

ting, mereka harus mengetahui seluk-beluk produk klien.

Infomedia mendidik sekitar 12.000 agen di Infomedia Academy. Hasilnya, para agen bisa memenuhi standardisasi pelayanan yang diminta oleh klien. Bekal pendidikan para agen beragam, mulai dari lulusan SMA hingga sarjana. Mereka ditempatkan di tempat yang sesuai dengan kemampuan mereka. Untuk melayani produk yang kompleks seperti perbankan atau asuransi, biasanya, agen yang ditempatkan lulusan S1.

"Kepuasan pelanggan maupun klien sangat bagus, kami selalu mendapat kontrak *multiyears* karena mereka sudah percaya dengan kami," tandas Arman.

Diversifikasi layanan

Kini, Infomedia tidak sekadar menyediakan layanan yang bervariasi ke pelanggan. Mereka menambah jalur pelayanan ke konsumen berupa *walk in* atau kantor cabang pelayanan, *web in* atau layanan pelanggan via *chatting* dan *e-mail*, media sosial, dan sebagainya. "Kami baru mulai merintis untuk *social media*," kata Arman.

Infomedia ingin menyesuaikan layanannya dengan cara masyarakat berinteraksi dan perkembangan teknologi terkini. Otomatis, perusahaan yang menjadi klien Infomedia bisa menentukan cara berkomunikasi yang tepat dan paling efektif dengan pelanggannya.

Melalui serangkaian inovasi dan diversifikasi usaha, bisnis *contact center* Infomedia berkembang pesat. Pendapatan mereka mulai melonjak sejak 2009. Sebagai perbandingan, pada 2008, bisnis ini agak lamban gara-gara krisis ekonomi. Pendapatan mereka waktu itu Rp 393,64 miliar. Setahun berselang, pendapatan naik jadi Rp 406,31 miliar, bahkan mencapai Rp 542,92 miliar pada 2010.

Sedangkan pendapatan Infomedia sepanjang tahun lalu tumbuh 29,5% jadi Rp 702,61 miliar. Kontribusi pendapatan dari lini *contact center* dan alih daya mencapai 65%. Arman me-

masang target pertumbuhan pendapatan Infomedia tahun ini sebesar 30%.

Ke depan, Infomedia sudah siap dengan beberapa ekspansi bisnis *contact center*, antara lain pengembangan model bisnis *contact center* retail B2C. Sasaran mereka adalah para pelaku usaha kecil dan menengah (UKM). "Yang kami sasar adalah *retailer* dengan omzet Rp 50 juta per bulan," kata Arman.

Layanan baru lainnya adalah *white label contact center* bagi para *provider contact center*. Infomedia berperan sebagai penyedia infrastruktur, sumberdaya manusia dan pengelolannya. Sementara yang berjualan atau mengoperasikannya adalah perusahaan lain.

Andre Vincent Wenas, pengamat manajemen dan dosen IPMI Business School, menilai, diversifikasi layanan *contact center* itu menunjukkan bahwa perusahaan yang bergerak di bidang informasi dan telekomunikasi ini memaksimalkan infrastruktur yang dimiliki untuk jasa layanan konsumen kepada korporasi. "Banyak perusahaan memilih *outsourcing* untuk layanan konsumen demi mengurangi *fixed cost*," katanya.

Maklum, biaya tetap ini dapat membuat perusahaan tersebut tidak fleksibel mengelola bisnisnya. Nah, dengan menyerahkan layanan konsumen yang bukan bagian dari bisnis intinya, suatu perusahaan dapat lebih fleksibel dan efisien.

Agar dapat lebih berkembang lagi, Andre menyarankan agar Infomedia mengembangkan sumberdaya manusia yang mereka miliki. Sehingga, SDM tersebut tidak sekadar jadi agen layanan konsumen tapi bagian dari rantai bisnis perusahaan yang jadi pelanggan Infomedia. Ujung-ujungnya, agen itu menguasai bisnis si klien sehingga bisa berperan sebagai konsultan.

"Ke depan akan semakin banyak perusahaan yang melakukan *outsourcing* untuk layanan konsumen," kata Andre. Jika benar, tentu, perkembangan itu akan menambah pundi-pundi pendapatan Infomedia. □

Refleksi

Fenomena Angel Investor



Jennie S. Bev
Pengusaha, kolumnis, & pengajar yang bermukim di California



PJ

Entrepreneurship atau kewirausahaan lebih dari sekadar jalur mencari nafkah dan sekantong berlian. Seorang *entrepreneur* hidup dalam napas kewirausahaan. Ia dan kewirausahaan adalah satu.

Bagi para *entrepreneur* sukses, setiap bibit yang berpotensi sukses memberi suatu gairah tertentu dan mereka ingin memberikan harapan bagi para penerus. Lahirlah istilah "*angel investor*". Para "malaikat" ini adalah pebisnis berideologi.

Laporan yang diterbitkan Organization for Economic Cooperation and Development (OECD) menyebutkan, dalam resesi Amerika Serikat (AS) dan global yang berkepanjangan, makin sedikit bank yang mengucurkan dana buat perusahaan tahap awal dan *startup*. Selain itu, *venture capitalist* lebih fokus ke usaha yang telah melampaui fase tersebut.

Kekosongan ini diisi oleh para *angel investor* yang makin gencar mencari dan dicari. Mereka bermain dengan insting bisnis dan keyakinan yang mungkin sulit dikuantifikasi. Ini adalah kelebihan mereka yang sulit dijumpai di lembaga keuangan lain, seperti bank.

