



Pustaka Amma Alamia

DESAIN PEMIKIRAN BISNIS DAN KARAKTER WIRAUSAHAWAN



**EKO WAHYU WIDAYAT, S.SI., S.E., M.M.
DR. BAKTI TONI ENDARYONO, S.E., M.M.
MEGA INDAH EDITYAWATI, S.E., M.M.**

Eko Wahyu Widayat, S.Si, SE,. MM
Dr. Bakti Toni Endaryono, SE,. MM
Mega Indah Edityawati, SE,. MM

DESAIN PEMIKIRAN BISNIS DAN KARAKTER WIRAUSAHAWAN



Pustaka Amma Alamia

Judul
**DESAIN PEMIKIRAN
BISNIS DAN KARAKTER WIRAUSAHAWAN**

Penulis:
Eko Wahyu Widayat, S.Si, SE., MM
Dr. Bakti Toni Endaryono, SE., MM
Mega Indah Edityawati, SE., MM

Editor
Rendra Fahrurrozie, S.Pd., M.E.

Desain Sampul dan Lay Out:
Samhatun Uzhma

Diterbitkan oleh:



Pustaka Amma Alamia

Sukaharja, Cijeruk, Bogor, Jawa Barat
Telp. 085885753838
Email: majelispengulis@gmail.com
Cetakan pertama: Oktober 2024
ISBN : 978-623-8156-55-9

Dilarang memperbanyak, menyalin, merekam sebagian atau seluruh bagian buku ini dalam bahasa atau bentuk apapun tanpa izin tertulis dari penerbit atau penulis.

KATA PENGANTAR

Hingga saat ini Indonesia masih tergolong ke dalam negara berkembang dengan jumlah wirausahawan relatif masih sangat sedikit dibandingkan dengan negara-negara maju maupun negara Asean lainnya. Oleh sebab itu pemerintah melalui berbagai kementerian yang ada terus berupaya untuk mendorong para generasi muda agar bangkit dan mau untuk menjadi wirausahawan walau dimulai dengan skala yang masih kecil yaitu UMKM.

Namun pada kenyataannya hingga saat ini masih saja sangat sedikit generasi muda yang tergerak untuk memanfaatkan berbagai program pemerintah tersebut dengan menjadi wirausahawan muda. Salah satu penyebabnya karena para generasi muda Indonesia kurang memiliki karakter positif yang dibutuhkan untuk menjadi generasi muda. Oleh sebab itulah penulis sangat tertarik untuk mengupas permasalahan karakter tersebut dengan menulis buku yang berjudul *Desain Pemikiran Bisnis dan Karakter Wirausahawa* ini.

Harapannya buku ini dapat dibaca oleh para generasi muda Indonesia sehingga mereka bersedia dan berani untuk mengambil bagian menjadi wirausahawan muda sejak dini karena salah satu permasalahan yang terus menerus dihadapi oleh bangsa ini salah satunya adalah pengangguran. Dengan menjadi wirausahawan sejak dini maka diharapkan Indonesia akan keluar dari masalah pengangguran, bukan saja karena terbukanya kesempatan lapangan kerja yang cukup banyak namun juga karena banyaknya generasi muda Indonesia yang bersedia untuk menjadi wirausahawan sejak dini.

Buku ini terdiri dari 14 bab dimana 10 diantaranya secara khusus akan mengupas mengenai karakter positif yang dibutuhkan para generasi muda untuk menjadi seorang wirausahawan. Adapun kesepuluh karakter yang dibahas dalam buku ini meliputi selalu memiliki tujuan yang jelas (*visioner*), berani melakukan perubahan, berpikir kreatif dan inovatif, berpikir positif, optimis dan percaya diri, pantang menyerah dan berani mengambil risiko, memiliki kepemimpinan yang kuat, memiliki jejaring yang luas, memahami teknologi moderen serta pembelajar. Adapun 4 bab lainnya berisi tentang pentingnya menjadi wirausahawan sejak dini, motivasi seseorang dalam berwirausaha, pentingnya karakter dalam berbisnis dan kisah sukses pengusaha muda Indonesia.

Dengan terbitnya buku ini maka sekali lagi penulis berharap para generasi muda Indonesia akan memiliki karakter positif tersebut hingga pada akhirnya nanti akan muncul wirausahawan-wirausahawan muda sebagai generasi penerus bangsa ini. Bisa dibayangkan apa yang akan terjadi di Indonesia

beberapa puluh tahun kedepan jika semenjak muda saja para generasi mudanya sudah mau berwirausaha semenjak usia muda.

Diharapkan nantinya jumlah pengusaha sukses yang ada di Indonesia akan semakin banyak sehingga akan semakin banyak pula bisnis-bisnis baru baik yang berskala nasional maupun internasional tumbuh dan berkembang di Indonesia. Jika itu yang terjadi, maka tentunya jumlah lapangan kerja yang diciptakan juga bisa lebih banyak lagi dan tenaga kerja yang terserap akan semakin banyak, sehingga pengangguran di Indonesia akan semakin sedikit bahkan diharapkan tidak ada lagi.

Selanjutnya tentu Indonesia akan menjadi negara maju seperti negara-negara lain yang telah lebih dahulu maju dengan jumlah pengangguran yang relatif sedikit bahkan nol. Ini tentu menjadi harapan kita dan juga para pendiri bangsa ini. Oleh sebab itu, sekali lagi penulis sampaikan, dengan terbitnya buku ini dan dimulai dengan dimilikinya karakter positif sebagai penunjang generasi muda untuk berwirausaha maka darapannya muncul pebisnis-pebisnis sukses dimasa depan sehingga Indonesia akan menjadi negara maju. Amiin!

Bogor, Oktober 2024

Penulis

DAFTAR ISI

01	PENTINGNYA BERWIRSAUSAHA SEJAK DINI	1
02	MOTIVASI SESEORANG DALAM BERWIRSAUSAHA	9
	Motivasi Diri Dalam Berwirausaha	10
	Mengubah Pola Pikir	12
	Cashflow Quadrant, 4 Area Kehidupan	14
	Keuntungan Menjadi Wirausahawan	18
03	PENTINGNYA KARAKTER DALAM BERBISNIS	22
	Pengertian Karakter	22
	Teori Karakter	24
	Proses Pembentukan Karakter	26
	Karakter Dasar Seorang Wirausahawan	28
04	VISIONER, Berani Membangun Impian	33
	Mencabut Jangkar Masa Lalu	33
	Visioner Itu Berarti Berani Bermimpi	38
	Membangun Impian	42
	Mendesain Impian yang <i>Well-Formed</i>	45
05	REVOLUTIONER, Berani Melakukan Perubahan	50
	Memulai Sebuah Perubahan	55
	Faktor Penghambat Perubahan	58
	Proses Perubahan	60
	Kunci Utama Perangsang Perubahan	61
	Waktu Memulai Perubahan	64
06	KREATIF & INOVATIF, Solusi Permasalahan Bisnis Anda	67
	Pengertian Kreativitas dan Inovasi	68
	Pentingnya Kreativitas dan Inovasi	69
	Ciri-Ciri Kreativitas dan Inovasi	72
	Proses Kreativitas dan Inovasi	73
	Antara Kreativitas, Inovasi dan Otak Kanan	76
	Peranan Otak Kanan Bagi Wirausahawan	82

07

BERPIKIR POSITIF, Energi menjadi Wirausahawan Sukses	85
Kekuatan Pikiran	86
Sistem Kerja Pikiran	87
Rantai Pikiran dan Pengaruhnya	89
Antara Berpikir Positif dan Pikiran Bawah Sadar	91
Reframing Sebagai Cara Terapi Berpikir Positif	93
Milton Model	98
Penyebab Pikiran Positif	100
Ciri Kebribadian Positif	102
Keuntungan Memiliki Kepribadian Berpikir Positif	104

08

OPTIMIS DAN PERCAYA DIRI	108
Antara Optimis dan Percaya Diri	108
Manfaat Optimis dan Percaya Diri	114
Ciri-Ciri Orang Percaya Diri	116
Macam-macam Percaya Diri	117
Rendah Diri	118
Percaya Diri yang Berlebihan	120

09

PANTANG MENYERAH & KEBERANIAN MENGAMBIL RISIKO	122
Pentingnya Karakter pantang Menyerah	123
Berani Mengambil Resiko	127

10

LEADPRENEURSHIP, Memiliki Kepemimpinan Wirausaha	131
Kepemimpinan yang Kuat Dalam Wirausaha	132
Tugas, Tanggung Jawab dan Fungsi Pemimpin Wirausaha	136
Lahirnya Sebuah Kepemimpinan	140
Tingkatan Kepemimpinan	142
Kemampuan Kepemimpinan Wirausaha	144
Manfaat Kepemimpinan Dalam Wirausaha	149
Cara Mengembangkan Kepemimpinan	151

11

NETWORKING, Membangun Jaringan yang Luas Melalui	
Komunikasi yang Efektif	155
Pengertian dan Arti Penting Komunikasi	156
Memahami Alat Komunikasi yang Efektif	158
Sistem Representasi Manusia	159
Membangun Hubungan Akrab Melalui <i>Instant Rapport</i>	161

Tips Membangun Jejaring	166
Antara <i>Ideas Networks</i> dan <i>Resources Networks</i>	167
12	
TECHNOPRENEURSHIP, Memahami Teknologi Modern	170
Pentingnya Karater Technopreneurship	171
Perbedaan Entrepreneurship dan Technopreneurship	177
Bisnis Berbasis Teknologi	178
Ciri-ciri Technpreneur	181
Tips Sukses menjadi Tecnopreneur	181
Prifile Technopreneur Sukses Kelas Dunia	183
13	
PEMBELAJAR, Memahami Manajemen Modern	195
Pengertian Manajemen dan Organisasi	201
Tingkatan Manajemen	203
Bidang Manajemen	205
Fungsi Manajemen	208
Integrasi Bidang dan Fungsi Manajemen	212
Keahlian Manajerial	213
Pendekatan Sistem Manajemen	216
Metode Riset Bisnis	217
Arti Penting Manajemen Modern Dalam Bisnis	219
14	
KISAH SUKSES Pengusaha Muda Indonesia	229
Elang Gumilang, Pengusaha properti Semesta Guna Group .	230
Suratno, Pengusaha Rumah Makan PT Joko Solo Indonesia Group	233
Reza Nurhilman, Pengusaha keripik pedas Maicih	237
Hafiz Khairul Rizal, Pengusaha Gerobak Es Dawet Ayu Cah Mbanjar	240
Theresia Dika Putri, Pengusaha Kopi Luwak	244
Hamzah Izzulhaq, Pengusaha Bimbinga Belajar Bintang Solusi Mandiri	247
Nicholas Kurniawan, Pengusaha Ekspor Ikan Hias	250
Victor Giovan Raihan, Penyusaha Minuman Teh Kempot	253
Rieska Rahmadiana, Pengusaha Es Pisang Ijo	255
Riska Wahyu Romadhona, Pengusaha Talas Bogor Sangkuriang	257
Sekilar Tentang Penulis	260

[01]

PENTINGNYA BERWIRAUSAHA SEJAK DINI

Seiring kemajuan zaman yang semakin pesat saat ini, manusia dituntut untuk terus meningkatkan kualitas dirinya. Salah satu upaya yang banyak ditempuh adalah dengan meningkatkan standar pendidikan yang bisa diraihinya. Saat ini menjadi seorang sarjana seakan-akan merupakan sebuah kewajiban bagi sebagian besar masyarakat Indonesia. Oleh sebab itu maka dunia pendidikan juga semakin berkembang terutama jika dilihat dari sudut pandang kuantitas masyarakat Indonesia yang melanjutkan ke jenjang perguruan tinggi. Hal ini tentunya merupakan sesuatu yang sangat menggembirakan. Dengan demikian maka jumlah masyarakat Indonesia yang mampu melanjutkan ke jenjang pendidikan yang lebih tinggi akan terus bertambah dan pada akhirnya jumlah sarjana juga akan semakin meningkat dari waktu ke waktu.

Namun demikian sangat disayangkan bahwa hasil penelitian yang penulis lakukan beberapa tahun silam di beberapa perguruan tinggi yang ada, menunjukkan bahwa minat mahasiswa untuk menjadi wirausahawan (*entrepreneur*) masih sangat rendah. Dalam penelitian tersebut, penulis menggunakan populasi 1000 mahasiswa yang masih duduk di bangku semester 3 (tiga). Sampel diambil pada tingkat presisi 10%. Salah satu pertanyaan yang penulis sampaikan kepada para mahasiswa adalah “*Apa tujuan anda melanjutkan pendidikan ke jenjang perguruan tinggi?*” Atas pertanyaan tersebut penulis juga memberikan 3 (tiga) alternatif jawaban yaitu (1) Menjadi sarjana agar bisa memperoleh pekerjaan yang lebih baik, (2) Menjadi wirausahawan, (3) Mencari pekerjaan sambil menjadi wirausahawan. Hasilnya menunjukkan sebanyak 72% berkeinginan untuk menjadi sarjana agar mereka bisa memperoleh pekerjaan yang lebih baik lagi. Selanjutnya 5% menjawab ingin menjadi wirausahawan, sedangkan sisanya sebanyak 23% mahasiswa menjawab ingin mencari pekerjaan sambil menjadi wirausahawan.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa sejak awal tujuan mahasiswa masuk ke perguruan tinggi memang untuk sekedar menjadi sarjana. Dengan menjadi sarjana mereka beranggapan akan lebih mudah untuk mendapatkan pekerjaan dengan gaji yang lebih tinggi. Disisi lain, hal tersebut juga telah menyebabkan kurangnya minat mahasiswa untuk menjadi wirausahawan sejak dini yaitu semenjak mereka masih duduk di bangku kuliah. Anggapan para mahasiswa bahwa setelah menjadi sarjana nanti mereka akan mampu

mendapatkan pekerjaan yang lebih baik dengan gaji yang lebih tinggi memang tidak sepenuhnya salah. Tentunya dengan menjadi sarjana mereka akan menempati posisi yang lebih tinggi dibandingkan dengan tidak menjadi sarjana seperti level supervisor, manajer atau bahkan tenaga ahli. Tentunya gaji yang mereka dapatkan pun akan lebih tinggi.

Namun demikian perlu diingat juga bahwa saat ini mencari lowongan pekerjaan di perusahaan-perusahaan swasta sangatlah sulit apalagi di pemerintahan dengan sekedar menjadi Pegawai Negeri Sipil. Jumlah lulusan sarjana yang ada di Indonesia untuk setiap tahunnya tidak sebanding dengan jumlah lowongan kerja yang tersedia. Hal ini pada akhirnya telah menyebabkan meningkatnya jumlah pengangguran terdidik setiap tahunnya.

Pengangguran merupakan masalah yang sangat krusial sebagai salah satu penyebab lambatnya pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Pengangguran adalah seseorang yang tergolong angkatan kerja tetapi belum dapat memperoleh pekerjaan. Masalah pengangguran sebagai penyebab tingkat pendapatan nasional dan tingkat kemakmuran masyarakat tidak mencapai potensi maksimal yaitu masalah pokok makro ekonomi. Walaupun masih banyak pengangguran di Indonesia, bukan berarti lapangan kerja tidak ada. Walaupun jumlahnya tidak sebanyak masyarakat pencari kerja, tetapi sebenarnya lowongan kerja tetaplah ada. Namun sebagian besar masyarakat pengangguran tersebut tidak memiliki *life skill* (kecakapan hidup) yang memadai untuk dapat menciptakan lapangan kerja sendiri sejak dini. Oleh sebab itu sebagian besar dari mereka hanya mengandalkan pemerintah, perusahaan, orang lain dan sebagainya untuk membuka lowongan kerja, sehingga dirinya bisa terserap sebagai pekerja di instansi tersebut.

Sebenarnya pemerintah melalui Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan (Kemendikbud) maupun Kementerian Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi (Kemristekdikti), sudah menggalakkan kegiatan kewirausahaan tersebut dengan memasukkan mata kuliah kewirausahaan pada berbagai sekolah maupun perguruan tinggi yang ada di Indonesia. Bahkan tidak sedikit perguruan tinggi yang memasukkan mata kuliah kewirausahaan kedalam kelompok MKB (Mata Kuliah Berkarya). Diharapkan dengan adanya mata kuliah kewirausahaan tersebut, mahasiswa dapat mengenal wirausaha sejak dini sehingga mereka mampu menjadi wirausahawan semenjak masih di bangku kuliah. Dengan demikian maka nantinya pada saat mereka berhasil menyelesaikan kuliahnya tidak lagi berkeinginan untuk sekedar mencari pekerjaan guna mendapatkan gaji yang lebih tinggi. Namun para mahasiswa tersebut juga telah mampu menciptakan lapangan pekerjaan khususnya bagi dirinya sendiri dan umumnya bagi orang lain, yang pada akhirnya masalah pengangguran di Indonesia akan mampu teratasi.

Permasalahannya sekarang adalah apakah mata kuliah kewirausahaan tersebut mampu menciptakan mahasiswa menjadi wirausahawan sejak dini? Hasil pengamatan yang penulis lakukan di beberapa perguruan tinggi yang ada, mata kuliah kewirausahaan yang diberikan kepada para mahasiswa masih bersifat teoritis. Hal ini terlihat dari berbagai materi yang diberikan selama 16 kali tatap muka dalam satu semester, masih berupa pemaparan tentang ilmu kewirausahaan dalam kelas. Kalau pun ada praktek, masih bersifat mendasar sebatas membuat perencanaan bisnis (*business plan*).

Hal ini tentunya perlu ditindaklanjuti. Jika tidak, maka sepanjang mahasiswa mengikuti mata kuliah kewirausahaan, mereka tidak akan mampu menciptakan usaha sendiri. Mereka hanya akan berusaha untuk bisa mendapatkan nilai A dengan mampu menjawab atau mengerjakan dengan benar semua tugas dan ujian yang diberikan oleh para dosen termasuk Ujian Tengah Semester (UTS) maupun Ujian Akhir Semester (UAS). Sementara itu, ukuran sukses seorang wirausahawan adalah bukan semata-mata mendapatkan nilai A saja melainkan mereka harus mampu secara nyata membuka usaha walaupun dalam kapasitas yang masih relatif sangat kecil seperti berjualan pulsa, membuka gerobak burger, nasi goreng, dan lain sebagainya baik secara perseorangan maupun kelompok. Oleh sebab itu diperlukan keberanian dari para dosen untuk mulai mendesain mata kuliah kewirausahaan menjadi mata kuliah berbasis praktikum.

Salah satu cara yang dapat dilakukan adalah dengan mendirikan Pusat Kewirausahaan Mahasiswa, yang merupakan sebuah lembaga bagi para mahasiswa untuk menjadi seorang wirausahawan. Cara lain yang dapat dilakukan adalah dengan mendesain perkuliahan agar tidak semata-mata hanya memberikan pemaparan tentang ilmu kewirausahaan di dalam kelas, tetapi mengajak mahasiswa untuk terjun langsung membuka usaha. Dengan demikian maka mahasiswa akan merasakan langsung suka duka menjadi wirausahawan dalam menghadapi permasalahan yang ada. Diharapkan pada akhir semester pertama para mahasiswa akan memiliki usaha yang dapat diteruskan di semester berikutnya.

Disisi lain pemberian nilai A, B, C dan lain sebagainya tidak diukur dari sejauh mana kemampuan mahasiswa menjawab berbagai pertanyaan yang diberikan saat pelaksanaan Ujian Tengah Semester (UTS) maupun Ujian Akhir Semester (UAS), melainkan diukur dengan sejauh mana tingkat keberhasilan mahasiswa dalam menjalankan usahanya tersebut. Dengan demikian maka akan tertanam jiwa wirausaha pada diri mahasiswa.

Melihat uraian di atas maka para dosen pengampu Mata Kuliah Kewirausahaan harus memiliki kemampuan yang memadai khususnya dalam berwirausaha. Kemampuan yang dimaksud bukan sekedar menjadi seorang dosen yang harus menyampaikan materi perkuliahan kewirausahaan, tetapi

sekaligus juga mampu menjadi seorang Pelatih Bisnis (*Business Coach*). Oleh sebab itu para pengelola perguruan tinggi hendaknya berani berinvestasi untuk meningkatkan kemampuan para dosen kewirausahaan yang ada dengan cara bekerja sama dengan lembaga pelatihan bisnis.

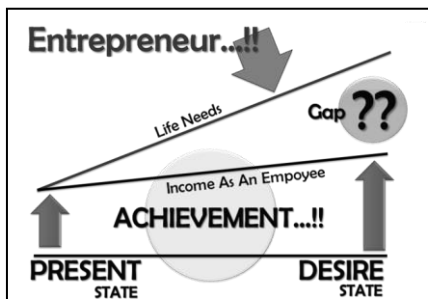
Selanjutnya para dosen hendaknya mulai berani membuka wawasan para mahasiswa untuk mencoba membuka usaha. Para mahasiswa dibina dan diarahkan untuk mulai menjalankan usaha baik secara individu maupun kelompok. Dengan demikian maka mahasiswa akan merasa nyaman dalam menjalankan usahanya karena adanya pendamping. Guna meningkatkan kemampuannya dalam menjalankan usaha, selanjutnya mahasiswa diarahkan untuk bergabung dengan lembaga *entrepreneur* yang ada di kampus masing-masing. Dengan menjalankan usahanya selama $\pm$ 3 tahun, diharapkan mahasiswa sudah bisa menikmati hasilnya sehingga pada akhirnya mereka akan menjadi pengusaha sukses.

Saat ini sebenarnya banyak orang menyadari akan pentingnya berwirausaha. Namun sebagian besar dari mereka masih belum mau menjalaninya dengan berbagai alasan. Selain karena faktor modal, kebanyakan diantara mereka selalu menggunakan alasan menunggu waktu yang tepat untuk membuka usaha. Namun demikian setelah bertahun-tahun, tetap saja mereka tidak mulai membuka usahanya. Di bawah ini penulis sampaikan beberapa waktu yang tepat untuk mulai berwirausaha.

Memulai Usaha Sekarang Juga

Terkadang untuk mulai menjalankan usaha, seseorang akan menunggu memiliki banyak hal terlebih dahulu baru ia mau membuka usahanya. Namun tidak banyak orang yang mampu menciptakan banyak hal tersebut. Sebagai contoh, terkadang kreatifitas justru akan muncul pada saat usaha sudah mulai dijalankan. Setelah para wirausahawan menghadapi berbagai tantangan dan rintangan dalam menjalankan usahanya, kreatifitas akan muncul asalkan orang tersebut memiliki impian yang kuat.

Gambar di bawah ini menunjukkan kehidupan seorang pekerja yang biasanya akan dialami oleh sebagian besar pekerja terutama level menengah ke bawah. Ada masa sekarang (*present state*) dan masa yang akan datang (*desire state*). Sebagai contoh, saat ini Anda berusia 20 tahun, lulusan SLTA, bekerja sebagai seorang karyawan restoran dengan gaji per bulan sekitar 2 juta. Apa yang akan terjadi 10 tahun kemudian saat Anda berusia 30 tahun jika prestasi kerja Anda biasa saja? Berapa kenaikan upah untuk setiap tahun?



Berdasarkan pengalaman yang terjadi selama ini, kenaikan Upah Minimum Propinsi di hampir setiap propinsi setiap tahunnya hanya sekitar 10%. Jika penghasilan Anda saat ini sebagai

seorang karyawan hanya 2 juta itu berarti bahwa 10 tahun kemudian Anda akan memiliki penghasilan sekitar 4 juta. Disisi lain pada usia Anda yang ke-30 nanti, kemungkinan Anda tidak sendiri lagi. Anda telah memiliki seorang istri dan dua orang anak yang sudah bersekolah walaupun baru masuk *play group* atau taman kanak-kanak.

Pertanyaannya, apakah penghasilan Anda yang hanya sebesar 4 juta tersebut cukup untuk menghidupi Anda sekeluarga? Jawabnya tentu TIDAK. Anda mungkin membutuhkan minimal 10 juta per bulan untuk biaya hidup keluarga, sekolah, cicilan rumah, kendaraan dan lain sebagainya. Dengan demikian maka anda akan mengalami defisit pendapatan sekitar 6 juta per bulan. Apa yang akan Anda lakukan jika hal tersebut terjadi?

Pertama. Anda harus melakukan pengirisan sehingga penghasilan yang hanya sebesar 4 juta tersebut mampu mencukupi berbagai kebutuhan Anda walau dengan standar yang cukup rendah dan bahkan ada yang dikorbankan. Misalnya, anak yang harus masuk sekolah *play group* atau taman kanak-kanak tidak bisa sekolah karena tidak ada biaya, atau bisa sekolah tetapi lokasi sekolahnya sangat tidak layak. Istri yang seharusnya bisa membeli baju setiap bulan, terpaksa hanya membeli baju setahun sekali saat akan lebaran. Keluarga yang seharusnya bisa menikmati makanan empat sehat lima sempurna setiap hari, terpaksa makan hanya dengan sambal dan ikan asin seadanya. Anda sendiri, terpaksa selalu jalan kaki atau sekedar naik angkutan kota karena tidak mampu membeli sepeda motor. Dengan keadaan tersebut akhirnya banyak keluarga yang hidupnya tidak harmonis, bukan karena materi tetapi karena keterbatasan yang ada sehingga hidup terasa sangat menyakitkan. Sebagai kepala keluarga, apa yang akan Anda lakukan jika hal tersebut terjadi?

Kedua. Selain melakukan pengirisan maka penulis yakin karena keterbatasan pendapatan tersebut, maka Anda akan memiliki kekuatan yang luar biasa untuk mulai membuka usaha, apapun usahanya yang penting bisa menghasilkan pendapatan tambahan selain gaji sebagai karyawan. Bahkan penulis juga yakin, Anda akan keluar dari pekerjaan Anda sebagai karyawan dan mulai menggeluti usaha Anda secara serius.

Pertanyaan selanjutnya, jika saat ini di usia yang ke-20 Anda telah mengetahui hal tersebut akan terjadi pada usia Anda yang ke-30 nanti, kenapa Anda tidak memulai usaha dari sekarang saja, sewaktu Anda masih

sendiri dan bebas menentukan pilihan hidup Anda sendiri. Dengan demikian di usia ke-30 nanti Anda sudah menjadi pengusaha muda yang sukses serta mampu membahagiakan orang-orang yang ada di sekeliling Anda.

Memulai Usaha Semenjak Masih Mahasiswa

Di atas telah penulis sampaikan bahwa sebagian besar mahasiswa saat ini hanya berpikiran untuk bisa lulus menjadi sarjana dengan cepat dan nilai yang sangat memuaskan bahkan *cumlaude*. Mereka berharap bisa segera mendapatkan pekerjaan yang layak dan mapan dengan gaji yang tinggi. Namun pada kenyataannya hal tersebut tidaklah mudah. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya sarjana yang masih menjadi pengangguran sampai saat ini. Oleh sebab itu, pilihan menjadi wirausahawan semenjak masih kuliah menjadi tawaran yang sangat menggiurkan sebenarnya walaupun banyak mahasiswa yang memandangnya dengan sebelah mata.

Saat penulis masih kecil, orang tua penulis sering memberikan semangat kepada penulis agar selalu termotivasi untuk menjadi orang yang sukses walaupun penuh dengan keterbatasan sekalipun. Kini penulis paham bahwa waktu terbaik untuk menjadi seorang wirausahawan sebaiknya dimulai pada saat masih duduk di bangku kuliah. Mengapa demikian? Menjadi mahasiswa yang nantinya akan menjadi sarjana merupakan cita-cita yang mulia. Seorang mahasiswa akan memiliki nilai lebih di masyarakat dibandingkan mereka yang tidak kuliah. Apalagi kalau mahasiswa tersebut mau belajar mandiri membiayai kuliahnya sendiri dengan membuka usaha. Apapun usaha yang dijalankan oleh mahasiswa, akan memiliki “bau yang harum” di tengah-tengah masyarakat.

Saat Harapan Tidak Sesuai Dengan Kenyataan

Setelah lulus sekolah, biasanya seseorang akan melanjutkan ke perguruan tinggi atau mencari pekerjaan. Tidak adanya biaya untuk kuliah sering menjadi alasan bagi mereka untuk tidak melanjutkan ke perguruan tinggi dan memilih mencari kerja. Setelah seseorang mendapatkan kerja, maka banyak diantara mereka yang mulai memiliki impian, misalnya memiliki penghasilan 5 juta per bulan setelah 3 tahun bekerja atau bisa menjadi manajer setelah 5 tahun bekerja, dan lain sebagainya. Namun apa yang mereka dapatkan setelah 3 atau 5 tahun bekerja? Penghasilan yang mereka dapatkan tetap saja tidak mengalami perubahan yang signifikan dibandingkan saat mereka masuk kerja. Begitu juga dengan karir yang mereka dapatkan. Setelah 5 tahun kerja pun mereka tidak bisa mendapatkan jabatan yang mereka inginkan yaitu menjadi seorang manajer.

Mereka merasa bahwa harapan yang mereka inginkan setelah bekerja di tempat tersebut sekian lama akhirnya tidak akan tercapai juga. Akhirnya

mereka mulai berpikir untuk mencari lowongan kerja dan bisa mendapatkan tempat kerja yang diharapkan mampu mewujudkan impiannya yaitu menjadi seorang manajer dengan gaji yang memadai. Mereka pun keluar dari tempat kerjanya yang lama dan beralih ke tempat kerja yang baru. Demikian selanjutnya, setelah sekian lama mereka bekerja, impian itu pun tidak bisa mereka dapatkan dan akhirnya mereka pun pindah kerja lagi. Mereka tidak sadar bahwa selama ini mereka telah menghabiskan waktu mereka untuk menjadi “kutu loncat” dengan pindah dari satu perusahaan ke perusahaan lain dan kini mereka pun mulai beranjak usianya.

Ketidaksadaran mereka menghabiskan waktu untuk berpindah-pindah pekerjaan tersebut sangatlah disayangkan. Sebaiknya, pada saat mereka sadar bahwa dunia kerja tidak mampu mewujudkan impian mereka untuk memiliki jabatan dengan penghasilan yang memadai, mereka langsung mengambil tindakan untuk menjadi wirausahawan. Dengan demikian maka kemungkinan untuk memiliki jabatan bahkan sebagai pemilik bisnis (*business owner*) sekalipun dengan penghasilan yang memadai dapat terwujud dalam beberapa tahun ke depan.

Saat Memiliki ‘Faktor Pemicu’ yang Tepat

Terkadang impian yang dimiliki seseorang tidak mampu menggerakkan orang tersebut untuk memulai membuka usahanya. Dibutuhkan ‘faktor pemicu’ agar seseorang mau melangkah membuka usahanya. Banyak hal yang dapat menjadi faktor pemicu bagi seseorang, seperti kehilangan orang tua, ditinggal pergi orang yang dicintai, saat kondisi terburuk, saat kesulitan besar di depan mata, dan lain sebagainya. Dengan adanya faktor pemicu ini, seseorang terkadang berani melakukan tindakan nekad diluar kesadaran logika. Jika hal ini bersifat positif maka ia akan mampu melakukan hal-hal yang bersifat positif juga, termasuk nekad untuk membuka usahanya, tanpa memikirkan banyak hal.

Melihat beberapa penjelasan di atas maka sebenarnya tidak ada alasan lagi buat Anda semua untuk tidak segera memulai berwirausaha. Segera tentukan Anda akan mulai berwirausaha apa? Karena pada dasarnya setiap usaha yang Anda lakukan pasti akan sukses, asalkan Anda sendiri terus berusaha semaksimal mungkin untuk keluar dari semua kesulitan menjalankan usaha Anda hingga Anda mampu meraih kesuksesan.

LITERASI

Subagyo, Ahmad., Eko Wahyu Widayat, Syahrudin. 2018. Kewirausahaan. Untuk Bisnis Start-Up. Cetakan Pertama. Mitra Wacana Media. Jakarta.

Widayat, Eko Wahyu. 2012. Kewirausahaan. Panduan Praktis Membangun Bisnis. Cetakan Pertama. USU Press. Medan.

Widayat, Eko Wahyu., Richo Dianto, Intan Idianto. 2014. Revolusi Bisnis. Bisnis Itu (Sebenarnya) Mudah, yang Susah (Terkadang) Orangnya. Cetakan Pertama. Saung Padjadjaran. Bogor.

[02]

MOTIVASI SESEORANG DALAM BERWIRAUSAHA

Jumlah wirausahawan di Indonesia saat ini masih sangat sedikit yaitu dibawah 2% dari total penduduk Indonesia yang saat ini diperkirakan mencapai 260 juta jiwa lebih. Jumlah wirausahaan tersebut masih sangat jauh dibandingkan dengan banyak negara maju yang ada di dunia bahkan dibandingkan dengan negara ASEAN lainnya. Di negara maju, keinginan untuk menjadi wirausahawan cukup besar. Mereka berkeinginan sukses tanpa harus berada di bawah tekanan orang lain. Bahkan banyak diantaranya yang membuka usaha yang meskipun usahanya baru berjalan kurang dari satu tahun namun usahanya tersebut sudah diwaralabakan.

Guna mendorong minat masyarakat Indonesia untuk berwirausaha maka saat ini pemerintah melalui Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (UKM) juga terus berupaya untuk menggalakkan minat masyarakat dalam berwirausaha. Salah satunya dengan mendorong berbagai stakeholder yang ada untuk menyelenggarakan berbagai kompetisi kewirausahaan termasuk yang dilakukan oleh Bank mandiri melalui kegiatannya Wirausaha Muda Mandiri (WMM).

Dengan diadakannya kegiatan WMM yang memiliki tujuan untuk mengajak generasi muda Indonesia menjadi generasi yang mandiri, yaitu generasi pencipta lapangan kerja yang tangguh dan mampu bersaing di era globalisasi serta dapat berkontribusi dalam penciptaan ekosistem yang baik untuk tumbuh kembang wirausahawan di Indonesia ini, maka diharapkan masyarakat Indonesia khususnya para mahasiswa sebagai salah generasi muda akan tertarik untuk mulai terjun langsung ke dunia usaha.

Harapannya dengan diperkenalkannya cara-cara berwirausaha sedini mungkin maka setiap lulusan yang dihasilkan oleh perguruan tinggi bahkan sekolah di level bawahnya baik SLTA maupun SLTP mampu menjadi anak didik yang siap terjun menjadi seorang wirausahawan. Dengan demikian maka jumlah wirausahawan di Indonesia akan terus meningkat nantinya.

MOTIVASI DIRI DALAM BERWIRAUSAHA

Mungkin Anda pernah mendengar kata motivasi diri, memberikan dorongan kepada diri sendiri untuk kuat menghadapi segala rintangan atau untuk mencapai semua yang diinginkan. Motivasi diri datang dari Anda sendiri bukan karena orang lain yang menyuruh Anda melakukan sesuatu.

Karena ambisi dan keinginan, seseorang akan tergerak untuk menjadi lebih dari saat ini. Banyak orang yang memiliki keinginan dan ambisi yang besar untuk mendapatkan sesuatu, sayangnya mereka tidak melakukan apapun. Mereka hanya diam dan merenung takut dengan apa yang akan terjadi.

Padahal dengan motivasi diri mereka bisa mewujudkan apa yang seharusnya menjadi kenyataan. Karena kurangnya energi pendorong dalam diri seseorang maka mereka menjadi lemah. Dengan motivasi diri, hal ini akan menguatkan ambisi seseorang untuk pencapaian sesuatu. Motivasi akan mengarahkan energi positif, demikian juga dengan pola pikir (*mindset*) yang positif. Motivasi diri akan semakin besar bila seseorang memiliki visi dan misi yang jelas. Hanya dengan motivasi dirilah mereka akan melangkah untuk mencapai tujuan yang diinginkan.

Motivasi diri adalah melakukan apa yang seharusnya Anda lakukan baik untuk hubungan dengan orang lain, meningkatkan karier dan mendapatkan cinta yang anda inginkan dan sebagainya. Anda akan mengetahui apa yang seharusnya Anda lakukan dan Anda akan percaya dengan kekuatan yang ada pada diri sendiri. Motivasi diri akan menciptakan kesuksesan pada diri sendiri. Agar diri menjadi semakin termotivasi maka ketahuilah apa yang seharusnya Anda inginkan, kemudian Anda bisa meningkatkan energi dari keinginan tersebut untuk diwujudkan menjadi kenyataan, bukan hanya angan-angan saja.

Motivasi diri bisa Anda miliki ketika Anda bisa mengenali diri sendiri. Sumber motivasi diri juga berasal dari keinginan yang akan diwujudkan oleh orang tersebut. Membangun motivasi diri memang tidak mudah, apalagi bila seseorang sering mengalami kegagalan. Untuk itu yang pertama dilakukan untuk membangun motivasi diri adalah dengan cara mengenali diri sendiri. Hal ini bisa dilakukan dengan cara memahami kepribadian pada diri sendiri, watak dan temperamen, mengenal bakat alami yang dimiliki dan kenalilah gambaran tentang diri sendiri dengan segala kelemahan dan kekurangan yang dimiliki. Tujuan pengenalan diri sendiri tersebut untuk mempermudah terwujudnya keinginan mereka. Untuk mengenali diri sendiri, Anda bisa bertanya pada orang terdekat karena dengan menanyakan mereka tentang diri Anda sendiri maka akan memberikan gambaran yang tepat tentang diri dan sikap Anda. Dengan mengetahui gambaran tersebut maka Anda bisa merenungkan apa yang menjadi kekurangan dan kelebihan Anda.

Kelemahan yang dikatakan oleh orang lain tentang diri Anda inilah yang harus Anda ubah agar menjadi kelebihan. Motivasi diri muncul dari kelemahan yang diungkapkan oleh orang lain. Selain itu Anda juga bisa mengikuti beberapa test diantaranya test IQ. Melalui test ini Anda akan mengetahui seberapa jauh kemampuan berpikir dan kepandaian Anda. Motivasi diri terhadap kelemahan yang dimiliki akan mendorong seseorang

untuk mengembangkan diri. Dari beberapa potensi yang ada dalam diri Anda maka akan mengetahui potensi yang disimpannya.

Dalam mengembangkan diri, Anda juga harus memiliki kepercayaan diri yang tinggi, bila Anda percaya diri maka potensi yang terpendam dalam diri sendiri juga akan meningkat. Motivasi dan percaya diri adalah kunci Anda untuk mengubah diri sendiri. Motivasi diri bisa Anda lakukan dengan kepercayaan pada kemampuan diri sendiri, bangga terhadap diri sendiri dan memahami kekurangan yang ada pada diri sendiri. Bila Anda menyesali kekuarangan Anda maka ini bukanlah solusi yang tepat untuk mendapatkan apa yang diinginkan.

Motivasi yang timbul dalam diri seseorang dibedakan menjadi dua yaitu motivasi intrinsik dan motivasi ekstrinsik. Kedua motivasi ini bisa mendorong seseorang menjadi lebih baik dan menciptakan apa yang mereka inginkan menjadi kenyataan. Sumber kekuatan dalam diri adalah motivasi, maka motivasi bisa dijadikan kekuatan untuk membuat mereka lebih baik lagi.

Motivasi Intrinsik

Motivasi intrinsik merupakan motivasi yang timbul dari diri seseorang, tidak perlu adanya rangsangan dari luar. Dari dalam diri seseorang sudah ada dorongan untuk melakukan sesuatu. Sebagai contoh mereka yang senang mendengarkan lagu, membaca dan menggambar, tanpa disuruh pun mereka akan melakukan apa yang seharusnya mereka lakukan. Mereka akan mencari lagu atau buku yang akan dibaca tanpa harus disuruh orang. Motivasi intrinsik timbul karena keinginan sendiri, karena hobi atau karena kesadaran diri sendiri.

Motivasi intrinsik juga didorong dari tujuan kegiatan yang dilakukan. Sebagai contoh adalah kegiatan belajar. Belajar tentu memiliki tujuan yaitu ingin pandai dan mendapatkan nilai yang lebih baik. Seorang mahasiswa yang belajar dengan sungguh-sungguh karena mereka ingin mendapatkan ilmu dan pengetahuan. Dalam hal dunia usaha, seseorang bisa saja tergerak hatinya untuk mulai membuka usahanya karena adanya dorongan instrinsik ini. Sebagai contoh, seseorang yang memang memiliki hobi berbisnis tentu tidak akan mau jika mereka harus melamar kerja ke tempat lain. Mereka tentu akan terus berusaha untuk membuka usaha satu dan lainnya hingga mereka berhasil dan mendapatkan apa yang mereka impikan. Motivasi instrinsik dalam berusaha ini sangatlah penting karena dengan motivasi instrinsik yang dimiliki maka seseorang akan memiliki kekuatan yang sangat dahsyat untuk terus berusaha membuka dan mengembangkan usahanya hingga benar-benar berhasil.

Motivasi Ekstrinsik

Berbeda dari motivasi intrinsik, motivasi ekstrinsik adalah motivasi yang datang dari luar atau dari orang lain. Seseorang akan bangkit dengan motivasi dari orang lain yang lebih pandai atau lebih tua. Namun motivasi juga bisa muncul dari orang yang lebih muda atau sebaya dengan orang tersebut. Motivasi ini muncul karena seseorang ingin mendapatkan sesuatu karena perintah orang lain. Misalnya saja seorang mahasiswa harus belajar lebih giat untuk mendapatkan nilai bagus karena akan mengikuti ujian. Mereka terdorong untuk belajar bukan karena keinginan mendapatkan ilmu namun karena ingin membahagiakan kedua orang tua yang mereka cintai.

Keinginan untuk mendapatkan nilai yang bagus, mendapatkan pujian dari orang lain atau mendapatkan hadiah merupakan motivasi yang bersifat ekstrinsik. Dorongan dari luar tersebut akan memotivasi seseorang agar keinginan mereka tercapai sekalipun dalam diri mereka tidak begitu antusias dengan apa yang dilakukan. Motivasi dari luar lebih banyak hasilnya untuk mengubah seseorang. Dalam dunia usaha, banyak orang sukses menjalankan usahanya karena motivasi ekstrinsik ini. Dalam bab sebelumnya penulis telah mengemukakan adanya faktor pemicu yang membuat seseorang terdorong untuk sukses dalam berwirausaha. Faktor pemicu tersebut menjadi salah satu motivasi ekstrinsik yang mengilhami seseorang sukses berwirausaha.

Tidak ada manusia yang sempurna di dunia ini, jadi Anda tidak boleh pasrah dengan keadaan. Motivasi sangat diperlukan untuk menjadikan seseorang lebih baik dan lebih mudah dalam mencapai apa yang diinginkan. Melalui kata-kata motivasi yang diucapkan orang lain, seseorang akan tergerak untuk bangkit dari keterpurukan mereka. Motivasi juga bisa timbul ketika Anda membaca buku atau Anda sedang menyaksikan acara televisi. Motivasi manusia memang menjadi penyemangat dalam hidup bahkan tanpa motivasi seseorang akan menjadi orang yang lemah. Kata-kata motivasi memiliki kekuatan yang mendalam bukan hanya sekedar tulisan yang dibaca lalu ditutup lagi.

MENGUBAH POLA PIKIR

Di atas telah disampaikan bahwa motivasi akan mengarahkan energi positif demikian juga dengan pola pikir (*mindset*) yang positif. Ini berarti bahwa memiliki motivasi saja tidaklah cukup untuk menjadi bekal menjadi wirausahawan yang sukses. Dibutuhkan kemauan dan keberanian untuk mengubah pola pikir menjadi wirausahawan yang sukses agar seseorang mampu mewujudkan impiannya menjadi seorang wirausahawan sukses.

Kita semua tentu perlu prihatin dengan rendahnya minat wirausaha di kalangan mahasiswa maupun generasi muda Indonesia saat ini. Namun kita semua tidak perlu menyalahkan siapa pun, yang jelas kesalahan ini ada pada

kita semua. Sekarang inilah kesempatan kita untuk mendorong para mahasiswa maupun generasi muda bangsa untuk mulai mengenali dan membuka usaha atau berwirausaha. Pola pikir dan lingkungan yang selalu berorientasi menjadi karyawan harus mulai kita putar balik menjadi berorientasi untuk mencari karyawan (menjadi pengusaha).

Untuk mengubah mental dan motivasi yang sudah demikian melekat tertanam di setiap insan Indonesia bukanlah pekerjaan yang mudah. Lebih sulit lagi jika kita dihadapkan pada kalangan tidak mampu yang memang secara turun temurun menjadi pegawai. Akan tetapi jika para mahasiswa dan generasi muda bangsa ini mau mengubahnya dengan berpola pikir terbalik dari cita-cita awal, tentunya itu akan lebih mudah.

Dibutuhkan kemauan dan keberanian untuk mengubah pola pikir menjadi wirausahawan, agar seseorang mampu mewujudkan impiannya menjadi pengusaha sukses

Salah satu caranya tentunya dengan mempelajari keuntungan dan kelebihan berwirausaha dibandingkan menjadi pegawai. Oleh sebab itu perlu diciptakan iklim yang dapat mengubah pola pikir baik mental maupun motivasi orang tua, dosen serta mahasiswa dan generasi muda bangsa lainnya agar kelak anak-anak mereka dibiasakan untuk menciptakan lapangan pekerjaan ketimbang mencari pekerjaan. Kasmir (2016) mengatakan bahwa perubahan tersebut tidak dapat dilakukan secara cepat, melainkan harus dilakukan secara bertahap.

Pertama, dengan mendirikan sekolah yang berwawasan wirausaha (*entrepreneur*) atau paling tidak menerapkan mata kuliah kewirausahaan seperti yang sekarang ini sedang digalakkan di berbagai perguruan tinggi. Dengan demikian, hal ini akan mengubah dan menciptakan pola pikir (mental dan motivasi) mahasiswa dan orang tua. *Kedua*, di dalam pendidikan kewirausahaan perlu ditekankan keberanian untuk memulai berwirausaha. Biasanya kendala untuk memulai berwirausaha adalah adanya rasa takut akan rugi atau bangkrut. Bahkan sebagian orang merasa bingung dari mana harus memulai usahanya.

Ketiga, tidak sedikit yang beranggapan bahwa berwirausaha sama dengan tidak memiliki masa depan yang pasti. Sementara itu, dengan bekerja di perusahaan, mereka yakin bahwa masa depan sudah pasti, apalagi sebagai Pegawai Negeri Sipil (PNS). Dengan berwirausaha, justru masa depan ada di tangan kita. Baik buruknya masa depan, kitalah yang menentukan, sehingga motivasi untuk berkembang sangatlah terbuka lebar.

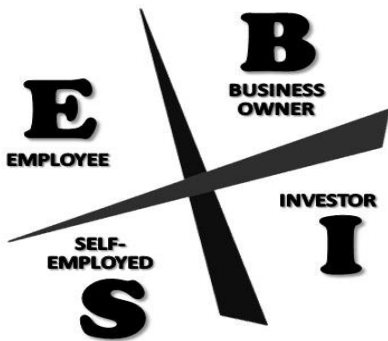
Motivasi yang kuat untuk maju dari pihak keluarga merupakan modal awal untuk sukses menjadi wirausaha. Keluarga dapat merangsang para mahasiswa dan generasi muda bangsa ini dengan memberikan gambaran

nyata betapa nikmatnya memiliki usaha sendiri. Yakinkan enaknya memiliki pegawai (menjadi bos), memiliki kebebasan memberikan perintah dan bukan diperintah, meraih keuntungan tidak terbatas dan segudang daya rangsang lainnya yang dapat menggugah jiwa seseorang untuk berwirausaha.

Memang mengubah pola pikir seseorang untuk memulai usaha bukanlah pekerjaan mudah. Banyak kendala yang menghadang, mulai dari mental takut rugi, motivasi, bakat, soal keluarga, dana, pengalaman sebelumnya, sampai kemampuan mengelola. Namun paling tidak mental yang dimiliki merupakan modal yang sangat besar untuk mulai berwirausaha. Tanpa bermaksud membedakan etnis, mari kita belajar dari saudara-saudara kita etnis Tionghoa yang memiliki pola pikir berbeda dari etnis kebanyakan. Mereka sejak kecil sudah ditanamkan dan diajarkan pengetahuan dan praktek wirausaha. Tidak heran jika keinginan wirausaha mayoritas dikuasai mereka.

‘Virus’ yang menularkan anak bangsa untuk mengubah cita-cita dari pegawai menjadi mau menciptakan lapangan pekerjaan harus selalu direalisasikan. Cita-cita yang ditanamkan orang tua kepada anak-anak sejak kecil untuk menjadi pegawai sebaiknya dinomorduakan. Bukan berarti menjadi pegawai tidak baik, tetapi akan lebih baik jika menjadi pengusaha yang mampu memberikan peluang kepada yang membutuhkan.

CASHFLOW QUADRANT, 4 AREA KEHIDUPAN



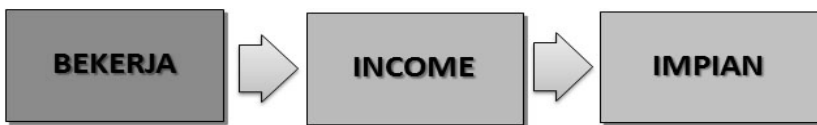
Setelah para mahasiswa dan juga generasi muda Bangsa Indonesia ini mampu mengubah pola pikir dari pencari kerja menjadi pencipta lapangan kerja, maka langkah selanjutnya agar mereka lebih memiliki motivasi yang kuat untuk berwirausaha adalah memahami tentang *CASHFLOW Quadrant*. Dalam *Cashflow Quadrant* yang disampaikan oleh Robert T. Kiyosaki, sebenarnya seseorang dapat

berpindah dari kuadran sebelah kiri ke kuadran sebelah kanan. Apa artinya? Kiyosaki membagi kehidupan untuk mendapatkan keuangan menjadi 4 kuadran. Kuadran tersebut terbagi atas 2 bagian di kuadran kiri (*left quadrant*) yang merupakan pola pertama dan terdiri dari kuadran E (*Employee*) atau karyawan serta kuadran S (*Self-employed*) yang merupakan orang yang “menjual” kemampuannya, serta kuadran kanan (*right quadrant*)

yang terdiri dari kuadran B (*Business Owner*) atau pebisnis dan kuadran I (*Investor*) atau penanam modal.

Kuadran Kiri (*Left Quadrant*)

Kuadran kiri atau yang sering disebut dengan pola kerja pertama terdiri dari kuadran E (*Employee*) yang merupakan pegawai atau karyawan yaitu orang yang bekerja pada orang lain, baik dari tingkatan paling rendah hingga tingkatan paling tinggi. Sedangkan S (*Self-employed*) merupakan para pekerja lepas yaitu orang yang selalu ingin bekerja untuk dirinya sendiri seperti pengacara, konsultan, dokter praktek, arsitek, pemilik toko dan lain-lain.

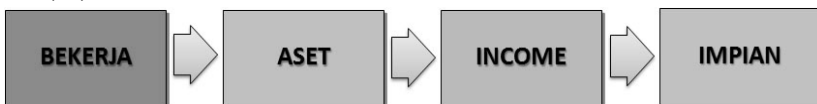


Pola Kuadran Kiri

Orang yang berada pada kuadran kiri ini bekerja dengan tujuan untuk mendapatkan penghasilan (*income*). Dengan penghasilan tersebut maka ia berharap bisa mewujudkan impiannya, misalnya ingin bisa membeli rumah, mobil, dan sebagainya. Cara kerja pola ini bertujuan untuk mendapatkan penghasilannya dengan menuntut Upah Minimum Provinsi (UMP) setiap tahunnya. Namun demikian seseorang yang berusaha mendapatkan uang dengan cara pola kerja pertama ini cenderung beresiko tinggi. Mereka akan dihadapkan pada resiko terhentinya penghasilan manakala ia tidak dapat bekerja dengan alasan apapun.

Kuadran Kanan (*Right Quadrant*)

Kuadran ini biasa disebut dengan pola kerja kedua yang terdiri dari B (*Business Owner*) dan I (*Investor*). Orang yang termasuk dalam kuadran kanan ini adalah para pemilik bisnis, yang berarti bahwa orang tersebut mempekerjakan uang untuk mereka bukan sebaliknya mereka bekerja untuk uang. Oleh sebab itu para pebisnis tersebut tidak bekerja sekeras *employee* maupun *self-employed*. Mereka selalu punya waktu luang untuk menikmati hidupnya.



Pola Kuadran Kanan

Orang-orang yang berada pada kuadran kanan ini akan bekerja untuk membangun aset. Dengan uang yang mereka miliki, mereka akan membeli dan membangun aset seperti pabrik, transportasi umum, toko dan lain sebagainya. Dengan aset tersebut mereka berharap bisa mendapatkan penghasilan (*income*) untuk mewujudkan impian mereka. Dengan kata lain orang yang termasuk dalam kuadran kanan akan berusaha semaksimal mungkin untuk bisa mendapatkan *pasif income*, dimana tanpa harus mereka bekerja, mereka akan tetap mendapatkan penghasilan dari aset tersebut.

‘Metamorfosis’ Kehidupan

Setelah memahami dengan baik tentang *CASHFLOW Quadrant*, pertanyaannya apakah seseorang bisa pindah dari kuadran kiri ke kuadran kanan? Tentu jawabannya sangat bisa. Semua tergantung pada diri masing-masing. Seperti telah diuraikan sebelumnya bahwa kebanyakan masyarakat Indonesia cenderung memilih kehidupan yang nyaris tanpa resiko. Oleh sebab itu sebagian masyarakat Indonesia lebih menyukai melanjutkan pendidikan ke jenjang yang lebih tinggi dan akhirnya setelah lulus mereka akan mencari pekerjaan. Dengan pekerjaan tersebut maka ia berharap bisa mendapatkan penghasilan yang memadai guna menopang kebutuhan hidupnya. Apakah langkah ini salah? Tentu tidak sepenuhnya salah.

Sebelum seseorang terjun ke dunia bisnis yang sesungguhnya memang memerlukan berbagai hal seperti modal, pengalaman kerja, relasi dan sebagainya. Dengan bekerja maka seseorang akan mendapatkan uang yang dapat ia kumpulkan untuk bekal membuka usaha nantinya. Dengan bekerja seseorang juga akan mendapatkan pengalaman baik pengalaman yang bersifat teknis maupun nonteknis. Pengalaman tersebut dapat ia gunakan dalam mengambil berbagai keputusan atas bisnis yang dijalankannya.

Selama menjadi seorang pekerja tentunya orang tersebut hidup dalam kuadran pertama yaitu *employee*. Layaknya pekerja maka ia tidak akan memiliki kebebasan dalam menentukan setiap langkahnya. Ia akan diatur oleh peraturan perusahaan yang mengikatnya. Oleh sebab itu maka sebaiknya seorang pekerja bisa segera mengembangkan bakat dan kemampuannya yang ia peroleh selama sekolah maupun bekerja dengan



cara menjadi seorang *self-employed*. Dengan menjadi *self-employed* maka seseorang mulai memiliki kebebasan untuk mendesain kehidupannya sendiri. Hal ini dikarenakan seseorang yang telah berpindah ke kuadran *self-employed* akan menjadi seorang pekerja lepas artinya orang tersebut akan selalu bekerja untuk dirinya sendiri.

Setelah seseorang berhasil menjadi *self-employed* maka langkah selanjutnya yang dapat ia lakukan adalah berpindah ke kuadran kanan. Jika pada kuadran kiri seseorang lebih mengutamakan kemampuan yang dimiliki pada diri sendiri atau dengan kata lain sebagai “pemain tunggal”, maka pada kuadran kanan seseorang sudah harus bekerja sama dengan tim atau dapat dikatakan sebagai “pemain tim”. Oleh sebab itu ia harus memiliki dasar-dasar yang kuat dalam bermain tim seperti memiliki jiwa kepemimpinan yang memadai, mampu berkomunikasi dengan baik, selalu mengutamakan tujuan bersama dan sebagainya.

Langkah pertama yang harus dilakukan oleh seseorang yang berpindah ke kuadran kanan adalah dengan membuka usaha sendiri. Namun demikian bagi seseorang yang belum pernah berbisnis tentu akan sangat sulit baginya untuk bisa membuka bisnis tersebut. Pertanyaannya bagaimana caranya membuka bisnis? Ada tahapan bagi seseorang yang hendak membuka bisnis mulai dari *basic*, yaitu bagaimana seseorang mendesain pondasi bisnisnya hingga *success*, dimana seorang pebisnis tidak lagi harus mengurus bisnisnya tersebut namun bisnisnya tetap bisa berjalan dengan baik.

Setelah sukses menjadi seorang *Business Owner*, maka selanjutnya seseorang dapat berbisnis dengan cara menjadi *investor*. Dengan cara ini seseorang tinggal “menanamkan” modalnya di berbagai bisnis yang ada tanpa harus bersusah payah menjalankan bisnis, sementara setiap bulan atau tahun ia akan mendapatkan deviden atas bisnis tersebut. Seseorang yang hidup dalam kuadran *investor* tentu akan memiliki banyak waktu luang sehingga hidupnya bisa lebih sejahtera dan bisa menggunakan waktu luang tersebut untuk berbagai kegiatan amal maupun sosial.

Mengingat mudahnya berinvestasi maka saat ini banyak orang tertarik untuk menanamkan modalnya di berbagai bisnis. Dengan demikian maka ia akan lebih mudah untuk mendapatkan keuntungan, walaupun kegiatan ini berisiko tinggi. Contoh paling banyak dilakukan adalah menanamkan modal di berbagai industri atau perusahaan yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia (BEI).

KEUNTUNGAN MENJADI WIRAUSAHAWAN

Selain mengubah pola pikir mahasiswa maupun generasi muda bangsa ini untuk berpindah dari kuadran kiri ke kuadran kanan, hal lain yang harus dipahami agar motivasi menjadi seorang wirausahawan tersebut tumbuh

dengan baik adalah memahami keuntungan menjadi seorang wirausahawan yang tentunya akan lebih untung dibandingkan sekedar menjadi seorang karyawan. Disisi lain sebenarnya menjadi seorang wirausahawan memang sangatlah menyenangkan. Hal ini dikarenakan menjadi wirausahawan memiliki banyak keuntungan dibandingkan dengan menjadi seorang karyawan baik instansi pemerintah maupun swasta. Beberapa keuntungan yang dapat diperoleh dengan menjadi wirausahawan satu per satu akan diuraikan di bawah ini.

Tidak Perlu Syarat Khusus

Menjadi wirausahawan tidak diperlukan syarat khusus. Berbeda dengan menjadi pegawai, menjadi wirausahawan nyaris tidak diperlukan syarat apapun. Untuk menjadi wirausahawan tidak diperlukan kepandaian khusus seperti Indeks Prestasi Kumulatif (IPK), tidak perlu mengikuti seleksi, tidak ada syarat minimal tinggi badan, tidak harus cantik, tidak harus berkulit putih, dan sebagainya. Berbeda dengan pegawai yang banyak membutuhkan syarat seperti kepandaian, lulus seleksi, tinggi badan, cantik, penampilan menarik dan sebagainya bahkan saat ini tidak jarang kita dengar untuk sekedar menjadi seorang karyawan kita harus mengeluarkan uang puluhan juta rupiah. Dengan demikian maka dapat dikatakan siapa pun orangnya bisa menjadi wirausahawan asalkan memiliki kemauan yang kuat, ulet dan tekun.

Harga Diri Meningkat

Menjadi wirausahawan akan meningkatkan harga diri seseorang. Hal ini banyak terlihat di kalangan masyarakat. Orang-orang yang sukses menjadi wirausahawan apalagi mereka mampu mempekerjakan banyak orang di kalangan masyarakat itu, akan memiliki harga diri yang lebih tinggi dibandingkan dengan anggota masyarakat lainnya yang hanya menjadi karyawan, pegawai bahkan pengangguran. Demikian halnya dengan mahasiswa, seorang mahasiswa yang tidak memiliki usaha saat ini akan dianggap biasa saja di tengah-tengah masyarakat. Sangat berbeda dengan mahasiswa yang sekaligus berani membuka usaha dikala usianya masih sangat muda. Mereka akan disegani dan bahkan dianggap pahlawan di mata masyarakat kebanyakan.

Menjadi wirausahawan tentunya akan lebih menguntungkan dibanding sekedar menjadi seorang karyawan

Pendapatan Tidak Terbatas

Menjadi wirausahawan berarti memiliki pendapatan yang tidak terbatas. Penghasilan yang diperoleh seorang wirausahawan akan berbanding

lurus dengan usaha yang dilakukannya. Semakin giat seseorang berusaha maka akan semakin banyak pendapatan yang diperolehnya. Demikian juga sebaliknya, semakin malas seseorang menjalankan usahanya, kemungkinan pendapatan yang diperoleh juga akan semakin kecil. Namun bagi seorang wirausahawan yang gigih, tentunya mereka akan selalu berpikir maju bagaimana agar usahanya semakin hari akan semakin lancar dan pendapatan yang diperoleh juga akan semakin banyak. Hal ini tentunya sangat berbeda dibandingkan dengan profesi sebagai seorang karyawan. Pendapatan sebagai seorang pegawai tentunya tidak akan mengalami kenaikan signifikan dalam waktu yang singkat dan bahkan cenderung relatif sama walaupun perusahaan mengalami keuntungan yang sangat besar.

Memperoleh Kepuasan Tersendiri

Menjadi wirausahawan akan memperoleh kepuasan tersendiri. Sebagai wirausahawan tentunya akan memiliki banyak ide atau gagasan dalam menjalankan usahanya. Ide yang dimilikinya tentu akan lebih mudah diimplementasikan karena usaha tersebut berada dibawah kendali pribadi masing-masing. Dengan demikian maka para wirausahawan juga akan lebih termotivasi dalam menerapkan ide-ide tersebut. Hal ini pada akhirnya akan menyebabkan tingginya tingkat kepuasan seorang wirausahawan dalam bekerja dan akan menjadikannya lebih bersemangat lagi dalam menjalankan usahanya. Berbeda hal dengan pegawai yang tidak bisa setiap saat menimplementasikan ide-idenya karena adanya peraturan dan atasan yang terkadang melarang dan membatasi gerak pegawai itu sendiri.

Masa Depan Cemerlang

Menjadi wirausahawan memiliki masa depan cemerlang. Peningkatan usaha dari waktu ke waktu membuat usaha yang dijalannya akan memberikan hasil yang semakin optimal. Biasanya hasil yang diperoleh tersebut akan lebih tinggi jika dibandingkan dengan tingkat kebutuhan hidup seseorang. Dengan demikian maka seorang wirausahawan akan memiliki tabungan pribadi yang lebih banyak dibandingkan para karyawan yang dapat digunakan untuk keperluannya di masa mendatang atau bahkan untuk mengembangkan usahanya ke jenis usaha lainnya. Berbeda dengan seorang karyawan, biasanya penghasilan yang mereka dapatkan sekedar cukup untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari. Kalau pun ada sisa untuk ditabung, biasanya jumlahnya tidak sebanyak seorang wirausahawan.

Bebas Waktu dan Aturan

Menjadi wirausahawan terbebas dari waktu dan segala aturan. Untuk memajukan usaha yang telah dirintis oleh seseorang, memang dibutuhkan

aturan yang jelas. Namun sebagai pemilik usaha, seseorang dapat menciptakan sendiri aturan yang diinginkan dan harus dijalankan sehingga walaupun ada aturan namun aturan tersebut masih dalam batas kekuasaannya. Oleh sebab itu maka wirausahawan akan lebih leluasa mengatur hidupnya sendiri. Demikian halnya dengan waktu. Berbeda halnya dengan pegawai atau karyawan yang selalu terikat oleh banyak aturan yang diciptakan oleh atasan maupun institusinya. Para pegawai tersebut wajib mentaati semua peraturan yang ada dan jika melanggarnya terkadang justru sanksi yang didapatkan bahkan bisa saja berujung pada pemecatan.

Hidup Lebih Menyenangkan

Menjadi wirausahawan berarti menjalani hidup dengan lebih menyenangkan. Sebagian besar wirausahawan memulai usahanya karena berawal dari hobi yang dimilikinya. Para wirausahawan restoran banyak yang berawal dari hobi makan. Wirausahawan butik biasanya berawal dari kebiasannya berbelanja dan mengkoleksi berbagai jenis busana. Wirausahawan toko *handphone* berawal dari kesenangannya mengutak-atik *handphone*, dan sebagainya. Dengan demikian maka banyak wirausahawan yang lebih bahagia dalam menjalani hidupnya karena kesehariannya ia bekerja untuk menjalankan usahanya yang juga sekaligus hobinya. Sangat berbeda dengan karyawan yang kebanyakan diantara mereka bekerja tidak sesuai dengan hobinya sehingga terkadang pekerjaannya tersebut menjadi sesuatu yang tidak menyenangkan.

Relasi Banyak

Menjadi wirausahawan akan memiliki relasi lebih banyak. Dalam menjalankan usahanya, seorang wirausahawan akan berhubungan dengan banyak orang seperti pelanggan, supplier, birokrat dan lain sebagainya. Terkadang diantara mereka akan saling mengenalkan satu sama lainnya sehingga para wirausahawan akan memiliki lebih banyak relasi. Hal ini akan sangat bermanfaat bagi mereka dalam menjalankan usahanya. Berbeda halnya dengan seorang karyawan yang terkadang ruang geraknya sangat terbatas sehingga ia tidak bisa berhubungan dengan banyak orang yang pada akhirnya ia akan memiliki relasi terbatas juga.

Berbagai keuntungan menjadi seorang wirausahawan yang penulis sampaikan di atas tentunya hanya sebagian kecil saja. Masih sangat banyak keuntungan lain yang dapat diraih oleh seorang wirausahawan baik bagi dirinya, keluarga maupun masyarakat dibandingkan dengan hanya sekedar menjadi karyawan atau pegawai. Dengan demikian maka dapat dikatakan bahwa menjadi wirausahawan itu jauh lebih baik jika dibandingkan dengan menjadi seorang karyawan baik di institusi swasta maupun negeri.

PENUTUP

Setelah membaca uraian di atas maka diharapkan kepada para mahasiswa maupun generasi muda Bangsa Indonesia ini dapat tergerak hati dan pikirannya untuk mencoba memulai membuka usaha. Kegagalan dan ketidaksuksesan memang bisa saja dialami selama dalam proses belajar untuk menjadi seorang pengusaha yang sukses. Namun yakinlah dengan perjuangan yang penuh ketekunan dan belajar dari setiap kegagalan yang dialami, suatu ketika nanti, Anda semua pasti akan sukses berbisnis. Ini hanya akan terjadi jika semenjak dini Anda berani merubah pola pikir hidup Anda untuk menjadi seorang pengusaha yang sukses.

LITERASI

Kasmir. 2006. Kewirausahaan. Edisi Revisi. Cetakan Keenam. PT RajaGrafindo Persada. Jakarta.

Kiyosaki, Robert, T., Sharon L. Lechter. 2009. *The Cashflow Quadrant*. Panduan Ayah Kaya menuju Kebebasan Finansial. Cetakan Kedua Puluh Dua. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.

Saiman, Leonardus. 2009. Kewirausahaan. Teori, Praktek dan Kasus-kasus. Cetakan Pertama. Salemba Empat. Jakarta.

Subagyo, Ahmad., Eko Wahyu Widayat., Syahrudin. 2018. Kewirausahaan. Untuk *Bisnis Start-Up*. Cetakan Pertama. Mitra Wacana Media. Jakarta.

Widayat, Eko Wahyu. 2012. Kewirausahaan. Panduan Praktis Membangun Bisnis. Cetakan Pertama. USU Press. Medan.

Internet

<https://ahlipresentasi.com/pengertian-tentang-teori-motivasi-instrinsik-dan-motivasi-ekstrinsik/>. Diunduh tanggal 12 September 2018.

[03]

PENTINGNYA KARAKTER DALAM BERBISNIS

Menjadi wirausahawan yang sukses tentu tidak datang dengan tiba-tiba begitu saja. Ada proses panjang yang harus dilalui oleh seorang wirausahawan sebelum akhirnya ia sukses dengan bisnisnya. Ini karena banyak wirausahawan yang tidak langsung sukses manakala ia mendirikan usahanya yang pertama kami. Kadang kegagalan demi kegagalan harus ia lalui demi menggapai kesuksesan tersebut, hingga akhirnya ia menemukan jalan sukses untuk bisa menjadi seorang wirausahawan.

Panjangnya proses perjalanan untuk sukses tersebut tentunya membutuhkan keuletan, ketekunan, kesabaran, kerja keras, pantang menyerah dan masih banyak lagi karakter-karakter lainnya yang harus dimiliki untuk bisa melewati rintangan dan tantangan dalam berwirausaha tersebut. Oleh karena itulah maka tidak semua orang mampu menjadi wirausahawan sukses karena tingkat karakter yang dimiliki setiap orang tentunya sangat berbeda-beda. Hanya orang-orang yang memiliki karakter yang kuatlah yang pada akhirnya akan sukses dalam berwirausaha.

Apa yang terjadi jika seseorang tidak memiliki karakter yang kuat dalam berwirausaha? Mungkin ia akan mundur sewaktu ia gagal menjalankan usaha pertamanya. Mungkin ia akan meninggalkan dunia usaha untuk selamanya dengan kembali menjadi karyawan pada umumnya. Bahkan akan lebih parah jika akhirnya ia akan beranggapan dan memiliki pola pikir bahwa dirinya tidak akan pernah berhasil menjadi wirausahawan setelah beberapa kali mencoba usahanya dan gagal.

PENGERTIAN KARAKTER

Karakter atau watak adalah sifat batin yang mempengaruhi segenap pikiran, perilaku, budi pekerti, dan tabiat yang dimiliki manusia atau makhluk hidup lainnya

Sebenarnya apakah yang dinamakan karakter itu? Banyak ahli yang mengemukakan pendapatnya tentang pengertian karakter. Namun demikian secara umum dapat dikatakan bahwa karakter atau watak adalah sifat batin yang mempengaruhi segenap pikiran, perilaku, budi pekerti, dan tabiat yang dimiliki manusia atau makhluk hidup lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa karakter merupakan hal yang sangat mendasar yang melandasi terben-tuknya sikap

dan perilaku pada setiap diri individu seseorang. Karena karakter antara orang yang satu dengan lainnya sangat berbeda-beda, maka akhirnya sikap dan perilaku seseorang juga akan berbeda-beda. Baik buruknya sikap dan perilaku tersebut tentunya sangat dipengaruhi oleh karakter yang dimiliki oleh setiap individu.

Pengertian karakter lainnya disampaikan oleh Simon Philips dalam Burhanuddin (2015) yang mengatakan bahwa karakter adalah kumpulan tata nilai yang menuju pada suatu sistem, yang melandasi pemikiran, sikap, dan perilaku yang ditampilkan. Sementara itu, Koesoema dalam Burhanuddin (2015) mengatakan bahwa karakter sama dengan kepribadian. Kepribadian dianggap sebagai ciri atau karakteristik atau gaya atau sifat khas dari diri seseorang yang bersumber dari bentukan-bentukan yang diterima dari lingkungan, misalnya keluarga pada masa kecil dan juga bawaan sejak lahir.

Suyanto dalam Burhanuddin (2015) juga mengatakan bahwa karakter adalah cara berpikir dan berperilaku yang menjadi ciri khas tiap individu untuk hidup dan bekerjasama baik dalam lingkup keluarga, masyarakat, bangsa dan negara. Sedangkan Ghazali dalam Burhanuddin (2015) mengatakan karakter lebih dekat dengan akhlak, yaitu spontanitas manusia dalam bersikap, atau perbuatan yang telah menyatu dalam diri manusia sehingga ketika muncul tidak perlu dipikirkan lagi. Selain pengertian tersebut, para ahli juga mengemukakan pendapatnya tentang pengertian karakter, diantaranya:

1. Alwisol

Definisi karakter menurut Alwisol adalah penggambaran tingkah laku yang dilaksanakan dengan menonjolkan nilai (benar-salah, baik-buruk) secara implisit atau pun eksplisit. Karakter berbeda dengan kepribadian yang sama sekali tidak menyangkut nilai-nilai.

2. Doni Kusuma

Definisi karakter menurut Doni Kusuma adalah ciri, gaya, sifat, atau pun katakarakteristik diri seseorang yang berasal dari bentukan atau pun tempaan yang didapatkan dari lingkungan sekitarnya.

3. Gulo W.

Berdasarkan pandangan Gulo W, karakter merupakan kepribadian yang dilihat dari titik tolak etis atau pun moral (seperti contohnya kejujuran seseorang). Karakter biasanya memiliki hubungan dengan sifat-sifat yang relatif tetap.

4. Kamisa

Definisi karakter adalah sifat-sifat kejiwaan, akhlak, dan budi pekerti yang dapat membuat seseorang terlihat berbeda dari orang lain. Berkarakter dapat diartikan memiliki watak dan juga kepribadian.

5. Maxwell

Maxwell berpendapat bahwa karakter jauh lebih baik dari sekedar perkataan. Lebih dari itu, karakter merupakan sebuah pilihan yang menentukan tingkat kesuksesan.

