

Tantangan Buat Inovasi Baru

► Hani Hapsari Menyelaraskan Bisnis Advertising dengan Tuntutan Era Digital

Terjun di bidang advertising, selain menuntut kreativitas, juga harus mampu bersaing di pasar. Persaingan bukan hanya antarsesama perusahaan sejenis, tetapi juga jenis media yang terus berkembang seiring zaman. Era digital menjadikan Hani Hapsari Ramayana, pemilik Armedcom Advertising, untuk bisa berjalan selaras. Berikut wawancara wartawan Tribun Jateng, Raka F Pujangga, bagaimana Hapsari memajukan bisnis advertising.

Bagaimana cerita awalnya tertarik menjalankan usaha periklanan?

Saya suka sekali dengan bidang pekerjaan lapangan, yang tidak harus duduk di kantor sehabisan, memperbanyak teman bertambah relasi.

Sebelum memulai usaha ini, saya pernah bekerja di salah satu media sebagai marketing iklan. Di situ saya mendapat banyak ilmu dan saya mulai menyukai pekerjaan tersebut.

Akhirnya saya mendalami advertising dan membuka biro iklan yang tantangannya semakin menggoda untuk terus ingin tahu dan belajar lebih luas. Sampai sekarang terus belajar nggak ada habisnya.

Kapan titik baliknya perusahaan berada pada posisi puncak dan apa inovasinya saat itu?

Kalau untuk menuju posisi puncak, sebenarnya lima tahun yang lalu saya pikir sudah puncak. Tapi ternyata belum seberapa dan masih ada banyak yang perlu saya kembangkan, selain periklanan dan yang namanya advertising itu luas sekali.

Tidak akan pernah bosan untuk belajar, karena tantangan-tantangan yang ada itu membuat saya lebih semangat untuk membuat besar dan sukses perusahaan ini.

Dengan tim kreatif yang saya punya, kita sama-sama menampung keinginan klien dan berusaha mewujudkannya, mulai dari kita bundling periklanan, percetakan, dan event organizer (EO) yang kami sebut *one best solution*.

Apa kendala awal dan kendala yang ada saat ini menjalankan usaha periklanan tersebut?

Kendala awal, saya masih muda sekitar umur 25 tahun membuka perusahaan advertising dengan pengalaman yang minim untuk menjalankan suatu perusahaan itu cukup berat saat itu.

Kendala saat ini banyaknya persaingan biro iklan baru, kita harus lebih kreatif dan selalu berinovasi untuk menghadapi persaingan sekarang ini.

Apa tantangannya saat ini menghadapi transformasi digital?

Itu tantangan menarik. Pernah saya katakan kalo advertising itu luas sekali dan selalu banyak tantangan, salah satunya kita harus mengikuti era yang ada.

Seperti sekarang banyaknya pembaca iklan itu lebih ke media sosial, internet. Kita pun harus menyesuaikan produk klien kita ini apa dan sesuai iklan di media apa saja. Apabila target klien tercapai, kita pun ikut senang.

Bagaimana solusi anda untuk mengatasi kendala dan tantangan saat ini?

Saya selalu menerapkan ke tim saya untuk menjaga klien kami yang lama supaya setia, karena lebih gampang cari klien baru daripada mempertahankan, dan selalu menjaga kepercayaan klien terhadap kami.

Dengan adanya kendala dan tantangan saat ini kita bisa memberikan solusi terbaik untuk klien kami.

Pengalaman adalah guru terbaik. Dari pengalaman, kita bisa belajar untuk mengambil keputusan yang baik dan dengan cara efektif mungkin.

Melihat semakin ketatnya per-

saingan strategi apa yang dilakukan untuk berkompetisi?

Pertama, belajar menciptakan strategi dengan mengambil hikmah dari berbagai macam pengalaman. Kedua, Kita harus berfikir kritis. Ketiga, perencanaan dan beberapa macam konsep. Kelima, harus kreatif dan berpikir secara terbuka serta mengambil perspektif berbeda, guna membuat ide-ide yang muncul menjadi nyata.