Di Silicon Valley, misalnya, yang merupakan surga bagi para teknokrat IT berkulit putih dan beretnis Asia, *affirmative action* mewajibkan para *angel investor* mencari dengan gigih perusahaan-perusahaan *startup* yang didirikan orang berkulit hitam dan Hispanik. Berbagai kompetisi disponsori untuk mencari bibit-bibit yang masih hijau dalam dunia bisnis.

Para *angel investor* ini mempunyai berbagai kriteria dalam mengucurkan dananya yang berkisar ribuan sampai jutaan dollar AS untuk setiap proyek, unit usaha, maupun perusahaan *startup*. Kriteria itu termasuk jenis usaha (IT, retail, manufaktur, dll.), jumlah lapangan kerja yang diciptakan, etnis dan gender pendiri (untuk kepentingan *affirmative action* dalam ekua-

litas ekonomi) dan status minoritas. Seperti kita ketahui, serupa dengan dunia akademis, pemberian *scholarship*, *fellowship*, dan *grant* mempunyai kriteria-kriteria khusus pula.

Paul Allen dari Microsoft, misalnya, merupakan salah satu pemimpin Tribe of Angels Group. Beberapa *tycoon* bisnis lain juga memiliki organisasi *angel investment* yang handal dalam mencari bibit-bibit pengusaha sukses. Para *tycoon* dan pengusaha sukses ini tidak hanya memberikan dukungan dana, namun juga pengalaman kewirausahaan serta kehandalan teknis. Seperti para profesor emeritus mendidik akademisi penerus mereka.

Angel investor kurang dapat perhatian dari kaum elite karena bergerak di tingkat lokal dan regional.

Dunia *angel investment* ini masih didominasi kaum pria. Hanya 5% *angel investor* di Eropa dan 13% di AS yang perempuan. Perempuan sendiri termasuk gender minoritas yang cukup banyak didukung untuk berwirausaha oleh Pemerintah AS. Golden Seeds di AS dan Go Beyond di Eropa diprakarsai untuk lebih memopulerkan *angel investing* di kalangan perempuan.

Posisi angel investor

Di Indonesia, MEKAR di bawah Sampoerna Foundation memelopori *angel investment*. Mereka aktif mencari *startup* baru melalui kompetisi proposal bisnis, sarana inkubasi bisnis, pelatihan bisnis, dan *networking* mereka. Sayangnya, kebijakan pemerintah belum

memprioritaskan pertumbuhan *angel investment*. Di Inggris, Prancis, Belanda, Skotlandia, dan Selandia Baru, insentif pajak diberikan untuk menggalakkan *angel market*.

Dalam sejarahnya, *angel investing* sudah dilakukan sejak beberapa abad lampau melalui jaringan pribadi, termasuk berlatar kekeluargaan dan kesukuan. Imigran India di AS, misalnya, mempunyai jaringan kuat dalam membantu mendirikan bisnis tertentu. Saat ini, keluarga Patel mempunyai jaringan bisnis hotel yang cukup diperhitungkan. Imigran Taiwan di California, misalnya, juga mempunyai jaringan kuat di bisnis grosir.

Angel investors juga lebih tersebar secara geografis, tidak terbatas di *hub* teknologi dan intelektual belaka. Mereka banyak bergerak di tingkat lokal dan regional, sehingga memperkuat perekonomian akar rumput dan lokal. Karena itu, mereka kurang dapat perhatian para elite nasional dan internasional. Dalam resesi global, kekuatan ekonomi lokal dan regional-lah yang bisa bertahan dan masih bertumbuh.

Spirit kewirausahaan memerlukan tempat tumbuh di dalam ekosistem yang mendukung. Para *angel investors* memenuhi kebutuhan sendiri termasuk dengan *mentoring*, *financial capital*, dan *technical capital*. Selain itu, ekosistem ini perlu didukung kebijakan bisnis, hukum, dan lingkungan.

Semua bisnis raksasa dan para *tycoon* dimulai dengan bisnis kecil. Kunci sukses tidak hanya berada di tangan pelakunya, namun juga di tangan para penentu arah ekonomi makro. Perspektif mikro, meso, dan makro perlu digunakan serentak agar bisnis sukses. Spirit bermain di level mikro individu. Kebijakan ekonomi di level makro. Dan, para *angel investors* bermain di level menengah (meso) yang menjembatani level mikro dan makro. □

SOLUSI WEB **alfaweb78.com**

❖ Domain (Alamat Website), Webhosting, E-mail, Website dengan fasilitas content management system, untuk ubah isi web sendiri, kapasitas s/d 400 MB, mudah editnya dan disediakan training singkat

❖ Company Profile :
➢ Rp 1,5 jt/s/d Rp 2,3 jt

❖ Online Shopping :
➢ Rp 1,7 jt

❖ Membership & Forum :
➢ Rp 2,5 jt

<http://www.alfaweb78.com>
info@alfaweb78.com
0816-101-763 (Bill)

CCTV CAMERA & ACCESS CONTROL

Megapixel IP Camera, Outdoor Camera, Finger Print Reader, Standalone DVR

- Dapat dipantau melalui Internet, Smartphone, BlackBerry, iPad, iPhone, WiFi, LAN, dan Android Smartphone.
- Dapat untuk monitoring perjalanan kendaraan melalui GPS.
- Dapat digabung dengan Alarm System.
- Dapat dihubungkan ke POS dan Cash Register untuk di Supermarket.
- Tersedia Camera untuk melihat plat nomor mobil.

Tel : (021) 6281117, 6399410, 6007206 Fax : (021) 6597285
E-mail : cpsl@indosat.net.id Website : www.mitracctv.com