6. Wyne

Wyne beranggapan bahwa karakter menandai bagaimana cara atau pun teknis untuk memfokuskan penerapan nilai kebaikan ke dalam tindakan atau pun tingkah laku.

7. W. B. Saunders

Pengertian karakter adalah sifat nyata dan berbeda yang ditunjukkan oleh individu. Karakter dapat dilihat dari berbagai macam atribut yang ada dalam pola tingkah laku individu.

Berdasarkan beberapa pengertian di atas, sekali lagi penulis sampaikan bahwa karakter memiliki peranan yang sangat penting dalam hal pembentukan sikap dan kepribadian seseorang. Walaupun sebenarnya karakter itu sendiri tidaklah permanen. Artinya karakter seseorang dapat dirubah dengan cara melatihnya selama orang tersebut memang menginginkan perubahan karakter tersebut. Oleh sebab itu, bagi Anda yang selama ini masih memiliki karakter kurang baik, tidak perlu risau karena dengan latihan yang teratur serta adanya dorongan untuk merubah karakter kurang baik tersebut, maka karakter Anda dapat diubah menjadi lebih baik.

TEORI KARAKTER

Seperti telah disampaikan di atas bahwa sebenarnya karakter tidak muncul begitu saja. Ada proses yang membentuk suatu karakter sehingga setiap individu dapat memiliki karakter yang berbeda-beda. Sebenarnya ada banyak teori tentang pembentukan karakter yang bisa dipelajari, salah satunya adalah teori kode warna manusia yang dicetuskan oleh Taylor Hartman. Ahli tersebut membagi manusia berdasarkan motif dasarnya. Namun ahli lainnya yaitu Stephen Covey melalui bukunya yang berjudul “Kebiasaan Manusia yang Sangat Efektif” menyimpulkan bahwa sebenarnya ada tiga teori utama yang mendasari terbentuknya karakter seseorang. Teori tersebut dikaitkan dengan *determinisme*, yaitu keyakinan filosofis bahwa semua peristiwa terjadi sebagai akibat dari adanya beberapa

keharusan dan karenanya tidak terelakkan, yang meliputi determinasi genetik, determinasi psikis dan determinasi lingkungan.

Determinisme Genetik

Determinisme genetik atau sering disebut juga dengan determinisme biologis adalah keyakinan bahwa perilaku manusia dikendalikan oleh suatu gen individu atau beberapa komponen fisiologi yang dimilikinya, yang pada umumnya mengabaikan peran lingkungan, baik dalam perkembangan embrio maupun dalam pembelajarannya. Topik ini dikaitkan dengan gerakan dalam sains dan masyarakat yang diantaranya adalah eugenika, rasisme saintifik, dugaan heritabilitas IQ, dugaan pendasaran biologis atas peran gender, dan perdebatan sosiobiologi. Dalam teori ini bahkan dikatakan bahwa informasi yang diwariskan hanya dapat diturunkan melalui sel nutfah, yang menurutnya mengandung suatu determinan (gen). Berdasarkan penjelasan tersebut maka dapat dikatakan bahwa pada dasarnya, determinasi genetik ini mengatakan bahwa para pendahulu Anda dalam hal ini bisa orang tua, kakek nenek dan sebagainya yang menyebabkan Anda memiliki karakter demikian. Sebagai contoh jika para pendahulu Anda mudah marah maka karakter itu akan muncul dalam DNA Anda, sehingga kemungkinan besar Anda juga akan memiliki karakter mudah marah, demikian seterusnya dimana sifat ini akan diteruskan dari generasi sebelumnya ke generasi berikutnya.

Determinisme Psikis

Berbeda dengan determinisme genetik, determinisme psikis lebih menitikberatkan pada faktor jiwa, pikiran maupun mental. Ini berarti bahwa karakter seseorang terbentuk karena berkaitan dengan kondisi psikis seseorang. Teori banyak beranggapan bahwa biasanya karakter seseorang akan terbentuk karena bagaimana orang tua Anda memperlakukan Anda semenjak kecil dulu. Hal ini sangat erat kaitannya dengan pola pengasuhan yang dilakukan para orang tua kepada anaknya. Sebagai contoh, banyak orang tua yang sangat sayang dengan anak mereka, sehingga banyak diantaranya yang membatasi dan melarang anak-anak mereka untuk tampil apa adanya sewaktu kecil. Sebagian besar orang tua tersebut tidak sadar bahwa tindakan mereka ini baik secara langsung maupun tidak langsung akan mempengaruhi anak-anak mereka. Karena tindakan orang tua tersebutlah pada akhirnya anak-anak mereka cenderung menjadi anak yang

memiliki karakter manja, penakut, tidak berani tampil dan berbicara di depan umum, dan lain sebagainya.

Determinisme Lingkungan

Berbeda lagi dengan determinisme biologis dan psikis, determinisme lingkungan lebih mengatakan bahwa karakter seseorang terbentuk karena kondisi lingkungan dimana orang tersebut berada. Lingkungan tersebut akan sangat kuat mempengaruhi terbentuknya karakter seseorang. Sebagai contoh, orang yang hidup di lingkungan yang baik maka akan menjadikan orang tersebut memiliki karakter yang baik. Demikian sebaliknya, orang yang berada dalam lingkungan yang buruk maka tentunya orang tersebut akan memiliki karakter yang buruk juga.

PROSES PEMBENTUKAN KARAKTER

Di atas telah disampaikan bahwa karakter seseorang sebenarnya bisa dibentuk, apalagi jika masih anak-anak tentunya akan jauh lebih mudah. Namun demikian untuk membentuk karakter pada diri seseorang tentu memerlukan waktu dan proses yang tepat, agar seseorang mampu memahami dan mengimplementasikan dengan tepat juga atas apa yang diajarkan kepadanya. Hal yang harus dipahami adalah bahwa manusia bukanlah ‘mesin’ atau ‘komputer’ yang dengan mudah bisa kita program begitu saja sesuai kemauan kita. Manusia ibaratnya sebuah pisau yang apabila kita penuh kesabaran mengasahnya, maka ia akan menjadi pisau yang tajam yang dapat digunakan setiap saat. Karena proses pembentukan karakter tersebut butuh waktu panjang, maka kita semua perlu memahami dengan baik berbagai tahapan proses pembentukan karakter pada diri seseorang, seperti yang dijelaskan satu per satu di bawah ini.

Pengenalan

Pengenalan merupakan tahapan paling awal yang perlu dilakukan dalam proses pembentukan karakter seseorang. Seseorang akan terlebih dahulu mengenal berbagai karakter baik karakter yang bersifat baik maupun buruk dari lingkungan dimana orang tersebut tinggal. Mengapa demikian? Karena keluarga merupakan lingkungan pertama yang ia temui dalam kehidupannya. Oleh sebab itu dari keluarga tersebutlah seseorang akan mengenal berbagai karakter. Apabila keluarga tersebut memiliki karakter yang baik, maka seseorang tentu juga akan memiliki karakter yang baik pula.

Sebaliknya, jika suatu keluarga memiliki karakter yang buruk maka orang tersebut tentunya juga akan berkarakter yang buruk juga. Sebagai

contoh, jika seseorang tinggal di keluarga yang rajin beribadah, maka tentunya semenjak kecil orang tersebut akan tertanam karakter suka beribadah. Seseorang akan mengikuti semua perilaku orang tua yang gemar sembahyang, sering ke masjid, suka menolong dan sebagainya.

Namun sebaliknya, jika seseorang tinggal di lingkungan yang buruk seperti keluarga yang tidak disiplin, sering ribut, tidak taat ibadah, maka orang tersebut juga akan tumbuh dan berkembang menjadi orang yang tidak disiplin, sering ribut atau pemarah serta jauh dari agama. Oleh sebab itu, mengingat pentingnya peranan lingkungan khususnya keluarga dalam mengenalkan karakter dasar kepada seseorang, maka sebaiknya semenjak kecil biasakan seseorang untuk berada dalam lingkungan berkarakter baik.

Pemahaman

Tahapan selanjutnya adalah pemahaman. Tahapan ini merupakan lanjutan dari tahapan sebelumnya. Pada tahap pemahaman seseorang akan mulai berpikir mengapa mereka harus memiliki karakter dasar tersebut, yang pada akhirnya orang tersebut akan menemukan jawaban dengan sendirinya, tentunya dengan dibantu sedikit penjelasan. Sebagai contoh, seseorang yang selalu melihat kedua orang tuanya bangun pagi pukul 05.00 Wib setiap harinya baik itu hari kerja maupun bukan. Orang tersebut tentu akan bertanya-tanya mengapa kedua orang tuanya selalu bangun pagi? Dengan sedikit pemahaman mengenai manfaat bangun pagi maka seseorang akan memahami dengan baik maksud dan tujuannya. Dengan demikian maka ia akan paham mengapa orang tuanya selalu bangun pagi.

Penerapan

Setelah seseorang memahami dengan baik atas apa yang dikerjakan oleh orang tuanya, maka ia akan mencoba untuk menerapkan dan mengimplementasikan hal-hal yang telah diajarkan oleh kedua orang tuanya tersebut. Pada awalnya ia hanya sekedar melaksanakan dan meniru kebiasaan apa yang dilakukan oleh orang tuanya. Ia belum menyadari dan memahami bentuk karakter apa yang sebenarnya sedang ia terapkan.

Pengulangan atau Pembiasaan

Didasari oleh pemahaman dan penerapan yang secara bertahap ia lakukan, maka secara tidak langsung seseorang akan terbiasa dengan kedisiplinan yang diajarkan oleh orang tuanya. Setiap hari ia akan terus mencontoh apa yang dilakukan kedua orang tuanya dan bahkan hal tersebut akan terus menerus berlangsung secara berulang-ulang. Karena dilakukan secara berulang-ulang maka hal tersebut akan menjadi kebiasaan, dan bahkan akan merasa gelisah manakala ia tidak melakukan hal tersebut.

Pembudayaan

Apabila kebiasaan baik dilakukan berulang-ulang setiap hari maka hal ini akan membudaya dan menjadi sebuah karakter. Terminologi pembudayaan menunjukkan ikut sertanya lingkungan dalam melakukan hal yang sama. Dengan adanya pembudayaan maka seseorang akan menjadi terbiasa untuk melakukan hal tersebut. Bahkan dalam kapasitas tertentu ia akan merasa butuh untuk melakukan kebiasaan tersebut.

Internalisasi

Tahap terakhir adalah internalisasi menjadi karakter. Sumber motivasi untuk melakukan respon adalah dari dalam hati nurani. Karakter ini akan semakin kuat apabila didukung oleh suatu ideologi atau *believe*. Seseorang percaya bahwa hal yang ia lakukan adalah baik, sehingga hal tersebut akan selalu melekat pada diri seseorang dan baik secara sadar maupun tidak, hal tersebut sebenarnya sudah menjadi sebuah karakter.

Keenam tahapan di atas secara jelas menggambarkan bagaimana proses terbentuknya sebuah karakter. Ini berarti bahwa karakter tersebut sebenarnya bisa dipelajari dan dibentuk selama masih adanya kemauan terutama kemauan yang datang dari dalam diri orang tersebut. Semakin kuat kemauan yang muncul akan semakin mudah bagi seseorang untuk merubah karakternya. Demikian juga dalam berwirausaha, tentu banyak dibutuhkan karakter-karakter positif agar seseorang bisa sukses menjadi seorang wirausahawan. Oleh sebab itu bagi Anda yang masih memiliki karakter kurang bagus, tidak perlu risau, selama Anda semua mau berubah maka penulis yakin karakter Anda akan berubah menjadi lebih baik.

KARAKTER DASAR SEORANG WIRAUSAHAWAN

Dalam berwirausaha, adanya kekhawatiran takut gagal serta ketidakpastian pendapatan yang diperoleh, biasanya telah membuat seseorang enggan untuk memulai menjadi wirausaha. Mereka cenderung lebih suka menjadi pegawai atau karyawan walaupun penghasilannya pas-pasan. Dalam memulai kegiatan apapun, sebenarnya segala sesuatunya akan terasa canggung dan membingungkan. Oleh sebab itu biasanya seseorang enggan untuk memulai sesuatu yang baru tersebut dan lebih senang berada dalam situasi dan kondisi yang lama, bahkan sudah bertahun-tahun mereka jalani dan terasa nyaman. Namun sebenarnya setelah kita mulai memasuki dunia yang baru tersebut, segalanya akan mulai terasa indah karena kita mulai mengetahui langkah-langkah apa sajakah yang perlu kita ambil. Dengan demikian maka pada akhirnya seseorang akan merasa nyaman juga

setelah memasuki kehidupannya yang baru dan tidak jarang yang akhirnya sukses, termasuk sukses menjadi wirausahawan.

Agar seseorang lebih mudah untuk mulai menjalankan usahanya, sebaiknya orang tersebut memiliki beberapa karakter yang menunjang dirinya untuk menjadi wirausahawan. Dengan dimilikinya karakter tersebut, maka seseorang akan memiliki kebiasaan dalam bertindak, sehingga ia akan lebih mudah menjadi wirausahawan. Adapun beberapa karakter yang seharusnya dimiliki oleh seseorang wirausahawan, antara lain:

1. Selalu memiliki tujuan yang jelas
2. Berani melakukan perubahan
3. Berpikir kreatif dan inovatif
4. Berpikir positif
5. Optimis dan percaya diri
6. Pantang menyerah dan berani mengambil risiko
7. Memiliki kepemimpinan yang kuat
8. Memiliki jaringan yang luas
9. Memahami teknologi moderen
10. Pembelajaran

Memiliki Tujuan

Seorang wirausahawan hendaknya selalu berpikir tentang masa depan (*visioner*). Ia seharusnya mengetahui dengan baik apa yang menjadi keinginan dan tujuan dalam hidupnya. Dengan demikian maka ia akan menggambarkan dengan baik setiap keinginannya yang ingin dicapainya. Oleh sebab itu, seorang wirausahawan yang visioner juga akan mengetahui dengan baik langkah-langkah apa yang hendaknya ia lakukan untuk mencapai tujuan dan menggapai keinginan tersebut.

Berani Melakukan Perubahan

Adanya keinginan untuk melakukan perubahan juga menjadi modal yang sangat penting bagi seorang wirausahawan. Oleh sebab itu sebagai seorang wirausahawan, seharusnya seseorang juga memiliki karakter berani melakukan perubahan. Dengan demikian maka ia akan selalu memiliki konsep dan visi yang nyata kedepannya serta arah tujuan yang jelas. Hal inilah yang akhirnya akan membuat usaha seseorang menjadi besar.

Berpikir Kreatif dan Inovatif

Disadari atau tidak, sebenarnya setiap manusia sudah dibekali modal yang luar biasa untuk berpikir yaitu otak. Dengan otak tersebut, maka setiap orang dapat berpikir, bertindak dan menyelesaikan berbagai permasalahan yang dihadapinya. Hal ini disebabkan dengan otak yang sehat, seseorang

dapat berpikir lebih kreatif sehingga akan memunculkan berbagai gagasan dalam menjalankan usaha yang inovatif. Oleh sebab itu sebenarnya setiap wirausahawan memiliki kesempatan yang sama untuk bisa berhasil dalam menjalankan usahanya.

Berpikir Positif

Seorang wirausahawan tentu akan selalu dihadapkan dengan berbagai hambatan, tantangan dan rintangan selama menjalankan bisnisnya. Oleh sebab itu seorang wirausahawan harus selalu mampu untuk berpikir positif. Ia harus bisa menjadikan semua hambatan, tantangan dan rintangan tersebut sebagai sebuah dorongan untuk maju. Oleh sebab itu ia harus mampu untuk selalu berpikir positif.

Optimis dan Percaya Diri

Sifat optimis dan penuh keyakinan bahwa usaha yang dijalankan akan berhasil dengan baik harus selalu tertanam pada diri seorang wirausahawan. Dengan demikian maka orang tersebut akan memiliki rasa percaya diri yang luar biasa. Rasa percaya diri tersebut pada akhirnya akan menyebabkan seseorang tidak takut dengan resiko yang ada selama menjalankan usahanya. Adanya sifat optimis dan penuh keyakinan juga akan membuat seseorang selalu bersemangat menjalankan usahanya, hingga pada suatu saat nanti wirausahawan tersebut mampu menjadi pengusaha yang sukses.

Pantang Menyerah dan Berani Mengambil Risiko

Sejalan dengan banyaknya hambatan, tantangan dan rintangan yang dijalani oleh wirausahawan tersebut maka ia harus selalu gigih dan pantang menyerah untuk bisa menghadapinya. Ia harus yakin bahwa ia mampu menyelesaikan semua permasalahan yang ada sehingga ia akan sampai pada titik kesuksesan yang ia inginkan. Dengan demikian maka ia akan berani untuk mengambil risiko atas setiap langkah yang ia jalani. Kemampuan dan keberanian untuk mengambil risiko tersebut sangat dibutuhkan karena dengan demikian maka ia akan berani untuk menyelesaikan dan menapaki langkah demi langkah menuju kesuksesan yang diimpikannya.

Memiliki Kepemimpinan yang Kuat

Guna membesarkan usaha yang telah dirintis, maka dibutuhkan jiwa kepemimpinan yang baik dari para pemilik usaha tersebut. Jiwa kepemimpinan yang baik tersebut akan membuat usaha seseorang menjadi besar karena banyak orang yang ingin bekerja padanya. Sebuah usaha yang dibangun tanpa kepemimpinan yang kuat akan menjadi salah satu penyebab usaha tersebut tetap akan menjadi usaha yang tidak berkembang (*stagnan*).

Seseorang hanya akan mampu memimpin sebagian kecil dari jumlah karyawan yang seharusnya semakin hari semakin banyak. Biasanya karyawan juga semakin hari tidak akan betah untuk bekerja padanya karena ia tidak memiliki konsep yang jelas tentang masa depan usahanya. Berbeda dengan seseorang yang memiliki kepemimpinan yang baik. Ia biasanya akan memiliki pengetahuan, pengalaman, ketrampilan dan konsep yang lebih luas. Dengan demikian maka banyak orang akan tertarik untuk bergabung dengannya membesarkan usahanya tersebut.

Memiliki Jaringan yang Luas

Karakter lain yang harus dimiliki oleh seorang wirausahawan adalah memiliki banyak jaringan atau mata rantai (*supply chain*). Untuk itu diperlukan pergaulan yang luas bagi seorang wirausahawan. Dengan memiliki banyak relasi maka seseorang akan semakin mudah menjalankan usahanya. Relasi yang banyak tersebut dapat dimanfaatkan oleh para wirausaha untuk membesarkan usahanya. Berbagai kesulitan akan dengan mudah diselesaikan manakala kesulitan tersebut bisa didiskusikan dengan banyak orang, karena akan banyak masukan, saran dan juga kritikan yang datang padanya.

Memahami Teknologi Modern

Sangat mustahil jika usaha yang dijalankan oleh seseorang akan berkembang dengan pesat tanpa melibatkan teknologi dalam usahanya. Pelibatan teknologi dalam setiap usaha menjadi suatu keharusan. Oleh sebab itu maka para pelaku usaha juga sudah sewajarnya memiliki karakter selalu berorientasi dengan perkembangan teknologi. Hal ini akan menyebabkan para pelaku usaha bersedia untuk memasukkan teknologi dalam menjalankan usahanya sehingga usahanya akan jauh menjadi lebih efektif dan efisien, yang pada akhirnya dalam jangka waktu yang panjang akan meningkatkan keuntungan usaha mereka.

Pembelajar

Karakter penting lainnya yang juga harus dimiliki oleh seorang wirausahawan adalah pembelajar khususnya mengenai *modern management* yang berarti bahwa setiap pelaku usaha yang berorientasi pada pelaksanaan manajemen usaha yang moderen. Adanya orientasi pada *planning* (perencanaan), *organizing* (pengorganisasian), *actuating* (tindakan) dan *controlling* (evaluasi) dalam menjalankan usahanya akan menjadi salah satu penyebab keberhasilan menjalankan usaha. Dengan berorientasi pada manajemen yang moderen, maka seorang wirausahawan akan mampu menrencanakan setiap langkah yang akan diambil, mengorganisasikan siapa dan apa tugas masing-masing karyawan, untuk selanjutnya melakukan atas apa yang telah direncanakan dan pada akhirnya sampai pada tahap evaluasi atas apa yang

telah dilakukan. Mereka akan membandingkan hasil yang dicapai dengan apa yang direncanakan sebelumnya. Selanjutnya mereka akan mampu membuat perencanaan lanjutan atas pencapaian hasil tersebut terlepas apakah pencapaian itu sesuai dengan harapan sebelumnya ataupun tidak.

Beberapa karakter yang penulis sampaikan tentunya hanya merupakan sebagian kecil dari karakter yang harus dimiliki oleh seorang wirausahawan. Masih banyak karakter lainnya yang diperlukan untuk bisa menjadi seorang wirausahawan yang sukses. Namun demikian dengan dimilikinya kesepuluh karakter tersebut, tentunya itu menjadi modal awal yang sangat baik bagi seseorang untuk bisa menjadi seorang wirausahawan. Pertanyaannya, bagaimana jika seseorang belum memiliki karakter tersebut? Apakah mereka bisa menjadi wirausahawan yang sukses? Jawabnya mungkin bisa saja, namun tentu itu akan sangat sulit. Oleh sebab itu, tidak ada cara lain bagi Anda semua yang hendak menjadi seorang wirausahawan namun belum memiliki karakter yang baik kecuali dengan belajar merubah karakter diri Anda untuk menjadi lebih baik lagi.

PENUTUP

Pada bab ini telah diuraikan dengan jelas mengenai pentingnya karakter positif yang harus dimiliki oleh seseorang jika ingin sukses dalam berwirausaha. Hal ini karena karakter akan menjadi dasar seorang wirausahawan dalam mengambil berbagai sikap maupun keputusan strategis terkait langkah-langkah yang harus ia lakukan dalam menjalankan bisnisnya. Oleh sebab itu, mempelajari dan belajar merubah karakter negatif yang dimiliki menjadi karakter positif sangatlah penting untuk dilakukan agar Anda semua bisa sukses menjadi wirausahawan. Sekali lagi, Anda tidak perlu takut jika selama ini memiliki karakter negatif, selama Anda memiliki kemauan dan komitmen yang kuat untuk merubah karakter tersebut, maka penulis yakin karakter Anda pun akan berubah menjadi lebih baik.

LITERASI

- Burhanuddin, Afid. 2015. Pendidikan Karakter. Proses Pembentukan Karakter. Sumber: <https://afidburhanuddin.wordpress.com/2015/01/17/proses-pembentukan-karakter-3/>. Diunduh 28 September 2018.
- Widayat, Eko Wahyu. 2012. Kewirausahaan. Panduan Praktis Membangun Bisnis. Cetakan Pertama. USU Press. Medan.

Internet

https://id.wikipedia.org/wiki/Determinisme_biologis. Diunduh tanggal 25 September 2018.

<http://www.sumberpengertian.co/pengertian-karakter-lengkap>. Diunduh 01 Oktober 2018.

[04]

VISIONER, Berani Membangun Impian

Seperti telah dijelaskan pada bab sebelumnya, bahwa saat ini pemerintah terus berupaya untuk mengembangkan program kewirausahaan melalui berbagai kementerian yang ada. Hal ini dilakukan karena memang kondisi banyaknya masyarakat Indonesia yang sangat membutuhkan pekerjaan sebagai salah satu upaya untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Tanpa adanya lapangan pekerjaan maka semakin lama jumlah pengangguran yang ada di Indonesia akan semakin tinggi. Oleh sebab itu, mendidik masyarakat untuk mau menjadi wirausahawan menjadi sangat penting untuk dilakukan.

Permasalahan yang dihadapi sekarang adalah mental masyarakat itu sendiri. Sampai saat ini sebagian besar masyarakat Indonesia masih kurang berminat untuk menjadi seorang wirausahawan, apalagi untuk wirausaha dengan skala yang masih kecil, misalnya UMKM. Banyak diantara mereka yang beranggapan bahwa menjadi pengusaha kecil merupakan pekerjaan yang kurang menarik dan kurang bergengsi. Akhirnya banyak diantara mereka yang lebih tertarik untuk mencari pekerjaan dengan harapan mereka bisa mendapatkan upah yang tinggi sehingga bisa hidup sejahtera.

Mengubah pola pikir tersebut memang tidaklah mudah. Dibutuhkan kekuatan yang luar biasa baik dari internal maupun eksternal masyarakat itu sendiri agar mereka terbebas dari pola pikir yang menurut penulis sebenarnya untuk saat ini sudah tidak sesuai lagi dengan perkembangan zaman yang ada. Namun hal tersebut juga tidak bisa disalahkan sepenuhnya. Mengapa demikian? Karena memang sampai saat ini masih banyak juga orang tua yang menanamkan pola pikir yang salah kepada putra-putri mereka.

MENCABUT JANGKAR (*ANCHOR*) MASA LALU

Pola pikir yang telah disampaikan oleh orang tua pada zaman dahulu kepada kita semua secara berulang-ulang tersebut akhirnya telah menjadi sebuah jangkar (*anchor*) dalam hidup kita, yang terkadang sangat sulit untuk dicabut atau dilupakan. Bahkan pada beberapa kasus jangkar tersebut telah

berubah menjadi sebuah keyakinan (*belief*) pada diri seseorang. Jika hal ini terjadi, maka seseorang akan sangat sulit untuk diajak maju menggapai perubahan meskipun itu semua demi kebaikan diri pribadi masing-masing.

Apakah penjangkaran (*anchoring*) itu? Penjangkaran adalah proses menanamkan pemicu (*triger*) di pikiran bawah sadar seseorang sehingga mampu menjadi kode khusus bagi otak kita sebagai pusat kendali respon untuk kemudian mengirimkan pesan pada bagian-bagian tubuh untuk bereaksi secara spesifik. Jika jangkar tersebut bersifat negatif, maka jangkar yang ada pada diri seseorang tersebut biasanya justru akan menghambat seseorang untuk melangkah maju, sehingga jangkar negatif tersebut harus dicabut. Dengan dicabutnya jangkar negatif tersebut maka seseorang akan lebih mudah melangkah kedepan.

Berbagai jangkar negatif biasanya secara tidak sadar ditanamkan oleh para orang tua kepada anaknya semenjak kecil. Sehubungan dengan kegiatan kewirausahaan (*entrepreneurship*), maka beberapa jangkar yang biasanya ditanamkan oleh orang tua kepada anaknya tersebut antara lain:

Orang Kaya Lebih Susah Masuk Surga

Dahulu banyak kita jumpai orang tua yang selalu memberikan nasihat kepada anaknya agar menjadi anak yang sholeh dan sholehah. Mereka lebih menginginkan anaknya menjadi anak yang taat beragama dan tidak mengejar gemerlapnya dunia kehidupan ini. Salah satu nasehat yang mereka sampaikan kepada anaknya adalah dengan mengatakan, *“Ngapain hidup kaya raya, orang kaya itu lebih susah masuk surga. Setiap harta yang diperolehnya harus dipertanggungjawabkan di akhirat nanti, dari mana asalnya dan digunakan untuk apa harta tersebut. Jika kamu tidak bisa mempertanggungjawabkannya maka harta tersebut justru akan membawamu masuk neraka.”* Nasihat tersebut biasanya secara berulang-ulang diucapkan oleh orang tua kepada kita semua. Hal ini mengakibatkan pada diri kita tertanam keyakinan bahwa *“orang kaya lebih susah masuk surga”*. Dengan demikian maka kita merasa tidak terlalu membutuhkan kekayaan dalam hidup kita. Cukup bekerja sebagai pegawai maupun karyawan dengan penghasilan pas-pasan saja sudah cukup, yang penting kita selalu beribadah dengan rajin, maka kita akan dengan mudah masuk surga.

Keyakinan ini pada akhirnya telah membuat kita tidak berpikir mengenai materi. Padahal sebenarnya kita sangat membutuhkan materi tersebut. Mungkin bukan semata-mata untuk diri kita, melainkan untuk istri, anak, cucu dan keluarga besar kita. Dengan memiliki materi atau kekayaan yang banyak, sebenarnya kita juga lebih mudah “masuk surga”. Mengapa demikian? Dengan materi dan kekayaan, kita bisa lebih banyak beribadah. Dengan kekayaan yang dimiliki, orang kaya dapat menunaikan ibadah haji

setiap tahun bahkan juga umrah, sedang orang miskin mungkin hanya mampu sekali seumur hidup setelah menabung berpuluh-puluh tahun. Orang kaya bukan hanya bisa rajin sholat berjamaah di masjid saja melainkan bisa membangun puluhan masjid, sedangkan orang miskin untuk bisa berjamaah ke masjid pun susah karena ia harus terus bekerja. Orang kaya bisa menyekolahkan anaknya hingga perguruan tinggi dan menjadi anak yang berguna bagi agama, nusa dan bangsa, sedangkan orang miskin kemungkinan tidak akan mampu menyekolahkan anaknya. Melihat cerita tersebut, maka orang kaya akan lebih banyak beribadah dan mendapatkan pahala dibandingkan orang miskin, asalkan semua yang dilakukan orang kaya tersebut benar-benar tulus karena Tuhan YME dan cara mendapatkan harta kekayaannya juga dengan cara yang halal dan diridhoi Tuhan YME.

Setelah membaca dan merenungi tulisan di atas, maka sudah sebaiknya kalau kita membuang jauh-jauh anggapan bahwa *“orang kaya lebih susah masuk surga”* tersebut. Dengan demikian maka kita bisa mengerti arti penting kekayaan sebagai bekal ibadah dan membahagiakan orang-orang yang ada di sekeliling kita yang kita cintai. Harapan selanjutnya adalah munculnya minat untuk memulai menjadi wirausahawan semenjak saat ini juga, khususnya semenjak masih duduk di bangku kuliah.

Harta Tidak Dibawa Mati

Seperti uraian di atas, nasihat yang juga banyak kita dengar dikala kita masih kecil adalah *“harta tidak dibawa mati”*. Nasihat ini sebenarnya mengandung makna yang sangat positif yaitu sebagai anak, kita sebaiknya jangan hanya berpikir bagaimana mencari harta semata, melainkan harus pandai mensyukuri atas segala nikmat yang telah Tuhan YME berikan kepada kita. Dengan demikian maka kita akan menjadi manusia yang selalu tenang dalam hidupnya. Namun demikian, nasihat itu pada akhirnya telah tumbuh dan berkembang dalam jiwa kita. Pada akhirnya kita benar-benar beranggapan bahwa *“harta tidak dibawa mati”*. Padahal dengan harta yang banyak, kita bisa beramal dengan lebih banyak lagi. Kalaupun hartanya tidak dibawa mati, namun amalnya yang akan dibawa mati. Oleh sebab itu, semakin banyak harta yang kita miliki, maka akan semakin banyak ibadah yang bisa diperbuat, dan amal yang dikumpulkan.

Makan Tidak Makan yang Penting Kumpul

Jangkar lainnya yang biasanya tertanam pada diri seseorang semenjak kita kecil adalah kata-kata yang sering dikeluarkan oleh orang tua yaitu *“makan gak makan yang penting kumpul”*. Kata-kata ini telah sangat melekat pada diri kita, sehingga menyebabkan sebagian besar generasi muda yang ada di Indonesia ini enggan untuk tinggal jauh dari lingkungan

orang tua. Hal ini akhirnya telah menyebabkan mereka selalu berada dekat dengan orang tua.

Kedekatan ini tentunya akan menjadi salah satu penyebab bagi seseorang untuk tidak bisa hidup mandiri jauh dari orang tua. Kehidupan yang mereka jalani pada akhirnya juga tidak bisa jauh dari kehidupan orang tua. Misalnya, bagi seseorang yang pekerjaan orang tuanya adalah petani, maka ia akan mewarisi pekerjaan orang tuanya sebagai petani. Seseorang yang lingkungan kerjanya sebagai Pegawai Negeri Sipil, maka anak maupun orang tuanya akan bangga kalau anaknya juga menjadi Pegawai Negeri Sipil. Orang tua yang setiap harinya bekerja sebagai pegawai di salah satu pabrik, kemungkinan besar anaknya juga akan bekerja di pabrik yang sama. Jika hal ini dibiarkan terus menerus, maka wajarlah jika yang akhirnya menjadi wirausahawan muda adalah para anak pengusaha. Anggapan yang menyatakan bahwa *“yang kaya akan semakin kaya”* dianggap benar.

Sebagai manusia yang hidup dalam kondisi yang sudah serba moderen dan canggih ini, hendaknya kita semua bisa memahami bahwa ungkapan *“makan gak makan yang penting kumpul”* tersebut hanya sebagai bentuk ungkapan kasih sayang yang diberikan orang tua kepada anaknya, agar si anak tidak terlalu khawatir memikirkan kehidupannya di masa mendatang. Dengan demikian maka kita sebagai anak tetap akan memiliki keyakinan yang kuat untuk mampu hidup jauh dari orang tua. Canggihnya alat komunikasi saat ini baik melalui telephon, handphone, blackberry dan berbagai alat komunikasi lainnya, dapat dimanfaatkan untuk mempererat tali silaturahmi walaupun jarak memisahkan kita dengan orang-orang yang kita cintai.

Tidak Selamanya Kekayaan Membawa Kebahagiaan

Memang benar, bahwa tidak selamanya kekayaan selalu membawa kebahagiaan. Kebahagiaan yang dirasakan oleh seseorang lahir bukan semata-mata karena harta dan kekayaan. Namun perlu kita sadari bersama bahwa dengan harta dan kekayaan kita bisa berbuat lebih banyak lagi. Misalnya, membeli segala sesuatu yang kita inginkan, menyekolahkan anak hingga perguruan tinggi, beribadah lebih banyak lagi dan lain sebagainya. Dengan demikian maka dapat dikatakan bahwa kekayaan merupakan salah satu cara untuk mencapai kebahagiaan.

Mari kita bayangkan apa yang akan terjadi manakala kita tidak memiliki kekayaan. Benar, bahwa dengan mensyukuri apa yang telah kita dapat selama ini, kita akan terbebas dari rasa dengki, serakah dan bahkan syirik. Kita akan menjadi orang yang hidupnya tenang, damai dan tenteram. Tapi apa yang terjadi jika dengan tidak memiliki kekayaan tersebut akhirnya hidup kita pas-pasan, bahkan anak tidak bisa sekolah, makan susah, pakaian

seadanya. Apakah hal tersebut bisa membuat kita bahagia walaupun kita pandai bersyukur? Kalau boleh jujur, tentunya jawabnya adalah TIDAK. Agar kita terbebas dari anggapan tersebut maka kita harus memiliki keyakinan bahwa dengan kekayaan kita akan jauh lebih bahagia, apalagi kalau kita bisa pandai bersyukur atas kekayaan yang kita dapatkan tersebut.

Orang Tua Lebih Bangga Anaknya Menjadi PNS

Sering kita dengar cerita diantara orang tua yang selalu membanggakan anaknya yang berhasil menjadi seorang Pegawai Negeri Sipil walaupun hanya dengan golongan II/a saat itu. Kemampuan memasukkan anaknya menjadi Pegawai Negeri Sipil membuat harga diri seseorang lebih tinggi dibandingkan anggota masyarakat lainnya. Selain itu dengan menjadi Pegawai Negeri Sipil mereka juga beranggapan bahwa masa depan anak-anaknya akan terjamin karena adanya pensiun di usia tua nanti.

Hal inilah yang menyebabkan banyak orang tuanya berhadap agar anaknya bisa menjadi Pegawai Negeri Sipil. Akhirnya banyak diantara mereka yang mampu melanjutkan sekolah ke jenjang perguruan tinggi, namun setelah lulus kuliah hanya sebatas menunggu pendaftaran Pegawai Negeri Sipil. Bahkan banyak kita jumpai diantara mereka mencoba hingga bertahun-tahun untuk bisa menjadi Pegawai Negeri Sipil. Mereka tidak sadar jika sebenarnya saat menunggu tersebut, mereka telah membuang banyak waktu. Seandainya saja begitu gagal menjadi Pegawai Negeri Sipil, seseorang langsung membuka usaha kecil-kecilan, mungkin selama 3 hingga 4 tahun sudah akan berkembang usahanya tersebut.

Pertanyaannya adalah apakah tanpa menjadi Pegawai Negeri Sipil, seseorang tidak akan memiliki dana pensiun? Jawabnya tentu TIDAK. Dengan menjadi wirausahawan, justru seseorang bisa menyiapkan dana pensiun untuk masa depannya jauh lebih banyak lagi. Dengan demikian maka kita tidak perlu khawatir dengan kondisi keuangan kita saat kita tua nantinya.

Selalu Menyuruh Anaknya Bekerja Setelah Lulus

Pada saat kita masih bersekolah dahulu, orang tua kita sering menasihati kita dengan mengatakan, *“Nak, sekolah yang bener, belajar yang rajin, jadilah anak pintar, biar nanti kalau sudah lulus sekolah, bisa langsung mendapatkan pekerjaan.”* Hal ini secara tidak langsung merupakan ungkapan orang tua yang menginginkan anaknya bisa segera bekerja setelah lulus sekolah. Tidak ada sedikitpun terpikirkan oleh mereka agar anaknya menjadi wirausahawan. Bagi sebagian orang tua, menjadi pekerja memang lebih mudah dibandingkan dengan menjadi seorang wirausahawan.

Ungkapan yang disampaikan oleh orang tua tersebut sering terdengar berulang-ulang. Oleh sebab itulah kita sebagai pelajar saat ini juga akhirnya

memiliki pola pikir yang sama yaitu ingin segera mencari pekerjaan setelah lulus sekolah. Hal ini memang tidak sepenuhnya salah. Namun melihat kondisi di lapangan saat ini, dengan banyaknya pengangguran terdidik, sebaiknya kita mulai berfikir untuk menjadi wirausahawan setelah lulus nanti atau bahkan semenjak kita masih berstatus sebagai pelajar.

VISIONER ITU BERARTI BERANI BERMIMPI

Setelah Anda semua mempelajari dengan baik tentang apa itu jangkar di atas, maka sudah menjadi kewajiban Anda semua untuk bagaimana bisa keluar dari jangkar-jangkar negatif tersebut. Dengan demikian maka Anda akan mampu menatap masa depan dengan penuh keyakinan karena Anda mempunyai visi atau impian yang nyata dan harus dapat Anda wujudkan demi kesuksesan hidup di masa yang akan datang. Sebagai calon wirausahawan yang sukses, tentunya Anda harus memiliki karakter visioner. Mengapa demikian? Karena untuk sukses menjadi seorang pengusaha tidak akan bisa datang begitu saja. Dibutuhkan keberanian menatap masa depan.

Arbain (2015) mengatakan bahwa mewujudkan suatu harapan, cita-cita dan kesuksesan tentunya membutuhkan keberanian untuk melukiskan impian. Keberanian bermimpi menjadikan impian itu sebagai pemicu semangat untuk dapat bekerja keras, bekerja cerdas dan bekerja ikhlas dalam meraih apa yang dicita-citakan, yaitu sebuah kesuksesan. Tentu untuk meraih kesuksesan tidaklah semudah membalikkan telapak tangan, melainkan perlu adanya niat dan pantang menyerah untuk mencapai kesuksesan itu. Manusia harus memiliki mimpi dalam hidupnya, karena melalui impian tersebut manusia mampu menggerakkan energi terpendam yang ada dalam dirinya. Impian bisa membuat manusia bangkit dari keterpurukannya. Bahkan impian yang kuat mampu membuat seseorang melakukan hal-hal yang sangat luar biasa yang kemungkinan tidak dapat dilakukan oleh manusia pada umumnya.

Francis Ford Coppola yang merupakan seorang aktor, sutradara, produser, dan penulis naskah film berkebangsaan Amerika Serikat berdarah Italia, yang pernah memenangkan lima Academy Award mengatakan bahwa, *"It's was the man's dream, and his inspiring attempt to make them come true that remain important"*. Kemajuan kehidupan saat ini merupakan hasil impian generasi pendahulu kita semua. Impian yang besar mempunyai kekuatan yang besar pula. Orang-orang yang berhasil mencatat nama dalam sejarah rata-rata mempunyai ciri khas yaitu mampu memperbaharui impian mereka.

Impian Adalah Sumber Motivasi

Dalam kehidupan sehari-hari sebenarnya perilaku seseorang dipengaruhi oleh pikiran sadar dan bawah sadarnya masing-masing, dimana impian akan mempengaruhi pikiran bawah sadar seseorang. Sebagai contoh, jika Anda bermimpi untuk memiliki rumah mewah, maka setiap saat Anda akan terobsesi dengan rumah mewah impian Anda tersebut. Anda akan sangat senang jika melihat rumah mewah dimana pun Anda lewat, bahkan Anda akan sangat senang melihat berbagai gambar, foto atau apapun yang anda jumpai di internet selama hal tersebut berhubungan dengan rumah mewah yang Anda impikan. Bahkan Anda akan sangat tertarik dengan semua pembicaraan maupun acara televisi yang berkaitan dengan rumah mewah. Dari sinilah sebenarnya awal impian tersebut menjadi motivasi buat Anda untuk bisa mewujudkan apa yang Anda inginkan.

Disisi lain impian dapat menjamin keberhasilan seseorang karena senantiasa menjadi sumber motivasi, sehingga seseorang itu akan terus berusaha sekuat tenaga untuk bisa mencapai apa yang menjadi tujuan hidupnya. Dorongan motivasi tersebutlah yang pada akhirnya akan menggerakkan tubuhnya untuk membuat, merencanakan dan mengatur semua strategi yang harus dilewatinya, misalnya bagaimana mencari informasi tentang impian, dengan siapa ia harus menjadin kerja sama untuk mewujudkan impian, langkah apa yang harus dilakukan agar impian tersebut menjadi kenyataan dan seribu cara lainnya yang akan dilakukan oleh seseorang untuk mewujudkan apa yang menjadi impiannya.

Melihat uraian di atas, maka sebagai calon pengusaha sukses hendaknya Anda semua tidak perlu takut untuk bermimpi. Ir Soekarno, selaku Presiden Pertama RI, pernah mengatakan: *"Gantungkan cita-citamu setinggi langit! Bermimpilah setinggi langit. Jika engkau jatuh, engkau akan jatuh di antara bintang-bintang"*. Apa maksudnya? Beliau seolah ingin mengatakan kepada kita semua sebagai generasi muda Bangsa Indonesia ini untuk tidak pernah takut bermimpi karena kalau pun kita gagal menggapai impian tersebut, sebenarnya kita tetap akan menjadi orang yang sukses dibandingkan orang lain yang tidak pernah berani untuk bermimpi sama sekali. Ini semua karena impian mampu membangkitkan ambisi dan rasa optimisme yang luar biasa, sehingga Anda semua akan mampu melewati semua rintangan dan kesulitan dengan mudah.

Impian Menjadikan yang Sulit Menjadi Mudah

Banyak diantara Anda semua sering menganggap sesuatu itu sulit untuk dilakukan, karena Anda beranggapan bahwa Anda tidak memiliki kemampuan untuk melakukannya. Namun sebenarnya permasalahannya bukan pada dimiliki atau tidaknya kemampuan tersebut, melainkan ada pada sebesarapa besar sesuatu tersebut Anda impikan. Selama sesuatu tersebut

menjadi impian kuat bagi Anda, maka tidak akan ada kesulitan bagi Anda untuk menggapainya. Adanya dorongan yang kuat akan membuat Anda merasa mudah menggapai impian tersebut. Namun sebaliknya, jika sesuatu tersebut bukanlah hal yang Anda impikan maka dorongan untuk mencapai sesuatu tersebut juga tidak akan muncul. Disinilah Anda akan merasa sangat sulit untuk mencapai karena banyaknya rintangan yang tidak mampu Anda lewati, sekali lagi bukan karena Anda tidak mampu melainkan karena Anda tidak mau untuk melewatinya.

Nicholas James "Nick" Vujicic adalah motivator dari Australia yang terlahir dengan Sindrom tetra-amelia dimana ia tumbuh dan berkembang menjadi manusia yang tidak memiliki kaki dan tangan. Ketika berumur 17 tahun, Vujicic mulai menjadi pembicara di dalam kelompok doa dan membuat sebuah organisasi nirlaba yang bernama "Life Without Limbs". Nick lulus dari Universitas Griffith pada umur 21 tahun dengan dua gelar sarjana, yaitu akuntansi dan perencanaan keuangan. Beberapa lama kemudian dia menjadi motivator, berkeliling dunia dan berfokus terhadap permasalahan remaja. Vujicic sudah mengunjungi tiga juta orang di lebih dari 44 negara dan lima benua, dia membawakan motivasi kepada kalangan bisnis, kongres, dan siswa di sekolah. Vujicic memperlihatkan hasil kerja kerasnya melalui acara televisi maupun dalam bentuk tulisan. Buku pertamanya, *Life Without Limits: Inspiration for a Ridiculously Good Life* (Random House, 2010) diterbitkan pada tahun 2010. Vujicic juga memasarkan DVD motivasi, *Life's Greater Purpose*, sebuah film dokumenter pendek yang dibuat pada tahun 2005.



Kini ia mampu menjalani hari-harinya dengan kekurangan yang ia miliki tanpa ada rasa putus asa dan penuh dengan senyuman kebahagiaan. Kondisi fisiknya yang tidak lengkap tidak menyurutkan semangatnya untuk terus mengejar impiannya. Bahkan ia mampu untuk menulis dengan menggunakan dua jari-jari kaki dan kaki kirinya dengan perangkat khusus yang meluncur ke jempol untuk pegangan. Ia bahkan mampu menciptakan banyak mahakarya berupa tulisan dan juga film pendek motivasinya.

Hal ini tentu bisa menjadi pelajaran dan cerminan bagi Anda semua, bila Nick yang memiliki kondisi tidak sempurna saja bisa melakukan banyak hal, apalagi kita semua yang sempurna, PASTI BISA! Semua itu tetu saja jika kita semua mempunyai sikap pantang menyerah untuk mewujudkan impian

melalui sebuah kerja keras yang luar biasa. Oleh sebab itu, janganlah takut untuk bermimpi yang besar. Karena semua itu tidak ada yang tidak mungkin jika Tuhan YME menghendakinya, asalkan kita semua mau berusaha untuk menggapainya.

Impian Adalah Sumber Energi Berprestasi

Selain impian mampu menjadikan yang sulit menjadi lebih mudah, sebenarnya impian juga merupakan sumber energi yang luar biasa bagi seseorang untuk berprestasi. Ini karena impian mampu menjadikan manusia penuh totalitas dalam bekerja. Disisi lain impian sendiri sebenarnya merupakan sumber energi dalam menghadapi tantangan yang tidak mudah. Anais Nin, seorang pengarang kelahiran Perancis keturunan Catalunya dan Denmark yang dikenal atas kumpulan buku hariannya yang dimulai sejak ia berusia 11 tahun dan berakhir tak lama sebelum kematiannya, mengatakan bahwa, *“Hidup ini mengerut atau berkembang sesuai dengan keteguhan hati seseorang”*. Menurutny terdapat 4 tips sederhana yang bisa menjadikan impian sebagai sumber energi kita semua yaitu percaya, loyalitas, tekun dan sikap mental positif.

Percaya, rasa percaya menjadikan seseorang pantang menyerah, meskipun orang lain mengkritik atau menghalangi langkahnya. Kepercayaan itu juga membentuk kesadaran bahwa manusia diciptakan di dunia sebagai pemenang. *Loyalitas*, atau fokus untuk merealisasikan impian. Kita perlu menentukan waktu, kapan impian yang akan kita ciptakan bisa terwujud menjadi kenyataan. Penentuan target waktu bisa menambah daya dorong, sehingga seolah-olah Anda memiliki tambahan energi yang sangat luar biasa dalam mewujudkan impian kita semua.

Tekun, rajin dan sabar dalam menjalankan proses untuk menggapai impian. Sebuah impan menjadikan seseorang bekerja lebih lama dan keras. Ketekunan akan membuahkan hasil, ibarat tetesan air di atas batu yang keras, karena konsisten mengalir setetes demi setetes sepanjang waktu akhirnya batu pun akan berlubang. *Sikap mental positif*, seseorang yang memiliki impian harus bisa memahami bahwa keberhasilan memerlukan pengorbanan, kerja keras, komitmen, waktu serta dukungan dari orang lain. Oleh sebab itu, mereka selalu bersemangat mengembangkan kemampuan tanpa henti dan mencapai kemajuan terus-menerus hingga tanpa batas. Kalau terjadi kegagalan, kita semua tidak boleh menyerah melainkan terus berusaha untuk tetap semangat, berpikiran positif dan bangkit kembali untuk menggapainya. Impian yang sudah menjadi nafas kehidupan merupakan daya dorong yang sangat luar biasa.

Berdasarkan uraian di atas maka dapat diambil kesimpulan bahwa sebagai calon wirausahawan yang sukses maka kita semua harus mampu

membangun impian yang kuat. Dengan impian yang kuat tersebut maka kita akan menjelma menjadi manusia visioner yang memiliki arah dan tujuan hidup yang jelas dalam menggapai impian tersebut. Hal ini tentunya akan menjadikan kita sebagai manusia yang fokus dan optimis dalam menatap masa depan yang lebih pasti. Jadi, sudahkah kita mendesain impian masa depan kita? Jika belum sekaranglah saatnya kita membuktikan bahwa kita adalah seseorang yang visioner.

MEMBANGUN IMPIAN

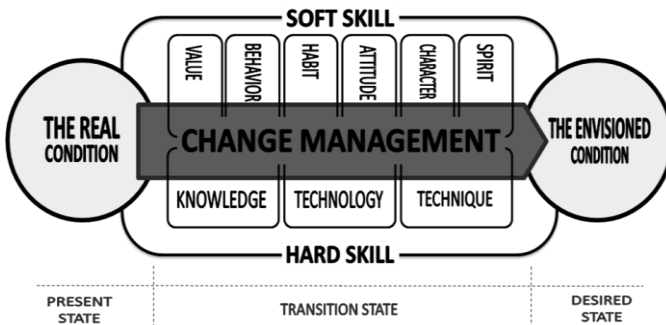
Di atas telah dijelaskan bahwa kurangnya minat seseorang menjadi wirausahawan, selain disebabkan karena banyaknya jangkar (*anchor*) yang ada pada benak seseorang, biasanya juga disebabkan karena tidak adanya impian yang jelas yang dimiliki oleh orang tersebut. Dengan demikian maka mereka tidak mengetahui dengan pasti kemana mereka akan melangkah. Akhirnya mereka hanya menjalani hari-hari tanpa arah yang jelas dan hanya mengikuti jejak sebagian besar orang yaitu mencari kerja setelah lulus sekolah.

Melihat penjelasan di atas, sebenarnya pilihan menjadi wirausahawan sejak dini yaitu semenjak masih duduk di bangku kuliah merupakan sebuah keharusan bagi seseorang saat ini. Dengan demikian maka orang tersebut akan mampu menciptakan lapangan kerja baik bagi diri sendiri maupun orang lain, sehingga mereka tidak perlu dibayang-bayangi apakah setelah lulus kuliah nanti mereka mampu mendapatkan kerja atau tidak. Bahkan dengan menjadi wirausahawan sejak dini, mereka akan mampu mengimplementasikan berbagai ilmu pengetahuan yang didapatkannya selama masa kuliah. Hal ini tentunya akan menjadi kelebihan tersendiri bagi seseorang khususnya para mahasiswa tersebut.

Sebagai contoh, pada kurikulum Program Studi Manajemen, selain terdapat mata kuliah Kewirausahaan, biasanya juga terdapat mata kuliah lainnya seperti Pengantar Bisnis, Pengantar Akuntansi, Pengantar Manajemen, Manajemen Pemasaran, Manajemen Operasional, Manajemen Keuangan, Manajemen Sumber Daya Manusia, Manajemen Usaha Kecil, Manajemen Strategi, Metodologi Penelitian, Studi Kelayakan Bisnis, Perilaku Konsumen, Budgeting dan lain sebagainya yang kesemuanya sangat mendukung bagi seseorang untuk menjadi wirausahawan.

Permasalahannya sekarang adalah ketidakmampuan seseorang khususnya para mahasiswa untuk mendesain impian hidup mereka beberapa waktu mendatang termasuk pada saat mereka lulus kuliah. Hal ini pada akhirnya telah menyebabkan para mahasiswa hanya mampu mendesain impian mereka setelah lulus, sebatas untuk mendapatkan gelar sarjana dan

ijazah semata. Oleh sebab itu, pada saat mahasiswa mulai memasuki bangku kuliah, hendaknya mereka sudah harus berani untuk mendesain impian mereka ± 4 (empat) tahun mendatang sehingga mereka dapat mengetahui dengan pasti apa yang harus mereka capai saat mereka lulus kuliah nanti. Mendesain impian memang tidaklah mudah. Dibutuhkan keberanian melakukan perubahan dan pemikiran yang matang agar impian yang dihasilkan benar-benar mampu menginspirasi seseorang itu sendiri sehingga mereka memiliki motivasi yang kuat untuk mencapai impian tersebut.



Gambar Metodologi Pencapaian Sukses

Melihat gambar di atas, maka sebenarnya setiap orang dapat melakukan perubahan nasibnya dari keadaan nyata saat ini menuju impian yang mereka miliki. Untuk bisa berubah, maka seseorang harus melalui masa transisi dengan melakukan perubahan itu sendiri. Secara rinci, metodologi pencapaian kesuksesan tersebut dapat dijelaskan di bawah ini.

Pertama, guna mendesain impian maka seseorang dapat memulainya dengan melakukan berbagai identifikasi siapa dirinya saat ini sesuai dengan kondisi kenyataan saat ini (*the real condition*). Dengan demikian maka seseorang akan mampu mengetahui keadaannya saat itu baik dilihat dari sudut pandang pendidikan, ekonomi, keluarga, bakat, lingkungan dan lain sebagainya. *Kedua*, setelah orang tersebut mengetahui siapa dirinya, maka mereka dapat menentukan keadaan yang diimpikan (*the envisioned condition*) setelah sekian tahun kemudian. Impian (biasa orang menyebutnya dengan *goal*, *visi* atau *target*) apa yang diinginkan oleh orang tersebut, misalnya menjadi seorang pengusaha dibidang *food and beverages* dengan minimal omzet Rp. 300.000.000 per bulan setelah 5 tahun menjalankan usahanya tersebut.

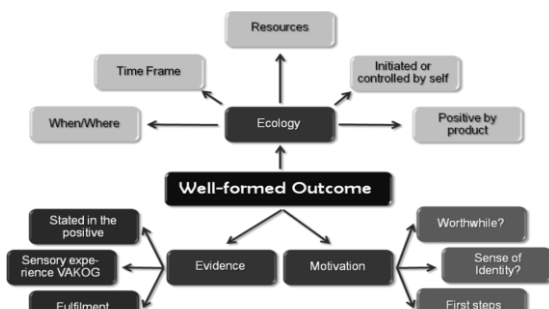
Ketiga, setelah seseorang mengetahui impiannya, maka orang tersebut dapat mulai melakukan inventarisasi ketrampilan yang harus dimiliki baik yang bersifat *softskill* maupun *hardskill*. Ketrampilan yang bersifat *softskill*

diantara nilai-nilai apa yang dibutuhkan untuk mencapai impian tersebut (*value*). Selain itu, perilaku (*behavior*), kebiasaan (*habit*), sikap (*attitude*), karakter (*character*) dan semangat (*spirit*) seperti apakah yang harus ada pada diri orang tersebut. Dengan mengetahui *softskill* apa yang seharusnya dimiliki oleh seseorang untuk mencapai impian tersebut, maka ia dapat mulai membenahi diri secara perlahan sehingga *softskill* yang dimilikinya dapat menunjang dirinya untuk menggapai impian tersebut. Namun demikian, ketrampilan dalam bentuk *softskill* saja tidaklah cukup. Oleh sebab itu maka langkah keempat untuk mencapai impian, seseorang harus juga memiliki *hardskill* yang terdiri dari ilmu pengetahuan (*knowledge*), teknologi (*technology*) serta manajemen teknik (*technique*) yang memadai. Dengan ketiga hal tersebut maka seseorang akan mengetahui dengan pasti ilmu, teknologi dan teknik apa yang seharusnya mereka gunakan.

Dengan mendesain metodologi pencapaian kesuksesan yang tepat, mulai dari inventarisasi keadaan sebenarnya sekarang, mendesain impian itu sendiri, menentukan *softskill* yang seharusnya dimiliki oleh orang tersebut baik berupa nilai-nilai, perilaku, kebiasaan, sikap, karakter maupun motivasi serta *hardskill* yang meliputi ilmu pengetahuan, teknologi serta teknik yang harus digunakan oleh seseorang dalam menggapai impian kesuksesan tersebut, maka sebenarnya seseorang telah memiliki “*blue print*” dalam mencapai impian tersebut, termasuk menjadi seorang wirausahawan yang sukses dimasa yang akan datang.

MENDESAIN IMPIAN YANG WELL-FORMED

Setelah seseorang mampu mendesain dengan baik metodologi pencapaian impiannya, maka orang tersebut sebenarnya tinggal memulai aksinya untuk segera menjalankan usaha yang telah dirumuskan tersebut tanpa harus berpikir banyak mengenai permasalahan yang akan dihadapi nantinya. Namun demikian, agar nantinya orang tersebut tetap memiliki motivasi yang kuat dalam mencapai impian yang telah ditentukan, maka perlu dipastikan terlebih dahulu bahwa impian yang telah didesain benar-benar mampu menginspirasi dirinya sendiri atau tidak. Caranya dengan melihat gambar di bawah ini. Gambar tersebut menunjukkan bahwa ada 13 (tiga belas) indikator agar sebuah impian dapat dikatakan *well-formed* serta mampu menginspirasi dan memotivasi diri seseorang dalam mencapai impiannya. Guna memahami lebih dalam mengenai ketiga belas indikator impian yang *well-formed* tersebut, marilah kita simak cerita di bawah ini.



Well-formed Outcome Model

Hasan, adalah seorang mahasiswa semester akhir di salah satu perguruan tinggi yang ada di Bogor. Ia merupakan mahasiswa dengan nilai pas-pasan dan memiliki hobi makan dan jajan. Di akhir masa studinya, Hasan hampir saja gagal menyelesaikan kuliahnya karena orang tuanya tidak memiliki biaya yang cukup. Apalagi orang tuanya juga harus membiayai ketiga adiknya yang masuk kuliah di semester 3 dan juga sekolah SLTA. Hasan akhirnya tergerak hatinya untuk membuka usaha dengan modal hanya Rp. 3.000.000,-. Ia melihat bahwa saat ini banyak orang berjualan burger di hampir setiap sudut Kota Bogor dan sebagian besar dari mereka cukup berhasil. Akhirnya Hasan pun berkreatifitas mencoba mendesain burgernya bukan dengan roti seperti kebanyakan burger yang ada, melainkan mendesainnya dengan menggunakan nasi. Setelah melakukan riset selama $\pm$ 3 bulan, akhirnya ia pun mulai mencoba membuka burger nasi di salah satu sudut Kota Bogor, dan hasilnya ternyata burgernasinya dapat diterima masyarakat. Kini Hasan telah memiliki 3 gerobak dan mampu hidup mandiri, bahkan juga mampu membantu orang tuanya untuk menekolahkan ketiga adiknya. Luar biasa...!!

Sesuai dengan cerita di atas, maka penulis mencoba menjelaskan satu per satu mengenai ketiga belas indikator agar sebuah impian dapat dikatakan *well-formed* sebagai berikut:

Evidence

Pastikan bahwa telah ada bukti orang yang sukses mencapai impian yang sama dengan yang kita desain. Dengan demikian maka kita akan menjadi lebih yakin bahwa apa yang kita inginkan tersebut merupakan hal yang bisa diraih, bukan khayalan semata. Dalam cerita di atas, Hasan melihat banyak orang sukses berjualan burger dengan menggunakan gerobak di banyak sudut Kota Bogor. Hal ini menjadi bukti bahwa berjualan burger memang salah satu usaha yang sangat menjanjikan. Namun demikian, agar produknya berbeda dengan kebanyakan burger yang ada, Hasan mencoba berkreasi dengan menciptakan burger nasi.

State in Positif

Sebuah impian harus merupakan pernyataan yang bersifat positif sehingga akan mendapatkan dukungan orang lain yang mengetahui impian tersebut. Impian yang positif akan menghasilkan sesuatu yang positif. Sebaliknya,

impian yang negatif juga akan menghasilkan sesuatu yang negatif. Hasan di akhir masa studinya memiliki outcome *“menjadi wirausahawan burger nasi yang sukses untuk membantu kedua orang tuanya”*. Hal ini tentunya sangatlah positif untuk dijalankan.

Sensory by VAKOG

Hendaknya impian tersebut dapat dirasakan dengan menggunakan lima panca indera yaitu penglihatan (*visual*), pendengaran (*auditory*), peraba/rasa (*kinesthetic*), penciuman (*olfactory*) dan pengecap (*gustatory*). Dengan demikian maka impian tersebut dapat dibayangkan, dapat dengarkan, dapat dirasakan, bahkan jika perlu bisa dicium bau dan dicicipi rasanya (jika memungkinkan). Hal ini akan membuat seseorang semakin yakin akan impian yang dibuat tersebut. Hasan tentunya sangat bisa membayangkan dan merasakan kesuksesan impian yang dibuatnya tersebut, maka ia memiliki kekuatan untuk menjalankan usaha burger nasinya.

Fullfilment

Sebagai kelanjutan indikator di atas, hendaknya impian tersebut dapat dibayangkan dan dirasakan bahwa apabila tercapai maka tingkat kebahagiaannya sangat luar biasa. Orang tersebut mungkin akan merasa, *“Waahhh.... Woooww.... Keren banget.... Luar biasa... Yesss...!!”* Dengan demikian maka seseorang akan memiliki kekuatan yang luar biasa untuk mencapai impian tersebut.

Motivation

Hendaknya seseorang memiliki motivasi yang kuat untuk mencapai impian tersebut. Motivasi tersebut bisa berasal dari dalam diri sendiri maupun dari luar diri. Namun akan lebih baik jika motivasi tersebut datang dari dalam diri sendiri. Dengan demikian maka motivasi yang dimiliki orang tersebut akan lebih stabil walaupun banyak rintangan yang dihadapi nantinya. Hasan menjadikan keterbatasan orang tuanya dalam membiayai kuliahnya serta adanya keinginan untuk membantu orang tua menyekolahkan adik-adiknya, sebagai sebuah motivasi yang luar biasa untuk mewujudkan impiannya menjadi seorang pengusaha.

Worthwhile

Impian yang didesain hendaknya dirasa sangat berharga untuk bisa dicapai. Bahkan menjadi sebuah keharusan untuk bisa dicapai. Jika tidak, maka akan berakibat fatal bagi hidup orang tersebut. Dengan begitu maka seseorang berkeyakinan bahwa impian tersebut harus tercapai. Tidak ada alasan untuk tidak mencapainya. Apa yang terjadi jika impian Hasan untuk menjadi

seorang wirausahawan tidak tercapai? Mungkin dia berpikir bahwa kuliahnya akan gagal dan adik-adiknya terancam tidak bisa bersekolah dan melanjutkan ke perguruan tinggi, makanya Hasan bersikukuh untuk mencapai impian tersebut.

Sense of Identity

Pastikan bahwa impian yang didesain sesuai dengan identitas diri orang tersebut. Artinya, akan lebih baik jika impian tersebut, mampu mencirikan identitas si pembuat impian. Sebagai seorang mahasiswa yang hobi makan dan jajan, memiliki usaha burger nasi tentunya menjadi sesuatu yang mampu mencerminkan diri seorang bernama Hasan. Dengan demikian maka seseorang akan lebih nyaman dalam menjalankan apapun untuk mencapai impian yang telah ditentukan.

Ecology

Selanjutnya pastikan bahwa mahasiswa memiliki dukungan yang kuat dari lingkungan mereka untuk menggapai impian tersebut. Dengan adanya dukungan yang kuat, maka seseorang akan semakin termotivasi untuk melaksanakan berbagai aktivitas guna mencapai impian yang telah dibuatnya. Dalam cerita di atas, Hasan mampu mendapatkan dukungan yang kuat dari orang tua dan adik-adiknya untuk mulai menjalankan usahanya, sehingga ia sangat bersemangat untuk menjalankan usahanya tersebut hingga akhirnya bisa sukses seperti saat ini.

Resources

Pastikan juga bahwa ada sumber daya yang mendukung usaha pencapaian impian tersebut. Sumber daya yang dimaksud meliputi sumber daya keuangan, sumber daya manusia, sumber daya fisik dan sumber daya informasi. Dengan adanya keempat sumber daya yang mendukung tersebut, maka pencapaian impian akan menjadi lebih mudah.

Initiated or Control by Self

Desain impian yang baik adalah yang berasal dan dapat dikontrol oleh diri sendiri bukan orang lain. Dengan demikian maka seseorang akan lebih mudah menjaga agar apa yang dilakukan mampu mengarah ke pencapaian impian tersebut. Dengan dikontrol oleh diri sendiri, maka semuanya akan menjadi lebih kuat dan mudah untuk dijalankan.

Positif by Product

Maksudnya adalah apakah setelah impian tersebut tercapai, seseorang bisa menjadi lebih positif atau tidak. Impian positif mampu memberikan dampak

positif bagi seseorang setelah meraihnya. Sebaliknya, impian yang negatif justru akan membuat seseorang menjadi lebih negatif nantinya.

Timeframe

Sebaiknya impian harus memiliki jangka waktu yang jelas kapan harus bisa tercapai. Dengan demikian maka seseorang akan memiliki kekuatan yang luar biasa dalam mencapai impian tersebut. Adanya batasan waktu pencapaian, akan membuat seseorang menjadi lebih jelas kapan ia harus mencapai impian tersebut, sehingga semuanya menjadi lebih jelas.

First Step

Pastikan bahwa seseorang mengetahui dengan baik apa langkah pertama yang harus dilakukan untuk mencapai impian tersebut. Dengan mengetahui langkah pertama maka seseorang akan lebih mudah untuk mulai melangkah. Selanjutnya orang tersebut juga akan dengan mudah mengetahui langkah-langkah selanjutnya.

Jika sebuah impian telah memenuhi ketiga belas indikator di atas maka impian tersebut dapat dikatakan *well-formed* dan sangat layak untuk dijalankan. Hal ini tentunya akan membuat impian tersebut lebih mudah dicapai oleh setiap orang. Sebaiknya, sebelum seseorang mulai melangkah menggapai impian tersebut, ia harus bisa memastikan bahwa impian yang dibuatnya telah memenuhi syarat untuk dikatakan sebagai impian yang *well-formed*.

PENUTUP

Mengingat pentingnya sebuah impian, maka sudah seharusnya jika kita semua ingin sukses, maka kita harus berani untuk bermimpi. Mengapa demikian? Karena mimpi itulah yang akan menjadi arah sekaligus akan membawa kita kemana kita akan pergi melangkah. Tanpa adanya impian yang jelas maka niscaya hidup kita tidak akan jelas arahnya sehingga hanya akan terombang-ambing oleh arus kehidupan yang tidak tentu arah dan tujuannya. Orang-orang yang sukses adalah orang-orang yang berani menyusun mimpinya dengan sangat indah sehingga ia akan termotivasi untuk menggapai impian tersebut.

Memang dibutuhkan keberanian untuk mendesain mimpi masa depan. Hal ini karena sebenarnya mimpi memang bersifat khayalan belaka. Namun bagi orang-orang yang berani menatap masa depan dengan sukses, mimpi adalah kenyataan yang tertunda. Artinya mimpi tersebut tentu suatu ketika nanti akan menjadi sebuah kenyataan. Jadi marilah kita desain mimpi kita

agar jalan hidup kita menjadi jelas, termasuk bermimpi untuk sukses menjadi seorang wirausahawan.

LITERASI

Arbain, Muhammad. 2015. Sang Juara Muda. Rahasia Meraih Sukses di Usia Muda. Cetakan Pertama. Pustaka Ilmu. Yogyakarta.

Subagyo, Ahmad., Eko Wahyu Widayat., Syahrudin. 2018. Kewirausahaan. Untuk Bisnis *Start-Up*. Cetakan Pertama. Mitra Wacana Media. Jakarta.

Widayat, Eko Wahyu. 2012. Kewirausahaan. Panduan Praktis Membangun Bisnis. Cetakan Pertama. USU Press. Medan.

Internet

https://id.wikipedia.org/wiki/Nick_Vujicic. Diunduh tanggal 5 Oktober 2018.

[05]

REVOLUSIONER, Berani Melakukan Perubahan

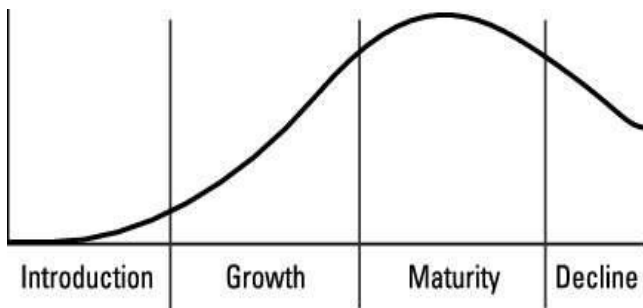
Menjadi seorang wirausahawan memang tidaklah mudah. Apalagi jika hal tersebut bukan merupakan keinginan pribadi orang itu sendiri, tentunya akan jauh lebih sulit lagi. Sulitnya menjadi seorang wirausahawan terkadang tidak semata-mata dikarenakan faktor pribadi yang bersangkutan. Faktor eksternal terkadang juga menjadi salah satu faktor yang menghambat seseorang untuk menjadi wirausahawan.

Seorang karyawan yang telah mempunyai penghasilan tetap walaupun bersifat pas-pasan biasanya telah memiliki pola kehidupan tertentu. Saat mereka harus berpindah haluan menjadi seorang wirausahawan, tentunya dibutuhkan keberanian yang luar biasa. Hal inilah yang pada akhirnya menimbulkan banyak pertentangan bagi orang-orang yang ada di sekeliling calon wirausahawan tersebut yang kurang setuju dengan adanya perubahan. Sebagian besar mereka merasa sudah nyaman dengan kondisi kehidupan yang sudah dijalannya selama bertahun-tahun. Maka dari itu, muncullah banyak penolakan atas perubahan yang telah direncanakan tersebut. Sebagai seorang calon wirausahawan tentunya banyak penolakan yang muncul apalagi jika kita telah memiliki penghasilan tetap sebelumnya walaupun masih berstatus sebagai seorang karyawan. Sebagai upaya melancarkan jalan untuk menjadi wirausahawan, tentunya kita harus bisa menghadapi penolakan atas perubahan tersebut dengan bijaksana.

Ini menjadi sangat penting karena pada dasarnya setiap orang tentu berhadap usaha yang dirintisnya nantinya akan menjadi bisnis yang besar. Sementara sebenarnya bisnis itu seperti kehidupan, ia mengikuti tahapan-tahapan yang alamiah dan pasti. Ada saat dimana bisnis tersebut masuk fase kelahiran atau pengenalan (*introduction*), dilanjutkan fase pertumbuhan (*growth*), kemudian masuk fase kematangan (*maturity*), dan bahkan jika tidak dikelola dengan baik pada akhirnya akan masuk fase penurunan bahkan kematian (*declain*). Artinya bisnis tersebut sebenarnya sama juga seperti halnya kehidupan. Namun demikian walaupun tahapannya sama, tetapi jangka waktu dari kelahiran sampai kematian tersebut berbeda-beda untuk setiap bisnis yang dijalankan. Demikian juga halnya dengan pencapaian titik puncak setiap bisnis, ada bisnis yang mencapai titik puncak yang tinggi dalam waktu yang singkat, namun ada pula bisnis yang mencapai titik puncak dalam waktu yang lama. Ini semua tentunya sangat tergantung

dengan bagaimana kemampuan seseorang dalam menjalankan roda usaha atau bisnisnya tersebut.

Tahapan kelahiran sampai kematian sebenarnya tidak hanya ada di bidang bisnis saja, tetapi juga di bidang mata pencaharian lainnya. Sebagai contoh seorang Pegawai Negeri Sipil, ada masa dimana mereka mulai bekerja dan ada pula masa dimana mereka harus pensiun. Karyawan pun demikian juga, ada yang diterima bekerja, dipecat, promosi, dan ada juga yang dimutasi atau bahkan didemosi. Semua akan mengalami masa atau fase yang berbeda-beda antara satu pekerjaan atau usaha dengan pekerjaan atau usaha yang lain.



