



Usianya pun terhitung muda, belum sampai 50 tahun. Walau

begitu, namanya sudah tercatat sebagai 5 besar miliarder di Tiongkok pada akhir tahun 2016. Bahkan, pada tahun 2004, ketika usianya belum genap 33 tahun, Ma Huateng sudah diganjar penghargaan Global Business Influential oleh Majalah Time. Saat itu, kekayaannya sudah mencapai 190 juta dollar, dengan perusahaannya, Tencent, telah menguasai 75% pangsa

foto: <http://www.jianshu.com/>

Namanya tidak setenar Jack Ma, sang Alibaba dari Tiongkok. Namanya pun tidak sepopuler Mark Zuckerberg ataupun Jack Dorsey, para taipan dunia internet barat. Namun, di mata para suhu teknologi internet, namanya sangat diperhitungkan.



Oleh: M. Setiawan Kusmulyono
Pengajar Business Creation, Faculty
Member Universitas Prasetiya Mulya

MA HUATENG

pasar layanan pesan instan (*instant messaging*) di Tiongkok.

Nama panjang Ma adalah Ma Huateng. Namun, teman-temannya lebih akrab memanggil dia dengan nama Pony Ma, yang berarti kuda.

Sang Penguasa
Internet Tiongkok



foto: www.hkoi.com

Istilah kuda ini diambil karena nama keluarga yang disandangnya. Ma awalnya adalah seorang penduduk Tiongkok pada umumnya. Berasal dari Provinsi Guangdong yang berlokasi di pesisir tenggara RRT (Republik Rakyat Tiongkok), Ma hijrah menuju Shenzhen untuk menempuh pendidikan insinyurnya.

PENGAMPU

lainnya, dengan bekerja di China Motion Telecom Development sebagai periset di bagian pengembangan sistem *paging*. Tidak lama, Ma pun bergabung dengan Shenzhen Runxun Communications sebagai periset di bagian pengembangan telepon melalui internet. Pengalaman kerja ini lah yang menjadi salah satu cikal bakal bergumulnya mimpi-mimpi Ma untuk menjadi penguasa internet di Tiongkok.

Pemula yang Berpengalaman

Tidak menghabiskan waktu lama dengan kesibukan profesionalnya, Ma memutuskan merintis usaha bersama empat temannya dengan mendirikan Tencent. Modal awalnya hanya sebesar 120.000 dollar yang diperolehnya hasil dari bermain saham. Namun, seperti usaha pemula pada awal pendiriannya, kesulitan menjadi menu keseharian yang harus dilahap Ma di Tencent.

Bahkan, Ma melakukan hampir seluruh pekerjaan di Tencent, mulai dari pekerjaan strategis, hingga teknis. Suatu waktu Ma harus bekerja menjadi desainer website, di suatu waktu lainnya, Ma sudah siap dengan gagang sapu dan pel untuk membersihkan kantornya. Masa awal Tencent pun belum mampu memberikan remunerasi dan tunjangan optimal bagi seluruh karyawannya.

Tangan Midas Ma mulai terasa pada tahun 1999 ketika Tencent meluncurkan OICQ, sebuah layanan pesan instan. OICQ ini dirilis setelah Tencent fokus dalam pengembangan layanan pengiriman teks. OICQ ini masih belum memiliki pangsa pasar

“
Modal awalnya hanya sebesar 120.000 dollar yang diperolehnya hasil dari bermain saham.”

yang besar. Ma pun mengambil keputusan strategis dengan mengubah model bisnis layanan pesan instannya menjadi tidak berbayar.

Keputusan ini berbuntut panjang. Masyarakat muda Tiongkok yang menyukai gratisan, langsung menyerbu OICQ dan aktif menggunakannya. Bahkan dalam 1 tahun, permintaannya meningkat pesat dengan mencapai 5 juta pengguna. Tentunya, pertumbuhan bukan tanpa masalah. Kapasitas Tencent belum siap menampung lonjakan pengguna sebesar itu. Di tengah limbungnya perusahaan, beberapa perusahaan venture capital asal Amerika menginjeksikan dananya untuk mendukung Tencent. Pada saat itu pula, Ma memutuskan mengubah nama OICQ menjadi QQ.

Tidak menunggu momen emas, Ma langsung menghujani penggunanya dengan berbagai layanan mulai dari QQ berlangganan, nada dering, dan layanan yang dapat dikustomisasi. Secara strategis, Ma pun bekerjasama dengan berbagai perusahaan di belahan dunia lain. Dampaknya, pada 2004, Ma berhasil





foto: DealBook - The New York Times



foto: <http://tech.huangju.com>

“

Awal 2005, tercatat hampir 160 juta pengguna se-Asia menjadi pelanggan setia dari layanan pesan instan Ma, yang kini akrab dikenal dengan nama WeChat. ”

menumpuk 74% pangsa pasar layanan pesan instan di Tiongkok dan menempatkannya sebagai taipan baru di daratan *Zhongguo*.

