

“Passion, Pintu Penggali dan Peningkatan Kompetensi” Sharing Pengalaman Ibu Engeline Tjhia Soesilo, Praktisi & Konsultan Marketing

Wawancara Evvy Silalahi dengan Ibu Engeline Tjia

Berbicara tentang kompetensi tidak lepas dari pentingnya mengetahui passion (panggilan hidup). Bagaimana pentingnya sebuah passion membentuk seseorang menjadi profesional yang sukses di bidangnya dapat kita simak dari wawancara dengan salah satu praktisi di bidang marketing yang kami sajikan kali ini. Tokoh berikut sudah mengenyam banyak asam garam dalam bidang sekuler. Beliau adalah Ibu Engeline Tjia Soesilo, wanita kelahiran Padang Oktober 1970, alumni Teknologi Pertanian UGM dengan gelar masternya dari PPM Management. Ibu Engeline sudah lebih dari 26 tahun berkecimpung dalam bidang marketing, menangani branding, komunikasi pemasaran, strategi bisnis. Beliau pernah menduduki posisi top manajemen antara lain di PT.Unilever Indonesia, Kawan Lama Retail Group, Lottemart, Carrefour Indonesia, PT. Nestle dan banyak lagi perusahaan multinasional. Berikut adalah hasil wawancara berupa sharing ilmu dari Ibu Engeline.



Ibu Engeline Tjia

“Terima kasih banyak sebelumnya Ibu Engeline telah bersedia menjadi narasumber TarFomedia. Kami sangat bersyukur punya kesempatan mewawancarai ibu. Ngomong-ngomong, pengalaman di bidang praktisi, sudah sangat banyak ya bu? Bagaimana awalnya Ibu bisa berkecimpung di dunia marketing bahkan, strategic branding? Karena secara keilmuan ibu lulusan Teknologi Pertanian UGM”

“Berawal dari bercita-cita ke IPB dan tapi diterimanya di Teknologi Pertanian UGM. Pertama kali bekerja di BCA pada bagian pendukung operasional cabang dalam merancang dan memperbaiki sistem kerja. Sebagai contoh: Mengatur mekanisme antrian agar efisien, meningkatkan kecepatan pelayanan customer service, dan lain sebagainya. Pada waktu itu, sepulang dari kantor saya sering ikut nimbrung dalam study group kakak saya dan teman-temannya sekolah S-2 bisnisnya yang diadakan di rumah kami. Dari diskusi-diskusi yang seru ini, kakak dan teman-teman-nya kemudian menyarankan saya untuk mencoba bekerja di marketing, karena mereka melihat kemampuan berpikir dan kreativitas yang cocok di bidang ini. Jadilah saya mencoba melamar pekerjaan di marketing, dan puji Tuhan diterima. Memasuki dunia marketing, bagi saya itu seperti menemukan dunia baru yang pas, seperti ikan yang menemukan kolam yang tepat, sehingga saya bisa

langsung berenang dan jumpalitan kesana kemari, tidak perlu waktu yang lama untuk beradaptasi dalam dunia tersebut. Begitulah kira-kira keadaan ketika kita menemukan pekerjaan yang sesuai dengan talenta kita”.

“Paradigma saya ketika menjadi seorang marketer awalnya masih salah, karena saya berpikir bahwa marketing itu hanya mengambil keuntungan dari orang lain. Namun saya beruntung, di awal karir saya, ada satu cara pandang yang berbeda yang membukakan satu kebenaran dalam melihat marketing sebagai sarana yang baik dalam menolong meringankan beban orang lain dan memberi manfaat kepada masyarakat. Contohnya begini: Nestle adalah perusahaan yang menjual susu bubuk. Bayangkan betapa repotnya jika seorang ibu yang ASI-nya terbatas, terpaksa harus memelihara seekor sapi untuk memenuhi kebutuhan asupan susu bayinya. Apa yang akan terjadi ketika di tengah malam, sang bayi kelaparan dan ASI tidak cukup? Maka sang ibu harus bangun untuk pemerah sapi agar bayinya mendapatkan susu yang cukup. Di sinilah peran produsen susu bubuk, mengumpulkan susu sapi segar dari peternak-peternak sapi, mengolah susu segar tersebut secara higienis sehingga menjadi bentuk bubuk yang kering dan tahan lama. Sang ibu hanya perlu menambahkan air hangat dan kemudian diberikan kepada bayinya saat dibutuhkan. Nah, dari serangkaian proses dan upaya ini, apakah perusahaan susu itu boleh memperoleh keuntungan? Jelas boleh! Dalam contoh kasus ini, semua pihak bekerja sama untuk saling menolong dan semua pihak yang terlibat sama-sama menikmati keuntungan. Jadi marketing