Siklus Hidup Bisnis

Sebagai seorang pengusaha, tentunya dalam menjalankan usaha atau bisnisnya juga ada yang mengalami masa-masa sulit untuk dapat mengembangkan usahanya. Bahkan tidak jarang sebuah bisnis tidak akan melewati keempat tahapan tersebut dengan sempurna. Memang ada bisnis yang tahapannya sempurna mulai dari pengenalan, pertumbuhan, kematangan kemudian karena tidak dikelola dengan baik maka mengalami penurunan dan akhirnya kematian. Namun ada juga bisnis yang baru diperkenalkan artinya baru dibuka, setelah sekian lama tetap saja tidak dapat berkembang dengan baik dan belum mencapai tahapan kematangan akhirnya bisnis tersebut sudah mengalami kebangkrutan. Walau banyak juga bisnis yang dibuka kemudian dapat berkembang dengan baik dan selanjutnya dalam waktu yang cepat bisa memasuki tahapan kematangan dan bahkan setelah berpuluh-puluh tahun bisnis tersebut terus tumbuh dan berkembang seolah-olah tidak akan pernah mengalami kemunduran apalagi kebangkrutan.

Beberapa ahli berpendapat bahwa salah satu kata kunci untuk mempertahankan masa pertumbuhan dan kematangan suatu bisnis tersebut diperlukan sebuah sikap mental untuk berani melakukan perubahan. Mengapa? Karena dengan adanya keberanian untuk selalu melakukan perubahan maka disitulah kreativitas dan inovasi akan terus berkembang

yang pada akhirnya bisnis tersebut akan mampu bertahan dengan baik. Hal ini tentunya sejalan dengan pendapat beberapa ahli bahwa bisnis itu seperti apa yang dijabarkan dalam hukum relativitas, yakni tidak ada yang abadi di dunia yang fana ini kecuali perubahan itu sendiri. Dengan kata lain, bagi kita semua para pengusaha maupun pebisnis, jika usaha atau bisnis kita ingin bertahan dengan baik maka kita harus mampu mencermati dan mensiasati keadaan yang ada guna mengambil sikap untuk melakukan perubahan sehingga usaha atau bisnis kita akan terus bertahan dengan baik.

Berikut ini adalah contoh 10 raksasa bisnis yang dahulu pernah berjaya tapi sekarang bangkrut dan tinggal nama.

Yahoo

Yang paling terbaru adalah kasus Yahoo. Yahoo yang sudah tidak mampu untuk mengembangkan bisnisnya sendiri dan sekarang akhirnya diakuisisi oleh perusahaan Verizon kurang dari 5 miliar dollar. Dahulu Yahoo dikenal sebagai raksasa internet terbesar dan paling lama dengan menyediakan berbagai fitur dari email, mesin pencari dan lainnya bahkan nilai jualnya mencapai 125 miliar dollar. Menurunnya bisnis Yahoo sekarang ini disebabkan oleh banyak hal, selain dari persaingan dari kompetitor, kegagalan Yahoo dalam menjalankan bisnis adalah kunci utamanya. Sebelum Google dan Facebook berkuasa dan menghancurkan sebagian besar bisnis Yahoo, sebenarnya Yahoo memiliki kesempatan untuk membeli Google dan Facebook tapi disia-siakan oleh Yahoo sendiri yang terlalu percaya diri dengan kemampuannya saat itu.

BlackBerry

Perusahaan BlackBerry sempat berjaya di tahun 2008-2010 dengan menggusur perusahaan besar seperti Nokia yang merajai industri ponsel sebelum 2008. Pada saat itu, peminat ponsel BlackBerry sangat tinggi terutama dengan fitur aplikasi BlackBerry Messenger dan keypad qwerty dan penggunaan data yang rahasia sehingga BlackBerry juga diminati oleh enterprise bahkan pemerintah. Kejayaan BlackBerry dengan cepat runtuh karena berbagai faktor diantaranya BlackBerry salah langkah dengan masuk pasar tablet, terlambatnya inovasi sehingga kemunculan Android dan Iphone yang semakin luas digunakan akhirnya membunuh BlackBerry. Sekarang BlackBerry hanya hidup dari aplikasi BlackBerry Messenger yang sudah bisa digunakan di berbagai jenis OS seperti Android dan Iphone.

Nokia

Perusahaan Nokia menjadi salah satu raksasa bisnis yang hancur setelah gagal mempertahankan kesuksesannya. Di era sebelum tahun 2008, produk

Nokia menjadi salah satu primadona dan banyak yang dicari dengan OS Symbian yang digunakan. Sayangnya Nokia yang merasa paling kuat di industri telepon genggam lupa bahwa teknologi berubah cepat, kompetitor muncul dengan menawarkan berbagai produk yang lebih canggih seperti Apple yang mengeluarkan Iphone tahun 2007 dan munculnya BlackBerry merajai industri handphome.

Friendster

Friendster merupakan sosial media paling favorit di tahun 2000-an sampai 2008. Pengguna sosial media ini mencapai 20 juta pengguna dan terbanyak di Asia. Tapi sayangnya, kejayaan Friendster tidak bertahan lama. Setelah muncul Facebook di tahun 2004 dan mulai berkembang pesat di seluruh dunia, Friendster perlahan ditinggalkan dan akhirnya diakuisisi oleh perusahaan asal Malaysia. Sayangnya akuisisi ini juga tidak berhasil dan akhirnya Friendster secara total berhenti beroperasi.

Siemens Mobile

Di era tahun 2000-2004, Siemens Mobile dikenal sebagai perusahaan yang memproduksi handphome dengan kualitas yang bagus dan tahan lama. Tapi sayangnya produk-produk dari Siemens akhirnya kalah bersaing dengan Nokia yang menjadi penguasa baru saat itu. Siemens Mobile pun akhirnya dilepas oleh Siemens yang menjadi induk usaha dan diakuisisi oleh BenQ dan akhirnya tetap gagal berkembang.

Sony Ericsson

Sony dan Ericsson tahun 2001 lalu bergabung dalam bisnis handphome membentuk Sonny Ericsson dan sukses menjadi pesaing dari Nokia. Namun, kesuksesan bisnis mereka tidak bertahan lama dan di 2011 lalu karena sudah tidak sanggup dalam berkompetisi, Sony Ericsson akhirnya pecah dan menjual kepemilikan saham ke Sony secara keseluruhan.

Sharp

Pada masa jayanya, Sharp dikenal sebagai simbol perusahaan elektronik tersukses dari Jepang. Namun, persaingan produk dari berbagai negara membuat penjualan produk Sharp turun dan mengalami kerugian. Untuk bisa bertahan, akhirnya Sharp diakuisisi oleh Foxconn dengan nominal mencapai 83 Triliun.

MySpace

Selain Friendster yang berjaya sebagai sosial media, di tahun 2006 ada sosial media lainnya yang sukses yaitu MySpace. Banyak orang yang menggunakan sosial media MySpace tapi perlahan sosial media ini akhirnya ditinggal oleh

penggunanya dan kehilangan pamor karena munculnya Facebook yang menjadi kompetitor dan memberikan kesenangan baru dalam sosial media.

MiRC

Dulu sebelum muncul smartphone, MiRC bisa dibilang sebagai pelopor chatting online. Banyak kejahilan yang sering dilakukan oleh para pengguna MiRC karena sifatnya yang bebas untuk mengajak chatting semua orang. Sayangnya, kesuksesan MiRC tidak bertahan meskipun sudah dibuat sejak tahun 1995. Perkembangan teknologi yang memudahkan orang untuk berkomunikasi secara online membuat MiRC ditinggalkan dan sekarang tidak terlalu digemari.

Kodak

Bangkrutnya perusahaan Kodak menjadi bukti lain bahwa sebuah raksasa bisnis ternyata bisa runtuh dan bangkrut. Kodak sendiri dikenal sebagai perusahaan raksasa yang memproduksi produk kebutuhan foto (film dan kamera). Kenyamanan sebagai penguasa bisnis, ternyata membuat Kodak lupa diri dan terlambat untuk melakukan inovasi. Perkembangan teknologi digital foto yang semakin canggih dan menghasilkan gambar yang semakin bagus, membuat orang lebih memilih menggunakan produk kamera digital. Akibatnya produk Kodak tidak laku dan Kodak akhirnya bangkrut pada tahun 2012 setelah didirikan sejak tahun 1888-an.

Di atas adalah sepuluh contoh bisnis yang dahulu sempat mengalami puncak kematangan namun karena tidak cepat melakukan perubahan atas fenomena yang terjadi dalam dunia bisnis maka bisnis tersebut kini mengalami kebangkrutan dan tinggal nama. Oleh sebab itu melakukan perubahan di tengah persaingan bisnis yang sangat ketat menjadi sangat penting untuk dilakukan oleh seorang wirausahawan. Dengan melakukan perubahan maka seorang wirausahawan akan mampu merubah arah dan strategi usahanya sehingga diharapkan usahanya tersebut mampu bertahan menghadapi persaingan yang ada yang pada akhirnya akan keluar sebagai pemenang dan usahanya akan terus bertahan.

Mencermati perubahan, dapat dilakukan dengan melihat kondisi sekeliling, memperhatikan para pesaing, membaca surat kabar, menonton televisi, bahkan kini dapat juga menggunakan fasilitas internet untuk mendapatkan informasi-informasi yang dibutuhkan. Hal ini harus sering dilakukan, guna mengadakan kajian sebelum mengambil keputusan. Serta yang perlu diingat oleh para wirausahawan adalah jangan pernah mengabaikan intuisi, hasil diskusi dengan teman, mitra bisnis, dan pendapat para ahli.

Hasil diskusi, pengamatan dan analisis perlu digabungkan dengan intuisi, dan prakiraan menurut perasaan Anda semua. Sebab bagi wirausahawan yang telah bertahun-tahun bergerak dalam satu bidang bisnis tertentu, biasanya memiliki intuisi yang telah terlatih, dan hal ini merupakan modal yang sangat kuat bagi wirausahawan senior yang biasanya tidak dimiliki oleh para wirausahawan pemula. Selanjutnya ambilah keputusan, setelah itu jangan lupa untuk melaksanakannya.

Melihat penjelasan di atas maka seorang wirausahawan tentunya harus memiliki keberanian untuk melakukan perubahan dan bahkan perubahan itu bisa bersifat sangat drastis atau sering kita kenal dengan istilah revolusioner. Sekali lagi, ini menjadi menjadi sangat penting karena dalam dunia usaha maupun bisnis seringkali dihadapkan pada berbagai situasi dan kondisi yang tidak dapat diprediksi sebelumnya, sehingga dibutuhkan keluwesan dari seorang wirausahaan untuk setiap saat siap melakukan perubahan tersebut.

MEMULAI SEBUAH PERUBAHAN

Banyak orang menganggap perubahan sebagai sesuatu yang sangat menakutkan. Hal ini khususnya banyak dihadapi para mereka yang sudah merasa hidup dalam zona nyaman. Bagi mereka, memang perubahan merupakan pekerjaan yang sebisa mungkin akan mereka hindari, apalagi jika perubahan tersebut mengharuskan mereka untuk keluar dari zona nyaman yang sudah bertahun-tahun mereka jalani selama ini. Walaupun sebenarnya mereka sangat paham bahwa zona nyaman yang mereka jalani saat ini tidak akan membawa kedamaian dan kebahagiaan hidup kelak di kemudian hari. Namun sekali lagi, karena adanya rasa takut yang sangat luar biasa maka mereka tetap memilih untuk berada di zona nyaman sambil terus berdoa dan berharap tidak akan terjadi apapun dengan mereka nantinya.

Hal ini tentunya berbeda dengan mereka yang memiliki keberanian untuk melompat jauh ke depan menghadapi berbagai tantangan yang telah mereka gambarkan sebelumnya. Bagi mereka, perubahan adalah sesuatu yang tidak bisa dihindarkan dan harus mereka hadapi dengan penuh rasa optimis bahwa mereka akan berhasil menghadapi dan melewati perubahan tersebut dengan baik hingga nantinya mereka terhindar dari permasalahan zona nyaman tersebut dan akan meraih kesuksesan.

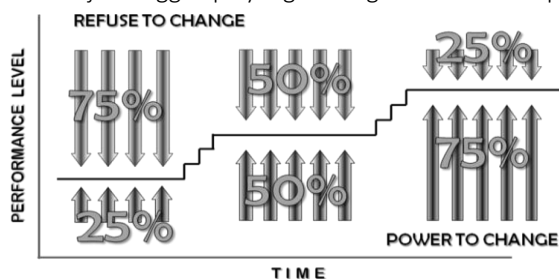
Mengingat perubahan merupakan sesuatu yang sangat menakutkan maka sebagai seorang wirausahawan yang handal, Anda semua harus mampu mendesain proses perubahan tersebut dan memulai melakukan perubahan sekarang juga. Oleh sebab itu, perlu adanya suatu manajemen perubahan agar proses dan dampak perubahan yang Anda lakukan tersebut bermuara pada titik positif. Menurut Kurt Lewin, dalam bukunya *Field Theory*

of Social Science (1951), ada 3 pendekatan yang bisa dilakukan kepada mereka yang antipati terhadap perubahan itu sendiri.

Pertama, usik zona nyaman yang membuat mereka terlalu asyik di dalamnya dan tidak mau diganggu. Ini sangat penting untuk dilakukan, karena jika tidak diusik, maka mereka akan terus menerus merasakan kenyamanan yang luar biasa tanpa menyadari bahwa kenyamanan tersebut sebenarnya akan membawa masalah nantinya. Mereka perlu disadarkan bahwa memilih zona nyaman bukanlah merupakan pilihan yang baik buat mereka saat ini. Akan ada permasalahan besar yang nanti harus mereka hadapi dengan terus berada di zona nyaman tersebut. Dengan demikian maka zona yang sudah tidak lagi nyaman lagi buat mereka tersebut akan membuat mereka lebih mudah menerima perubahan yang ditawarkan, demi menghadapi permasalahan yang ada di masa yang akan datang.

Kedua, lakukan perubahan secara bertahap namun pasti. Perubahan memang dapat dilakukan dengan dua cara yaitu secara perlahan-lahan namun pasti maupun secara revolusioner. Jika kita tidak berani melakukan perubahan secara revolusioner, maka hal tersebut tidaklah menjadi masalah karena kita masih bisa melakukan perubahan secara bertahap namun pasti. Apapun caranya, melakukan perubahan tersebut akan jauh lebih baik dibandingkan kita tidak berani melakukan perubahan sama sekali. Memang selama proses perubahan tersebut tentu akan ada kelompok yang menentang dan mendukung kita melakukan perubahan. Namun yakinlah bahwa seiring waktu berjalan, kelompok yang menentang perubahan tersebut jumlahnya akan berkurang jika mereka melihat hasil nyata dari perubahan yang Anda lakukan.

Ketiga, jika hasil yang diinginkan mulai tercapai, stabilkan kondisi tersebut dengan aturan-aturan baru, sistem kompensasi baru dan cara pengelolaan organisasi yang baru pula. Jangan dipaksakan untuk terus melakukan perubahan karena hasilnya bisa jadi justru akan membuat perubahan yang sudah mulai berhasil tersebut kembali berantakan. Berhentilah melakukan perubahan untuk sementara waktu dan tatalah hasil perubahan tersebut sehingga bisa dilihat dan dirasakan oleh banyak orang atau kelompok khususnya yang dahulu menentang kita untuk melakukan perubahan. Sekali lagi hal ini akan membuat jumlah yang menentang akan semakin berkurang bahkan berbalik mendukung perubahan itu. Jika hasil perubahan tersebut sudah dapat dirasakan secara perlahan, kembali lakukan perubahan lebih lanjut hingga apa yang kita inginkan bisa tercapai.



Grafik Proses Perubahan

Memang, untuk membuat orang mau menerima perubahan tidak semudah membalikkan telapak tangan. Diperlukan *communication skill* yang baik untuk menyampaikan bahwa perubahan yang dijalankan demi kebaikan bersama. Gambar di bawah ini menunjukkan bahwa sebelum melakukan perubahan atas rencana seseorang menjadi wirausahawan, tentunya harus dilakukan identifikasi atas berbagai kekuatan yang ada. Apakah jumlah kekuatan yang menolak perubahan lebih besar dibandingkan kekuatan yang membantu perubahan atau justru sebaliknya. Biasanya, kekuatan yang menolak perubahan akan jauh lebih besar dibandingkan dengan kekuatan yang mendorong perubahan (75% menolak, 25% mendorong). Pada kondisi ini tentunya akan sangat sulit bagi seseorang untuk melangkah menjadi seorang wirausahawan.

Jika hal ini terjadi maka sebaiknya kita mulai melakukan pendekatan secara pelan-pelan terhadap orang-orang yang menolak perubahan. Dengan beberapa teknik yang digunakan, seorang wirausahawan harus mampu menyeimbangkan antara kekuatan yang menolak dan mendorong perubahan hingga posisinya sama kuat (50% menolak dan 50% mendorong). Pada posisi ini kita sebenarnya sudah mulai melakukan perubahan untuk menjadi wirausahawan, walaupun rintangan masih akan mereka hadapi.

Pendekatan yang dilakukan secara terus menerus kemungkinan akan membuahkan hasil. Jumlah orang yang melakukan penolakan atas upaya untuk menjadi seorang wirausahawan lambat laun akan mengecil, dan sebaliknya jumlah orang yang mendorong perubahan akan semakin besar (25% menolak dan 75% mendorong). Pada posisi ini seseorang bisa melakukan perubahan secara drastis untuk menjalankan usahanya. Kalaupun masih muncul penolakan, jumlahnya tidak akan signifikan dan tidak akan berdampak besar pada proses perubahan itu sendiri. Dengan demikian maka kita akan lebih mudah untuk melakukan perubahan, termasuk menjadi wirausahawan yang sukses.

FAKTOR PENGHAMBAT PERUBAHAN

Melihat penjelasan di atas, sebenarnya munculnya penolakan atas perubahan yang akan dilakukan oleh seseorang sebenarnya lebih disebabkan karena karakteristik dasar yang biasanya dimiliki oleh manusia itu sendiri. Beberapa alasan yang biasanya menjadi faktor penghambat seseorang untuk melakukan perubahan, antara lain:

1. Kebiasaan (*habit*)
2. Ketidakpastian (*uncertainty*)
3. Kenyamanan (*comfort*)
4. Ketakutan atas ketidaktahuan (*fright*)
5. Kesalahan penafsiran informasi (*error*)
6. Tidak tersedianya sumber daya (*no resources*)

Kebiasaan

Tidak semua orang berani melakukan berbagai manuver dalam menjalani hidupnya. Mereka cenderung memiliki kebiasaan untuk selalu mempertahankan apa yang saat ini sudah mereka miliki. Dengan demikian maka mereka akan selalu merasa bersyukur atas apa yang sudah mereka miliki. Rasa bersyukur inilah yang pada akhirnya membuat mereka tidak tertantang untuk melakukan sebuah perubahan dan hanya menjalani kehidupan seperti kebiasaan yang telah mereka jalani selama ini.

Ketidakpastian

Memang perlu diakui bahwa tidak ada jaminan bahwa setiap perubahan yang dilakukan oleh seseorang akan selalu membawa kesuksesan. Namun penulis yakin bahwa tidak akan ada kesuksesan tanpa diawali dengan perubahan. Tidak adanya jaminan kepastian akan keberhasilan atas perubahan tersebut, telah membuat orang cenderung untuk selalu bertahan pada kondisi yang ada sekarang ini. Berbagai macam cara akan mereka lakukan demi mempertahankan kondisi yang sudah mereka jalani bertahun-tahun walaupun mereka tahu bahwa kondisi tersebut sebenarnya tidak memberikan jaminan kebahagiaan dan ketenangan dalam hidup mereka.

Kenyamanan (kemapanan)

Adanya perasaan nyaman akan kehidupan yang telah dijalani oleh seseorang selama ini telah menyebabkan adanya perasaan tenang atas kemapanan yang telah mereka dapatkan. Dengan kemapanan tersebut, seseorang akan merasa terbiasa menjalani kehidupannya. Sebagian besar dari mereka akan ragu dan bimbang jika harus melakukan perubahan dan memulai dari awal sebuah kehidupan yang penuh dengan ketidakpastian.

Ketakutan atas ketidaktahuan

Ketidaktahuan seseorang atas hal-hal yang tidak diketahui terkadang membawa perasaan takut yang luar biasa. Hal ini pada akhirnya membuat seseorang enggan untuk melakukan perubahan. Namun demikian, sebenarnya seperti telah penulis sampaikan di atas, dengan dimilikinya impian yang *well-formed* seharusnya seseorang tidak perlu takut untuk melakukan perubahan. Impian yang jelas akan membuat seseorang mampu mengetahui dengan baik arah perubahan dan target yang akan dituju, sumber daya yang dimiliki, sikap mental yang dibutuhkan untuk melakukan perubahan, serta teknik-teknik yang harus diambil.

Kesalahan penafsiran informasi

Setiap hari, seseorang akan mendapatkan banyak informasi dalam hidupnya. Namun tidak semua orang mampu menerjemahkan atau menafsirkan setiap informasi yang diterimanya. Ketidakmampuan atau bahkan kesalahan seseorang dalam menafsirkan informasi yang masuk terkadang justru membuat orang tersebut tidak berani melakukan perubahan. Padahal bisa jadi informasi tersebut akan menjadi awal dari peluang yang cukup bagus bagi seseorang untuk bisa hidup lebih baik nantinya.

Tidak tersedianya sumber daya

Seperti telah dijelaskan sebelumnya, untuk melakukan perubahan terkadang dibutuhkan sumber daya baik sumber daya yang berupa keuangan, manusia itu sendiri, fisik maupun informasi. Ketiadaan sumber daya tersebut telah membuat seseorang tidak berani melangkah lebih jauh untuk memulai sebuah perubahan yang lebih baik. Pada akhirnya sebagian besar dari mereka hanya menjalani kehidupan apa adanya seperti yang selama ini telah dijalani. Agar seseorang mampu melakukan perubahan dalam hidupnya, maka mereka harus berani mengambil sikap untuk membuat perubahan itu. Hal ini bisa terjadi jika ia mampu meniadakan semua faktor penghambat tersebut. Oleh sebab itu maka ia perlu terus belajar untuk keluar dari berbagai faktor penghambat perubahan yang ada pada diri mereka, hingga akhirnya mereka memiliki keberanian melakukan perubahan.

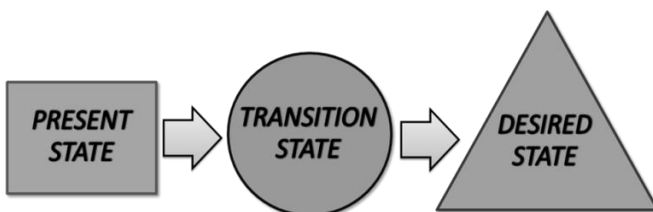
Keenam faktor penghambat perubahan tersebut tentunya hanya sedikit dari sekian banyak faktor penghambat perubahan lainnya yang tidak dapat penulis sebutkan semuanya. Agar seseorang berani melakukan perubahan maka sudah barang tentu jika mereka harus membalikkan keenam faktor penghambat perubahan tersebut. Mereka harus mempelajari dan memahami dengan baik setiap permasalahan yang ada terkait dengan keenam faktor penghambat perubahan tersebut. Dengan demikian maka mereka akan mampu menemukan berbagai solusi untuk menghadapi keenam faktor penghambat tersebut.

Sebagai contoh, seseorang yang terbiasa menghitung sesuatu dengan menggunakan kalkulator, tentu akan sangat bingung manakala kalkulatornya tersebut diambil dan digantikan dengan menggunakan laptop. Baginya akan sangat sulit menggunakan laptop yang sebenarnya jauh lebih mudah untuk melakukan perhitungan. Jika harus memilih maka orang tersebut tentu akan lebih memilih menggunakan kalkulator, makanya ia akan tidak mau melakukan perubahan dengan menghitung menggunakan laptop. Namun dengan adanya semangat yang kuat untuk belajar bagaimana cara menggunakan laptop maka ia pada akhirnya akan terbiasa melakukan perhitungan dengan menggunakan laptop. Dengan demikian maka dapat dikatakan bahwa sebenarnya tidak perlu ada yang harus ditakuti dengan perubahan tersebut. Selama seseorang tersebut memiliki keyakinan dan kemauan yang kuat untuk belajar, maka baginya tentu sangatlah mudah untuk melakukan perubahan demi terhindar dari berbagai permasalahan yang nantinya akan mereka hadapi kelak di kemudian hari.

PROSES PERUBAHAN

Selain memahami dengan baik hal-hal yang dapat menghambat perubahan, seseorang yang akan melakukan perubahan dalam kehidupannya juga harus mampu memahami dengan baik bagaimana proses perubahan itu seharusnya terjadi. Perubahan yang dilakukan tanpa proses yang benar akan sangat beresiko kegagalan. Hal ini disebabkan karena perubahan memerlukan waktu yang tidak sebentar. Sebaliknya, perubahan yang dilakukan dengan proses yang benar akan berujung pada kesuksesan dan keberhasilan meraih impian yang sebelumnya telah ditetapkan. Sesuai dengan pendapat yang dikemukakan oleh Conner, proses perubahan itu sendiri sebenarnya meliputi 3 (tiga) fase yaitu *the present state* (keadaan sekarang), *the transimtion state* (masa transisi), dan *the desired state* (keadaan yang diinginkan).

The present state. Adalah kondisi status quo, yang menunjukkan suatu keseimbangan berkelanjutan yang telah ada dan tidak terbatas sampai ada kekuatan yang mengganggu. Pada fase ini seseorang akan cenderung bertahan atas kondisi yang ada jika tidak adanya rangsangan untuk melakukan perubahan.



Fase Proses Perubahan

The transition state. Merupakan fase transisi dimana seseorang tidak lagi terikat pada kondisi status quo yang ada. Pada fase ini seseorang sudah mulai melakukan perubahan walaupun masih tahap demi tahap. Hal ini bertujuan agar para objek perubahan tersebut tidak merasa terganggu keberadaannya sehingga mereka tetap akan terus mendukung perubahan yang sedang dijalankan tersebut. Pada tahap ini sebaiknya seseorang melakukan pengembangan atas sikap dan perilaku yang baru sebagai salah satu upaya mencapai impian yang telah ditetapkan.

The desired state. Merupakan fase akhir yang diinginkan oleh seseorang. Pada fase ini seseorang harus melepaskan berbagai kegiatan atau tindakan yang tidak pasti dan tidak nyaman pada fase transisi. Dengan demikian maka semua kegiatan yang ada dalam fase yang diinginkan tersebut merupakan kegiatan yang benar-benar diperlukan untuk mencapai impian di masa mendatang.

Dengan kemampuan memahami ketiga fase perubahan tersebut, maka seseorang akan mampu melakukan perubahan secara bertahap. Perubahan tersebut tentunya tidak akan menimbulkan ketegangan atau kekacauan seperti halnya kebanyakan perubahan yang kita lihat selama ini, dimana perubahan yang dilakukan banyak menimbulkan kekacauan, walaupun seiring berjalannya waktu, kekacauan tersebut lambat laun akan sirna dengan sendirinya.

KUNCI UTAMA PERANGSANG PERUBAHAN

Setelah memahami dengan baik tentang proses perubahan di atas, maka sebagai seorang wirausahawan yang tentunya juga merupakan seorang pemimpin atas bisnis yang dijalankan, maka seseorang harus mampu untuk menjadi pemimpin perubahan dalam sebuah organisasi. Hal ini menjadi sangat penting karena jika seseorang tidak mampu menjadi pemimpin perubahan dalam organisasi yang dipimpinnya maka ia akan kesulitan untuk membawa organisasi tersebut kemana akan melangkah, demikian juga dalam hal usaha atau bisnis yang dikendalikannya.

Guna mengantisipasi hal tersebut maka sebagai seorang wirausahawan, harus mampu mengenali dengan baik berbagai kunci utama perangsang perubahan sehingga setiap orang yang menjadi bagian timnya akan mampu melakukan perubahan dengan baik. Kouzer dan Posner dalam Kasali (2007) memperkenalkan tujuh kunci utama untuk merangkang

perubahan. Ketujuh kunci utama itu disebutnya dengan *The Seven Essentials of Encouraging*, yang terdiri atas:

1. Standar yang jelas
2. Standar yang sempurna
3. Perhatian
4. Personalisasi penghargaan (pengakuan)
5. Rayakan keberhasilan bersama-sama
6. Berikan cerita
7. Berikan contoh

Standar yang jelas

Supaya berhasil dalam menggerakkan perubahan, sangat mutlak dibutuhkan kesamaan visi tentang standar yang ingin dicapai. Standar tersebut dapat berupa sasaran, nilai-nilai ataupun prinsip-prinsip. Kita semua tentunya tidak dapat mengharapkan hasil yang maksimal dari sebuah tim yang terdiri atas banyak orang yang mempunyai standar yang berbeda-beda. Jika didiamkan maka mereka bukan cuman akan sekedar bekerja, melainkan juga akan menghambat dan akan saling berhadapan antara satu dengan lainnya. Dengan membuat standar yang jelas dan dimengerti semua anggota tim dan mengaitkan antara prestasi dan standar itu maka kita harus menciptakan sebuah patokan untuk berprestasi. Syaratnya, standar tersebut harus merangsang, menimbulkan aspirasi, dorongan-dorongan untuk pencapaian dan merupakan sebuah standar yang menuju pada sebuah kesempurnaan.

Standar yang sempurna

Sebuah perubahan akan berjalan menyenangkan jika sebagai seorang pemimpin dalam sebuah bisnis, kita mempunyai keyakinan kuat bahwa para anggota tim mau dan mampu menggerakkan seluruh kekuatan yang dimiliki. Dengan kata lain, harus ada asumsi bahwa apapun peranan yang disandang setiap orang, ada keyakinan bahwa setiap anggota tim dapat mencapai standar tinggi yang telah ditetapkan sebelumnya. Tentunya standar tinggi ini dapat dicapai jika kita menaruh hati disana. Artinya, kita meniupkan roh kehidupan lewat pikiran-pikiran dan perasaan-perasaannya yang secara rutin dan berkesinambungan. Roh tersebut nampak dalam energi kepemimpinan kita, kata-kata, perbuatan cahaya di ruang kerja, indahnya taman, arus keluar masuk, dan bahkan seluruh hidup kita didedikasikan untuk menolong orang lain, yaitu menolong mereka semua agar mencapai keberhasilan dalam hidup.

Perhatian

Meniupkan roh pada anggota tim berarti memberikan energi dan perhatian. Kalau mereka sakit misalnya, sebagai seorang wirausahawan Anda pun patut merasakannya. Sebaliknya, jika mereka bahagia maka Anda pun akan merasakan kebahagiaan tersebut. Perhatian tersebut tidak sepenuhnya dapat diberikan secara formal. Ada kalanya seorang wirausahawan harus memberikan sebagian dari kehidupan pribadinya untuk mereka. Wirausahawan yang memberikan perhatian kepada timnya akan aktif berkeliling, mengunjungi timnya dimana pun mereka berada. Ia harus bisa dikenal sebagai atasan yang bersahabat dengan mengenal permasalahan yang timnya hadapi dengan jelas. Dengan demikian maka timnya tidak akan lagi merasa takut dan curiga terhadap Anda sebagai wirausahawan, melainkan mereka semua akan bergairah dan berenergi dalam menjalankan tugasnya masing-masing.

Personalisasi penghargaan (pengakuan)

Pengakuan atau penghargaan diberikan dengan tujuan untuk selalu mengingatkan kembali akan apa yang seharusnya mereka lakukan dengan baik. Disisi lain pengakuan atau penghargaan juga bertujuan sebagai salah satu cara untuk memberikan semangat kepada para anggota tim yang ada. Supaya efektif maka penghargaan tidak boleh diberikan secara massal. Wirausahawan yang sukses umumnya mengenal betul bahwa perubahan yang efektif memerlukan upaya kustomisasi penghargaan. Untuk itu, sebelum memberikan penghargaan, ada baiknya seorang wirausahawan harus mengenal betul anggota timnya secara personal. Anggota tim tersebut perlu dipelajari latar belakangnya, kesukaan maupun ketidaksukaannya, kebutuhannya, permasalahan yang dihadapinya dan lain sebagainya. Dengan demikian maka sebagai seorang wirausahawan, kita bisa memberikan penghargaan secara lebih spesial, berarti dan penuh makna.

Rayakan keberhasilan bersama-sama

Setiap keberhasilan yang dicapai harus dirayakan. Perayaan itu sendiri tidak harus berupa sebuah pesta yang mewah, namun cukup pesta sederhana saja. Layaknya sebuah pencapaian prestasi, pasti ada pihak-pihak yang dinilai berjasa dan layak diberikan penghargaan. Penghargaan itu sendiri hendaknya jangan hanya dinikmati oleh seseorang saja, melainkan oleh semua anggota tim dalam kelompok tersebut. Ini bertujuan agar semua tim mempunyai semangat, sehingga hendaknya kisah sukses tersebut dapat *disaring*-kan kepada anggota tim lainnya agar mereka mengerti makna dari pengorbanan-pengorbanan yang telah diberikan untuk mencapai prestasi tersebut. Supaya semua pihak merasa dapat melakukannya juga maka mereka pun harus diberitahu hak-haknya untuk memperoleh penghargaan yang sama kalau berhasil mencapai prestasi tersebut. Penghargaan harus

diberikan secara adil, dengan melibatkan tim penilai secara profesional dengan menggunakan standar penilaian yang telah disosialikan dengan jelas sebelumnya. Penghargaan tersebut harus berifat seimbang antara individu dan kelompok, adapun bentuknya bisa apa saja yang sekiranya diperlukan oleh anggota tim.

Berikan cerita

Cerita adalah bagian kebudayaan yang merangsang imajinasi, inspirasi dan semangat. Cerita dipercaya mampu menggerakkan hati dan pikiran. Cerita yang baik akan menggerakkan tindakan, menentuh hati, mengajarkan sesuatu dan menimbulkan daya ingat yang kuat. Perubahan akan semakin terasa mudah bila dilengkapi dengan cerita yang indah dan menawan, buka sekedar gosip atau fitnah yang disebarakan oleh orang-orang yang tidak jelas. Cerita dapat diberikan dalam bentuk kegiatan seperti leminar, pidato, selebaran internal, dimuat di media massa, internet, televisi, radio, laporan tahun dan masih banyak lagi yang lainnya. Dengan demikian maka pada akhirnya cerita tersebut akan menambah semarak suasana perubahan itu sendiri.

Berikan contoh

Sebagai seorang wirausahawan yang baik dan mengerti akan arah perubahan tentunya kita akan memimpin dengan contoh. Kita akan berada di depan, berkorban demi kebaikan. Kita akan mengajak anggota tim untuk juga berkorban tanpa mereka harus merasa susah. Kita akan memberikan penghargaan, bonus, kenaikan penghasilan, terutama kepada para anggota timnya dan baru terakhir kepada dirinya sendiri. Ketika kita memberikan contoh maka anggota tim dan para pengikut lainnya akan melakukan sesuatu tanpa beban, sebab mereka tahu bahwa kita sebagai pemimpin dalam usaha yang dijalankan dapat ditiru.

WAKTU MEMULAI PERUBAHAN

Setelah kita mengetahui dengan baik impian yang kita inginkan, tipe manusia dilihat dari kemampuannya melihat impian, faktor penghambat perubahan, proses perubahan itu sendiri serta kunci utama perangsang perubahan, maka saatnya kita mengetahui kapan sebaiknya perubahan tersebut seharusnya mulai dilakukan. Banyak wirausahawan yang mengetahui bahwa untuk bisa meraih kesuksesan, mereka harus melakukan perubahan, baik perubahan pada diri sendiri, perubahan pada anggota tim maupun perubahan yang melekat pada institusi usaha atau bisnis yang mereka jalankan. Mereka sangat sadar bahwa jika tidak melakukan perubahan pada saat tersebut, maka usaha atau bisnisnya akan mengalami

masalah di kemudian hari. Namun demikian banyak diantara mereka yang tidak juga segera melakukan perubahan, bukan sekedar mereka tidak memiliki keberanian untuk melakukan perubahan namun juga mereka tidak mengetahui kapan waktu perubahan tersebut harus dilaksanakan.

Dalam konteks keinginan seseorang untuk merubah dirinya menjadi seorang wirausahaan, maka waktu yang tepat yang melakukan perubahan sama dengan waktu yang tepat untuk memulai menjadi seorang wirausahawan itu sendiri seperti yang sudah dijelaskan pada bab sebelumnya, yaitu: (1) Memulai perubahan sekarang juga, saat seseorang sadar perlu melakukan perubahan demi kesuksesan di masa yang akan datang. (2) Memulai perubahan semenjak masih mahasiswa, sehingga seorang mahasiswa bisa mencapai titik kesuksesan semenjak ia masih berusia muda. (3) Memulai perubahan saat harapan tidak sesuai dengan kenyataan, agar ketidaksesuaian tersebut tidak berkepanjangan yang pada akhirnya justru akan membuang-buang waktu saja. (4) Memulai perubahan saat memiliki ‘faktor pemicu’ yang tepat, karena faktor pemicu dapat dijadikan sebuah motivasi yang sangat kuat bagi seseorang untuk melakukan perubahan ke arah yang lebih baik.

Tidak semua perubahan akan menghasilkan kesuksesan, namun tidak ada satu pun kesuksesan yang tidak diawali dengan perubahan. Jadi bagi Anda yang mau sukses, perubahan itu wajib dilaksanakan

Dengan melakukan perubahan secepat mungkin tanpa harus menunda-nunda waktu yang ada, maka seseorang akan semakin terhindar dari kegagalan yang lebih dalam. Sebaliknya, kemungkinan besar mereka justru akan menemui kesuksesan di kala usia masih sangat muda, dan inilah tentunya yang diharapkan oleh setiap orang. Memang tidak semua perubahan akan menghasilkan kesuksesan, namun tidak ada satu pun kesuksesan yang tidak diawali dengan perubahan. Jadi bagi Anda yang mau sukses, perubahan itu bersifat wajib untuk dilaksanakan. Kapan? Sekarang juga selama masih ada waktu.

LITERASI

-
- Conner, Daryl, R. 1992. *Managing at the Speed of Change*. Villard Books. Random House, Inc. New York.
- Kasali, Rhenald. 2007. *Change*. Tak Peduli Berapa jauh Jalan Salah yang Anda Jalani. Putar Arah Sekarang Juga (Manajemen Perubahan dan

- Manajemen Harapan). Cetakan Kesembilan. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Subagyo, Ahmad., Eko Wahyu Widayat., Syahrudin. 2018. Kewirausahaan. Untuk Bisnis Start-Up. Cetakan Pertama. Mitra Wacana Media. Jakarta.
- Wibowo. 2007. *Manajemen Perubahan*. Edisi Kedua. Cetakan Kedua. RajaGrafindo Persada. Jakarta.
- Widayat, Eko Wahyu. 2012. Kewirausahaan. Panduan Praktis Membangun Bisnis. Cetakan Pertama. USU Press. Medan.
- Widayat, Eko Wahyu. 2014. *Empowering Yourself With NLP*. Cara Mudah Memberdayakan Diri Anda Dengan NLP (*Neuro Linguistic Programming*). Cetakan Pertama. CV Saung Padjadjaran. Bogor
- Winardi, J. 2008. Manajemen Perubahan (*Management Of Change*). Edisi Pertama. Cetakan Ketiga. Kencana Prenada Media Group. Jakarta.

Internet

- <http://ardiyanto.id/ini-10-raksasa-bisnis-yang-pernah-berjaya-tapi-sekarang-bangkrut/>. Diunduh tanggal 31 Agustus 2018.
- <https://pengusahamuslim.com/398-harus-berani-berubah.html>. Diunduh 02 September 2018.

[06]

KREATIF & INOVATIF, Solusi Permasalahan Bisnis Anda

Seiring perkembangan zaman yang semakin pesat saat ini, tuntutan hidup juga semakin tinggi. Hal ini menyebabkan terjadinya persaingan yang sangat ketat antara individu yang satu dengan individu lainnya. Layaknya sebuah persaingan maka hanya individu yang mampu memenangkan persainganlah yang akan mampu bertahan dan dapat menjalani hidup ini dengan sempurna. Individu yang tidak mampu memenangkan persaingan tentu akan sirna dengan sendirinya seiring berjalannya waktu. Pertanyaannya saat ini adalah bagaimana cara untuk memenangkan persaingan? Salah satu jawabnya tentu mereka harus memiliki kreativitas yang baik. Artinya, mereka harus mampu menciptakan ide dan gagasan baru dalam kehiduannya ini. Pada akhirnya mereka akan mampu keluar dari permasalahannya dengan menggunakan ide dan gagasan tersebut.

Dalam hal berwirausaha, kreativitas juga memegang peranan sangat penting khususnya dalam upaya menjaga kelangsungan hidup sebuah usaha atau bisnis. Mengapa demikian? Karena selama menjalankan bisnisnya, biasanya seseorang akan dihadapkan pada berbagai permasalahan baik yang berasal dari dalam diri orang itu sendiri maupun yang berasal dari luar. Bagi pebisnis yang memiliki kreatifitas tinggi maka ia akan mampu menciptakan berbagai terobosan baru untuk keluar dari setiap permasalahan yang dihadapinya. Sebaliknya bagi pebisnis yang tidak kreatif biasanya mereka akan lebih memilih untuk menutup bisnisnya dibandingkan harus bersusah payah mencari jalan keluar atas permasalahan yang dialami.

Sejalan dengan kreativitas, inovasi juga memegang peranan yang sangat penting. Memiliki kreativitas yang luar biasa saja tidaklah cukup bagi seseorang untuk bisa keluar sebagai juara menghadapi setiap permasalahan yang ada. Kreativitas tersebut akan menjadi bermakna jika diikuti oleh inovasi. Mengapa? Karena kreativitas tanpa inovasi berarti ide dan gagasan tanpa tindakan. Bisa Anda bayangkan, bagaimana seseorang yang selalu memiliki ide dan gagasan cemerlang namun ia tidak mampu menindak-lajutinya menjadi sebuah tindakan yang nyata. Ia hanya akan menjadi

manusia NATO (*No Action Talk Only*), NADO (*No Action Dream Only*) atau bahkan NACO (*No Action Concept Only*). Tentu semuanya itu akan menjadi sia-sia belaka.

Mengingat pentingnya kreativitas dan inovasi tersebut maka pada bab ini secara khusus akan dibahas mengenai apa itu kreativitas dan inovasi. Harapannya, Anda semua mampu memahami dengan baik kedua hal tersebut dan mampu mengaplikasikannya dalam kehidupan sehari-hari sehingga Anda akan menjadi orang-orang yang sukses dalam hal apapun termasuk menjadi seorang wirausaha atau pebisnis.

PENGERTIAN KREATIVITAS DAN INOVASI

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, kreativitas berasal dari kata kreatif yang berarti memiliki daya cipta atau memiliki kemampuan untuk menciptakan. Adapun inovasi berarti pemasukan atau pengenalan hal-hal yang baru atau penemuan baru yang berbeda dari yang sudah ada atau yang sudah dikenal sebelumnya (gagasan, metode, atau alat). Kamus lainnya, Webster menyatakan bahwa kreatifitas adalah kemampuan atau kekuatan untuk menciptakan, sehingga sesuai terjadi, menemukan bentuk baru, menghasilkan sesuatu melalui keahlian imajinasi, menciptakan atau menjadikan sesuatu dari yang sebelumnya belum ada menjadi ada.

Namun demikian beberapa ahli juga menyampaikan beberapa pengertian tentang kreativitas yang berbeda-beda. Seorang CEO dan pebisnis ternama, John Haefefe menyatakan bahwa kreativitas adalah kemampuan untuk menciptakan kombinasi-kombinasi yang baru. Seorang pendidik, akademisi dan peneliti tentang kreativitas, E. Paul Torrance menyatakan bahwa kreativitas adalah kefasihan, fleksibilitas, orisinalitas dan terkadang kemampuan erabolasi (kemampuan menguraikan dan mengembangkan sesuatu). Roger Von Oech menyakatan bahwa berpikir kreatif mencakup berimajinasi terhadap sesuatu yang sudah dikenal dengan cara berpikir yang berbeda, yang baru, menggali pola-pola yang ada sehingga muncul pola-pola yang baru dan menemukan hubungan fenomena yang tak terkait.

Berdasarkan beberapa pengertian di atas baik terkait dengan kreativitas maupun inovasi maka dapat disimpulkan bahwa kreativitas identik dengan menciptakan sesuatu sedangkan inovasi identik dengan hal-hal baru. Oleh sebab itu maka antara kreativitas dan inovasi sebenarnya merupakan hal yang berbeda namun dalam kesehariannya kedua hal tersebut tidak dapat dipisahkan antara satu dan lainnya.

PENTINGNYA KREATIVITAS DAN INOVASI

Dalam dunia bisnis, kreativitas dan inovasi memegang peranan yang sangat penting. Tanpa adanya kreativitas dan inovasi maka sebuah bisnis akan tenggelam seiring berjalannya waktu. Banyak contoh perusahaan yang dahulu sangat berkembang dengan pesat dan bahkan banyak orang beranggapan tidak akan mampu terkalahkan namun karena perusahaan tersebut kalah dalam hal kreativitas dan inovasi maka dalam waktu sekejap hilang dari pasaran. Contoh yang paling terlihat adalah tergesernya Nokia oleh Blackberry serta hancurnya Blackberry oleh kehadiran Android.

Adanya kreativitas dan inovasi akan menjamin kelangsungan sebuah bisnis. Ini dikarenakan dengan adanya kreativitas maka para pelaku bisnis akan senantiasa dituntut untuk selalu berimajinasi hingga mampu menciptakan daya cipta. Adanya daya cipta akan merangsang para pelaku bisnis untuk melahirkan berbagai inovasi yang pada akhirnya akan menjadi sebuah solusi atas berbagai permasalahan maupun tantangan bisnis dimasa yang akan datang. Hanya yang kreatif dan inovatiflah yang akan menjadi pemenang.

Kasus tergesernya Nokia oleh Blackberry sebenarnya hanya dikarenakan keterlambatan Nokia untuk melakukan inovasi dalam bentuk terobosan-terobosan baru atas fitur-fitur yang Nokia miliki saat itu, sehingga dengan sangat mudah Blackberry memanfaatkan kelemahan tersebut. Demikian juga dengan tergesernya Blackberry oleh Android, juga disebabkan karena keterlambatan dalam menciptakan kreativitas dan inovasi sehingga Android dengan mudah menenggelamkan Blackberry hanya dalam waktu singkat.

Perjalanan Perseteruan Nokia dan Blackberry

JAKARTA - BlackBerry bukan satu-satunya perusahaan ponsel yang tersungkur karena tersingkir dan kalah dari ketatnya persaingan ponsel di dunia. Jika melihat ke belakang, nasib yang sama seperti BlackBerry sekarang ini pernah dialami oleh Nokia. Tapi berbeda dengan BlackBerry, saat ini perusahaan smartphone yang dikenal sebagai "Ponsel Sejuta Umat" itu kembali bangkit untuk bertarung di persaingan ponsel pintar secara global. Jika ditilik berdasarkan sejarah masing-masing perusahaan, keduanya memiliki kendala yang sama ketika mengalami kehancuran, yakni kehadiran pesaing-pesaing yang lebih tangguh.

Nokia jadi raja ponsel di era 90-an dan 2000-an

Keperkasaaan Nokia pada masanya bermula sejak tahun 1992 di mana perusahaan asal Finlandia tersebut menelurkan telepon seluler dengan

jaringan GSM pertama, yakni Nokia 1011 yang memiliki antena. Seiring berkembangnya zaman Nokia terus berinovasi dalam dunia telepon seluler. Dari yang monokrom, menjadi ponsel berwarna, kemudian penggagas ponsel khusus bermain game pertama yakni N-Gage, hingga ponsel berkamera. Pada saat itu Nokia memiliki beberapa kompetitor, yakni Sony Ericsson, Samsung, dan Motorola. Tapi Nokia tetap menjadi raja dengan mendominasi perangkat paling banyak digunakan di dunia. Awal era milenium, yakni 2000-an, Nokia masih menjadi yang nomor satu. Terlebih dengan ponsel inovasi baru untuk para pebisnis, yakni communicator. Namun perlahan-lahan, ketenaran Nokia tergerus oleh hadirnya pendatang baru yang menggebrak pasar dunia, tak terkecuali Indonesia. Yakni perangkat dengan keypad Qwerty yang pada masanya menjadi primadona, BlackBerry.

BlackBerry mengambil alih posisi Nokia

Perusahaan asal Kanada, Research In Motion (RIM), memperkenalkan ponsel pintar dengan keypad yang lebih mudah dan lebih nyaman untuk melakukan aktivitas olah pesan. BlackBerry menjadi promotor dalam perangkat dengan keypad berbentuk seperti keyboard komputer. Tahun 2006 adalah tahunnya orang-orang giat memburu BlackBerry demi merasakan kecanggihan telepon dalam genggamannya. Saat-saat itu pula ponsel smartphone diperkenalkan. Selain karena keypad Qwerty andalannya, BlackBerry juga memiliki keunggulan lewat fitur-fitur lain yang inovatif. Layanan push email, aplikasi Documents To Go, hingga fitur andalan BlackBerry Messenger. Nokia pada saat itu tak ketinggalan tren dengan merilis ponsel dengan keypad Qwerty seperti BlackBerry, tak terkecuali ponsel merek lain. Namun sistem operasi Symbian menjadi pembeda teknologi Nokia dan BlackBerry. Lambat laun Nokia mulai meredup, dan BlackBerry kian bersinar.

BlackBerry tersaingi Android & iPhone

Tak terjadi begitu saja memang. Saat diluncurkannya iPhone pada 2007 dan ponsel Android jelang akhir 2008, BlackBerry masih tetap kokoh. RIM terus berinovasi mengeluarkan perangkat-perangkat terbaru menyusul hadirnya teknologi baru yang diperkenalkan Android dan Apple. BlackBerry merilis ponsel layar sentuh pada 2008 agar tak tersaingi dengan ponsel-ponsel berbasis Android. Hingga 2010, BlackBerry masih tenang karena tak adanya tanda-tanda kejatuhan. Namun masalah mulai merintang di tahun 2011. BlackBerry ingin menyaingi kesuksesan iPad dengan meluncurkan PlayBook, tablet keluaran BlackBerry. Tapi perangkat tersebut malah menjadi bumerang kerugian bagi RIM. Di tahun yang sama, jaringan BlackBerry berkali-kali mengalami kelumpuhan sehingga tak dapat diakses oleh penggunaannya. Ini membuat banyak pelanggan menjadi geram dan

mulai beralih ke perangkat lain. Saat itu iPhone dan Android terus mengeluarkan produk terbaru dengan keunggulan-keunggulan fitur baru yang memukul jatuh BlackBerry. RIM mulai kepayahan berjuang di tengah persaingan. Mulai saat itu juga, BlackBerry perlahan-lahan tenggelam. BlackBerry seperti mengikuti jejak takdir perusahaan Finlandia, Nokia.

Nokia bangkit, pukul balas BlackBerry

Nokia sempat tak ada kabarnya, tenggelam oleh euforia BlackBerry, Android, dan iPhone. Masih memegang julukan *feature phone*, Nokia melepas sistem operasi Symbian yang selama ini dipakainya hingga 2012. Awal 2013, Nokia mengganti sistem operasi jadi Windows Phone besutan Microsoft. Namun sistem operasi baru tersebut belum bisa menyamai kemegahan Android dan iOS. Nokia masih berdarah-darah untuk bangkit. Hingga hampir mengalami kebangkrutan, perusahaan Finlandia tersebut resmi dibeli oleh raksasa piranti lunak Microsoft. Sejak akuisisi yang dilakukan Microsoft, Nokia mulai menampakkan taringnya kembali. Penjualannya di Eropa dan Amerika meningkat. Penjualan di tiap kuartal tahun 2013 pun terus menanjak. Bahkan, mengalahkan penjualan perangkat BlackBerry 10 yang gagal di pasaran. Nokia dengan Windows Phone mulai melakukan pembalasan dendam. Terkini, Nokia baru saja melakukan acara peluncuran berbagai perangkat terbarunya dengan tajuk Nokia World di Abu Dhabi 22 Oktober lalu.



Kasus di atas membuktikan betapa pentingnya kreativitas dan inovasi dalam sebuah bisnis. Nokia yang sedemikian hebatnya, bisa tenggelam dikalahkan oleh BlackBerry hanya dalam waktu yang relatif singkat. Demikian juga dengan BlackBerry yang dapat dikalahkan oleh android hanya dalam waktu sebentar. Mengingat pentingnya kreativitas dan inovasi tersebut maka setiap pelaku bisnis hendaknya terus berupaya untuk selalu bersikap kreatif dan inovatif.

CIRI-CIRI KREATIVITAS DAN INOVASI

Di atas telah disampaikan pengertian kreativitas dan inovasi. Namun pada kenyataannya banyak orang tidak mampu membedakannya dengan baik. Oleh sebab itu perlu dipahami dengan baik tentang ciri-ciri kreativitas dan inovasi, sehingga setiap orang dapat membedakannya. Terdapat beberapa ciri sebuah kreativitas, yang jika diamati secara seksama tentunya ciri tersebut akan terlihat berbeda dengan ciri yang dimiliki oleh inovasi. Secara sederhana ciri-ciri kreativitas penulis uraikan seperti di bawah ini.

1. Memiliki rasa ingin tahu yang tinggi

Kreativitas biasanya muncul karena adanya suatu masalah sehingga membutuhkan solusi sebagai alternatif pemecahan atas masalah tersebut. Bagi orang yang kreatif maka akan muncul rasa ingin tahu yang tinggi untuk menyelesaikan masalah tersebut. Maka dari itu ia akan mencoba mencari solusi untuk menyelesaikan permasalahan tersebut karena rasa ingin tahu yang pada akhirnya akan mendorong seseorang untuk terus berpikir mencari alternatif solusi hingga ia mendapatkannya.

2. Memiliki daya imajinasi yang mendalam

Rasa ingin tahu ini pada akhirnya mendorong seseorang untuk secara serius berimajinasi memikirkan rasa ingin tahu tersebut. Terlepas pada akhirnya nanti imajinasi tersebut akan menjadi solusi maupun bukan, namun bagi orang yang kreatif ia akan terus menggali imajinasi-imajinasi baru yang terkadang tidak masuk akal.

3. Memberikan ide atau gagasan

Khayalan atau imajinasi yang terus berkembang tersebut akan berdampak terhadap munculnya ide atau gagasan-gagasan baru, walaupun sekali lagi penulis katakan bahwa belum tentu ide atau gagasan tersebut sesuai untuk menyelesaikan permasalahan yang muncul. Namun demikian pastilah satu diantara sekian banyak ide atau gagasan yang muncul itu akan menjadi bagian dari solusi yang ada.

4. Banyak sudut pandang

Sejalan dengan ide atau gagasan yang muncul tentunya seseorang yang kreatif harus mampu melihat segala sesuatunya dari banyak sudut pandang. Hal ini akan membuat orang tersebut mampu lebih banyak memunculkan ide atau gagasan.

5. Originalitas

Ciri kreativitas lainnya yang terpenting adalah keaslian (originalitas) atas berbagai ide atau gagasan yang memang muncul karena adanya keinginan untuk menyelesaikan setiap permasalahan yang ada, bukan karena semata-mata karena meniru ide atau gagasan orang lain.

Berbeda dengan kreativitas, maka inovasi sebenarnya adalah tindak lanjut atas berbagai kreatifitas yang berupa ide atau gagasan tersebut. Inovasi merupakan implementasi atas kreativitas yang terbentuk. Oleh sebab itu maka inovasi yang baik tentunya memiliki landasan yang kuat dalam pelaksanaannya. Adapun beberapa ciri inovasi dapat penulis sampaikan sebagai berikut:

1. Spesifik

Inovasi yang baik harusnya bersifat spesifik, sehingga inovasi tersebut akan lebih mudah untuk diaplikasikan. Disamping itu juga harus memiliki ciri khusus, artinya inovasi yang baik harus benar-benar menunjukkan originalitas atas kreativitas yang telah dibangun sebelumnya. Dengan demikian maka inovasi tersebut bukan bersifat *plagiat* dari inovasi yang dilakukan orang lain.

2. Pembaharuan

Selain spesifik, inovasi yang baik juga harusnya bersifat pembaharuan. Artinya inovasi tersebut harus mampu menghasilkan sesuatu yang baru baik baru dalam hal proses maupun baru dalam hal hasil yang dicapai. Ini semua tentunya berkaitan dengan originalitas atas sebuah kreatifitas yang menopang terbentuknya inovasi tersebut.

3. Terencana

Ciri lainnya adalah terencana, artinya sebuah inovasi tidak boleh berjalan tanpa adanya perencanaan yang matang. Mengapa demikian? Karena sebuah inovasi yang tidak terencana menghasilkan kesia-siaan belaka. Oleh sebab itu sebelum inovasi tersebut dijalankan maka hendaknya seseorang harus mampu menyusun perencana dengan baik, termasuk memprediksi efek apa yang akan terjadi atas pelaksanaan inovasi tersebut. Dengan demikian maka semuanya akan bisa berjalan dengan baik.

4. Visioner

Ciri keempat sebuah inovasi adalah visioner. Hal ini tentunya berkaitan dengan poin sebelumnya dimana pelaksanaan inovasi harus terencana dengan baik. Guna menghasilkan sebuah perencanaan yang baik maka sebuah inovasi harus bersifat visioner yaitu memiliki tujuan yang jelas jauh kedepan.

PROSES KREATIVITAS DAN INOVASI

Setelah memahami dengan baik berbagai ciri kreativitas dan inovasi maka pertanyaannya adalah apakah kreativitas dan inovasi tersebut muncul dengan sendirinya? Artinya bagaimana dengan seseorang yang cenderung

tidak kreatif dan tidak inovatif? Apakah mereka tidak bisa menjadi seorang wirausahawan yang sukses? Jawabnya “BISA”. Kita semua tidak perlu khawatir karena baik kreativitas maupun inovasi sebenarnya jelas prosesnya. Artinya kreativitas dan inovasi tersebut sebenarnya dapat ditumbuhkan selama kita memahami dengan baik proses kreativitas dan inovasi tersebut.

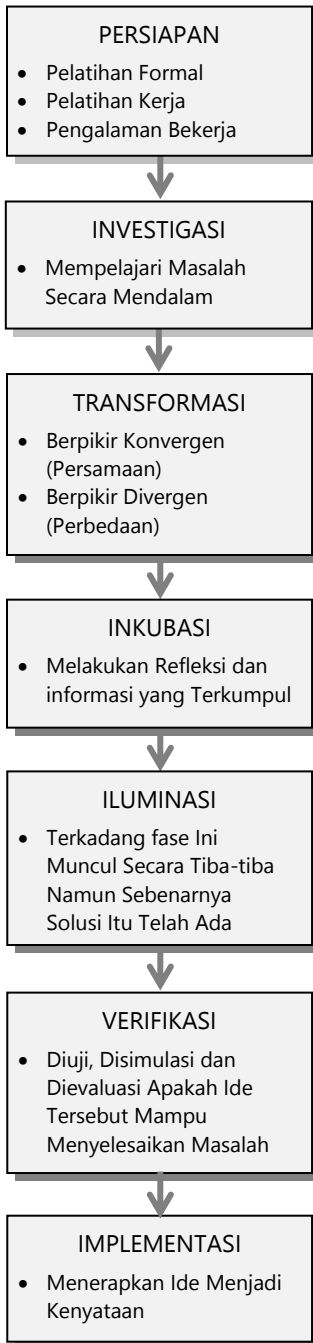
Dengan memahami proses kreativitas dan inovasi maka tingkat kreativitas dan inovasi kita dapat diasah sedemikian rupa sehingga dari waktu ke waktu bisa mekin baik. Ini berarti bahwa semua orang sebenarnya memiliki kesempatan yang sama untuk bisa menjadi seorang wirausahawan yang sukses. Di bawah ini penulis uraikan mengenai proses kreativitas maupun inovasi, sehingga kita semuanya dapat mempelajarinya.

Proses Kreativitas

Kreativitas sebenarnya tidak muncul dengan sendirinya begitu saja. Ada proses yang harus dilalui sehingga kreativitas tersebut dapat muncul pada diri seseorang. Oleh karena itu maka bagi kita yang merasa kurang kreatif, silahkan pelajari dengan baik proses kreativitas di bawah ini sehingga kita semua bisa menjadi orang yang kreatif.

1. *Preparation*
2. *Investigation*
3. *Transformation*
4. *Incubation*
5. *Illumination*
6. *Verification*
7. *Implementation*

Preparation. Dimaksudkan memberikan kondisi kepada seseorang agar mempermudah munculnya kreativitas. Ini dapat dilakukan melalui pendidikan formal, pelatihan, pengalaman kerja dan lain sebagainya. Untuk menyiapkan pemikiran kreatif harus dilakukan hal-hal yang sangat menunjang sebagai berikut: belajar terus-menerus, banyak membaca tentang apa saja, tidak terbatas pada disiplin ilmu sendiri dan dari berbagai sumber, membuat kliping. Kemudian cobalah berdiskusi walaupun dengan orang di bawah Anda atau lain bidang karena kadang-kadang orang yang tidak ahli dalam bidang yang dikuasai, akan mengajukan pertanyaan bodoh tapi menimbulkan ide cemerlang. Cobalah Anda masuk anggota asosiasi atau perkumpulan, belajar kebudayaan bangsa atau etnis lain, tingkatan kemampuan atau mendengar terutama pada orang yang lebih tua dan banyak pengalaman.



Investigation. Dalam hal ini pelajari setiap masalah yang muncul dalam kehidupan Anda dengan baik. Identifikasi juga komponen utama permasalahan yang Anda hadapi tersebut. Dengan melakukan investigasi maka Anda akan jauh lebih mengenal setiap permasalahan yang ada pada diri Anda secara lebih mendalam. Ini akan membuat Anda lebih muda untuk mengambil berbagai langkah strategis sebagai upaya menyelesaikan permasalahan yang Anda hadapi tersebut.

Transformation. Coba identifikasi persamaan dan perbedaan yang ada dengan informasi dan data yang sudah dikumpulkan. Di sini Anda bisa membuat analisis divergen (perbedaan) dan konvergen (persamaan). *Convergent thinking* adalah kemampuan melihat persamaan dan hubungan antara berbagai informasi dan peristiwa yang ada. *Divergent thinking* adalah kemampuan melihat perbedaannya. Dengan melakukan analisa kedua hal berupa perbedaan maupun persamaan tersebut, maka Anda akan mengenal dengan baik setiap informasi yang ada sehingga Anda akan lebih mudah untuk berpikir keluar dari setiap permasalahan yang Anda hadapi khususnya dalam menjalankan usaha atau bisnis Anda.

Incubation. Inkubasi ini memerlukan waktu untuk melihat kembali berbagai informasi. Dalam masa inkubasi seakan-akan seseorang keluar dari permasalahan yang dihadapi. Pada masa ini semua kegiatan berjalan secara kondusif guna menciptakan kreativitas. Suasana tanpa pikiran ini kadang menghasilkan pikiran yang sangat kreatif. Lakukan rileks dan santai, jangan pikirkan masalah itu terus menerus tapi lupakan untuk sementara waktu. Seringkali pikiran kreatif muncul bila kita sedang olahraga,

senam, berada di kebun, di taman dan lain sebagainya atau coba Anda melakukan pekerjaan di tempat lain yang tidak biasa Anda bekerja di situ. Suasana ini akan membangkitkan ide kreatif.

Illumination. Langkah ini terjadi pada saat inkubasi secara spontan muncul ide baru. Langkah ini muncul dalam waktu tidak terbatas. Dia bisa muncul secara tiba-tiba. Biasanya hal ini akan terjadi pada saat Anda sudah lupa dengan masalah tersebut.

Verification. Untuk membangun validasi ide yang tepat atau akurat, apakah berguna atau tidak maka dilakukan percobaan. Buatlah simulasi, tes market untuk suatu produk, buat pilot project dan lain sebagainya.

Implementation. Pada tahap ini seseorang mulai mentransformasi ide menjadi kenyataan. Ide yang berubah menjadi kenyataan tersebutlah yang pada akhirnya akan menghasilkan kreativitas dimana kreativitas tersebut pada dasarnya merupakan hasil implementasi dari berbagai ide yang ada, yang seseorang pikirkan sebelumnya.

Proses Inovasi

Berbeda dengan kreativitas, inovasi sebenarnya merupakan suatu proses untuk mengubah kesempatan menjadi ide yang dapat dipasarkan. Inovasi lebih sekedar dari ide yang baik. Suatu gagasan murni memegang peranan yang penting dan piiran yang kreatif mengembangkannya menjadi gagasan yang berharga. Oleh karena inovasi merupakan hasil pencarian suatu kesempatan yang dilakukan dengan sepenuh hati.

Proses ini dimulai dengan analisis sumber daya kesempatan yang menjadi objek. Peter F Drucker dalam bukunya *The Discipline of Innovation* mengatakan bahwa inovasi bersifat konseptual dan perseptual dapat dipahami dan dilihat. Sebagai inovator, maka seorang wirausahawan harus mampu melihat, bertanya dan mendengar orang lain dalam mencari inovasi. Mereka berpikir keras dengan segenap kemampuan otaknya. Mereka melakukan penghitungan dengan cermat dan mendengar pendapat orang lain serta memperhatikan potensi pengguna inovasi yang dicarinya untuk memenuhi harapan nilai dan kebutuhan.

Inovasi yang berhasil pada umumnya sederhana dan terfokus serta ditujukan pada aplikasi yang didesain khas, jelas dan cermat. Inovasi lebih banyak melibatkan kerja fisik daripada pemikiran. Thomas Alva Edison mengatakan genius merupakan perpaduan yang terdiri dari 1% inspirasi dan 99% kerja keras. Lebih dari itu inovator pada umumnya bekerja dalam satu bidang. Edison bekerja hanya pada bidang listrik dan menemukan inovasi baru yang berupa bola lampu. Inovasi itu sendiri sebenarnya terdiri dari 4 (empat) jenis yaitu penemuan, pengembangan, duplikasi dan sintesis.

1. Penemuan

Kreasi suatu produk jasa atau proses baru yang belum pernah dilakukan sebelumnya. Konsep ini cenderung disebut revolusioner misalnya penemuan pesawat terbang oleh Wright bersaudara, penemuan telepon oleh Alexander Graham Bell dan sebagainya.

2. Pengembangan

Pengembangan suatu produk, jasa atau proses yang sudah ada. Konsep seperti ini menjadikan aplikasi ide yang telah ada berbeda. Misalnya, pengembangan McDonald oleh Ray Kroc, perolehan Holiday Inn oleh Kemmons Wilson.

3. Duplikasi

Peniruan suatu produk, jasa atau proses yang telah ada. Meskipun demikian upaya duplikasi bukan semata meniru melainkan menambah sentuhan kreatif untuk memperbaiki konsep agar mampu memenangkan persaingan. Misalnya duplikasi perawatan gigi oleh Dentaland.

4. Sintesis

Perpaduan konsep dan faktor-faktor yang sudah ada menjadi formula baru proses ini meliputi pengambilan sejumlah ide atau produk yang sudah ditemukan dan dibentuk sehingga menjadi produk yang dapat diaplikasikan dengan cara baru. Misalnya, sintesis pada arloji oleh Casio.

ANTARA KREATIVITAS, INOVASI DAN OTAK KANAN

Manusia sebagai salah satu ciptaan Tuhan YME merupakan makhluk yang paling mulia. Hal ini ditandai dengan dimilikinya otak yang memiliki kemampuan untuk berpikir secara sempurna. Namun demikian apakah setiap orang tahu bahwa sebenarnya otak manusia itu terbagi menjadi otak kiri, otak tengah dan otak kanan? Sebagian masyarakat Indonesia hanya mengenal bahwa manusia tersebut memiliki otak, tanpa mampu membedakan otak kiri, tengah maupun kanan. Mereka beranggapan bahwa otak itu hanyalah satu.

Perlu diketahui bahwa sebenarnya otak manusia terdiri dari otak kiri, otak tengah dan otak kanan. Namun demikian sampai saat ini masih banyak orang terutama di Indonesia yang hanya menggunakan otak kiri saja tanpa bersedia untuk mengaktifkan otak kanan secara lebih mendalam. Hal ini pada akhirnya telah membuat masyarakat Indonesia jauh tertinggal dibandingkan dengan orang-orang di negara lain terutama negara barat. Tanpa bermaksud meremehkan masyarakat Indonesia, hal tersebut memang menjadi sebuah kenyataan.

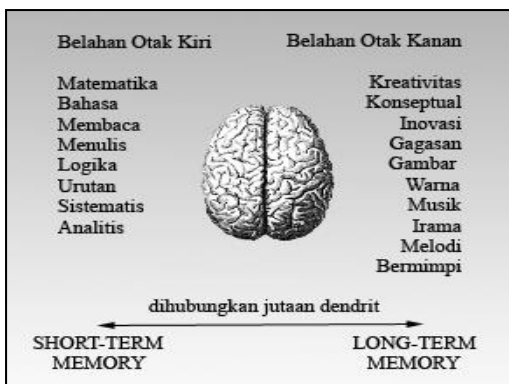
Secara ilmiah otak kanan akan menggerakkan tubuh manusia bagian kiri. Demikian sebaliknya otak kiri akan menggerakkan tubuh bagian kanan. Pertanyaannya adalah di Indonesia, mana yang lebih aktif? Anggota tubuh bagian kanan atau kirikah? Jawabnya sebagian besar masyarakat Indonesia cenderung beraktifitas dengan menggunakan organ tubuh bagian kanan. Hal ini salah satunya disebabkan karena semenjak kecil masyarakat Indonesia hanya dilatih untuk melakukan aktivitas apapun dengan organ kanan. Bahkan tidak jarang kita jumpai saat seorang anak kecil mencoba mengaktifkan otak kanan dengan cara mengambil makanan dengan menggunakan tangan kiri, orang tua yang melihatnya langsung melarang, memarahi bahkan tidak jarang yang langsung “bermain kasar” dengan menampar tangan kiri sang anak tersebut.

Atas nama kesopanan dan adat istiadat “orang timur” akhirnya semenjak kecil, sebagian besar masyarakat Indonesia hanya mampu menggunakan organ bagian kanan, dengan kata lain hidupnya didominasi oleh otak kiri. Oleh sebab itu sangatlah wajar jika sampai saat ini Bangsa Indonesia masih jauh terbelakang dibandingkan dengan beberapa negara lainnya yang ada didunia ini terutama dibandingkan dengan bangsa dimana mereka mengajarkan kepada masyarakatnya untuk selalu menggunakan otak kiri dan kanan secara seimbang, bahkan cenderung otak kanan.

Antara Otak Kiri dan Otak Kanan

Sering kita jumpai banyak siswa yang kesulitan untuk menerima pelajaran saat mereka melakukan proses belajar mengajar di sekolah terutama untuk pelajaran yang berhubungan dengan hitungan. Apakah mereka tergolong orang yang bodoh? Banyak orang pasti beranggapan “Ya”. Namun apa yang sebenarnya terjadi? Siswa yang mengalami kesulitan saat mengikuti pelajaran matematika di kelas mungkin termasuk siswa yang lebih dominan menggunakan otak kanan. Guna memahami lebih lanjut tentang otak kiri dan otak kanan, bisa dilihat pada gambar di samping ini.

Gambar ini menunjukkan isi belahan otak kiri dan otak kanan. Otak kiri manusia berisi hal-hal yang berhubungan dengan matematika, bahasa, bacaan, tulisan, logika, urutan, sistematis serta analitis. Oleh sebab itu



<http://primesgm.blogspot.com>

orang yang cenderung aktif otak kirinya maka ia akan cenderung menggunakan hitungan untuk bertindak maupun mengambil berbagai keputusan. Oleh sebab itu maka mereka akan lebih lambat dalam bertindak dan penuh perhitungan. Bahkan tidak jarang yang cenderung menggunakan analisa terlalu mendalam hanya untuk mengambil sebuah keputusan yang sangat dangkal, karena mereka termasuk orang yang sangat takut terhadap risiko atas setiap tindakan yang mereka ambil.

Hal ini tentunya akan sangat berbeda dengan orang yang cenderung menggunakan otak kanan. Mengapa demikian? Karena otak kanan berisi kreativitas, konseptual, inovasi, gagasan, gambar, warna, musik, irama, melodi serta impian. Oleh sebab itu orang yang cenderung menggunakan otak kanan akan lebih kreatif, inovatif serta mampu membangun berbagai impian di masa mendatang. Siswa yang di kelas cenderung malas dan susah menerima pelajaran terutama yang berhubungan dengan hitungan kemungkinan besar cenderung menggunakan otak kanan. Oleh sebab itu, walaupun mereka cenderung malas menerima pelajaran yang berhubungan dengan hitungan, namun kemungkinan besar mereka akan lebih kreatif dan bahkan mampu menggunakan imajinasinya dengan kuat, sehingga banyak yang lebih menyukai lukisan, musik, dan lain sebagainya.

