

ditawarkan IKEA bukan kantong kresek biasa. Mereka menawarkan kantong bernama IKEA Blue Bag.

Manajemen mengklaim kantong plastik ini ramah lingkungan karena bahannya 100% menggunakan polipropilene. Menurut klaim mereka, Blue Bag ini ringan, ringkas, mudah dibersihkan, dan dapat digunakan berulang kali oleh konsumen. IKEA Blue Bag juga tidak memakan banyak ruang untuk menyimpan karena dapat dilipat rata.

Perubahan sikap

Public Relations Manager IKEA Indonesia Rinin Basuki mengatakan, penerapan kantong plastik berbayar ini sesuai dengan prinsip dasar IKEA, yaitu melakukan bisnis dengan memberikan dampak seminimal mungkin terhadap lingkungan. Kebijakan ini menjadikan IKEA peritel pertama di Indonesia yang menerapkan inisiatif berbasis lingkungan.

Untuk mengkampanyekan penggunaan IKEA Blue Bag, manajemen memasang informasi mengenai produk ini di area toko. Konsumen juga diberitahukan ketika melakukan pengecekan. Kasir akan menanyakan terlebih dahulu apakah konsumen membawa tas sendiri. Apabila konsumen tidak membawa tas, konsumen akan dianjurkan untuk membeli IKEA Blue Bag.

Kantong Plastik Blue Bag dijual dengan harga Rp 9.900 per kantong. Manajemen menawarkan dua jenis kantong Blue Bag, yaitu *medium* dan *large*. Saat ini, rata-rata penjualan Blue Bag ukuran *medium* kurang le-

bih sebanyak 2.300 kantong per minggu, sementara Blue Bag ukuran *large* kurang lebih 2.000 kantong per minggu.

Selain menggunakan IKEA Blue Bag, konsumen dapat membawa tas sendiri untuk membawa hasil belanja mereka. "Jika barang yang dibawa sedikit, konsumen juga dapat membawa barang belanja mereka sendiri ke kendaraan tanpa perlu menggunakan kantong belanja," tambah Rinin.

Bersama dengan kebijakan kantong plastik ini, IKEA memiliki program Blue Bag Project. Hasil penjualan IKEA Blue Bag akan disumbangkan untuk pelaksanaan proyek sanitasi limbah di Kelurahan Penjaringan. Program Blue Bag Project ini sebagai bentuk kepedulian IKEA terhadap lingkungan.

Rinin mengatakan, kebijakan tidak memberikan kantong plastik gratis membawa perubahan dalam sikap masyarakat secara umum terhadap penggunaan kantong plastik dan mendorong sebuah kebiasaan baru membawa tas yang bisa digunakan kembali ke manapun mereka pergi.

Lebih jauh, semua ini diharapkan dapat membantu masyarakat memahami pentingnya konservasi sumber daya sekaligus mengurangi kemungkinan dampak yang dihasilkan kantong plastik pada lingkungan.

Sejauh ini, menurut Rinin, konsumen juga menyambut baik penerapan kebijakan ini. "Konsumen kami menyadari pentingnya kesadaran akan lingkungan dan kami harap dapat menjadi sebuah langkah awal bagi mereka untuk mengubah gaya hidup menjadi ramah lingkungan," ujar Rinin. □

Refleksi

Berpikir Surrealis



Jennie M. Xue

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

Bagaimana kita menjalankan hidup, bisnis, dan karier selalu erat hubungannya dengan realita.

Penulis adalah orang yang praktis dan pragmatis. Tidak muluk-muluk, berpijak pada fakta dan sains. Tidak terlalu bermimpi akan masa depan, maupun terlalu menyesali masa lalu. Jalankan setiap hari dengan stabil tanpa drama. Satu tapak demi satu tapak.

Setiap hari merupakan kesempatan untuk menerapkan dan meraih tujuan, sebelum menerapkan dan meraih tujuan-tujuan baru. Setiap hari punya arti kemenangan tersendiri, walaupun kecil dan mungkin tidak punya banyak arti secara individu.

Namun, setiap titik kemenangan mikro merupakan bagian dari kemenangan besar. Karena hidup ini adalah agregat. Termasuk juga dalam mencapai setiap tujuan.

Akhir-akhir ini, penulis berpikir surrealis, tidak hanya praktis dan pragmatis. Ruang dan waktu saling terikat dan mengikat. Demikian luas dan tak terbatas eksistensi kita dalam keterbatasan segala persepsi yang kita miliki. Dan kita mempunyai akses untuk itu semua. Kuncinya adalah dengan mencarinya di dalam pikiran.

Berpikir surrealis mirip dengan apa yang dilakukan oleh Salvador Dali. Ia melihat hal-hal di luar persepsi panca indera. Ia melihat bukan dengan mata. Ia melihat dengan pikiran.

Ketika kita melihat dengan pikiran, kita tidak lagi terkungkung oleh limitasi persepsi. Ketika lingkungan eksternal demikian negatif dan mengikat, di dalam diri kita ada sumur dalam yang mampu mengeluarkan kita dari ikatan.

Ketika kita telah mampu mencapai sumur tersebut, tidak ada lagi rasa takut akan ketidakpastian. Tidak ada lagi rasa takut akan kehilangan. Kita pasti dapat mengatasi apapun yang datang, baik positif maupun negatif.

Selain itu, apa-

pun yang kita tangkap dalam persepsi sesungguhnya hanya "kulitnya" saja. Dua cara termudah dalam menerapkan surrealisme dalam mental model sehari-hari: substitusi dan analogi.

