

perti April 2013 lalu, LINE meluncurkan stiker "Orang Utan". Stiker ini merupakan hasil kerjasama dengan WWF Indonesia. Lalu, LINE juga meluncurkan stiker bertemakan Ramadan pada bulan puasa lalu.

Saat ini, LINE juga sedang bekerjasama dengan para operator telekomunikasi lokal seperti PT Telkomsel, PT XL Axiata Tbk dan PT Indosat Tbk untuk mengembangkan WEB-SHOP. Fitur ini memungkinkan para pengguna LINE bertransaksi tanpa menggunakan kartu kredit. Caranya, LINE dan para operator ini menyediakan semacam akun virtual.

Menggaet selebriti

Model bisnis yang kurang lebih sama juga diterapkan oleh WeChat. Aplikasi layanan pesan instan dari China ini juga bisa diunduh dan dipakai secara gratis. Aplikasi besutan Tencent Holdings ini memungkinkan penggunaannya saling berkiriman teks, pesan suara, *emoticon*, gambar, video, dan *file* lainnya.

Pemakainya dapat menggunakan aplikasi ini untuk video chat, menambah teman baru lewat fitur aplikasi media sosial, memanfaatkan *Location-Based Services*, serta berbagi cerita melalui fitur *Moments*. "Semuanya gratis," kata *Chief Marketing Officer* Tencent Andy Lau kepada KONTAN.

Cara WeChat meraup duit adalah dengan memberikan *value added service*. Ada sejumlah fitur yang memanjakan pengguna aplikasi WeChat, di antaranya seperti *games* dan *e-commerce*. Dari penjualan stiker, *games* dan *emoticons*, WeChat memperoleh pemasukan.

WeChat tak menjarang iklan. *Chief Operating Officer* MNC Tencent Bagus Binatoro mengatakan, iklan mengganggu kenyamanan pemakai. Selain itu, hal tersebut tidak sesuai motto WeChat yang mengusung tema *fun, easy and secure*.

Namun, WeChat mempunyai cara unik untuk memperbesar kocek. Caranya dengan mengundang tokoh selebritis untuk

membuka akun di WeChat. Tahun ini, WeChat telah memakai aktor terkenal China, Chen Kun untuk membuka akun. Nah, bagi pengguna WeChat yang mau terkoneksi dengan Chen Kun harus membayar sekitar US\$ 3. Sebagai imbal baliknya, pengguna bisa memperoleh foto eksklusif, lagu, *e-books* bahkan ucapan selamat malam dari artis tersebut.

Di Indonesia sendiri, WeChat juga telah memakai beberapa tokoh selebritis, mulai dari penyanyi Gisele hingga pemain bola seperti Lionel Messi. Selain menambah jumlah pengguna, tujuannya tentu saja mengemukakan pundi-pundi penggemar aplikasi WeChat ini.

Lain lagi dengan Whatsapp. Aplikasi layanan pesan yang cukup populer di Indonesia ini memperoleh pendapatan dari para penggunanya. Orang yang ingin memakai aplikasi ini harus membayar sebesar US\$ 0,99 per tahun setelah masa percobaan setahun. Sebagai imbal balik, para pemakainya bisa bertukar pesan berupa gambar, suara dan video tanpa terganggu dengan adanya iklan.

Dalam situs resminya, *Chief Executive Officer* Whatsapp Inc. Jan Koum menyatakan, ogah menjarang pendapatan dari iklan. "Iklan bukan saja mengganggu secara estetika, melainkan juga menghina intelektualitas dan menginterupsi pikiran terlatih Anda," katanya.

Kendati hanya mengandalkan pendapatan dari biaya aplikasi, Whatsapp dikabarkan mempunyai pendapatan besar. Konon pada 2012, perusahaan yang berbasis di California ini meraih pendapatan US\$ 100 juta.

