

mampukan Unilever menjangkau lebih banyak konsumen yang ingin berbelanja bulanan dan mendapatkan rangkaian produk kebutuhan sehari-hari yang dibutuhkan tanpa harus pergi ke toko. "Unilever ingin memastikan bahwa produk kami akan tersedia di beragam channel yang mereka pilih secara offline maupun online," ujarnya.

Kerjasama ini juga merupakan upaya Unilever untuk mempersiapkan bisnisnya di masa depan. Sehingga, saat bisnis *fast moving consumer goods* (FMCG) di *e-commerce* sudah besar, Unilever sudah siap bersaing di channel tersebut.

Manajemen mengaku belum menetapkan target khusus penjualan melalui *e-commerce*. Saat ini Unilever berfokus untuk memastikan bahwa konsumen tidak hanya memiliki akses dengan mudah terhadap rangkaian produk kami yang berkualitas, tetapi juga memiliki pengalaman berbelanja yang menarik dan menyenangkan melalui program-program yang telah kami siapkan bagi konsumen di channel digital.

Manajemen Alfacart juga tidak bersedia memaparkan target penjualan produk Unilever melalui kerjasama ini. Manajemen hanya memastikan kerjasama ini akan mempertahankan dominasi penjualan produk *groceries* yang ditawarkan Alfacart.

Mengantarkan produk-produk Unilever yang dibeli konsumen. Alfacart tidak hanya akan mengandalkan pengiriman melalui kurir. Alfacart juga akan memanfaatkan Alfacart Point, pengambilan barang yang dipesan oleh pelanggan di gerai Al-

famart yang memiliki stiker Alfacart Point. Dari 12.000 gerai Alfamart, saat ini sudah sekitar 7.000 gerai terintegrasi dengan Alfacart yang memungkinkan pelanggan mengambil barang pesannya. Alfacart Point ini merupakan penerapan konsep *online to offline* yang merupakan salah satu keunggulan dari Alfacart.

Ernest menjelaskan Kerjasama antara Alfacart dengan Unilever ini juga akan diikuti dengan perluasan Alfacart Point agar jangkauan produk serta pengguna atau konsumen Alfa-

Konsumen dilarang membeli satu produk dalam jumlah besar, kecuali produk tertentu.

cart semakin banyak. Nantinya, akan ada kejutan di ulang tahun pertama Alfacart, akan ada perubahan besar-besaran di konsep O2O. Sayang, Ernest tidak bisa mengemukakan perubahan seperti apa saja yang bakal dihadirkan. Alasannya, masih menunggu hingga ulang tahun Alfacart Mei nanti.

Sementara, untuk cakupan Alfacart Point ke depan, Ernest memberi sedikit bocoran bahwa Alfacart sudah membidik beberapa daerah di luar Jawa seperti Sulawesi di kota Manado dan Makassar. Sementara, daerah lain seperti Sumatera dan Kalimantan juga masuk dalam radar Alfacart. □

Perlu Efisiensi demi Berikan Harga Murah

Bagi pengamat pemasaran, Daniel Saputro, kebijakan Alfacart untuk fokus dalam penjualan produk kebutuhan sehari-hari (*groceries*) merupakan keputusan bisnis yang tepat. Belum banyak *e-commerce* yang fokus membesarkan bisnis ini padahal permintaannya sangat besar.

Permintaan ini tumbuh seiring dengan perubahan kebiasaan masyarakat. Sekarang masyarakat semakin enggan untuk keluar rumah hanya untuk membeli satu atau dua kebutuhan sehari-hari. Masyarakat keluar rumah biasanya untuk bekerja, jalan-jalan atau membeli kebutuhan yang mendesak.

Menurut Daniel, fokus terhadap produk (*groceries*) dan menggandeng Unilever akan jadi strategi yang menguntungkan bagi kedua perusahaan. Alfacart dapat memastikan kebutuhan pelanggan akan produk *groceries* terpenuhi. Sedangkan bagi Unilever bisa menjangkau pelanggan yang lebih luas tanpa perlu mengeluarkan biaya tambahan menambah jaringan toko. "Alfacart mungkin dapat potongan harga 1%-2% karena beli langsung dari Unilever. Keuntungan dari bisnis ritel memang dalam kisaran tersebut," ujar Daniel.

Meski sudah menggandeng Unilever bukan berarti manajemen Alfacart bisa tenang-tenang saja. Alfacart juga tetap harus melakukan serangkaian efisiensi. Menggunakan kanal penjualan *online* memang salah satu bentuk efisiensi jika dibandingkan dengan bisnis konvensional. Tetapi bila dibandingkan dengan *e-commerce* lainnya bisa saja perusahaan tersebut tidak efisien.

Apalagi dalam perjanjian tersebut pasti tidak akan bersifat eksklusif. Unilever akan bekerjasama dengan *e-commerce* lain demi memperluas jangkauannya dan memperbesar penjualan. Pembedanya hanya program promosi yang diberikan.

"Bisnis ritel tetaplah bisnis yang berbiaya tinggi. Hampir 60% dari harga yang dibebankan pada pelanggan merupakan faktor biaya yang dikeluarkan. Padahal dalam bisnis *groceries* faktor harga sangat berpengaruh. Target pasar mereka adalah *mass market* yang sangat sensitif terhadap harga," ujarnya. □

Refleksi

Kendalikan Roller Coaster

Bagaimana kita mengendalikan *roller coaster* emosi tergantung dari beberapa hal, termasuk *programming* di masa kecil, kultur tempat tinggal dan bekerja, kesehatan psikis, keseimbangan hormon, dan 30 detik jeda berpikir. Kombinasi kelima elemen ini menentukan luapan emosi yang kita lontarkan dan apa yang kita simpan dalam diri.