Misalnya, ketika Anda melihat bisnis laris, substitusikan produk di toko tersebut dengan produk milik Anda. Bisa juga elemen-elemen lain yang disubstitusikan. *Outrageous ideas also work*. Idea-idea yang "di luar lazimnya" bisa saja diterapkan dan menghebohkan.

Analogi juga mudah diterapkan. Misalnya, jantung dianalogikan sebagai pompa. Gunakan cara berpikir analogis dalam mencerna informasi. Sebagai-



para ekonom menggunakan model yang mempermudah penjelasan.

Hidup juga demikian. Banyak hal hanya perlu dicerna dengan dua mental model sederhana: substitusi dan analogi. Namun tentu saja mental model bermacam-macam.

Fokus satu titik

Dua hal itu membantu penulis dalam berpikir surrealis. Bayangkan bagaimana memasak tanpa panci, namun dengan barbel seberat 30 kg. Bayangkan, bagaimana rumah model manusia diterapkan pada sarang lebah.

Sumber daya manusia (SDM) Indonesia dikenal tidak terlalu kreatif. Anda dapat memelopori dengan berpikir surrealis sebagai salah satu model untuk meningkatkan kreativitas.

Beberapa pertanyaan untuk membantu proses ini. *Pertama*, apa yang Anda lihat/ dengar/ baca saat ini? Kemarin? Deskripsi di dalam pikiran. Lantas, substitusikan satu hal dengan hal lain (apa saja).

Kedua, tentukan satu hal yang paling mengesankan dalam perjalanan terakhir Anda. Bagaimana Anda menganalogikannya?

Ketiga, jika Anda sedang mengalami problem tertentu, gunakan visual untuk menggambarannya. Lantas, gunakan visual juga untuk menggambarkan solusinya.

Ingat satu hal, realita itu tidak hanya satu. Setiap individu punya realita tersendiri, jadi ada sekitar 7 miliar realita di dunia berdasarkan jumlah populasi. Bagaimana kita menjalankan hidup, bisnis, dan karier selalu erat hubungannya dengan realita kita.

Jika Anda hanya fokus ke satu titik, itulah realita Anda. Dan segala macam pikiran dan perasaan yang dirasakan akan berporos pada titik itu. Ketika pikiran sedang negatif dan hanya itu fokusnya, betapa banyak hal-hal positif yang luput dari pandangan. Ini bukan berarti Anda menghindari hal-hal negatif, namun mengubah reaksi dengan mengisi diri dengan realita yang berbeda.

Perlu waktu cukup lama bagi penulis agar mampu melihat dunia dari berbagai realita dengan mental model surrealis. Ini merupakan salah satu *skill* paling berharga yang dimiliki penulis.

Kreativitas dapat terus terjaga, kualitas pikiran juga dapat dipertahankan. Ini akan bermuara dalam kualitas hidup yang baik dalam arti ketenangan dan kedamaian hati dan pikiran. Sehingga karya-karya semakin baik kualitasnya dan produktivitas dapat ditingkatkan. Silakan mencoba. Modalnya hanya pikiran. □

Efektif pada Kelompok Sadar Lingkungan

Agar tetap menjadi pilihan konsumen, perusahaan ritel harus mampu selalu menyesuaikan diri dengan perkembangan dan yang menjadi perhatian konsumen. Respon yang tepat dari perusahaan akan membuat citraan (*image*) perusahaan tetap baik di benak konsumen.

Nah, salah satu isu yang menjadi perhatian konsumen adalah masalah lingkungan terkait limbah kantong plastik sekali pakai. Isu ini berkembang seiring meningkatnya kampanye *go green*.

Menurut pengamat dan konsultan pemasaran Daniel Saputro, kebijakan yang diterapkan kantong plastik berbayar yang diterapkan perusahaan ritel modern merupakan salah satu jawaban atas meningkatnya perhatian konsumen terhadap isu penggunaan sampah. "Kebijakan ini menunjukkan perusahaan ritel modern memperhatikan psikis pelanggannya," ujarnya.

Selain itu, kebijakan plastik berbayar juga dilakukan perusahaan untuk mengurangi beban operasional perusahaan dari pengadaan kantong plastik. Dari kebijakan ini, perusahaan tidak akan mencari untung, tetapi untuk berbagi beban dengan konsumennya. Keuntungan dimaksimalkan dari penjualan barang yang dibeli konsumen.

Cuma, lanjut Daniel, kebijakan plastik berbayar akan sangat efektif menyentuh masyarakat kelas menengah dan kelas atas dan kelompok usia muda. Kesadaran kelompok ini sudah tinggi terhadap isu-isu lingkungan. Mereka tidak akan mengeluh jika dikenakan kantong plastik berbayar, karena membeli barang dalam jumlah banyak dan nominal rupiah yang besar sehingga biaya kantong plastik tidak terlalu terasa.

Namun, kebijakan kantong plastik berbayar tidak efektif bagi perusahaan ritel modern yang menyasar kelas menengah bawah seperti Indomaret. Alasannya, konsumen yang dibidik sangat sensitif terhadap harga. Penambahan biaya karena membeli kantong plastik dianggap membebani konsumen. "Mereka biasanya membeli barang yang harganya di bawah Rp 10.000. Ketika dikenakan biaya kantong plastik berbayar, tentu itu akan terasa," ujarnya.

Meski begitu, Daniel menilai kebijakan kantong plastik berbayar cukup bagus bagi lingkungan. Peritel modern harus aktif dan gencar menyosialisasikan kebijakan ini guna meningkatkan kesadaran masyarakat. Kebijakan ini juga harus konsisten dijalankan agar tetap mempertahankan persepsi positif konsumen pada perusahaan. "Peritel harus bisa menyakinkan konsumen kebijakan plastik berbayar bukan cari untung," tutup Daniel. □