Jumlah pendapatan ini mungkin ada benarnya. Lihat saja jumlah pemakai Whatsapp. Per 10 November lalu, ada sekitar 350 juta pengguna Whatsapp aktif setiap bulan di seluruh dunia. Jadi, tinggal kalikan saja dengan biaya pemasangan yang diperoleh Whatsapp. Tak heran apabila raksasa teknologi seperti Google kabarnya berani membanderol Whatsapp senilai US\$ 1 miliar! □

Refleksi

Bubble atau Booming Ekonomi



Jennie Maria Xue
Penulis buku-buku bisnis dan pengajar yang bermukim di California dan Jakarta



Zatra

Ada ungkapan, "Every party must come to an end. Everything that goes up must come down." Setiap pesta pasti berakhir. Apa pun yang naik, pasti akan turun kembali. Ini bukan prinsip ekonomi, tapi prinsip alam.

Menurut data dari Organization for Economic Cooperation and Development (OECD), pertumbuhan ekonomi Indonesia diperkirakan masih baik dan stabil berkisar antara 6% terhitung sejak tahun 2014 sampai 2018. Apakah ramalan ini tepat? Bisakah kita mengambil keputusan-keputusan penting berdasarkan ramalan tersebut?

Jawabannya: Anda jangan terlalu cepat gembira! *Pertama*, cermati dulu apakah pertumbuhan ekonomi di Indonesia saat ini merupakan ekonomi gelembung (*bubble economy*)? *Kedua*, bagaimana pertumbuhan ekonomi di negara-negara tetangga?

Ketiga, dalam proses pemulihan ekonomi Amerika Serikat (AS) dan Eropa, apakah terjadi gelembung-gelembung baru? *Keempat*, bagaimana tingkat kepercayaan global yang bermuara kepada pola konsumsi global?

Presiden Barack Obama tidak hadir dalam pertemuan APEC pada bulan Oktober lalu di Bali. Ini memberi angin bagi China sebagai *superpower* dari Asia. Asia Pasifik kembali menikmati sorotan seperti periode sebelum Krisis Finansial 1997. Dan, seperti di periode tersebut, Asia sekarang juga sedang dibanjiri kredit mudah sehingga terjadi gelembung ekonomi luar biasa. Kota-kota "hantu" alias komunitas-komunitas baru kosong tanpa penghuni bisa ditemui di seantero China.

Di *emerging market*, dana terkucur US\$ 4 triliun sehingga terjadi banjir dana murah untuk berbagai kredit, termasuk kredit pembangunan. Alhasil, muncul proyek bangunan-bangunan raksasa dan properti bagi konsumen. Gelembung dalam

emerging markets belum pecah saat ini, seperti juga di Indonesia. Gelembung-gelembung properti juga sedang terjadi di Kanada, Australia, dan negara-negara Eropa Barat.

Pembelian massal obligasi oleh pemerintah AS meningkatkan harga obligasi. Bahkan, termasuk *junk bonds* yang semestinya berharga murah. Gelembung kredit pembiayaan kuliah (*student loan*) kini telah mencapai US\$ 1 triliun, yang sudah siap pecah. Mengapa? Karena, para lulusan universitas sangat sulit mencari pekerjaan. Sekitar 50% dari mereka kembali ke rumah orangtua tanpa kerja, sedangkan utang sekolah mereka yang berkisar antara US\$ 30.000 hingga US\$ 200.000 itu sudah harus mulai dicicil.

Pertumbuhan ekonomi Indonesia didukung oleh gelembung lokal, regional, dan internasional.

Gelembung properti baru di AS sudah terbentuk lagi dengan suku bunga KPR yang sangat rendah sehingga pasar properti naik 11,2% semester pertama 2013. Di negara bagian Arizona, California, Nevada, dan Florida, demam jual-beli rumah supermurah merajalela. Gelembung teknologi juga sedang mengembang di Silicon Valley seiring maraknya suntikan dana oleh *angel investors* dan *venture capitalists* di berbagai *startup*.