Kedahsyatan Otak Kanan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa otak kanan jauh lebih hebat dibandingkan dengan otak kiri. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa otak kanan memiliki kapasitas hingga 90% sedangkan otak kiri hanya mencapai 10% saja. Disamping itu hasil penelitian di Amerika Serikat juga menunjukkan bahwa peran logika (otak kiri) dalam membuat seseorang menjadi sukses hanya sekitar 4 - 6% saja, sedangkan peran imajinasi (otak kanan) mampu mencapai 94 - 96%. Hal ini menunjukkan bahwa otak kanan memiliki kekuatan yang jauh lebih besar dibandingkan dengan otak kiri. Apa yang terjadi jika seseorang mampu menggunakan imajinasi otak kanan? Hasilnya tentu akan sangat luar biasa.

Disamping itu ternyata otak kanan mampu merekam dengan cepat dan tersimpan selamanya dalam memori otak. Sel-sel darah manusia juga dapat menjadi cadangan tempat penyimpanan memori manakala memori di otak kita penuh. Bahkan kemampuan otak kanan dalam menyimpan memori mencapai 10 pangkat 5 juta kilometer yang kalau dihitung deretan angka nol di belakangnya adalah sebanding dengan jarak antara bumi dan bulan, 14 kali pulang pergi. Sungguh kekuatan yang sangat luar biasa.

Hal ini terbukti pada beberapa orang sukses yang kita kenal. Sebagian besar orang sukses di dunia ini karena imajinasi otak kanan mereka yang sangat kuat. Albert Einstein mampu menemukan teori relativitas karena

kekuatan imajinasi yang dimilikinya. Demikian juga dengan Andrea Hirata, seorang penulis buku *Laskar Pelangi* asal Indonesia. Ia sukses menjadi penulis buku bukan karena ilmu *finance* yang ia pelajari di Sorbonne Perancis, tetapi karena kemampuan imajinasinya. Ia mampu mengimajinasikan kisah hidupnya sehingga lahirlah kreativitas yang luar biasa untuk meramu perjalanan hidupnya menjadi sebuah Novel Tetralogi berjudul *LASKAR PELANGI* yang menjadi novel kelas dunia karena sudah dialihbahasakan ke dalam berbagai bahasa. Novelnya pun telah difilmkan dan sukses di pasaran. Bahkan film tersebut berlanjut ke film lainnya yaitu *Sang Pemimpi* dan *Laskar Pelangi 2*. Sungguh hal tersebut menjadi bukti akan kehebatan imajinasi otak kanan seseorang.

Mengaktifkan Otak Kanan

Pertanyaannya sekarang adalah bagaimana cara mengaktifkan otak kanan seseorang? Jawabannya sebenarnya sangatlah mudah. Masih ingatkan saat Anda sekolah di TK dulu? Jawabannya, disitulah sebenarnya sistem pendidikan yang didesain untuk mengaktifkan otak kanan. Hampir di semua sekolah TK, dinding akan di cat warna warni, anak-anak dilatih untuk menggambar dan mewarnai dengan banyak ragam warna, mereka juga diajarkan keterampilan membuat berbagai hiasan maupun mainan dengan menggunakan origami, bahkan mereka juga dilatih untuk bernyanyi, dan sebagainya. Namun apa yang terjadi saat anak-anak TK tersebut memasuki dunia selanjutnya, dikala mereka masuk SD? Secara tidak langsung mereka mulai diajarkan menggunakan otak kirinya. Anak-anak SD mulai tidak diajarkan bernyanyi, menggambar, mewarnai dan bahkan mereka akan dilarang menulis dengan tinta merah.

Disisi lain, ukuran sukses mereka pun mulai dirubah dari otak kanan saat di TK menjadi otak kiri saat di SD. Salah satu indikasinya adalah kenaikan kelas selalu diukur dengan nilai raport. Bagi mereka yang mendapatkan nilai rata-rata 9 pasti akan dengan mudah naik kelas tanpa dilihat bagaimana proses untuk mendapatkan nilai tersebut. Sebaliknya, anak yang mendapatkan nilai rata-rata 5 tentu akan tinggal kelas walaupun memiliki kemampuan imajinasi yang sangat kuat seperti pandai menggambar, melukis, mewarnai, bernyanyi, bahkan aktif di organisasi sekali pun yang menunjukkan tingkat kepemimpinan mereka.

Demikian juga saat mereka naik ke SMP, kemudian SMA selalu nilai yang identik dengan angka menjadi ukuran sukses mereka, termasuk saat Ujian Akhir Nasional (UAN). Pemerintah selalu menggunakan angka sebagai ukuran sukses para siswa yang akan dinyatakan lulus sekolah. Hal ini pada akhirnya telah membuat banyak siswa yang cenderung menggunakan otak kiri dalam berpikir, sehingga mereka juga cenderung tidak kreatif dan tidak

mampu menggunakan imajinasinya dengan baik. Bahkan saat mereka melanjutkan ke Perguruan Tinggi, mereka juga cenderung dituntut untuk kembali menjadikan nilai sebagai ukuran sukses. Hal ini terbukti dengan banyaknya Perguruan Tinggi di Indonesia yang mengukur tingkat kesuksesan mahasiswa dari Indeks Prestasi Kumulatif (IPK) yang mampu mereka dapatkan. Oleh sebab itu sangatlah wajar jika sebagian besar lulusan Perguruan Tinggi di Indonesia cenderung lebih suka untuk sekedar mencari pekerjaan setelah mereka lulus kuliah guna mendapatkan penghasilan. Sementara sangat sedikit diantara mereka yang mampu menjadi seorang pebisnis, karena untuk menjadi seorang pebisnis sukses dibutuhkan keaktifan otak kanan mereka.

Pertanyaannya sekarang, bagaimana cara mengaktifkan otak kanan tersebut? Jawabannya sebenarnya sangatlah mudah. Hanya dibutuhkan keberanian seseorang untuk “kembali” ke masa kecil. Hal ini berarti bahwa dalam kehidupan sehari-hari seseorang harus bersedia untuk mencoba menggunakan berbagai imajinasi yang ada, didukung dengan kemaunnya untuk selalu menggunakan warna, musik, melodi, kreatifitas dan lain sebagainya dalam kehidupan sehari-hari.

Bagi seseorang yang hendak kembali mengaktifkan otak kanan, maka ia juga harus memiliki keberanian dan kemaun untuk menggunakan otak kiri dan kanan secara bersama-sama. Sebagai contoh, saat seseorang tersebut belajar, maka ia harus sambil memutar musik. Pada tahap awal, memang akan sangat sulit karena mereka cenderung hanya menggunakan salah satu otaknya saja. Mungkin otak kiri saja sehingga ia bisa konsentrasi belajar atau otak kanan sehingga ia cenderung konsentrasi untuk mendengarkan musik. Dengan kebiasaannya melakukan kedua hal tersebut maka ia akan menjadi orang yang otak kiri dan otak kanannya mampu berfungsi secara bersama-sama yang ditandai dengan mampu belajar sambil menikmati alunan musik yang ia putar.

Hal tersebut merupakan salah satu cara yang dapat dilakukan oleh seseorang agar otak kanannya bisa lebih aktif. Tentunya masih banyak lagi cara yang dapat dilakukan oleh seseorang selain cara tersebut. Prinsipnya, dengan melakukan berbagai aktifitas yang berhubungan dengan otak kanan seperti bernyanyi, menggambar, melukis, menggunakan berbagai warna cerah, berkhayal dan lain sebagainya. Namun demikian hal tersebut tidak akan bisa berhasil jika hanya dilakukan sesekali saja. Perlu latihan secara terus menerus dan berkesinambungan. Mengingat kedahsyatan otak kanan, maka sebaiknya mulai saat ini setiap orang harus memiliki keberanian untuk mencoba mengaktifkan otak kanan yang mereka miliki. Dengan demikian maka ia akan memiliki kreatifitas yang luar biasa dalam memecahkan berbagai permasalahan yang mereka hadapi sepanjang hidupnya.

PERANAN OTAK KANAN BAGI WIRAUSAHAWAN

Melihat betapa dahsyatnya kekuatan otak kanan khususnya dalam hal menciptakan kreativitas dan inovasi, maka sebagai seorang wirausahawan, kita semua dituntut untuk sebisa mungkin selalu berusaha mengaktifkan otak kanan kita sejak dini. Ini menjadi penting karena dengan aktifnya otak kanan maka kita akan tumbuh dan berkembang menjadi manusia-manusia yang penuh dengan kreativitas dan inovasi. Bahkan jika melihat penjelasan di atas, bukan hanya kreativitas dan inovasi saja yang akan tumbuh dan berkembang. Namun karakter lainnya yang berhubungan dengan aktifnya otak kanan juga akan turut berkembang, seperti kemampuan untuk mendesain setiap konsep atas apa yang akan dikerjakan di masa mendatang, gagasan atau ide yang akan selalu muncul manakala kita menghadapi berbagai rintangan dan tantangan khususnya dalam menjalankan usahanya. Selain itu juga impian kesuksesan jauh ke depan yang tergambar dengan jelas dimana hal tersebut akan menjadi *blueprint* bagi setiap wirausahawan serta masih banyak lagi karakter lainnya yang akan muncul.

Atas dasar penjelasan di atas, maka dapat dikatakan bahwa otak kanan memiliki peranan yang sangat penting bagi para wirausahawan khususnya dalam mendukung kesuksesan mereka atas usaha atau bisnis yang dijalankan tersebut. Dalam berbagai kasus, banyak bisnis yang mampu tumbuh dan berkembang dengan sangat cepat karena pendirinya mampu mengoptimalkan potensi otak kanannya baik berupa kreativitas, inovasi, keberanian mengambil resiko dan potensi otak kanan lainnya, sebagai contohnya adalah Nadiem Makarim yang dalam waktu sangat singkat mampu mendirikan GOJEK dan bahkan sekarang perusahaannya tersebut sudah go internasional dengan membuka perusahaan di Vietnam, laluThailand, Philipina dan Singapura.

Innovasi Ala Gojek



Fenomena bisnis yang menarik belakangan ini ialah kehadiran bisnis layanan transportasi pengantaran (ojek) berbasis smartpone. Sejak diluncurkan aplikasi jasa deliveri ala

PT Go Jek Indonesia pada awal tahun 2015, perusahaan ini pun mendapat perhatian khusus dari masyarakat. Selain pemberitaan sisi positif dimana membuka lapangan kerja baru juga ada pemberitaan negatif yakni banyaknya kasus pengroyokan yang dialami oleh tukang ojek versi gojek oleh kelompok tukang ojek tradisional.

Para tukang ojek tradisional merasa terancam karena merasa tukang ojek versi Gojek telah merebut pasar potensial mereka. Sehingga hal ini menjadi gejala sosial di masyarakat. Siapa sebenarnya dibalik pembuat aplikasi Gojek tersebut? Dia adalah anak muda bernama Nadiem Makarim seorang anak muda yang berdomisili di Jakarta. Dia membangun bisnis yang dikategorikan start up berbasis Teknologi Informasi/aplikasi. Lulusan dari International Relations di Brown University, AS dan Magister pada Harvard Business School ini lebih memilih membangun bisnisnya sendiri lewat bendera PT Gojek Indonesia dengan meninggalkan pekerjaannya di sebuah perusahaan konsultan dan riset internasional yakni Mc Kinsey.

Ide bisnis sangat sederhana dan bukan hal yang baru. Ia hanya membuat satu aplikasi yang mudah digunakan yang membuat tukang ojek terkoneksi dengan seluruh penumpang yang membutuhkan jasanya. Dengan mengunduh aplikasi Gojek di Appstore pada smartphone (berbasis android) si pengguna dapat menggunakan layanan jasa transportasi (ojek), pesan antar (makanan/minuman) dan layanan kurir (antar barang). Dengan aplikasi ini pula pengguna juga dapat mengetahui kisaran tarif yang harus dibayar, dan bisa melacak keberadaan objek yang dipesan ataupun menghubunginya langsung via ponsel/SMS. Pembayaran pun dapat dilakukan secara non-tunai, yaitu lewat sistem kredit yang bisa di-top up lewat aplikasi yang dikembangkan.

Apa yang dilakukan oleh pendiri Gojek merupakan pelajaran tentang kasus bisnis bagaimana Teknologi Informasi menambah inovasi suatu model bisnis. Bagaimana bisnis yang “ecek-ecek” tapi disentuh oleh pengetahuan menciptakan nilai inovasi dengan pemanfaatan teknologi mengubah model bisnis ojek tradisional menjadi lebih bernilai. Aplikasi berbasis mobile menjadikan model bisnis ini segera berkembang pesat dan memberi keuntungan tidak hanya perusahaan tetapi juga masyarakat pengguna bisnis ini. Selain itu bisnis ini juga mampu menciptakan lapangan pekerjaan baru bagi banyak orang.

Gojek melakukan apa yang dinamakan dengan inovasi disruptif. Inovasi disruptif (disruptive innovation) dapat dipahami sebagai inovasi yang membantu menciptakan pasar baru, mengganggu atau merusak pasar yang sudah ada, dan pada akhirnya menggantikan teknologi terdahulu tersebut yang sudah diterima pasar sebelumnya. Prinsip dari Inovasi disruptif mengembangkan suatu produk atau layanan dengan cara yang tak diduga pasar, umumnya dengan menciptakan konsumen berbeda pada pasar baru dan menurunkan harga pada pasar lama.

PENUTUP

Setelah memahami dengan baik kreativitas maupun inovasi, maka seseorang hendaknya mampu menyandingkan kedua hal tersebut dengan baik juga. Hal ini karena sebenarnya antara kreativitas dan inovasi tidak dapat dipisahkan satu dan lainnya. Seperti telah dikatakan di atas, bahwa kreativitas tanpa inovasi tiada gunanya, sedangkan inovasi tanpa kreativitas adalah sebuah ketidakmungkinan. Oleh sebab itu sekali lagi setiap orang harusnya selalu memiliki kedua karakter tersebut secara bersamaan. Dengan dimilikinya kreativitas dan inovasi sekaligus, maka seorang wirausahawan akan lebih mudah menjalankan usaha atau bisnisnya. Berbagai kendala, hambatan dan tantangan dalam usahanya tentu akan dengan mudah dilalui. Ini dikarenakan orang yang kreatif dan inovatif akan memiliki sejuta cara untuk bisa keluar dari setiap permasalahan yang ia hadapi, dan pada akhirnya ia akan menjadi seorang wirausahawan yang sukses.

LITERASI

- Alma, Buchari. 2016. Kewirausahaan. Untuk Mahasiswa dan Umum. Cetakan Kedua Puluh Satu. Alfabeta. Bandung.
- Machfoedz, Mas'ud., Mahmud Machfoedz. 2015. Kewirausahaan. Metode, Manajemen dan Implementasi. Edisi Kedua. BPFE. Yogyakarta.
- Munandar, U. 2004. Pengembangan Emosi dan Kreativitas. Rineka Cipta. Jakarta.
- Riani, A. L. , dkk. 2005. Dasar-Dasar Kewirausahaan. UPT Penerbitan dan Percetakan UNS (UNS Press). Surakarta.
- Slamet, Franky., Hetty Karunia Tanjungsari., Mei Le. 2016. Dasar-dasar Kewirausahaan, Teori dan Praktek. Edisi Kedua. Penerbit Indeks. Jakarta
- Sunaryo. 2002. Psikologi Untuk Keperawatan. Penerbit EGC. Jakarta.
- Widayat, Eko Wahyu. 2012. Kewirausahaan. Panduan Praktis Membangun Bisnis. Cetakan Pertama. USU Press. Medan.
- Widayat, Eko Wahyu. 2014. *Empowering Yourself With NLP*. Cara Mudah Memberdayakan Diri Anda Dengan NLP (*Neuro Linguistic Programming*). Cetakan Pertama. CV Saung Padjadjaran. Bogor

Internet

- <https://techno.okezone.com/read/2013/10/24/57/886282/>. Diunduh 7 September 2018.
- <http://old.upeks.fajar.co.id/utama/inovasi-ala-gojek.html>. Diunduh tanggal 28 September 2018

[07]

BERPIKIR POSITIF, Energi Menjadi Wirausahawan Sukses

Setiap hari Anda semua tentu tidak bisa lepas dari aktivitas berpikir. Mulai pagi bangun tidur hingga malam saat akan tidur setiap manusia pasti berpikir, apa pun itu. Perihal tugas dan kegiatan yang harus dijalankan sehari-hari, perihal kondisi keuangan keluarga, perihal mimpi-mimpi yang ingin dicapai dan lain sebagainya. Semua itu akan berjalan dengan baik atau tidak tentu sangat tergantung bagaimana diri Anda semua mampu mengendalikan pikiran Anda. Pikiran yang positif tentu akan melahirkan energi yang positif yang pada akhirnya akan menjadikan Anda sebagai pemenang. Demikian sebaliknya, pikiran negatif akan melahirkan energi negatif, yang pada akhirnya akan menjadikan Anda pecundang.

Hal ini berarti bahwa pikiran berperan penting dalam menentukan sukses atau tidaknya seseorang di masa yang akan datang. Impian-impian sukses termasuk menjadi seorang wirausahawan yang sukses juga hanya akan tercapai jika Anda semua selalu berpikir positif dalam setiap waktu. Ini dikarenakan pikiran positif akan menjadi pendorong bagi seseorang untuk menentukan langkah yang tepat demi meraih impian tersebut. Dengan pikiran yang positif maka kondisi jiwa, tubuh, kepribadian dan rasa percaya diri akan sejalan dengan semangat untuk mencapai kesuksesan tersebut.

Dalam berwirausaha, sudah sewajarnya jika seorang wirausahawan akan diharapkan dalam berbagai rintangan, tantangan dan hambatan. Ketiga hal tersebut seharusnya justru menjadi sumber motivasi yang luar biasa untuk bagaimana Anda sebagai seorang wirausahawan bisa menghadapinya dengan baik. Jika hal tersebut terjadi maka dapat dipastikan bahwa Anda semua pada akhirnya akan keluar menjadi seorang pemenang yaitu seseorang yang sukses dalam berwirausaha. Agar Anda mampu menghadapi semua rintangan, tantangan dan hambatan tersebut dengan baik maka dibutuhkan sikap tenang. Ini bisa terjadi jika Anda memiliki karakter bisa selalu berpikir positif (*positive thinking*) dalam setiap hal dan waktu. Dengan berpikir positif maka semuanya itu akan terasa ringan untuk dihadapi.

Hal sebaliknya adalah jika sebagai seorang wirausahawan, Anda selalu berpikir negatif. Anda akan menjadi seseorang yang temperamental, mudah

emosi serta selalu tidak tenang dalam mengambil berbagai keputusan guna menghadapi setiap rintangan, tantangan dan hambatan yang dihadapi. Pada akhirnya justru keputusan yang Anda ambil tidak tepat dan akan berefek negatif atas usaha yang Anda jalankan.

Melihat uraian di atas sangat jelas bahwa untuk menjadi seorang wirausahawan yang sukses diperlukan kemampuan untuk selalu berpikir positif atau dengan kata lain berprasangka baik (*husnudhon*) dalam setiap kesempatan. Pertanyaannya sekarang, sudahkan Anda menjadi manusia yang selalu berpikir positif? Jika belum, bisa jadi itulah yang sebenarnya yang menjadi salah satu penyebab mengapa selama ini Anda masih saja selalu gagal setiap mencoba untuk membuka usaha yang Anda jalankan. Oleh sebab itu, marilah kita semua berusaha dan terus mencoba untuk selalu berikir positif agar energi yang ada pada diri kita juga akan menjadi energi positif sehingga kita akan selalu tergerak untuk terus berusaha hingga kita benar-benar menjadi wirausahawan sukses nantinya.

KEKUATAN PIKIRAN

Sebelum lebih jauh membahas tentang karakter berpikir positif, dalam subbab ini terlebih dahulu penulis ingin membahas tentang pengertian dan kekuatan pikiran. Syekh Muhammad Mutawali Al-Syarawi dalam Elfiky (2015) mengatakan bahwa pikiran adalah alat ukur yang digunakan manusia untuk memilih sesuatu yang dinilai baik dan lebih menjamin masa depan diri dan keluarganya. Dengan berpikir, kata James Allan, seseorang bisa menentukan pilihannya. Bahkan dalam psikologi sosial, ilmuwan mendefinisikan “berpikir” sebagai bagian terpenting yang membedakan manusia dari binatang, tumbuhan dan benda mati lainnya. Dengan berpikir, manusia bisa membedakan yang bermanfaat dan tidak bermanfaat, antara yang halal dan yang haram, antara yang positif dan negatif. Dengan begitu, ia bisa memilih yang cocok bagi dirinya dan bertanggung jawab atas pilihannya tersebut.

Dalam banyak buku disebutkan bahwa setiap hari manusia menghadapi lebih dari 60.000 pikiran. Satu-satunya yang dibutuhkan sejumlah pikiran tersebut adalah pengarahannya. Jika arah yang ditentukan bersifat negatif maka sekitar 60.000 pikiran tersebut akan mengeluarkan memori yang bersifat negatif juga. Namun sebaliknya jika pengarahannya bersifat positif, maka sekitar 60.000 pikiran tersebut akan mengeluarkan memori yang bersifat positif juga. Sebagai contoh, mari lihat ilustrasi gambar antara orang tua dan anaknya ini.



Pertanyaannya, apa yang sedang dilakukan orang tua terhadap anaknya ini? Jawabnya tentu sangat tergantung pada bagaimana kita mengarahkan pikiran kita. Jika pikiran tersebut diarahkan ke hal negatif, maka kita akan mengira bahwa orang tua tersebut sangat marah terhadap anaknya, hingga ia memukul anaknya yang bandel

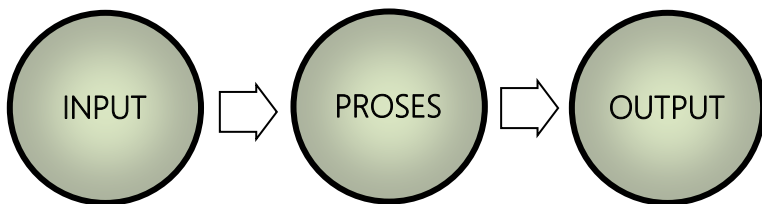
dengan sangat keras hingga anaknya menahan tangis karena kesakitan. Namun sebaliknya, jika Anda mampu mengarahkan pikiran Anda ke hal yang positif maka Anda akan mengatakan bahwa kedua orang tersebut baik orang tua maupun anaknya sangat rindu setelah 2 minggu tidak saling bertemu karena orang tuanya harus bertugas ke luar kota. Maka di saat orang tua tersebut pulang dan bertemu anaknya, ia pun menggendong dengan sedang hati dan memukul lembut dengan penuh kasih sayang, bahkan anaknya pun sangat senang atas apa yang dilakukan orang tuanya.

Begitu dahsyatnya kekuatan pikiran seseorang dalam menentukan apa yang seharusnya dilakukan. Oleh sebab itulah maka sebagai seorang wirausahawan, Anda harus selalu menanamkan dalam pikiran Anda, penilaian positif atas apa yang Anda lihat dan rasakan. Dengan demikian maka energi yang keluar dari dalam diri Anda adalah energi positif yang sangat Anda butuhkan, untuk bisa menjadi wirausahawan yang sukses.

SISTEM KERJA PIKIRAN

Layaknya sebuah sistem, maka sebenarnya kerja pikiran juga akan terjadi melalui tiga tahapan yaitu input, proses dan output. Ketiga hal ini tentunya akan saling berkaitan satu sama lain dan menjadi bagian yang tidak bisa terpisahkan. Input yang masuk ke dalam pikiran seseorang akan membentuk laporan yang menumpuk seiring pertumbuhannya. Laporan yang sama akan saling tarik-menarik dan berkumpul menjadi satu kelompok, baik itu berupa lapisan positif maupun lapisan negatif.

Selanjutnya lapisan yang berasal dari input positif akan membentuk kelompok lapisan positif, seperti jiwa pemenang, optimisme, semangat, keyakinan, pembelajar, ramah, bersahabat, baik hati, rendah hati, dan sebagainya. Sebaliknya lapisan yang berasal dari input negatif juga akan membentuk lapisan negatif seperti jiwa pecundang, pesimis, prasangka buruk, malas, congkak, tidak yakin, tidak bersahabat, sombong dan lainnya.



Sistem Kerja Pikiran

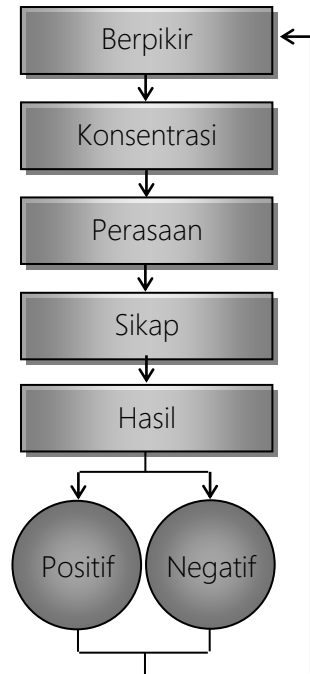
Mengingat pentingnya peranan input dalam sistem kerja pikiran, maka sudah seharusnya kalau Anda semua sebagai calon wirausahawan yang sukses selalu memberikan inputan positif terhadap pikiran Anda. Anda harus bisa memilah dan memilih, inputan seperti apa yang sebenarnya boleh dimasukkan ke dalam pikiran maupun tidak. Berdasarkan pengalaman, banyak orang gagal karena mereka lebih suka memasukkan inputan negatif dibandingkan dengan inputan positif. Bahkan hal itu akan sangat berbahaya manakala orang tersebut justru menikmati inputan negatif tersebut. Sebagai contoh yang paling mudah adalah jika ingin sukses tentu kita harus bangun pagi dan semangat memulai beraktivitas. Tapi banyak diantaranya yang justru begitu bangun pagi sudah bermalas-malasan, duduk menonton televisi sambil minum kopi dan merokok, habis itu tidur lagi. Jika ini yang terjadi, jangan harap kita akan bisa sukses.

Perlu diketahui bahwa setiap input baru yang masuk ke dalam pikiran akan semakin memperkuat masing-masing kelompok lapisan tersebut sesuai dengan jenisnya. Dengan demikian, memberi input positif kepada pikiran menjadi sangat penting untuk memperkuat lapisan-lapisan positif yang sudah tertanam sebelumnya. Hal ini berarti bahwa sebagai orang yang ingin sukses, kita semua harus mampu menyaring dan menentukan input positif kepada pikiran termasuk salah satu jalan mencapai kondisi pikiran optimal. Tanpa input positif, “bahan baku” untuk proses kreatif selanjutnya tentu akan menjadi sangat terbatas. Selain itu, kurangnya input positif kepada otak akan melemahkan lapisan-lapisan positif dalam pikiran. Sebaliknya, kondisi ini akan memperkuat lapisan negatif yang ada dalam pikiran Anda.

Pertanyaannya adalah apa saja yang menjadi sumber inputan positif? Banyak hal yang bisa kita semua gunakan sebagai sumber inputan positif dalam hidup ini. Beberapa diantaranya adalah pemahaman dan pembelajaran agama yang semakin dalam, membaca kisah sukses orang-orang terkenal, buku-buku yang berisi dorongan bagi Anda untuk sukses, diskusi dengan orang-orang berprestasi, mengikuti berbagai seminar, melatih diri untuk selalu berpikir positif dan menjauhkan diri dari prasangka buruk, serta masih banyak lagi sumber inputan lainnya.

RANTAI PIKIRAN DAN PENGARUHNYA

Di atas telah disampaikan tentang bagaimana dahsyatnya kekuatan pikiran seseorang. Pikiran akan mempengaruhi konsentrasi seseorang untuk mengambil sebuah makna. Selanjutnya otak akan membuka file-file yang serupa dengan makna tersebut untuk mempengaruhi perasaan Anda. Ada pesaraan yang menyala-nyala, ada perasaan yang tenang dan lain sebagainya sesuai dengan pikiran yang ada. Perasaan adalah bahan bakar bagi sikap yang digunakan orang untuk menggerakkan tubuh, mengekspresikan wajah, dan berbicara. Semua itu mendatangkan hasil yang ingin diwujudkan ketika itu. Otak akan mengambil hasil itu dan menyimpannya dalam file khusus dalam memori. Dengan begitu pikiran akan semakin kuat dan dalam. Guna memahami lebih jauh tentang bagaimana rantai pengaruh pikiran bekerja, mari kita simak contoh kasus antara Samir dan Mun'im di bawah ini.



Setelah sepuluh tahun bekerja di sebuah perusahaan asuransi, pihak manajemen memutuskan untuk menggabungkan beberapa divisi guna menekan pengeluaran yang berdampak negatif pada perusahaan. Buntut dari kebijakan ini adalah pengurangan karyawan, termasuk Samir dan Mun'im. Langkah ini terpaksa diambil karena angka penjualan mereka merosot tajam bagi kedua sahabat ini, kebijakan perusahaan tak ubahnya mimpi buruk di siang bolong. Mereka merasa telah memberikan yang terbaik untuk perusahaan. Mereka terpaksa keluar dari perusahaan dengan perasaan sangat kecewa.

Samir segera mencari jalan keluar. Ia berkata pada temannya, "Percayalah, Allah tidak mungkin membiarkan kita. Dialah satu-satunya yang mengatur rezeki. Karena itu, jangan cemas, Muin'im...!! Besok kita cari pekerjaan lain, seperti kita bisa mendapatkan pekerjaan itu, kita pun bisa mendapatkan pekerjaan lain." Samir tampak sangat optimis, sedangkan Mun'im sebaliknya. Ia kelihatan putus asa. Mun'im pun berkata, "Kamu suka bermimpi, Samir. Bagaimana mungkin kita bisa mendapatkan pekerjaan lain? Tidakkah kamu melihat di sekitarmu? Tidak ada lowongan. Persaingan antarpekerja begitu ketat. Aku yakin kita tersisih. Sebaiknya kita pindah ke daerah lain."

Dua orang sahabat itu akhirnya pulang ke rumah masing-masing. Esok harinya, Samir mulai mencari pekerjaan tapi tidak berhasil. Meski demikian ia tidak patah arah. Seminggu kemudian, ia mendengar kalimat yang sama, seperti yang diucapkan sahabatnya, "Tidak ada lowongan. Tinggalkan saja surat lamaran Anda. Jika ada lowongan, kami akan menghubungi." Samir pun memutuskan untuk menerima pekerjaan lain di luar keahliannya. Yang penting halal dan tidak membuat Allah murka. Akhirnya Samir mendapatkan pekerjaan sebagai karyawan biasa di sebuah bank. Ia sangat bahagia. Setiap hari ia semakin terampil dan ia mau belajar lebih banyak. Karirnya terus meningkat, begitu pula penghasilannya. Sembunyi tawakal kepada Allah, Samir terus berjuang hingga menjadi kepala cabang.

Disisi lain, Mun'im sama sekali tidak berusaha mencari pekerjaan. Kehidupannya dikungkung masa lalu dan peristiwa yang menyimpannya. Ia hanya bisa mengeluh, "Mereka membuatku sewenang-wenang." Kondisi jiwanya memburuk dari hari ke hari. Akhirnya ia merasa stres berat hingga merasa tak berguna. Ia berusaha bunuh diri lebih dari sekali. Kehidupannya penuh dengan beban penderitaan dan bebas kejiwaan. Tak ayal, ia mulai ditangani para dokter di rumah sakit jiwa. Mun'im menderita paranoid pada orang terdekatnya. Ia menolak perubahan sekecil apapun. Ia habiskan waktu dengan tidur lama. Ketika bangun, langsung menonton televisi selama berjam-jam agar terhindar dari pikiran tentang perubahan.

Kisah di atas merupakan salah satu contoh bagaimana kekuatan pikiran mampu mempengaruhi kehidupan seseorang. Pikiran tersebut akan menyebar, meluas dan membuka data-data lama yang sejenis dengannya. Kemudian pikiran tersebut akan membuat Anda berkonsentrasi padanya. Selanjutnya ia akan mempengaruhi persaaan, sikap dan hasil yang akan Anda dapatkan. Pikiran tersebut akan membuat file baru yang memperkuat dan memperdalam proses pembentukan kepribadian Anda dalam akal bawah sadar.

Pertanyaannya bagaimana dengan Anda yang ingin menjadi wirausahawan sukses? Jika selama ini Anda belum pernah menjadi wirausahawan yang sukses, maka sebenarnya banyak cara yang dapat Anda lakukan agar bisa berhasil menjadi wirausahawan yang sukses. Salah satu caranya adalah dengan melakukan *modelling*. Artinya Anda cukup mencari orang di sekeliling Anda yang sangat Anda kenal dan mampu menginspirasi Anda, yang telah sukses menjadi seorang wirausahawan. Dari situ maka pikiran Anda akan terkonsentrasi pada tujuan Anda untuk bisa menjadi seorang wirausahawan yang sukses. Selanjutnya Anda akan mempunyai perasaan yang sangat kuat untuk bagaimana Anda bisa sukses menjadi seorang

wirausahawan, sehingga sikap dan perilaku Anda pun akan mencerminkan sikap dan perilaku seorang wirausahawan yang sukses. Pada akhirnya kekuatan sikap dan perilaku itulah yang akan mengantarkan Anda untuk bisa berhasil menjadi wirausahawan yang sukses. Oleh sebab itu jika memang Anda benar-benar ingin menjadi seorang wirausahawan yang sukses, sudahkah saat ini Anda berkumpul, berteman dan selalu dekat dengan para wirausahawan sukses? Jika belum, segeralah lakukan, maka karakter Anda akan berubah menjadi karakter seperti yang wirausahawan sukses itu miliki.

ANTARA BERPIKIR POSITIF DAN PIKIRAN BAWAH SADAR

Setelah memahami dengan baik rantai pikiran dan pengaruhnya, pertanyaan selanjutnya adalah apakah dengan dimilikinya pikiran positif, itu berarti bahwa Anda sudah bisa menggerakkan diri Anda untuk menjadi wirausahawan yang sukses? Jawabnya belum tentu. Mengapa? Inilah yang akan dibahas pada subbab ini. Hingga saat ini masih banyak orang yang belum mampu membedakan antara alam sadar dan alam bawah sadar. Secara sederhana dapat dikatakan bahwa alam sadar adalah pengetahuan sedangkan alam bawah sadar adalah keyakinan. Kedua merupakan dua hal yang saling berkaitan dan akan sangat bermanfaat jika kita semua mampu memaksimalkan fungsi dari kedua.

Berpikir positif adalah yang sangat luar biasa, namun jika berpikir positif tersebut masih sebatas berada di alam sadar, maka keberadaannya tentu masih bisa dipatahkan dengan berbagai argumen atau pendapat lainnya yang muncul dalam diri Anda. Namun jika berpikir positif tersebut sudah berada di alam bawah sadar, maka itu akan menjadi sebuah kekuatan yang sangat luar biasa dalam menggerakkan setiap langkah Anda untuk menjadi seorang wirausahawan sukses. Oleh sebab itu, dapat penulis sampaikan bahwa sekedar berpikir positif saja tidaklah cukup, melainkan berpikir positif tersebut harus sampai pada level alam bawah sadar sehingga menjadi sebuah keyakinan yang tidak bisa tergatahkan lagi.

Contoh yang sering dijumpai adalah saat Anda mengendarai sepeda motor dan berada di perempatan lampu lalu lintas (*traffic light*). Dari kejauhan Anda bisa melihat bahwa lampu lalu lintas menunjukkan lampu hijau menyala. Namun setelah beberapa saat berubah menjadi warna kuning. Pertanyaannya adalah, apa yang seharusnya Anda lakukan? Kita semua tahu bahwa jika lampu kuning menyala setelah lampu hijau, itu berarti sebentar lagi lampu merah yang akan menyala, dimana lampu kuning yang menyala tersebut sebagai pertanda bahwa kita harus mengerem dan memperlambat laju sepeda motor kita, untuk akhirnya berhenti pada saat lampu merah menyala.

Pertanyaannya selanjutnya adalah jika Anda mengalami kejadian tersebut, dimana lampu hijau menyala dan kemudian berubah menjadi lampu kuning yang menyala, apakah dengan penuh kesadaran Anda akan memperlambat dan menghentikan motor Anda. Jika jawabnya “YA” berarti pengetahuan tentang aturan rambu lalu lintas tersebut sudah masuk sampai alam bawah sadar Anda dan hal itu sudah menjadi suatu keyakinan bagi Anda bahwa jika lampu kuning menyala setelah lampu hijau yang menyala, maka dengan sendirinya Anda akan memperlambat dan menghentikan motor Anda.

Namun jika dengan kejadian tersebut dimana lampu hijau menyala dan kemudian berubah menjadi lampu kuning yang menyala, Anda justru mengegas dan mempercepat laju motor Anda dengan harapan bisa melewati lampu lalu lintas sebelum lampu merah menyala, sementara Anda tahu dan paham betul bahwa itu salah dan tidak boleh dilakukan, maka dapat dikatakan bahwa pemahaman Anda tentang bagaimana seharusnya Anda bersikap atas lampu kuning yang menyala tersebut masih sebatas pengetahuan saja atau masih berada dalam kondisi alam sadar. Oleh sebab itu pengetahuan tersebut masih bisa dipatahkan oleh argumen lainnya sehingga Anda berani untuk mempercepat laju motor Anda, misalnya dengan argumen bahwa tidak ada polisi yang berjaga, argumen bahwa Anda sedang terburu-buru, argumen bahwa dari arah berlawanan tidak ada kendaraan lain dan sebagainya.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka dapat dikatakan bahwa berpikir positif saja tidaklah cukup. Untuk bisa menjadi seorang wirausahawan yang sukses dibutuhkan pemikiran alam bawah sadar tentang berpikir positif itu sendiri. Artinya, Anda harus mampu menanamkan pada diri Anda bahwa berpikir positif tersebut sudah menjadi sebuah keyakinan sehingga dalam kondisi seperti apa pun, Anda akan selalu berpikir positif terlepas sebesar dan seberat apa pun masalah yang Anda hadapi. Jika ini yang terjadi maka langkah Anda dalam menghadapi semua rintangan, hambatan dan tantangan untuk menjadi wirausahawan yang sukses tentu akan menyenangkan dan terasa ringan.

Memang hal tersebut tidaklah mudah. Diperlukan kemauan yang kuat dari dalam diri Anda untuk mengubah sebuah pengetahuan (alam sadar) menjadi sebuah keyakinan (alam bawah sadar). Hal ini bisa Anda lakukan dengan cara terus “mengonsumsi” pengetahuan baru agar Anda bisa memiliki sudut pandang yang baru tentang pengetahuan tersebut hingga menjadi sebuah keyakinan. Ini tentu hanya bisa dilakukan jika Anda mau membuka pola pikir yang ada dan memasukkan pengetahuan tersebut hingga ke dalam alam bawah sadar Anda. Dengan demikian maka Anda akan terbiasa untuk berpikir positif terhadap apa pun yang Anda temui, dan itu

menjadi modal dasar yang sangat berarti untuk bisa menjadi seorang wirausahawan yang sukses. Dengan keyakinan berpikir positif maka Anda akan mampu dengan sendirinya mengubah pikiran pesimis menjadi optimis, pikiran “tidak bisa” menjadi “bisa”, pikiran prasangka buruk menjadi prasangka baik dan lain sebagainya.

REFRAMING SEBAGAI CARA TERAPI BERPIKIR POSITIF

Pernahkah Anda melihat sebuah foto yang sudah sangat usang, nyaris rusak dan bahkan sangat tidak menarik? Jawabnya tentu pernah. Apa yang selanjutnya akan Anda lakukan? Mungkin Anda akan menyimpannya atau bahkan membuangnya karena Anda enggan untuk melihatnya. Namun apa yang terjadi jika foto yang telah usang, nyaris rusak dan bahkan sangat tidak menarik tersebut kembali dibingkai dengan menggunakan bingkai yang sangat indah, mahal bahkan mungkin berlapis emas? Jawabnya tentu foto tersebut akan kembali menarik bahkan terkesan sangat unik. Demikian sebaliknya, apa komentar Anda jika ada foto yang sangat baru dengan gambar yang luar biasa namun di bingkai dengan bingkai yang sangat jelek dan bahkan ukurannya pun tidak sebanding? Pasti akan terlihat sangat tidak menarik, bahkan Anda akan berkomentar negatif tentang foto tersebut. Teknik pembingkai kembali suatu masalah inilah yang dalam *Neuro-Linguistic Programming* (NLP) dikenal dengan istilah REFRAMING.

Seperti kita ketahui bersama bahwa setiap peristiwa yang terjadi dalam hidup setiap manusia tersebut sebenarnya bersifat netral. Sebagai contoh, pada suatu pagi hari Anda melihat atasan Anda cemberut. Sebenarnya cemberut adalah hal biasa yang dapat terjadi pada diri setiap orang termasuk Anda. Inilah yang disebut dengan netral. Namun saat seseorang melihat, mendengar atau bahkan merasakan suatu kejadian, biasanya tanpa sadar mereka memberikan makna atas peristiwa tersebut, dimana makna

yang diberikan dapat berupa makna positif maupun makna negatif. Dengan adanya makna tersebut maka suatu peristiwa akan memiliki nilai dan muatan emosi yang kadang akan berdampak pada diri setiap orang yang melihat, mendengar atau merasakannya.

Apabila makna yang diberikan bermuatan positif maka suatu peristiwa akan memiliki dampak positif bagi seseorang yang pada



akhirnya akan berdampak terhadap meningkatkan motivasi yang ada pada diri orang tersebut. Sebaliknya jika muatan negatif yang diletakkan pada peristiwa yang terjadi maka peristiwa itu pun akan memiliki dampak negatif bagi seseorang, yang justru akan menurunkan motivasi orang itu sendiri. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa sebenarnya yang bisa membuat seseorang memiliki semangat luar biasa, selalu tersenyum, merasa bahagia dan lain sebagainya bukanlah peristiwa yang terjadi melainkan bagaimana kita memiliki kemauan dan kemampuan untuk memaknai dan membingkai kembali (*me-reframing*) masalah tersebut dengan makna yang positif. Kemampuan seseorang untuk membingkai masalah secara positif itulah yang pada akhirnya akan membuat hidup seseorang menjadi jauh lebih bahagia terlepas setiap orang pasti memiliki masalahnya masing-masing.

Kembali pada kasus di atas dimana atasan Anda terlihat cemberut saat tiba di kantor pagi hari. Apa yang Anda rasakan saat Anda memberikan makna negatif maupun positif atas peristiwa tersebut? Contoh makna negatif yang diberikan, antara lain:

"Ngeselin, pagi-pagi udah cemberut...!"

"Bos payah, kerjanya cemberut melulu..!"

"Bos stres..!! Bikin malas kerja aja..!"

Apa yang Anda rasakan setelah Anda memberikan makna negatif atas peristiwa cemberutnya atasan Anda? Semangat kerja Anda akan menurun, kurang bergairah dan bahkan selama seharian Anda akan merasa kesal dan uring-uringan hanya karena melihat atasan Anda yang cemberut tanpa mengetahui permasalahan yang sebenarnya. Namun apa yang terjadi jika Anda memberikan makna positif atas peristiwa tersebut, misalnya dengan mengatakan hal-hal sebagai berikut:

"Bos pasti capek, karena baru tiba dari luar kota dan langsung ke kantor..!"

"Kayaknya Bos perlu teman ngobrol nih pagi-pagi biar lebih ceria...!"

"Ya sudah, biarkan saja. Dari pada mikirin Bos yang cemberut, Aku mendingan kerja aja deh..!"

Dengan mengatakan hal-hal tersebut dalam diri sendiri, maka akan keluar dampak positif bagi diri Anda sendiri. Hasilnya, Anda akan tetap memiliki semangat dalam bekerja tanpa harus memikirkan atasan yang cemberut yang justru akan menguras energi Anda. Apa yang akan terjadi jika Anda bisa selalu membingkai kembali (*reframing*) setiap permasalahan yang ada? Hidup Anda tentu akan menjadi luar biasa menyenangkan.

Permasalahannya adalah makna yang biasa diberikan oleh setiap orang atas masalah yang muncul tersebut bisanya bersifat otomatis tanpa disadari, sehingga apabila makna tersebut bersifat negatif maka tentunya akan berdampak terhadap diri kita secara negatif juga. Oleh sebab itu, bagi Anda

yang telah mengetahui teknik *reframing* ini dengan baik, hendaknya selalu memiliki kemauan dan keberanian untuk selalu memberikan makna positif dalam setiap peristiwa yang terjadi. Mengapa demikian? Karena hal tersebut ternyata bisa dilatih. Dengan latihan sebanyak mungkin maka nantinya secara otomatis makna yang muncul dalam setiap peristiwa yang terjadi adalah makna positif tanpa Anda sadari. Dikenal dua jenis *reframing*. Yang pertama adalah *Meaning Reframing* dan yang kedua adalah *Context Reframing*.

Meaning Reframing

Meaning Reframing atau sering juga disebut sebagai *Content Reframing* adalah membingkai ulang makna dari suatu peristiwa dengan memberikan arti baru yang lebih positif dan bermanfaat atas sebuah peristiwa. Sebagai contoh, saat ini semakin hari di Jakarta jalanan semakin macet. Tentunya setiap orang akan memberikan makna yang berbeda-beda atas kemacetan yang terjadi di Jakarta tersebut. Reaksi yang ditimbulkan atas makna tersebut pun bisa bermacam-macam seperti kesal, marah, stres dan lain sebagainya.

Namun hal tersebut tidak akan terjadi pada diri orang yang mampu melakukan *meaning reframing* yang luar biasa atas kemacetan tersebut. Dari pada harus marah-marah maka sebaiknya Anda bisa memberikan makna positif dengan cara bersyukur. Dengan adanya kemacetan maka Anda bisa beristirahat setelah sekian lama menyetir kendaraannya sendiri, mendengarkan musik dengan lebih indah, atau bahkan bisa kirim pesan ke rekan bisnis tanpa harus membahayakan diri Anda sendiri karena Anda melakukannya dalam kondisi jalan yang macet. Bagaimana, luar biasa bukan?

Context Reframing

Context Reframing adalah membingkai ulang suatu keadaan dengan cara memindahkan atau mencari konteks baru yang lebih sesuai. Dengan demikian maka seseorang akan merasa lebih nyaman dan bahkan akan berfikir positif atas peristiwa yang terjadi tersebut. Contohnya, dari pada harus terus menerus merasa minder, malu, pesimis saat berada di kampus karena seseorang memiliki tinggi badan 150 cm, warna kulit hitam, muka biasa saja, maka ia dapat melakukan *reframing* dengan memindahkan konteksnya ke dalam konteks lain yang justru akan membuatnya lebih bersemangat dalam menjalani hidup ini. Misalnya dengan meyakinkan dirinya bahwa dengan tinggi badannya yang hanya 150 cm, warna kulit hitam dan muka biasa saja tersebut justru akan mendorongnya untuk menjadi wirausahawan sejak dini dan akan sukses di masa yang akan datang

karena ia yakin tidak akan bisa diterima bekerja dimana pun juga. Sungguh *reframing* yang sangat luar biasa.

Dengan kemampuan melakukan *reframing*, maka seseorang akan selalu tampil optimis. Ia akan menjadi orang-orang yang mampu menatap masa depannya dengan lebih baik tanpa menghiraukan kelemahan yang ada pada dirinya. Bagi mereka kelemahan dan kekurangan hanyalah bagian dari hidupnya yang dapat diatasi dengan mudah hanya dengan membingkai kelemahan dan kekurangan tersebut dengan makna positif yang akan membuatnya lebih baik. Itulah rahasia sukses setiap orang yang selalu tampil prima dalam setiap kesempatan yang ada.

Six Steps Reframing

Setelah memahami dengan baik berbagai jenis *reframing* yang ada, maka pertanyaannya adalah bagaimana cara menerapkan *reframing* tersebut agar bisa berhasil guna merubah kebiasaan negatif menjadi lebih positif. Guna menjawab hal tersebut maka Anda dapat menyimak dengan baik tentang enam langkah melakukan *reframing* di bawah ini.

1. Kenali pola atau perilaku yang ingin Anda ubah

Sebelum Anda melakukan *reframing*, langkah pertama yang harus Anda lakukan adalah mengenali dengan baik pola atau perilaku yang akan Anda rubah. Pertanyaannya dengan menggunakan skala 0 hingga 10, keinginan untuk berubah tersebut ada pada level berapa? Jika levelnya masih rendah, misal 2, tentu akan sulit melakukan *reframing* karena orang yang bersangkutan belum memiliki keinginan yang kuat untuk berubah. Namun jika levelnya cukup tinggi, misal 9 atau bahkan 10, tentu akan lebih mudah melakukan *reframing*. Oleh sebab itu sebelum melakukan *reframing* setiap orang harus bisa menggali agar keinginan untuk berubahnya tersebut benar-benar luar biasa. Contoh yang banyak dijumpai dalam kehidupan sehari-hari adalah keinginan seseorang untuk berhenti merokok. Banyak yang bilang ingin berhenti merokok namun pada kenyataannya keinginan tersebut sebenarnya tidak ada, hanya sebatas di bibir saja, sehingga akan sangat sulit baginya untuk bisa berhenti merokok.

2. Lakukan komunikasi dengan pikiran bawah sadar Anda penyebab perilaku itu

Langkah selanjutnya, mintalah orang yang ingin merubah kebiasaan merokok tersebut untuk berkomunikasi dengan pikiran bahwa



sadar mereka hingga mereka menemukan jawaban atas apa yang menjadi penyebab orang tersebut merokok. Misalnya banyak orang merokok awalnya hanya karena faktor lebih kelihatan bergaya dan gagah jika merokok, menghilangkan stres dengan merokok, karena permintaan orang terkasih, dan lain sebagainya. Setelah seseorang menemukan penyebab orang tersebut merokok, sebut saja “Bagian X”, maka tanyakan kembali ke “Bagian X” tersebut apakah ia memang mau benar-benar berhenti merokok? Lihat kalibrasi yang muncul dari jawaban tersebut. Apabila jawabannya adalah “Tidak” (tidak ada tanda yang diberikan tubuh) maka ulangi pertanyaan di atas sampai mendapatkan jawaban “Ya”. Apabila jawabannya adalah “Ya” (ada salah satu tanda yang diberikan tubuh) maka silakan maju ke bagian berikutnya. Selanjutnya berikan pertanyaan berkali-kali sehingga Anda bisa membedakan kalibrasi yang muncul atas jawaban “Ya” maupun “Tidak”. Jika jawaban “Ya”nya lebih kuat, maka proses *reframing* dapat dilanjutkan ke tahap berikutnya.

3. Pisahkan MAKSUD dari PERILAKU

Langkah selanjutnya adalah memisahkan maksud dari perilaku seseorang. Ucapkan terima kasih kepada “Bagian X” karena ia telah bersedia berkomunikasi dengan Anda. Selanjutnya tanyakan, “*Apa manfaat positif saat seseorang tersebut merokok?*”, misalnya muncul jawaban “dengan merokok ia merasa lebih gagah”. Ucapkan kembali ke “Bagian X” tersebut karena selama ini telah mempertahankan kebiasaan merokok yang menurutnya selama ini sangat positif.

4. Ciptakan perilaku lain yang lebih positif dan bermanfaat untuk memenuhi maksud tersebut

Sekarang mintalah kepada orang tersebut untuk menghubungi bagian lain sebut saja “Bagian Pintar” mereka. Mintalah “Bagian Pintar” untuk memberikan minimal tiga pilihan perilaku baru yang lebih positif dan lebih bermanfaat dibandingkan “perilaku merokok” namun tetap memberikan efek “tampil gagah” tersebut. Selanjutnya mintalah “Bagian Pintar” tersebut untuk memberitahu Anda dengan tanda “Ya” kalau ia telah mendapatkan minimal tiga perilaku baru. Sekarang tanyakanlah pada “Bagian Pintar” tersebut, apakah ia mau menunjukkan pada Anda ketiga perilaku baru yang muncul? Tunggu jawabannya, misalnya untuk tetap tampil gagah (menggantikan kebiasaan merokok) dipilihlah (1) Selalu memegang handphone, (2) Berpakaian rapi, serta (3) Tersenyum. Selanjutnya ucapkan terima kasih kepada “Bagian Pintar” atas saran pilihan yang sudah ia berikan. Kemudian persilahkan ia kembali ke tempat dari mana ia berasal.

5. Mintalah “Bagian X” untuk menerima pilihan baru dan tanggung jawab untuk mewujudkannya

Langkah kelima, sekarang tanyakan pada “Bagian X” dari tiga pilihan perilaku yang diberikan oleh “Bagian Pintar”, perilaku mana yang ia pilih untuk menggantikan perilaku merokok namun tetap memenuhi maksud “tampil gagah”. Tunggu hingga “Bagian X” tersebut menjawab, misalnya jawabannya adalah “memegang handpone”. Pertegas apa yang disampaikan “Bagian X” tersebut dengan menanyakan, “Apakah Bagian X mau menerima pilihan memegang handphone untuk menggantikan perilaku merokok namun tetap memenuhi maksud tampil gagah secara komit dan bertanggung jawab untuk mewujudkannya?” Apabila jawabannya adalah “Ya” (biasanya jawabannya adalah “Ya”), ucapkan terima kasih kepada “Bagian X” dan persilahkan ia kembali ke tempat dari mana ia berasal.

6. Lakukanlah pengujian ekologis

Langkah terakhir adalah tanyakanlah, apakah ada “bagian” manapun yang keberatan pada persetujuan yang baru saja dilakukan? Jika tidak berarti semua “bagian” telah setuju untuk mendukung perubahan ini. Kalau semuanya mendukung silakan keluar dari *trance* dan lakukan pengecekan apakah perilaku merokok sudah digantikan dengan perilaku baru yaitu memegang handphone agtau belum. Kalau ada bagian yang tidak mendukung, silakan ulangi lagi proses di atas sampai semuanya setuju (ekologis) atas perubahan yang dilakukan.

Dengan melakukan *six steps reframing* tersebut maka seseorang akan keluar dari kebiasaan lama yang akan ia tinggalkan dan memasuki kebiasaan baru yang menggantikan kebiasaan lama tersebut tanpa mengubah maksud dari perilaku tersebut. Kebiasaan baru tersebut tentunya akan tercermin dalam sikap dan perilaku yang positif.

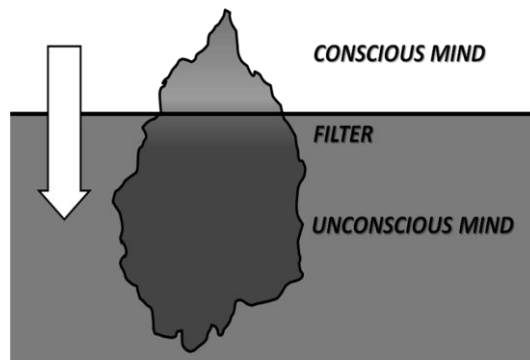
MILTON MODEL

Selain menggunakan teknik *reframming*, seseorang juga bisa selalu tampil prima dengan karakter positif dengan menggunakan teknik *Milton Model* atau lebih dikenal dengan istilah *Hypnotic Language Pattern*. Milton Model merupakan hasil dari permodelan Milton Erickson yang lebih dikenal sebagai Bapak dari *Hypnotherapy Modern*. Prinsip kerja Milton Model adalah menggunakan informasi abstrak yang bertujuan untuk membuat seseorang masuk pada kondisi “*Trance*”, sehingga setiap sugesti yang diberikan dapat masuk dengan sedikit intervensi. Mengapa hal tersebut bisa terjadi? Karena Milton Model sangat lekat dengan Hypnosis. Oleh karena itu sebelum

membahas tentang pola Milton Model, ada baiknya seseorang mengenal terlebih dahulu tentang hypnosis itu sendiri.

Apa sebenarnya yang dinamakan hypnosis? Pada prinsipnya hypnosis merupakan cara atau teknik untuk membuat seseorang masuk pada kondisi “trance”. Pada kondisi ini manusia cenderung sugestif sehingga akan sangat mudah menyerap suatu informasi termasuk perintah dari orang lain. Mengapa demikian? Karena dalam kondisi “trance” filter yang terdapat antara pikiran sadar dan bawah sadar sudah mulai terbuka. Dalam NLP (*Neuro Linguistic Programming*) filter itu sendiri dapat berupa *meta program*, *beliefs* serta *experience* (pengalaman). Seperti telah dijelaskan pada bab sebelumnya bahwa sebenarnya pikiran manusia terbagi atas dua hal yaitu pikiran sadar (*conscious mind*) dan pikiran bawah sadar (*unconscious mind*), dengan penjelasan sebagai berikut:

1. Pikiran sadar merupakan sisi analitis, yang bertugas untuk menganalisa setiap informasi
2. Pikiran bawah sadar berisikan database yang mencerminkan diri kita, dimana database ini merupakan akumulasi dari berbagai pemahaman, penalaran, pengalaman, bahkan penuliran (induksi dari pihak lain) sejak mulai kita lahir sampai dengan hari ini.
3. Diantara pikiran sadar dan pikiran bawah sadar terdapat filter, yang berfungsi menyaring setiap informasi yang masuk dan diproses apakah akan ditindak lanjuti atau tidak.



Fenomena Gunung Es

Dalam kenyataannya ternyata pengaruh pikiran bawah sadar jauh lebih besar jika dibandingkan dengan pikiran sadar. Mengapa demikian? Karena informasi yang ada pada pikiran bawah sadar sebenarnya bersumber dari pikiran bawah sadar setiap manusia. Jika dianalogikan maka gambarnya seperti gunung es dimana pikiran sadar yang nampak hanya sedikit sementara pikiran bawah sadar yang tidak nampak jumlahnya sangat besar.

Setelah memahami dengan baik tentang hypnosis maka seseorang akan lebih mudah untuk melakukan atau sekedar membuat dirinya dalam kondisi “trance”. Hal tersebut dapat digambarkan sebagai sebuah kondisi dimana seseorang hanya fokus tunggal yaitu fokus pada satu hal saja. Dalam kehidupan sehari-hari sebenarnya setiap orang sering mengalami “trance” namun terkadang mereka tidak sadar. Bahkan seringkali kondisi tersebut berubah-ubah dari kondisi normal lalu trance lalu kembali ke normal lagi.

Beberapa contoh kasus seseorang dalam kondisi “trance” dalam kehidupan sehari-hari diantaranya saat ia mengendarai sepeda motor. Tanpa disadari seseorang naik sepeda motor dalam kondisi trance. Hal ini ditandai dengan tidak ingatnya ia akan kondisi sekelilingnya saat naik motor, dan tiba-tiba saat tersadar ia sudah sampai di tempat tujuan atau bahkan tidak jarang yang terus berjalan hingga melewati.

Demikian juga dengan orang yang sedang asyik menonton acara televisi hingga akhirnya ia tidak sadar jika ada orang yang masuk dan duduk disampingnya. Saat tersadar ia kaget karena orang tersebut tiba-tiba telah ada di sampingnya. Dengan kemampuannya untuk membuat dirinya berada dalam kondisi “trance” maka seseorang akan lebih mampu berbicara dengan pikiran bawah sadarnya sehingga ia akan selalu tampil prima karena ia yakin bahwa setiap permasalahan yang dihadapinya pasti ada jalan keluarnya, dan ia juga yakin bahwa ia akan menemukan jalan keluar tersebut.

PENYEBAB PIKIRAN POSITIF

Di atas telah disampaikan tentang bagaimana dahsyatnya kekuatan pikiran positif seseorang. Oleh sebab itu sebagai manusia biasa yang terkadang banyak di uji dengan berbagai masalah, kita semua sudah seharusnya selalu berpikir positif atas semua musibah yang menimpa kita tersebut. Namun memang hal itu tidaklah mudah. Terkadang keinginan untuk selalu berpikir positif bisa saja berbanding terbalik dengan kenyataan hidup yang harus kita hadapi.

Guna mengatasi hal tersebut, maka penulis akan uraian tentang berbagai macam cara berpikir positif dilihat dari berbagai aspek. Dengan demikian maka kita bisa melihat dari aspek manakah seharusnya kita menilai tentang sesuatu hal sehingga kita bisa melihatnya dari sudut pandang yang positif. Dengan demikian maka kita akan terbiasa untuk selalu melihat berbagai persoalan dari sisi positif, bukan negatif. Jika ini yang terjadi, maka akan muncul kekuatan yang luar biasa untuk membalikkan berbagai fakta dan keadaan yang mungkin oleh sebagian orang dianggapnya negatif, tapi tidak dengan kita semua.

Berpikir Positif Karena Untuk Memperkuat Cara Pandang

Berpikir positif dengan cara ini dapat dilakukan oleh seseorang untuk memperkuat cara pandang dalam menilai suatu masalah. Dengan demikian maka orang tersebut akan merasa cara pandangnya tersebut benar walau sebenarnya itu salah dan negatif. Contoh yang paling banyak ditemui adalah cara pandang seorang perokok. Semua orang tahu bahwa merokok sangat merugikan kesehatan dan juga penghasilan. Namun mengapa sampai saat ini masih banyak orang merokok? Karena para perokok tersebut melihat merokok dari sudut pandang yang berbeda. Mereka sangat paham bahwa sebenarnya merokok sangat merugikan kesehatan, namun disini lain mereka juga memiliki cara pandang bahwa merokok dapat menghilangkan stres, menenangkan dan menstabilkan saraf, membuat mereka lebih mudah dalam berpikir dan lain sebagainya. Oleh sebab itu walau mereka tahu bahwa merokok adalah hal yang negatif, namun baginya merokok adalah positif.

Dalam berwirausaha juga demikian, terkadang kita dihadapkan dalam berbagai kegagalan yang beruntun. Namun selama kita bisa melihat hal tersebut dari sudut pandang yang positif, maka tentu tidak ada kata menyerah dalam hidup kita. Kata menyerah, gagal, tidak berbakat menjadi wirausaha sebenarnya ada karena cara pandang kita dalam melihat setiap masalah dari sudut pandang yang negatif. Oleh sebab itu maka sudah seharusnya jika sebagai seorang wirausahawan, kita semua selalu melihat setiap permasalahan dari sisi positif, sehingga akan melahirkan kekuatan yang luar biasa untuk terus bangkit dan memulai dari awal hingga kesuksesan tersebut bisa kita raih.

Berpikir Positif Karena Pengaruh Orang Lain

Pernahkah Anda melihat film atau apapun di televisi dan kemudian Anda tertarik untuk menjadi seperti mereka? Atau mungkin justru Anda melihat teman dekat Anda sendiri sukses melakukan sesuatu sehingga Anda juga tertarik dan terobsesi untuk bisa jadi seperti teman Anda tersebut? Jawabnya tentu pernah. Itu semua menjadi bukti nyata bahwa pikiran positif bisa jadi disebabkan karena adanya pengaruh dari orang lain. Bahkan boleh dibilang datangnya pengaruh tersebut sangatlah mudah.

Atas dasar penjelasan tersebut, maka sudah seharusnya jika Anda semua harus selalu bergaul dan berada di lingkungan orang-orang positif jika Anda juga menghendaki untuk bisa menjadi orang yang selalu berpikir positif. Demikian juga dalam hal menjadi seorang wirausahawan yang sukses. Jika Anda memang benar-benar menginginkannya, maka mulai saat ini Anda harus berani untuk selalu bergabung dengan orang-orang yang memang sudah sukses menjadi wirausahawan. Kedekatan tersebut akan membuat Anda semakin mengenal siapa mereka, sehingga pada akhirnya

Anda akan terpengaruh dan terobsesi untuk bisa sukses menjadi seorang wirausahawan seperti mereka.

Berpikir Positif Karena Momen Tertentu

Selain karena untuk menguatkan cara pandang dan karena pengaruh orang lain, ada satu penyebab lainnya seseorang bisa berpikir positif, yaitu karena adanya momen tertentu. Contoh yang hampir setiap tahun dialami khususnya bagi umat muslim adalah pada saat memasuki bulan suci Ramadhan. Pertanyaannya, mengapa perilaku manusia menjadi lebih baik di bulan suci Ramadhan? Semua itu karena adanya momen dimana bagi umat muslim, bulan suci Ramadhan merupakan bulan yang penuh dengan keistimewaan. Pada bulan tersebut umat muslim diperintahkan untuk memperbanyak ibadah mulai dari puasa, tarawih, tadarus dan ibadah lainnya yang terkadang jarang dilakukan di bulan lainnya.

Momen bulan Ramadhan tersebut secara otomatis banyak mempengaruhi umat muslim untuk berbuat baik dan berpikir positif. Jika mereka berhasil melewati kebiasaan-kebiasan baik di bulan suci Ramadhan tersebut maka niscaya, keluar dari bulan tersebut maka mereka akan menjadi orang-orang yang baik dengan berpikir positif atas apa yang sudah mereka jalani selama 30 hari di bulan suci Ramadhan. Ini dikarenakan proses pembentukan kebiasaan sebenarnya bisa berlangsung selama 21 hari. Jika selama 21 hari tersebut seseorang bisa secara rutin selalu berpikir positif maka kedepannya ia akan berubah menjadi manusia yang selalu berpikir positif. Oleh sebab itu sebagai calon wirausahawan yang sukses, kita semua jangan pernah melewatkan momen-momen positif begitu saja agar kita semua selalu bisa berpikir positif untuk meraih kesuksesan di masa yang akan datang.

CIRI KEPERIBADIAN POSITIF

Mengingat pentingnya karakter berpikir positif bagi seorang yang hendak menjadi wirausahawan yang sukses, maka tentunya kita semua harus belajar untuk selalu memiliki kepribadian yang positif. DR Abraham Alfiky, seorang master motivator muslim dunia mengungkapkan ada sepuluh sifat utama yang menjadi ciri khas kepribadian positif. Sifat-sifat tersebut akan membantu Anda semua mewujudkan cita-cita, serta memberi kebahagiaan, ketenangan dan ketenteraman jiwa. Kesepuluh sifat utama kepribadian positif tersebut penulis jabarkan di bawah ini.

1. Beriman, memohon bantuan dan tawakal kepada Allah

Salah satu ciri utama kepribadian positif adalah selalu beriman, memohon bantuan dan bertawakal kepada Allah atas semua ujian dan

cobaan yang dihadapi. Ini menjadi utama karena bagi seseorang yang ingin sukses menjadi wirausahawan sukses, hendaknya selalu menyandarkan urusannya kepada Allah. Anda semua harus yakin bahwa sebagai manusia wajib hukumnya untuk selalu berusaha dan mencoba, walau pada akhirnya hanya Allah-lah yang maha menentukan segalanya

2. Nilai-nilai luhur

Pribadi yang sukses hidup dengan nilai-nilai luhur. Sebesar apa pun pengaruh dan godaan, ia akan selalu menjauh dari perilaku negatif, seperti berbohong, menggunjing, mengadu domba, memfitnah, merokok serta segala yang membahayakan kesehatan dan menjauhkan dari Allah. Kepribadian yang sukses memiliki ciri jujur, amanah, menyukai kebaikan, murah hati, dan selalu berserah diri.

3. Cara pandang yang jelas

Pribadi yang sukses, tahu betul apa yang diinginkan dalam jangka pendek, menengah dan panjang. Ia tahu alasan menginginkan sesuatu, kapan menginginkannya dan bagaimana cara mendapatkannya dengan mengerahkan seluruh potensi serta kemungkinan yang ada. Ia selalu merencanakan aktivitasnya dengan fleksibel hingga berhasil mewujudkan apa yang ia inginkan.

4. Keyakinan dan proyeksi positif

Pribadi positif tahu betul kekuatan hukum keyakinan dan prediksi. Ia menyadari sepenuhnya bahwa segala sesuatu yang diyakini dan diproyeksikan akan terwujud sesuai dengan keyakinan dan proyeksi itu. Oleh sebab itu, ia akan selalu yakin atas hasil yang ia proyeksikan sebelumnya.

5. Selalu mencari jalan keluar dari berbagai masalah

Pribadi yang sukses mengetahui kekuatan hukum konsentrasi dan cara mengesampaikan hal-hal lain agar tetap fokus pada sesuatu yang diinginkan. Karena itu, ia menyiapkan konsentrasi pada berbagai kemungkinan jalan keluar. Ia mengetahui bahwa segala masalah pasti ada penyelesaiannya. Oleh sebab itu ia hadapi segala sesuatu dengan santai kemudian dipahami secara positif. Ia terus berpikir seperti itu, apa pun pandangan orang lain dan pengaruh yang ada, sampai ia benar-benar menemukan jalan keluar dari masalah yang dihadapinya.

6. Belajar dari setiap masalah dan kesulitan

Pribadi yang sukses tidak hanya fokus pada pemecahan masalah, tapi bagaimana dapat mengambil pelajaran dari setiap masalah yang dihadapi. Pelajaran itu akan ia gunakan untuk merencanakan masa

depan. Dengan demikian, ia mengolah masalah menjadi keahlian, keterampilan dan pengalaman yang dapat diandalkan.

7. Tidak membiarkan masalah dan kesulitan pengaruhi kehidupannya

Ada tujuh aspek kehidupan manusia yaitu spiritualitas, kesehatan, individu, keluarga, sosial, karir dan finansial. Ketika pribadi positif menghadapi masalah keuangan atau karir, ia tidak akan rela membiarkan masalah tersebut mempengaruhi aspek kehidupan yang lainnya. Ia sikapi segala masalah dengan wajar dan tidak berlebihan. Karena itu, hidupnya menyenangkan dan selalu dapat menemukan jalan keluar dari masalah yang dihadapinya.

8. Percaya diri, menyukai perubahan dan berani menghadapi tantangan

Pribadi yang sukses tahu betul bahwa perubahan tidak dapat dihindari. Karena tahu tujuan yang diinginkan, ia menyusun rencana berdasarkan segala kemungkinan, lalu direalisasikan dalam tindakan nyata. Ia juga selalu melakukan evaluasi dan memperbaiki diri, belajar dari kesalahan masa lalu kemudian kembali menyusun rencana yang lebih baik

9. Hidup dengan cita-cita, perjuangan dan kesabaran

Pribadi yang sukses tahu betul bahwa tanpa cita-cita pasti hidup ini terasa sangat sempit. Tanpa cita-cita seseorang akan hilang ditelan gelombang kesulitan, perasaan negatif, pikiran negatif dan berbagai aneka penyakit kejiwaan atau fisik. Pribadi yang sukses tahu bahwa cita-cita adalah pondasi kemajuan. Tanpa cita-cita, segala sesau akan terhenti. Tanpa perbuatan dan perjuangan, kemajuan tidak akan pernah terjadi. Karena itu, pribadi yang sukses selalu berusaha keras dalam mengejar cita-cita dan menghadapi tantangan hidup.

10. Pandai bergaul dan suka membantu orang lain

Pribadi yang sukses suka bergaul dengan siapa saja dan ia dekat di hati siapa saja. Ia juga menyukai cara-cara positif, seperti menghormati orang lain hingga mudah diterima, dan tidak pernah berusaha menguasai orang lain. Ia mencintai orang lain dan suka membantu mereka. Tangannya selalu terulur untuk membantu siapa saja baik berupa bantuan harta, waktu, tenaga dan lain sebagainya. Pribadi yang sukses tahu betul bahwa orang bisa mati, tapi pikirannya akan tetap hidup dan membantu orang lain. Karena itu ia tidak akan pelit untuk memberikan bantuan kepada orang lain yang membutuhkan

Kesepuluh ciri kepribadian positif tersebut tentunya hanya sebagian kecil dari ciri lainnya. Masih banyak ciri-ciri yang menunjukkan sikap dan kepribadian positif seseorang. Namun demikian, berapa pun jumlahnya tentu hal tersebut tidaklah terlalu penting. Yang terpenting adalah sudahkan ciri-ciri tersebut melekat pada diri Anda sebagai seorang wirausahawan yang

sukses? Jika belum, maka alangkah lebih baiknya jika saat ini Anda terus berusaha untuk berbenah diri agar sebagai pribadi yang sukses dalam berwirausaha nantinya, Anda bisa memiliki ciri kepribadian positif tersebut dari sekalarang

KEUNTUNGAN MEMILIKI KEPERIBADIAN BERPIKIR POSITIF

Mengingat pentingnya kepribadian berpikir positif pada diri seorang wirausahawan, maka sekali lagi penulis sampaikan bahwa Anda semua harus mampu menjadikan berpikir positif sebagai sebuah karakter, habit dan kepribadian. Dengan demikian Anda akan selalu tampil menjadi manusia prima dalam setiap kesempatan. Disamping itu, ada banyak manfaat dan keuntungan yang dapat diraih manakala Anda semua bisa menjadi pribadi yang selalu berpikir positif. Dibawah ini penulis sampaikan beberapa keuntungan tersebut.

1. Terhindar dari stres dan depresi

Kondisi stres yang dialami seseorang pastilah berdampak terhadap kehidupannya, baik dalam rutinitas di kantor, keluarga maupun sosial. Stres dapat menyebabkan turunnya produktivitas kerja. Nah, berpikir positif dapat membantu mengatasi stres, membuang pikiran negatif, mengganti pesimis menjadi optimis, serta mengurangi kecemasan dan kekhawatiran.

