

seri premium,” kata Firman.

Secara penjualan, penjualan luring produk Asus masih lebih besar ketimbang daring dengan komposisi sekitar 80%. Maka itu, manajemen Asus tetap melakukan ekspansi toko fisik, termasuk terus menambah ROG Storage, *exclusive store (smartphone)* dan *premium store (high end notebook)*.

#### ■ Kino

Sejak pertengahan tahun 2016, Kino, perusahaan yang bergerak di sektor konsumen, telah bekerjasama dengan berbagai toko daring, seperti Tokopedia, Lazada, Blibli, Tororo, Orami, JD.id, Dunia Halal.com, Bukalapak, dan lainnya “Respon pasar sejauh ini sangat positif. Target kami adalah bisa hadir secara daring di seluruh *marketplace* yang ada,” papar Peter.

Produk yang ditawarkan Kino di jalur daring tidak berbeda jauh dengan jalur luring. Namun, beberapa kategori produk disesuaikan dengan jenis dan target pasar toko daring. Contohnya, beberapa produk seperti Ellips Dry Shampoo telah ditawarkan melalui kanal daring, tapi belum diluncurkan di luring. “Di setiap *marketplace* dan *e-commerce*, jenis produk yang laku agak berbeda,” jelasnya.

Tanpa menyebutkan nilainya, Peter mengungkapkan, porsi penjualan daring masih sangat mini dibandingkan luring. “Tapi, tren penjualan daring terus meningkat signifikan,” ungkapnya. Maka dari itu, Kino sedang menyiapkan perusahaan distribusi yang khusus menjual ke kanal daring bernama PT Kino Ecomm Solusindo.

#### ■ Kalbe Farma

Perusahaan farmasi dan suplemen kesehatan PT Kalbe Farma Tbk (KLBK) pun ikut membuka toko resmi di *marketplace*, seperti Tokopedia, Lazada, Shopee, dan lain-lain. Menurut Vidjongtius, Kalbe sudah dua tahun terakhir ini

membuka toko resmi di berbagai toko daring. Produk yang dijual sama saja antara kanal luring. “Hal ini baik untuk kolaborasi antara kanal luring yang sudah dimiliki Kalbe, yakni Kalbestore, berbagai distributor dan lainnya dengan platform daring untuk memperluas basis konsumen Kalbe,” ujar Vidjong.

Meski penjualan daring masih kecil, manajemen Kalbe melihat peluang ada pertumbuhan penjualan lewat jalur daring. “Penjualan daring masih kecil dan belum ada target spesifik karena masih *pilot project* dan terus dimonitor ke depannya,” imbuhnya.

#### ■ Toko Buku Gramedia

Menerapkan teori dasar marketing, yakni menjual produk di berbagai kanal dan seluas-luasnya, Toko Buku Gramedia pada Desember 2017 lalu memutuskan membuka jalur distribusi di toko daring Tokopedia dan Blibli. Sejatinya, Gramedia sudah punya kanal daring sendiri yakni *gramedia.com*. “Keuntungan yang kami harapkan dari membuka *official store* di toko daring lain adalah membidik trafik/lalu lintas perdagangan yang sudah terbentuk,” kata Yosef.

Produk yang dijual di *official store* berbeda dengan *gramedia.com*. Yosef berucap, koleksi di Toko Gramedia dan *gramedia.com* tetap lebih lengkap karena mengambil data stok internal. Sedangkan, di toko daring lain, pihaknya harus menanggung satu per satu. “Produk yang dijual di *official store* kita pilih produk *new arrival* dan *best seller*,” ungkapnya.