Kelompok negara BRIC (Brasil, Rusia, India, dan China) menikmati pertumbuhan ekonomi luarbiasa yang dimulai pada pertemuan G7 tahun 2001. Kehebatan BRIC dianggap luarbiasa mengingat mereka memiliki masing-masing fungsi. China sebagai pusat manufaktur,

India sebagai penerima *offshore outsourcing*, Rusia sebagai penyedia sumber daya alam, dan Brasil sebagai penyedia bahan mentah industri. Harga komoditi global yang meroket membentuk gelembung tersendiri.

Pertumbuhan Indonesia

Diawali Krisis Finansial AS 2008, investasi dunia berfokus ke Asia. Indonesia sendiri menikmati peningkatan investasi asing serta penguatan mata uang rupiah sebesar 50% terhadap dollar AS. Dalam dua tahun, utang luar negeri mengganda, apalagi didukung oleh suku bunga yang rendah. Pertumbuhan ekonomi Indonesia pun meroket hingga lebih dari 6%.

Bisa dibaca bahwa pertumbuhan ekonomi Indonesia didukung oleh berbagai gelembung lokal, regional, dan internasional. Menurut Moody's, *compound credit loan growth* mencapai 22% dan pertumbuhan kredit konsumen mencapai 300% dibandingkan lima tahun lalu. Kini, Bank Indonesia telah membatasi jumlah kartu kredit yang bisa dimiliki seseorang. Kartu kredit tidak bisa diberikan kepada mereka dengan penghasilan kurang dari US\$ 330 per bulan.

China sendiri bukanlah negeri yang tidak bermasalah sosial dan politik. Kurangnya transparansi, utang pemerintah lokal, masalah perumahan, pemalsuan, korupsi, dan campur tangan politik menghasilkan pembangunan yang "bagus di luar, namun bermasalah di dalam" negara itu. Tampaknya pembangunan China juga berfondasi gelembung.

Ketepatan ramalan OECD masih perlu kita buktikan. Namun, dengan banyaknya gelembung yang terjadi di domestik, regional, dan internasional, pertumbuhan ekonomi Indonesia yang melampaui 6% bisa jadi adalah gelembung raksasa yang terdiri dari gelembung-gelembung kecil. □

Gemar Gratisan

Konsumen Indonesia lebih menyukai aplikasi layanan pesan gratis. Hal ini diakui Dian Lesmana selaku pengguna aplikasi Whatsapp.

Namun, faktor gratisan bukanlah yang utama. Menurutnya, ada faktor lain yakni jumlah penggunaannya. "Bila banyak yang pakai, saya akan ikut," ucap pegawai negeri sipil ini.

Selain itu, pertimbangan lainnya adalah kinerja aplikasi layanan pesan itu. Dia menginginkan aplikasi yang bekerja secara cepat dan tidak membuat ponsel jadi lemot.

Pengamat manajemen dan *marketing* Handito Juwono menyatakan, pasar Indonesia belum terbiasa dengan aplikasi yang berbayar. Konsekuensi dari layanan gratis itu, konsumen tak bisa menghindari adanya iklan.

"Namanya juga gratis, jangan minta yang lebih," katanya.

Menurut Handito, para pengembang aplikasi layanan pesan instan ini bisa saja memungut bayaran asal menawarkan sesuatu yang berbeda. Dia mencontohkan seperti masalah keamanan. Banyak konsumen yang menginginkan keamanan privasinya selama menggunakan aplikasi layanan tersebut.

Selain itu, supaya bisa meraih pengguna yang besar, pengembang aplikasi juga harus terus mengembangkan konektivitas. Aplikasi layanan pesan ini juga harus memudahkan konsumen dan berbiaya murah.

"Bila ketiga hal tersebut tidak diperhatikan, maka ke depannya perusahaan akan sulit mendapatkan pengguna baru," kata Handito. □