Mengelola Jutaan Pengguna

Sejak IPO di bursa Hongkong, kinerja Ma dan Tencent makin mengilap. Tidak sampai hitungan tahun, pemilik saham Tencent sudah merasakan kenaikan lebih dari 50% dari nilai pembelian awalnya. Niat awal IPO ini adalah agar Ma dapat

memperoleh dana segar untuk mengakuisisi perusahaan-perusahaan satelit yang dapat menunjang kinerja Tencent.

Ma menyisipkan permainan yang dapat diunduh secara rutin di dalam layanan pesan instannya. Imbasnya, jutaan gamers semakin menambah kuota pengguna layanan yang dimiliki oleh Ma. Awal 2005, tercatat hampir 160 juta pengguna se-Asia menjadi pelanggan setia dari layanan pesan instan Ma, yang kini akrab dikenal dengan nama WeChat.

Diluar mengelola pengguna nirbayar, Ma menysasar pula perusahaan untuk memanfaatkan layanan pesan instan. Ma mendirikan RTX, kependekan dari Real Time Xchange System pada 2005. Tidak butuh waktu lama, Tencent telah memiliki kontrak dengan 85.000 perusahaan di seantero Tiongkok. Tidak hanya itu, brand QQ yang masih memiliki nilai jual tinggi, kemudian merambah usaha lisensi melalui kerjasama dengan Guangzhou Donglihang, perusahaan pembuat boneka yang akan merilis boneka dengan nama QQ.

Analisis dari Morgan Stanley mengemukakan opini bahwa jika ada perusahaan yang mampu melakukan ekspansi dari hanya layanan pesan instan menjadi layanan kehidupan di seluruh kebutuhan berselancar dunia maya, maka Tencent adalah contoh

terbaik di dunia. Pujian ini tentu diimbangi dengan jutaan pengguna yang semakin cinta dengan layanan Tencent. Tercatat hingga 438 juta pengguna terdaftar di layanan milik Ma Huateng ini.

Filantropi

Ma Huateng pun cukup unik dibandingkan para miliarder lainnya di Tiongkok. Suatu ketika, Warren Buffet dan Bill Gates pernah mengundang miliarder-miliarder Tiongkok untuk hadir dalam sebuah jamuan. Namun, kekhawatiran akan diminta dana amal membuat sepertiga undangan tidak direspon.

Lain halnya dengan Ma. Ma mendonasikan sahamnya senilai 100 juta lembar yang setara dengan 2 miliar dollar untuk kegiatan amal. Angka ini merupakan angka filantropi terbesar yang pernah terjadi di Tiongkok. Dana tersebut rencananya diarahkan untuk mendukung perbaikan kesehatan, pendidikan, dan lingkungan di Tiongkok.

Sebenarnya, menurut data yang dimiliki oleh lembaga periset dunia, jumlah orang kaya di Tiongkok sudah melebihi jumlah orang kaya di Amerika Serikat. Namun, jumlah dukungan terhadap filantropi masih berada di bawah Amerika Serikat. Hal ini dikarenakan para miliarder Tiongkok masih bersifat diam dan tidak ingin dipublikasikan. Hal ini sejalan dengan undang-undang tentang kegiatan amal yang belum jelas di Tiongkok.

Keberanian Ma untuk mempublikasikan filantropinya bukan semata untuk menunjukkan kedermawanannya, melainkan untuk mengajak pula para individual beruntung lainnya di Tiongkok untuk turun tangan dan mendonasikan kekayaannya. Ma yakin bahwa kegiatan ini akan memberi dampak positif terhadap kemajuan Tiongkok secara menyeluruh. Tidak lama, inisiasi Ma ini pun segera diikuti oleh tetangganya, yaitu Jack Ma, sang Alibaba, yang juga mendonasikan sahamnya untuk kegiatan amal.

Ma Huateng menjadi contoh individu yang sukses merancang bisnis dan menjalankannya, baik sebagai entrepreneur, maupun manajer. Kecerdikannya mendorong Ma untuk

dapat menguasai dunia internet di Tiongkok yang hanya dimulai dari suatu layanan sederhana. Tidak lupa, segala kesuksesan yang diperoleh, tetap harus dikembalikan kepada masyarakat agar manfaat baik tetap dapat dirasakan secara lebih luas.



foto: <http://techstart.presslogic.com/>

REFERENSI:

www.bloomberg.com
www.britannica.com
www.reuters.com