Lantaran baru membuka di toko daring lain, Toko Buku Gramedia belum bisa mengukur bagaimana respon pasar. Yang jelas, menurut Yosef, penjualan lewat toko daring sendiri masih lebih tinggi. “Tujuan pembukaan *official store* di Blibli.com dan Tokopedia lebih ke memperluas pasar dan pelanggan. Target pendapatan dari program ini belum secara spesifik kami tentukan,” jelasnya. □

## Strategi Efektif Mengenalkan Produk

**Fenomena** perusahaan sebagai produsen atau pemegang merek resmi yang membuka toko di berbagai toko daring adalah hal yang lumrah. Pengamat manajemen Daniel Saputro menyatakan, berbagai toko dalam jaringan (daring) seperti Lazada memiliki jumlah trafik yang tinggi. Hal ini tentu menjadi cara yang baik bagi perusahaan ritel untuk meningkatkan *brand awareness* terhadap produk.

Meskipun perusahaan tersebut sudah memiliki *website* ataupun toko daring sendiri, membuka toko resmi di laman toko daring lain adalah strategi yang efektif. “Angka akses trafik di *website market place* bagi pengunjung *website* yang ingin melihat atau membeli barang itu cukup tinggi. Ini berpeluang meningkatkan pengenalan masyarakat terhadap produk itu,” kata Daniel.

Biasanya, target pasar dari kanal penjualan daring ini adalah generasi milenial. Sebab, generasi milenial ini biasa menggunakan gawai dan memanfaatkan teknologi untuk memenuhi kebutuhannya. Namun, generasi di atasnya atau generasi yang lebih tua juga mulai tertarik membeli di toko daring karena memberikan kemudahan lantaran lebih cepat, lebih bebas macet, dan tidak repot. “Tapi, tren berbelanja daring belum menggeser penjualan di toko fisik. Berdasar data yang saya baca, baru 5% saja orang tertarik belanja daring. Namun, menurut saya, masa depan harus masuk daring. Kalau nggak, bisnis bisa mati,” ungkapnya.

Meski memiliki peluang bertumbuh yang besar ke depan, penjualan lewat daring ini memiliki tantangan tinggi. Sebab, pemainnya semakin banyak. Untuk itu, hal terpenting yang perlu diperhatikan adalah perusahaan perlu memberikan produk unik dan menarik dalam pemasarannya. Strateginya bisa dengan memberikan harga yang murah, spesifikasi yang tinggi, atau bisa juga pelayanan yang memuaskan. □

## Refleksi

# Filsafat Ikigai



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

**S**iapa yang tidak ingin hidup panjang, sehat, dan tidak stres? Mari kita belajar filsafat hidup praktis Ikigai dari para penduduk Okinawa, Jepang yang sangat dikenal dengan para sentenarian yang berusia lebih dari 100 tahun.

“Ikigai” dapat diterjemahkan bebas sebagai filsafat hidup yang mencakup hidup bahagia, hidup bertujuan, dan panjang umur. *Deep happiness, sense of purpose, and longevity*.

Para sentenarian Okinawa menyarankan agar setiap individu punya tujuan hidup yang jelas yang merupakan perpotongan dari empat hal: *passion, skills, earn a living, dan what the world needs*.

**Passion.** Sesuatu yang sangat Anda jiwai dan cintai adalah *passion*. Ini lebih dari sekedar “suka.” *Passion* bisa berbentuk hobi atau aktivitas kesenangan yang pasti Anda jalankan dalam kondisi apapun, misalnya kondisi eksternal terkadang kurang memadai. Baik hujan maupun badai, Anda tetap jalankan.

**Skills.** Ini adalah ketrampilan atau keahlian yang Anda miliki. Biasanya, apabila Anda punya *passion* besar akan sesuatu, *skill*-pun akan berkembang dengan sangat baik. *Passion* dan *skill* sering kali berjalan paralel, namun tidak selalu. Idealnya, *passion* utama Anda adalah *skill* terbaik Anda dan sebaliknya.

**Earn a living.** *Passion x skill = earn a living*. Begini idealnya. Sumber nafkah Anda idealnya dimotori oleh *passion* dan *skill* yang sama besar. Jadi, jika Anda sangat suka memasak dan *skill* Anda pun sangat hebat dengan bukti masakan-masakan yang luar biasa enak cita rasanya, sebaiknya Anda membuka bisnis masakan. Bisa restoran, catering, atau sejenisnya.