yang benar adalah suatu rangkaian aktivitas yang bermula dari inisiatif yang benar, dilakukan dengan proses yang benar dan memberikan hasil yang benar. Marketing bukanlah manipulating! Di dalam marketing yang benar, tidak boleh ada itikad untuk memanipulasi pihak-pihak yang terlibat! Cara pandang marketing yang seperti inilah yang menjadi pegangan saya sebagai seorang marketer, yang membuat saya sampai sekarang tetap berada di bidang ini.

“Jadi Ibu menemukan passion menjalankan panggilan itu melalui proses ya bu? Tidak semua orang dapat langsung menemukan passion dan panggilan-nya dalam hidup ini”.

“Semua yang kita hadapi dalam hidup memerlukan proses. Tidak ada yang instan. Semakin dalam kita menggumuli prosesnya, semakin matang kita mengenal diri, talenta dan panggilan kita. Orang yang mau menggali untuk menemukan panggilannya harus belajar rendah hati dan peka menempatkan diri sebagai ciptaan di hadapan sang Pencipta-nya. Tanya TUHAN, minta tuntunan-Nya. Ambil waktu untuk berdiam diri untuk merenung dan berpikir ulang. Dalam perenungan ini, harus berani jujur dengan diri sendiri, berani menerima kenyataan, rendah hati untuk mau berubah, punya tekad untuk berubah dan membayar harga – berkorban waktu, tenaga, uang, meninggalkan zona nyaman. Setiap kita diciptakan dengan keindahan dan keunikan masing-masing. Seorang seniman akan menghasilkan karya yang indah jika menekuni panggilannya sebagai seniman, jangan pernah berkeinginan menjadi orang lain yang mempunyai bakat dan talenta di bidang yang lain.

“Ngomong-ngomong soal *branding*, sebelumnya Ibu sudah banyak berkecimpung dalam bidang *branding* dan sekarang ini juga jadi konsultan ya bu. Nah pertanyaan saya, tantangan paling besar di lapangan dalam membangun sebuah brand itu apa ya bu? Kemudian selama berkarya dalam dunia marketing, mengkomunikasikan *brand product* apa yang paling menantang dalam menangani berbagai *brand*”.

Bagi saya berbicara tentang branding adalah hal yang menantang. Setiap brand itu memiliki personality masing-masing. Kasus yang lebih menantang itu ketika menangani *brand* yang sifatnya *corporate*, misalnya brand ‘Carrefour’. Carrefour adalah sebuah perusahaan, suatu ‘entity’ - sebuah perusahaan retail. Jadi brand di sini bukanlah berbentuk produk. Tugas saya adalah ‘menjual’ Carrefour *as a brand*. Dimana di dalam ‘brand Carrefour’ ini ada banyak faktor yang terkait: Ada lokasi, ada tempat parkir, ada bentuk toko retailnya, suasana tokonya, kelengkapan produknya, harga yang ditawarkan, kasir dan lain sebagainya. Semua hal ini sangat menarik bagi saya dan menantang untuk memikirkan semua sarana untuk menghasilkan manfaat-manfaat yang baik bagi semua pihak yang terlibat dalam proses ini.

