fallacies. Empat pilar ketahanan mental dituangkan dalam Model 4C, sedang 4 Fallacies adalah miskonsepsi-miskonsepsinya.

Dalam riset mengenai ketahanan mental, perist psikologi Dr. Keith Earle mengidentifikasi jurang besar antara konsep-konsep literatur dengan fakta di lapangan. Sehingga, *mental toughness* sering kali hanyalah slogan-slogan kosong.

Untuk itu, Earle mengategorikan dua aliran berpikir kreatif, yaitu pola pikir konvergen dan pola pikir divergen. Yang pertama menjawab pertanyaan-pertanyaan, apakah bisa?

Sedangkan yang kedua menjawab, bagaimana asumsi diimplementasikan? Dua pola pikir ini menjadi dasar beberapa hipotesis yang diuji, dikembangkan, dan dievaluasi.

Hasil dari riset ini yang terpenting adalah: *mental toughness* bukan hanya slogan kosong, bisa diukur, dan bisa dikembangkan. Untuk itu, perlu model yang menjawab apa saja elemen-elemen ketahanan mental dan apa saja miskonsepsi-miskonsepsinya.

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

### Stamina lebih

Model 4C adalah elemen-elemen ketahanan mental:

*Pertama*, *challenge*. Tantangan merupakan kesempatan untuk naik kelas. Seorang atlet selalu menantang dirinya untuk tampil lebih baik, lebih cepat, lebih jauh, lebih tinggi, dan lebih fleksibel.

**Setiap profesi membutuhkan tingkat kekenyalan mental yang berbeda.**

*Kedua*, *confidence*. Kepercayaan akan diri sendiri yang memadai. Bedakan kepercayaan dengan kompeten. Dalam konteks ini, kepercayaan harus disertai kompetensi, walaupun seseorang yang *confidence* belum tentu kompeten.

*Ketiga*, *commitment*. Menyelesaikan sesuatu dari awal hingga akhir, tidak meninggalkannya dalam sekejap, lepas tangan, atau berubah pikiran tanpa alasan jelas mendalam berdasarkan fakta terbukti. Dalam dunia bisnis, tidak komitmen sangat mengecewakan dan menurunkan reputasi, karena merupakan cerminan akuntabilitas dan integritas.

*Keempat*, *control*. Kemampuan mengontrol nasib di tangan sendiri dalam batas-batas tertentu. Maksudnya, sepanjang suatu kondisi dan situasi bisa diperbaiki dan dipengaruhi, seseorang perlu yakin akan kemampuan mengontrol.

Kemudian, empat miskonsepsi ketahanan mental:

Miskonsepsi *pertama*, ketahanan mental lemah merupakan kekurangan. Ketahanan mental lemah bukan merupakan kekurangan dalam karakter, tapi bentuk sensitivitas individu. Dalam profesi di bidang seni, misalnya, memiliki sensitivitas tinggi (ketahanan mental lemah) adalah kelebihan yang memberi warna-warni karya. Namun idealnya, dalam sisi lain kehidupan ketahanan mental tinggi lebih efektif.

Miskonsepsi *kedua*, ketahanan mental penting untuk sukses. Ini benar namun kurang tepat. Sesungguhnya, ketahanan mental penting tidak hanya untuk sukses sesaat, tapi untuk selalu siap berkompetisi, baik secara internal maupun eksternal. Sukses merupakan hasil akhir dari ketahanan mental yang memberi bahan bakar ekstra dalam bertahan.

Miskonsepsi *ketiga*: individu bermental tangguh biasanya macho. Ini tidak benar, karena kekenyalan mental seseorang merupakan kekuatan internal yang tidak perlu dipertontonkan dengan berbagai kata-kata keras dan otot-otot baja. Kemampuan mengalahkan diri sendiri patut dimiliki siapapun tanpa kecuali. Dengan kemampuan ini, niscaya ketakutan bertindak bisa dieliminasi, sehingga integritas dan reputasi pun semakin baik.

Miskonsepsi *keempat*: individu bermental tangguh biasanya individualistis dan tidak *care*. Jika Anda perhatikan para atlet dalam regu, seperti sepak bola dan bola basket, setiap individu merupakan bagian dari tim yang kohesif, sehingga mereka sesungguhnya tangguh secara individu dan dalam satu tim.

Dalam praktik kehidupan sehari-hari dan dalam dunia bisnis, seseorang dengan ketahanan mental tinggi (*high mental toughness*) mempunyai stamina lebih dalam menghadapi berbagai tekanan. Seorang pebisnis merupakan "atlet" yang selalu siap bermaraton di dunia bisnis, baik ketika bergerak sendiri maupun dalam satu tim atau organisasi.

Latihlah mental Anda sekenyal mungkin, dengan membekali diri dengan 4C. ❑