

jang perkembangan bisnis yang menunjukkan data historis penjualan, peminat barang, hingga voucher bagi calon pembeli. Ada pula Bukaiklan yang membantu pelapak mempromosikan jualannya melalui Facebook dan hasil pencarian mesin Google.

Rahmat bilang, animo untuk menjadi agen Bukalapak cukup besar. Terbukti, saat ini jumlah agen Bukalapak sudah melebihi target. Pada kuartal I 2017, target perekrutan adalah sebanyak 20.000 agen. Saat ini, sudah ada 70.000 agen, sebanyak 30% di antaranya berstatus aktif.

Sayang, Rahmat tidak bersedia menyebutkan dampak terhadap penjualan perusahaan dan target bisnis dengan kehadiran agen Bukalapak ini. "Dampaknya terhadap penjualan cukup menggembirakan dan positif. Pekan depan, kami ada rapat target kuartal II. Kami akan sesuaikan target sehingga lebih realistis," tuturnya.

Asal tahu saja, tahun 2016 menjadi tahun yang cukup penting bagi pertumbuhan bisnis Bukalapak. Tahun lalu, Bukalapak mencatat peningkatan total *pageview* 16 kali lipat dibandingkan tahun 2015. Jumlahnya naik dari 800 juta menjadi 13,4 miliar *pageview*. Jumlah pelapak juga bertambah. Jika tahun 2014 Bukalapak memiliki 100.000 pelapak, tahun 2015 sudah naik jadi 400.000 pelapak. Tahun lalu, mereka mampu merangkul 1,3 juta pelapak. Pe-

ningkatan *pageview* dan pelapak tak ayal mengerek nilai transaksi menjadi Rp 10 triliun.

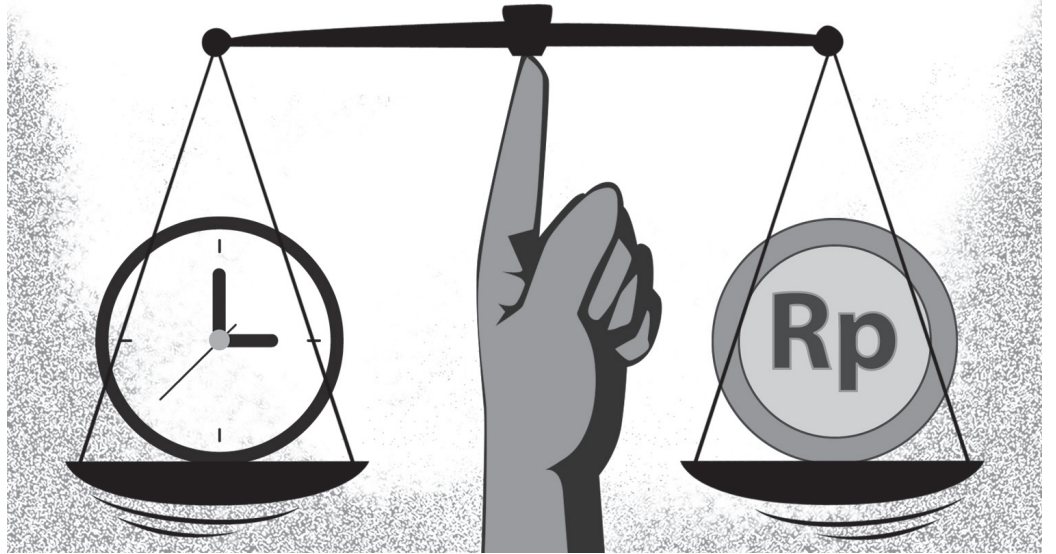
Rahmat menambahkan, kedepan peran agen untuk mengangkat bisnis Bukalapak akan semakin besar bila dua masalah yang sering muncul bisa teratasi. *Pertama*, masalah permodalannya. Beberapa agen Bukalapak harus menggunakan dana pribadi untuk membeli produk yang dipesan konsumen. Mereka akan mendapatkan bayaran dari konsumen jika barang sudah diserahkan. *Kedua*, mendapatkan kepercayaan dari masyarakat. Masalah ini akan teratasi jika semakin banyak masyarakat menggunakan jasa agen Bukalapak.

Ke depan, Bukalapak juga akan mengembangkan peran agen. Peran sebagai perantara yang saat ini dianggap masih dalam tahap awal, bakal dikembangkan lagi perannya lebih besar, sehingga bisa menggerakkan ekonomi daerah.