"Menguasai" diri sering kali disebut sebagai penerapan dari *free will* alias kehendak bebas. Padahal, faktor-faktor fisiologis, psikis, dan patologis yang dimiliki seseorang membatasi dan menentukan kualitas penguasaan diri. Kita dilahirkan dengan berbagai keterbatasan fisiologis, bahkan struktur otak kita pun berbeda.

Misalnya, seseorang dengan otak bagian frontal lobe bermasalah mempunyai kecenderungan sebagai psikopat. Frontal lobe bagian otak ini terbaca sebagai daerah berwarna hitam ketika di-scan MRI. Dengan keterbatasan ini, seseorang dengan kondisi demikian sangat sulit untuk berempati terhadap orang lain. Ini membatasi keputusan-keputusannya dibandingkan dengan mereka yang tidak mempunyai masalah dengan frontal lobe otak.

Satu, *programming* di masa kecil. *Programming* di masa kanak-kanak membentuk berbagai hal, termasuk karakter di masa dewasa. Bayangkan, apabila seorang anak mengalami penganiyaan atau molestasi, dapatkah ia tumbuh sebagai orang dewasa yang sangat mempercayai orang lain? Kemungkinan besar tidak. Ia pun kemungkinan besar mempunyai masalah dalam mengatasi emosi akibat PTSD (*post traumatic syndrome disorder*) dan trauma-trauma lain.

Programming di masa kecil sangat dipengaruhi oleh didikan dan perbuatan-perbuatan orang tua dan mereka yang lebih tua. Anak-anak menyerap banyak hal secara langsung maupun tidak langsung. Jadi, ingatlah untuk bersikap baik, positif dan patuh sebagai role model anak-anak. Semoga Anda punya masa kecil indah dan bebas trauma, karena ini menentukan masa dewasa.

Dua, kultur tempat tinggal dan bekerja. Setelah hidup di luar Indonesia selama 18 tahun, penulis kini membawa dua kultur utama yang mempengaruhi pola pikir dan bertindak. Kultur AS lebih rasional, terbuka, dan *straightforward*. Kultur Asia lebih superstisius, ter-



Jennie M. Xue

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

tutup, dan berbelok-belok.

Cara mengendalikan emosi juga berbeda. Semakin lama kita hidup di dalam suatu kultur, semakin kita dipengaruhi olehnya. Dan ini terbaca dari perilaku dan gaya berkomunikasi, termasuk dalam menyampaikan respon-respon emosi.

Tiga, kesehatan psikis. Kesehatan psikis seseorang antara lain dipengaruhi oleh tingkat

Ketika depresi klinis kian dalam, semakin sulit untuk mengendalikan emosi.

spiritualitas, kemampuan mendeteksi stres dan depresi, dan kemampuan mengelolanya. Setiap hari kita mengalami stres dari yang paling ringan dan dibutuhkan hingga yang paling berat dan melelahkan. Depresi klinis merupakan titik membahayakan kesehatan psikis dan

ini perlu dikenali gejala-gejalanya agar penanganan cepat sebelum terlambat.

Ketika depresi klinis semakin mendalam, semakin sulit untuk mengendalikan emosi. Apalagi untuk mengambil keputusan dengan tepat

Empat, keseimbangan hormon. Ketika hormon serotonin, endorfin, dopamin, feniletamin, estrogen, dan grelin berlimpah, maka stres pun menurun. Sebaliknya, ketika hormon kortisol dan adrenalin meningkat, maka stres pun meningkat

Peran emosi

Bisa dimengerti mengapa mereka yang kondisi hormonnya tidak seimbang akan lebih emosional dan lebih sulit dikendalikan. Para perempuan yang masih mengalami haid bulanan pasti kenal betul masa PMS (*pre menstrual syndrome*), karena sebulan sekali "serangan" hormonal mengguncang keseimbangan hormon.

Lima, 30 detik jeda berpikir. Jika empat elemen di atas dalam kondisi baik, normal, dan seimbang, jeda 30 detik cukup untuk berpikir sebelum bereaksi. Ini penting ketika emosi melanda sebagai reaksi sesuatu.

Bisa diperhatikan dari gaya berkomunikasi setiap individu. Ada yang sangat cepat memberi respon tanpa dipikirkan terlebih dahulu, apalagi ketika emosi ikut berperan. Namun ada yang diam sejenak sebelum menjawab dan bereaksi. Ketika berpikir dulu sebelum merespon, kita dapat memilih apa reaksi kita.

Semakin sering dilatih, semakin terbiasa untuk berpikir dulu sebelum merespon. Ketika dilakukan berulang-ulang selama bertahun-tahun, ini akan terinternalisasi sehingga emosi juga dapat dikelola.

Akhir kata, hidup memang bak *roller coaster*. Kadang kita di atas, kadang di bawah. Sering kali kita pusing dibuatnya. Namun sepusing apapun dibuatnya, apa yang bisa kendalikan, kendalikanlah. Kita punya kebebasan bebas (*free will*) yang bisa diterapkan setiap kali sebelum merespon sesuatu. Tiga puluh detik cukup. Kecuali, tentu saja apabila Anda punya patologi otak, ada beberapa hal yang tidak dapat dikendalikan

Selamat menikmati *roller coaster*. □