**What the world needs.** Nah, ketika tiga hal di atas bergabung dan membentuk busur panah yang tepat ke sasaran apa yang dibutuhkan oleh dunia, jadilah Anda pengusaha sukses di bidang pilihan.

Bisa dimengerti mengapa para pengusaha sukses adalah mereka yang turun tangan langsung menjalankan bisnis mereka. Tidak semata-mata mendelegasikan kepada para anak buah.

Refleksikan apa sesungguhnya *passion* utama dan *skill* terbaik yang dimiliki. Ada yang mudah mendapatkan jawaban pertanyaan-pertanyaan ini, namun ada yang kebetulan belum

menemukan *passion* dan *skill* yang pas.

#### Perbanyak aktivitas

Jika Anda termasuk kategori kedua, bertanyalah kepada diri: sebenarnya apa yang harus saya lakukan saat ini juga jika besok saya mati? Biasanya, yang dipilih adalah aktivitas yang amat sangat dicintai.

#### Idealnya, kita tidak perlu mencemaskan hal-hal yang tidak dapat diubah.

Para sentenarian Okinawa mengingatkan kita untuk hidup bebas dari stres. Idealnya, kita tidak perlu mencemaskan hal-hal yang tidak dapat diubah. Aktif beraktivitas bervariasi setiap hari sangat membantu da-

lam menurunkan kadar stres.

Dalam Budaya Jepang, *Naikan* merupakan aktivitas introspektif yang kini dapat kita jalankan secara kontemporer tanpa perlu bersemedi ala para biksu. Ada tiga pertanyaan reflektif yang perlu dijawab.

*Pertama*, apa yang telah saya terima dari A? *Kedua*, apa yang telah saya berikan kepada A? *Ketiga*, apa masalah yang saya sebakkan kepada A?

Metode refleksi *Naikan* ini mempunyai fungsi untuk bertanggung jawab atas diri sendiri dan orang lain. Sepanjang Anda tidak menyebabkan masalah bagi orang lain, semestinya hati terasa lapang dan stres masih dapat dikendalikan.

Selain metode *Naikan*, Terapi Morita juga dikenal dalam filsafat praktis Jepang. Psikiater Shoma Morita sejalan dengan metode Terapi Rasional-Emotif Albert Ellis dalam Ilmu Terapi Perilaku Kognitif dan Psikologi Eksistensial.

Tujuh poin penting Terapi Morita adalah:

*Satu*, usahakan cemas sesedikit mungkin.

*Dua*, bukalah hati dengan menyapa orang lain.

*Tiga*, jangan terlalu mencemaskan hal-hal yang tidak dapat dikendalikan.

*Empat*, nikmati apa yang dimiliki.

*Lima*, kembangkan kebiasaan baik bangun pagi hari.

*Enam*, tanam sayuran di kebun sendiri dan memasak makanan sendiri.

*Tujuh*, nikmati persahabatan dengan handai taulan dan tetangga.

Bagi para senior Okinawa, diet yang sangat bervariasi juga sangat membantu dalam memelihara fisik dan psikis. Apalagi mereka menanam sayuran di kebun sendiri. Banyak pula yang menangkap ikan di laut sendiri.

Filsafat Ikigai dari Okinawa, Jepang sangat sederhana. Terlalu sederhana malah, sehingga kedengarannya sangat

klise. Namun bagi para urban yang hidup di kota-kota besar berdesakan, makanan siap saji yang telah diproses, stres dikejar-kejar pekerjaan dan aktivitas tanpa ujung, stres menghadapi macet berjam-jam di jalan, menghirup udara penuh karbon monoksida, dan menghadapi dunia pergaulan penuh dengan iri dan dengki, filsafat Ikigai merupakan mata air segar penyejuk dahaga.

Selamat menjalankan hidup sederhana bebas stres. □