Menurut Rahmat, bisa saja ke depan, peran agen diperluas menjadi jembatan bagi masyarakat yang ingin menjual barang. Misalnya, ada petani bawang yang panen tiga bulan lagi. Nah, agen bisa menjualnya melalui Bukalapak, membantu menawarkan ke asosiasi restoran. "Semua pihak diuntungkan, mulai dari petani, agen, Bukalapak, dan restoran karena mendapatkan bahan baku dari petani langsung." □

## Refleksi

# Waktu dan Sukses



Ada yang berpendapat bahwa waktu adalah uang. Penulis lebih percaya bahwa waktu adalah mata uang (*currency*) sukses. Artinya, waktu merupakan mata uang yang digunakan untuk "membeli" sukses.

Tentu ini dalam arti kiasan. Sebab, waktu bukanlah mata uang dalam arti literal dan sukses tidak bisa dibeli dengan apapun. Kita hanya mampu menggunakan waktu secara positif atau negatif dan mengantisipasi hasil akhirnya.

Mengingat setiap individu hanya mempunyai sekitar 27.375 hari dalam hidup, sebaiknya setiap hari diisi dengan hal-hal produktif berdasarkan pikiran-pikiran negatif. Setiap menit yang digunakan untuk memikirkan hal-hal negatif, seperti apa yang orang lain pikirkan mengenai diri kita dan ketakutan-ketakutan kita, adalah satu menit yang terbuang.

Lantas, pikiran dan aktivitas seperti apa yang semestinya kita lalui menit demi menit?

*Pertama*, pikirkan dan percaya penuh akan tujuan-tujuan terukur. Beranikan untuk menuliskan tujuan terukur hidup Anda. Misalnya, membeli properti idaman di kota baru seharga Rp 10 miliar. Atau lulus ujian disertasi dengan nilai A.

Percaya sepenuhnya bahwa itu akan terjadi. Ulangi terus film mental tersebut. Tuliskan daftar tujuan-tujuan terukur dan bacalah beberapa kali sehari. Penuhi benak dengan "obsesi" sehat pencapaian tujuan.

*Kedua*, menjalankan setiap aktivitas hidup dan kerja, sekecil apapun itu dengan kesadaran mengenai tujuan akhir terukur. Yakini dan percayai penuh, sebagaimana Anda meyakini adanya Tuhan. Anda juga punya kekuatan besar untuk mewujudkan tujuan Anda.

Proses meyakini tujuan terukur tersebut dengan kedalaman pikiran yang mendekati spiritualitas akan membawa pola pikir (*mindset*) dan kualitas eksistensi (*state of being*) sebagaimana telah dicapai. Dengan kata lain, Anda melakukan penanaman keyakinan terus-menerus ke dalam bawah sadar.



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

Alam bawah sadar yang bergerak seakan kondisi telah dicapai akan menggerakkan alam sadar di kondisi paralel. Maka perilaku Anda pun akan terbiasa dalam pola-pola dalam trak gol terukur tersebut.

### Hidup secara positif

*Ketiga*, mengakui kesalahan masa lalu sebagai suatu proses belajar positif. Tidak perlu ke-

### Dengan menjalankan hidup secara positif, Anda tak menghamburkan waktu percuma.

sal atau sedih akan kesalahan masa lalu. Ini memang memerlukan kondisi spiritual yang mantap. Perlu dilatih setiap saat.

Latihlah alam bawah sadar Anda dengan memaafkan diri sendiri setiap kali Anda melakukan kesalahan. "Kesalahan" di sini bukan hanya melibatkan orang lain, seperti khilaf, namun juga mengenai hal-hal yang kurang tepat dalam menjalankan sesuatu (*incorrect*).

Ucapkan di dalam hati: "Maaf, saya berbuat kesalahan hari ini. Saya bersyukur karena ini merupakan proses belajar dan

mendekatkan saya pada sukses satu hari lagi." Ulangi ini setiap kali melakukan kesalahan.

*Keempat*, latihlah agar perkataan dan pikiran selalu paralel. Dengan kata lain, ungkapkan diri secara jujur. Namun "jujur" bukan berarti kasar dan tidak sensitif. Ungkapkan kebenaran secara jujur dan menggunakan kosakata yang pantas. Jauhi dari kebohongan yang sopan (*polite lies*).

Paralel antara perkataan dan pikiran mempercepat proses pembentukan alam bawah sadar dan alam sadar. Ketika dua elemen ini bertemu, sinergi terjadi sehingga aktivitas-aktivitas lebih terfokus kepada tujuan yang terukur tersebut.

*Kelima*, fokuskan topik pembicaraan kepada ide, bukan mengenai individu. Dengan kata lain, biasakan *brainstorming* ide daripada menggosipkan orang lain. Catatlah ide-ide penting dan segar. Terapkan tanpa *overthinking*, yakni terlalu banyak berpikir atau berpikir berputar-putar (*rumination*) yang hanya menimbulkan keraguan bertindak.

