

untungan berbelanja. Di antaranya, poin setiap belanja nominal tertentu, penukaran poin dengan voucher atau produk menarik, belanja lebih hemat dengan poin (*pay with point*), diskon khusus member, promo khusus di *merchant* yang bekerjasama dengan ACE, serta berbagai fasilitas lainnya.

Bagi Hevy, kerja sama dengan Adira Insurance menguntungkan kedua belah pihak. Pihak Adira Insurance mendapat premi yang dibayarkan oleh pelanggan. Namun, sebagai penjual produk yang diasuransikan, ACE Hardware juga mendapat keuntungan. "Keduanya sama-sama berkontribusi, jadi baik Adira maupun ACE juga sama-sama diuntungkan," ujar dia.

Indra Baruna, CEO Adira Insurance menambahkan, bagi perusahaannya, produk ACE Assurance merupakan terobosan baru yang dilandasi persamaan visi antar dua perusahaan dalam memberikan pelayanan yang baik terhadap pelanggan. Adira Insurance memang mengincar produk ritel seperti yang dipasarkan ACE.

Indra bilang, dalam menciptakan terobosan untuk memasarkan produk-produk asuransi yang ada, Adira Insurance selalu berpedoman kepada pelayanan yang mengusung karakter *caring, simple, dan reliable*.

Hingga kini, menurut Indra, Adira Insurance mengelola 10 juta unit pertanggungan. Kontribusi terbesar alias 70% berasal dari produk ritel. "Dengan kemitraan ini, tentu pelanggan kita akan bertambah. Dalam jangka panjang, kami targetkan 50 juta pelanggan," kata Indra.

Indra menambahkan, langkah Adira Insurance menggandeng

ACE merupakan peluang besar untuk menghadirkan lebih banyak jenis produk asuransi yang dapat memberikan perlindungan lebih pada konsumen. Dengan berkembangnya teknologi secara tidak langsung, Indra optimistis, hal ini bakal menciptakan potensi besar bagi bisnis asuransi harta benda bergerak. Dengan kata lain, kebutuhan asuransi nasabah tidak lagi sebatas untuk kendaraan yang kerap dijaman kerusakannya.

Seiring hadirnya ACE Assurance, diharapkan masyarakat semakin nyaman membeli per-

Kebanyakan perusahaan tidak mau memberi garansi yang disebabkan kecerobohan.

kakas tanpa harus kecewa jika sewaktu-waktu barang yang dibelinya rusak akibat faktor eksternal. "Meningkatkan kualitas pelayanan ke konsumen sangat penting. Sebab, yang membedakan produk perusahaan asuransi dengan perusahaan asuransi lainnya ialah kualitas pelayanannya," ujar Indra.

Di sepanjang tahun ini, Adira Insurance menargetkan pendapatan premi sebesar Rp 2,5 triliun atau naik 8,7% dibandingkan pencapaian pada tahun 2016 yang hanya mencapai Rp 2,3 triliun. "Sebesar 70% didominasi segmen ritel. Sedangkan sisanya 30% berasal dari segmen korporasi," tandas Indra. □

Hanya Cocok untuk Produk Berharga Tinggi

Pertumbuhan jumlah masyarakat kelas menengah di dalam negeri, sulit dipungkiri, secara tidak langsung bakal menumbuhkan kebutuhan terhadap produk asuransi. Paling tidak, hal ini bisa dilihat dari peningkatan kebutuhan proteksi asuransi dalam beberapa tahun terakhir. Tidak hanya sebatas perlindungan terhadap kesehatan, jiwa atau nyawa seseorang, proteksi asuransi juga mulai dibutuhkan untuk melindungi berbagai benda, baik yang bergerak maupun tidak, dari pelbagai risiko.

Yuswohady, pengamat marketing dan manajemen, menilai, masyarakat yang butuh asuransi adalah masyarakat yang visioner. Artinya, mereka sudah bisa memperhitungkan risiko bagi dirinya maupun barang di sekitarnya untuk masa depan. Biasanya, masyarakat kelas ekonomi menengah ke atas yang makmur dan berpendidikan merupakan masyarakat visioner dalam melihat kebutuhan asuransi. Tapi, kini berbagai lapisan masyarakat mulai melek terhadap produk asuransi.

Karena itu, kata Yuswohady, tidak mengherankan jika ACE Hardware menggandeng Adira Insurance meluncurkan produk asuransi untuk melindungi atas risiko berbagai produk yang dipasarkannya. Namun begitu, dia menilai, asuransi untuk produk ritel seperti yang ditawarkan ACE Hardware sekadar sebagai layanan tambahan. "Artinya, produk ACE Assurance ini tidak akan berhasil mendatangkan pelanggan baru," tuturnya.

Yuswohady menambahkan, meskipun ACE sudah mengklaim keberhasilannya menerapkan program asuransi serupa pada produk-produk Informa, belum tentu kesuksesan yang sama juga akan dirasakan ACE Assurance. Menurut Yuswohady, asuransi hanya cocok untuk produk dengan harga yang mahal lantaran risikonya pun terbilang besar. Sementara, kebanyakan produk ACE Hardware, meskipun menasar kelas menengah ke atas masih tergolong produk dengan *low involvement*. "Tidak banyak harga produk yang dijual di gerai ACE mencapai puluhan juta. Jadi, dari segi risiko pun tidak besar," imbuh Yuswohady.