2. Memiliki fisik dan psikis yang sehat

Setiap orang tentu selalu berharap bisa hidup sehat baik secara fisik maupun psikis. Dimana pola hidup sehat tersebut tidak hanya selalu bergantung pada pola konsumsi fisik berupa akan dan minum semata. Namun pola pikir atau kondisi psikis juga berpengaruh terhadap kesehatan seseorang. Membiasakan diri untuk selalu berpikir positif dipercaya dapat menjaga tubuh selalu dalam kondisi sehat.

3. Percaya diri

Percaya diri sangatlah penting dalam kehidupan seseorang. Dengan adanya percaya diri maka setiap orang akan memiliki rasa optimisme yang tinggi, sehingga ia akan memiliki kekuatan, dorongan, dan semangat untuk melakukan suatu aktivitas tertentu. Dengan berpikir positif maka seseorang akan lebih percaya diri dan tidak mengeluh dengan kelemahan yang ia miliki, sebaliknya ia akan selalu tampil optimis untuk menghadapi setiap permasalahan yang ada.

4. Mampu mengambil keputusan dengan benar

Ini sangat penting terutama bagi siapa pun yang hendak jadi pemimpin termasuk dalam upaya menjalankan usahanya khususnya bagi para

wirausahawan. Berpikir positif mampu mencegah seseorang melakukan kesalahan dalam mengambil keputusan.

5. Fokus dan berani menghadapi resiko

Menggunakan pikiran positif akan membuat seseorang selalu fokus dalam menghadapi berbagai permasalahan, sehingga ia tidak akan pernah terganggu dengan berbagai permasalahan yang muncul tersebut. Disamping itu ia juga akan lebih berani menghadapi risiko karena pada dasarnya ketakutan itu muncul dikarenakan adanya pikiran negatif.

6. Selalu tampil prima

Dengan selalu berpikir positif, maka seseorang akan selalu melihat apapun dari sudut pandang positif. Ini akan menjadi energi tersendiri yang sangat kuat bagi orang tersebut, yang pada akhirnya akan membuat ia selalu tampil prima dalam berbagai hal. Orang lain akan melihatnya sebagai orang yang tidak pernah lelah, semangat dan mampu menjadi 'magnet' bagi orang lain yang ada di sekelilingnya.

PENUTUP

Seorang wirausahawan yang selalu berpikir positif tentu akan memiliki energi yang positif. Ia akan menjadi magnet bagi orang lain, dengan demikian maka akan banyak orang yang mendekat padanya. Pada akhirnya ini akan melahirkan kepercayaan diri yang luar biasa serta dapat menjadi sebuah kekuatan tersendiri bagi seseorang untuk menjalankan usahanya. Dalam dunia wirausaha, kepercayaan diri menjadi sangat penting karena kepercayaan diri tersebut akan menjadi pemicu lahirnya sikap optimisme yang tinggi.

Optimisme sangat diperlukan karena tanpa adanya sikap optimisme yang tinggi, maka seorang wirausahawan akan menjadi orang yang sangat lemah khususnya dalam menghadapi semua rintangan, tantangan dan hambatan dalam proses menjalankan usahanya. Jika ini yang terjadi, maka dapat dipastikan bahwa usahanya tentu tidak akan berjalan dengan maksimal. Mengapa? Karena seorang wirausahawan yang tidak memiliki jiwa optimisme yang tinggi akan menjadi manusia yang mudah menyerah. Jika selama ini ada banyak wirausahawan yang gagal dan gagal lagi, kemungkinan secara langsung maupun tidak langsung, inilah yang menjadi penyebabnya yaitu tidak dimilikinya rasa percaya diri dan optimisme yang tinggi.

Seperti kita ketahui bersama bahwa banyak wirausahawan yang gagal menjalankan usahanya dan kemudian berganti dengan usaha yang lain. Demikian seterusnya hingga mereka mencoba banyak usaha, namun setelah

mencoba untuk yang kesekian kalinya, barulah mereka merasa berhasil menjalankan usaha. Jika diamati secara seksama, kemungkinan itu bisa terjadi karena pada usaha yang pertama, kedua atau awal mereka mulai menjalankan usaha, mereka belum memiliki optimisme yang tinggi, sehingga dengan mudah mereka menyerah saat menghadapi berbagai permasalahan dalam usahanya. Namun setelah mencoba beberapa kali baik secara sadar maupun tidak sadar, rasa gigih untuk berhasil tersebut muncul menjadi rasa optimisme yang tinggi, yang pada akhirnya membawa mereka ke keberhasilan dalam menjalankan usahanya.

Selanjutnya rasa optimisme yang tinggi tersebut pada akhirnya akan berubah menjadi karakter selanjutnya yaitu berani mengambil resiko. Dengan munculnya keberanian untuk mengambil resiko tersebut maka seorang wirausahawan akan memiliki keberanian untuk mengambil berbagai langkah dalam menjalankan usahanya, termasuk langkah dengan risiko yang sangat besar. Disinilah sebenarnya nyali seorang wirausahawan dibutuhkan demi kelangsungan usahanya. Dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa berawal dari sikap berpikir positif, maka akan melahirkan kepercayaan diri yang kuat, yang pada akhirnya akan melahirkan rasa optimis yang tinggi dan berakhir pada terbentuknya karakter berani mengambil resiko.

LITERASI

- Elfiky, Ibrahim. 2015. Terapi Berpikir Positif. Biarkan Mukjizat Dalam Diri Anda Melejit Agar Hidup Lebih Sukses dan Lebih Bahagia. Cetakan Ketujuh Belas. Penerbit Zaman. Jakarta.
- Firdaus, Areya Prabu. 2016. Dahsyatnya Pikiran Positif. Guna Melejitkan SDM dan Mendongkrak Penjualan. Cetakan Pertama. Penerbit FlashBooks. Yogyakarta.
- Widayat, Eko Wahyu. 2014. *Empowering Yourself With NLP*. Cara Mudah Memberdayakan Diri Anda Dengan NLP (*Neuro Linguistic Programming*). Cetakan Pertama. Penerbit CV. Saung Padjadjaran. Bogor.

Internet

- <https://id.wikihow.com/Berpikir-Positif>. Diunduh tanggal 4 Oktober 2018.
- <https://www.secapramana.com/isi/dahsyatnyapikiranpositif.html>. Diunduh tanggal 23 September 2018.

[08]

OPTIMIS DAN PERCAYA DIRI

Gagal menjadi seorang wirausahawan yang sukses tentu bisa dialami oleh siapa saja. Saat ini banyak kita lihat pengusaha-pengusaha yang sangat sukses di Indonesia ini. Bahkan kadang kita berpikir, *“kok bisa yah mereka menjadi orang yang selalu sukses setiap mendirikan usaha yang baru”*. Namun pertanyaannya apakah benar mereka selalu sukses? Apakah sebelum meraih kesuksesan itu mereka tidak pernah mengalami kegagalan sama sekali? Ternyata jawabnya tidaklah demikian.

Banyak diantara pengusaha sukses yang ada saat ini sebenarnya pernah mengalami kegagalan yang bertubi-tubi sebelum akhirnya mereka sukses seperti saat ini. Namun ternyata mereka selalu memiliki sikap optimis dan percaya diri bahwa suatu ketika nanti mereka akan mampu menjadi seorang wirausahawan yang berhasil. Sikap inilah yang membuat mereka selalu bangkit dan bangkit dari keterpurukan.

ANTARA OPTIMIS DAN PERCAYA DIRI

Optimisme sebenarnya merupakan sikap yang dimiliki seseorang dimana ia selalu mempunyai harapan akan hasil yang menyenangkan atas apa yang mereka inginkan. Sikap ini tentu sejalan dengan sikap atau karakter positif lainnya seperti visioner, percaya diri, berpikir positif, pantang menyerah dan masih banyak lagi karakter positif lainnya. Saat sikap optimis ini mampu bersanding dengan karakter lainnya maka yang muncul adalah percaya diri. Jika ini yang ada pada diri seseorang maka yakinlah bahwa orang tersebut akan memiliki semangat untuk sukses yang luar biasa, sehingga ia akan mampu menghadapi berbagai rintangan, hambatan dan tantangan selama perjalanannya menuju kesuksesan tersebut.

Dengan demikian maka dapat dikatakan bahwa antara sikap optimis dan percaya diri merupakan dua sikap yang tidak dapat dipisahkan antara satu dengan yang lain. Dimana ada optimis maka disitulah percaya diri itu

ada. Oleh sebab itu maka bagi siapa pun yang ingin menjadi wirausahawan yang sukses, wajib hukumnya untuk memiliki kedua karakter tersebut. Melihat pentingnya sikap optimis dan percaya diri, maka pada bab ini secara khusus penulis membahas tentang sikap optimis dan percaya diri. Harapannya kita semua selalu memiliki kedua karakter tersebut sehingga kita bisa menjadi seorang wirausahawan yang sukses.

Dimilikinya kedua karakter tersebut maka akan membuat seseorang selalu berpikir positif dan produktif. Mereka akan selalu memposisikan dirinya menjadi orang yang kuat dengan segala permasalahan yang dihadapinya. Ia tidak akan menjadi manusia yang *cengeng*, yang selalu berpikir pesimis dan melihat bahwa kegagalan dari sisi yang negatif, sehingga ia selalu menyalahkan dirinya sendiri atas kegagalan yang dialaminya tersebut. Bahkan bagi sebagian orang beranggapan bahwa kegagalan tersebut akan bersifat permanen yang akan selalu terjadi padanya karena ia beranggapan bahwa hal tersebut sudah menjadi nasib dan takdir bagi dirinya.

Kisah Sukses Cak Eko Pengusaha "Bakso Malang Kota Cak Eko"

Mengapa dalam waktu yang sama, ada orang yang sukses namun ada juga yang gagal ? Di satu sisi, ada orang yang tidak serius dalam berusaha, semau-gue dalam bekerja, pengalaman berwirausaha yang minim, bahkan seringkali tidak mampu bersosialisasi dengan orang-orang di sekitarnya. Namun dilain sisi, ada orang yang begitu produktif, dengan usia yang relatif masih muda ia melesat dengan segudang pengalaman usaha, berjuta ilmu dan inspirasi namun tetap rendah hati.

Ya, inilah sekilas cerita sukses Cak Eko. Pengusaha muda berusia 35 tahun ini berbagi pengalaman jatuh bangunnya dalam berwirausaha. Ketika berumur 23 tahun, waktu itu adalah awal mula dia terjun dalam bidang usaha.

Pertama, dia pernah berbisnis handphone. Tidak sempat berjalan lama dan gagal. Faktor yang menyebabkan kegagalan di bidang seluler ini kata dia antara lain tidak fokus, tidak mampu menguasai pasar, menganggap usaha tersebut hanya sambilan dan tambah-tambah penghasilan saja.

Kedua, dia mencoba peruntungan usaha di bidang agribisnis. Namun mengalami kegagalan. Penyebab kegagalannya ternyata mendasar sekali, yaitu tidak menguasai ilmunya. Disebutkan bahwa dia tidak mengetahui dosis pupuk yang harus diberikan, akibatnya terjadi gagal panen yang akhirnya mengalami kerugian.

Ketiga, seorang Cak Eko juga pernah terjun dalam bisnis busana, namun kembali mengalami kegagalan. Penyebab kegagalannya adalah kurang mempelajari situasi dan kondisi pasar yang sedang terjadi, kurang memiliki rasa percaya diri, dan tidak mampu bersaing dalam hal marketingnya.

Keempat, dia pernah menggeluti usaha kerajinan. Berbagai kerajinan diproduksi, namun lagi-lagi ia harus menerima pil pahit alias gagal. Penyebabnya adalah belum mengetahui segmentasi pasar, hanya mengikuti kata hatinya yang tertarik untuk melakukan ekspor dan tidak mempelajari betul bagaimana caranya menembus pasar ekspor, pemasaran secara door to door sehingga kesulitan dalam hal cash flow, dan sulit menagih uang ke konsumen bahkan pernah sampai tiga minggu lamanya. Hal tersebut menyebabkan uang untuk modal berikutnya mengalami kemacetan.



Keempat usaha tersebut adalah sebagian usaha yang pernah dia geluti dan semuanya gagal. Menurut penuturannya dia pernah sepuluh kali mengalami kegagalan dalam membangun usaha, sehingga selain itu ada enam jenis usaha lain yang pernah digelutinya dan mengalami kegagalan. Namun, dia adalah seseorang dengan tipe pekerja keras dan pantang menyerah. Setiap kali jatuh dan gagal, ia terus bangkit, tidak tinggal diam, berusaha menciptakan usaha baru dengan semangat yang tetap. Dalam benaknya, dia harus terus maju, besar, dan dapat membuka lapangan kerja bagi orang lain.

Bagi pria jebolan Fakultas Teknik Sipil - Institut Teknologi Semarang ini, kegagalan merupakan pelajaran bisnis yang tidak ia dapatkan di bangku perkuliahan. Bahkan ketika kuliah ia pernah mendapat nilai E dan harus mengulang mata kuliah yang bersangkutan dengan wirausaha itu.

Awal tahun 2006, ia mulai tertarik untuk berbisnis bakso. Ketertarikannya bermula dari sebuah bandara, ia melihat sebuah gerai yang dikerumuni banyak orang dan tentunya laku keras. Namun dalam bayangannya ia dihadapkan pada masalah permodalan, di bandara itu kira-kira diperlukan tiga ratus juta untuk menyewa sebuah gerai. Kendala lainnya adalah dia tidak bisa membuat bakso. Untuk kendala yang kedua ini nampaknya tidak terlalu sulit bagi dia untuk mengatasinya. Dia pergi ke Surabaya dengan maksud ingin mempelajari bagaimana proses pembuatan bakso. Disana, ia menyuruh seorang kerabatnya untuk mencari orang yang biasa

membuat bakso. Setelah dipertemukan dengan si pembuat bakso, ia belajar selama sehari suntuk. Setelah itu, ia kembali ke Jakarta dan melakukan eksperimen selama 3 bulan.

Setelah 3 bulan bereksperimen, akhirnya ia menemukan formula kering. Meski demikian, ia sempat ragu akan bakso buatannya itu. Ia pun membawa bakso buatannya tersebut untuk dicobakan kepada teman-temannya. Dia tidak menyebutkan tester baksonya itu buatan dia sendiri, ia mengatakan pada teman-temannya bahwa bakso tersebut adalah membeli dari orang lain. Namun apa yang terjadi, setelah dicoba ternyata bakso tersebut diakui teman-temannya lezat sekali, bahkan ada salah seorang temannya minta no hp si pembuat bakso (yang padahal dirinya) karena minggu depan ada acara besar katanya. Betapa terkejutnya Cak Eko waktu itu, betapa tidak, bakso buatannya itu terpakai dan bahkan temannya tadi ingin membeli dalam jumlah banyak karena kelezatannya itu. Akhirnya dia mengaku bahwa bakso tersebut adalah hasil jerih payahnya selama tiga bulan. Dia mulai percaya diri dan yakin bahwa bakso buatannya itu harus segera dikomersialkan.

Pada saat itu, ia dihadapkan pada sebuah kendala. Ia harus mempunyai modal sekitar 40 juta, 30 juta untuk menyewa tempat dan 10 juta untuk peralatan. Dia tidak terjebak dan terlarut dalam menghadapi kendala tersebut dan akhirnya menemukan solusi. Dia mencari tempat yang murah di Bekasi, berkeliling kesana kemari. Dia menemukan sebuah Pujasera yang baru saja dibangun, lalu dia menemui pemiliknya. Ternyata disana sudah ada 3 produsen bakso yang hendak beroperasi. Si pemilik Pujasera sempat menolak Cak Eko dengan dalih tidak sampai hati kepada ketiga produsen bakso yang telah lebih dulu darinya. Dia terus memutar otaknya, bagaimana caranya agar ia bisa memproduksi disana. Timbullah sebuah ide, ia mengusulkan kepada si pemilik Pujasera untuk melakukan tender di rumahnya dengan cara mentesterkan bakso masing-masing. Pada hari minggunya ia mendapat kabar bahwa tender dimenangkan olehnya. Betapa senangnya hati Cak Eko waktu itu, ia bisa memproduksi tanpa harus menyewa toko. Selanjutnya ia membeli peralatan dan bahan baku. Waktu itu modalnya kurang lebih 2,5 juta. Omset pertama ia jualan lumayan besar, sekitar 900 ribu. Omset tersebut terbilang besar dan luar biasa, apalagi awal berjualan pada saat itu.

Setelah mulai berjalan, ternyata dia tidak puas dengan penghasilannya pada saat itu. Dia membuka cabang di Tamrin Square, Bekasi. Kemudian membuka cabang ketiganya di Surabaya. Dia cukup lelah dengan membuka beberapa cabang baru usaha baksonya itu. Dia berfikir 'kapan dapat menikmati hasilnya'. Akhirnya dia memutuskan untuk membangun pola usaha kemitraan. Dengan cara yang unik, banyak orang yang ingin

bermitra dengannya. Lalu, dia mendirikan tempat produksi di Surabaya. Tujuannya agar mempermudah memasok ke Indonesia bagian timur.

Pada suatu ketika, dia berfikir bagaimana caranya agar baksonya itu dikenal banyak orang khususnya di Indonesia. Jika harus pasang iklan di Media, memerlukan biaya yang tak sedikit jumlahnya. Ia memutar kembali otaknya, bagaimana caranya baksonya bisa dikenal banyak orang dengan biaya yang rendah bahkan tanpa biaya. Dibuatlah sebuah tulisan sederhana yang menceritakan profil usaha dan bagaimana dia jatuh bangun dalam usahanya, kemudian dia menceritakan bagaimana ia mengatur usaha baksonya dengan semangat yang besar. Mulai buka toko baksonya pukul 9 pagi, namun persiapannya dimulai sejak pukul 3 dini hari dan pulang ke rumah pukul 10 malam, setelah di rumah ia mengevaluasi kualitas bakso dan keuangannya selama dua jam, sehingga dia hanya tidur selama 3 jam saja. Tulisannya itu dikirim ke 10 media nasional. Dari 10 yang dikirimnya, ia berharap 1 saja mau menerima dan memuatnya. Diluar dugaan, ternyata ada 3 majalah terkenal yang berkenan mengekspos profil usahanya itu. Pada bulan agustus 2006, ketiga majalah tersebut menampilkan profil usahanya. Melalui pendekatan media itulah ia diuntungkan dalam hal promosi, selain dikenal banyak orang juga promosinya tersebut tanpa mengeluarkan uang sepeser pun alias gratis.

Setelah dimuat dalam media, banyak orang mengetahui usaha baksonya dan banyak juga yang menawarkan untuk bermitra, terutama dari Indonesia bagian timur seperti Kupang dan Makasar. Meskipun demikian, ia tidak hanya berfikir bagaimana membangun kemitraan saja, tapi bagaimana dia harus mengatur sarana, modal dan sumberdaya manusianya.

Dari berbagai pengalaman itulah dia semakin kuat dan yakin untuk mulai go internasional khususnya Asean. Dalam melakukan ekspansi usaha kita harus memperhatikan kemampuan yang kita miliki, jangan terlalu cepat, dan perhatikan performancinya. Itulah yang dilakukannya, hingga saat ini sudah membuka cabang sebanyak 127 cabang di Indonesia, bahkan sampai ke Vietnam dan Singapura.

Sepuluh kali gagal tidak membuatnya berhenti di tengah jalan menuju kesuksesannya. Ia terus bangkit dan belajar, tidak lupa belajar sekalipun sudah sukses seperti saat ini.

Dia mencoba mendiversifikasi usahanya di bidang kuliner seperti soto, sate dan lain-lain. Ia juga membangun usaha di bidang pendidikan entrepreneur yang bermitra dengan Renald Khasali Entrepreneur School. Salah satu tujuannya adalah untuk menstimulasi generasi muda dalam berusaha dan memberikan pengertian kepada mereka bahwa kesuksesan itu butuh proses,

tidak instan begitu saja, harus mempersiapkan segalanya dari mulai fisik, mental, manajemen, sumberdaya dan sebagainya.

Itulah sedikit cerita singkat dan kiat-kiat usaha Cak Eko yang kini tengah menempuh pendidikan S2 Manajemen Proyek di Universitas Indonesia. Beliau juga telah banyak memperoleh penghargaan, diantaranya dari Bank Mandiri, Bisnis Indonesia dan lain-lain. Semoga kisah sukses ini bisa menjadi motivasi khususnya bagi penulis dan umumnya bagi pembaca untuk lebih yakin, giat dan semangat dalam berwirausaha.

Kita hanya bisa berusaha, selebihnya Alloh SWT lah yang menentukan keberhasilan dan kesuksesan kita. Semoga kita termasuk orang yang ditaqdirkan sukses dan berhasil oleh Alloh SWT. Aamiin Ya Robbal 'Aalamiin.

MANFAAT OPTIMIS DAN PERCAYA DIRI

Dalam beberapa literatur disebutkan bahwa karakter optimis dan percaya diri memiliki banyak manfaat bagi seseorang. Bahkan para ilmuwan telah membuat kesimpulan atas riset selama puluhan tahun tentang manfaat optimisme dan percaya diri bagi kesehatan. Riset tersebut menunjukkan bahwa orang yang selalu bersikap optimis dan percaya diri lebih sehat dan lebih panjang umurnya dibandingkan dengan orang yang selalu bersikap pesimis.

Disamping itu hasil riset juga mengatakan bahwa orang yang selalu optimis akan lebih mampu menghadapi stres dan lebih kecil kemungkinannya untuk mengalami depresi. Selain itu juga akan memiliki daya tahan yang lebih baik terhadap berbagai penyakit, lebih baik secara fisik dan mental, mengurangi resiko terkena penyakit jantung serta lebih mampu untuk menghadapi berbagai kesulitan hidup.

Pertanyaannya, mengapa hal tersebut bisa terjadi? Jawabnya karena orang yang selalu berpikir optimis dan percaya diri akan selalu menghindari berbagai kegiatan yang dilakukan oleh orang yang pesimis dan tidak percaya diri. Contoh yang paling banyak dilihat di masyarakat adalah orang yang selalu pesimis akan mengalihkan atau melampiaskan rasa pesimisnya terhadap berbagai hal yang bersifat negatif seperti merokok, mengkonsumsi alkohol, mengkonsumsi makanan secara berlebihan, yang semuanya itu tentu akan menimbulkan berbagai macam penyakit.

Sedangkan orang yang bersikap optimis dan percaya diri, juga sebenarnya sama yaitu dalam hidup mereka tentu juga mengalami tekanan, kegagalan, kesedihan dan lain sebagainya. Namun mereka akan melampiaskan hal-hal tersebut ke hal-hal yang bersifat positif seperti

berolah raga, mengurangi makanan berlebih (diet), serta tidak mengonsumsi rokok maupun alkohol. Oleh sebab itu sangatlah wajar jika mereka akan menjadi manusia-manusia yang lebih sehat dibandingkan dengan orang-orang yang selalu bersikap pesimis dan tidak percaya diri.

CARA BERSIKAP OPTIMIS

Sejalan dengan perkembangan zaman yang semakin maju dan persaingan hidup yang semakin ketat ini, memang setiap orang dituntut untuk selalu aktif dalam berbagai hal sehingga ia akan memenangkan persaingan tersebut. Bagi mereka yang tidak atau kurang aktif tentu akan kalah sehingga bisa jadi mereka akan tersingkir dari hiruk pikuk gemerlapnya kehidupan saat ini.

Bagi mereka yang selalu berpikir pesimis dan tidak percaya diri, untuk bisa memenangkan persaingan hidup tersebut tentunya ia harus mampu mengubah sikap pesimis dan tidak percaya diri tersebut menjadi sebaliknya yaitu selalu bersikap optimis dan selalu percaya diri. Sebenarnya tidaklah sulit untuk bisa merubah hal tersebut. Hanya dibutuhkan kesabaran, waktu dan latihan yang rutin sampai orang tersebut bisa selalu bersikap optimis dan percaya diri.

Di bawah ini penulis sampaikan beberapa trik untuk bisa merubah dari pesimis dan tidak percaya diri menjadi optimis dan selalu tampil percaya diri, sebagai berikut:

1. Periksa masa lalu Anda

Saat Anda selalu merasa cemas akan masa depan sebagai salah satu bentuk rasa pesimis dan tidak percaya diri, maka coba Anda periksa masa lalu Anda. Kemungkinan besar Anda memiliki masa lalu yang sampai sekarang terus menghantui Anda sehingga menjadikan Anda seorang yang pesimis dan tidak percaya diri. Jika benar, maka segera singkirkan perasaan tersebut. Fokuslah pada impian masa depan karena sesungguhnya masa lalu tidaklah akan membuat Anda mejadi lebih baik, justru akan menjadikan beban kehidupan Anda.

2. Nikmati setiap proses kehidupan

Beban masa lalu tersebut kadang memang akan selalu menghantui Anda. Dengan demikian maka Anda tidak akan *enjoy* dalam menjalani setiap proses kehidupan Anda. Setiap orang tentu memiliki masalah masing-masing. Sebaiknya Anda selalu berusaha untuk menikmati setiap proses yang ada dalam kehidupan Anda sehingga Anda akan selalu merasa senang menjalani setiap langkah kehidupan Anda.

3. Selalu berkumpul di lingkungan positif

Hal lain yang bisa membuat seseorang menjadi pesimis dan tidak percaya diri adalah lingkungan. Bergaul dan berhubungan dengan lingkungan yang salah terkadang bisa membuat Anda salah juga. Berkumpul dengan lingkungan seperti itu justru akan memunculkan pembenaran atas sikap pesimis dan tidak percaya diri tersebut. Oleh sebab itu segeralah keluar dari lingkungan tersebut. Segera cari dan bergabunglah dengan lingkungan yang lebih baik yang didalamnya banyak orang selalu berpikir optimis dan percaya diri, yaitu lingkungan dimana di dalamnya banyak terdapat orang-orang yang sukses.

4. Latih kesabaran dan hadapi semua dengan ikhlas

Setiap masalah yang Anda hadapi, mungkin adalah ujian dari Tuhan dimana jika Anda mampu melewati ujian tersebut maka Tuhan sudah siapkan rencana sukses besar buat Anda. Oleh sebab itu, berlatih kesabaran dan menghadapi semua semuanya dengan ikhlas tentu akan menumbuhkan sikap optimis dan penuh percaya diri. Dengan demikian maka Anda merasa nyaman menjalani kehidupan Anda.

5. Bersikaplah terbuka dan tingkatkan rasa humor

Memendam setiap permasalahan dan tidak mau membuka diri terkadang justru akan memunculkan sikap pesimis dan tidak percaya diri. Dengan hal itu, seseorang sering beranggapan bahwa dirinyalah manusia yang paling bermasalah di muka bumi ini. Oleh sebab itu bersikaplah terbuka dengan siapa pun, terima mereka semua sebagai bagian dari kehidupan Anda, serta tingkatkan rasa humor Anda, maka Anda akan menjadi manusia yang lebih bisa menikmati hidup ini dan secara otomatis sikap optimis dan percaya diri tersebut akan muncul dalam diri Anda.

6. Buat aturan positif dan komitmen

Degan membuat aturan positif maka Anda akan selalu terjaga dalam kondisi yang selalu positif. Apalagi jika Anda memiliki komitmen yang kuat akan hal tersebut. Maka bisa dipastikan bahwa Anda tidak akan pernah berada pada zona negatif. Dengan demikian maka Anda akan menjadi manusia yang optimis dan selalu percaya diri.

7. Hidup sehat

Melakukan aktivitas olah raga dan menjaga pola makan sehat akan mengubah suasana hati menjadi positif dan mengurangi tingkat stres Anda. Dengan berolah raga dan pola makan sehat, maka pikiran dan tubuh Anda juga akan menjadi sehat bahkan stres juga akan menjadi berkurang.

8. Berserah diri kepada Tuhan

Hal yang paling utama dari semua itu tentunya adalah berserah diri kepada Tuhan akan semua permasalahan yang ada. Dengan demikian maka Anda akan selalu hidup tenang dengan menyandarkan semua permasalahan pada Tuhan. Tinggal bagaimana Anda selalu berikhtiar untuk keluar dari masalah tersebut. Karena sesungguhnya Tuhan tidak akan pernah memberikan ujian diluar batas manusia tersebut. Jadi kalau Tuhan memberikan Anda masalah, itu berarti Tuhan percaya bahwa Anda bisa keluar dari masalah tersebut. Teruslah bersikap optimis dan percaya diri, maka solusi atas permasalahan yang Anda hadapi akan Anda dapatkan.

Berbagai trik yang penulis sampaikan di atas tentu hanya sebagian kecil saja. Masih banyak trik lainnya yang dapat Anda lakukan sehingga Anda akan selalu menjadi manusia yang optimis dan percaya diri. Dengan kedua sikap dan karakter tersebut maka niscaya Anda akan tampil menjadi orang yang sukses nantinya.

CIRI-CIRI ORANG PERCAYA DIRI

Di atas telah disampaikan bagaimana caranya untuk bisa menjadi manusia yang selalu optimis dan percaya diri, seperti yang telah penulis sampaikan sebelumnya bahwa antara optimis dan percaya diri memang merupakan dua sikap atau karakter yang tidak dapat dipisahkan. Guna membedakan orang yang percaya diri, maka dapat dilihat pada berbagai hal yang spesifik. Lauster, seorang ahli psikolog memaparkan ciri dari percaya diri yaitu tidak mementingkan diri sendiri, cukup toleran, tidak membutuhkan dukungan dari orang lain yang berlebihan, serta bersifat optimis dan selalu bergembira.

Sementara itu Misiak dan Sexton menyatakan bahwa kepercayaan diri berkembang melalui interaksi individu dengan lingkungannya, khususnya lingkungan sosialnya. Lingkungan yang kondusif dapat menjadi kesempatan bagi individu yang mengekspresikan ide-ide dan perasaannya, menerima dan memberikan dukungan dan bantuan untuk orang lain, serta menerima dan memberikan umpan balik akan menumbuhkan rasa berarti bagi dirinya sehingga ia akan memiliki konsep diri yang positif.

Dengan memiliki konsep diri yang positif maka seseorang akan selalu menghargai dirinya sendiri, sehingga akan muncul rasa percaya diri yang luar biasa. Hal itu pada akhirnya akan membuat orang tersebut tidak selalu merisaukan dirinya sendiri, namun justru akan membuat dirinya selalu terlihat menyenangkan bagi orang lain.

Seseorang yang selalu tampil percaya diri memiliki ciri-ciri baik secara verbal maupun nonverbal. Beberapa ciri orang yang selalu percaya diri secara verbal dapat disampaikan sebagai berikut:

1. Selalu membuat pernyataan yang jujur, jelas, singkat dan langsung pada masalah
2. Menggunakan pernyataan “saya, saya ingin, saya pikir” dan sebagainya
3. Menawarkan saran perbaikan, buka nasihat atau perintah
4. Menawarkan kritik membangun, tidak menyalahkan/mengharuskan
5. Mengajukan pertanyaan untuk menemukan pemikiran dan perasaan orang lain
6. Menghargai hak orang lain
7. Mengkomunikasikan sikap saling menghargai pada saat kebutuhan dari dua orang yang saling bertentangan, dan mencari penyelesaian yang dapat diterima kedua belah pihak

Disamping ciri-ciri verbal di atas, orang yang selalu tampil percaya diri juga dapat diketahui dari ciri-ciri secara nonverbal. Diantaranya dapat disampaikan, sebagai berikut:

1. Melakukan kontak mata yang intens dan pantas
2. Duduk atau berdiri dengan tegak dan santai
3. Bersikap terbuka dan mendukung komentar orang lain
4. Berbicara dengan tekanan yang jelas, mantap dan tegas
5. Ekspresi wajah santar, tersenyum ketika merasa senang
6. Berbicara dengan mantap, teratur menekankan kata-kata kunci

Disamping itu, jika orang tersebut dihadapkan pada kondisi lingkungan yang baru maka orang yang percaya diri biasanya akan lebih mudah berbaur dibandingkan dengan orang yang tidak percaya diri. Mengapa demikian? Karena orang yang percaya diri memiliki pegangan prinsip yang kuat, mampu memotivasi dirinya sendiri serta yakin dengan peran apa pun yang ia dapatkan. Oleh sebab itu, jika kita semua ingin sukses, maka harus berani untuk menumbuhkembangkan sikap dan karakter percaya diri tersebut sehingga dimana pun berada, kita semua selalu bisa tampil percaya diri dibandingkan dengan orang lain yang ada di sekita kita. Hal itu tentu akan menjadikan kita sebagai orang terpandang yang mampu memberikan pengaruh atau memimpin orang lain.

MACAM-MACAM PERCAYA DIRI

Sebenarnya percaya diri banyak jenisnya. James Neill dalam Sarastika menyebutkan ada beberapa istilah yang terkait dengan persoalan percaya diri. Berikut ini empat macam percaya diri tersebut:

1. *Self-Concept*

Percaya diri yang pertama adalah *self-concept*. Pada istilah ini dipahami bagaimana Anda menyimpulkan diri Anda secara keseluruhan, bagaimana Anda melihat potret diri Anda secara keseluruhan dan bagaimana Anda mengpersepsikan diri Anda secara keseluruhan.

2. *Self-Esteem*

Kedua adalah *self-esteem*, yaitu sejauh mana Anda punya perasaan positif terhadap diri Anda, sejauh mana Anda punya sesuatu yang Anda rasakan bernilai atau berharga dari diri Anda dan sejauh mana Anda meyakini adanya sesuatu yang bernilai, bermartabat atau berharga di dalam diri Anda.

3. *Self-Efficacy*

Pada istilah ketiga adalah *self-efficacy*, yaitu sejauh mana Anda punya keyakinan atas kapasitas yang Anda miliki untuk bisa menjalankan tugas atau menangani persoalan dengan hasil yang bagus. Ini yang disebut dengan *general self-efficacy*. Atau juga sejauh mana Anda meyakini kapasitas Anda dibidang Anda dalam menangani urusan tertentu. Ini yang disebut dengan *sepesific self-efficacy*.

4. *Self-confidence*

Rata-rata yang ingin dicapai setiap orang adalah *self confidence* yang menyangkut sejauh mana Anda punya keyakinan terhadap penilaian Anda atas kemampuan Anda dan sejauh mana Anda bisa merasakan adanya kepantasan untuk berhasil. *Self confidence* ini adalah kombinasi dari *self-esteem* dan *self-efficacy*.

RENDAH DIRI

Berbanding terbalik dengan percaya diri, rendah diri sebenarnya merupakan pandangan atau keyakinan seseorang bahwa dirinya tidak memiliki kemampuan yang cukup, tidak dicintai, tidak layak dan tidak kompeten. Orang yang rendah diri biasanya akan menyalahkan setiap kesempatan atau peluang yang menghampiri dirinya. Hal ini dikarenakan orang tersebut merasa tidak memiliki kemampuan yang cukup dan tidak berdaya dalam menghadapi berbagai hal yang ada.

Banyak faktor yang menyebabkan seseorang menjadi rendah diri baik yang berasal dari dirinya sendiri maupun orang lain. Oleh sebab itu setiap orang sebaiknya bisa membangun semangat dan keberanian yang kuat agar terhindar dari rasa rendah diri tersebut. Adapun beberapa penyebab munculnya sikap rendah diri, diantaranya adalah:

1. Adanya penolakan dari orang lain akan dirinya
2. Tidak mampu membangun rasa percaya diri
3. Latar belakang keluarga yang meliputi budaya, sosial dan ekonomi
4. Adanya perasaan takut bersaing
5. Pernah mengalami kegagalan
6. Terlalu sering berdialog negatif dengan dirinya sendiri yang cenderung merendahkan harga dirinya sendiri

Orang yang merasa rendah diri selalu membayangkan citra diri mereka sendiri yang buruk sebagai orang yang tidak mampu berbuat apa-apa ketika sebuah masalah datang menghampirinya. Biasanya mereka cenderung setuju jika ada orang lain yang mengatakan bahwa dirinya tidak cocok atau tidak layak untuk melakukan suatu hal dan bahkan ia akan setuju manakala ada orang lain yang mengatakan bahwa orang tersebut sebagai sosok yang berkarakter negatif.

Bahkan disisi lain, orang dengan karakter rendah diri umumnya tidak yakin bahwa mereka dapat berhasil dalam menghadapi kehidupannya. Saat mereka menghadapi sesuatu yang buruk atau negatif maka sering diantaranya yang menafsirkan hal tersebut sebagai bukti bahwa mereka tidak akan berhasil menjadi orang yang sukses. Sebaliknya, saat mereka mampu mendapatkan prestasi, maka mereka akan menganggapnya sebagai sebuah keberuntungan belaka.

Dalam berbagai kasus, orang yang rendah diri juga cenderung memiliki lingkungan yang salah, namun mereka merasa nyaman didalamnya karena memang mereka merasa sependeritaan dengan lingkungan tersebut. Orang-orang yang rendah diri tersebut memiliki beberapa ciri, diantaranya:

1. Ketidakmampuan untuk membuat keputusan untuk diri sendiri atau orang lain
2. Pemalu, karena mereka merasa tidak bisa berpenampilan atau bertindak seperti yang diharapkan orang lain dari mereka
3. Kebutuhan untuk menjadi sempurna dimana sebagian besar orang yang rendah diri menjadi perfeksionis karena mereka berpikir dengan menjadi sempurna, mereka akan menyenangkan orang lain atau membuat orang lain lebih menyukai mereka

4. Ketidakmampuan untuk menangani kritik, terlalu pesimis atau kritis terhadap orang-orang yang ada di sekitarnya. Mereka sering pesimis dan tidak bisa melihat hal-hal yang bersifat positif dalam berbagai situasi dan kondisi
5. Terus menerus merasa khawatir akan masa depan mereka karena mereka tidak memiliki keyakinan yang kuat bahwa mereka bisa menjadi orang yang sukses

PERCAYA DIRI YANG BERLEBIHAN

Semua orang pasti setuju jika percaya diri merupakan karakter penting yang harus dimiliki oleh siapa pun agar orang tersebut bisa menjadi orang yang sukses. Dengan karakter percaya diri tersebut maka seseorang tentunya akan selalu bersemangat untuk menjalani kehidupannya. Namun demikian tentu kita harus memahami dengan baik batasan-batasan sikap percaya diri tersebut. Kita harus bisa membedakan antara sikap percaya diri yang benar (*authentic self-esteem*) dengan percaya diri yang palsu (*pseudo self-esteem*).

Apa yang telah penulis sampaikan pada subbab sebelumnya tentunya merupakan percaya diri yang benar. Namun demikian ada kalanya kita jumpai orang yang memiliki sikap percaya diri yang terlalu berlebihan (*over confidence*) sehingga justru menimbulkan kesan tinggi hati atau sombong. Orang seperti ini akan selalu merasa dirinya yang paling hebat, tidak mau dikritik oleh siapa pun, sering membanggakan dirinya sendiri, mau menang sendiri, meremehkan orang lain dan justru kadang bersifat agresif.

Namun orang-orang seperti itu justru dapat dikatakan bahwa ia sebenarnya merupakan orang yang tidak percaya diri karena ia selalu mencari pertahanan dan pembenaran akan kehebatan dirinya sendiri. Sikap sombong tersebut justru merupakan refleksi dari orang yang tidak percaya diri. Sebenarnya ia merasa minder sehingga ia merasa harus mempertahankan dirinya sendiri dan cenderung menganggap orang lain merupakan ancaman bagi dirinya sendiri.

Bahkan dalam beberapa kesempatan orang yang memiliki rasa percaya diri berlebihan (sombong), akan selalu menganggap orang lain sebagai saingan, sehingga ia merasa tidak nyaman manakala ada orang lain yang berhasil. Ia tidak akan pernah bisa memuji orang lain yang berhasil. Bahkan banyak dijumpai orang yang memiliki rasa percaya diri berlebihan, akan selalu menutupi kelemahannya, seperti pepatah “tong kosong nyaring bunyinya”. Oleh sebab itu, sikap percaya diri yang benar adalah seperti ilmu padi, “semakin berisi akan semakin merunduk”, yang berarti bahwa orang

yang percaya diri, semakin ia memiliki kelebihan maka ia justru akan semakin merunduk dan tidak menonjolkan dirinya.

PENUTUP

Mengingat pentingnya memiliki karakter optimis dan percaya diri, maka sudah seyogyanya jika Anda semua harus mampu memupuk dan meningkatkan rasa optimis dan percaya diri yang Anda miliki selama ini. Dengan demikian maka Anda akan mampu menjadi orang yang selalu siap menghadapi segala tantangan, rintangan dan hambatan sehingga pada akhirnya kita akan menjadi manusia yang sukses dalam setiap kesempatan. Karakter optimis dan percaya diri menjadi penting untuk dimiliki karena dengan kedua karakter tersebut Anda akan selalu tampil menjadi orang yang selalu yakin akan sebuah keberhasilan. Tidak ada keraguan sedikit pun bagi orang yang selalu merasa optimis dan percaya diri. Oleh sebab itu ia akan mampu menghadapi segala rintangan demi mencapai sebuah kesuksesan dimasa yang akan datang.

LITERASI

- Sarastika, Pradipta. 2014. Buku Pintar Tampil Percaya Diri. Rahasia Sukses Tampil Percaya Diri di Segala Situasi. Cetakan Pertama. Penerbit Araska. Yogyakarta.
- Seto, Mario. 2015. Mindset Revolution. Bagaimana Membuat Kesuksesan Memburu Anda. Cetakan Kedua. Penerbit New Diglossia. Yogyakarta.
- Suarna, Cecep. 2017. Teologi Bisnis. Melacak Jejak Nalar Entrepreneur. Cetakan Pertama. PT Remaja Rosdakarya Offset. Bandung.
- Tatang, Hidayat. 2012. Kisah Sukses Cak Eko Pengusaha “Bakso Malang Kota-Cak Eko”. Sumber: <https://hidayattatang7.wordpress.com/2012/12/19/kisah-sukses-cak-eko-pengusaha-bakso-malang-kota-cak-eko/>. Diunduh tanggal 27 September 2018.

[09]

PANTANG MENYERAH DAN BERANI MENGAMBIL RISIKO

Dalam bab sebelumnya telah secara jelas dibahas mengenai karakter optimis dan percaya diri. Dengan kedua karakter yang tidak dapat dipisahkan tersebut maka dalam diri seseorang akan muncul motivasi yang sangat kuat untuk menghadapi berbagai rintangan, tantangan dan hambatan, yang pada akhirnya orang tersebut akan tampil menjadi orang yang sukses dan mampu mewujudkan apa yang menjadi impiannya.

Namun demikian sebenarnya sebelum ia mampu mewujudkan impiannya tersebut, dengan dimilikinya karakter optimis dan percaya diri maka dalam diri seseorang itu akan tumbuh dua karakter lainnya yang sebesarnnya juga tidak dapat dipisahkan yaitu karakter pantang menyerah dan karakter berani mengambil resiko. Orang-orang yang selalu optimis dan percaya diri akan menatap masa depan dengan penuh kepastian dan keyakinan. Oleh sebab itu sangatlah wajar jika dalam diri mereka akan muncul karakter lainnya yaitu pantang menyerah.

Pada prinsipnya pantang menyerah merupakan karakter yang terbangun karena adanya karakter optimis, percaya diri dan keyakinan yang kuat untuk menggapai apa yang menjadi impiannya di masa depan. Hal tersebut tentu akan mendorong seseorang untuk memiliki kekuatan menghancurkan setiap rintangan, tantangan dan hambatan yang ia hadapi selama proses mewujudkan impian tersebut.

Dengan munculnya karakter pantang menyerah, maka ia akan menjadi manusia yang selalu gigih dan berani untuk mengambil resiko apapun selama apa yang menjadi impiannya dapat tersewujud nantinya. Dengan demikian maka dapat dikatakan bahwa natara optimis, percaya diri, pantang menyerah dan keberanian mengambil resiko sebenarnya merupakan karakter yang saling berkaitan dan tidak dapat dipisahkan antara satu dengan lainnya. Oleh sebab itu maka setiap siapa pun yang ingin sukses nantinya termasuk kita semua yang ingin menjadi wirausahawan yang sukses, wajib hukumnya memiliki keempat karakter tersebut. Dikarenakan dalam bab sebelumnya telah dibahas mengenai optimis dan percaya diri,

maka khusus dalam bab ini akan dibahas mengenai karakter pantang menyerah dan keberanian mengambil resiko. Harapannya kita semua bisa memiliki kedua karakter tersebut dan nantinya bisa menjadi orang-orang yang sukses, yang mampu mewujudkan setiap impian kita semua.

PENTINGNYA KARAKTER PANTANG MENYERAH

Marylin Vos Savant, seorang wanita Amerika yang berprofesi sebagai kolumnis, penulis buku, pengajar dan penulis skrip drama yang juga merupakan manusia dengan IQ tertinggi yaitu sebesar 228 bahkan masih di atas Thomas Alva Edison, Einstein dan juga Leonardo Davinci yang hanya mencaai 220 mengatakan bahwa *“dikalahkan sering kali merupakan kondisi sementara. Menyerahlah yang membuatnya menjadi permanen”*. Ungkapan tersebut sangatlah tepat, dan ini banyak dialami orang-orang yang sudah sukses termasuk sukses dalam dunia wirausaha.

Pertanyaannya adalah apakah orang yang sudah sukses termasuk sukses dalam berwirausaha tidak pernah gagal? Jawabnya tentu saja pernah. Namun demikian mereka tidaklah menyerah dengan kegagalan atau kekalahan tersebut. Mereka selalu bangkit dan bangkit lagi. Mereka selalu berusaha sekuat tenaga dengan memanfaatkan kekuatan yang mereka miliki. Mereka terus mengoptimalkan semua potensi yang ada dipadu dengan semangat yang luar biasa hingga apa yang mereka impikan bisa menjadi kenyataan.

Perjalanan Sang Colonel Sanders



Colonel Harland David Sanders atau dikenal dengan nama Colonel Sanders, lahir pada 9 September 1890. Beliau adalah sosok yang dikenal sebagai seorang pebisnis Amerika dan pendiri salah satu rumah makan cepat saji Kentucky Fried Chicken (KFC). Colonel Sanders, lahir dari pasangan Wilbur David dan Maragaret Ann. Beliau adalah sulung dari tiga bersaudara. Ayahnya adalah orang yang baik di lingkungan sosial dan bekerja di sebuah peternakan.

Suatu saat, ayahnya terjatuh dan mengalami patah tulang. Singkat cerita, ayah Colonel Sanders bekerja sebagai tukang daging di Henryville. Pada tahun 1895, ayah Colonel Sanders jatuh sakit dan meninggal. Ibunya bertanggung jawab untuk menafkahi keluarga, dengan bekerja di pabrik pengalengan tomat. Sanders sebagai anak paling tua, harus menjaga dan

memasak untuk adik-adiknya yang masih kecil. Berkat hal tersebut, Sanders menjadi ahli memasak roti, sayuran dan daging. Pada usia 10 tahun, Sanders bekerja sebagai buruh tani di sebuah peternakan di Charlie Norris dan Henry Monk.

Pada tahun 1902, Ibu Sanders menikah kembali dengan William Broadus dan pindah ke Greenwood Indiana. Sanders sendiri tidak memiliki hubungan yang baik dengan ayah tirinya. Pada tahun 1903, Sanders terpaksa harus keluar dari sekolah, saat kelas 7 dan kembali bekerja di peternakan. Pada usia 13 tahun, Beliau meninggalkan rumah dan bekerja sebagai tukang cat kereta kuda di Indianapolis.

Pada usia 14 tahun, Sanders pindah ke Selatan Indiana dan bekerja di lahan pertanian milik Sam Wilson. Setelah mendapatkan persetujuan dari ibunya, Sanders bersama Pamannya menuju ke New Albany Indiana pada tahun 1906. Pamannya bekerja diperusahaan trem dan Sanders dijadikan sebagai konduktor.

Sanders tergabung di Tentara Amerika Serikat pada tahun 1906, setelah memalsukan tanggal lahirnya. Beliau mendapat tugas di kuba dan setahun kemudian diberhentikan secara hormat. Setelah diberhentikan dari tentara Amerika Serikat, Sanders pindah ke tempat tinggal pamannya di Sheffield Alabama.

Setelah itu, Sanders sempat berpindah-pindah tempat tinggal dan pekerjaan. Pada tahun 1909 Sanders bertemu dengan Josephine dan menikah. Tidak banyak perubahan signifikan dalam pekerjaan Sanders. Beliau sempat bekerja sebagai pemadam api diperusahaan kereta bermesin uap, peternakan hingga agen asuransi.

Pada tahun 1920, Sanders dan beberapa orang kawan mendirikan perusahaan kapal feri yang beroperasi di Sungai Ohio (antara Jeffersonville dan Louisville). Bisnis kapal ferinya berkembang pesat dalam waktu yang relatif singkat. Sanders ditarik sebagai sekretaris di Kamar dagang, Columbus Indiana. Ternyata Sanders merasa tidak cocok dengan pekerjaan tersebut. Sanders keluar dari bisnis patungan tersebut dan menggunakan uangnya untuk membuat perusahaan lampu asetelin. Bisnis lampu asetelin tersebut tidak berhasil sukses, karena kalah dengan lampu elektrik. Sanders pindah ke Winchester, Kentucky dan bekerja sebagai salesman untuk Michelin Tire Company. Beliau kehilangan pekerjaannya pada tahun 1924 ketika Michelin menutup pabrik New Jersey.

Pada tahun 1924, Sanders bertemu dengan manajer Standard Oil of Kentucky. Sang manajer meminta Sanders untuk menjalankan stasiun layanan di Nicholasville. Pada tahun 1930, stasiun ditutup akibat Depresi

Ekonomi yang parah. Pada tahun 1930, Shell Oil Company menawarkan kesepakatan dengan Sanders untuk menjalankan bisnis di stasiun pompa bensin di North Corbin, Kentucky. Mereka menawarkan dengan konsep bagi hasil dengan Sanders. Singkat cerita Sanders mulai menawarkan masakan ayam goreng dan makanan lainnya seperti ham dan steak. Sanders sempat diberi penghargaan sebagai Kolonel Kentucky pada tahun 1935 oleh Gubernur Kentucky Ruby Laffoon.

Popularitas lokalnya tumbuh dan pada tahun 1939, kritikus makanan Duncan Hines mengunjungi restoran Sanders. Nama restoran Sanders masuk dalam Adventures in Good Eating dan panduan restoran di seluruh Amerika Serikat. Pada Juli 1939, Sanders membeli sebuah motel untuk dijadikan rumah makan. Sayangnya pada bulan November 1939, tempat tersebut mengalami kebakaran. Oleh sebab itu Sanders harus membangun kembali rumah makannya, dengan jumlah kursi yang makin banyak.

Pada tahun 1940 Colonel Sanders telah berhasil menyelesaikan resep rahasianya, untuk menggoreng ayam. Pada Desember 1942 terjadi perang dunia ke II dan terjadi kekacauan. Sanders sempat menutup rumah makannya dan beberapa kali pindah pekerjaan di bidang resto.

Colonel Sanders sempat mengalami titik nadir dalam hidupnya, ketika Beliau harus berpisah dengan istrinya. Pada usia menjelang 60 tahunan, Beliau kembali membangun rumah makan dan menawarkan resep rahasianya untuk diwaralabakan. Setelah menjalani perjalanan yang panjang dan banyak penolakan, pada tahun 1952, Colonel Sanders berhasil menjual pertama kali waralaba Kentucky Fried Chicken kepada Pete Harman dari South Lake Utah. Konsep bisnis waralaba KFC berhasil dan dijual pada tahun 1964. Di Usia 75 tahun, bisnis KFC menjadi salah satu restaurant dengan pertumbuhan cabang yang sangat banyak. KFC ditawarkan oleh seorang pengusaha dengan harga US\$ 2 juta.

Banyak hal yang kita pelajari dari kisah hidup Colonel Sanders. Ternyata banyak kejadian yang tidak meng-enakan, terlebih pada masa tuanya. Meskipun begitu ada pelajaran seperti pantang menyerah dan kreatif dalam membangun model bisnis dan bisnis. Semoga kisah Colonel Sanders pendiri KFC di atas dapat bermanfaat.



Itulah gambaran orang sukses yang belum tentu tidak pernah mengalami kegagalan sebelumnya. Sepanjang hidupnya ternyata suka dan duka selalu dialami oleh Colonel Sanders. Bukan hanya dalam perjalanan karirnya namun juga dalam hal rumah tangga dan juga bisnisnya. Namun berkat karakter pantang menyerah yang dimiliki Colonel Sanders selalu bangkit dari setiap kegagalan. Ia terus mencoba dan dengan penuh semangat terus berupaya untuk menggapai impiannya. Hingga akhirnya ia sukses mendirikan Restoran Kentucky Fried Chicken yang sudah sangat mendunia seperti saat ini bahkan dalam usia yang tidak tergolong muda lagi, yaitu di usianya yang ke-75 tahun.

Orang-orang sukses selalu memiliki tekad yang kuat untuk berhasil. Impian yang ia bangun mampu membuatnya memiliki karakter pantang menyerah. Oleh sebab itu tidaklah mengherankan jika kegagalan yang ia alami bukan menjadi akhir segalanya melainkan justru menjadi pemicu untuk ia kembali bangkit lagi dari kegagalan tersebut. Dan bahkan dalam beberapa kasus tidak sedikit yang mengulang perjalanannya dari awal hingga akhirnya ia mampu meraih kesuksesan tersebut.

Disamping itu, orang-orang sukses tentu memiliki banyak rencana. Oleh sebab itu tidaklah mengherankan jika mereka selalu memiliki cara untuk mencapai kesuksesannya tersebut. Disitulah letak karakter pantang menyerah tersebut. Dengan berbagai rencana yang mereka miliki, ia akan selalu berusaha dengan cara yang lain manakala ia menemui kebuntuan. Mereka yakin, jika mereka terus berusaha dan pantang menyerah serta terus berusaha untuk memperbaiki setiap kekurangan yang ada sebelumnya maka mereka akan mampu mengubah kegagalan tersebut menjadi sebuah kesuksesan. Bagi mereka definisi kegagalan adalah saat mereka tidak memiliki rencana, tidak bekerja sesuai dengan rencana yang sudah dibuatnya dan menyerah dengan cepat.

Mereka yakin bahwa dengan memfokuskan pada langkah-langkah nyata dan berjanji untuk tidak pernah menyerah maka sukses akan menjadi milik mereka. Ini lebih dilandasi karena mereka sadar bahwa sukses besar sebenarnya merupakan kumpulan dari sukses-sukses kecil. Sementara itu untuk bisa sukses tentu membutuhkan perubahan-perubahan kecil, mental dan fisik yang jika perubahan tersebut dikelola dengan baik maka tahapan-tahapan yang sudah direncanakan sebelumnya tentu akan dapat dilalui dengan baik yang pada akhirnya akan menghasilkan kesuksesan yang sangat luar biasa.

Hal itulah yang sebenarnya membedakan antara orang sukses dengan orang yang gagal. Karakter pantang menyerah yang sangat kuat selalu menjadi landasan bagi mereka semua untuk selalu bangkit guna menggapai impian yang telah mereka inginkan sebelumnya. Semakin besar impian

tersebut tentunya akan semakin besar tekad dan rasa pantang menyerah yang mereka miliki, dan semakin besar pula peluang bagi mereka untuk bisa berhasil dan sukses.

Karakter pantang menyerah tersebut pada akhirnya akan melahirkan karakter lainnya yaitu keberanian mengambil risiko. Orang-orang yang memiliki karakter pantang menyerah tentu tidak takut dengan risiko apapun yang akan mereka hadapi sebelum apa yang mereka impikan tersebut dapat tersebut. Mengingat pentingnya karakter keberanian mengambil risiko tersebut, maka pada subbab selanjutnya penulis akan banyak membahas mengenai berani mengambil risiko.

BERANI MENGAMBIL RISIKO

Jika sebelumnya telah disampaikan bahwa Marilyn Vos Savant mengatakan *“dikalahkan sering kali merupakan kondisi sementara. Menyerahlah yang membuatnya menjadi permanen”* maka Jean-Claude Killy yang merupakan seorang mantan pembalap ski alpine Piala Dunia Perancis mengatakan bahwa *“untuk menang, Anda harus mengambil resiko kalah”*. Ini sangatlah tepat karena antara menang dan kalah, antara sukses dan gagal, antara bisa dan tidak merupakan sesuatu yang pasti akan terjadi.

Orang yang sudah belajar dengan sangat keras pada akhirnya tentu akan dihadapkan pada kenyataan antara kalau tidak menang ya kalah. Tanpa berani mengambil resiko kekalahan maka tentunya ia tidak akan berani untuk masuk ke ring pertandingan. Oleh sebab itu jika seseorang ingin sukses di atas rata-rata yang orang lain dapatkan, maka ia juga harus berani mengambil resiko gagal di atas rata-rata yang orang lain pernah alami. Dengan berani mengambil risiko maka sebenarnya seseorang telah berani mengambil kesuksesan tersebut.

Pengertian Risiko

Sebenarnya apa yang dinamakan risiko itu? Dalam dunia usaha tentu dikenal banyak pengertian risiko. Namun pada dasarnya secara umum risiko selalu dikaitkan dengan adanya suatu ketidakpastian pada masa yang akan datang. Secara spesifik, risiko didefinisikan sebagai adanya konsekuensi, sebagai dampak adanya ketidakpastian, yang memunculkan dampak yang merugikan bagi pelaku usaha. Sebaliknya konsekuensi yang memunculkan dampak yang menguntungkan tidak dianggap sebagai risiko. Konsekuensi positif inilah yang dianggap sebagai keuntungan yang diharapkan.

Berdasarkan pengertian di atas maka sekali lagi penulis sampaikan bahwa risiko akan selalu ada dalam setiap kehidupan manusia ini. Mereka yang berani untuk mengambil risiko tersebutlah tentunya yang nantinya

akan keluar menjadi juara. Sebagai contoh, jika dahulu Thomas Alfa Edison tidak berani mengambil risiko “tersetrum (tersengat listrik)” maka bisa dibayangkan, mungkin sampai saat ini kita tidak akan pernah menikmati cahaya bola lampu yang setiap malam akan menerangi kita. Karena keberaniannya mengambil risiko tersengat listrik itulah maka pada akhirnya Thomas Alfa Edison mampu menciptakan lampu pijar walaupun telah mengalami kegagalan puluhan bahkan ratusan kali. Namun berkat keberaniannya mengambil setiap risiko disetiap percobaan yang ia lakukan, pada akhirnya ia mampu menciptakan lampu pijar tersebut.

Konotasi Risiko

Jika mendengar kata risiko, maka sudah tentu banyak orang akan berpikir sesuatu yang negatif. Mengapa demikian? Karena biasanya risiko tersebut akan selalu berhadapan dengan bahaya yang dapat mengancam nyawa seseorang. Oleh sebab itu memang dalam kehidupan ini tidak banyak orang yang berani untuk mengambil risiko tersebut. Namun sebenarnya apakah memang demikian yang terjadi? Tidak. Bagi orang-orang yang sukses risiko terbesar baginya adalah jika ia tidak berani mengambil risiko itu sendiri. Oleh sebab itu, bagi orang yang ingin sukses, mengambil risiko tentu sudah menjadi sebuah keharusan bagi mereka, karena mereka menginginkan sebuah kesuksesan itu sendiri.

Contoh yang paling mudah kita lihat adalah bagaimana orang-orang sukses berwirausaha. Semakin banyak modal yang ia tanamkan dalam usahanya, tentunya akan semakin banyak keuntungan yang ia akan dapatkan. Sebaliknya, semakin sedikit modal yang ia tanamkan dalam usahanya maka akan semakin sedikit keuntungan yang ia akan dapatnya. Walau tentu kita tahu, dengan menanamkan modal yang jauh lebih besar maka risiko kehilangan modal dalam jumlah besar tersebut juga akan semakin besar. Berbeda dengan orang yang menanamkan modal dalam jumlah sedikit, tentu walaupun modal tersebut hilang maka jumlahnya juga tidak akan terlalu banyak.

Namun demikian sebenarnya jika kita berbicara tentang konotasi risiko, semua itu sangat tergantung bagaimana dengan *mindset* kita sendiri. Jika memang kita *winner mindset* (pola pikir pemenang) yang kuat maka yakinlah bahwa risiko tersebut sebenarnya tidak ada. Sebaliknya jika kita memiliki *loser mindset* (pola pikir kalah) maka kita akan selalu dihantui ketakutan akan risiko tersebut yang luar biasa. Dengan demikian maka dapat kita simpulkan bahwa sebenarnya besar kecilnya risiko tersebut sangat tergantung bagaimana diri kita masing-masing ini memikirkan tentang risiko itu sendiri. Semakin besar risiko tersebut dibayangkan maupun dipikirkan maka bagi kita yang terjadi adalah begitu besar risiko yang akan kita hadapi. Namun jika kita

sama sekali tidak memikirkan risiko tersebut, maka bagi kita tentu risiko itu menjadi sangat kecil. Oleh sebab itu, marilah belajar dari orang-orang sukses yang dari pada memikirkan risiko yang ada, mereka akan cenderung memikirkan impian mereka untuk sukses. Dengan demikian maka risiko itu akan menjadi sangat kecil dan bahkan terlihat tidak ada, dimana yang ada adalah gundukan gunung kesuksesan yang sudah ada di depan mata.

Antara Risiko dan Penyebab Kegagalan

Seperti telah disampaikan sebelumnya bahwa efek dari apapun yang dilakukan oleh seseorang tentu kalau tidak berhasil, ya gagal. Hanya ada dua pilihan tersebut. Demikian juga dalam dunia wirausaha, seseorang yang berani mengambil risiko untuk mulai berwirausaha pada akhirnya juga akan berujung pada dua pilihan tersebut yaitu berhasil atau gagal. Pertanyaannya adalah benarkah seorang wirausahawan itu memiliki keberanian tingkat pengambilan risiko yang lebih tinggi? Berdasarkan beberapa penelitian sebelumnya didapatkan kesimpulan bahwa dalam hal keberanian mengambil risiko, seorang wirausahawan juga nyaris memiliki keberanian yang relatif sama saja dengan orang lain.

Dalam ilmu psikologi sosial, kita mengenal bagaimana orang mengambil kesimpulan atas perilaku seseorang yaitu yang disebut dengan istilah atribut internal (*internal attribution*) dan atribut eksternal (*external attribution*). Orang-orang yang sukses dalam berwirausaha walaupun memiliki tingkat keberanian mengambil risiko yang nyaris sama dengan orang lain namun kebanyakan diantara mereka cenderung termasuk ke dalam golongan manusia yang meyakini atribut internal.

Dengan keyakinan tersebut maka ia yakin bahwa apa yang terjadi pada dirinya sendiri sebenarnya dirinyalah yang menjadi penyebabnya. Dengan demikian maka ia yakin bahwa jika ia melakukan semuanya dengan baik, bersungguh-sungguh dan sesuai dengan rencana yang telah dibuat sebelumnya, maka kegagalan tersebut tidak akan pernah ada. Sebaliknya, justru keberhasilanlah yang akan mereka dapatkan. Oleh sebab itu mereka selalu berusaha sekuat tenaga untuk menghadapi semua risiko yang ada hingga ia berhasil.

Hal ini tentunya sangat berbeda dengan mereka yang tidak berani terjun ke dunia wirausaha. Mungkin mereka cenderung beranggapan bahwa kegagalan yang terjadi lebih disebabkan karena atribut eksternal, yaitu penyebab kegagalan tersebut lebih dikarenakan faktor luar atau orang lain dan bukan dari dalam diri sendiri. Dengan demikian maka ia akan beranggapan bahwa faktor kegagalan tersebut tidak bisa kita ukur sendiri karena ada faktor luar yang tidak dapat dikendalikannya. Pemikiran itu pada akhirnya telah menimbulkan kecemasan dan rasa was-was yang sangat tinggi

sehingga ia tidak berani untuk mengambil risiko yang ada dengan berusaha untuk menjadi seorang wirausahawan. Oleh sebab itu maka jika kita semua ingin berhasil menjadi seorang wirausahawan maka kita harus berani untuk menjadi manusia yang “beratribut internal” sehingga dengan demikian maka kita akan mempersiapkan diri dengan baik dalam menghadapi berbagai kemungkinan risiko yang akan muncul nantinya, sehingga kita bisa selalu siap menghadapinya dengan baik.

Mengapa demikian? Jawabnya karena memang menjadi wirausahawan itu penuh dengan risiko. Oleh sebab itu sebagai seorang wirausahawan kita semua harus siap menjadi *risk takers* (pengambil risiko). Dengan keberanian tersebut, maka ia akan menjelma menjadi manusia yang berkarakter berani untuk mengambil risiko. Pada akhirnya ia pun akan menjadi seorang wirausahawan yang berhasil.

PENUTUP

Karakter pantang menyerah dan berani mengambil resiko memang merupakan karakter yang sangat penting bagi seseorang khususnya bagi mereka yang ingin menjadi wirausahawan yang sukses. Oleh sebab itu kedua karakter tersebut harus terus dipupuk dan dilatih sedemikian rupa sehingga akan selalu ada pada diri setiap wirausahawan. Memang untuk bisa memilikinya tidaklah mudah. Namun dengan latihan yang memadai penulis yakin setiap orang akan mampu memiliki kedua karakter tersebut.

LITERASI

Seto, Mario. 2015. *Mindset Revolution. Bagaimana Membuat Kesuksesan Memburu Anda*. Cetakan Kedua. Penerbit New Diglossia. Yogyakarta.

Amir, Taufiq. 2016. *Corpotare Entrepreneurship and Innovation*. Melejitkan Semangat Intrapreneurship di Organisasi. Cetakan Pertama. PT Kharisma Putra Utama. Jakarta

Internet

<https://www.finansialku.com/kisah-sukses-colonel-sanders-pendiri-kfc/>

[10]

LEADPRENEURSHIP, Memiliki Bakat Kepemimpinan Wirausaha yang Kuat

Usaha ibarat sebuah pesawat terbang, yang hendak membawa seseorang dari suatu tempat ke tempat lain yang dituju. Layaknya sebuah pesawat terbang tentunya sebuah usaha juga memerlukan seorang “pilot” yang akan menjadi pemimpin selama pesawat tersebut terbang. Jika sang pilot mampu mengoperasikan semua panel yang ada di kokpit dengan baik, maka pesawat terbang tersebut akan selamat sampai tujuan. Demikian juga dengan sebuah usaha, diperlukan seorang pemimpin yang mampu menjalankan berbagai strategi usaha yang telah dipersiapkan sebelumnya melalui *business plan* dengan baik.

Jika pemimpin tersebut mampu mengoperasikan segala sesuatu yang telah dirancang sebelumnya, maka niscaya usaha tersebut akan terus berkembang sesuai dengan yang diharapkan. Namun jika sang pemimpin usaha tersebut tidak mampu menjalankan berbagai rancangan yang ada, maka kemungkinan usaha yang dirintisnya tidak akan berjalan sesuai dengan harapan, dan justru banyak yang gulung tikar sebelum usaha tersebut mampu berkembang dengan baik.

Pertanyaannya sekarang adalah siapakah pemimpin dalam sebuah usaha tersebut? Kualifikasi apa sajakah yang seharusnya dimiliki oleh pemimpin tersebut? Pertanyaan ini nampaknya sangat sederhana, namun sangat luas untuk dijabarkan. Kebanyakan wirausahawan terutama yang berbentuk perseorangan, selalu menjalankan usahanya seorang diri. Ia adalah pemilik usaha, sekaligus pemilik modal, pimpinan bahkan manajer pemasaran yang merangkap pembelian bahkan produksi sekaligus keuangan.

Hal ini banyak kita jumpai pada usaha-usaha yang baru saja dirintis. Sang pemilik usaha yang biasanya sekaligus menjadi pimpinan atas usaha tersebut, sering tidak berani untuk mendelegasikan berbagai tugas dan tanggung jawabnya kepada orang lain. Dengan demikian maka ia menjadi

orang yang paling sibuk dalam menjalankan usaha tersebut, sehingga kurang berkonsentrasi atas permasalahan dan pengembangan usaha yang dijalankannya. Hasilnya, perkembangan usahanya pun berjalan lambat atau bahkan tidak mengalami perkembangan sama sekali. Kalau pun usahanya mampu berkembang dalam waktu relatif singkat, maka kebanyakan dari mereka akan merasa memiliki kemampuan luar biasa yang hal tersebut tidak dimiliki oleh orang lain. Akibatnya mereka akan semakin sulit untuk lepas dari berbagai aktivitas yang membelenggunya.

Jika hal ini dibiarkan terus menerus, maka usahanya tersebut kemungkinan tidak akan mengalami perkembangan yang berarti. Artinya, ia hanya sukses menjalankan satu usaha saja tanpa bisa mengembangkan usahanya dengan membuka cabang-cabang yang lain atau bahkan menjadi perusahaan yang *go public*. Hasilnya, pemilik usaha tersebut akan terus menjadi pemimpin tunggal dalam menjalankan usahanya, sehingga banyak kita jumpai orang yang sukses menjalankan usaha namun hingga puluhan tahun usahanya hanya seperti itu saja.

Adakah kesalahan pada diri pengusaha tersebut? Jawabnya jelas ada. Kemungkinan besar ia tidak memiliki jiwa kepemimpinan yang memadai sehingga ia selalu beranggapan dirinyalah yang paling hebat dalam menjalankan usaha tersebut. Anggapan ini akhirnya telah membelenggunya untuk tidak bisa keluar dari usaha yang dijalankannya sehingga ia merasa bahwa tanpa dirinya, usaha yang telah dirintisnya akan bangkrut.

KEPEMIMPINAN YANG KUAT DALAM WIRAUSAHA

Kepemimpinan adalah proses mengarahkan perilaku orang lain ke arah pencapaian suatu tujuan tertentu. Pengarahan dalam hal ini berarti menyebabkan orang lain bertindak dengan cara tertentu atau mengikuti arah tertentu. Wirausahawan yang berhasil merupakan pemimpin yang mampu memimpin para karyawannya dengan baik. Dalam kewirausahaan, seorang pemimpin dikatakan berhasil jika mampu menciptakan pertumbuhan yang berkesinambungan, efisiensi yang meningkat dan keberhasilan yang berkesinambungan dalam menjalankan usaha atau bisnisnya tersebut.

Ini berarti bahwa sebagai pemimpin, seorang wirausahawan tentu harus memiliki berbagai sikap dan perilaku positif. Dengan demikian maka ia akan mampu membuat perencanaan dengan baik, mengorganisasikan perencanaan yang telah dibuat tersebut dengan efektif, mampu mendorong tim kerja untuk bisa melaksanakan perencanaan tersebut serta terakhir dapat melakukan evaluasi atas hasil kerja yang telah dicapai sehingga atas hasil evaluasi tersebut, ia mampu kembali membuat perencanaan selanjutnya.

Adapun beberapa sikap atau perilaku yang seharusnya dimiliki oleh seorang pemimpin dalam wirausaha, antara lain dijelaskan satu per satu di bawah ini.

Tujuan Jelas (*Purposeful*)

Seorang pemimpin wirausaha harus memiliki tujuan yang jelas. Ini berarti bahwa ia harus mempunyai pendirian, fokus, yakin akan setiap keputusannya, memiliki kemampuan memutuskan, dan berdaya tahan. Tidak dapat dipungkiri bahwa ini adalah salah satu kualitas manusia yang paling dicari dalam kehidupan, namun banyak orang yang belum memilikinya. Seseorang yang tidak memiliki tujuan dapat diibaratkan sebagai sebuah kapal di tengah-tengah kabut lautan yang telah kehilangan kemudi dan layar sekaligus.

Di saat semuanya berjalan mulus, sering kali dilema muncul tanpa kita sadari. Saat cuaca berubah ia akan bereaksi dengan pengaruh dari luar. Namun kita tetap dapat kehilangan arah tujuan kita seandainya layar dan kemudi tetap ada di tempatnya. Kecuali jika Anda memiliki tujuan yang jelas dalam mengambil suatu tindakan, maka Anda dapat mengambil setiap keputusan dengan arah dan tujuan yang jelas. Ini menjadi penting karena seorang pemimpin dalam wirausaha tentunya harus bertanggung jawab atas nasib setiap anggota tim maupun usahanya itu sendiri agar tetap berjalan sesuai dengan yang diharapkan, tanpa harus mengalami kemunduran bahkan kebangkrutan.