Namun, setiap rasa ragu (*doubt*) patut diperhatikan. Jika ia bersumber dari suatu masalah, cari solusi dan kenali risikonya. Kesiapan menghadapi ketidakpastian merupakan salah satu *skill* berharga dalam mengendalikan waktu.

Tentu suatu keputusan tidak diambil secara gegabah, namun membiasakan diri untuk menjalankan keputusan yang diambil dengan cepat dan tangkas. *Be decisive and execute*.

Setiap menit yang kita miliki hendaknya dihargai secara positif. Berpikirlah secara positif dan bertindaklah paralel dengan pikiran. Terapkan ide yang telah disepakati dengan optimisme dan positivitas.

Beranikan diri untuk mengambil keputusan dan jalankan dengan pikiran dan perasaan yang berfokus pada tujuan terukur. Jadikan waktu sebagai mata uang sukses Anda. Dengan menjalankan hidup secara positif, Anda tidak menghamburkan waktu secara percuma. Bagaikan akun bank, waktu juga terbatas. □

## Bisa Tetap Efisien, tetapi Butuh Gerai Fisik

**Strategi online to offline (O2O)** yang diterapkan perusahaan berbasis daring (*online*) setelah lima tahun terakhir terjadi euforia daring menunjukkan bisnis ini sedang mencapai titik keseimbangan baru. Perusahaan di Indonesia tidak bisa sepenuhnya menjadikan daring sebagai kanal penjualan utama. Mereka harus masuk juga ke gerai fisik atau *offline*.

Menurut Yuswohady, pengamat dan konsultan manajemen, kebijakan O2O harus ditempuh situs jual beli daring lantaran tingkat literasi digital masyarakat belum cukup tinggi. Selain itu, budaya masyarakat masih belum sepenuhnya menuju daring. Saat ini, strategi O2O merupakan fenomena global. "Amazon.com yang kuat di daring dan beroperasi di negara-negara yang infrastruktur internet sudah bagus juga masuk ke bisnis *offline* dengan membuka toko fisik. Ini menunjukkan perusahaan tidak bisa ekstrem *online* atau *offline* bila ingin bertahan," ujarnya.

Bagi Yuswohady, kebijakan manajemen Bukalapak.com menerapkan strategi O2O merupakan bukti manajemen sadar tidak bisa mengembangkan pasar secara maksimal jika hanya mengandalkan penjualan daring. Mereka perlu mengembangkan bisnis *offline* meski harus berhadapan dengan perusahaan yang sudah kuat di *offline*, seperti Indomaret.

Jika dikembangkan dengan baik dan benar, agen Bukalapak bisa menjadi strategi jitu menghadapi persaingan tersebut. Agen Bukalapak menjadi jalan keluar dari masalah tidak banyaknya waktu yang dimiliki Bukalapak untuk membangun jaringan distribusi *offline*, lantaran pasar konvensional sudah dikuasai oleh perusahaan sudah besar dan matang di pasar tersebut.

Yuswohady menambahkan, agen Bukalapak akan memberikan dua keuntungan pada Bukalapak. *Pertama*, agen bisa berpindah-pindah, sehingga bisa menjadi tenaga pemasaran (marketing) Bukalapak yang menyebar.

*Kedua*, Bukalapak lebih efisien. Agen tidak memunculkan biaya operasional (*overhead*). Agen hanya mendapatkan komisi ketika target terpenuhi. Bila tidak terpenuhi, agen tak mendapatkan komisi, tetapi *awerness* (kesadaran) konsumen tetap terbangun. "Agen Bukalapak menjadi bentuk kompromi manajemen. Saya tidak yakin, motivasi program agen Bukalapak untuk berbagi kemakmuran walaupun bisa menciptakan lapangan kerja baru," terang Yuswohady.

Meski agen Bukalapak bisa jadi solusi, Yuswohady tetap menyarankan Bukalapak dan situs jual beli daring lainnya untuk membuka gerai atau toko fisik. Perusahaan yang memiliki jaringan gerai *offline* yang luas memiliki keuntungan lebih ketimbang yang tak punya sama sekali. Paling tidak, toko *offline* bisa langsung melayani pembelian dan konsumen tak perlu menunggu.

Toko *offline* juga bisa sebagai etalase produk yang dijual dan menambah pengalaman konsumen terhadap produk yang ditawarkan. Hal ini menutup salah satu kelemahan bisnis daring. "Daerah yang infrastruktur *broadband* lemah butuh gerai *offline* karena budaya *online* tak terbentuk," tutup Yuswohady. □