

Pertama, mitra Traveloka seperti KAI atau maskapai penerbangan memberikan harga tiket khusus dalam periode waktu tertentu. "Biasanya maskapai memiliki program tertentu berupa harga khusus untuk pelanggan Traveloka," ujar Busyra kepada Tabloid KONTAN.

Kedua, promosi dalam bentuk kemitraan dengan bank. Bersama bank, salah satu sponsor liga sepakbola kasta tertinggi di Indonesia dengan tajuk GoJek-Traveloka Liga 1 ini memberikan harga khusus untuk nasabah bank tertentu yang ingin menggenjot volume transaksi nasabahnya.

Pada Maret lalu, misalnya, Traveloka memberikan promo khusus untuk pemesanan tiket kereta api dengan diskon harga tiket hingga Rp 40.000 yang bisa digunakan hingga 27 Maret 2017. Tiket dapat dibeli, baik dari aplikasi maupun situs Traveloka.

Tentu, bukan hanya potongan harga tiket perjalanan yang menjadi andalan Traveloka untuk bertempur di bisnis OTA. Pada sisi lain, Traveloka juga memberikan kepuasan bagi seluruh pelanggannya. Pada 2016 lalu, Traveloka menambahkan beberapa fitur pemesanan tiket di kanal. Salah satunya fitur Price Alerts. "Cara ini membuat konsumen semakin nyaman saat menggunakan layanan Traveloka," ujar Busyra.

Asal tahu saja, Price Alerts adalah fitur terbaru yang bisa digunakan konsumen di Traveloka App versi 2.5 ke atas untuk sistem operasi Android dan iOS. Fitur ini bisa membantu konsumen mendapatkan tiket pesawat dengan harga termurah sesuai tanggal keberangkatan dan

destinasi keinginan. Begitu memasukkan batasan harga untuk sebuah penerbangan, konsumen akan memperoleh pemberitahuan jika ada tiket pesawat dengan harga yang sesuai bujet yang telah dimasukkan.

Selain itu, Traveloka juga memunculkan fitur Reschedule. Sebelumnya, proses *rescheduling* tiket pesawat masih terkesan merepotkan. Sebab, konsumen harus menghubungi maskapai lewat sambungan telepon. Hal ini kerap menjadi kendala bagi konsumen lantaran proses pemesanan dan pengubahan

Besaran komisi bergantung kontribusi yang diberikan OTA atau *incentive by performance*.

mesti melalui dua pintu.

Nah, dengan fitur Reschedule, konsumen lebih mudah mengubah pesannya di Traveloka secara daring, entah itu lewat *website* maupun aplikasi *mobile*. Dengan mengklik fitur Reschedule, konsumen juga dapat mengganti maskapai penerbangan sesuai keinginannya.

Busyra mengatakan, saat ini, Traveloka telah bekerja sama dengan 70 maskapai penerbangan yang menjangkau lebih dari 100.000 rute di Asia Pasifik dan Eropa. Hingga kini, aplikasi Traveloka telah diunduh lebih dari 12 juta kali pengguna untuk memesan tiket pesawat, hotel, dan kereta api. □

Perang Diskon Harga Tak Berlangsung Lama

Perebutan kue dari tren bisnis penjualan tiket perjalanan wisata daring semakin sengit. Para pemain di bisnis ini memiliki strategi masing-masing demi mencapai tujuannya: menjaring konsumen untuk mengail cuan dari penjualan tiket daring.

Asnan Furinto, pengamat marketing manajemen dari Universitas Bina Nusantara berpendapat, pemain di bisnis *online travel agent* (OTA) di tanah air memang sudah sangat ramai. Yang menguatkan pandangannya ialah perang promosi atau diskon yang kerap ditawarkan para pemain OTA.

Namun, menurut Asnan, perang harga hanya tahap awal dan takkan berlangsung lama. Ia mengingatkan bahwa pasar pernah mengalami hal ini ketika pengiriman pesan singkat atau SMS masih jadi andalan dalam berkomunikasi. Para operator telekomunikasi kerap perang tarif SMS kala itu. Namun, ketika kondisi sudah stabil, perang harga bisa saja berakhir. "Perang harga tidak bisa terus-menerus dilakukan," tuturnya.

Asnan memprediksi, perang harga biasanya paling lama hanya berlangsung selama setahun. Selanjutnya, para pemain OTA harus memperkuat keunikan dari layanan pemesanan tiket perjalanan yang ditawarkannya. "Bahkan, bisa kurang dari setahun karena teknologi berkembang sangat pesat," tambahnya.

Meski demikian, Asnan menilai, strategi bisa terus dilakukan pebisnis OTA untuk meningkatkan transaksi dari penjualan tiket perjalanan. Pasalnya, peningkatan volume transaksi membuat valuasi perusahaan tersebut meningkat pula. Namun, hal ini berlaku bagi pemain yang punya modal besar.

Di sisi lain, lanjut Asnan, apa yang dilakukan OTA saat ini sebenarnya tidak menciptakan model bisnis baru. Para pemain OTA hanya memudahkan akses lebih luas kepada konsumen untuk transaksi pemesanan. Model bisnisnya masih sama dengan agen perjalanan secara konvensional.

Ketika konsumen semakin akrab dengan sistem tersebut, potongan tarif perjalanan tak lagi jadi pertimbangan utama dalam memesan tiket perjalanan. Dus, faktor lain, seperti kapasitas server dan tampilan situs, harus ditingkatkan untuk menambah kenyamanan pelanggan.

