

Jor-joran Iklan, Sudah Untungkah Mereka?

Oleh Adi Sumaryadi



Ada sebuah diskusi menarik dengan seorang teman terkait banyaknya perusahaan rintisan di Indonesia (Startup) yang beriklan dengan dana yang sangat besar, bahkan sebagian blocking time di TV swasta. Diskusinya mengarah pada pikiran yang sama, sudah untungkah mereka?

Ada sebuah diskusi menarik dengan seorang teman terkait banyaknya perusahaan rintisan di Indonesia (Startup) yang beriklan dengan dana yang sangat besar, bahkan sebagian blocking time di TV swasta. Diskusinya mengarah pada pikiran yang sama, sudah untungkah mereka?

Kami berdiskusi panjang tentang ini, tentang bagaimana mereka memikirkan mendapatkan *revenue*, apakah dari bisnis utamanya atau justru dari bisnis-bisnis sampingan yang kita tidak tahu. Diskusi tentu membahas satu persatu Startup dengan status yang sangat besar. Tentu semuanya dari sudut pandang kita, karena kita tidak pernah tau laporan keuangan mereka, maklum mereka bukan perusahaan publik (sudah IPO) yang bisa diakses laporan keuangannya. Pemberitaan-pemberitaan yang ada di media juga secara teknis bisa dilakukan dengan membuat advertorial membahas kesuksesan mereka, tapi lagi-lagi laporan keuangan yang tidak bisa diakses umum tentu membuat kita bertanya-tanya.

Perbincangan pertama berada dikelompok Marketplace, sudahkah mereka untung? Sudahkah Tokopedia untung? sudahkah Shopee untung, sudahkah Bukalapak untung? diskusi saya dengan teman ini menyimpulkan bila mereka belum untung. Biaya operasional yang begitu besar, biaya marketing yang begitu besar, biaya akuisisi yang begitu besar kita yakini belum membuat mereka

untung, walaupun untung pastinya sangat tipis sekali dan pake banget.

Kita meyakini bila semacam Shopee Ads, Keanggotaan Power Merchant milik tokopedia belum menjadi penopang revenue terbesar mereka. Lagi-lagi, suntikan dana dalam bentuk pendanaan seri-A sampai seri-seri selanjutnya masih menjadi "nafas" dan bensin untuk mereka bertahan. Pertanyaan mengarah kepada Blanja, apakah kehabisan bensin?

Diskusi selanjutnya adalah memikirkan bisnis "sampingan" mereka yang ternyata lebih besar, kita membahasnya bukan di Marketplace-marketplace yang sudah besar saja, tetapi beberapa platform kita bahas. Bisnis sampingan itu mereka buat karena mereka punya *Crowd*, punya komunitas dan punya data yang kuat. Sangat mungkin mereka mengakuisisi produsen yang penjualannya sangat moncer di platform mereka? atau bahkan dari awal mereka menyiapkan Pivot ke lini bisnis yang benar-benar tidak nyambung seperti ke Properti, tambang atau juga membuat venture dan memberikan investasi ke perusahaan-perusahaan lainnya?

Crowd yang mereka punya juga sebagian dimanfaatkan untuk membentuk revenue stream baru, seperti membuat eMoney atau kerjasama dengan penyedia emoney untuk bisa menggunakan *crowd* yang mereka miliki. Kalau revenue stream ini saya pikir masih relevan dengan bisnisnya.

Jadi sudah untung atau belum? Mungkin dari pembaca semua ada yang punya info terkait in? Hehehe, kalau punya bolehlah berbagi :).

Kata Kunci : Startup, Bakar Uang, Iklan