Bagaimana rencana anda ke depannya untuk mengembangkan perusahaan ini?

Tentunya Lebih fokus dan kritis, sehingga bisa lebih meningkatkan keterampilan dan melatih pegawai lebih berkreatif. Kami juga terus memperhatikan saran dan kritik klien, sebagai sarana evaluasi dan memperbaiki kembali beberapa kekurangan yang dikeluhkan klien.

Manfaatnya sungguh besar terhadap perkembangan perusahaan kita. Harapannya bisa memperbaiki kualitas agar menjadi semakin baik lagi ke depannya.

Ide dan inovasi sangat penting untuk selalu digali agar perusahaan kita bisa berkembang, karena jika produktivitas kita hanya berjalan di tempat, maka tinggal tunggu saja masa ketika bisnis kita akan semakin tertinggal.

Bagaimana caranya menyiasati untuk menambah pelanggan?

Saya akan memaksimalkan dengan cara promosi melalui media sosial atau broadcast Whatsapp. Menawarkan paket yang menarik dengan bonus atau diskon, dan juga telemarketing.

Prinsip kerja seperti apa yang anda tanamkan kepada para pegawai?

Yang terutama itu adalah disiplin.

Kelola PAUD untuk Jembatani Orangtua Sibuk

Di tengah kesibukan sehari-hari menjalankan bisnis advertising, Hani Hapsari Ramayana juga mengelola lembaga pendidikan KB-TK-TPA Hapsari yang sudah berdiri sejak tahun 2008 di Jl Peterongan Timur No 324 CD Semarang Selatan.

Banyaknya keinginan orangtua terhadap lembaga pendidikan yang bisa memenuhi kebutuhan anak sesuai usianya, mendorong Hapsari, sapaannya, untuk mewujudkannya.

"Pendidikan anak usia dini itu penting untuk membentuk karakter anak sejak kecil, penanaman budi pekerti untuk anak menjadi utama. Setiap orangtua pasti ingin anak-anak tidak hanya pintar, tapi juga sehat dan berkarakter baik," katanya.

Kebutuhan lembaga pendidikan PAUD semakin besar takala semakin banyak dua orangtua sudah sibuk dengan kegiatan dan pekerjaannya. Kondisi itu membuat mereka jarang sekali bertemu dengan anaknya. Mereka berharap lembaga pendidikan PAUD ini menjembatani kebutuhan pendampingan atas pembinaan karakter anak.

"Sekarang ini permintaan dari orang tua murid untuk dibuka TPA (tempat penitipan anak) untuk anak usia 2-6 tahun. Akhirnya, kami pun membuka layanan TPA ini," katanya. (raf)

kemudian memiliki tanggungjawab dan juga harus ditanamkan kejujuran.

Dalam pekerjaan, mereka juga harus memiliki kreatifitas, inovatif dan produktif.

Bagaimana cara anda memotivasi pegawai untuk bisa bekerja dengan optimal?

Biasanya kita melakukan meeting bersama dengan mendengarkan masukan ide-ide baru dari para pegawai.

Kemudian, menjalin komunikasi sosial yang baik dengan pegawai untuk memberikan semangat. Tidak lupa saya selalu memberikan bonus apabila pekerjaan memenuhi target.

Saya selalu menekankan untuk berkontribusi dan mempunyai rasa memiliki dan mempunyai visi, misi dan nilai perusahaan.

Perusahaan adalah milik mereka sehingga mereka berusaha untuk turut serta mewujudkannya. (*)

Hani Hapsari Ramayana ST MIKOM

Tempat, tanggal lahir :	Nama perusahaan biro periklanan:
Semarang, 2 Agustus 1981	Armedcom Advertising
Hobi : Berenang	Nama usaha bidang pendidikan: KB TK Hapsari
Nama suami : Muhammad Rifal, SE	
Nama anak :	
1. Hafanda Daffa Reswara	
2. Hafanda Naura Ardella	