Responsif (*Responsible*)

Memiliki tanggung jawab dalam setiap hal merupakan syarat mutlak untuk menjadi seorang pemimpin wirausaha yang baik. Banyak usaha atau bisnis yang awalnya berjalan dengan baik, namun karena pemimpinnya kurang memiliki rasa tanggung jawab yang baik maka akhirnya usahanya mengalami kegagalan. Oleh sebab itu sebagai seorang wirausahawan, hendaknya Anda mampu membangun rasa tanggung jawab tersebut secara berkesinambungan. Anda harus berani dan mampu untuk menghadapi semua permasalahan yang ada dengan penuh rasa tanggung jawab. Anda harus mampu menjawab pertanyaan, “akan menjadi seperti apa perusahaan ini, jika semua orang seperti saya?” Tentu jawabnya adalah perusahaan ini “akan sukses”. Dengan demikian maka Anda akan tampil menjadi orang yang penuh tanggung jawab.

Kebiasaan memahami betapa Anda harus bertanggungjawab terhadap apa yang Anda pikirkan dan lakukan merupakan hal yang sangat bernilai untuk dibangun. Menanamkan akuntabilitas yang sebenarnya pada diri orang lain membutuhkan pujian dan evaluasi kinerja yang teratur. Kebiasaan semacam ini akan mengembangkan loyalitas yang lebih mendalam dan

pemahaman yang lebih besar sebagaimana tanggung jawab yang Anda harapkan dari orang lain. Sebagian besar evaluasi kinerja biasanya terpisah-pisah dan lebih berlandaskan pada “Bagaimana Anda dapat melakukan sesuatu dengan lebih baik” dibandingkan “Seberapa baik yang telah Anda lakukan saat ini”. Dengan demikian maka pada akhirnya akan terjadi perkembangan proses munculnya rasa tanggung jawab secara berkesinambungan dari waktu ke waktu.

Integritas akan melahirkan kepercayaan dan ini sangat penting, karena dengan kepercayaan seseorang pemimpin wirausaha akan mampu menjalankan usahanya dengan baik

Integritas (*Integrity*)

Sikap lainnya yang harus dimiliki oleh seorang pemimpin wirausaha adalah integritas atau kejujuran. Tidak ada definisi tunggal yang mendefinisikan kualitas pemimpin, baik yang berpemikiran wirausaha atau tidak. Namun kualitas yang tidak dapat diabaikan adalah melakukan sesuatu yang benar berdasarkan kesadaran akan kehormatan dan penghargaan pada orang lain. Memahami apa yang benar untuk dilakukan dan secara nyata mengerjakannya berarti memiliki integritas.

Filosof Yunani, Socrates percaya bahwa untuk sungguh mengetahui apa yang benar tidak mungkin tanpa bertindak selaras dengannya. Ketika dia telah dijatuhi hukuman mati oleh pemerintah untuk apa yang dianggap sebagai pandangan yang sangat kontroversial, teman-temannya memaksanya untuk melarikan diri dengan rencana yang telah mereka susun. Socrates dengan tegas menolak saran mereka, dengan menjawab, *“Sepanjang hidupku, aku telah mengajarkan bahwa orang harus mematuhi hukum yang berlaku di suatu tempat. Jika hukum itu salah maka kita harus memperbaikinya melalui diskusi, dan walaupun saya menjadi korban ketidakadilan, saya tidak dapat dengan tiba-tiba melawan apa yang menjadi kepercayaan saya hanya karena hidup saya terancam”*.

Prionitas pertama manusia bukan hanya untuk hidup, namun untuk memimpin suatu kebaikan dan menjalani kehidupan. Dengan lebih memilih untuk memberikan hidupnya dibandingkan hidup tanpa integritas, dia membuat sebuah contoh sangat besar mengenai melakukan apa yang diajarkannya. Sejalan dengan hal tersebut, maka dapat dikatakan bahwa dalam dunia usaha integritas sangatlah diperlukan. Integritas akan melahirkan kepercayaan dan ini sangat penting, karena dengan kepercayaan seseorang pemimpin wirausaha akan mampu menjalankan usahanya dengan baik. Ia akan sangat menghargai dan dihargai di kalangan para wirausahawan lainnya dan ini tentunya menjadi sebuah kekuatan yang sangat dahsyat.

Keberanian (*Courageous*)

Menjadi seorang pemimpin wirausaha dibutuhkan keberanian yang kuat untuk mempertahankan setiap pendirian yang dimilikinya, sehingga ia tetap mampu menjadi dirinya sendiri. Ini berarti bahwa ia tidak mudah digoyahkan dengan berbagai bisikan yang ada di sekelilingnya. Ini menjadi sangat penting karena keberanian untuk mempertahankan pendiriannya akan sejalan dengan apa yang telah ia impikan.

Seseorang yang mudah goyah tentu akan mudah dibelokkan manakala impiannya tidak sesuai dengan harapan. Ia akan mudah putus asa dan mengubah arah impian awal menjadi impian yang lain, dimana hal ini biasanya justru akan menjadi awal sebuah kegagalan. Seseorang yang memiliki keberanian untuk mempertahankan pendiriannya akan memiliki kekuatan dalam menghadapi berbagai rintangan dan tantangan yang ada. Ia akan mampu membalikkan setiap kelemahan menjadi kekuatan dan merubah setiap ancaman menjadi peluang yang luar biasa.

Intuitif (*Intuitive*)

Di dunia ini banyak wirausahawan yang sukses karena salah satunya memiliki intuisi yang kuat. Memang tidaklah mudah bagi seseorang untuk memiliki intuisi yang kuat. Namun demikian hal tersebut sebenarnya dapatlah dilatih. Intuisi adalah kemampuan untuk memahami sesuatu tanpa melalui penalaran rasional dan intelektualitas. Sepertinya pemahaman itu tiba-tiba saja datangnya dari dunia lain dan di luar kesadaran. Misalnya saja, seseorang tiba-tiba saja terdorong untuk membaca sebuah buku. Ternyata, di dalam buku itu ditemukan keterangan yang dicari-carinya selama ini. Atau misalnya, merasa bahwa ia harus pergi ke sebuah tempat, ternyata di sana ia menemukan penemuan besar yang mengubah hidupnya.

Namun tidak semua intuisi berasal dari kekuatan psikis. Sebagian intuisi bisa dijelaskan sebab musababnya. Sebuah penelitian menunjukkan bahwa orang-orang yang berada dalam jajaran puncak bisnis atau kaum eksekutif memiliki skor lebih baik dalam eksperimen uji indra keenam dibandingkan dengan orang-orang biasa. Penelitian itu sepertinya menegaskan bahwa orang-orang sukses lebih banyak menerapkan kekuatan psikologis dalam kehidupan keseharian mereka, yang akan menunjang kesuksesan mereka.

Salah satu bentuk kemampuan psikologis yang sering muncul adalah kemampuan intuisi. Tidak jarang, intuisi yang menentukan keputusan yang mereka ambil. Sampai saat ini dipercaya bahwa intuisi yang baik dan tajam adalah syarat agar seseorang dapat sukses dalam menjalankan usahanya. Oleh karena itu sebagai seorang pemimpin wirausaha, Anda harus terus belajar untuk mengasah intuisi Anda agar semakin tajam sehingga Anda bisa mengambil berbagai keputusan strategis dalam menjalankan usaha Anda.

Kesabaran (*Patience*)

Sikap lainnya yang harus dimiliki oleh seorang pemimpin dalam berwirausaha adalah kesabaran. Menjadi seorang pemimpin wirausaha harus memiliki kesabaran yang cukup tinggi. Ini karena dalam dunia usaha tidak ada yang bersifat pasti. Kegagalan, kesalahan, rintangan, tantangan, hambatan dan lain sebagainya akan datang silih berganti. Tanpa adanya kesabaran maka seseorang tidak akan mampu mengendalikan usahanya dengan baik. Bahkan tidak jarang, sebuah usaha atau bisnis akan hancur karena pelaku usahanya tidak memiliki karakter sabar yang pada akhirnya ia akan sangat gegabah dalam mengambil berbagai keputusan strategis. Oleh sebab itu kesabaran menjadi salah satu sikap utama yang dibutuhkan oleh para pemimpin dalam menjalankan usaha atau bisnisnya.

Beberapa sikap dan perilaku di atas tentunya hanya sebagian dari apa yang harus dimiliki oleh para pelaku usaha. Masih banyak sikap dan perilaku lainnya yang harus mereka miliki dengan harapan kesemuanya itu mampu mendukung keberhasilan mereka dalam menjalankan usahanya. Satu hal yang harus digarisbawahi adalah bahwa sikap dan perilaku tersebut tidak datang dengan sendirinya, melainkan merupakan sesuatu yang dapat dipelajari. Oleh sebab itu tidaklah perlu ditakutkan, selama Anda semua mau belajar maka sikap dan perilaku tersebut dapat Anda miliki.

TUGAS, TANGGUNG JAWAB DAN FUNGSI PEMIMPIN WIRAUSAHA

Sebagai seorang pemilik sekaligus pimpinan dalam usaha yang dijalankannya, maka seseorang tentunya akan memiliki banyak tugas dan tanggung jawab. Oleh sebab itu maka ia harus mampu mengorganisir setiap tugas dan tanggung jawab tersebut dengan baik agar semuanya dapat berjalan dengan lancar. Seseorang yang memiliki karakter kepemimpinan

yang baik tentunya tidak akan menghadapi kendala yang berarti dalam mengorganisir setiap tugas dan tanggung jawabnya tersebut. Namun bagi mereka yang masih dalam tahap belajar, tentu hal tersebut menjadi permasalahan tersendiri.

Sehubungan dengan hal itu, maka ada baiknya jika setiap orang yang hendak menjadi wirausahawan dapat



memahami dengan baik apa saja tugas dan tanggung jawabnya sebagai seorang pemimpin wirausaha. Dengan memahaminya, maka ia akan mampu belajar untuk lebih baik lagi. Adapun beberapa tugas dan tanggung jawab yang harus dijalankan oleh seorang pimpinan usaha, antara lain meliputi:

1. Mengevaluasi sekaligus menentukan *supplier* bahan baku yang akan digunakan dalam setiap proses produksi.
2. Mengelola karyawan yang akan maupun telah bergabung dengan usahanya seperti rekrutmen, pelatihan, penentuan upah, pengembangan karyawan, dan sebagainya.
3. Legalisasi hal-hal yang berhubungan dengan hukum seperti merek dagang, logo, perpajakan, serta kontrak kerja sama.
4. Membuat dan menganalisa laporan keuangan serta mengambil keputusan atas dasar laporan keuangan tersebut.
5. Melakukan pengawasan (audit) atas berbagai hal yang ada dalam perusahaan tersebut untuk menghindari berbagai penyimpangan yang mungkin ada.
6. Mengatur jalannya operasional usaha agar semua berjalan dengan baik sesuai dengan yang diinginkan
7. Melakukan kegiatan yang berhubungan dengan marketing seperti mendesain berbagai strategi marketing yang sesuai untuk menarik minat pelanggan.
8. Mengembangkan usaha yang dirintis ke arah yang lebih besar dan luas lagi dengan membuka cabang di tempat lain.
9. Membuat budgeting (penganggaran) untuk periode tertentu agar usahanya berjalan stabil sesuai anggaran yang telah disiapkan.
10. Mempersiapkan dan menjaga stok dan kondisi bahan baku sehingga selalu dalam kondisi layak pakai.
11. Mengembangkan berbagai teknologi yang bisa digunakan untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi kerja.
12. Mengatur kondisi pergudangan yang sesuai dengan standar yang telah ditetapkan, serta masih banyak lagi tugas dan tanggung jawab lainnya.

Melihat uraian tugas dan tanggung jawab seorang pimpinan wirausaha seperti di atas, ternyata sangat banyak. Bisa dibayangkan jika ternyata seorang wirausahawan harus menjalankannya seorang diri. Tentunya ia akan sangat sibuk dengan pekerjaannya sehingga tidak akan memiliki konsentrasi yang cukup dalam menjalankan usahanya. Akhirnya, usahanya tersebut justru tidak akan berkembang, dan bahkan bisa mengalami kebangkrutan. Oleh sebab itu seperti telah penulis sampaikan di atas, seorang pemimpin wirausaha harus mampu memahami dengan baik juga fungsi yang bersang-

kutan khususnya dalam mengelola usaha yang dilajankannya baik terkait dengan fungsi perencanaan (*planning*), fungsi pengorganisasian (*organizing*), fungsi penggerakan (*actuating*) maupun fungsi kontrol dan evaluasi (*controlling*).

Planning

Planning meliputi pengaturan tujuan dan mencari cara bagaimana untuk mencapai tujuan tersebut. *Planning* telah dipertimbangkan sebagai fungsi utama manajemen dan meliputi segala sesuatu yang harus pemimpin wirausaha kerjakan. Di dalam *planning*, pemimpin wirausaha harus memperhatikan masa depan, mengatakan “Ini adalah apa yang ingin kita capai dan bagaimana kita akan melakukannya”.

Membuat keputusan biasanya menjadi bagian dari perencanaan karena setiap pilihan dibuat berdasarkan proses penyelesaian setiap rencana. *Planning* penting karena banyak berperan dalam menggerakan fungsi manajemen yang lain. Contohnya, setiap pemimpin harus membuat rencana pekerjaan yang efektif di dalam kepegawaian organisasi. Dalam perencanaan, ada beberapa faktor yang harus dipertimbangkan, yaitu harus SMART, artinya:

1. *Specific* artinya perencanaan harus jelas maksud maupun ruang lingkungnya, tidak terlalu melebar dan terlalu idealis
2. *Measurable* artinya program kerja atau rencana harus dapat diukur tingkat keberhasilannya
3. *Achievable* artinya dapat dicapai, jadi bukan sebatas anggan-angan saja
4. *Realistic* artinya sesuai dengan kemampuan dan sumber daya yang ada, tidak terlalu mudah dan tidak terlalu sulit namun tetap ada tantangan.
5. *Time* artinya ada batas waktu yang jelas misalnya mingguan, bulanan, triwulan, semesteran atau tahunan dan lains ebagainya sehingga mudah dinilai dan dievaluasi

Organizing

Organizing adalah proses dalam memastikan kebutuhan manusia dan fisik setiap sumber daya tersedia untuk menjalankan rencana dan mencapai tujuan yang berhubungan dengan organisasi. *Organizing* juga meliputi penugasan setiap aktifitas, membagi pekerjaan ke dalam setiap tugas yang spesifik, dan menentukan siapa yang memiliki hak untuk mengerjakan beberapa tugas.

Aspek utama lain dari *organizing* adalah pengelompokan kegiatan ke departemen atau beberapa subdivisi lainnya. Misalnya kepegawaian, untuk memastikan bahwa sumber daya manusia diperlukan untuk mencapai tujuan

organisasi. Mempekerjakan orang untuk pekerjaan merupakan aktifitas kepegawaian yang khas. Kepegawaian adalah suatu aktifitas utama yang terkadang diklasifikasikan sebagai fungsi yang terpisah dari *organizing*. Agar tujuan tercapai maka dibutuhkan pengorganisasian. Dalam organisasi biasanya diwujudkan dalam bentuk bagan organisasi yang kemudian dipecah menjadi berbagai jabatan.

Pada setiap jabatan biasanya memiliki tugas, tanggung jawab, wewenang dan uraian jabatan (*job description*). Semakin tinggi suatu jabatan biasanya semakin tinggi tugas, tanggung jawab dan wewengangnya. Biasanya juga semakin besar penghasilannya. Dengan pembagian tugas tersebut maka pekerjaan menjadi ringan. Berat sama dipikul, ringan sama dijinjing. Disinilah salah satu prinsip dari manajemen, yaitu membagi-bagi tugas sesuai dengan keahliannya masing-masing.

Actuating

Perencanaan dan pengorganisasian yang baik kurang berarti bila tidak diikuti dengan pelaksanaan kerja. Untuk itu maka dibutuhkan kerja keras, kerja cerdas dan kerjasama. Semua sumber daya manusia yang ada harus dioptimalkan untuk mencapai visi, misi dan program kerja organisasi. Pelaksanaan kerja harus sejalan dengan rencana kerja yang telah disusun. Kecuali memang ada hal-hal khusus sehingga perlu dilakukan penyesuaian. Setiap Sumber Daya Manusia (SDM) harus bekerja sesuai dengan tugas, fungsi dan peran, keahlian dan kompetensi masing-masing SDM untuk mencapai visi, misi dan program kerja organisasi yang telah ditetapkan.

Controlling

Agar pekerjaan berjalan sesuai dengan visi, misi, aturan dan program kerja maka dibutuhkan pengontrolan. Baik dalam bentuk supervisi, pengawasan, inspeksi hingga audit. Kata-kata tersebut memang memiliki makna yang berbeda, tapi yang terpenting adalah bagaimana sejak dini dapat diketahui penyimpangan-penyimpangan yang terjadi. Baik dalam tahap perencanaan, pelaksanaan maupun pengorganisasian, sehingga dengan hal tersebut dapat segera dilakukan koreksi, antisipasi dan penyesuaian-penyesuaian sesuai dengan situasi, kondisi dan perkembangan zaman.

Setelah memahami dengan baik keempat fungsi manajemen tersebut maka diharapkan para pemimpin wirausaha mampu merumuskan setiap langkah yang akan ia ambil guna mencapai tujuan organisasinya khususnya kemana usaha atau bisnisnya akan dibawa. Dengan demikian maka usaha atau bisnis yang dirintisnya dapat berjalan dengan lancar sesuai dengan yang ia harapkan.

LAHIRNYA SEBUAH KEPEMIMPINAN

Di atas telah disampaikan bahwa banyak pelaku usaha khususnya yang masih bersifat merintis enggan untuk mendelegasikan tugas dan tanggung jawabnya kepada orang lain. Kebanyakan dari mereka beranggapan bahwa tidak ada orang lain yang mampu menjalankan usahanya, kecuali dirinya sendiri. Hal ini pada akhirnya akan membelenggu pemilik usaha itu sendiri dalam mengembangkan usahanya.



Disisi lain, sering juga kita jumpai usaha yang telah dijalankan oleh seseorang, selama bertahun-tahun tidak mengalami perkembangan yang berarti. Selain disebabkan karena tidak adanya impian yang diinginkan oleh pelaku usaha, hal tersebut ternyata juga disebabkan karena kurangnya jiwa kepemimpinan yang dimiliki oleh seorang wirausahawan tersebut. Namun demikian, jarang diantara mereka yang menyadari hal tersebut dan bahkan tidak pernah menganggapnya sebagai sebuah masalah yang berarti dalam mengembangkan usahanya.

Seiring perkembangan usahanya, seharusnya seorang wirausahawan juga mau mengembangkan jiwa kepemimpinan yang dimilikinya. Dengan demikian maka kemampuannya untuk memimpin usaha yang dijalankan bisa terus meningkat. Peningkatan kemampuan ini sangat penting karena usaha yang semakin berkembang tentunya akan menemui banyak rintangan dan permasalahan yang muncul. Dengan kepemimpinan yang kuat, maka seorang wirausahawan akan mampu mengatasi segala permasalahan usahanya tersebut.

Yang menjadi pertanyaannya adalah bagaimana dengan seseorang atau bahkan pelaku usaha yang tidak memiliki jiwa kepemimpinan yang kuat? Apakah mereka tidak bisa mengembangkan usahanya dengan baik? Jawabnya bisa "YA" dan juga "TIDAK". Ya artinya bisa saja mereka tidak akan mampu mengembangkan usahanya dengan baik seiring dengan terbatasnya jiwa kepemimpinan yang dimiliki. Tidak artinya bahwa selama mereka mau terus belajar mengembangkan jiwa kepemimpinan yang dimilikinya, maka kepemimpinan bukanlah sebuah hambatan bagi mereka.

Sebenarnya untuk bisa menjadi seorang pemimpin sangatlah mudah. Selama seseorang memiliki pengikut (*follower*) maka sebenarnya mereka sudah bisa menjadi seorang pemimpin. Dalam berwirausaha, masalahnya

adalah apakah para karyawan yang tergabung dalam usahanya juga sekaligus menjadi pengikut bagi diri seorang wirausahawan tersebut. Akan sangat mudah bagi seseorang untuk menjalankan usahanya khususnya dalam hal melakukan berbagai aktivitas yang berhubungan dengan karyawan, manakala karyawan tersebut juga merupakan pengikut bagi sang pelaku usaha. Oleh sebab itu, sebaiknya seorang wirausahawan mampu mendesain para karyawan yang ada untuk lambat lain berubah dari sekedar seorang karyawan menjadi seorang pengikut. Dengan demikian maka para wirausahawan tersebut akan lebih mudah mendelegasikan tugas dan tanggung jawabnya yang cukup banyak kepada para pengikut dalam hal ini karyawan maupun para manajer yang ada dalam perusahaan tersebut.

Pertanyaan selanjutnya adalah bagaimana cara seseorang untuk bisa mendesain seorang karyawan menjadi pengikut? Caranya cukup mudah. Seseorang akan tertarik untuk menjadi pengikut bagi orang lain kalau orang lain tersebut dianggap mampu memiliki pengaruh yang luar biasa bagi orang tersebut. Dalam hal ini, seorang karyawan akan bersedia menjadi seorang pengikut bagi para pelaku usaha, manakala pelaku usaha tersebut mampu memberikan pengaruh bagi para karyawan tersebut.

Banyak cara yang dapat dilakukan seseorang agar memiliki pengaruh bagi karyawannya. Salah satunya dengan memberikan perhatian penuh bagi para karyawan tersebut. Biasanya seseorang akan berada di tempat kerja selama $\pm$ 8 jam atau lebih. Sisanya selama 8 jam akan mereka habiskan di luar bersama teman-temannya dan 8 jam lagi akan mereka habiskan di rumah baik untuk bercengkerama dengan keluarga atau sekedar istirahat. Ini berarti bahwa 1/3 dari waktu karyawan tersebut dihabiskan di tempat kerja.

Sebagai seorang wirausahawan yang ingin memiliki pengikut, maka ia harus mampu menjadi orang yang berpengaruh dalam kehidupan setiap karyawannya. Dengan memberikan perhatian penuh kepada karyawannya maka seorang wirausahawan akan dinilai lebih oleh para karyawannya sehingga mereka akan sangat respek terhadap wirausahawan tersebut. Dari manakah datangnya perhatian itu? Agar seseorang termasuk para wirausahawan bisa menjadi pusat perhatian para karyawannya, maka ada 3 (tiga) hal yang dapat dilakukan, yaitu: sikap (*attitude*), penampilan (*look*), dan ketrampilan (*skill*). Seseorang yang hendak diperhatikan oleh orang lain harus memiliki ketiga hal tersebut atau minimal salah satunya.

Attitude. Seorang wirausahawan harus memiliki sikap yang baik khususnya dihadapan para karyawannya. Ia harus bisa bersikap ramah, menghormati karyawan yang ada, selalu memberikan contoh dalam setiap ucapannya, serta memiliki karakter asah, asih dan asuh. Dengan demikian maka setiap karyawan akan menghormatinya sebagai seorang yang disegani di perusahaan tersebut.

Look. Selain sikap, penampilan juga merupakan hal yang perlu dijaga oleh seorang pemimpin dalam berwirausaha. Penampilan seseorang akan mencerminkan jati diri seseorang. Dengan penampilan yang rapi, bersih, murah senyum dan bersahaja akan membuat karyawan senang melihat dan berada di sekeliling kita. Hal ini akan memberikan efek kenyamanan yang luar biasa bagi karyawan tersebut.

Skill. Ketrampilan yang dimiliki oleh seorang pemimpin dalam menjalankan usahanya akan sangat menarik perhatian para karyawannya. Hal ini berkaitan dengan kemampuan seseorang untuk menjadi “panutan” bagi orang lain. Ketrampilan disini diantaranya meliputi kemampuan seseorang untuk mengerjakan sesuatu, visioner, komunikasi dan lain sebagainya.

Melihat uraian diatas maka dapat disimpulkan bahwa bagi seseorang yang merasa belum memiliki kepemimpinan yang baik khususnya dalam menjalankan usahanya, maka ia bisa mulai dengan menjaga sikap, penampilan dan ketrampilannya saat berada di tengah-tengah karyawan. Dengan demikian maka orang tersebut akan menjadi pusat perhatian karyawan yang ada yang pada akhirnya akan memberikan pengaruh yang luar biasa. Setelah memiliki pengaruh, maka lambat laun para karyawan tersebut akan menjadi pengikut dalam usahanya, sehingga pelaku usaha tersebut akan lebih mudah untuk menjadi pemimpin di perusahaannya.

TINGKATAN KEPEMIMPINAN

Setelah seorang wirausahawan mengetahui langkah-langkah untuk menjadi seorang pemimpin yang baik dalam menjalankan usahanya, maka ia juga harus mengetahui tingkatan kepemimpinan berdasarkan besar kecilnya pengaruh yang dimilikinya. Maxwell (2012) dalam bukunya yang berjudul *The 5 Levels of Leadership* mengatakan bahwa ada 5 tingkatan kepemimpinan yang terdiri dari jabatan (*position*), perkenaan (*permission*), produktivitas (*production*), pengembangan orang (*people developer*) serta puncak (*person hoad*).

Position

Kepemimpinan yang paling rendah dilihat dari tingkat pengaruh yang dimiliki oleh para anggotanya adalah kepemimpinan karena posisi. Kepemimpinan ini ada karena seseorang diangkat oleh orang lain untuk menjadi seorang pemimpin dalam sebuah organisasi. Ciri utama pemimpin tipe ini biasanya ditandai dengan adanya surat keputusan. Dengan surat keputusan tersebut maka seseorang berhak memimpin orang lain dan mengambil berbagai tindakan sesuai dengan tugas dan tanggung jawab yang diberikan

kepadanya. Para manajer merupakan contoh pemimpin yang tergolong ke dalam tingkatan ini. Sebagai seorang wirausahawan yang masih pemula, seseorang bisa menerapkan kepemimpinan ini. Dengan posisinya sebagai pemilik usaha, ia bisa mengambil berbagai tindakan yang ia inginkan dalam menjalankan usahanya. Namun jika ingin maju maka wirausahawan tersebut harus meningkatkan kepemimpinannya ke tingkatan berikutnya.

Permission

Pemimpin pada tingkatan ini memiliki pengaruh yang lebih besar dibandingkan dengan tingkatan posisi. Pada tingkatan *permission* (izin) ini seseorang baik secara langsung maupun tidak langsung mulai bisa diterima oleh para anggotanya. Hal ini ditandai dengan diberikannya izin bagi pemimpin tersebut untuk memimpin mereka. Untuk bisa sampai ke tingkatan ini maka seorang pemimpin bisa melakukan berbagai pendekatan kepada para anggotanya sehingga pada akhirnya setelah sekian lama para anggotanya tersebut bisa merasa nyaman memiliki pemimpin seperti dirinya. Dengan demikian maka lambat laun mereka juga akan melupakan

bahwa pada awalnya sebenarnya ia menjadi seorang pemimpin karena diangkat berdasarkan surat keputusan.



Production

Tingkatan selanjutnya adalah tingkatan *production* (produksi). Artinya seseorang mulai dianggap sebagai seorang pemimpin oleh para anggotanya karena kinerjanya yang sangat produktif dalam memimpin sebuah organisasi. Produktif disini berarti bahwa selama dipimpinya, organisasi tersebut mengalami perkembangan dan kemajuan yang cukup signifikan. Perkembangan organisasi tersebut tentunya bukan saja dirasakan oleh pemimpin itu sendiri melainkan juga dirasakan oleh para anggotanya. Akhirnya mereka merasa sangat beruntung memiliki seorang pemimpin

sepertinya. Pada tingkatan ini biasanya anggota organisasi akan mulai loyal terhadap pemimpinnya tersebut.

People Development

Pada tingkatan ini biasanya seorang pemimpin berorientasi pada pencapaian tujuan dengan cara mengembangkan orang-orang yang ada dalam organisasi tersebut. Setiap anggota organisasi dipacu untuk mengembangkan dirinya. Dengan demikian maka para anggota organisasi tersebut akan merasa memiliki kesempatan yang sama dalam mengembangkan dirinya. Akhirnya pemimpin pada tingkatan ini akan mampu menciptakan pemimpin-pemimpin baru yang handal. Bahkan keberadaan sang pemimpin itu sendiri menjadi kurang terlihat karena adanya pemimpin-pemimpin baru tersebut.

Person Hoad

Tingkatan paling akhir seorang pemimpin adalah person hoad atau yang biasa dikenal orang dengan istilah pemimpin tangan Tuhan. Pada tingkatan ini kemampuan seseorang untuk memimpin tidak akan pernah diragukan lagi oleh para pengikutnya. Mereka akan menjadi pengikut yang sangat loyal. Bahkan banyak orang beranggapan bahwa dengan menjadi pengikutnya ia akan menjadi manusia sempurna. Apapun yang disampaikan oleh sang pemimpin akan selalu dijalankan oleh para pengikutnya tanpa harus dipertimbangkan terlebih dahulu.

KEMAMPUAN KEPEMIMPINAN WIRAUSAHA

Setelah seorang wirausahawan mengetahui dengan baik berbagai tingkatan dalam sebuah kepemimpinan, maka langkah selanjutnya yang harus dipersiapkan adalah meningkatkan kualitas kepemimpinan yang dimilikinya. Hal ini bisa dilakukan sambil ia menjalankan usahanya. Satu persatu seorang wirausahawan harus terus belajar mengembangkan kepemimpinannya. Dengan demikian maka sampai pada titik tertentu ia akan menjadi seorang pemimpin usaha yang luar biasa.

Hal ini sangat dibutuhkan manakala usaha yang digelutinya sudah berkembang dengan sangat pesat dan menjadi sebuah perusahaan besar. Walaupun pelaku usaha tersebut bisa membayar seorang manajer atau bahkan direktur sekalipun untuk menjalankan usahanya, namun ia juga harus memiliki jiwa kepemimpinan yang cukup baik. Dengan demikian maka ia tetap bisa mengendalikan usahanya walaupun usaha tersebut secara profesional dipegang oleh orang lain sebagai manajer atau direktur perusahaan.



Kemampuan Dasar Kepemimpinan Wirausaha

Ada dua puluh kemampuan dasar yang seharusnya dimiliki seseorang yang menjadi pemimpin dalam sebuah usaha. Kedua puluh kemampuan tersebut terbagi kedalam 4 (empat) yaitu kepemimpinan (*leadership*), kewirausahaan (*entrepreneurship*), bisnis (*business*) dan pribadi (*personal*).

Leadership Ability

Seperti telah disampaikan di atas, bahwa sebagai seorang pelaku usaha, maka seorang wirausahawan hendaknya memiliki kemampuan kepemimpinan yang memadai. Kemampuan tersebut dapat diperoleh dengan terus belajar untuk mengembangkan pemimpin yang dimilikinya saat ini. Kemampuan kepemimpinan yang dimaksud meliputi:

1. Pengambilan keputusan (*decision making*)

Merupakan kemampuan seseorang pemimpin untuk mengambil keputusan secara cepat dan tepat. Hal ini perlu dilakukan karena terkadang peluang usaha datangnya secara tiba-tiba. Jika seorang wirausahawan selalu lambat mengambil keputusan, maka kemungkinan besar peluang tersebut akan terlewatkan begitu saja

2. Memiliki kepemimpinan yang mencolok (*extreme leadership*)

Maksudnya adalah seorang wirausahawan harus memiliki karakter kepemimpinan yang bisa dengan jelas terlihat oleh orang lain. Biasanya orang tersebut akan terlihat menonjol dibandingkan orang lain dalam setiap kegiatan. Kemampuan ini juga selalu mendorong seseorang untuk bisa tampil menjadi yang terbaik.

3. Berpikir strategis (*strategic thinking*)

Seorang pelaku usaha yang sekaligus menjadi pemimpin atas usahanya harus memiliki kemampuan untuk selalu berfikir strategis. Dengan pemikiran ini maka seseorang akan selalu memiliki kemampuan untuk

mendesain langkah-langkah yang harus diambilnya, tanpa menimbulkan banyak resiko.

4. Berfikir jauh ke depan (*visioner*)

Selain berfikir strategis, pemimpin juga harus mampu berfikir visioner. Dengan demikian maka mereka akan mengetahui dengan baik apa yang hendak dituju, sehingga ia bisa menetapkan berbagai langkah untuk mencapai tujuan tersebut.

Entrepreneurship Ability

Kemampuan kedua yang harus dimiliki oleh seorang wirausahawan setelah kemampuan kepemimpinan adalah kemampuannya tentang kewirausahaan itu sendiri. Dengan memiliki kemampuan di bidang wirausaha, maka seseorang akan memahami dengan baik hal-hal yang seharusnya diambil dalam menjalankan usahanya. Beberapa hal yang termasuk ke dalam kemampuan kewirausahaan, antara lain:

1. Ahli dalam proses (*process expert*)

Maksudnya adalah seorang wirausahawan hendaknya memahami dengan baik berbagai proses yang diperlukan dalam menjalankan usahanya. Misalnya proses produksi atas produk yang akan dijual, proses rekrutmen karyawan, proses penjualan yang mungkin dilakukan, dan sebagainya. Dengan demikian maka ia akan memiliki kemampuan yang luar biasa untuk menjalankan kepemimpinan usahanya.

2. Mengerti tentang kewirausahaan (*entrepreneurship savvy*)

Artinya seorang wirausahawan harus mengerti dengan baik tentang kewirausahaan itu sendiri. Apa pengertian kewirausahaan sesungguhnya, bagaimana menjalankan usaha, cara mendesain ide usaha, dan sebagainya harus benar-benar dipahami oleh seorang wirausahawan

3. Memiliki banyak pengalaman (*many experiences*)

Seorang wirausahawan juga harus memiliki banyak pengalaman, khususnya pengalaman yang berhubungan dengan usahanya. Misalnya ia pernah bekerja pada orang lain, pernah mengalami hidup susah, dan sebagainya. Pengalaman tersebut tentunya akan menjadi pelajaran tersendiri bagi seorang wirausahawan dalam menjalankan usaha yang digelutinya.

4. Kemampuan manajemen yang luas (*breadth of management skill*)

Dengan adanya kemampuan manajemen yang luas, maka seorang wirausahawan tidak akan mengalami kesulitan dalam menjalankan usahanya. Hal ini dikarenakan ia merupakan orang yang cukup piawai

dalam hal manajemen, sehingga ia akan mampu memimpin di bidang apapun dalam usahanya.

5. Memiliki teknik ketrampilan berwirausaha yang mendalam (*deep technical entrepreneurship skills*)

Artinya seorang wirausahawan hendaknya memiliki dan menguasai teknik-teknik yang diperlukan dalam menjalankan usahanya. Ia harus mahir di berbagai bidang usahanya. Dengan demikian maka seorang wirausahawan akan terbebas dari segala permasalahan yang akan menghadangnya.

Business Ability

Kemampuan selanjutnya yang harus dimiliki oleh seorang pemimpin usaha adalah kemampuan bisnis. Artinya seseorang harus memiliki kemampuan untuk melihat dan menciptakan segala sesuatu yang ada di sekitarnya menjadi sebuah usaha sehingga bisa menghasilkan keuntungan baik bagi dirinya sendiri maupun orang-orang yang ada di sekelilingnya. Dengan kemampuan ini maka seorang wirausahawan akan mampu melihat setiap peluang usaha dengan baik. Beberapa hal yang termasuk dalam kemampuan bisnis, antara lain:

1. Perspektif global (*global perspective*)

Seorang wirausahawan seharusnya memiliki pemikiran yang sangat luas. Orientasinya bukan hanya apa yang ada di sekelilingnya melainkan harus seluas angkasa. Hal ini penting karena orang yang memiliki perspektif global akan mampu mengembangkan usahanya bukan hanya di dalam negeri tetapi juga sampai ke manca negara.

2. Mampu mengidentifikasi peluang atas ancaman (*identify opportunity from threats*)

Kemampuan dalam bisnis lainnya yang harus dimiliki oleh seorang wirausahawan adalah kemampuan untuk mengidentifikasi peluang atas ancaman yang ada. Dengan kemampuan ini maka seseorang bisa mengambil peluang yang ada atas ancaman yang datang padanya dari luar, dan menjadikannya sebagai sebuah bisnis yang luar biasa.

3. Kesadaran industri (*industry awareness*)

Dengan adanya kesadaran industri yang cukup besar yang dimiliki oleh seorang wirausahawan, maka ia akan selalu berfikir untuk terus mengembangkan usahanya menjadi sebuah industri. Dengan demikian maka skala usahanya juga akan berkembang pesat, sehingga mampu memberikan manfaat yang lebih besar khususnya bagi lingkungan dan masyarakat sekitarnya.

4. Efektif dan efisien (*effectiveness and efficiency*)

Seorang wirausahawan harus selalu berfikir efektif dan efisien, sehingga segala tindakannya akan selalu ia perhitungkan efek positif dan negatifnya. Selain itu dengan berfikir efektif dan efisien maka seseorang akan bersikap irit dan tepat guna. Hal ini akan berakibat terhadap peningkatan laba usaha yang dijalankannya.

Personal Ability

Kemampuan terakhir yang harus dimiliki oleh seorang wirausahawan setelah kepemimpinan, kewirausahaan dan bisnis adalah kemampuan pribadi. Kemampuan pribadi adalah kemampuan yang dimiliki oleh seseorang yang mencerminkan sikap dan perilaku keseharian orang tersebut. Beberapa hal yang termasuk dalam kemampuan pribadi adalah:

1. Komunikasi yang baik (*good communication*)

Salah satu kemampuan pribadi yang seharusnya dimiliki oleh seorang pimpinan perusahaan adalah kemampuan yang baik dalam berkomunikasi. Dengan komunikasi yang baik maka seseorang akan mampu menyampaikan berbagai informasi kepada orang lain, baik di internal maupun eksternal perusahaan.

2. Kepribadian yang efektif (*personal effectiveness*)

Merupakan kepribadian yang dimiliki oleh seseorang berupa kemampuannya untuk selalu bertindak secara efektif dalam setiap langkahnya. Dengan sikapnya yang selalu efektif, mendorong seseorang untuk selalu berpikir tepat guna sehingga dapat memberikan kontribusi maksimal dalam menjalankan usahanya.

3. Ketrampilan mempengaruhi (*influencing skills*)

Seorang wirausahawan yang baik apalagi ia juga menjadi seorang pimpinan perusahaannya juga harus memiliki kemampuan mempengaruhi orang lain dengan baik. Dengan kemampuan ini maka ia akan lebih mudah untuk menjalankan tugas dan tanggung jawabnya.

4. Memiliki kepedulian pada diri sendiri (*self awareness*)

Sebagai wirausahawan, seseorang hendaknya memiliki tingkat kepedulian yang cukup tinggi terhadap dirinya sendiri. Dengan demikian maka ia akan selalu menghargai setiap ide, pendapat dan pemikiran yang ada dan berusaha sekuat tenaga untuk mewujudkan hal tersebut.

5. Ketekunan (*persistence*)

Sebagai seorang pimpinan dalam menjalankan usahanya, seseorang harus memiliki tingkat ketekunan yang tinggi. Hal ini perlu karena pada tahap awal menjalankan usahanya, biasanya tidak sebaik yang kita

harapkan. Ada tahap-tahap tertentu dimana seseorang harus merintis usahanya terlebih dahulu, sehingga ia harus memiliki ketekunan yang tinggi.

6. Kreativitas (*creativity*)

Seorang wirausahawan harus memiliki kreativitas yang tinggi. Dengan kreativitas tersebut, ia akan memiliki banyak ide dalam menjalankan usahanya. Dengan kreativitas juga ia dapat mencari berbagai upaya pemecahan masalah atas berbagai permasalahan yang timbul dalam usahanya.

7. Keberanian (*courage*)

Keberanian yang dimiliki oleh seorang wirausaha sangat mempengaruhi tingkat kesuksesan usaha yang dijalankan tersebut. Dengan keberanian tersebut, maka seorang wirausahawan dapat dengan cepat mengambil berbagai tindakan yang diperlukan. Hasilnya, ia tidak akan kehilangan banyak peluang usaha yang ada.

MANFAAT KEPEMIMPINAN DALAM WIRAUSAHA

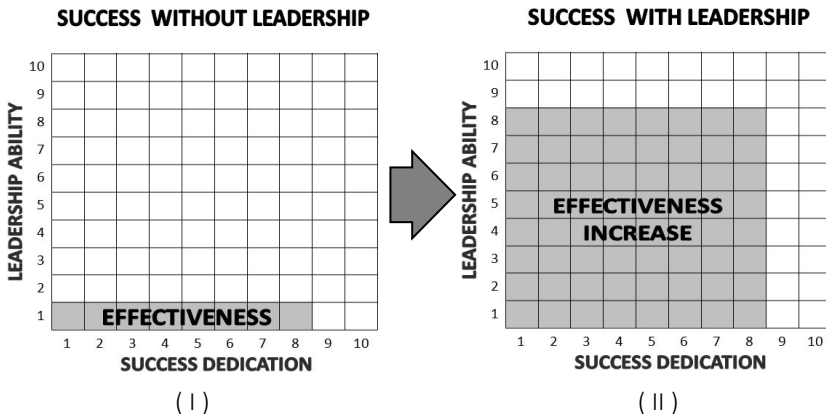
Sampai saat ini, sebenarnya di Indonesia sudah mulai bermunculan wirausahawan, baik skala kecil, menengah maupun besar. Namun demikian banyak diantaranya yang masih belum bisa berkembang secara maksimal. Hal ini salah satunya karena banyaknya usaha yang langsung dikendalikan oleh sang pemilik usaha tersebut. Sementara pemilik usaha tersebut tidak memiliki jiwa kepemimpinan yang baik. Artinya bahwa usaha yang dijalankan tersebut belum diiringi dengan kepemimpinan yang kuat.

Indikasi masih lemahnya kepemimpinan wirausaha yang ada di Indonesia tersebut dapat dilihat dengan masih banyaknya perusahaan yang hancur hingga mengalami kebangkrutan setelah perusahaan tersebut beralih tangan dari generasi pertama ke generasi kedua dan selanjutnya. Pada saat masih di pegang oleh sang pendiri usaha, perusahaan tersebut dapat berkembang dengan pesat. Namun setelah berpindah tangan, banyak perusahaan yang mengalami kemunduran dan berakhir kebangkrutan.

Salah satu penyebab terjadinya hal tersebut adalah faktor tidak dimilikinya jiwa kepemimpinan yang kuat oleh para generasi penerusnya. Selama ini mereka hanya mengandalkan nama besar generasi sebelumnya dalam membangun usahanya, sehingga saat usahanya harus berpindah tangan ke generasi selanjutnya, maka mereka tidak memiliki kemampuan yang memadai untuk memimpin perusahaan tersebut. Munculnya jiwa kewirausahaan dan keinginan untuk sukses (dedikasi sukses) pada diri seseorang yang tidak diimbangi dengan jiwa kepemimpinan hanya akan

melahirkan impian yang luar biasa. Kalaupun hal tersebut dapat diwujudkan dalam sebuah wirausaha maka hanya akan menghasilkan tingkat efektifitas yang sangat terbatas.

Gambar pertama menunjukkan kesuksesan tanpa kepemimpinan yang kuat, sedang gambar kedua menunjukkan kesuksesan dengan kepemimpinan yang kuat. Terdapat perbedaan yang sangat mencolok antara kesuksesan yang diiringi dengan kepemimpinan yang kuat dengan kesuksesan yang tidak diimbangi dengan kepemimpinan yang kuat. Pada gambar pertama terlihat bahwa tingkat kepemimpinan yang diterapkan oleh seseorang dalam berwirausaha sangat rendah. Wirausahawan tersebut kemungkinan besar tidak bersedia untuk membagi tugas dan tanggung jawabnya sebagai pimpinan perusahaan yang dirintisnya kepada orang lain. Dengan demikian, kepemimpinan yang diterapkan hanya sebatas apa yang ia ketahui.



Sukses Tanpa dan Dengan Kepemimpinan

Dengan kemampuan kepemimpinan yang rendah, walaupun ia memiliki dedikasi kesuksesan dalam hal ini jiwa kewirausahaan (*entrepreneurship*) yang kuat seperti kreatifitas, kejujuran, kesungguhan, keyakinan dan sebagainya maka hanya akan menghasilkan skor sebesar 8. Kalaupun seseorang terus memaksakan dirinya dengan bekerja lebih keras lagi, mungkin skornya akan mengalami kenaikan namun tidak sampai 2 atau bahkan 3 kali lipat, melainkan hanya 9 atau maksimal 10 saja. Hal ini disebabkan karena keterbatasan tenaga dan pikiran seseorang yang berakibat terhadap keterbatasan kemampuan orang tersebut.

Bagaimana dengan kesuksesan yang diimbangi dengan kepemimpinan yang kuat? Seseorang yang bekerja dengan kepemimpinan yang kuat akan melibatkan orang lain dalam mengembangkan usahanya. Ia akan mendelagasikan berbagai tugas dan tanggung jawabnya kepada orang lain

sebagai manajer atau staf yang sesuai dengan bidangnya masing-masing. Dengan demikian maka usaha yang dijalankannya akan dipikul bersama-sama. Berbagai pemikiran dan keahlian akan bergabung menjadi satu, sehingga akan melahirkan tingkat efektifitas yang cukup tinggi.

Sesuai dengan gambar kedua di atas, seseorang yang menjalankan usaha dengan tingkat kepemimpinan yang cukup baik akan meningkatkan skor efektifitas. Jika pada gambar pertama tingkat kemampuan kepemimpinannya hanya ada pada level 1 dan menghasilkan total skor 8, maka pada gambar kedua dengan tingkat kemampuan kepemimpinan mencapai level 8 maka total skornya akan menjadi $8 \times 8 = 64$. Hal ini berarti bahwa telah terjadi peningkatan yang luar biasa dari 8 skor menjadi 64 skor atau meningkat sebesar 800%. Oleh sebab itu tidaklah mengherankan jika usaha yang dikembangkan oleh seseorang yang memiliki tingkat kemampuan kepemimpinan yang tinggi akan menghasilkan kesuksesan jauh lebih tinggi juga jika dibandingkan dengan usaha yang dikelola tanpa kepemimpinan yang baik.

Melihat penjelasan tersebut maka sebaiknya setiap wirausahawan yang baru saja menjalankan usahanya, sudah seharusnya mulai berfikir untuk meningkatkan kemampuan kepemimpinannya. Caranya dengan meningkatkan kemampuan kepemimpinan pribadi yang dimilikinya maupun dengan menggunakan orang-orang yang memang sudah sangat ahli dibidangnya. Dengan demikian maka usahanya akan menjadi semakin berkembang di masa yang akan datang sesuai dengan yang diharapkan.

CARA MENGEMBANGKAN KEPEMIMPINAN

Menjadi seorang pemimpin dalam konteks apapun termasuk wirausaha, memang tidaklah mudah. Banyak orang beranggapan bahwa jiwa kepemimpinan muncul karena faktor keturunan. Pemikiran ini didasari banyaknya pemimpin yang muncul karena para generasi sebelumnya juga

merupakan seorang pemimpin. Dengan demikian maka kemampuan kepemimpinan tersebut akhirnya akan diturunkan pada generasi berikutnya.

Pendapat tersebut tidak sepenuhnya salah. Dalam kehidupan saat ini banyak pemimpin baru yang lahir dari pemimpin sebelumnya yang tidak lain adalah generasi



sebelumnya. Namun sebenarnya munculnya pemimpin baru tersebut bukanlah disebabkan karena faktor keturunan, melainkan lebih disebabkan oleh faktor lingkungan. Seseorang yang lahir di lingkungan kepemimpinan yang hebat, akan berakibat terbentuknya karakter kepemimpinan pada diri seseorang tersebut sejak kecil. Dengan demikian maka setelah tumbuh dan berkembang menjadi besar, ia pun akan menjadi pemimpin besar seperti generasi sebelumnya. Inilah yang menyebabkan banyak orang beranggapan bahwa kepemimpinan merupakan sesuatu yang dapat diturunkan.

Dikarenakan kepemimpinan seseorang lebih dipengaruhi oleh faktor lingkungan, maka sebenarnya kepemimpinan seseorang dapat diasah. Seseorang dapat terus belajar mengembangkan kemampuan kepemimpinannya menjadi lebih baik. Beberapa cara yang dapat dilakukan seseorang untuk mengembangkan kepemimpinannya, sebagai berikut:

1. Menerima kenyataan (realita) dengan tulus

Dalam memimpin, terkadang seseorang tidak mampu memuaskan semua anggota yang dipimpinnya. Oleh sebab itu orang tersebut harus mampu membuka mata lebar-lebar serta mendengarkan berbagai masukan baik saran, kritikan maupun pendapat orang lain khususnya bawahan akan kepemimpinan kita. Hal ini merupakan cara yang paling ampuh bagi diri seseorang untuk mulai melakukan perubahan dalam kepemimpinannya menjadi lebih baik lagi.

2. Mencoba mencari dukungan

Banyak pemimpin yang mengambil berbagai keputusan atas dasar kekuatan posisinya sebagai seorang pemimpin. Dengan demikian ia sering tidak melihat hal-hal yang diinginkan oleh anggota organisasinya tersebut. Akhirnya keputusan yang diambil bersifat sepihak dan kurang mendapatkan dukungan maupun respon positif dari anggotanya. Pemimpin yang baik akan selalu berusaha untuk mencari dukungan dari para anggotanya dengan cara mengajak para anggotanya untuk secara bersama-sama membuat keputusan terbaik dari segala kemungkinan yang ada.

3. Ajak anggota organisasi berkreasi

Sebagian pemimpin akan beranggapan bahwa ia ditunjuk sebagai pemimpin untuk mengendalikan atau mengelola anggotanya dengan baik. Hal ini memang tidak sepenuhnya salah. Namun sebaiknya seorang pemimpin tidak semata-mata menganggap bahwa anggota organisasi adalah objek yang harus dikelola atau dikendalikan. Mereka harus bisa mengajak anggota organisasinya untuk berfikir kreatif guna memecahkan berbagai permasalahan yang ada dalam organisasi. Dengan cara ini maka

para anggota organisasi akan lebih merasa dihargai, sehingga mereka akan lebih nyaman menjadi bagian dari organisasi tersebut.

4. Perbanyak mendengarkan pendapat orang lain

Dengan mendengarkan apa yang diinginkan oleh para anggota organisasi, seorang pemimpin akan lebih bisa memahami dan berempati tentang hal-hal yang diinginkan para anggota organisasi tersebut. Dengan demikian maka keputusan yang akan diambil seorang pemimpin tidak akan bertentangan dengan apa yang diinginkan oleh para anggota organisasi. Hal ini akan memicu ketertarikan para anggota organisasi menjalankan apa yang diputuskan oleh pimpinan tersebut.

5. Jangan selalu memberikan solusi

Seseorang diangkat menjadi pemimpin biasanya karena ia memiliki banyak kelebihan dibandingkan orang lain, termasuk kemampuan dalam mengatasi berbagai permasalahan yang ada. Akhirnya banyak diantara pemimpin tersebut yang lebih sering memberikan solusi kepada para anggotanya untuk mengerjakan apa yang ia inginkan. Padahal belum tentu apa yang ia inginkan tersebut jauh lebih baik dengan apa yang dipikirkan oleh anggota organisasinya. Oleh sebab itu maka seorang pemimpin harus belajar menghargai orang lain menentukan caranya sendiri, selagi apa yang akan dilakukan oleh anggota organisasi tersebut masih satu tujuan dengan apa yang diinginkan oleh sang pemimpin.

6. Bersikap tenang, sabar dan murah senyum

Terkadang kita jumpai pemimpin yang selalu panik, tidak tenang dan bahkan sering marah saat menghadapi berbagai permasalahan. Hal ini kemungkinan besar justru akan menjadi tekanan tersendiri bagi pemimpin maupun para anggotanya. Disisi lain ketidakprofesionalan seseorang dalam memimpin justru menjadi sangat terlihat. Oleh sebab itu, seorang pemimpin harus selalu bersikap tenang, sabar dan selalu murah senyum seberapa berat permasalahan yang sedang dihadapinya.

7. Kesuksesan pemimpin adalah kesuksesan tim

Banyak pemimpin yang saat mendapatkan kesuksesan, melupakan tim mereka. Sebuah kesuksesan dalam organisasi muncul karena adanya kerja sama semua pihak yang tergabung dalam organisasi tersebut, termasuk para anggotanya sebagai tim yang tidak dipisahkan. Saat seorang pemimpin sukses mengatasi berbagai permasalahan yang ada, hendaknya ia beranggapan bahwa kesuksesan tersebut merupakan kesuksesan semua tim yang ada. Dengan demikian maka tim yang ada akan merasa lebih dihargai serta ikut merasakan kesuksesan organisasi tersebut.

8. Biarkan orang lain menilai anda apa adanya

Hal penting lainnya yang harus diperhatikan oleh seorang pemimpin adalah penilaian. Siapapun pemimpinnya, pasti akan selalu dinilai oleh para anggota organisasinya. Biarkan para anggota organisasi menilai diri pemimpin tersebut apa adanya. Dengan demikian maka sebagai pemimpin, anda bisa melakukan introspeksi diri dengan baik. Hilangkan kesan ABS (Asal Bapak Senang) dalam kepemimpinan Anda, karena hal ini justru akan menjadi penilaian semu yang akan membuat anda melakukan kesalahan dalam mengambil berbagai keputusan selanjutnya.

Dengan meningkatkan kedelapan kemampuan tersebut, maka semakin hari kematangan seseorang dalam memimpin sebuah organisasi akan semakin meningkat. Hal ini akhirnya akan membuat seseorang semakin baik, cakap dan tepat dalam mengambil berbagai keputusan organisasinya. Bahkan tidak jarang yang akhirnya mampu menjadi pemimpin besar di masa yang akan datang.

PENUTUP

Menjadi seorang pemimpin apalagi dalam dunia usaha atau bisnis memang tidaklah mudah. Namun bagi para calon wirausahawan tidaklah perlu takut, karena sebenarnya kepemimpinan tersebut dapat dipelajari. Dengan terus berlatih maka niscaya kemampuan Anda dalam mengelola usaha pasti semakin lama akan semakin membaik seiring dengan berjalannya waktu.

LITERASI

- Kasali, Rhenald. 2010. Modul Kewirausahaan Untuk Program Strata 1. Cetakan Pertama. PTMizan Publika. Jakarta.
- Maxwell, John C. 2012. The 5 Levels of Leadership. Cetakan Pertama. PT Menuju Insan Cemerlang. Surabaya.
- Widayat, Eko Wahyu. 2012. Kewirausahaan. Panduan Praktis Membangun Bisnis. Cetakan Pertama. Penerbit USU Press. Medan.

Internet

- <http://nugraha0215.blogspot.com/2013/09/kepemimpinan-dalam-kewirausahaan.html>
- <https://id.wikipedia.org/wiki/Intuisi>
- <https://medium.com/@TERRAITB/poac-planning-organizing-actuating-and-controlling-manage-men-organisasi-ea982e20529>

[11]

NETWORKING, Membangun Jaringan yang Luas Melalui Komunikasi yang Efektif

Jejaring atau *networking* memiliki peranan yang sangat penting untuk keberhasilan sebuah usaha atau bisnis. Oleh sebab itu maka sudah sewajarnya jika seseorang yang terjun ke dunia usaha atau bisnis harus mampu membangun jejaring yang luas. Tentunya ini dapat tercipta jika orang tersebut mampu melakukan komunikasi dengan sangat efektif. Melihat penjelasan tersebut maka kemampuan komunikasi seorang wirausahawan tentu sangatlah penting dalam mendukung keberhasilannya sebagai seorang wirausahawan. Mengingat pentingnya komunikasi untuk menciptakan jejaring yang luas, maka dalam bab ini penulis akan membahas tentang jejaring (*networking*) maupun komunikasi itu sendiri.

Dalam berwirausaha, seseorang tentu membutuhkan jejaring (*networking*) atau yang oleh sebagian orang sering juga dikaitkan dengan *supply chain* yang luas. Mengapa? Karena usaha yang dibangun oleh orang tersebut sangat berkaitan dengan banyak orang lainnya baik itu sebagai mitra usaha maupun sebagai pelanggan. Semakin luas jejaring seseorang maka akan semakin mudah bagi orang tersebut untuk membangun usahanya. Demikian sebaliknya, semakin sempit jejaring seseorang maka akan semakin sulit bagi orang tersebut untuk menjalankan usahanya.

Pertanyaannya sekarang adalah apa yang harus dilakukan oleh seorang wirausahawan agar ia memiliki jejaring yang luas. Jawabnya adalah ia harus mampu membangun komunikasi yang baik dengan semua orang terlepas seperti apa pun kondisi, karakter dan kepribadian orang tersebut. Dengan demikian maka wirausahawan tersebut akan mampu masuk ke dunia orang lain dengan mudah, yang pada akhirnya tentu baik secara langsung maupun tidak langsung akan sangat berpengaruh terhadap perkembangan usaha yang dijalkannya. Oleh sebab itu, penulis sampaikan bahwa antara jejaring dan komunikasi adalah dua hal yang sangat erat kaitannya dan bahkan tidak dapat dipisahkan antara satu dan lainnya.

Dalam beberapa kasus, sering sekali seorang wirausahawan bisa sukses mengembangkan usahanya karena ia memiliki kemampuan untuk berpikir diluar kebiasaan atau sering disebut dengan istilah *thinking out of the box*. Namun sebenarnya dibalik kemampuannya itu ada hal yang kita semua tidak ketahui yaitu bahwa wirausahawan itu juga memiliki jejaring yang luas sehingga ia bisa mewujudkan apa yang dinamakan berpikir diluar kebiasaan orang pada umumnya tersebut. Tanpa adanya jejaring yang luas dan mampu mendukung pemikirannya tersebut, niscaya pemikirannya tersebut belum tentu bisa diterjemahkan dalam sebuah ide kreatif yang akan mendukung kesuksesannya dalam menjalankan usahanya. Kisah Joe Morton yang mampu membangun bisnis jus manggis kelas dunia di bawah ini merupakan salah satu contoh betapa pentingnya jejering dalam sebuah bisnis.

Joe Morton, seorang pengusaha nutrisi kesehatan memperoleh gagasan bisnis milliaran dolar ketika dia bertandang ke Malaysia. Ia berkesempatan bertemu dengan Mantan Perdana Menteri Malaysia kala itu Mahathir Muhammad dan mendapat informasi tentang khasiat durian dan manggis (*mangosteen*). Ia penasaran dengan manggis, dan meminta jejaringnya di industri kedokteran yang ada di Amerika Serikat untuk melakukan penelitian tentang manggis. Dia dapat tahu bahwa kulit manggis mengandung obat-obatan berguna bagi kesehatan yaitu meningkatkan tenaga dan mengurangi peradangan dan menyembuhkan gangguan perut. Morton dan dua orang rekannya kemudian mendirikan Xango, perusahaan yang menghasilkan jus manggis di tahun 2002, dan berhasil \$1 miliar dalam enam tahun setelah didirikan. Ini tidak akan terjadi kalau ia tidak ke luar negeri, ketemu dan berjejaring dengan Dr. Matahir Muhammad serta punya jejaring di dunia kedokteran.

Kisah di atas membuktikan bahwa berpikir diluar kebiasaan saja tidaklah cukup tanpa adanya jejaring yang mendukungnya. Ini karena terkadang sebagai seorang wiraushawan kita semua tidak memiliki kemampuan dan sumber daya yang memadai untuk mengembangkan usahanya. Oleh sebab itu baik secara langsung maupun tidak langsung kita membutuhkan orang lain sebagai bagian dari jejaring kita untuk mengembangkan usaha tersebut, dimana jejaring itu sendiri sangat erat kaitannya dengan kemampuan berkomunikasi yang kita miliki.

PENGERTIAN DAN ARTI PENTING KOMUNIKASI

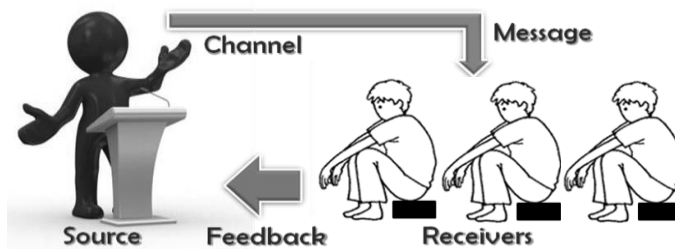
Komunikasi merupakan salah satu hal yang sangat penting dalam kehidupan manusia. Siapa dan dimana pun, seseorang tentu saling membutuhkan komunikasi antara yang satu dengan yang lain terlepas mereka melakukan komunikasi tersebut dengan cara apapun. Mengingat

pentingnya komunikasi maka setiap orang akan selalu berusaha untuk menjadi seorang komunikator yang baik. Oleh sebab itu mereka akan melakukan berbagai cara agar komunikasi yang mereka miliki semakin hari semakin membaik.

Permasalahannya banyak orang yang menginginkan komunikasinya semakin membaik tetapi mereka tidak banyak mengetahui bagaimana cara komunikasi yang baik dan benar tersebut. Mereka cenderung berpikir bahwa dengan latihan seadanya setiap hari, kemampuan mereka akan semakin membaik. Komunikasi tersebut menjadi sangat penting karena sangat berhubungan dengan proses penyampaian informasi baik berupa pesan, ide, gagasan dan lain sebagainya dari satu orang ke orang yang lain.

Mengingat pentingnya sebuah komunikasi maka sebaiknya setiap orang bisa memahami dengan baik komunikasi tersebut. Dengan demikian diharapkan setiap orang dapat melakukan komunikasi dengan baik. Salah satu hal yang harus dipahami adalah apa sebenarnya yang dinamakan dengan komunikasi itu sendiri. Banyak ahli mendefinisikan komunikasi. Namun pada prinsipnya dapat disampaikan bahwa komunikasi adalah suatu proses penyampaian informasi (pesan, ide maupun gagasan) dari satu pihak kepada pihak lain agar terjadi saling mempengaruhi diantara keduanya. Hal ini berarti bahwa ada proses yang terjadi sehingga informasi tersebut dapat sampai ke pihak lain.

Proses komunikasi merupakan tahapan-tahapan penyampaian pesan dari mulai pengirim pesan kepada penerima pesan. Proses tersebut sangat erat hubungannya dengan berbagai unsur yang ada dalam komunikasi itu sendiri. Adapun unsur tersebut dapat dijelaskan seperti di bawah ini.



Proses Terjadinya Komunikasi

1. *Sender* atau *source* adalah komunikator yang menyampaikan pesan sekaligus bertindak sebagai sumber kepada seseorang atau sejumlah orang
2. *Encoding* (penyandian) adalah proses pengalihan pikiran ke dalam bentuk lambang

3. *Message* adalah pesan yang merupakan seperangkat lambang bermakna yang disampaikan oleh komunikator
4. *Media* atau *channel* adalah saluran komunikasi tempat berlalunya pesan dari komunikator kepada komunikan
5. *Decoding* adalah proses dimana komunikan menetapkan makna lambang yang disampaikan komunikator kepadanya
6. *Receiver* adalah komunikan yang menerima pesan dari komunikator
7. *Response* adalah tanggapan, seperangkat reaksi komunikan setelah diterima pesan
8. *Feedback* adalah umpan balik, yaitu tanggapan komunikan apabila pesan tersampaikan atau disampaikan kepada komunikator
9. *Noise* adalah gangguan yang tak terencana yang terjadi dalam proses komunikasi sebagai akibat diterimanya pesan lain oleh komunikan yang berbeda dengan pesan yang disampaikan oleh komunikator kepadanya

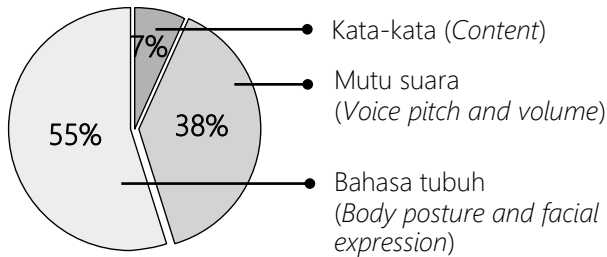
Setelah seseorang memahami dengan baik tentang komunikasi maka diharapkan ia akan mampu menjadi seorang komunikator yang handal. Dengan demikian maka ia akan mampu mengkomunikasikan berbagai hal yang ada dalam pikirannya kepada orang lain dengan baik. Hal ini menjadi sangat penting karena tingkat keberhasilan komunikasi tersebut sebenarnya diukur dengan sejauh mana respon atau umpan balik yang terjadi atas proses komunikasi itu sendiri.

MEMAHAMI ALAT KOMUNIKASI YANG EFEKTIF

Banyak orang beranggapan bahwa alat komunikasi adalah segala sesuatu yang dibutuhkan seseorang untuk menyampaikan informasi dalam komunikasi tersebut kepada orang lain dengan harapan proses komunikasi itu sendiri menjadi lebih efektif. Namun dalam NLP (*Neuro Linguistic Programming*), alat komunikasi lebih ditujukan kepada fungsi panca indera yang dimiliki oleh setiap orang. Dalam NLP dikenal tiga jenis alat komunikasi yaitu kata-kata (*content*), mutu suara (*voice pitch and volume*) serta bahasa tubuh (*body posture and facial expression*). Selama ini orang beranggapan bahwa kata-kata merupakan alat komunikasi yang paling efektif. Oleh sebab itu banyak orang hanya memperhatikan komunikasi dari sudut pandang kata-kata saja.

Dalam komunikasi, pemilihan kata-kata memang sangat penting. Namun demikian jika seseorang hanya mengandalkan kata-kata dalam berkomunikasi maka hasilnya akan sangat mengecewakan. Mengapa demikian? Ternyata tingkat keberhasilan komunikasi yang hanya menggunakan kata-kata (*content*) hanyalah 7% saja. Hal ini sangat jauh berbeda jika

dalam berkomunikasi tersebut seseorang juga menggunakan mutu suara (*voice pitch and volume*), karena ternyata tingkat keberhasilannya bisa mencapai 38%. Sedangkan jika menggunakan bahasa tubuh (*body posture and facial expression*) ternyata tingkat keberhasilannya bisa lebih besar lagi yaitu mencapai 55%. Apa yang akan terjadi jika dalam berkomunikasi seseorang menggunakan ketiga-tiganya? Jawabnya akan sangat luar biasa, bahkan tingkat keberhasilannya bisa mencapai 100%.



Tingkat Keberhasilan Komunikasi

SISTEM REPRESENTASI MANUSIA

Manusia sebagai makhluk yang paling sempurna sebenarnya memiliki sistem representasi (*representational system*) atau sering dikenal dengan nama panca indera yang luar biasa. Namun masih banyak diantara mereka yang belum mampu memanfaatkan kelima panca indera tersebut.



<http://bukucatatatan->

melakukan komunikasi maka tipe manusia dapat dibagi menjadi penglihatan (*visual*), pendengaran (*auditory*) serta perasa (*kinesthetic*).

Mengingat dalam melakukan komunikasi seseorang cenderung hanya menggunakan indera penglihatan, pendengaran dan perasa, maka dalam subab ini hanya akan dibahas mengenai ketiga hal tersebut. Sesuai dengan kecenderungan jenis panca indera yang orang gunakan dalam

Tipe *Visual* (Penglihatan)

Orang yang memiliki tipe *visual* (penglihatan) dalam berkomunikasi lebih menggunakan indera penglihatannya dibandingkan dengan pendengaran atau perasanya. Adapun beberapa ciri orang yang cenderung menggunakan indera penglihatan tersebut, antara lain:

- Kalau berbicara selalu menggunakan nada tinggi dan tempo yang cepat
- Cara berfikirnya cepat
- Cara berjalannya juga cepat
- Nafasnya menggunakan diafragma (bagian dada ke atas)
- Senang berpeampilan dan berpaiaannya dengan warna yang mencolok
- Kalau duduk lebih suka condong ke depan
- Selalu menggunakan kosakata yang berhubungan dengan penglihatan seperti: jelas, terlihat, muncul, memandang, menunjukkan, ada gambaran, menyala, silau, mengamati, dan lain-lain.

Tipe *Auditory* (Pendengaran)

Orang dengan tipe ini cenderung menggunakan pendengarannya dalam berkomunikasi dengan orang lain dibandingkan dengan indera penglihatan maupun perasanya. Ciri-ciri orang yang bertipe *auditory* yaitu:

- Berbicara dengan nada mengayun
- Kalau sedang memperhatikan orang, tangannya sering sambil menyangga dagu
- Suka berbicara sendiri
- Bernafas dengan menggunakan dada
- Sensitif terhadap suara-suara
- Kalau berbicara sering menirukan bunyinya misal, "*Tadi ada ambulance lewat, wiuwuiwi..!!*" atau "*Saya langsung ngerem, ciiiitttt...!!*" dan lain sebagainya.
- Kosakata yang banyak digunakan antara lain: mendengar, tenang, keras, memperagakan suara-suara, dan lain sebagainya.

Tipe *Kinesthetic* (Perasa)

Orang dengan tipe ini cenderung mengedepankan perasanya dalam berkomunikasi dibandingkan dengan penglihatan maupun pendengarannya. Ciri-cirinya antara lain:

- Berbicara dengan nada pelas, berjeda dan cenderung menggunakan suara perut (berat)
- Kalau berbicara dengan orang lain tangannya sering dilipat
- Bernafas dari dada ke perut
- Suka bersentuhan
- Cara berpakaianya lebih menyukai kenyamanan dibandingkan penampilan yang mencolok
- Suka beraktivitas
- Kosa katanya: menyentuh, meraba, merasakan, santai, berat, lembut dan lain sebagainya.

Setelah memahami dengan baik berbagai tipe manusia dilihat dari sistem representasinya, maka mulai sekarang ia harus bisa menjadi “bunglon” dalam berkomunikasi. Artinya saat kita berbicara dengan orang yang memiliki tipe *visual* maka kita harus bergaya dan berpenampilan layaknya seorang yang *visual*. Demikian halnya dengan *auditory* maupun *kinesthetic*. Dengan demikian maka orang yang kita ajak bicara akan lebih mudah menerima kita sebagai lawan bicaranya. Hal ini pada akhirnya akan berdampak terhadap terjadinya komunikasi yang akrab antara kita dengan orang yang diajak bicara.



<http://www.vemale.com>

MEMBANGUN HUBUNGAN AKRAB MELALUI *INSTANT RAPPORT*

Setelah Anda memahami dengan baik mengenai sistem representasi yang ada pada diri setiap orang sehingga Anda bisa membedakan apakah seseorang cenderung bertipe *visual*, *auditory* maupun *kinesthetic*, maka Anda juga harus memahami dengan baik bagaimana untuk bisa membangun hubungan yang akrab dengan orang lain sehingga Anda akan dengan mudah mempengaruhi orang lain melakukan apa yang Anda inginkan. Hal ini sangat banyak manfaatnya dalam kehidupan sehari-hari. Dengan membangun hubungan yang akrab maka seseorang akan lebih mudah mengendalikan orang lain. Adapun beberapa manfaat positif dengan memiliki kemampuan membangun hubungan yang akrab (*building rapport*) dengan orang lain antara lain:

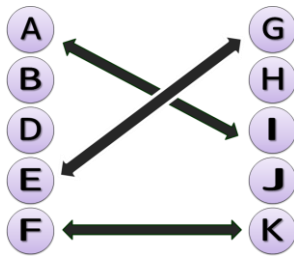
1. Sangat berguna bagi Anda yang memiliki profesi berhubungan dengan marketing seperti sales mobil, property, asuransi, MLM (*Multi Level Marketing*) dan lain sebagainya termasuk wirausahawan dimana Anda bisa dengan lebih mudah untuk “mempengaruhi” calon pelanggan atau klien membeli produk yang Anda tawarkan.
2. Sangat bermanfaat bagi Anda yang memiliki profesi sebagai negosiator dimana dengan kemampuan membangun hubungan akrab dalam waktu singkat maka kemungkinan Anda akan lebih berhasil dalam melakukan negosiasi.
3. Sangat luar biasa bagi Anda para pemimpin baik itu pemimpin perusahaan, organisasi, dan lain sebagainya dimana Anda bisa membangun hubungan yang akrab dengan anggota Anda sehingga mereka akan lebih perhatian kepada Anda dan bersedia melakukan apapun yang Anda mau tanpa ada keterpaksaan melainkan karena kepiawaian diri Anda dalam memimpin mereka.
4. Disisi lain membangun hubungan yang akrab (*building rapport*) juga dapat Anda gunakan untuk mencari rekan, teman, relasi dan lain sebagainya dalam jumlah yang cukup banyak sebagai upaya memperluas jaringan bisnis maupun pertemanan Anda.
5. Serta masih banyak lagi manfaat lainnya yang dapat diambil dengan membangun hubungan yang akrab.