Singkatnya, para pemain OTA harus membekali diri dengan mempersiapkan layanannya menjadi *online service*. Hal ini tentunya dengan membekali diri dengan kemampuan teknik *internet marketing* atau cara berbisnis daring yang memadai. Dengan begitu, konsumen mendapatkan kenyamanan ketika memesan tiket perjalanan secara daring. □

Refleksi

Keberanian Imortalitas



Ketika apapun yang kita ciptakan dapat lenyap dalam sekejap (imortalitas), apa yang bisa kita lakukan agar tetap bertahan untuk berani? Dengan kata lain, ketika faktor-faktor eksternal tidak sejalan dengan harapan kita, seperti kondisi makro politik dan ekonomi, kita tetap perlu bertahan. Padahal, sangat sulit. Satu hal yang bisa dikendalikan adalah diri kita sendiri. Selama tubuh dan pikiran sehat, semua baik adanya. Ingat hal ini dan internalisasi dengan sungguh-sungguh. Mereka yang mampu mengendalikan pikiran adalah mereka yang paling *survive*, kuat, dan fleksibel.

Dua elemen ini perlu berjalan seiring dalam menciptakan "keadamaian tak terguncangkan" (*unshaken peace*) sehingga terjadi optimasi internal dan eksternal. Dalam kondisi inilah, produktivitas dan kualitas tinggi berjalan optimal atau bahkan maksimal.

Untuk itu, dua kebiasaan dan dua pola pikir perlu ditingkatkan. *Pertama*, nafas identik dengan afirmasi positif. *Kedua*, terus bergerak. *Ketiga*, kenali bahwa tidak ada yang abadi. *Keempat*, hari ini adalah hari terbaik.

Satu, setiap nafas yang kita hirup dan hembuskan merupakan bukti kelimpahan yang kita nikmati. Para spiritualis menyebutnya sebagai "berkat" atau "doa." Kenali ini dengan kesadaran, sehingga setiap kali Anda sadar tentang ini, Anda bisa merasa positif dalam berbagai bentuk. Tidak perlu menjadi spiritualis untuk memanfaatkan Psikologi Positif. Setiap ketidakpastian karena faktor eksternal dapat "terhapus" oleh afirmasi kelimpahan hakiki ini.

Dua, bergerak terus ketika ada rasa "takut" karena ketidakpastian akan membangun momentum tanpa henti. Dengan terus berkarya dengan berani, faktor-faktor pengguncang belum tentu akan mampu mengguncang Anda. Dengan demikian, faktor "pengganggu" bisa saja terhapus secara alami.

Faktor *ketiga* adalah mengenali keimortalitas kita dan seke-



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

liling. Memang segalanya akan berakhir, baik sekarang maupun di masa depan. Ada imortalitas yang dapat diprediksi, ada yang tidak. Jadi, ketika Anda mengawatirkan akan mengalami rasa "kehilangan" ketika itu terjadi, Anda telah siap.

Apapun yang kita ciptakan dan telah lama nikmati, suatu hari akan lenyap.

Yang ditakuti ketika mengalami "kehilangan," adalah rasa sedih dari kehilangan sendiri. Jika Anda mampu meringkai kembali (*reframe*) rasa sedih itu, maka Anda tidak akan merasakannya. Salah satunya adalah mengalihkan perhatian dari "kehilangan sekarang" dengan "kepemilikan kemarin."

Dengan kata lain, hidupkan memori positif tentang keberadaannya ketika ia masih hidup bertahun-tahun, daripada memori negatif tentang kehilangan dirinya di satu hari. Jangan biarkan bias negatif kita sebagai makhluk yang berevolusi menguasai pikiran kita. *Reframe* bias negatif dengan menggunakan paradigma berbeda.

Semua akan lenyap

Faktor *keempat* adalah mengakui bahwa hari ini adalah hari terbaik. Jadikan ini pikiran pertama Anda ketika bangun pagi. Jadikan ini sebagai nada (*tone*) setiap hari. Mengapa? Begini, Anda berhak berpikir baik atau buruk, itu pilihan Anda. Namun apapun "nada" Anda, hal buruk akan tetap terjadi. Lebih baik Anda memilih "nada" positif.

Dengan "nada" positif, Anda akan mampu mengatasi rasa kehilangan dari imortalitas karya Anda. Bisa saja suatu kehilangan merupakan kesempatan emas untuk memulai sesuatu yang baru. Tanpa kepergiannya, sesuatu yang lebih baik belum punya momentum, bukan? Kini momentum telah ada.

Apapun yang kita ciptakan dan telah lama nikmati, suatu hari akan lenyap. Demikian pula dengan karya dan bisnis. Dunia dan ekonomi global bergulir terus, sehingga hanya yang kuat dan fleksibel dapat bertahan, demikian kata Darwin. Bagaimana kita mengolah diri agar menjadi kuat dan fleksibel jelas merupakan tantangan tersendiri.

Mulailah dengan keberanian menghadapi fakta imortalitas apapun dan siapapun. Ketika rasa ragu dan takut hinggap, *reframe* bias negatif dengan paradigma berbeda. Misalnya, ketika karya Anda lenyap dicuri, tukar rasa kecewa dan sedih dengan kesadaran bahwa ini adalah kesempatan emas untuk membangun sesuatu yang baru dan lebih baik.

Ulangi afirmasi nafas positif beratus-ratus kali dalam satu hari, sehingga Anda kembali *centered* ketika negativitas menyerang. Bergerak terus apapun yang terjadi, karena inilah pembangun momentum paling jitu. Kenali dan akui imortalitas namun selalu kembali kepada kerangka (*reframe*) bahwa hari ini adalah hari terbaik.

Imortalitas pasti terjadi, untuk apa memelihara negativitas? *Reframe* saja dengan paradigma yang lebih produktif. Ini lebih pragmatis dan menghasilkan. □