“Saya pernah juga bekerja pada satu retail besar yang nyaris bangkrut. Sebelumnya, saya bekerja di satu perusahaan yang sangat *established* dan terus bertumbuh. Jadi sempat ada kepikiran menyesali keputusan pindah ke situ. Namun, itulah kenyataan yang harus saya hadapi. Perusahaan mau bangkrut, dan saya sendiri yang memilih bekerja di situ. Justru di situlah seharusnya saya bisa berkontribusi untuk membuat gebrakan-gebrakan yang membantu perusahaan untuk tidak bangkrut. Ada banyak hal yang bisa dilakukan, dimulai

dari pembenahan mental dan *soft skill* seluruh karyawan, pembenahan-pembenahan fisik dan pekerjaan sipil yang terlihat dan bisa dirasakan. Jadi tidak hanya sekedar mengubah *brand image*. Kalau hanya sekedar mengubah *brand image* tanpa pembenahan yang real, maka itu adalah semata-mata menjadi upaya manipulasi. Sekali lagi saya tegaskan marketing yang benar adalah suatu rangkaian aktivitas yang bermula dari inisiatif yang benar, dilakukan dengan proses yang benar dan memberikan hasil yang benar. Marketing bukanlah manipulating! Harus ada proses pembenahan yang benar yang menghasilkan suatu karya yang nyata”.

“Seorang marketer juga harus berani melihat ke dalam dan mengetahui di mana letak kekuatannya, di mana kekurangan dan hal-hal apa yang masih bisa diperbaiki. Kemudian seorang marketer yang benar juga harus berani untuk memilih segmen pasarnya. Jangan serakah! Jangan merasa apa-apa bisa, sehingga menjadi ‘*over promise*’. Tidak ada satu perusahaan atau satu produk yang ‘*excellent in everything!*’ Ini adalah manipulasi! Marketer yang baik harus tau apa *core* bisnisnya dan *core customer*-nya.” Jadi petakan dan tau dulu apa yang sedang terjadi, buat strateginya, dan temukan pesan yang tepat, baru kemudian di komunikasikan. Inilah tantangan yang selalu menarik bagi saya. Namun tentunya semua ini tidak bisa dilakukan sendiri, semua ini adalah proses yang harus dilakukan Bersama-sama sebagai satu team dalam perusahaan. Tantangan dan kesulitan seperti ini harus dihadapi, ditangani dan dilewati bersama-sama.”

“Dari pengalaman Ibu dalam menangani krisis brand, kelihatannya ibu sangat bertangan dingin ya bu dalam memperbaiki yang rusak.

Apakah Ibu tidak tertarik berkontribusi dalam pemerintahan, untuk menjadi konsultan atau tenaga ahli misalnya?"

"Saya tidak pernah menutup diri untuk kesempatan seperti ini. Sebenarnya saya sudah mencoba beberapa kali dalam berbagai kesempatan, namun belum pernah sekalipun berhasil masuk ke sana. Kesimpulan sementara saya adalah bahwa dunia politik dan pemerintahan Indonesia masih mensyaratkan banyak hal yang menjadi kendala utama yang belum bisa ditembus untuk golongan minoritas seperti saya – keturunan tionghoa dan non-muslim. Namun saya tidak kapok, hanya lebih pasrah dan tidak ngotot. Saya tetap membuka diri seandainya Tuhan memang menuntun saya ke bidang ini."

"Dalam branding atau komunikasi pemasaran, konten adalah hal yang penting. Saat ini toko online serta start up juga sudah banyak demikian juga, e-commerce, bagaimana peran konten marketing saat ini untuk membangun brand awareness? Apakah konten marketing masih relevan digunakan? Apakah banyaknya toko online dan platform online lainnya dengan masing-masing konten marketing masih dapat diharapkan menarik perhatian konsumen?"

"Saya adalah orang yang percaya bahwa konten adalah hal yang penting dalam mengelola sebuah brand. Yang jadi permasalahan sekarang ini adalah: di satu sisi banyak orang sebenarnya tidak begitu mengerti konten sebuah brand – tapi pura-pura mengerti, sementara di sisi lain ada banyak orang yang mengerti – namun meng'abuse' konten brand itu. Konten yang mereka katakan bisa tidak autentik – karena tidak mengerti atau malah menjadi 'over promise' karena di 'abuse'

- tidak sesuai dengan kenyataan. Sebagian orang yang tidak mengerti membuat konten dengan mengambil cerita orang lain dan memodifikasinya. Hal ini sama saja sebenarnya dengan manipulasi. Dalam memarketingkan suatu produk, jasa atau entity, konten harusnya menjadi pondasi utama. Apa yang akan dijual, service apa yang terlibat, semuanya ini harus dikembangkan dari konten. Namun kenyataan yang ada sekarang, kebanyakan orang sibuk menjual *packaging* atau sibuk berkutat pada 'channel' penjualan, dan bukan memberikan perhatian yang cukup pada 'konten – isi' brandnya sendiri. Konten harus dipastikan sesuai dengan pesan brand-nya. Perlu diseriusin. Jangan cuek, karena akan menipu konsumen!