Kesemuanya itu dapat Anda lakukan jika Anda memiliki kemampuan yang baik dalam membangun *instant rapport*. Apa sebenarnya yang dinamakan dengan *instant rapport*? Secara harfiah *instant* berarti singkat sedangkan *rapport* berarti hubungan. *Instant rapport* berarti membangun hubungan yang akrab dalam waktu yang relatif singkat. Prinsip terjadinya hubungan yang akrab dalam waktu singkat adalah adanya kecenderungan bahwa setiap orang lebih menyukai orang lain yang memiliki banyak kesamaan dengan dirinya. Jika hal ini terjadi maka diantaranya akan mudah *rapport* yang berarti bahwa:

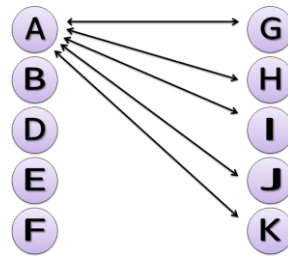
1. Sebuah keadaan dimana objek bersifat terbuka dan mau menerima perilaku komunikasi.
2. Sebuah keadaan penerimaan dua arah antara orang yang satu dengan lainnya, bukan karena kebutuhan atau keterpaksaan yang biasanya cenderung bersifat satu arah.
3. Dapat terjadi secara alami antara orang-orang yang cenderung memiliki sistem representasi, ciri, minat, bakat, kebiasaan, hobi dan lain sebagainya.
4. Dengan menggunakan teknik-teknik yang ada dalam NLP (*Neuro Linguistic Programming*), maka kondisi *rapport* dapat dibangun dalam

waktu yang relatif sangat singkat, bahkan bisa hanya dalam waktu 3 hingga 5 menit saja.

Guna memahami lebih lanjut tentang bagaimana *building rapport* tersebut marilah sejenak kita perhatikan gambar di bawah ini. Gambar pertama menunjukkan hubungan akrab yang terjadi secara alami dimana gambar tersebut menunjukkan bahwa antara orang sebelah kiri hanya menjalin hubungan dengan satu orang di sebelah kanan. Misal, si A menjalin hubungan dengan si I, si E menjalin hubungan dengan si G serta si F menjalin hubungan dengan si K. Mengapa hal tersebut bisa terjadi? Jawabnya karena diantara keduanya terdapat persamaan sistem representasi, ciri, minat, bakat, kebiasaan, hobi dan lain sebagainya sehingga mereka akan cenderung lebih nyaman dalam berkomunikasi yang pada akhirnya akan terjadi hubungan yang akrab diantara mereka



Gambar (1)



Gambar (2)

Prinsip Kerja *Building Rapport*

Kemungkinan si A memiliki sistem representasi visual, senang makan baso, berbakat dalam menyanyi, kebiasaan nonton film, serta hobi berenang. Demikian juga dengan si I yang memiliki kesamaan dengan si A, sehingga mereka akan cenderung seiring seirama dalam berbagai hal hingga akhirnya mereka menjalin hubungan akrab misalnya sebagai sepasang kekasih. Pertanyaannya adalah mengapa si A tidak akrab dengan si J dan bahkan menjalin hubungan lebih lanjut? Jawabnya karena antara si A dan si J tidak memiliki kesamaan dalam hal sistem representasi, ciri, minat, bakat, kebiasaan, hobi dan lain sebagainya.

Pertanyaan selanjutnya bagaimana jika si A mampu menjadi “bunglon” dalam hal ini orang yang sangat simpel sehingga mudah menyesuaikan diri dengan orang lain? Jawabnya dapat Anda lihat pada gambar kedua. Pada gambar kedua memperlihatkan bahwa saat si A bertemu dengan si G maka ia mampu “menjadi si G” dalam hal sistem representasi, ciri, minat, bakat, kebiasaan, hobi dan lain sebagainya, saat bertemu dengan si H maka ia akan “menjadi si H” demikian selanjutnya. Dengan kemampuannya menjadi “bunglon” karena ia mampu menerapkan *instant rapport* dengan baik maka

si A akan memiliki banyak teman akrab. Dengan demikian maka ia akan lebih mudah untuk menjalin hubungan dengan banyak orang lain sehingga pada akhirnya si A akan lebih piawai dalam melakukan berbagai hal yang berhubungan dengan orang lain termasuk mengajak orang lain mengikuti kemauan si A untuk membeli produk yang ditawarkan, menjalankan perintah yang diberikan dan lain sebagainya. Selain hal tersebut, membangun hubungan yang akrab dengan orang lain dalam waktu singkat juga dapat dilakukan dengan cara lainnya. Cara tersebut adalah *pacing-leading* serta *match and mirroring*.

Pacing-Leading

Teknik *pacing-leading* merupakan teknik yang dapat digunakan oleh seseorang dalam membangun hubungan yang akrab. Prinsipnya jika Anda ingin dimengerti oleh orang lain maka Anda harus mengerti mereka terlebih dahulu. Demikian juga jika Anda ingin dipahami oleh orang lain maka Anda harus mampu memahami orang lain tersebut terlebih dahulu. Dengan demikian maka Anda akan lebih mudah untuk menjalin hubungan dengan mereka semua.

Adapun *output* atau hasil yang diharapkan dengan teknik *pacing-leading* ini adalah *LEADING* itu sendiri, artinya Anda memiliki kemampuan untuk mengajak, mengarahkan, dan bahkan memerintah orang lain melakukan apa yang Anda inginkan dengan senang hati tanpa keterpaksaan karena orang tersebut telah percaya sepenuhnya dengan Anda, dimana kepercayaan tersebut mereka peroleh karena sebelumnya Anda telah melakukan *instant rapport* maupun *pacing-leading* terlebih dahulu.

Pertanyaannya adalah hal apa sajakah yang seharusnya disamakan (*pacing*) terlebih dahulu? Jawabnya tentu sangat banyak. Prinsipnya apapun boleh disamakan kecuali hal-hal yang bertentangan keyakinan diri Anda, seperti:

1) *Blink* (kedipan mata)

Terkadang saat berkomunikasi seseorang pasti akan selalu mengedipkan mata. Tingkat frekuensi atau intensitas kedipan mata setiap orang tentu berbeda-beda, ada yang sangat cepat, sedang dan bahkan lambat sekali. Anda harus memperhatikannya dan kemudian mencocokkan intensitasnya dengan kedipan mata orang yang Anda ajak bicara.

2) Ekspresi wajah

Saat berkomunikasi seseorang akan menunjukkan ekspresi wajah tertentu seperti serius, penasaran, sedih, semangat, bahagia dan sebagainya. Sebagai orang yang sedang melakukan *pacing* maka Anda

juga harus mampu menunjukkan dan mengimbangi ekspresi wajah orang yang Anda ajak bicara.

3) Fisiologis

Saat berkomunikasi maka seseorang akan menunjukkan reaksi tertentu misalnya dengan cara menarik badan kebelakang, jabat tangan, melipat tangan, bersandar dan lain sebagainya. Dengan gerakan yang natural maka Anda juga harus menirukan apa yang mereka lakukan sehingga mereka akan cenderung merasa nyaman. Misalnya saat lawan bicara menarik badannya ke belakang maka Anda juga harus menatik badan Anda ke belakang, jangan justru mendorong badan Anda ke depan sehingga lawan bicara Anda justru akan merasa tidak nyaman karena seolah-olah Anda sedang menginterogasinya.

4) Nafas

Intensitas tarikan nafas setiap orang juga berbeda-beda. Anda harus sebisa mungkin menyamakan intensitas tarikan nafas tersebut sehingga lawan bicara Anda akan merasa lebih nyaman.

5) Intonasi suara

Tinggi rendahnya intonasi suara yang Anda keluarkan juga harus disesuaikan dengan intonasi lawan bicara Anda sehingga dalam satu intonasi yang sama. Mengapa demikian? Karena kalau lawan bicara Anda intonasinya rendah sementara Anda berkomunikasi dengan intonasi tinggi maka ada kesan Anda sedang memarahinya.

6) Kata-kata

Gunakan kata-kata yang sama dengan apa yang disampaikan oleh lawan bicara Anda. Misal ia mengatakan, “Maaf boleh tahu Bapak sudah makan siang atau belum yah?” maka Anda harus menjawab, “Kebetulan saya sudah makan siang, Pak!”. Anda tidak boleh mengganti kata makan siang dengan *lunch* misal, “Kebetulan saya sudah *lunch*, Pak!”. Walau kesannya lebih berkelas tetapi hal tersebut justru akan merusak situasi pembicaraan Anda dengannya.

7) Serta masih banyak lagi hal yang dapat Anda samakan seperti karakter, keinginan, hobi dan lain sebagainya.

Dengan melakukan *pacing-leading* maka proses komunikasi antara Anda dengan orang lain tersebut akan lebih terlihat natural dan alami. Dengan demikian maka lawan bicara Anda akan merasa nyaman dengan apa yang Anda sampaikan sehingga dengan mudah ia akan menuruti apa yang Anda inginkan.

Matching dan Mirroring

Selain *pacing-leading*, teknik lainnya yang dapat dilakukukan adalah *matching* dan *mirroring*. *Matching* adalah tindakan mencocokkan gerakan tubuh atau anggota badan dengan lawan bicara Anda seperti telah dijelaskan di atas. Sedangkan *mirroring* sebenarnya sama saja dengan *matching* tetapi lebih ke efek cermin. Artinya anda menirukan gaya lawan bicara Anda seolah-olah Anda adalah bayangan cermin lawan bicara Anda sehingga gerak-gerik Anda nyaris sama. Dengan menggunakan metode *instant rapport*, *pacing-leading* serta *matching and mirroring* maka seseorang akan lebih akrab dalam berkomunikasi dengan orang lain. Hasilnya mereka akan merasa lebih nyaman memiliki lawan bicara seperti Anda sehingga akan terjalin hubungan yang akrab antara Anda dan lawan bicara Anda tersebut.

TIPS MEMBANGUN JEJARING

Setelah Anda semua memahami dengan baik bagaimana teknik yang dapat digunakan untuk membangun komunikasi dengan orang lain yang penuh dengan keakraban, maka langkah selanjutnya tentu bagaimana teknik tersebut untuk membangun jejaring yang luas. Hal ini perlu karena seperti telah penulis sampaikan di awal bab ini bahwa jejaring memiliki peranan yang sangat penting dalam mewujudkan kesuksesan dalam berbisnis. Oleh sebab itu kita semua harus terus berupaya untuk memperluas jejaring yang kita miliki saat ini. Pertanyaannya bagaimana caranya agar jejaring kita semakin luas? Dyer dalam Amir (2016), mengemukakan beberapa cara yang dapat dilakukan seseorang untuk memperluas jejaring, antara lain:

1. Perluas keragaman jejaring Anda
Cobalah buat daftar pihak-pihak yang ingin Anda ajak bicara bila ingin memperoleh jejaring baru. Seperti apa latar belakang bidangnya, berapa diantara mereka yang pernah tinggal di luar negeri, berapa yang berasal dari kelompok sosial ekonomi yang berbeda dengan Anda dan lain sebagainya. Intinya cobalah perluas jejaring yang Anda miliki selama ini dengan memasukkan jejaring yang baru.
2. Rencanakan makan siang untuk berjejaring
Sempatkan dan rencanakan makan dengan orang-orang yang beda bidangnya dengan Anda. Sering-seringlah bertemu dengan orang yang kreatif, yang akan memberikan peluang bagi Anda untuk menemukan perspektif yang berbeda.
3. Rencanakan untuk menghadiri seminar minimal setahun dua kali
Pilih salah satu seminar yang topiknya terkait dibidang Anda dan satu yang temanya merupakan bisang berbeda dari Anda untuk dihadiri.

Upayakan ketemu orang baru dan berkenalan dengan masalah dan isu yang mereka hadapi.

4. Mulai dengan satu komunitas yang kreatif

Temukan orang yang teruka dengan ide baru dan dapat menstimulasi ide baru dan berpikir kreatif. Tentukan tempat yang kreatif untuk bertemu agar saling tukar ide dan mengembangkan yang baru. Ketemu secara teratur (setidaknya sebulans ekali) untuk mendiskusikan tren dan ide baru.

5. Undang seorang *outsider*

Undanglah seorang pakar yang berbeda latar belakang, fungsi, profesi, industri, usia etnik dan kelompok sosial ekonomi. Minta dia presentasi atau berbagi pengalaman dengan tim kerja kita. Adakan *openhouse* untuk saling berbagi ide dan pengalaman tersebut.

6. Ikuti pelatihan lintas ahli

Temukan ahli dengan industri, fungsi dan kalau bisa geografis berbeda. Duduklah di kelas workshop mereka dan bisa memungkinkan ikut alami bekerja dengan mereka, di beda industri, fungsi dan geografis.

Dengan melakukan berbagai hal di atas diharapkan Anda semua bisa memperluas jejaring Anda di masa yang akan datang. Ini sangat penting karena sekali lagi, jejaring memiliki peranan yang sangat signifikan atas keberhasilan sebuah usaha. Semakin luas jejaring yang Anda miliki maka akan semakin terbuka lebar bagi Anda untuk melakukan kerja sama dengan orang lain dalam bidang apapun, Dimana kerja sama tersebut akan menjadi bagian dari solusi atas permasalahan yang Anda hadapi dalam berwirausaha.

ANTARA *IDE NETWORKERS* DAN *RESOURCES NETWORKERS*

Mengingat dampak jejaring yang sangat luar biasa, maka saat ini banyak wirausahawan atau pebisnis dan juga para eksekutif atau profesional yang menggunakan jejaring yang mereka miliki untuk mendukung kesuksesan mereka dalam menjalankan bisnis. Namun demikian sebenarnya ada perbedaan mendasar antara wirausahawan atau pebisnis dan para eksekutif atau profesional dalam menggunakan jejaring yang mereka miliki terlepas mereka semua sadar atau tidak atas perbedaan yang terjadi diantara mereka tersebut.

Khusus untuk para wirausahawan atau pebisnis, biasanya mereka akan menggunakan jejaring yang mereka miliki cenderung untuk memperoleh ide-ide baru yang dapat mereka aplikasikan dalam usaha yang mereka jalankan. Dengan demikian maka para wirausahawan tersebut akan terus mampu mengembangkan usahanya berdasarkan inovasi-inovasi baru yang mereka

dapatkan dari ide yang berasal dari para jejaring yang mereka miliki. Para wirausahawan tersebut biasanya juga akan secara aktif membentuk komunitas-komunitas tertentu sebagai salah satu upaya untuk saling bertukar ide dan gagasan yang mereka saling miliki.

Berbeda dengan para wirausahawan atau pebisnis, para eksekutif atau profesional (dalam hal ini bisanya para manajer), akan cenderung menggunakan jejaring yang mereka miliki lebih kepada bagaimana mereka bisa menjual produk yang mereka tawarkan kepada komunitas jejaring tersebut atau minimal lebih menggunakan jejaring tersebut sebagai penghubung bagi mereka untuk menjual produk kepada orang yang memang membutuhkan. Dengan demikian tentu mereka berharap, semakin banyak jejaring yang mereka miliki, harapannya semakin banyak produk atau barang yang dapat terjual, yang pada akhirnya tentu mereka berharap ini semua akan berdampak positif terhadap karir mereka. Untuk memahami lebih jauh tentang perbedaan antara *idea networkers* dan *resources networkers*, dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Perbedaan *Idea Networkers* dan *Resources Networkers*

IDEA NETWORKERS (Discovery Driven Executives)	RESOURCES NETWORKERS (Delivery Driven Executives)
Alasan berjejaring: ide-ide (<i>ideas</i>) - Belajar hal-hal baru - Mendapat perspektif baru - Menguji ide yang sedang dicoba Siapa yang menjadi target: - Orang yang berbeda bidangnya dengan mereka - Ahli atau non ahli dengan latar belakang dan perspektif berbeda	Alasan berjejaring: sumber daya (<i>resources</i>) - Akses ke sumber daya - Menjual dirinya dan perusahaan - Kemajuan karir Siapa yang menjadi target: - Orang yang sebidang dengan mereka - Orang dengan <i>resources</i> yang banyak

Melihat perbedaan yang nyata diantara kedua jenis jejaring di atas, maka sebagai seorang wirausahawan kita harus mampu memanfaatkan keduanya baik sebagai *idea networkers* maupun sebagai *resources networkers*. Walaupun sudah seharusnya bahwa sebagai wirausahawan kita harus lebih mengutamakan jejaring sebagai *idea networkers*. Mengapa demikian? Karena jejaring sebagai *idea networking* tentu peranannya lebih besar dibandingkan sebagai *resources networkers*. Disisi lain, sebagai *resources networkers* dapat dilimpahkan atau didelegasikan kepada tim yang kita punya baik para manajer, staff maupun tenaga penjualan yang ada di lapangan.

PENUTUP

Dalam dunia bisnis maupun wirausaha, jejaring memiliki peranan yang sangat besar demi keberhasilan bisnis atau usaha tersebut. Hal ini dikarenakan dalam sebuah usaha, tentu akan sangat membutuhkan banyak orang sebagai mitra usaha baik yang terkait dengan karyawan, supplier, rekanan, pelanggan dan lain sebagainya. Oleh sebab itu maka seorang wirausahawan harus mampu tampil menjadi orang yang supel dan mudah bergaul dengan banyak orang. Semakin banyak jumlah jejaring yang dimiliki oleh wirausahawan tersebut maka akan semakin tinggi tingkat keberhasilan bagi seseorang dalam menjalankan usahanya. Demikian sebaliknya, semakin sedikit jejaring seseorang maka akan semakin kecil tingkat keberhasilan usahanya. Oleh sebab itu, marilah kita terus latih komunikasi kita dengan baik agar semakin banyak jejaring yang kita miliki.

LITERASI

- Widayat, Eko Wahyu. 2014. *Empowering Yourself With NLP*. Cara Mudah Memberdayakan Diri Anda Dengan NLP (*Neuro Linguistic Programming*). Cetakan Pertama. CV Saung Padjadjaran. Bogor.
- Amir, Taufik. 2016. *Corporate Entrepreneurship and Innovation*. Melejitkan Semangat Intrapreneurship di Organisasi. Cetakan Pertama. Prenada Media Group. Jakarta.

[12]

TECHNOPRENEURSHIP, Memahami Teknologi Modern

Perkembangan teknologi dewasa ini telah membuat semua lini kehidupan manusia juga mengalami perubahan yang sangat cepat. Dalam kurun waktu 20 tahun terakhir saja, teknologi telah menjelma menjadi sebuah perangkat yang bisa membuat manusia serba mudah untuk melakukan sesuatu. Contoh yang paling mudh kita temua dalam kehidupan sehari-hari adalah kehadiran teknologi telepon seluler. Pada era tahun 1980-an, kita semua tentu belum mengenal *handphone* atau telepon seluler. Saat itu orang masih mengandalkan telepon kabel untuk berkomunikasi dengan orang lain. Itupun terbatas hanya bagi mereka yang memang benar-benar mampu untuk memiliki telepon kabel tersebut.

Saat ini tentu kita semua juga masih belum terbayang dengan apa yang akan terjadi saat ini. Pada tahun 1990-an, barulah orang mulai mengenal telepon seluler, walau saat ini masih sebatas hanya untuk bisa bertelepon maupun mengirim pesan melalui SMS. Namun apa yang terjadi sekarang ini? Pada era tahun 2000-an, sudah mulai banyak orang yang menggunakan telepon seluler bukan saja untuk bertelepon maupun mengirimkan pesan melalui SMS namun juga untuk keperluan lainnya. Terlebih lagi pada era tahun 2010-an dengan mulai dikenalnya teknologi android dimana hampir semua telepon seluler mengadopsi *software* tersebut, maka semua menjadi sangat mudah. Bahkan banyak orang bilang menjelajah dunia semudah menggenggamkan telapak tangan.

Itulah hebatnya teknologi. Bahkan jika kita bertanya, apa yang akan terjadi dalam kurun waktu 30 tahun mendatang? Mungkin teknologi sudah akan berkembang sangat pesat. Manusia tidak perlu lagi menggunakan telepon seluler untuk berkomunikasi melainkan hanya cukup dengan menggunakan kedua telapak tangan saja, mereka sudah saling bisa berkomunikasi. Ya, kita tidak pernah tahu dengan apa yang akan terjadi nantinya. Yang pasti, tentu kita semua tidak akan mampu untuk

membendung dan menghindari perkembangan teknologi tersebut. Mau tidak mau kita harus mengikutinya, karena jika tidak, maka kita akan menjadi manusia purba yang tidak mampu mengikuti perkembangan jaman.

Melihat uraian dan penjelasan di atas, maka sudah sewajarnya jika sebagai seorang wirausahawan, kita semua juga harus mampu untuk menyesuaikan diri dengan setiap perkembangan teknologi yang ada. Jika tidak maka tentu kita akan ditenggelamkan oleh waktu dan usaha atau bisnis yang kita jalankan juga akan sirna seiring perkembangan teknologi tersebut. Contoh yang paling mudah kita lihat adalah fenomena bagi para wirausahawan dalam hal memasarkan produknya. Dua puluh tahun yang lalu, mungkin untuk memasarkan produk yang hendak kita jual, kita harus membuka lapak, kios, toko dan lain sebagainya. Disitulah barang kita dipajang dan ditawarkan kepada para pembeli yang tentunya jangkauan atau cakupan pembelinya juga sangat terbatas, hanya sebatas mereka yang lewat di depan lapak, kios atau toko kita dan tertarik untuk melihatnya yang pada akhirnya akan membeli produk yang kita tawarkan kepada mereka semua.

Namun apa yang terjadi sekarang ini? Apakah sebagai seorang wirausahawan untuk memasarkan produknya kita masih harus membuka lapak, kios atau toko seperti 20 tahun yang lalu? Tentu jawabnya TIDAK. Seiring perkembangan teknologi yang ada saat ini, kita cukup memasarkan produk yang kita jual melalui berbagai media yang ada di internet. Bahkat saat ini sudah sangat banyak perusahaan jasa yang menawarkan kerja sama dalam bentuk *market place* sehingga kita bisa ikut serta memasarkan produk kita. Sebut saja beberapa contoh yang ada seperti Tokopedia, Bukalapak, Shoopie, dan masih banyak lagi *market place* lainnya. Dengan sistem yang sangat mudah dan *online*, kita sudah bisa melakukan kerja sama dengan perusahaan tersebut dan jangkauan calon pembelinya pun bukan hanya satu atau dua kota saja namun dunia.

PENTINGNYA KARAKTER TECHOPRENEURSHIP

Melihat uraian di atas, maka sebagai seorang wirausahawan tentunya kita wajib memiliki karakter *technopreneur*. Kata *technopreneurship* itu sendiri sebenarnya merupakan gabungan dari kata *technology* dan *entrepreneurship*. Atas dasar kedua kata tersebut maka dapat disimpulkan bahwa *entrepreneurship* merupakan proses pembentukan dan kolaborasi antara bidang usaha dan penerapan teknologi sebagai instrumen pendukung dan sebagai dasar dari usaha itu sendiri, baik dalam proses, sistem, pihak yang terlibat, maupun produk yang dihasilkan. Sedangkan *technopreneur* merupakan orang yang menjalankan *technopreneurship* atau seseorang yang menjalankan usaha yang memiliki dengan semangat *entrepreneur* dengan

memasarkan dan memanfaatkan teknologi sebagai nilai jualnya. Istilah *technopreneur* mungkin sudah banyak diperbincangkan dan sudah mulai dikenal saat ini sejak kemunculannya di banyak surat kabar, majalah, dan televisi disaat teknologi bukan hanya sebagai pendukung kerja saja namun juga dapat dimanfaatkan untuk menghasilkan keuntungan.

Menjadi seorang *technopreneur* jika dilihat dari dua peranan yang dibebankan bagi seorang *technopreneur* untuk memahami teknologi sekaligus menanamkan jiwa *entrepreneurship* bukanlah sebuah perkara yang mudah, untuk menjadi seorang *technopreneur* yang berhasil, setidaknya harus menguasai teknologi dan *entrepreneurship* itu sendiri.

1. Teknologi

Seperti telah disampaikan di atas bahwa teknologi memegang peranan penting dalam perkembangan dunia moderen saat ini. Kemunculan teknologi baru secara terus menerus dan penerapan teknologi yang semakin banyak dan menyebar membutuhkan inovasi yang berkelanjutan agar penggunaan teknologi dapat tepat guna dan mencapai sasarannya. Pembelajaran tentang teknologi membutuhkan dukungan dari sumber daya manusia, dalam hal ini bisa dipelajari di universitas atau perguruan tinggi dan perlu adanya kerja praktek yang dilakukan secara rutin. Teknologi merupakan cara untuk mengolah sesuatu agar terjadi efisiensi biaya dan waktu sehingga dapat menghasilkan produk yang berkualitas dengan memperhatikan kebutuhan pasar, solusi untuk permasalahan, perkembangan aplikasi, perbaikan efektivitas dan efisiensi produksi serta modernisasi. Seorang *technopreneur* tidak pernah hanya cukup mempelajari satu atau dua teknologi saja, melainkan harus peka terhadap inovasi teknologi dan dibutuhkan ide kreatif untuk mendukungnya.

2. Entrepreneurship

Entrepreneurship adalah proses dalam mengorganisasikan dan mengelola risiko untuk sebuah bisnis dengan rajin mengidentifikasi dan mengevaluasi pasar, menemukan solusi-solusi untuk mengisi peluang pasar, mengelola sumber daya yang diperlukan, dan mengelola resiko yang berhubungan dengan bisnisnya.

Setelah memiliki jiwa entrepreneurship serta pengetahuan teknologi yang baik, langkah selanjutnya adalah mengintegrasikannya. Contoh perusahaan *technopreneurship* dan *technopreneur* dunia yang sudah sangat berhasil diantaranya: Microsoft, Apple, Google, Amazon, dan Twitter. Mereka telah merajai produk komputer dan internet dunia serta dirintis dari nol oleh para pendiri yang memiliki visi jauh ke depan dengan memutuskan menjadi seorang *technopreneur*.

Dibutuhkan banyak pihak terlibat agar *technopreneurship* senantiasa berkembang di negara kita, diantaranya membutuhkan dukungan dari pemerintah sebagai fasilitator, penjamin legalisasi usaha, dan pelindung bagi hak-hak dan produk yang dihasilkan, masyarakat sebagai konsumen juga harus mendukung dengan kecintaan terhadap hasil dalam negeri, perusahaan dengan sumber daya manusia dan berkualitas, bahkan universitas yang paling banyak melahirkan *technopreneurship* dengan memberikan banyak pelatihan dan pengetahuan bagi calon *technopreneurship*. Jika kolaborasi dapat dijalankan dengan baik, tentunya dapat menghasilkan *technopreneurship* tangguh di Indonesia.

Dengan memiliki jiwa *technopreneurship* yang tanggung, maka seseorang akan lebih mudah untuk menjadi seorang wirausahawan yang sukses. Ini karena dunia usaha atau bisnis saat ini sekali lagi penulis katakan tidak dapat dipisahkan dengan dunia teknologi. Hanya usaha atau bisnis yang mengadopsi teknologilah yang pada akhirnya akan memenangkan persaingan. Oleh sebab itu sudah menjadi sebuah keharusanlah bagi kita semua selaku pelaku bisnis untuk mau dan mampu terus belajar guna mengikuti perkembangan teknologi agar kita dan usaha yang kita jalankan juga dapat terus mengikuti perkembangan teknologi tersebut.

5 Toko Ritel yang Bangkrut Tergerus Toko Online

JAKARTA, Indonesia - Pergeseran tren belanja masyarakat membuat sejumlah toko ritel gulung tikar. Sebab kini masyarakat lebih memilih menggunakan jasa penjualan online seperti e-commerce atau market place. Wakil Ketua Umum Asosiasi Pengusaha Ritel Indonesia (APRINDO) Tutum Rahanta mengatakan bahwa hal tersebut adalah persaingan yang tidak adil, lantaran pemerintah harus mengatur pajak dan regulasi terkait persaingan antara online dengan yang offline. Ia menjelaskan bahwa untuk memiliki toko offline saja, perusahaan ritel bahkan harus menepati 50 izin penjualan sebelum mendirikan toko. "Lalu muncul makhluk baru yang cepat, namanya online. Siapapun bisa berjualan tanpa aturan. Kami bahkan ada aturan patokan harga tidak boleh di bawah pasar tradisional. Pemerintah harus jadi juri yang adil," protes Tutum di Cikini, Jakarta Pusat pada 28 Oktober 2017.

Selanjutnya, Tutum menjelaskan bahwa hingga saat ini penjualan secara online masih belum diatur secara layak oleh pemerintah, padahal banyak unsur perizinan terkait seperti mentaati SNI, Badan POM, pajak dan ketenagakerjaan. Berikut lima toko ritel yang menutup gerainya akibat terjadinya pergeseran tren belanja masyarakat Indonesia.

7-Eleven

Dimulai sejak pertengahan tahun 2017, masyarakat dihebohkan dengan penutupan seluruh gerai 7-Eleven yang mengalami kebangkrutan. 7-Eleven resmi menutup seluruh gerainya pada 30 Juni 2017, hal ini terjadi lantaran adanya beberapa faktor terkait kerugian sebesar Rp 447,9 miliar di kuartal 1 pada tahun 2017. Kerugian tersebut juga bersumber dari salahnya strategi pemasaran dan target sasaran dari 7-Eleven, contoh kecilnya adalah ketika banyak

pengunjung yang datang untuk sekedar membeli minuman atau makanan namun berlama-lama disana selagi menikmati fasilitas yang ada. Hal tersebut menunjukkan adanya pemasukan yang tidak sebanding dengan pengeluaran yang harus dikeluarkan oleh 7-Eleven.

Toko-toko 7-Eleven sejak itu kosong dan tidak berpenghuni, selain itu PT. Modern Internasional terpaksa memberhentikan 1200 hingga 1300 karyawannya. Tak hanya soal salah strategi, 7-Eleven juga bertentangan dengan pelarangan penjualan minuman beralkohol di minimarket di tahun 2015 oleh pemerintah. Terkait dengan peraturan tersebut, 7-Eleven terpaksa menarik semua minuman beralkohol. Padahal salah satu daya tarik 7-Eleven kepada konsumen yang berusia 21 tahun ke atas, adalah minuman beralkoholnya itu sendiri.

Matahari di Pasaraya dan Manggarai

PT. Matahari Department Store terpaksa menutup dua gerainya yang cukup besar di Pasaraya Blok M dan Pasaraya Manggarai. Penutupan ini terjadi karena menurut pihak manajemen Matahari, unit bisnis ini hanya sebagian kecil dibandingkan bisnis department store yang lebih besar lagi. Bahkan pihak manajemen sempat mengakui bahwa toko tutup lantaran pusat perbelanjaan sepi pengunjung, sehingga sudah tidak bisa mencapai target. Hal ini menjadi fakta yang mendukung bahwa adanya tren pergeseran belanja masyarakat di mall. Semula mereka berbelanja membeli

RAPPLER TOKO-TOKO RITEL YANG BERGUGURAN

Satu per satu toko-toko ritel mulai berguguran. Berallinya konsumen ke toko online diduga menjadi penyebabnya. Berikut lima toko ritel yang telah ditutup:

- 7-ELEVEN**
7-Eleven resmi menutup seluruh gerainya pada 30 Juni 2017 lantaran merugi sebesar Rp 447,9 miliar pada kuartal 1 pada tahun 2017. Sebanyak 1200 hingga 1300 karyawan diberhentikan.
- MATAHARI**
PT. Matahari Department Store menutup dua gerai di Pasaraya Blok M dan Pasaraya Manggarai pada akhir September 2017. Penutupan karena sepi pengunjung.
- DISC TARRA**
Perusahaan ritel CD musik Disc Tarra menutup gerai mereka pada akhir tahun 2015. Penutupan karena penikmat musik kini lebih suka mengunduh musik atau film dari internet.
- LOTUS**
Toko ritel Lotus yang berlokasi di Thamrin, Jakarta Pusat, ditutup Oktober ini. Rencana penutupan Lotus juga akan merembet ke gerai mereka di beberapa tempat lain.
- DEBENHAMS**
Toko ritel asal Inggris ini telah menutup gerai di Kemang Village dan Supermall Karawaci. Pada akhir tahun 2017, seluruh gerai Debenhams akan ditutup.

[@rappler.id](#)
[fb.me/rapplerid](#)
[@RapplerID](#)
[RapplerID](#)

baju di toko offline, sekarang mereka cenderung mencari hiburan jenis lain ketika pergi ke sebuah mall atau pusat perbelanjaan.

Penutupan kedua toko ritel ini membuat keduanya memberikan diskon besar-besaran dalam rangka menghabiskan persediaan barang. Barang-barang yang dijual, diobral dengan potongan harga hingga 75 persen. Tidak hanya melakukan potongan harga yang fantastis, Matahari juga memberikan bonus 1 barang ketika membeli 1 barang lainnya. Akibatnya, masyarakat sempat berburu habis ke 2 toko ritel ini untuk memborong habis persediaan barang. Dari penutupan kedua gerai ini, karyawan juga terpaksa dilakukan pemberhentian kerja secara besar-besaran. Banyak karyawan yang mengaku kesulitan untuk mencari kerja pasca PHK yang mereka alami. Walaupun begitu PT. Matahari Department Store akan melakukan ekspansi bisnis lagi dengan membuka gerai-gerai baru hingga akhir tahun 2017.

Disc Tarra

Mundur dua tahun ke belakang, pada tahun 2015 toko ritel offline juga sudah mulai mengalami pergeseran tren belanja. Perusahaan ritel CD musik Disc Tarra sempat menutup beberapa gerainya di akhir tahun 2015, namun lama kelamaan perusahaan ini resmi menutup 100 gerainya pada tahun 2016. Disc Tarra merupakan bukti nyata bahwa terjadi pergeseran tren belanja masyarakat. Bagi pecinta musik, bentuk fisik sudah kurang diminati. Zaman sekarang, masyarakat hanya perlu mengunduh musik atau film dari internet, bahkan kemungkinan mengunduh secara ilegal juga menyebabkan Disc Tarra kalah saing. Ini membentuk konsep dimana masyarakat lebih condong kepada digital platform atau streaming yang bisa dinikmati kapanpun tanpa harus membayar sepeserpun.

Pihak manajemen Disc Tarra menjelaskan bahwa penjualan CD dan DVD terus mengalami penurunan selama lima tahun terakhir, sehingga toko ritel CD musik menjadi tidak diminati lagi seperti masa kejayaannya di awal tahun 2000-an. Senasib seperti toko ritel offline lainnya, menjelang penutupan Disc Tarra mengobral harga barangnya dengan potongan harga yang fantastis. Mengenai prospek bisnis kedepannya, Disc Tarra hingga saat ini belum melakukan ekspansi untuk beralih menjadi bentuk digital.

Lotus

Bernaung di atas PT. Mitra Adiperkasa (MAP), toko ritel perbelanjaan Lotus yang berlokasi di Thamrin, Jakarta Pusat terpaksa gulung tikar. Rencana penutupan Lotus juga akan merembet ke gerainya di Cibubur Plaza, Grand Galaxy, Bekasi dan Sarinah yang beberapa hari lalu melakukan cuci gudang besar-besaran. Pihak manajemen menjelaskan bahwa rencana penutupan 100 gerai Lotus di tahun 2017, menjadi tanda bahwa penghasilan penjualan di toko yang kurang menguntungkan.

Menjelang penutupan operasional secara total hingga 30 Oktober 2017, Lotus kemudian turut memberikan potongan harga sebesar 80 persen dari harga normal. Tren pergeseran belanja dari offline ke online juga menjadi salah satu faktor yang mendukung penutupan kedua gerai ini.

Pada kenyataannya, beban operasional Lotus yang meningkat, tidak diseimbangi dengan pemasukan dari penjualan. Walaupun begitu, perusahaan MAP mengaku bahwa mereka akan melakukan ekspansi dengan memanfaatkan gerai merek lainnya hingga mencapai 200 toko hingga akhir tahun 2017, untuk menghindari kerugian atau kebangkrutan secara total.

Debenhams

Masih dibawah naungan MAP, Debenhams toko ritel asal Inggris ini juga mengikuti jejak Lotus yang menutup gerainya. Debenhams menutup toko ritelnya di berbagai tempat seperti Supermall Karawaci, Kemang Village dan Senayan City. Rencana penutupan di akhir tahun 2017 ini juga turut membuat Debenhams memberikan obral dan cuci gudang secara besar-besaran hingga mencapai 80 persen. Pencucian gudang Debenhams ini juga diikuti dengan rencana penutupan seluruh operasional dari toko ritel Debenhams di Indonesia oleh MAP. Perusahaan yang menaungi beberapa toko ritel ternama itu, pada akhirnya akan berfokus ke beberapa ritel offline, seperti SOGO, SEIBU dan Galleries Lafayette.

Terkait pemberhentian kerja, MAP menjelaskan bahwa ada sebagian karyawan yang masih dipertahankan sebagai karyawan internal, ada yang dipindahkan, namun juga ada yang PHK. Seperti kasusnya para sales yang berjualan untuk produk tertentu, akan dikembalikan ke perusahaan merek masing-masing, namun bagi karyawan internal tetap kemungkinan akan dipindahkan ke jenis ritel sektor atau merek lain yang masih dinaungi oleh MAP. Namun pihak MAP juga mengklaim bahwa mereka masih akan menangani dan memastikan pemenuhan hak kerja dari karyawan. Disamping itu MAP juga masih memiliki toko ritel dengan merek lain seperti toko ritel sepatu yang masih cukup digandrungi oleh masyarakat seperti Adidas, Converse dan Payless. Selain itu, MAP juga menjelaskan mereka akan berfokus pada investasi toko ritel di sektor makanan seperti Starbucks, Domino's Pizza dan Burger King.

Kelima perusahaan di atas membuktikan bahwa perkembangan teknologi telah membawa dampak bagi perkembangan dunia usaha. Bagi wirausahawan yang mampu mengikuti perkembangan teknologi maka yakinlah bahwa usahanya akan terus berkembang berkat berbagai inovasi yang dilakukan. Namun bagi wirausahawan yang tidak mampu mengikuti perkembangan teknologi maka kehancuran dan kebangkrutan akan menjadi

hal terburuk yang mereka alami nantinya. Oleh sebab itu, sebagai wirausahawan yang tentunya tidak ingin usaha atau bisnisnya menjadi korban perkembangan teknologi, sudah seharusnya kalau mereka semua selalu bersedia untuk belajar mengikuti perkembangan teknologi yang sangat pesat ini.

PERBEDAAN *ENTREPRENEURSHIP* DAN *TECHNOPRENEURSHIP*

Saat mendengar kata *entrepreneurship* dan *technopreneurship* memang kita terkadang tidak mampu membedakannya secara pasti. Namun sebenarnya walaupun diantara keduanya sama-sama berbicara tentang *entrepreneur* atau wirausahawan, tetapi ada perbedaan yang signifikan diantaranya. Seperti telah disampaikan di atas bahwa *entrepreneur* adalah wirausahawan, sedangkan *technopreneur* mengandung dua makna yang saling berkaitan yaitu *technology* dan *entrepreneur*. Oleh sebab itu *technopreneurship* tentunya mengandung makna menjamin bahwa teknologi dapat berfungsi sesuai kebutuhan target pelanggan dimana teknologi tersebut harus memiliki nilai jual untuk mendapatkan profit atau keuntungan. Hal ini sekali lagi tentu sangat berbeda dengan *entrepreneurship* yang biasanya hanya berhubungan dengan profit semata tanpa mengandung unsur teknologi didalamnya.

Mengingat *technopreneurship* harus menggabungkan antara teknologi dan profit atau keuntungan maka seorang wirausahawan yang memiliki karakter *technopreneurship* juga harus mampu untuk menjalankan usahanya dengan melibatkan teknologi di dalamnya. Oleh sebab itu seorang wirausahawan yang baik seharusnya tetap memahami perkembangan teknologi dengan baik pula. Hal ini tentunya bisa didapat dengan melalaui berbagai hal seperti belajar melalui lembaga formal maupun nonformal, mengikuti perkembangan tren masa kini, serta masih banyak cara lainnya yang dapat ditempuh.

Melihat penjelasan di atas memang tidaklah mudah untuk bisa menjadi seorang wirausahawan yang “melek” akan teknologi. Dibutuhkan berbagai inovasi dan keterbukaan diri yang luar biasa untuk bisa beradaptasi dan mau menerima setiap perkembangan teknologi yang ada saat ini. Contoh yang paling mudah kita lihat adalah kehadiran berbagai sosial media seperti facebook, tweeter, instagram, whatsapp, line@, serta masih banyak lagi yang lainnya, yang saat ini banyak digunakan oleh para pelaku usaha untuk mengembangkan jaringan usahanya ataupun sekedar mempromosikan produk yang hendak mereka pasarkan. Namun demikian Anda semua tidak perlu takut, mengingat saat ini banyak orang yang menawarkan jasa untuk mendesain teknologi tersebut dengan cara yang sangat mudah.

Yang paling penting adalah adanya kemauan dari dalam diri untuk terus mengikuti perkembangan teknologi yang ada. Dengan demikian maka usaha atau bisnis yang Anda jalankan tentunya akan terus berkembang dan mendapatkan profit atau keuntungan lebih banyak lagi. Apalagi jika Anda memasukkan nilai-nilai teknologi didalamnya, maka penulis sangatlah yakin suatu ketika nanti bisnis Anda tentu akan berkembang lebih baik lagi. Mengapa yakin? Karena hal ini sudah banyak dibuktikan oleh para wirausahawan yang “melek” teknologi dari usaha yang bersifat tradisional atau sekedar konvensional, menjadi usaha yang bersifat moderen dengan mengadopsi teknologi didalamnya.

BISNIS BERBASIS TEKNOLOGI

Pentingnya teknologi dalam sebuah bisnis, telah mendorong para wirausahawan untuk memasukkan unsur teknologi dalam usaha atau bisnisnya. Bahkan saat ini bisnis yang berbasis teknologi sudah menjadi fenomena yang sangat umum. Beberapa perusahaan besar khususnya dibidang teknologi semakin hari semakin banyak yang bermunculan. Beberapa contoh diantaranya adalah GOOGLE dengan mesin pencariannya yang sangat terkenal di seluruh jagat raya ini. Disamping itu juga ada FACEBOOK dengan berbagai fitur yang dimilikinya yang membuat banyak orang lebih mudah untuk melakukan komunikasi dan saling berhubungan antara satu dengan yang lainnya.

Disamping itu ada juga YOUTUBE dengan berbagai videonya yang sangat mudah untuk ditonton oleh masyarakat luas. 4SHARED dengan berbagai lagunya serta MSN dan YM dengan fitur *chatting*-nya yang sangat terkenal. Bahkan KASKUS yang merupakan hasil produksi anak Indonesia yang sangat terkenal dengan fitur forum-nya. Ada juga Belanja Online yang menjual banyak sekali berbagai bahan kebutuhan masyarakat, BLOGSPOT yang juga semakin hari semakin berkembang, INDOWEBSTER yang banyak dibunakan untuk mengunduh berbagai film yang ada serta amsih banyak lagi contoh lainnya yang akan terus bermunculan dimasa yang akan datang.

Semua itu tentunya berkat perkembangan teknologi khususnya internet yang perkembangannya sangat cepat dari waktu ke waktu. Bahkan berdasarkan data dari Internet World Stats (IWS), dalam satu dasawarsa terakhir ini jumlah pengguna internet (*netter*) du dunia mengalami kenaikan yang sangat signifikan. Hal ini terlihat dari data statistik yang menunjukkan bahwa pada tahun 1995 jumlah pengguna internet mencapai 0,4% dari total seluruh penduduk dunia, naik 60 kali lipat pada tahun 2008 dimana semenjak tahun 2000 jumlah pertumbuhan netter mencapai 2% per tahun dibandingkan jumlah penduduk dunia.

Hal tersebut tentunya merupakan berita yang sangat menggembirakan khususnya bagi para pelaku usaha. Dengan semakin banyaknya pengguna internet di dunia ini, itu berarti bahwa telah terjadi perubahan paradigma dan budaya dalam masyarakat yang tentunya akan berdampak terhadap lahirnya demokratisasi ekonomi, yang pada akhirnya akan membuka kesempatan yang sama bagi siapa pun untuk menjadi wirausahawan yang sukses. Ini semua bisa terjadi karena adanya keterbukaan dan akses informasi yang sangat mudah dengan berkat kehadiran teknologi informasi yang semakin lama terus semakin berkembang.

Seiring dengan hal tersebut maka sudah seharusnya jika para pelaku usaha khususnya yang berbasis teknologi (*technopreneur*) harus menjiwai teknologi itu sendiri sehingga ia dapat mengaplikasikan berbagai teknologi dalam bisnisnya. Dengan memasukkan unsur teknologi dalam usaha atau bisnisnya diharapkan dapat tercipta produk yang semakin inovatif, yang tentunya mampu menjawab keinginan pasar. Dengan demikian maka usaha atau bisnisnya tersebut akan selalu diterima dengan baik oleh pasar, mengingat apapun yang dibutuhkan oleh pasar, bisa dijawab dengan mudah dalam bisnis tersebut.

Sejalan dengan penjelasan di atas ternyata teknologi juga memiliki pengaruh yang luar biasa dalam sebuah bisnis. Pengaruh tersebut dapat dilihat bahwa teknologi telah merambah dalam hampir semua aspek kehidupan manusia. Bahkan sebagian besar diantaranya telah menjadi bagian dari budaya kehidupan yang tidak dapat dipisahkan satu dengan lainnya seperti halnya kehadiran telepon seluler saat ini. Adapun pengaruh bisnis berbasis teknologi tersebut secara garis besar dapat disampaikan sebagai berikut:

1. Globalisasi

Kehadiran teknologi dalam sebuah bisnis telah membuat semuanya terasa semakin dekat dan mudah. Bahkan dengan teknologi semua aspek kehidupan menjadi saling berketergantungan satu dengan yang lainnya. Demikian juga dengan informasi yang mengalir dengan sangat cepat dan akurat serta efisien karena dengan teknologi, informasi akan mengalami pengurangan hambatan yang bersifat lingistik dan juga batas geografis.

2. Komunikasi

Dengan adanya teknologi, komunikasi yang jauh menjadi semakin murah, mudah, cepat dan efisien. Saat ini setiap orang bisa menggunakan berbagai macam teknologi informasi untuk berkomunikasi dengan orang lain baik melalui email, konferensi video maupun teknologi informasi lainnya yang ada.

3. Efektifitas dan Efisiensi

Teknologi juga mampu membantu komputerisasi semua proses bisnis yang ada mulai dari input, proses itu sendiri, hingga output. Dengan demikian semua proses bisnis yang ada menjadi lebih efektif dan efisien khususnya sebagai salah satu upaya untuk meningkatkan produktivitas.

4. Penjembatan Kesenjangan Budaya

Adanya teknologi membuat orang satu dengan lainnya dalam jarak yang sangat jauh saling mengenal. Mereka dapat saling bertukar informasi dan bahkan budaya. Adanya komunikasi membuat orang saling mengenal budaya yang ada diantara mereka, dengan demikian pada akhirnya hal tersebut akan menjadikan munculnya peluang baru dalam bisnis.

5. Fleksibilitas

Teknologi juga membuat sebuah bisnis dapat berlangsung kapan saja dan dimana saja di dunia ini. Dengan kehadiran teknologi khususnya internet, semua transaksi bisnis dapat dilakukan dengan sangat mudah kapan pun saja, sehingga semua aktivitas bisnis dapat berlangsung secara fleksibel.

CIRI-CIRI TECHNOPRENEUR

Memang dalam kenyataannya tidak semua pelaku usaha dapat mengikuti perkembangan teknologi dan mengaplikasikan teknologi tersebut dalam usaha atau bisnisnya. Walau demikian ternyata usahanya tetap saja masih dapat berjalan dengan baik sampai saat ini, dan inilah yang membuat mereka beranggapan bahwa mereka tidak terlalu membutuhkan teknologi dalam menjalankan usahanya. Namun pertanyaannya adalah sampai kapan mereka akan bertahan berwirausaha tanpa teknologi tersebut. Mungkin benar bahwa sampai saat ini usaha mereka masih bisa bertahan dengan baik, namun bagaimana dengan tahun-tahun selanjutnya disaat dunia teknologi terus berkembang pesat. Itu yang seharusnya mereka coba pikirkan. Suhartanto dan Setiaji (2010) mengemukakan beberapa ciri seorang wirausahawan yang berbasis teknologi (*technopreneur*), seperti di bawah ini.

Seorang wirausahawan harus menjiwai teknologi sehingga ia bisa mengimplementasikan teknologi tersebut dalam bisnisnya, agar bisnisnya berkembang dengan lebih baik

CIRI-CIRI	TECHNOPRENEUR
Sumber Motivasi	Eksplorasi kesempatan yang penuh kompetisi dan risiko melalui teknologi baru
Kepemilikan	Biasanya berasal dari saham kecil hingga besar
Manajemen	Fleksible dan memiliki semangat inovasi yang berkelanjutan
Kepemimpinan	Menghargai kontribusi, pencapaian dan bekerja secara kolektif
Inovasi	Menjadi pemimpin dalam riset teknologi, penggunaan teknologi informasi dan kecepatan peluncuran produk ke pasar
Outsourcing	Bersama dalam satu tim
Potensi Pertumbuhan	Sangat besar karena selalu mengakuisisi teknologi dan pasar berubah seiring munculnya teknologi baru
Target Pasar	Global dan mendidik konsumen dengan teknologi baru

Berdasarkan beberapa ciri yang dikemukakan di atas maka sangatlah jelas terlihat bahwa seorang *entrepreneur* yang mengadopsi teknologi didalamnya dalam menjalankan usahanya (*technopreneur*) selalu menjadikan teknologi sebagai landasan dalam berwirausaha. Sebagai contoh, sumber motivasinya adalah eksplorasi teknologi baru. Ini berarti bahwa dalam berwirausaha ia selalu mengedapankan nilai-nilai teknologi sebagai salah satu langkah melakukan inovasi, termasuk menggunakan riset untuk menemukan teknologi yang tepat dalam mengembangkan produk yang akan ditawarkan ke pasar. Bahkan target pasar yang hendak dicapai pun mengacu kepada bagaimana menciptakan target pasar baru yang “melek” teknologi hingga ia tidak keberatan untuk mendidik pasar baru itu sendiri. Disinilah perbedaan yang sesungguhnya antara seorang wirausahawan yang memahami teknologi moderen dan tidak dalam menjalankan usahanya.

TIPS SUKSES MENJADI SEORANG TECHNOPRENEUR

Setelah memahami dengan baik ciri-ciri usaha atau bisnis yang bersifat *technopreneur* di atas, maka pertanyaannya bagaimana mengembangkan sebuah usaha atau bisnis agar bisa menjadi *technopreneur*. Memasukkan sentuhan teknologi dalam sebuah usaha atau bisnis memang tidaklah mudah. Apalagi jika usaha atau bisnis tersebut memang sejak awal dikelola secara konvensional bahkan tradisional. Dibutuhkan keberanian yang luar biasa untuk mengimplementasikan teknologi tersebut. Namun demikian,

dengan usaha yang berkelanjutan yakinlah bahwa sebuah usaha atau bisnis bisa dirubah menjadi *technopreneur*. Amalia (2016) mengemukakan ada enam tips sukses untuk mengubah sebuah usaha atau bisnis menjadi *technopreneur*, seperti dikemukakan di bawah ini.

1. Melakukan Penelitian Pasar

Melakukan penelitian pasar yang bertujuan untuk mengetahui apa yang sedang dibutuhkan masyarakat saat ini, dengan melakukan penelitian pasar kita dapat memecahkan masalah yang dialami masyarakat dengan mewujudkan sebuah produk. Melihat kebutuhan pasar memanglah perlu, karena orang hanya akan membeli produk yang dapat memecahkan persoalan mereka.

2. Keunggulan Produk

Produk yang kita rancang harus memiliki perbedaan dengan produk-produk lain yang sudah lebih dulu ada. Produk yang kita miliki harus mempunyai keunikan dan keunggulan yang berbeda dengan produk lain. Namun demikian yang harus diperhatikan adalah bukan sekedar unik melainkan unik namun dibutuhkan atau dicari pasar sehingga keunikan tersebut akan memiliki nilai jual.

3. Menentukan Target Pemasaran

Saat kita sudah mementukan target pemasaran kita akan lebih mudah membuat harga, sehingga tidak akan terjadi kesalahan harga yang berpengaruh terhadap marketing. Dengan target pasar yang jelas maka kita juga akan lebih mudah untuk menentukan berbagai strategi pemasaran yang akan kita lakukan. Tentunya semua itu harus disesuaikan dengan target pasar yang sudah kita pilih sebelumnya.

4. Tes Pasar

Setelah produk dihasilkan, tentu saja kita harus melakukan tes pasar untuk mengetahui tanggapan pasar sebelum produknya dijual secara massal. Dengan tes pasar maka kita akan tahu apakah kelebihan dan kekurangan atas produk yang kita ciptakan tersebut. Dengan demikian maka kita masih ada waktu untuk memperbaiki kembali atas kekurangan produk yang kita ciptakan tersebut menjadi sebuah produk yang benar-benar diinginkan oleh pasar.

5. Melakukan Inovasi

Kita harus terus melakukan inovasi-inovasi yang membuat produk tersebut menjadi semakin unggul dari masa ke masa, memberikan nilai tambah bagi masyarakat, dan menjadi produk yang mempunyai ciri khas tersendiri. Karena seorang *technopreneur* harus mampu mengombinasikan antara kecanggihan teknologi dan jiwa *entrepreneur*.

6. Mendaftarkan Produk

Mendaftarkan produk ke Ditjen Hak Kekayaan Intelektual untuk mendapatkan hak paten, untuk mengantisipasi adanya peniruan dan agar produk dapat terlindungi. Karena produk harus berbasis teknologi dan ide kreatif.

Menjadi seorang *technopreneur* yang sukses memanglah tidak mudah, kita harus mempunyai keberanian, sikap percaya diri, disiplin, tekun, kerja keras dan sikap pantang menyerah. Seorang *technopreneur* sejati pasti pernah mengalami apa itu yang namanya kegagalan, namun mereka masih berjuang dan memilih untuk melanjutkan apa yang telah dikerjakannya. Kegagalan adalah awal dari keberhasilan, tak ada kesuksesan yang tidak diawali dengan proses.

Menuju kesuksesan membutuhkan proses yang panjang, menjadi orang hebat butuh proses, dan menjadi seorang *technopreneur* yang sukses juga membutuhkan proses. Jadi nikmati proses yang sedang berjalan jika Anda ingin menjadi seorang *technopreneur* dan nikmati hasil yang kalian dapatkan saat kalian sudah menjadi seorang *technopreneur* yang sukses. Dalam subbab selanjutnya di bawah ini penulis sengaja kemukakan beberapa contoh *technopreneur* sukses kelas dunia yang mampu mengembangkan bisnisnya dalam sekejap karane adanya sentuhan teknologi yang mereka masukkan dalam bisnis yang mereka jalankan.

PROFIL TECHNOPRENEUR SUKSES KELAS DUNIA

Menjadi seorang *technopreneur* memang tidaklah mudah. Dibutuhkan pengetahuan yang luas tentang sebuah teknologi. Dengan demikian maka seseorang akan mampu mengembangkan kreatifitas dan inovasinya dalam bidang wirausaha yang berbasis teknologi. Tanpa memahami teknologi dengan baik, tentunya akan sulit bagi seseorang untuk memasuki dunia usaha dengan basis teknologi. Dibawah ini penulis sampaikan beberapa contoh para pebisnis sukses dalam bidang *technopreneur* baik yang ada di Indonesia maupun manca negara.

Bill Gates (Microsoft)

William Henry "Bill" Gates III lahir di Seattle, Washington, 28 Oktober 1955; umur 62 tahun adalah seorang tokoh bisnis, investor, filantropis, penulis asal Amerika Serikat, serta mantan CEO yang saat ini menjabat sebagai ketua Microsoft, perusahaan perangkat lunak yang ia dirikan bersama Paul Allen. Ia menduduki peringkat tetap di antara orang-orang

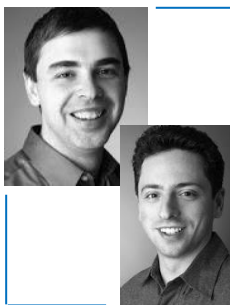


terkaya di dunia dan menempati peringkat pertama sejak 1995 hingga 2009, tidak termasuk 2008 ketika ia turun ke peringkat tiga.

Gates termasuk salah seorang pengusaha revolusi komputer pribadi terkenal di dunia. Meski demikian, taktik bisnisnya dikritik karena dianggap anti-kompetitif. Pada tahap-tahap akhir kariernya, Gates melakukan beberapa usaha filantropi dengan menyumbangkan sejumlah besar dana ke berbagai organisasi amal dan program penelitian ilmiah melalui Bill & Melinda Gates Foundation yang didirikan tahun 2000.

Bill Gates mengundurkan diri dari jabatannya sebagai pejabat eksekutif tertinggi di Microsoft pada bulan Januari 2000. Ia masih menjabat sebagai ketua dan membentuk jabatan kepala arsitek perangkat lunak. Pada Juni 2006, Gates mengumumkan bahwa ia akan bekerja paruh waktu di Microsoft dan purna waktu di Bill & Melinda Gates Foundation. Ia melimpahkan secara bertahap semua pekerjaannya kepada Ray Ozzie, kepala arsitek perangkat lunak, dan Craig Mundie, pejabat riset dan strategi tertinggi Microsoft. Hari kerja purna waktu terakhir Gates di Microsoft adalah 27 Juni 2008. Saat ini, ia masih bekerja di Microsoft sebagai ketua non-eksekutif.

Larry Page dan Sergey Brin (Google)

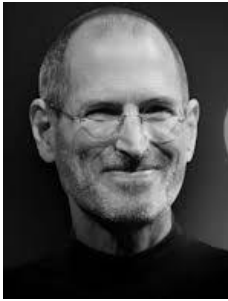


Larry Page adalah salah satu orang yang membidani lahirnya mesin pencari terbesar di dunia yaitu Google, bersama Sergey Brin ia membuat dan mengembangkan Google. Larry Page lahir pada tanggal 26 Maret 1973 di Lansing, Michigan, Amerika Serikat. Ia lulus dari Universitas Michigan dan Universitas Stanford dengan gelar Bachelor of Science dalam teknik komputer dan Master. Mungkin kepintarannya ini diwarisi dari ibunya yang seorang profesor Ph.D di bidang komputer Sains

Universitas Michigan State University. Sergey Brin adalah seorang keturunan Yahudi. Ia lahir di Moscow tanggal 21 Agustus 1973. Brin mengenyam pendidikan dasar di Paint Branch Montessori, Adelphi, Maryland. Ia kemudian melanjutkan pendidikannya di Elanor Roosevelt dan kemudian berkuliah di University of Maryland dan menyabet gelar Bachelor of Science dalam jurusan Matematika dan ilmu komputer. Brin kemudian berkuliah lagi di Stanford University untuk mendalami ilmu komputernya.

Steve Jobs (Apple)

Lahir di San Francisco, California, Amerika Serikat, 24 Februari 1955 – meninggal di Palo Alto, California, Amerika Serikat, 5 Oktober 2011 pada umur 56 tahun adalah seorang tokoh bisnis dan penemu dari Amerika



Serikat. Ia adalah pendiri pendamping, ketua, dan mantan CEO Apple Inc. Jobs juga sebelumnya menjabat sebagai pejabat eksekutif Pixar Animation Studios; ia menjadi anggota dewan direktur The Walt Disney Company pada tahun 2006, setelah pengambilan alih Pixar oleh Disney. Namanya dicantumkan sebagai produser eksekutif dalam film *Toy Story* tahun 1995.

Pada akhir 1970-an, Jobs, bersama pendiri pendamping Apple Steve Wozniak, Mike Markkula, dan lainnya, merancang, mengembangkan, dan memasarkan salah satu jajaran komputer pribadi pertama yang sukses secara komersial, yaitu seri Apple II. Pada awal 1980-an, Jobs termasuk orang-orang yang pertama kali melihat potensi komersial dari antarmuka pengguna grafis yang digerakkan tetikus PARC erox yang kemudian mendorong pembuatan Macintosh.^{[15][16]} Setelah kalah melawan keputusan dewan direktur tahun 1984, Jobs mengundurkan diri dari Apple dan mendirikan NeXT, sebuah perusahaan pengembangan platform komputer yang berkecimpung dalam pasar pendidikan tinggi dan bisnis. Pembelian NeXT oleh Apple pada tahun 1996 membawa kembali Jobs ke perusahaan yang ia dirikan bersama, dan ia menjabat sebagai CEO-nya sejak 1997 hingga 2011.

Tahun 1986, ia mengambil alih divisi grafis komputer Lucasfilm Ltd yang kemudian menjadi Pixar Animation Studios. Ia menjadi CEO dan pemegang saham terbesarnya sebanyak 50,1% sampai diambil alih oleh The Walt Disney Company tahun 2006. Karena itu pula Jobs menjadi pemegang saham perorangan terbesar di Disney sebanyak 7% dan anggota Dewan Direktur Disney. Setelah mengundurkan diri sebagai CEO pada 24 Agustus 2011, Jobs terpilih sebagai ketua dewan direktur Apple.

Pada 5 Oktober 2011, Steve Jobs meninggal dunia di California pada usia 56 tahun, tujuh tahun setelah didiagnosis menderita kanker pankreas. Pada waktu kematiannya, ia dikenal luas sebagai seorang visioner, perintis dan genius dalam bidang bisnis, inovasi, dan desain produk, dan orang yang berhasil mengubah wajah dunia modern, merevolusi enam industri yang berbeda, dasekutif". Kematiannya ditanggapi secara luas dan dianggap sebagai kehilangan besar bagi dunia oleh para penggemarnya di seluruh dunia.



Jack Dorsey (Twitter)

Lahir 19 November 1976; umur 41 tahun adalah seorang pengembang web dan pengusaha Amerika

Serikat yang dikenal sebagai pencipta Twitter dan pendiri serta CEO Square, layanan pembayaran pada perangkat seluler. Pada tahun 2008, ia dinobatkan oleh MIT Technology Review TR35 sebagai salah satu dari 35 inovator paling bersinar di dunia yang berusia di bawah 35 tahun. Pada 2012, ia dianugerahi penghargaan "Innovator of the Year Award" oleh *The Wall Street Journal*.

Dorsey besar di St. Louis, Missouri, ia dibesarkan sebagai penganut Katolik, pamannya adalah seorang pendeta Katolik di Cincinnati. Ia belajar di sekolah Katolik Bishop DuBourg High School, lalu melanjutkan ke Universitas Sains dan Teknologi Missouri, dan kemudian pindah ke Universitas New York. Di universitas tersebutlah ide tentang pembuatan Twitter muncul. Asal mula Twitter berawal dari acara diskusi yang diselenggarakan oleh sebuah perusahaan *podcast* bernama Odeo. Dorsey mengemukakan gagasannya mengenai penggunaan layanan pesan singkat untuk berkomunikasi dengan sebuah kelompok kecil. Pengerjaan proyek ini dimulai pada tanggal 21 Maret 2006, ketika Dorsey mempublikasikan pesan Twitter pertamanya pada pukul 9:50 PM PST. Pesan tersebut berbunyi: "just setting up my twttr".

Evan Spiegel (Snapchat)



Evan lahir di Los Angeles, California, dari pasangan pengacara Melissa Ann Thomas dan John W. Spiegel. Spiegel dibesarkan di Pacific Palisades, California, dan menganut aliran gereja Episkopal. Ia belajar di Crossroads School for Arts and Sciences di Santa Monica, kemudian menuntut ilmu di Universitas Stanford. Spiegel mengambil kursus desain di Otis College of Art and Design saat masih SMA, kemudian pindah ke Art Center College of Design di Pasadena pada musim panas menjelang kuliah di Stanford. Ia

pernah magang tanpa gaji sebagai pedagang di Red Bull. Semasa kuliah, ia bekerja sebagai karyawan magang di perusahaan biomedis, instruktur karier di Cape Town, Afrika Selatan, dan anggota tim proyek TxtWeb di Intuit. Ia adalah pengusaha Amerika Serikat yang menjadi pendiri dan CEO aplikasi perangkat bergerak Snapchat.

Mark Zuckerberg (Facebook)

Ia adalah seorang pemrogram komputer dan pengusaha internet. Ia dikenal karena menciptakan situs jejaring sosial Facebook bersama temannya, dengan itu dia menjadi pejabat eksekutif dan presiden. Pada 2011 kekayaan pribadinya ditaksir mencapai \$17,55 milyar. Zuckerberg meluncurkan Facebook dari kamar asrama Harvard pada tanggal 4 Februari 2004. Sebuah inspirasi awal Facebook mungkin berasal dari Phillips Exeter Academy,



sekolah tinggi swasta di mana Zuckerberg lulus tahun 2002. Ini mempublikasikan direktori mahasiswa sendiri, buku angkatan yang oleh siswa disebut sebagai "The Facebook". Direktori foto semacam itu merupakan bagian penting pengalaman sosial bagi kebanyakan siswa di sekolah swasta. Dengan hal tersebut, siswa dapat mendaftar berbagai hal seperti tahun angkatan, kedekatan mereka dengan teman-teman, dan nomor telepon mereka.

Setelah kuliah, Facebook dimulai dari hanya sebagai "barang Harvard" sampai akhirnya Zuckerberg memutuskan untuk menyebarkan ke sekolah lain, mendaftar dengan bantuan dari teman sekamarnya Dustin Moskovitz. Mereka pertama kali dimulai dari Stanford, Dartmouth, Columbia, New York University, Cornell, Brown, dan Yale, dan kemudian di sekolah lain yang memiliki kontak sosial dengan Harvard University.

Zuckerberg pindah ke Palo Alto, California, bersama Moskovitz dan beberapa teman. Mereka menyewa sebuah rumah kecil yang berfungsi sebagai kantor. Selama musim panas, Zuckerberg bertemu Peter Thiel yang menginvestasikan pada perusahaan. Mereka mendapat kantor pertama mereka di pertengahan tahun 2004. Menurut Zuckerberg, mereka berencana untuk kembali ke Harvard tetapi akhirnya memutuskan untuk tetap di California. Mereka telah menolak tawaran oleh perusahaan besar yang akan membeli Facebook. Dalam sebuah wawancara pada tahun 2007, Zuckerberg menjelaskan alasannya:

Ini bukan soal uang. Bagi saya dan rekan saya, hal yang paling penting adalah bahwa kita menciptakan aliran informasi yang terbuka untuk orang-orang. Perusahaan media yang dimiliki oleh konglomerat hanya bukan ide menarik bagi saya. Dia mengungkapkan kembali tujuan-tujuan yang sama kepada majalah Wired pada tahun 2010: "Yang saya pedulikan adalah misi, membuat dunia terbuka." Sebelumnya, pada bulan April 2009, Zuckerberg meminta nasihat dari mantan CFO Netscape Peter Currie tentang strategi pembiayaan untuk Facebook.

Pada tanggal 21 Juli 2010, Zuckerberg melaporkan bahwa perusahaan mencapai angka 500 juta pengguna. Ketika ditanya apakah bisa mendapatkan penghasilan lebih banyak dari iklan sebagai hasil dari pertumbuhan yang fenomenal, ia menjelaskan: Saya kira kami bisa ... Jika anda melihat berapa banyak halaman kami diambil untuk porsi iklan dibandingkan dengan rata-rata permintaan pencarian. Rata-rata bagi kita adalah sedikit kurang dari 10 persen dari halaman, dan rata-rata untuk pencarian adalah sekitar 20 persen yang diambil dengan iklan. Itu hal

sederhana yang bisa kami lakukan. Tapi kami tidak seperti itu. Kami menghasilkan cukup uang. Benar, maksud saya, kita menjaga hal-hal berjalan, kita tumbuh pada tingkat yang kita inginkan

Steve Chen, Chad Hurley dan Jawed Karim



Youtube adalah sebuah situs streaming video yang sangat terkenal dan mungkin adalah yang terbesar di seluruh dunia. Youtube ini sebetulnya bisa juga dikatakan sebagai media sosial karena kalau kita memiliki akun gmail maka kita bisa mendaftarkan diri kita pada Youtube ini dan juga kita bisa

mempublikasikan video buatan kita dan di tonton seluruh dunia. Mereka merancang dan mengembangkan media dalam bentuk video yang biasa kita kenal dengan Youtube. Sebelum menggandeng Google, Youtube dulunya hanya sebuah situs kecil. Steven Shih "Steve" Chen (lahir 18 Agustus 1978) adalah seorang pengusaha internet Taiwan Amerika. Ia adalah pendiri dan mantan Chief Technology Officer YouTube. Chen dulunya merupakan karyawan PayPal. Di sana ia bertemu Chad Hurley dan Jawed Karim. Chen juga merupakan salah satu karyawan pertama Facebook, walaupun keluar setelah beberapa bulan untuk merintis YouTube. Pada tahun 2005, Chad Hurley, Jawed Karim, dan Chen mendirikan YouTube. Chen memegang jabatan Chief Technology Officer. Bulan Juni 2006, Chen dijuluki Business 2.0 sebagai satu dari "50 Pebisnis Terpenting Saat Ini".

Tanggal 16 Oktober 2006, Chen dan Hurley menjual YouTube ke Google, Inc. dengan nilai \$1,65 miliar. Chen mendapatkan 625.366 lembar saham Google dan tambahan 68.721 sebagai bagian dari kesepakatan. Saham Google yang ia terima senilai \$485 juta sesuai penutupan perdagangan 28 Desember 2012. Ia dan Chad Hurley merintis AVOS Systems yang kemudian mengakuisisi Delicious dari Yahoo! Inc. Chen saat ini bekerja di Google. Chen masuk daftar 15 Asian Scientists To Watch yang disusun oleh Asian Scientist Magazine pada tanggal 15 Mei 2011.

Chad Meredith Hurley (lahir 21 Juli 1977) adalah pendiri dan mantan CEO situs berbagi video YouTube asal Amerika Serikat. Pada bulan Juni 2006, ia menempati peringkat 28 di daftar "50 People Who Matter Now" yang disusun Business 2.0. Pada bulan Oktober 2006, ia dan Steve Chen menjual YouTube kepada Google dengan nilai \$1,65 miliar. Hurley sempat bekerja di divisi PayPal di eBay bersama Steve Chen dan Jawed Karim. Di sana ia

bertugas merancang logo asli PayPal sebelum keluar dan mendirikan YouTube. Hurley saat ini menangani tag video dan aspek-aspek berbagi video di YouTube.

Pada tanggal 16 Oktober 2006, Chen dan Hurley menjual YouTube kepada Google, Inc. dengan nilai \$1,65 miliar. *Wall Street Journal* melaporkan bahwa pangsa saham Chad Hurley bernilai \$345,6 juta sesuai harga penutupan perdagangan 7 Februari 2007. Ia menerima 694.087 lembar saham Google secara langsung dan 41.232 lembar tambahan. Dua pendiri YouTube lainnya, Steve Chen dan Jawed Karim, menerima 625.366 lembar dan 137.443 lembar, masing-masing bernilai \$326,2 juta dan \$64,6 juta. Laporan WSJ didasarkan pada pernyataan registrasi Google yang diajukan ke SEC pada tanggal 7 Februari 2007. Hurley mundur dari jabatannya sebagai CEO YouTube pada Oktober 2010 dan menyatakan ia akan terus menjadi penasihat YouTube. Salar Kamangar menggantikannya sebagai CEO perusahaan ini.

Jawed Karim (lahir 1979) adalah seorang pengusaha Internet Jerman Amerika. Ia dikenal sebagai pendiri situs web berbagi video YouTube. Banyak komponen inti PayPal, termasuk sistem anti-penipuannya, dirancang dan diimplementasikan oleh Karim. Karim lahir di Merseburg, Jerman Timur, lalu menyeberang Tembok Berlin dan tumbuh di Neuss, Jerman Barat. Ia pindah ke Amerika Serikat bersama keluarganya pada tahun 1992, dua tahun setelah penyatuan kembali Jerman. Ia lulus dari Central High School di Minnesota dan kuliah di University of Illinois at Urbana-Champaign. Ia keluar kampus sebelum lulus supaya menjadi salah satu karyawan pertama PayPal, tetapi tetap melanjutkan studinya. Ia mendapatkan gelar Bachelor of Science dalam ilmu komputer pada tahun 2004.

Saat bekerja di PayPal, ia bertemu Chad Hurley dan Steve Chen. Ketiganya kemudian mendirikan situs web berbagi video YouTube pada tahun 2005. Video pertama YouTube, *Me at the zoo*, diunggah oleh Karim pada tanggal 23 April 2005. Setelah mendirikan perusahaan dan mengembangkan konsep dan situs YouTube bersama Hurley dan Chen, Karim kuliah S2 ilmu komputer di Stanford University sekaligus menjadi penasihat di YouTube. Ketika YouTube dibeli Google, Karim mendapatkan 137.443 lembar saham dengan nilai \$64 juta sesuai harga penutupan perdagangan pada waktu itu. Nilai saham yang dipegangnya saat ini ditaksir mencapai \$1 miliar. Karim mendirikan badan permodalan usaha Youniversity Karim Ventures dengan tujuan membantu mahasiswa dan alumni mengembangkan dan meluncurkan ide-ide bisnis mereka.

