



## STRATEGI BISNIS DAN INVESTASI

### Antifragile Marketing

PENCETUS antifragile adalah Nassim Nicholas Taleb yang menerbitkan buku berjudul 'Antifragile: Things That Gain from Disorder'. Antifragile merupakan respons atas fragile yang menunjukkan suatu kerentanan/kerapuhan dalam berbagai bidang kehidupan sebagai akibat dari suatu tekanan. Kerentanan menciptakan iklim ketidakpastian bagi dunia bisnis baik konsumen maupun pemasar. Tekanan persaingan yang dinamis menyebabkan kerentanan seperti beberapa perusahaan akan kehilangan pelanggan sementara perusahaan yang lain akan mengalami hal sebaliknya.

Terjadinya disrupsi industri membawa dampak yang krusial bagi beberapa perusahaan yang sudah merasa aman, demikian juga terjadinya krisis moneter tahun 1996 dan pandemi tahun 2020 yang tidak dapat diprediksi namun memaksa perubahan dalam model bisnis. Istilah antifragile digunakan untuk menunjukkan posisi bisnis atau organisasi yang tidak liarnya kuat, namun menjadi lebih kuat selama mengalami tekanan. Dalam mitos Yunani, hydra digambarkan sebagai makhluk mitologi yang antifragile karena memiliki kepala yang banyak dan akan tumbuh kembali serta semakin kuat saat dipenggal. Dalam bidang pemasaran, antifragility membantu pemasar mengatasi masalah-masalah yang tidak dapat diprediksi namun memiliki konsekuensi besar yang merugikan perusahaan.

Antifragile dalam dunia bisnis mengacu pada produk, model bisnis, hubungan dengan pelanggan yang dibangun dengan lebih kuat dalam menghadapi tekanan. Ada beberapa penerapan konsep antifragile dalam bidang pemasaran seperti diversifikasi sumber informasi pemasaran. Bisnis yang menerima informasi dari sumber statis dalam jumlah terbatas, lebih rentan terhadap kondisi realitas dan tidak siap seandainya muncul permasalahan. Unit pemasaran yang bertujuan untuk memahami dan memenuhi kebutuhan pelanggan harus berhati-hati dalam mengumpulkan informasi baik dari sumber kuantitatif (seperti log transaksi, data kunjungan, data pelanggan) maupun sumber kualitatif (seperti hasil wawancara, observasi).

Pemahaman akan data kondisi pesaing dan situasi pasar secara luas juga diperlukan untuk mempelajari informasi yang lebih realistik. Objektivitas data sangat penting sebagai suatu antisipasi yang mampu mengurangi kerentanan. Untuk mengurangi kerentanan, konsep antifragile mendorong adanya evaluasi pengalaman dalam kondisi tekanan yang sangat diperlukan sebagai proses yang mempersiapkan pemasar dalam mendiagnosis sumber masalah, cara penanganannya serta mencegah terulang kembalinya masalah yang pernah timbul.

Jangkauan pelanggan yang lebih luas dan pemahaman perubahan kebutuhan pelanggan diperlukan dalam persiapan rencana pemasaran. Pemasar perlu responsif dengan perubahan perilaku konsumen yang rentan terjadi. Dalam konsep antifragile, perencanaan pemasaran melalui pola skenario diperlukan dalam mendesain alternatif-alternatif strategi pemasaran. Menyusun skenario kondisi pasar dibutuhkan agar pemasar mempersiapkan segala kemungkinan yang terjadi di masa mendatang beserta cara penanganannya. Antifragile mendorong pemasar untuk berinovasi dan adaptif terhadap tekanan pasar. Konsep antifragile juga memiliki batasan pada kondisi yang tidak dapat diperkirakan karena keterbatasan manusia atau bersifat force majeure.

(Dr Tony Wijaya SE MM, Alumnus Program Doktor Pascasarjana FBE UII & Lektor Kepala FE UNY)

## Bank BPD DIY

YOGYA (KR) - Kinerja Bank di masa pandemi Covid-19 yang bukukan kinerja memuaskan un pada 2020. Bank BPD DIY tetap pai peningkatan target keuangan paian Aset, Dana Pihak Ketiga serta target digitalisasi dengan Usaha Mikro Kecil dan Meneng Mikro Kecil pada 2021.

Kinerja keuangan Bank BPD DIY tahun ini menargetkan Aset sebesar Rp 15,3 triliun, DPK sebesar Rp 11,7 triliun, penyaluran kredit sebesar Rp 9,4 triliun, Laba sebesar Rp 330 miliar dan Non Performing Loan (NPL) sebesar 2,8 persen. Selanjutnya, Bank BPD DIY akan meningkatkan digitalisasi yang menjadi sebuah keniscayaan yang dibutuhkan masyarakat saat ini.

Direktur Utama PT Bank BPD

DIY  
kine  
teru  
nom  
untu  
mi in  
men  
atau  
kin  
"T  
bihs  
peny

### TAK ADA AKSI MI Stok Daging Sapi Cuk

YOGYA (KR) - Harga daging sapi di DIY terpantau masih stabil tinggi dengan ketersediaan stok atau pasokan yang mencukupi hingga pekan ketiga Januari 2021 ini. DIY tidak terjadi fluktuasi harga yang dipicu minimnya stok daging sapi seperti yang dialami di pasar kawasan Jakarta-Bogor-Depok-Tangerang-Bekasi (Jabodetabek). Bahkan para pedagang sapi di kawasan Jabodetabek berencana mogok jualan sebagai wujud aksi protes kepada pemerintah karena mahalnya harga daging sapi di pasar sejak awal tahun 2021.

"Harga daging sapi lokal di DIY sudah bertahan relatif tinggi sebesar Rp 120.000/Kg dan harga daging impor beku harga di sekitaran Rp 80.000 saat ini. Jadi tidak ada kenaikan daging sapi yang signifikan, bahkan cenderung stabil di DIY," ujar Kepala Bidang Perdagangan Dalam Negeri Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) DIY Yanto Apriyanto di kantornya, Rabu (20/1).

Yanto mengatakan, dari sisi harga komoditas daging sapi lokal di DIY sudah stabil tinggi sejak 2019 lalu dan tidak ada pergerakan atau fluktuasi harga hingga saat ini. Sementara itu, terkait ketersediaan pasokan daging sapi lokal di DIY sudah mampu diperubi, meskipun belum bisa swasembada daging sapi.