"Selama dalam dunia kerja, Ibu banyak sekali menduduki posisi top manajemen. Kira-kira apa peran penting pimpinan dalam meningkatkan reputasi dan kinerja brand? Adakah itu atau hanya SDM saja yang berperan?"

"Setiap perusahaan mempunyai keunikan masing-masing. Saya hanya bisa sharing dari pengalaman saya yang terbatas. Sebagai contoh untuk perusahaan manufaktur, menurut saya salah satu peran kunci ada di posisi brand manager. Brand manager adalah seperti terminal penghubung (hub) sekaligus pemilik dari brand itu (*brand owner*) yang bertanggung-jawab dari A sampai Z nya brand tersebut. Namun seorang brand manager tidak dapat bekerja sendiri. Sama seperti seorang ibu yang tidak dapat membesarkan dan mendidik anaknya sendiri. Sang ibu memerlukan banyak bantuan dari luar (ada sang ayah, kakek-nenek, adik-kakak, atau keluarga lainnya, *baby sitter*, guru sekolah, dan lain sebagainya) yang berperan dalam mendidik dan membantu anak itu bertumbuh dewasa. Namun kalau sampai ada yang salah dengan brand tersebut, maka seharusnya sang brand manager-lah yang paling bertanggung jawab dan berinisiatif untuk melakukan upaya perbaikan yang diperlukan.

“Bagaimana pendapat Ibu tentang persepsi orang yang mengatakan bahwa kuliah itu tidak penting, pendidikan informal juga bisa membuat orang sukses?”

“Sangat tergantung pada kondisi seseorang. Memperoleh kesempatan mendapatkan pendidikan yang lebih tinggi itu penting sekali! Jadi jika *resources* tersedia (uang dan kesempatan ada) sebaiknya tempuhlah Pendidikan yang lebih tinggi. Namun jika *resources* terbatas (uang atau waktu tidak memungkinkan), maka tidak ada salahnya untuk bekerja dahulu. Kumpulkan uangnya dan jika ada kesempatan baru ambil Pendidikan lagi. Pendidikan yang baik bisa menghasilkan tingkat intelegensi yang baik dalam memahami diri, talenta dan panggilan kita dengan lebih baik. Intelegensia yang baik juga diperlukan dalam memahami orang lain (*customer*, rekan kerja, *stakeholder*) yang ada dalam lingkungan tempat kita bekerja. Itulah fungsi pendidikan yang terpenting, membantu kita untuk mengenali diri dan orang lain dengan lebih baik, bukan untuk sekedar bangga-banggaan dalam mendapatkan diploma atau sertifikatnya saja.”

“Betul sekali bu, sepakat”

“Dengan kuliah, kita bisa mendapatkan pengalaman orang lain dengan lebih singkat, misalnya untuk ahli dalam satu bidang, seseorang harus kerja selama 8 tahun, namun dengan kita mengikuti kuliah maka waktu yang 8 tahun tersebut untuk memahami suatu bidang bisa dipersingkat dengan belajar di bangku kuliah selama 4 tahun misalnya. Di bangku kuliah kita bisa belajar *sharing* dari pengalaman orang lain juga. Jadi jika ada kesempatan untuk kuliah, gunakanlah dengan baik, ambillah ilmunya dengan baik, jangan hanya

mengejar gelar atau sertifikat ataupun kenaikan golongan”.

“Saat ini dunia sedang mengalami pandemi; bagaimana pendapat dan saran Ibu bagi kaum wanita terutama dalam menghadapi hal-hal yang *unpredictable*? Kebetulan STARKI adalah kampusnya khusus untuk wanita dan salah satu nilai filosofinya adalah mencetak SDM wanita yang unggul, berkarakter dan mandiri.” Berkaitan dengan hal tersebut, bagaimana pentingnya sebuah kompetensi bagi kaum wanita terkait dengan pengalaman Ibu di dunia sekuler dan sebagai seorang istri?”