Ini berbeda dengan produk furnitur di Informa yang harganya memang terbilang tak murah. Sehingga, wajar bila banyak konsumen tertarik mengasuransikan produknya. Itu sebabnya, Yuswohady tidak begitu yakin masyarakat mau mengasuransikan produk perkakas yang nilainya hanya jutaan rupiah, bahkan ratusan ribu di ACE. Jadi, ACE Assurance hanya merupakan bentuk edukasi ACE Hardware dan Adira Insurance terhadap pentingnya asuransi barang atau harta bergerak. "Sebagai layanan tambahan oke, asal tidak diwajibkan," pungkas dia. □

Refleksi

Harapan adalah Pilihan



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

Lingkungan luar cukup banyak mempengaruhi perasaan punya harapan atau tidak. Sesungguhnya, hingga kapan pun, kita punya pilihan untuk punya harapan. Bahkan ketika lingkungan sangat negatif dan pesimistis.

Penulis ingat ketika sungai-sungai di Jakarta masih sangat penuh dengan sampah besar-besaran, bahkan lemari pakaian dan kursi bekas pun ada. Saat itu, Jakarta adalah tong sampah besar yang luar biasa jorok tiada tara.

Ternyata, dengan usaha sungguh-sungguh dari Pemda DKI, sampah di Jakarta bisa diatasi. Padahal, penulis pernah bertanya kepada beberapa orang alias "survei" kecil-kecilan: Biskakah Jakarta bebas sampah? Jawaban mereka mengecilkan hati dan pesimistis. Tidak bisa.

Jika Anda termasuk salah satu yang cukup pesimistis dengan kondisi politik saat ini, sadari bahwa menjadi *hopeless* atau *hopeful* adalah pilihan. Dengan *hopefulness* (penuh pengharapan), maka perubahan baru dapat dilakukan, karena *hope* adalah kereta yang membawa suasana kerja positif. Dan positività ini sangat penting dalam eksekusi apapun.

Lingkungan luar sangat mempengaruhi suara hati. Padahal, sesungguhnya, suara dari dalam ini yang mempengaruhi lingkungan luar.

Baca dua kalimat di atas sungguh-sungguh dan sepenuh hati. Pikirkan baik-baik. Luar biasa, bukan?

Ketika kita punya suara hati tertentu, itulah yang akan memprogram pikiran sehingga lingkungan luar pun berubah. James Allen dan Alan Watts menyebut ini kekuatan pikiran.

Pikiran kitalah yang menentukan apakah hidup kita baik atau buruk. Apakah kita punya harapan atau tidak. Apakah kita hidup berkelimpahan atau berkekurangan.

Behavioral management menunjukkan bahwa suasana positif, alias penuh harapan, dapat membangun semangat perubahan. Sehingga bekerja lebih giat, produktif dan fokus, sehingga hasilnya lebih baik.

Dalam konteks bisnis dan bekerja di kantor, bagaimana ini diterapkan? *Pertama*, akui dengan sungguh-sungguh bah-

Pikiran positif memotori perubahan dengan memberikan berbagai solusi.



wa *performance* ditentukan oleh apa yang kita pikirkan dan pengakuan dari luar dipengaruhi oleh apa yang kita pancarkan dari dalam. Bayangkan *mindset* ini sebagai jalan tol tanpa batas kecepatan. Semakin mulus dan bebas hambatan, semakin baik.

Kedua, bergeraklah di dalam jalan tol mental Anda. Jangan pedulikan ucapan-ucapan negatif di sekitar Anda. Ingat bahwa semua perubahan bersumber dari dalam diri. Tidak pernah dari luar diri. Anda berprestasi atau tidak dan bahagia atau tidak, tentu lebih dipengaruhi oleh pikiran dan perasaan sendiri daripada lingkungan luar.

Pola pikir positif

Ketiga, ketika lingkungan luar negatif, jadilah semakin

positif. Tentu ini memerlukan latihan setiap hari secara afirmatif dan spiritual. Setiap doa yang diucapkan hendaklah doa-doa positif, bukan yang mencelakakan siapapun, termasuk para rival dan musuh.

Keempat, isi pikiran dan hati dengan kasih. Kasih di diri Anda sepenuh mungkin. Dengan ngasih diri secara penuh, barulah kelimpahan kasih dapat dinikmati oleh orang-orang di sekitar Anda. Jadilah sahabat yang baik bagi diri sendiri dengan tidak mengecilkan hati maupun berpikir negatif tentang diri sendiri dan orang lain.

Kelima, bangkitkan diri nan positif dengan mendinginkan hati yang cepat panas. Beri jeda sampai hitungan ke-8 sebelum menjawab atau mengomentari sesuatu. Beberapa detik ini sangat berguna untuk memikirkan kembali beberapa alternatif ucapan.

Keenam, pikiran, perasaan, dan ucapan hendaknya identik. Jika Anda menganggap diri "orang baik," maka pikiran, perasaan, dan perkataan hendaknya juga baik dan positif. Dengan demikian, tidak ada konflik antara positif dan negatif di dalam diri, sehingga yang terpancar ke luar positif juga.

Ingat, harapan adalah pikiran positif. Dan pikiran positif inilah yang memotori perubahan dengan memberikan berbagai solusi. Pikiran negatif selain tidak produktif, juga tidak memberi solusi apapun.

Pikiran negatif hanya menyebabkan panik dan rasa pesimistis belaka.

Albert Einstein berkata, *We cannot solve our problems with the same thinking we used when we created them*. Kita tidak dapat menyelesaikan masalah dengan pemikiran yang sama ketika membuat masalah tersebut.

Dengan pikiran negatif, bisakah suatu problem (negatif) diselesaikan? Tidak bisa. Kita perlu pikiran positif untuk itu. Dan ini mudah didapat: cari di dalam suara hati. Positivitas dan harapan ada di sana.

Harapan adalah pilihan. Demikian pula miliaran pikiran kita lainnya. Kita dapat memilih untuk berpikir seperti apa. Dan itulah yang akan menjadi realita kita. Ayo, kita berharap dan bekerja dengan *mindset* positif. □