“Perempuan itu diciptakan Tuhan sebagai penolong bagi suami dan keluarganya. Itulah panggilan utama sebagai seorang wanita. Sebagai penolong, perempuan itu harus dua kali lebih cerdas, lebih bijaksana dan lebih kuat agar bisa menjalankan perannya itu. Untuk itu kita harus mengenali diri kita, mengetahui kelebihan dan kekurangan kita, tau menempatkan diri dengan cara yang bagaimana yang dapat diterima oleh pasangan, keluarga dan masyarakat. Untuk peran yang seperti ini, setiap wanita perlu mengisi diri dengan berbagai hal yang baik yang mendukungnya untuk berperan maksimal di lingkungannya masing-masing. Kalau panggilan kita dalam dunia pekerjaan, maka kita harus menjadi pekerja yang baik dengan tetap menjalankan fungsi utama dalam keluarga. Tetap tunduk kepada suami karena suami adalah kepala keluarga. Kalau panggilan kita menjadi hamba Tuhan penuh waktu, maka kita juga perlu terus belajar, agar dapat mengetahui persoalan-persoalan nyata yang dihadapi jemaat dan membantu mereka dengan maksimal. Wanita yang mengenali diri dan mengenali fungsinya dapat menjadi tiang penyangga dalam keluarga, tidak

mudah menyerah, dan berperan nyata mendukung pasangan dan keluarga terutama dalam masa sulit yang *upredictable* seperti pandemic sekarang ini”.

“Dari data yang saya peroleh tentang *profil* ibu, selain sebagai profesional dan sering juga menjadi dosen tamu, Ibu juga aktif dalam pelayanan, dalam mendampingi suami yang seorang Hamba Tuhan dan ibu juga memimpin persekutuan di kantor. Nah..., bagaimana menurut Ibu nilai-nilai pelayanan/spiritual dapat mengingatkan kita untuk menjadi berkat dalam dunia kerja, baik kepada konsumen kita ataupun sebagai SDM”.

“Kepercayaan saya pada Allah Tritunggal adalah nilai spiritual utama yang menjadi fondasi hidup pegangan /pedoman dalam menjalankan hidup ini. Ini bukan hal yang klise! Fondasi ibarat akar pada tanaman. Akar yang kuat adalah akar yang dalam dan lebar, jelas akan menghasilkan pohon yang kuat dan buah yang lebat. Tidak ada akar yang lebih hebat dari pada akar yang bersumber dari Allah Tritunggal sendiri. Itu yang saya percaya!. Kita harus ingat, setiap kita adalah manusia yang sudah jatuh dalam dosa. ***Roma 3:23, Karena semua orang telah berbuat dosa dan telah kehilangan kemuliaan Allah.*** Tidak seorngpun dari kita yang dapat bertindak benar, selalu penuh cinta atau berbuat kebaikan semata-mata. Karena kita semua sudah berdosa dan daging kita ini lemah. Kesadaran ini penting! Untuk itulah kita tidak dapat bergantung pada diri kita sendiri. Kita memerlukan Allah Tritunggal - akar yang kuat itu sebagai dasar kita hidup dan bertumbuh dalam hidup ini.

Ijinkan saya untuk mengutip satu ayat lagi dari Firman Tuhan, dari kitab Yohanes 15, Tuhan Yesus mengatakan pada setiap kita ***‘Tinggallah***

di dalam Aku dan Aku di dalam kamu. Sama seperti ranting tidak dapat berbuah dari dirinya sendiri, kalau ia tidak tinggal pada pokok anggur, demikian juga kamu tidak akan berbuah, jikalau kamu tidak tinggal di dalam Aku. Akulah pokok anggur dan kamulah ranting-rantingnya. Barangsiapa tinggal di dalam Aku dan Aku di dalam dia, ia akan berbuah banyak, sebab di luar Aku kamu tidak dapat berbuat apa-apa.”

Ini adalah kebenaran yang sedang disampaikan Tuhan Yesus, bahwa sebenarnya hidup kita ini bukanlah tentang siapa kita, karena kita ‘hanyalah’ ranting-ranting itu. Namun walaupun kita ‘hanyalah’ ranting-ranting, namun justru disitulah adanya peran yang sangat besar dalam menghasilkan buah-buah anggur yang baik. Inilah hal penting yang harus kita sadari! Dalam kesempatan ini saya mengajak kita semua... Mari membangun kesadaran ini. Mari kita dengan penuh kesadaran melekat pada Sang Pokok Anggur itu, dan menyediakan diri menjadi saluran berkat – menyalurkan nutrisi penting dari Sang Pokok Anggur itu ke bakal-buah, sehingga hidup kita ‘si ranting’ ini dapat dipakai-Nya untuk menghasilkan buah-buah yang lebat.

Ada banyak ‘buah’ yang dipercayakan TUHAN – Sang Pokok Anggur – pada kita sebagai ranting-Nya: Peran dalam keluarga, pekerjaan, pelayanan, pertemanan, persaudaraan, dan peran-peran unik lainnya dalam masyarakat, berbangsa dan bernegara. Mari kita menjadi ranting yang produktif! Jangan menjadi ranting yang mampet, yang korup, kejam dan tidak berbuah! Ingatlah.. ranting yang kering dan tidak berbuah akan dipotong dan dicampakkan ke dalam api lalu dibakar!

Mari menjadi ranting yang melekat pada Sang Pokok Anggur. Ranting yang mau dibersihkan untuk menjadi ranting yang sehat, agar setiap nutrisi (Kasih, berkat, anugrah) yang disalurkan TUHAN Sang Pokok Anggur melalui kita sang ranting, bisa kita salurkan dengan baik dan menghasilkan buah-buah yang bernas dan lebat. Inilah tujuannya kita diciptakan dan ditempatkan Tuhan dalam profesi kita masing-masing supaya menghasilkan buah-buah Roh (Galatia 5:22)

“Betul sekali Bu, menurut saya juga demikian, nilai spiritual harus diimplementasikan melalui buah-buah Roh tersebut. Menarik sekali ya bu. Selanjutnya sebagai penutup, saya ingin menanyakan tantangan apa yang paling sulit bagi Ibu selama berkarya di dunia sekuler?”

“Sebenarnya saya tidak melihat ada perbedaan antara dunia ‘pelayanan’ dan dunia ‘sekular’. Keduanya adalah milik TUHAN, dan keduanya sama tantangannya. Masih memakai konteks ranting anggur, saya melihat tantangan terbesar kita adalah untuk memastikan kemelekatan kita pada Sang Pokok Anggur dan kerelaan kita untuk mau dibersihkan berulang-ulang, agar tetap sehat dan dapat menjadi saluran berkat-Nya yang baik. Tantangan terbesar dalam hidup adalah: Menjaga kekudusan dan integritas dalam hati, pikiran, perkataan dan perbuatan kita di hadapan Allah.

TUHAN adalah Allah yang mengenali setiap sel dalam tubuh ini, Allah yang dapat menyelidiki hati, bahkan yang terdalam dan tersembunyi sekalipun. Jadi tidak ada gunanya tidak terbuka dan tidak jujur di hadapan-Nya. Seandainya apa yang kita pikirkan, katakan dan perbuat semuanya sudah terlihat baik, namun hati kita tidak sejalan... semua itu adalah kebohongan di hadapan TUHAN. Jangan mencoba menipu TUHAN. Itu adalah kebodohan dan kemurtadan yang tidak dapat diterima oleh Allah. Jadi begitu sadar, segeralah bertobat, minta pengampun, dan dengan kesadaran penuh mulai dari awal lagi. Allah adalah pribadi yang setia dan adil, Ia akan mengampuni orang yang bertobat, dan kasih-Nya akan menolong kita untuk mulai bekerja menjalankan peran kita kembali. Jadi tetaplah setia dalam menjalankan peran kita, meskipun jatuh bangun”

“Baiklah Ibu, tak terasa sudah panjang sekali perbincangan kita. Atas nama TarFomedia dari LPPM STARKI, saya menghaturkan terima kasih atas sharing pengalaman dan ilmu dari Ibu Engeline. Semoga Ibu sehat selalu dan tetap menjadi berkat bagi sesama.”Pastinya sharing ini sangat berguna buat pembaca”

“Baik bu Evy, sama-sama terima kasih untuk kesempatan berbagi. Kiranya Tuhan beserta dan memberkati TarFomedia dan STARKI. /Rs