Tidak hanya di luar negeri, Indonesia sendiri juga mempunyai tokoh-tokoh Technopreneur yang paling berpengaruh di Asia Tenggara, diantaranya adalah:

Achmad Zaky (Bukalapak)



Ia adalah seorang pendiri dan juga CEO Bukalapak. Pada tahun 2010 Bukalapak bermula dari sebuah garasi kecil, kini bukalah telah dikunjungi lebih dari 1 juta orang setiap harinya dengan lebih dari 200 penjual. Achmad Zaky (lahir di Sragen, Jawa Tengah, 24 Agustus 1986; umur 32 tahun) adalah seorang pengusaha asal Indonesia yang bergerak di bidang internet. Ia merupakan pendiri sekaligus CEO dari situs *e-commerce* Bukalapak.com, sebuah perusahaan E-Commerce Indonesia berbasis marketplace C2C yang berfokus pada pemberdayaan Usaha Kecil Menengah (UKM).

Karier Zaky berawal dari keaktifannya di dunia teknologi dan *entrepreneurship* sewaktu di ITB. Ia mendapatkan tawaran mengerjakan *software quickcount* pemilu dengan nilai 1,5 juta untuk sebuah stasiun televisi nasional. Setelah lulus dari ITB, ia mendirikan perusahaan jasa konsultasi teknologi bernama Suitmedia. Zaky juga pernah sempat mencoba untuk membuka usaha kuliner mi ayam dengan sewaktu kuliah yang akhirnya bangkrut. Zaky menghabiskan seluruh uang hasil menang dari berbagai perlombaan.

Waktu itu kami keracunan virus *entrepreneurship*, pas ngumpul sama teman-teman tiba-tiba kepikiran dan pengen bikin warung mie. Uang saya dari lomba habis semua kesedot kesitu karena bangkrut. Takut dan trauma rasanya waktu itu, tapi saya berpikir ini seperti sekolah, mahal sekali biayanya, saya yakin ada pelajaran berharga. Bermodal pengalaman membangun sistem IT banyak perusahaan besar, Zaky lantas terpikir untuk membuat sesuatu yang lebih bermanfaat bagi banyak orang. Dari sinilah, Bukalapak.com mulai dirintis pada tahun 2010. Ia bermimpi untuk mengubah hidup banyak orang dengan memajukan UMKM lewat internet. *Code base* Bukalapak diselesaikan dalam waktu dua bulan. Awalnya, Zaky mengajak para pedagang di *mall* untuk bergabung di Bukalapak. Tetapi, respon yang diberikan oleh mereka sangat kecil. Klien pertama yang ia dapat justru dari pedagang kecil. Ketika ditanya mengapa mereka mau bergabung, alasannya adalah karena barang mereka di toko tidak laku. Karena itu, mereka meminta bantuan Zaky untuk menjualnya di Bukalapak. Sejak itu, ia pun memfokuskan diri mengajak para pelaku UMKM yang belum begitu berkembang. Pada tahun 2011, sudah ada sekitar 10.000 pedagang yang bergabung di Bukalapak. Pertumbuhan Bukalapak yang sangat pesat menarik minat banyak investor untuk menanamkan modal di Bukalapak. Beberapa di

antaranya adalah 500 Startups, Batavia Incubator, IMJ Investment, dan juga Elang Mahkota Teknologi Tbk (EMTEK Group).

Ferry Unardi (Traveloka)



Ia adalah Co-Founder dan juga CEO Traveloka. Platform pemesanan tiket pesawat dan hotel ini dikunjungi 4-7,5 juta pengunjung setiap bulan nya. Ferry Unardi (lahir di Padang, 16 Januari 1988; umur 30 tahun) merupakan seorang pengusaha Indonesia yang juga merupakan pendiri situs web Traveloka. Ferry cukup berani memulai debutnya di industri *e-ticketing* pada usia 23 tahun atau pada 2012 silam.

Background dirinya bersama rekan sebagai engineer, membuat sangat pas untuk mengembangkan sistemnya, mulai dari analisis e-commerce-nya, sistem enterprenya, coding dan sebagainya. Pada awal launching, Ferry mengaku sama sekali tidak ada maskapai yang bekerja sama dengannya. Namun, seiring dengan kemajuan traffic website-nya, maskapai-maskapai tersebut mulai melirik, dan bekerja sama di mana setiap transaksi kita diberikan share profit sebesar 5 persen.

Saat ini bisnis Traveloka-nya sudah sangat berkembang dan bahkan hampir semua masyarakat Indonesia yang bisa melakukan *travelling* tentu akan sangat mengenal dengan situs tersebut, mengingat situr tersebut merupakan situr jasa layanan *travelling* yang sangat lengkap.

Jason Lamuda (Berrybenka)



Ia adalah seorang CEO Berrybenka, situs yang fokus menjual busana wanita muslim. Situs yang berdiri sejak 2012 kini telah dikunjungi 790 ribu pengunjung. Berrybenka telah mendapat dukungan dana lebih dari USD 5 juta dari Gree Ventures, East Ventures, dan Transcosmo. Sebagai seorang pebisnis yang sukses, Jason Lamuda sang pendiri Berrybenka tidak meraih kesuksesannya begitu saja. Setelah menamatkan pendidikan sekolah menengah atas, pada tahun 2003 Jason Lamuda masuk di Perdue

University, Indiana, Amerika Serikat, jurusan teknik kimia. Ia berhasil lulus pada tahun 2007 dengan gelar Bachelor of Science. Jason Lamuda melanjutkan program S2 di Columbia University, Amerika Serikat, jurusan Financial Engineering. Ia lulus pada tahun 2008 dengan gelar Master of Science.

Setelah menyelesaikan pendidikannya, Jason Lamuda mengawali karirnya pada bulan Agustus 2008 sebagai Business Analyst di McKinsey & Company, sebuah perusahaan firma konsultan manajemen terkemuka dunia yang bertindak sebagai penasihat dan konselor tepercaya untuk banyak bisnis dan institusi. Di McKinsey & Company, pendiri Berrybenka ini terlibat dalam banyak proyek di Indonesia dan Asia Tenggara. Antara lain. Ekuitas pribadi untuk perusahaan ritel, Manajemen penjualan dan distribusi untuk operator seluler telekomunikasi, Pengembangan strategi untuk perusahaan penambangan batubara, Pelaksanaan usaha patungan dari unit bisnis di sebuah perusahaan minyak dan gas. Jason bekerja di McKinsey & Company selama 2 tahun dan keluar pada tahun 2010 demi untuk memulai usahanya sendiri di dunia digital.

Bersama rekannya Ferry Tenka, Jason mendirikan Disdus sebagai awal karirnya di bisnis digital. Bisnis pertamanya ini berjalan dengan sukses, hingga pada akhirnya di tahun 2011, Disdus diakuisisi oleh Groupun dan berubah nama menjadi Groupun Indonesia. Setelah melepas Disdus ke tangan Groupun, Jason kembali berambisi untuk membangun bisnis digital. Dengan pengalamannya membangun Disdus, tak perlu lama bagi Jason memunculkan ide emas untuk bisnis selanjutnya.

Bersama Yenti Elizabeth, Jason akhirnya mendirikan situs belanja online fesyen dan kecantikan yang diberinama Berrybenka. Situs Berrybenka.com resmi diluncurkan pada akhir tahun 2012. Di tangan Jason, Berrybenka perlahan namun pasti menunjukkan tajinya sebagai salah satu e-commerce fashion ternama di Indonesia. Bukan hanya menyasar pada sektor itu-itunya saja, Jason juga memperluas jangkauan pasar Berrybenka dengan cara menambah beragam kategori produk di platform e-commerce yang ia dirikan. Seperti make-up, kecantikan, bahkan beberapa apparel olah raga ternama. Hal ini adalah langkah Berrybenka untuk semakin kuat di tengah ketatnya persaingan antara bisnis jual beli online yang ada di Indonesia. Dalam perkembangannya, setelah bisnis Berrybenka Group berkembang, Jason kemudian mengajak temannya untuk bergabung, yaitu Danu Wijaksana yang dipercaya sebagai orang nomor dua di perusahaan tersebut. Namun pada tahun 2017 Danu Wijaksana keluar dari Berrybenka karena menjadi CEO Tcash.

PENUTUP

Bab ini secara lengkap berisi tentang sejauh mana pentingnya menjadi seorang wirausahawan yang memahami teknologi (*technopreneur*) sehingga ia dapat mengimplementasikan teknologi tersebut dalam usaha yang dijalankannya. Memang tidaklah mudah untuk bisa memahami teknologi

dengan baik, mengingat perlu pembelajaran yang mendalam baik secara formal maupun nonformal untuk bisa memahami teknologi tersebut. Namun mengingat perkembangan jaman yang tidak bisa lepas dari perkembangan teknologi, maka sekali lagi penulis sampaikan bahwa wajib hukumnya bagi seorang wirausahawan untuk mampu memahami teknologi tersebut dan mengaplikannya dalam usahanya.

Banyak hal membuktikan bahwa tanpa teknologi sebuah usaha yang sudah dibangun dengan susah payah bisa hancur seketika. Di atas telah dicontohkan beberapa kasus bagaimana sebuah perusahaan yang sudah cukup berkembang dan sukses bisa hancur karena keterlambatan mengadopsi teknologi moderen dalam bisnis tersebut. Demikian juga sebaliknya, dari beberapa profil wirausahawan sukses kelas dunia di atas, juga dapat kita lihat bahwa dengan memanfaatkan dan mengadopsi teknologi moderen, sebuah bisnis dapat berkembang dengan pesat. Oleh sebab itu marilah sebagai wirausahawan yang ingin sukses di masa mendatang, kita pelajari dan terapkan teknologi mulai sekarang dalam usaha dan bisnis yang kita kelola, agar kedepannya bisa terus berkembang mengikuti perkembangan jaman yang semakin moderen ini.

LITERASI

- Amelia, Mega Ayu. 2016. Membangun Generasi Berjiwa Tecnopreneur. Sumber: <http://mega-ayuamelia.blogspot.com/2016/10/membangun-generasi-berjiwa-technopreneur.html>. Diunduh tanggal 23 Oktober 2018.
- Amelia, Mega Ayu. 2016. Tips-tips Sukses menjadi Seorang Technopreneur. Sumber: <http://mega-ayuamelia.blogspot.com/2016/10/tips-tips-menjadi-seorang-technopreneur.html>. Diunduh tanggal 23 Oktober 2018.
- Setyani, Ananda Nabila. 2017. Lima Toko Ritel yang Bangkrut Tergerus Toko *Online*. Sumber: <https://www.rappler.com/indonesia/berita/186707-5-toko-ritel-bangkrut-tergerus-toko-online>. Diunduh tanggal 22 Oktober 2018.
- Suhartanto, Eko., Ari Setiaji, Valisa Alvina, Vania Sutanto, Yurika Suhalmi. 2010. *Technopreneurship*. Strategi Penting Dalam Bisnis Berbasis Teknologi. Penerbit Elex Media Komputindo. Jakarta.

Internet

- https://id.wikipedia.org/wiki/Achmad_Zaky. Diunduh 23 Oktober 2018.
- https://id.wikipedia.org/wiki/Bill_Gates. Diunduh 23 Oktober 2018.
- https://id.wikipedia.org/wiki/Chad_Hurley. Diunduh 23 Oktober 2018.

https://id.wikipedia.org/wiki/Ferry_Unardi. Diunduh 23 Oktober 2018.
https://id.wikipedia.org/wiki/Jack_Dorsey. Diunduh 23 Oktober 2018.
https://id.wikipedia.org/wiki/Jawed_Karim. Diunduh 23 Oktober 2018.
https://id.wikipedia.org/wiki/Mark_Zuckerberg. Diunduh 23 Oktober 2018.
https://id.wikipedia.org/wiki/Steve_Chen. Diunduh 23 Oktober 2018.
https://id.wikipedia.org/wiki/Steve_Jobs. Diunduh 23 Oktober 2018.
<https://sepositif.com/kisah-sukses-jason-lamuda-pendiri-berrybenka/>.
Diunduh 23 Oktober 2018.
<https://sis.binus.ac.id/2014/06/19/7120/>. Diunduh 22 Oktober 2018.

[13]

PEMBELAJAR, Memahami Manajemen Moderen

Seorang wirausahawan tentunya akan banyak berhubungan dengan orang, sistem dan lain sebagainya. Oleh sebab itu untuk menjadi seorang wirausahawan yang sukses dibutuhkan pemahaman yang mendalam tentang manajemen moderen. Ini menjadi penting karena berwirausaha sangat berbeda dengan berdagang. Jika berdagang, mungkin Anda tidak membutuhkan pengetahuan yang mendalam tentang manajemen. Mengapa? Karena dalam dagang tidak perlu melibatkan orang banyak. Anda bisa mengerjakannya seorang diri. Misalnya, seorang yang berdagang martabak dengan menggunakan satu buah gerobak, maka ia dapat melakukan semua aktivitasnya seorang diri mulai dari berbelanja bahan baku, menyiapkan barang dagangan, melakukan proses penjualan itu sendiri dan lain sebagainya.

Berbeda dengan berwirausaha atau berbisnis. Dalam berwirausaha atau berbisnis, seseorang akan sangat bergantung pada kerja tim. Gerobak Martabaknya tentu bukan hanya satu melainkan puluhan. Apa yang akan terjadi jika seorang wirausahawan gerobak martabak tidak memahami dengan baik tentang manajemen moderen. Ia akan sangat kesulitan dalam menjalankan usahanya. Dengan jumlah gerobak yang mencapai puluhan, tentu tidaklah mungkin jika ia harus berbelanja bahan baku sendiri, menyiapkan produk yang hendak dijual seorang diri hingga penjualan sendirian. Dibutuhkan banyak orang dan sistem untuk bisa menjalankan usahanya tersebut. Oleh sebab itu, mampu memahami dengan baik manajemen moderen menjadi salah satu karakter yang harus dimiliki oleh seorang wirausahawan sukses.

Lika-liku Perjalanan Hendy Setiono Jadi 'Raja Kebab'

Bintang.com, Jakarta. Memutuskan untuk melepas pendidikan demi bisnis dan impian tak mudah dilakukan anak muda. Tapi Hendy Setiono, dengan tekad yang bulat dan menekuni hobi kulinernya, dia memilih untuk memulai usaha kecil-kecilan. Meski saat itu keputusannya menimbulkan kekhawatiran orangtua, Hendy menolak untuk mundur dan bekerja keras melebarkan sayap Kebab Turki Baba Rafi. Hendy sempat mengenyam pendidikan di Institut Teknologi Sepuluh Nopember di Surabaya, Jurusan Teknik Informatika. Di tengah jalan saat dia mengunjungi orang tuanya yang bertugas di Qatar, matanya yang jeli berhasil melihat sebuah peluang bisnis di Tanah Air.

Di usianya yang masih sangat muda, Hendy memutuskan untuk mulai mendirikan Kebab Turki Baba Rafi pada tahun 2003. Meski tak ada darah pengusaha yang mengalir dalam tubuhnya, dia pantang mundur dan terus belajar sembari menjalankan bisnisnya perlahan-lahan. "Ibu saya adalah guru. Ayah saya operator di Qatar. Saat saya berkunjung ke sana, saya menemukan menu kebab untuk pertama kalinya. Saya lantas terinspirasi untuk berjualan kebab di Surabaya. Ketika kembali dari Qatar, dengan modal awal Rp 4 juta, saya mulai berjualan kebab menggunakan satu gerobak pertama saya," ceritanya saat ditemui Bintang.com.



Tidak mudah untuk mengem-bangkan bisnis kecil yang akhirnya kini menjadi sangat besar, bahkan sampai merambah ke tujuh negara lainnya selain Indonesia. Malaysia menjadi negara pertama yang menjadi sasaran Hendy untuk membuka cabang. Hingga akhirnya, sayap Baba

Rafi Enterprise sanggup merambah Filipina, China, Srilanka, Brunei Darus-salam, Singapura, dan terakhir Belanda.

Meski kini nama Hendy telah dikenal banyak orang, bahkan gaungnya terdengar di luar negeri, ayah dari tiga anak ini mengalami banyak masa-masa sulit saat menjalani bisnis ini. Sebagai salah satu ikon pebisnis muda yang sukses, Hendy berbagai kisah perjalanannya dari penjual kebab gerobakan menjadi President Director. Berikut petikan wawancara Hendy Setiono dengan Karla Farhana dan fotografer Galih W. Satria.

Berawal dari kenikmatan kebab yang banyak di jual di Qatar, Hendy menemukan peluang berbisnis di Indonesia. Dengan misi ingin memperkenalkan makanan khas Timur Tengah yang pada waktu itu belum populer di Indonesia, Hendy akhirnya mulai berjualan kebab menggunakan satu gerobak di Surabaya. Meski butuh waktu agak lama, Kebab Turki Baba Rafi akhirnya menjadi besar bak sebuah kerajaan.

Kenapa memilih kebab untuk berbisnis?

Karena hobi saya jalan-jalan dan kuliner. Dari dua hobi ini terinspirasi untuk bisnis ini. Qatar juga negara pertama yang pernah saya kunjungi. Ketika saya ke sana dan melihat banyak orang berjualan kebab, akhirnya saya berpikir, kenapa tidak jualan kebab saja, karena di Indonesia 12 tahun lalu belum ada yang namanya kebab. Jadi saya ingin memperkenalkan menu kebab ke masyarakat Indonesia.

Bagaimana Mas Hendy mulai berjualan?

Saya memulai dengan gerobak kecil. Konsumen saya dulu mengira saya jualan martabak. Karena berjejer dengan orang yang jualan martabak. Dan orang belum banyak yang kenal.

Bagaimana membangun branding bisnis ini?

Saya kemudian mem-branding kebab baba rafi dengan mengubah warna. Tadinya warnanya putih biasa menjadi kuning merah. Pilih warna itu agar lebih menarik dan eye catching. Sehingga konsumen juga percaya untuk membeli produk kita.

Kenapa Kebab Turki Baba Rafi franchise?

Karena saat itu saya berpikir, kalau Cuma satu gerai, ini akan lama tumbuhnya. Saya kumpulkan keuntungan pada gerai pertama, lalu saya buka cabang ke dua. Saya kumpulkan lagi, lalu buka cabang ke tiga. Begitu seterusnya. Tahun pertama saya buka enam cabang. Menurut saya ini relative agak lambat pertumbuhannya. Saya lantas berpikir, bagaimana caranya agar lebih cepat berkembang. Akhirnya saya berpikir untuk di-franchise-kan saja, menjadi waralaba. Tahun ketiga kita sudah memiliki 25 cabang milik sendiri, kami akhirnya mulai mewaralabakan Kebab Baba Rafi. Dengan begini, kami juga memberi kesempatan pada calon mitra yang mau belajar bisnis

Bagaimana prosesnya hingga punya 1200 outlet?

Saya awalnya memulai di Surabaya dulu. Waktu itu sambil kuliah di ITS. Saya saat itu memang ingin fokus ke bisnis. Karena itu saya memutuskan untuk keluar dan benar-benar fokus menjadi pengusaha. Karena inilah, saya berpikir, ada banyak manfaat dengan membuka cabang. Pertama membantu konsumen yang kelaparan. Kedua, membantu membuka lapangan kerja. Setiap tambah outlet pasti akan bertambah karyawan baru. Ketiga, kami

juga membantu supplier, seperti pedagang dari daerah, atau penjual sayur yang tidak mampu menjual sayurannya di tempat-tempat besar dengan menampung sayuran mereka. Keempat, kami membantu mitra-mitra bisnis kami. Mereka yang ingin berbisnis kebab tapi tidak tahu caranya, dengan cara ini bisa kami bantu. Mereka jadi punya bisnis kebab yang sudah branded.

Perjalanan Kebab Turki Baba Rafi dari Qatar ke Belanda

Tidak semua orang bisa menjalankan bisnis hingga sukses menjadi besar. Apa lagi mengubah uang jutaan menjadi miliaran. Tapi apa pun mungkin ketika Hendy sudah bertekad untuk menjalaninya. Sembari bercerita kisah perjalanan Kebab Turki Baba Rafi, Hendy ternyata juga gemar membagikan ilmu bisnisnya kepada orang lain.

Bagaimana mengubah Rp 4 juta menjadi miliaran?

Modal awal Rp 4 juta itu dulu saya pinjam dari adik saya. Saat saya belum menikah, adik perempuan saya punya tabungan. Saya datang, ingin pinjam uang. Dia tanya buat apa? Saya bilang buat bisnis. Dia tanya lagi, kapan mau dibalikin? Saya saat itu tidak tahu kapan bisa mengembalikannya. Karena saya belum tahu business plan, manajemen, marketing. Saya hanya punya niat untuk memulai. Kalau gagal, ya tidak apa-apa, karena nominalnya tidak besar. Tapi, karena modal berasal dari pinjaman, saya jadi lebih bersungguh-sungguh. Karena, kalau saya gagal, saya harus bayar ke adiknya. Ini yang membuat saya tak punya pilihan untuk mundur. Jadi kalau bisnisnya sambilan, yang hasilnya juga sambilan. Tapi kalau bisnisnya sungguh-sungguh, insya allah hasilnya pun berkah.

Bagaimana strategi bisnis Kebab Baba Rafi?

Sebenarnya sederhana saja. Soalnya saya juga bukan terlahir dari darah pengusaha. Karena itu pengetahuan bisnis saya masih sangat terbatas. Saya pikir semua dilakukan dengan learning by doing. Berbeda dengan sekarang, di mana entrepreneurship itu menjadi lifestyle. Orang bilang ingin jadi entrepreneur karena keren. Tapi 12 tahun lalu tidak ada yang seperti ini. Bisnis dulu benar-benar bagaimana caranya agar kita bisa hidup. Jadi awalnya saya berbisnis, ya bagaimana caranya saya bisa hidup, makan, dan ternyata pada akhirnya keuntungan ini bisa digunakan untuk buka cabang. Selain itu, saya ingin punya pekerjaan yang sesuai dengan hobi, dan dibayar. Hobi saya jalan-jalan, makan-makan. Dua hobi ini menghasilkan bisnis kuliner yang sukses

Kapan memutuskan untuk buka cabang di luar negeri?

Pertama kali itu saya pilih Malaysia, mulai dari yang terdekat. Itu Februari 2012.

Awalnya, bagaimana memasarkan Baba Rafi?

Dulu masih sangat manual. Dulu, kan ada yang namanya acara salam-salaman di radio. Nah, dulu saya suka fiktif. Saya telepon, saya bilang titip salam ya, buat si anu, ditunggu di outlet Kebab Baba Rafi, Surabaya. Jadi mempromosikan dengan media yang gratis. Dengan begitu orang lama-lama kenal ada Baba Rafi. Tapi lama-lama ketahuan juga. Penyiarnya bilang, ini jangan-jangan Mas Hendi yang punya kebab Baba Rafi ya? Saya juga dulu pakai selebaran. Saya fotokopi, saya sebar. Jadi metode promosi tradisional apa pun saya lakukan. Nah, kalau sekarang ya lewat media sosial, fan page, dan lain-lain.

Bagaimana caranya mempertahankan kesuksesan Kebab Baba Rafi?

Bisnis itu ibarat kita berlari. Tapi bukan sekadar berlari sprint. Cepat di awal, habis itu ngos-ngosan. Bisnis itu ibaratnya kita lari marathon. Jadi kita harus pintar-pintar ambil napas, taktiknya, kapan kita harus lari cepat, kapan kita harus menurunkan tempo, kapan kita harus mendaki. Sehingga marathon itu endurance atau sustainability. Selama 12 tahun ini, bisnis Kebab Baba Rafi endurance-nya seperti berlari marathon. Jadi sebenarnya pertumbuhan kita tidak terlalu cepat. Tapi konsisten, pelan-pelan. Ada proses up and down. Lalu saya dan pelajari kesalahan.

Pernah takut gagal?

Saya juga awalnya takut dengan kegagalan. Takut kalau bangkrut nanti saya makan dari mana? Bagaimana saya menghidupi keluarga dan anak? Dari ketakutan itu, saya memutuskan untuk memilih bisnis yang kecil dulu. Jadi ini alasannya kenapa saya mulai dari satu gerobak. Karena saya takut dengan risiko itu tadi. Kalau saya langsung mulai dengan restoran besar, mewah, begitu 'buyar,' modal 6 miliar langsung hilang. Saya rasa saya tidak siap dengan itu. Karena itu saya pilih untuk perlahan-lahan membangun bisnis ini.

Kenapa memilih untuk menikah muda?

Saya memulai bisnis ketika saya berumur 19 tahun dan menikah umur 20 tahun. Saya punya tiga anak ketika saya berumur 23 tahun. Saya percaya dengan berkeluarga, pintu rezeki akan terbuka. Akhirnya nama bisnis saya ini saya ambil dari nama anak pertama saya, Rafi. Jadi, Baba Rafi, itu bapaknya Rafi.

Bagaimana dukungan orangtua dan istri?

Orangtua awalnya tidak mendukung. Karena orangtua saya basic-nya karyawan. Ketika saya masih menjadi mahasiswa pun, orangtua saya bilang bisnis ini tidak usah diseriusin. Mereka ingin saya kuliah, terus kerja. Begitu saya sekolah, lalu tidak lulus, saya malah jualan kebab. Orangtua saya juga kaget. Tapi ketika saya menunjukkan kesungguhan dan

menunjukkan hasil, pelan-pelan orangtua saya berubah pikiran. Dari awalnya mempertanyakan, sekarang jadi mendukung saya sepenuhnya. Saya percaya kesuksesan itu juga datang dari restu orangtua. Jadi saya bersyukur, orangtua saya mendukung dan mendoakan bisnis saya supaya berjalan dengan baik. Saya dengan istri bersama-sama membangun bisnis. Istri saya lebih banyak mengurus dalam hal marketing dan manajerial. Sementara saya tugasnya ekspansi. Dengan begini kami menjadi partner bisnis yang sama-sama membangun dari nol. Kami merasakan susah dan senang bersama.

Semangat Hendy bersama Baba Rafi Enterprise tak pernah surut. Dukungan dari istri dan orangtua serta ketiga anaknya menjadi kekuatan sekaligus penyemangat untuk terus berjuang mewujudkan mimpinya. Ya, menjadi seorang pengusaha harus punya mimpi besar dan ambisi. Kepada Bintang.com Hendy mengatakan, anak muda yang ingin sukses harus memiliki kreativitas tanpa batas dan ketahanan serta ketekunan dalam hidup.

Cerita di atas menggambarkan bagaimana kegigihan Hendy Setiono, wirausahawan muda yang memiliki impian sukses berbisnis kebab, bukan sekedar berdagang kebab. Berkat impiannya tersebut, ia selalu memberikan sentuhan manajemen moderen dalam bisnisnya sehingga gerobak kebabnya yang tadinya hanya satu unit bisa berkembang menjadi ratusan bahkan telah berkembang hingga ke berbagai negara. Pemahamannya tentang manajemen moderen ia terapkan dalam bisnisnya sehingga dengan mudah ia mampu menyusun dan melibatkan banyak tim, mendesain gerobak yang sangat menarik untuk dilihat, menetapkan strategi marketing yang sangat mudah untuk diterima para calon pelanggannya, menggunakan sistem waralaba (*franchise*) sebagai upaya untuk mengembangkan bisnisnya dengan cepat, serta masih banyak lagi sentuhan manajemen moderen yang ia terapkan dalam bisnis Kebab Turki Baba Rafi-nya.

Mengingat pentingnya sentuhan manajemen moderen dalam setiap bisnis, maka sekali lagi penulis sampaikan, bagi Anda yang ingin menjadi wirausahawan sukses hendaknya bisa mempelajari manajemen moderen tersebut dan mampu mengaplikasikannya dengan baik dalam usaha atau bisnis yang Anda jalankan. Jika saat ini Anda masih belum memahaminya, tidak perlu khawatir, karena karakter tentang bagaimana Anda memahami manajemen moderen tersebut dapat dengan mudah Anda pelajari. Khusus dalam bab ini penulis akan sampaikan seperti apakah manajemen moderen yang dimaksud tersebut.

PENGERTIAN MANAJEMEN DAN ORGANISASI

Di atas telah disampaikan bahwa dalam menjalankan usahanya, seseorang akan sangat erat berhubungan dengan tim. Oleh sebab itu dibutuhkan pemahaman manajemen maupun organisasi secara mendalam agar wirausahawan tersebut dapat terus mengelola usahanya dengan baik. Banyak ahli dalam bukunya masing-masing yang mengutarakan tentang pengertian manajemen maupun organisasi. Adapun beberapa ahli yang menyampaikan pengertian manajemen tersebut diantaranya adalah:

R. Terry

Mengemukakan bahwa *“management is a distinct process consisting of planning, organizing, actuating and controlling performed to determine and accomplish stated objectives by the use human being and othert resources,”* yang berarti bahwa manajemen merupakan suatu proses khas yang terdiri dari tindakan-tindakan perencanaan, pengorganisasia, penggerakan dan pengendalian yang dilakukan untuk menentukan serta mencapai sasaran-sasaran yang telah ditentukan melalui pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber-sumber lainnya.

James F. Stoner

Mengatakan bahwa *“management is the process of planning, organizing, leading and controlling the efforts of organization members and using all other organizational resources to active stated organizational goals,”* yang berarti bahwa manajemen adalah proses perencanaan, pengorganisasian dan penggunaan sumber daya-sumber daya organisasi lainnya agar mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan.

Harold Koonts dan Cyril O’donnel

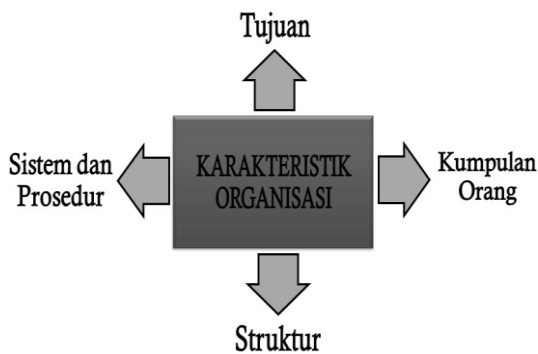
Menyatakan bahwa *“management is getting things done throught people. In bring about this coordinating of group activity, the manager, as a manager plans, organizes, staffs, directs and controls the activities other people,”* yang berarti bahwa manajemen adalah usaha mencapai suatu tujuan tertentu melalui kegiatan orang lain. Dengan demikian manajer mengadakan koordinasi atas sejumlah aktivitas orang lain yang meliputi perencanaan, pengorganisasian, penggerakan dan pengendalian.

Dengan demikian dapat dikatakan bahwa manajemen adalah upaya yang dilakukan oleh seseorang untuk mencapai suatu tujuan melalui orang lain dengan cara merencanakan, mengorganisasikan, menggerakkan dan mengendalikan orang tersebut beserta berbagai sumber daya lainnya. Pengertian tersebut mengandung arti bahwa seorang wirausahawan harus memiliki kemampuan untuk memanfaatkan orang lain guna memanfaatkan

berbagai sumber daya yang ada sehingga apa yang menjadi impian wirausahawan tersebut dapat terlaksana dan tercapai dengan baik.

Mengingat yang harus dikendalikan oleh seorang wirausahawan adalah orang lain, maka hal itu berarti bahwa seorang wirausahawan tidak dapat bekerja seorang diri untuk mencapai tujuan yang diinginkan tersebut, melainkan dibutuhkan orang lain dalam hal ini anggota tim. Oleh sebab itu perlu adanya interaksi positif antara orang yang satu dengan lainnya. Guna memastikan bahwa interaksi tersebut berjalan dengan baik maka dibutuhkan suatu organisasi untuk mencapai tujuan bersama yang diharapkan tersebut. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa manajemen dan organisasi yang merupakan kumpulan dua orang atau lebih yang membentuk struktur serta sistem dan prosedur tertentu tidak dipisahkan satu dengan lainnya dalam mencapai tujuan organisasi tersebut.

Pengertian di atas mengandung makna bahwa suatu organisasi yang baik harus mengandung 4 (empat) karakteristik utama yang terdiri dari tujuan, kumpulan orang, struktur serta sistem dan prosedur.



Empat Karakteristik Organisasi

Tujuan. Karakteristik sebuah organisasi yang pertama adalah tujuan. Setiap organisasi yang didirikan tentunya memiliki tujuan, terlepas tujuan tersebut untuk mencari keuntungan, sosial atau hanya sekedar untuk tempat berkumpul bagi para anggotanya. Tujuan sebuah organisasi dapat tercermin dalam sasaran-sasaran yang ingin dicapai, baik jangka pendek, menengah maupun jangka panjang.

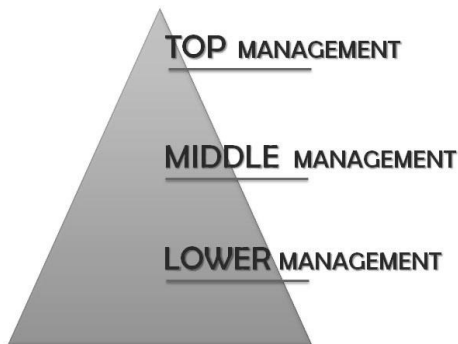
Kumpulan orang. Di atas telah disampaikan bahwa sebuah organisasi tidaklah mungkin hanya terdiri dari satu orang saja. Organisasi dapat terbentuk karena adanya dua orang atau lebih. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa organisasi merupakan kumpulan banyak orang. Sebuah tujuan organisasi tidaklah bisa tercapai manakala seseorang hanya bekerja seorang diri. Dibutuhkan orang lain untuk bisa mencapai tujuan tersebut.

Struktur. Mengingat organisasi terdiri dari banyak orang maka perlu disusun sebuah struktur organisasi. Dengan struktur tersebut maka akan menjadi jelas kedudukan masing-masing orang yang ada dalam organisasi tersebut. Demikian juga dengan tugas dan kewajiban yang harus diemban oleh setiap anggota organisasi. Struktur tersebut juga sekaligus akan menjadi rantai komando dan perintah, kepada siapa sebuah tugas harus diberikan dan dilaksanakan. Sebaliknya dengan struktur seorang bawahan juga dapat memahami dengan baik kepada siapa ia harus bertanggung jawab, melapor dan memberikan tugas yang telah dilaksanakannya.

Sistem dan Prosedur. Struktur organisasi yang telah dibuat tidak akan bisa berjalan dengan baik manakala tidak disusun sistem dan prosedur dalam organisasi tersebut. Dengan adanya sistem dan prosedur maka akan menjadi jelas berbagai aturan dalam berorganisasi yang harus dijalankan oleh masing-masing anggota organisasi. Sistem dan prosedur tersebut antara lain dapat berupa peraturan organisasi, cara kerja, sistem rekrutmen, bentuk pelaporan, standar penilaian kinerja, dan lain sebagainya.

TINGKATAN MANAJEMEN

Struktur organisasi yang dibuat dalam sebuah organisasi sekaligus akan menggambarkan fungsi dan penanan masing-masing orang yang menduduki jabatan dalam struktur tersebut. Berdasarkan tingkatannya maka manajemen dapat dibedakan menjadi 3 (tiga) bagian, yaitu (1) Manajemen Puncak, (2) Manajemen Menengah, serta (3) Manajemen Pengawasan. Masing-masing manajemen tersebut tentunya memiliki tugas dan tanggung jawab masing-masing.



Tiga Tingkatan Manajemen

Top Management. Merupakan orang manajer yang menduduki jabatan puncak manajemen. Para manajer yang menduduki manajemen puncak

biasanya memiliki tugas dan tanggung jawab untuk menetapkan berbagai strategi dan kebijakan organisasi dalam jangka panjang, misalnya tiga, lima atau bahkan sepuluh tahun ke depan. Beberapa kebijakan yang biasanya menjadi tugas manajemen puncak antara lain pembuatan rencana pengembangan organisasi, kebijakan mengenai kesejahteraan karyawan, menetapkan target penjualan yang harus dicapai, menentukan besarnya anggaran yang disediakan untuk setiap tahunnya, dan lain sebagainya. Contoh manajer yang termasuk kedalam manajemen puncak adalah *Chief Executive Officer (CEO)*, *Chief Executive Operating (COO)*, *President*, *Vice President*, dan sebagainya.

Middle Management. Merupakan orang atau manajer yang menduduki jabatan di posisi menengah. Manajer ini bertanggung jawab atas keputusan perusahaan dalam jangka pendek, misal satu tahun. Manajer pada level ini juga lebih aktif terlibat dalam proses produksi sebuah perusahaan sehingga mereka harus mengatasi berbagai persoalan dan merencanakan metode baru untuk meningkatkan kinerja perusahaan. Mereka bertugas untuk mengawasi unit kerja yang ada di bawahnya yaitu pada level *lower management* atau *supervisory* serta bertanggung jawab terhadap *top management*. Mengingat posisinya yang di tengah, maka *middle management* biasanya akan menjadi jembatan antara *top management* dan *lower management*. Beberapa manajer yang tergolong ke dalam *middle management* antara lain manajer area, kepala cabang, manajer pabrik, manajer devisi, dekan di suatu universitas dan lain sebagainya.

Lower Management. Merupakan manajemen paling bawah sehingga biasa dinamakan *supervisory* atau *first line*. Manajemen pada tingkat ini biasanya terlibat langsung dengan karyawan untuk melakukan proses produksi. Biasanya mereka bertanggung jawab untuk mengawasi satu unit kerja. Beberapa contoh manajer yang tergolong ke dalam *lower management* antara lain pengawas, mandor, kepala subdepartemen, dan sebagainya.

Namun demikian selain berdasarkan atas tingkatannya, sebenarnya manajer juga dapat dikategorikan berdasarkan ruang lingkup kegiatan yang dikelolanya. Atas dasar tersebut maka manajer dapat dikategorikan manajer umum dan manajer fungsional. Manajer umum bertugas untuk mengelola perusahaan secara umum, sedangkan manajer fungsional bertugas hanya pada satu unit kegiatan saja. Beberapa contoh manajer yang tergolong manajer fungsional adalah manajer produksi, manajer pemasaran, manajer keuangan, manajer sumber daya manusia, manajer riset dan pengembangan, dan sebagainya. Mereka para manajer tersebut hanya khusus bertanggung jawab pada departemennya masing-masing. Misalnya, manajer pemasaran khusus bertanggung jawab atas berbagai kegiatan yang ada di

ruang lingkup pemasarannya saja. Jika masalah yang dihadapinya telah berkembang ke bagian lain misalnya sumber daya manusia, maka manajer pemasaran tersebut akan meminta bantuan manajer sumber daya manusia. Jika masalah yang dihadapi berhubungan dengan keuangan, maka manajer pemasaran akan meminta bantuan ke manajer keuangan, dan seterusnya.

BIDANG MANAJEMEN

Mengingat luasnya bidang manajemen dalam sebuah usaha atau bisnis, maka hendaknya para wirausahawan menguasai dengan baik berbagai bidang manajemen yang ada walaupun bukan berarti ia harus mengerjakannya seorang diri. Hal ini menjadi sangat penting mengingat seorang wirausahawan atau pebisnis sebagai bagian dari *top management* memiliki peranan yang cukup penting dalam menentukan arah kebijakan perusahaan dalam jangka panjang.



Empat Bidang Manajemen

Dalam konteks bisnis, manajemen dapat dibagi menjadi 4 (empat) bidang utama manajemen, yaitu pemasaran (*marketing*), keuangan (*finance*), operasional (*operating*) serta sumber daya manusia (*human resources*). Namun dalam perkembangan bisnisnya, bisa saja keempat bidang tersebut berkembang sesuai dengan jenis dan skala bisnis itu sendiri.

Bidang Pemasaran

Pemasaran merupakan salah satu bidang dalam kegiatan berwirausaha atau berbisnis yang dianggap paling penting. Hal ini karena kegiatan pemasaran merupakan kegiatan yang mampu memberikan masukan berupa omzet hasil penjualan. Dengan hasil penjualan tersebut, maka perusahaan akan mendapatkan laba atau keuntungan yang salah satunya akan digunakan untuk mengembangkan usahanya. Dengan demikian kegiatan pemasaran merupakan ujung tombak dalam kegiatan berbisnis, sekaligus akan menentukan posisi perusahaan diantara pesaing yang ada.

Kegiatan pemasaran sangat berhubungan erat dengan bauran pemasaran (*marketing mix*) baik untuk produk yang berupa barang maupun jasa. Empat komponen bauran pemasaran produk yang berupa barang yang harus dikuasi oleh seorang wirausahawan antara lain produk (*product*), harga (*price*), promosi (*promote*) serta tempat atau saluran distribusi (*place*). Keempat komponen bauran pemasaran tersebut sering dikenal dengan istilah 4 P. Khusus untuk produk yang berupa jasa, selain keempat komponen tersebut, terdapat 3 lagi komponen sehingga totalnya menjadi 7 P yaitu orang (*people*), proses (*process*) serta bukti fisik (*physical evidence*).

Seorang wirausahawan harus mampu mengelola ketujuh P tersebut dengan baik sehingga akan menghasilkan omzet hasil penjualan yang memuaskan. Salah satu kunci utama yang harus dilakukan adalah meningkatkan efektivitas perencanaan, implementasi serta pengendalian kegiatan yang berhubungan dengan aktivitas pemasaran dalam usahanya.

Bidang Keuangan

Selain bidang pemasaran, bidang lainnya dalam kegiatan berwirausaha atau berbisnis yang tidak kalah pentingnya adalah bidang keuangan. Dikatakan sangat penting karena bidang keuangan akan sangat menentukan bidang lainnya termasuk bidang pemasaran, sumber daya manusia maupun operasional. Tanpa keuangan yang berarti maka bidang lainnya akan terhambat melakukan aktivitas yang telah direncanakan sebelumnya.

Salah satu tugas pokok bidang keuangan adalah menyediakan dana guna menunjang kegiatan dan aktivitas bidang lain sesuai dengan anggaran yang telah disusun masing-masing bidang. Selain mengandalkan omzet hasil penjualan yang dilakukan bidang pemasaran, bidang keuangan juga harus mampu mencari dana dari sumber lain.

Pencarian sumber dana tersebut dapat dilakukan secara internal maupun eksternal. Secara internal bidang keuangan bisa melakukannya dengan menyertakan kembali dana dari para pemilik atau pemegang saham. Secara eksternal dapat dilakukan dengan cara penawaran atau penjualan saham baru (*go public*) maupun sumber lainnya seperti mencari pinjaman kepada bank lain, bekerja sama dengan pihak asing dan sebagainya.

Selain bertugas untuk mencari dana tambahan, bidang keuangan juga harus bisa melakukan evaluasi keuangan yang ada demi kelangsungan usaha. Hal ini sangat penting mengingat bidang lainnya yaitu bidang pemasaran, sumber daya manusia serta operasional merupakan bidang yang biasanya menjadi pengguna anggaran tanpa mempertimbangkan kondisi keuangan secara umum. Tanpa adanya kontrol dari bidang keuangan, dikhawatirkan kondisi usahanya menjadi tidak stabil.

Bidang Sumber Daya Manusia

Bidang lainnya dalam wirausaha atau bisnis adalah bidang sumber daya manusia. Bidang sumber daya manusia juga memiliki peranan yang sangat penting. Tanpa adanya sumber daya manusia yang berkualitas di setiap bidang, niscaya sebuah usaha tidak akan berjalan dengan sempurna. Oleh sebab itu, seorang wirausahawan harus mampu menciptakan karyawan-karyawan yang unggul, berkarakter serta memiliki budaya yang diperlukan perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaan yang telah ditetapkan berupa visi dan misi perusahaan.

Secara umum tugas bidang manajemen sumber daya manusia adalah melakukan perencanaan tentang kebutuhan sumber daya manusia, rekrutmen, pelatihan, penempatan serta menjaga kelangsungan sumber daya manusia yang berkualitas. Kegiatan perencanaan sumber daya manusia dapat dilakukan dengan bekerja sama dengan bidang lainnya selaku pengguna (*user*) sumber daya manusia tersebut nantinya. Kegiatan rekrutmen dapat dilakukan dengan cara menyeleksi para pelamar kerja yang ada dengan berbagai teknik sehingga dihasilkan calon pekerja yang handal. Kegiatan pelatihan dapat dilakukan untuk memberikan pengetahuan dan ketrampilan yang memadai terhadap para pekerja yang baru saja bergabung, sesuai dengan tugas dan tanggung jawab masing-masing pekerja.

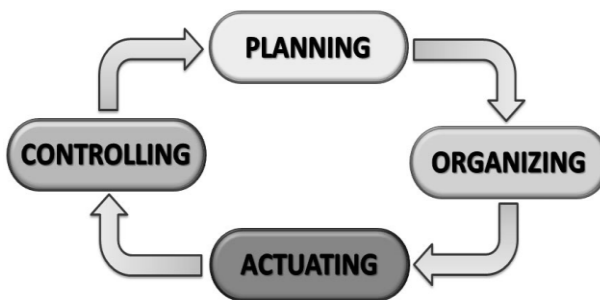
Adapun kegiatan penempatan sumber daya manusia dapat dilakukan dengan menempatkan orang yang tepat di posisi yang tepat (*the right man in the right place*). Sedangkan kegiatan menjaga kelangsungan sumber daya manusia yang berkualitas dapat dilakukan dengan mendesain sistem indikator penilaian kinerja (*key performance indicator*) yang terukur serta menyusun *reward* maupun *punishment* yang sesuai. Dengan demikian maka para karyawan yang ada akan termotivasi untuk bekerja dengan baik serta bertahan demi kelangsungan perusahaan.

Bidang Operasional

Bidang lain yang tidak kalah penting dalam menjalankan usaha atau bisnis adalah bidang operasional yang didalamnya termasuk bidang produksi. Produksi mempunyai peranan yang sangat penting mengingat bidang produksi mengatur segala sesuatu yang berhubungan dengan proses produksi. Proses inilah yang pada akhirnya akan menghasilkan produk yang siap dipasarkan. Oleh sebab itu bidang produksi tidak dapat bekerja sendirian melainkan harus berinteraksi dan bekerja sama dengan bidang lainnya baik pemasaran, keuangan maupun sumber daya manusia. Beberapa tugas bidang produksi antara lain merencanakan dan mengembangkan produk, merencanakan luas produksi, merencanakan lokasi pabrik, menentukan jenis mesin, bahan baku, karyawan pabrik dan sebagainya.

FUNGSI MANAJEMEN

Di atas telah disampaikan mengenai tingkatan manajemen yang terdiri dari manajemen puncak, menengah dan bawah. Setiap tingkatan memang memiliki tugas dan tanggung jawab yang berbeda-beda. Namun demikian apapun posisi dan tingkatannya, sebenarnya seorang wirausahawan sebagai salah satu manager memiliki 4 (empat) fungsi yang sama. Keempat fungsi tersebut adalah merencanakan (*planning*), mengorganisasikan (*organizing*), menggerakkan (*actuating*) serta mengendalikan (*controlling*).



Fungsi Manajemen

Keempat fungsi tersebut harus dapat dijalankan dengan baik dan berkesinambungan oleh seorang wirausahawan. Dengan demikian maka setiap wirausahawan harus mampu menguasai keempat fungsi tersebut. Jika seorang wirausahawan tidak menguasai salah satu dari keempat fungsi manajer tersebut maka kepemimpinannya menjadi tidak akan sempurna. Sebagai contoh, seorang wirausahawan yang cenderung hanya bisa membuat konsep berupa perencanaan tanpa mampu mengorganisasikan, menggerakkan dan melakukan pengendalian, maka apapun perencanaan yang telah dibuat akan terhenti hanya sebatas konsep belaka, sehingga kemungkinan besar akan dinamai wirausahawan yang NACO (*No Action Concept Only*).

Demikian halnya dengan wirausahawan yang hanya mampu merencanakan dan mengorganisasikan, tanpa mampu menggerakkan dan mengendalikan program yang telah direncanakan, maka hasilnya juga akan sia-sia, dan seterusnya. Oleh sebab itu maka keempat fungsi manajemen tersebut tidak dapat dipisahkan antara yang satu dengan lainnya. Seorang wirausahawan harus mampu merencanakan, kemudian setelah direncanakan harus mampu mengorganisasikan, setelah diorganisasikan harus mampu menggerakkan orang lain untuk melakukannya dan terakhir harus mampu mengendalikan dalam bentuk evaluasi untuk kemudian kembali membuat perencanaan selanjutnya.

Perencanaan (*Planning*)

Pada tahap ini seorang wirausahawan harus mampu menyusun dengan baik berbagai hal yang harus dipersiapkan untuk mencapai sebuah tujuan yang diinginkan. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa proses perencanaan merupakan persiapan yang harus dilakukan oleh seorang wirausahawan untuk mencapai kondisi usaha atau bisnis yang diinginkan. Melalui perencanaan seorang wirausahawan akan mengetahui dengan baik hal-hal yang harus dipersiapkan, tindakan apa yang harus dilakukan serta bagaimana melakukannya.

Perencanaan meliputi beberapa hal seperti tujuan membuat suatu kegiatan, target atau sasaran yang harus dicapai, ukuran sukses kegiatan tersebut, sumber daya manusia yang dibutuhkan, pembagian tugas dan wewenang. Selain itu juga waktu pelaksanaan kegiatan, anggaran yang dibutuhkan, mekanisme kerja yang diperlukan dan lain sebagainya. Berdasarkan tingkatan dan jenisnya maka perencanaan dapat digolongkan menjadi empat hal yaitu: (1) perencanaan strategis, (2) perencanaan taktis, (3) perencanaan operasional, serta (4) perencanaan darurat. Keempat perencanaan tersebut akan dijabarkan lebih rinci seperti di bawah ini.

1. Perencanaan Strategis

Merupakan perencanaan yang biasanya dilakukan oleh *top management* mengingat perencanaan strategis bersifat jangka panjang, antara tiga hingga lima tahun atau bahkan lebih. Contoh perencanaan yang bersifat strategis antara lain penetapan visi perusahaan yang merupakan tujuan perusahaan jangka panjang sekaligus menggambarkan jati diri perusahaan tersebut. Selanjutnya adalah misi yang merupakan strategi yang akan digunakan untuk mencapai visi tersebut.

2. Perencanaan Taktis

Merupakan perencanaan yang biasanya dilakukan oleh *middle management*. Perencanaan taktis berisi perencanaan yang lebih kecil dibandingkan dengan perencanaan strategis, biasanya berkisar antara satu atau dua tahun. Namun demikian perencanaan taktis harus tetap mengacu dan konsisten dengan rencana strategis jangka panjang perusahaan. Perencanaan taktis biasanya dilakukan dengan mempertimbangkan kondisi ekonomi yang ada, permintaan pasar atas produk yang dipasarkan, tingkat persaingan dengan perusahaan pesaing, perubahan teknologi yang terjadi dan sebagainya. Sebagai contoh, jika *top management* telah menetapkan kenaikan penjualan sebesar 20%, maka pada tahap *middle management* akan membuat perencanaan taktis dengan memasuki pasar baru yang belum dijangkau

pesaing, diversifikasi produk, serta penetrasi pasar yang telah ada selama ini. Dengan demikian maka diharapkan, target kenaikan penjualan sebesar 20% akan dapat tercapai.

3. Perencanaan Operasional

Merupakan perencanaan yang biasanya disusun oleh *lower management* atau setingkat *supervisor*. Pada perencanaan operasional, para *supervisor* akan menyusun berbagai metode yang akan digunakan sesegera mungkin guna mencapai perencanaan yang telah ditetapkan pada tahap perencanaan taktis dengan tetap mengacu pada perencanaan strategis jangka panjang yang telah ditetapkan sebelumnya. Sebagai contoh, pada saat *middle management* telah menetapkan rencana taktis berupa diversifikasi produk, maka para *lower management* harus segera menyusun dan menciptakan berbagai jenis produk yang kemungkinan dapat diproduksi dan kembangkan serta ditawarkan ke pasar sesegera mungkin. Dengan demikian maka target yang telah ditetapkan oleh *top management* akan dapat tercapai sesuai waktu yang telah ditargetkan.

4. Perencanaan Darurat

Selain ketiga perencanaan di atas, biasanya perusahaan juga akan menggunakan perencanaan darurat. Perencanaan ini merupakan perencanaan alternatif yang dikembangkan untuk menghadapi berbagai kondisi bisnis yang mungkin terjadi. Hal ini berarti bahwa perencanaan bisnis dilakukan manakala kondisi bisnis mengalami perubahan atau diluar prediksi yang telah diperkirakan sebelumnya. Sebagai contoh, setelah produk baru berhasil diciptakan dan ditawarkan ke pasar, ternyata minat pasar sangat besar sehingga dengan sangat terpaksa perusahaan harus membeli mesin baru untuk memenuhi permintaan pasar yang cukup besar tersebut. Sementara pada awalnya baik *top management*, *middle management* maupun *lower management* tidak merencanakan pembelian alat tersebut.

Pengorganisasian (*Organizing*)

Merupakan fungsi pengaturan pada karyawan yang ada serta sumber daya lainnya dengan cara yang konsisten dengan sasaran yang telah ditetapkan. Pengorganisasian juga merupakan proses pemberian perintah secara terkoordinir kepada setiap individu maupun kelompok untuk merapakan rencana yang telah disusun. Dengan pengorganisasi ini maka akan menjadi lebih jelas siapa bertugas apa dan bertanggung jawab terhadap siapa, sehingga tidak ada pekerjaan yang tumpang tindih antara satu dan lainnya.

Pengorganisasi meliputi 3 kegiatan utama, yaitu: (1) membagi komponen-komponen kegiatan yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan dan sasaran yang telah ditetapkan ke dalam kelompok-kelompok tertentu, (2) membagi tugas dan tanggung jawab kepada orang-orang yang terlibat untuk mencapai tujuan tersebut baik manajer maupun bawahannya, serta (3) menetapkan wewenang yang boleh dilakukan untuk masing-masing kelompok maupun perseorangan.

Penggerakan (*Actuating*)

Fungsi penggerakan merupakan fungsi seorang wirausahawan atau manajer untuk mampu memotivasi dan membimbing para anggota organisasinya dalam hal ini karyawan di bawahnya sehingga mereka mau bekerja keras dan giat guna mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan. Melalui penggerakan tersebut seorang wirausahawan atau manajer juga harus mampu mendorong anggotanya agar berusaha semaksimal mungkin mencapai sasaran dan target organisasi. Demikian halnya saat gairah para anggota organisasi menurun, wirausahawan atau manajer harus mampu membangkitkan kembali gairah tersebut.

Guna melakukan hal tersebut, maka seorang wirausahawan atau manajer harus memiliki jiwa kepemimpinan yang kuat. Ia harus mampu menjadi contoh sekaligus penyemangat bagi para anggotanya. Disisi lain seorang wirausahawan atau manajer juga harus mampu mempengaruhi para anggotanya untuk secara bersama-sama bekerja mencapai sasaran organisasi tersebut. Dengan demikian maka semangat para anggota organisasi dalam bekerja akan selalu terjaga dengan baik. Mengingat fungsi penggerakan (*actuating*) ini memerlukan jiwa kepemimpinan yang memadai, maka sebagian orang mengatakan bahwa fungsi ketiga manajemen adalah kepemimpinan (*leading*) bukan penggerakan (*actuating*). Namun demikian sebenarnya keduanya memiliki maksud yang sama.

Pengendalian (*Controlling*)

Fungsi keempat manajemen adalah pengendalian. Pengendalian disini memiliki maksud memonitor dan mengevaluasi setiap kegiatan yang berlangsung untuk selanjutnya membandingkan dengan rencana yang telah ditetapkan, apakah sudah sesuai atau belum. Jika telah sesuai dengan sasaran yang hendak dicapai, maka seorang wirausahawan atau manajer harus mampu membuat perencanaan lanjutan sebagai tindak lanjut atas kegiatan yang telah selesai dilakukan. Namun jika belum sesuai, maka seorang wirausahawan atau manajer harus dapat memngevaluasi penyebab ketidaksesuaian tersebut. Dengan demikian maka ia dapat membuat perencanaan ulang untuk menjalankan kegiatan yang masih belum sesuai.

Fungsi pengendalian manajemen memiliki banyak kegiatan. Namun secara garis besar dapat dikelompokkan menjadi empat kegiatan, yaitu: (1) menentukan standar prestasi yang harus dicapai oleh masing-masing anggota organisasi, (2) mengukur prestasi yang dapat dicapai oleh masing-masing anggota organisasi selama ini, (3) membandingkan hasil kerja masing-masing anggota organisasi dengan standar prestasi yang telah ditetapkan sebelumnya, apakah sudah sesuai atau belum, serta (4) membuat perencanaan ulang untuk melakukan perbaikan jika terdapat penyimpangan antara hasil yang telahj dicapai dengan standar prestasi yang telah ditetapkan sebelumnya.

INTEGRASI BIDANG DAN FUNGSI MANAJEMEN

Guna mempermudah pencapaian tujuan atau visi yang telah ditetapkan oleh *top management*, sebenarnya antara keempat bidang manajemen yaitu pemasaran, keuangan, sumber daya manusia serta operasional, dapat diintegrasikan dengan keempat fungsi manajemen yaitu perencanaan, pengorganisasi, penggerakan serta pengendalian. Dengan pengintegrasian tersebut maka seorang wirausahawan atau manajer akan lebih mudah untuk memahami berbagai hal yang harus ia lakukan guna mencapai visi yang telah ditetapkan. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar di bawah ini.



Integrasi Bidang dan Fungsi Manajemen

Gambar di atas memperlihatkan bahwa untuk menggapai visi yang telah ditetapkan sebelumnya, maka seorang wirausahawan atau manager harus mampu mengintegrasikan antara keempat fungsi manajemen yang dimilikinya dengan keempat bidang manajemen yang ada. Dengan menintegrasikan keduanya maka seorang wirausahawan atau manajer akan lebih mudah untuk memahami berbagai hal yang harus dilakukannya sehingga pencapaian visinya juga akan lebih mudah.

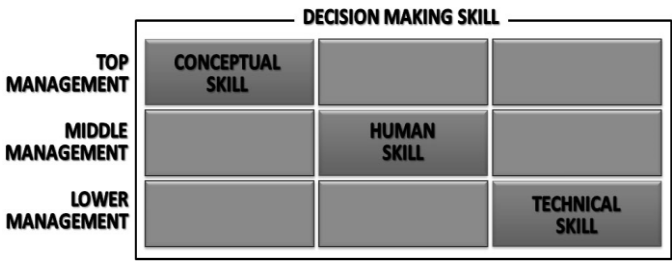
Guna memahami dengan baik gambar dan maksud di atas, kita dapat kembali mengingat kisah bagaimana Hendy Setiono mengembangkan usaha

Kebab Turki Baba Rafi-nya yang telah dikemukakan di atas. Kemampuan Hendy Setiono dalam mengintegrasikan antara fungsi manajemen dan bidang manajemen dalam usaha atau bisnis kebabnya membuat usaha atau bisnisnya tersebut dapat berkembang dengan pesat dalam waktu yang relatif singkat. Hendy paham betul bagaimana cara untuk bisa mewujudkan impiannya. Ia mampu mendesain sebuah konsep yang matang mulai dari perencanaan, pengorganisasian, penggerakan hingga evaluasi atas semua bidang yang ada baik pemasaran, operasional, sumber daya manusia maupun keuangan, walaupun pada tahap awalnya tidak semudah yang kita semua bayangkan.

Namun demikian berdasarkan pengetahuannya tentang manajemen moderen, maka ia pun menerapkan berbagai prinsi manajemen moderen dalam usaha Kebab Turki Baba Rafi-nya sehingga usaha gerobaknya dapat berkembang menjadi sebuah bisnis waralaba (*franchise*) yang sangat terkenal bukan saja di dalam negeri namun juga saat ini sudah berkembang hingga manca negara. Semua ini sekli lagi, karena Hendy Setiono mampu menerapkan manajemen moderen dalam usahanya.

KEAHLIAN MANAJERIAL

Guna menjalankan tugasnya dengan baik, maka sebaiknya seorang wirausahawan dapat memahami dan memiliki ketrampilan yang memadai dalam hal manajerial. Ada empat keahlian yang seharusnya dimiliki oleh seorang manajer, yaitu: (1) keahlian konseptual, (2) keahlian kemanusiaan, (3) keahlian teknikal, serta (4) keahlian pengambilan keputusan.



Ketrampilan Manajer

Keahlian Konseptual (*Conceptual Skill*)

Seorang wirausahawan hendaknya memiliki kemampuan untuk memahami dengan baik hubungan antara berbagai tugas dalam menjalankan usahanya sehingga antara bagian yang satu dengan yang lainnya bisa saling melengkapi. Dengan kemampuan konseptual maka seseorang wirausahawan akan memiliki kemampuan untuk melihat

permasalahan secara luas, dan kemudian merincinya menjadi permasalahan yang lebih spesifik. Dengan demikian maka seorang wirausahawan akan mampu melihat keterkaitan antara bagian yang satu dengan bagian lainnya dan pada akhirnya ia akan mampu membuat konsep dasar pemecahan masalah tersebut.

Kemampuan konseptual ini terutama harus dimiliki oleh para wirausahawan yang pada dasarnya akan selalu menduduki manajemen puncak. Hal ini dikarenakan manajemen puncak merupakan orang yang harus mendesain sedemikian rupa kemana arah usaha yang mereka pimpin nantinya. Dengan kemampuan konseptual yang dimiliki maka para wirausahawan yang duduk pada posisi manajemen puncak tersebut akan dengan mudah menetapkan visi, misi serta sasaran yang hendak dicapai oleh perusahaan dalam waktu jangka panjang.

Keahlian Kemanusiaan (*Human Skill*)

Merupakan kemampuan yang dimiliki seseorang untuk bisa bekerja sama dengan orang lain. Kemampuan kemanusiaan ini lahir dalam bentuk rasa percaya diri, antusiasme serta optimisme yang tinggi dalam menjalankan tugas yang dipercayakan kepadanya. Dengan kemampuan kemanusiaan tersebut pada akhirnya seorang wirausahawan atau manajer akan mampu bersikap mawas diri serta memahami perasaan orang lain dengan baik.

Mengingat kemampuan kemanusiaan merupakan kemampuan untuk berkomunikasi dengan orang lain, maka kemampuan kemanusiaan juga biasa dinamakan kemampuan komunikasi. Dengan kemampuan tersebut maka seorang wirausahawan atau manajer juga akan mampu berkomunikasi secara baik dengan para karyawan yang menjadi bagian dari organisasi yang dipimpinnya maupun dengan pihak luar seperti pelanggan, pemerintah, dan sebagainya.

Kemampuan kemanusiaan atau kemampuan komunikasi ini seharusnya banyak dimiliki oleh para wirausahawan atau manajer yang menduduki posisi manajemen menengah, dimana para wirausahawan atau manajer tersebut akan langsung berhubungan dengan karyawan yang ada di bawahnya. Disisi lain manajemen menengah juga akan menjadi jembatan antara manajemen puncak dan manajemen paling bawah (*supervisor*) sehingga dibutuhkan kemampuan berkomunikasi yang baik.

Keahlian Teknikal (*Technical Skill*)

Kemampuan teknik ini merupakan kemampuan untuk menggunakan keahlian khusus dalam melakukan tugas yang menjadi tanggung jawab seseorang. Kemampuan teknikal tersebut dibutuhkan untuk menunjang

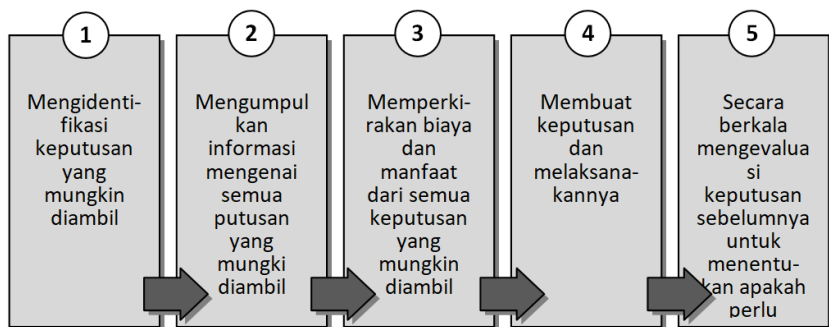
kelancaran seseorang dalam menjalankan tugasnya. Sebagai contoh, seorang yang duduk pada posisi akunting tentunya harus memiliki kemampuan teknis dalam bidang akuntansi. Seseorang yang duduk sebagai perencana bangunan tentunya harus memiliki kemampuan teknis sebagai insinyur bangunan, dan sebagainya.

Hal ini menjadi sangat penting mengingat semakin bawah level seseorang, maka ia akan semakin dekat dengan kegiatan yang bersifat teknis. Tanpa adanya kemampuan teknis yang memadai maka niscaya orang tersebut tidak akan memiliki kemampuan dalam mengerjakan tugasnya. Oleh sebab itu, kemampuan teknis ini sudah seharusnya dimiliki oleh orang-orang yang duduk dalam posisinya sebagai manajemen paling bawah.

Keahlian Pengambilan Keputusan (*Decision Making Skill*)

Selain ketiga keahlian di atas, masih ada keahlian yang harus dimiliki oleh semua lapisan manajemen baik puncak, menengah maupun bawah. Keahlian tersebut adalah keahlian pengambilan keputusan. Dengan menggunakan berbagai informasi yang ada maka seorang harus mampu mengambil keputusan dengan baik sehingga tidak akan berdampak buruk terhadap organisasi yang dipimpinnya.

Dalam mengambil keputusan, seorang manajer perlu memperhatikan beberapa tahapan secara spesifik. Tahapan tersebut antara lain meliputi: (1) mengidentifikasi keputusan yang mungkin diambil, (2) mengumpulkan informasi mengenai semua putusan yang mungkin diambil, (3) Memperkirakan biaya dan manfaat dari semua keputusan yang mungkin diambil, (4) Membuat keputusan dan melaksanakannya, serta (5) secara berkala mengevaluasi keputusan sebelumnya untuk menentukan apakah perlu dirubah atau tidak.

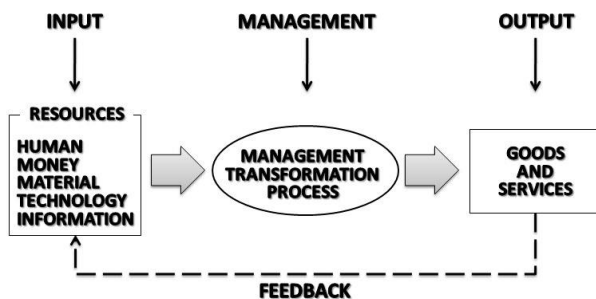


Tahapan Pengambilan Keputusan

Dengan memperhatikan kelima langkah pengambilan keputusan tersebut maka diharapkan setiap manajer dapat mengambil keputusan dengan tepat. Hal ini tentunya guna menghindari terjadinya kesalahan dalam pengambilan keputusan yang justru akan merugikan manajer itu sendiri maupun anggota organisasi secara keseluruhan.

PENDEKATAN SISTEM MANAJEMEN

Setelah seorang manajer atau wirausahawan memahami dengan baik apa yang seharusnya ia lakukan dalam mengelola berbagai sumber daya yang ada, maka langkah selanjutnya untuk menyempurnakan kemampuan seorang manajer atau wirausahawan dalam menjalankan bisnis, maka ia harus memahami sebuah sistem dalam manajemen. Sistem merupakan kumpulan bagian-bagian yang saling berhubungan antara satu dengan yang lainnya guna secara bersama-sama mencapai suatu tujuan yang sama.



Manajemen Sebagai Suatu Sistem

Dalam pelaksanaannya, manajemen merupakan sistem yang terbuka karena selalu berhubungan dengan lingkungan yang ada di sekitarnya guna mengubah *input* yang berasal dari berbagai sumber daya yang ada menjadi sebuah *output* yang biasanya berupa barang maupun jasa. Hal tersebut seperti tergambar di atas dimana manajemen sebagai sebuah sistem terdiri dari lingkungan *input*, manajemen itu sendiri serta lingkungan *output*.

Lingkungan input merupakan aspek yang sangat penting dalam sistem manajemen yang bersifat terbuka. Hal ini karena lingkungan input merupakan tempat berasalnya berbagai sumber daya. Selain itu lingkungan input juga merupakan tempat umpan balik dari para pelanggan, yang tentunya akan sangat berdampak terhadap output perusahaan atau organisasi.

Lingkungan input yang masuk akan diolah menggunakan berbagai manajemen yang sesuai yang pada akhirnya akan menghasilkan output. Output tersebut dapat berupa barang maupun jasa yang dapat dipasarkan

kepada para pelanggan. Selanjutnya pelanggan akan memberikan umpan balik terhadap perusahaan atas produk dan jasa yang telah mereka gunakan. Dengan umpan balik tersebut, manajemen perusahaan akan mendapatkan masukan tentang apa yang sebenarnya diinginkan oleh pelanggan.

METODE RISET BISNIS

Setelah memahami dengan baik sistem manajemen moderen, maka seorang wirausahawan selanjutnya juga harus memahami metode riset bisnis. Ini menjadi sangat penting karena dalam dunia moderen saat ini, perkembangan duni wirausaha sangatlah cepat dan terkadang sangat sulit unruk diprediksi. Oleh sebab itu seorang wirausahawan tentu tidak dapat mengandalkan sebatas intuisinya semata. Bahkan sangat dimungkinkan bahwa segala keputusan yang diambil harus berdasarkan hasil penelitian ilmiah melalui riset bisnis agar keputusan tersebut tepat dan sesuai dengan keinginan Pelanggan. Dengan demikian segala keputusan yang diambil tersebut akan berdampak pada perkembangan usahanya secara signifikan karena semua keputusan yang diambil sudah tepat.

Metode riset bisnis adalah sebuah metode yang sistematis yang berguna untuk meneliti berbagai aspek yang terkait dengan bisnis. Metode ini sebagian besar menggunakan ide penyelesaian yang sama dengan metode riset ilmiah lainnya. Dalam metode tersebut, penjelasan dan langkah-langkah penyelesaian masalah harus logis dan sistematis. Logis artinya kesimpulan yang ada harus didasarkan pada fakta-fakta yang ada di lapangan, bukan inspirasi belaka. Sistematis artinya cara kerja penelitian tersebut terstruktur sesuai dengan metode riset ilmiah lainnya.

Selain itu, riset tersebut harus bisa dibuktikan dan dilakukan ulang oleh orang lain. Pola penarikan kesimpulan dalam riset bisnis dapat dibagi menjadi dua jenis, yakni deduktif dan induktif. Metode penarikan kesimpulan deduktif dapat dilakukan dengan menarik kesimpulan spesifik dari fakta-fakta umum. Sementara itu, kebalikan dari metode deduktif, metode induktif menarik kesimpulan dari fakta-fakta yang bersifat khusus. Misalnya, Anda ingin mengetahui mengapa produktivitas pekerja Anda menurun. Anda mencari fakta-fakta yang bersifat umum, seperti angka output yang dihasilkan oleh pekerja Anda per harinya. Dari situ kemudian dicari mengapa sampai terjadi penurunan tersebut.

Menurut jenis datanya, riset bisnis dapat dibagi menjadi dua, yaitu riset kualitatif dan riset kuantitatif. Kedua jenis riset tersebut dapat dilakukan tergantung jenis dan tujuan dari riset yang akan dilakukan. Oleh karena itu, perencanaan riset sangat penting untuk dilakukan. Periset akan merencanakan terlebih dahulu mengenai tujuan dan maksud dari

penelitiannya. Tujuan dan maksud penelitian tersebut kemudian diturunkan ke dalam metode riset yang akan dilakukan. Pada penelusuran metode riset ini, jenis dan kebutuhan data didefinisikan. Berapa jumlah data, siapa saja sampel yang dibutuhkan dalam penelitian, dan jenis data yang akan digunakan harus didefinisikan pada fase ini.

- 1. Penelitian Kuantitatif, adalah penelitian yang menggunakan data kuantitatif yaitu data yang bersifat terstruktur atau berpola sehingga ragam data yang diperoleh dari sumbernya (responden) cenderung memiliki pola yang lebih mudah dibaca oleh peneliti yang biasanya berbentuk angka atau data kuantitatif yang diangkakan (*scoring*), misal Skala Likert.
- 2. Penelitian Kualitatif, adalah penelitian yang menggunakan data kualitatif yaitu data yang bersifat tidak terstruktur dalam arti variasi data yang diberikan oleh sumbernya (orang, partisipan, atau responden) sangat beragam dan biasanya berbentuk kata, kalimat, skema dan gambar.

Arikunto (2006) mengatakan bahwa antara penelitian kuantitatif dan kualitatif terdapat perbedaan yang sifatnya mendasar, meskipun dalam beberapa hal juga memiliki persamaan. Perbedaan tersebut dapat dilihat di bawah ini

NO	PENELITIAN KUANTITATIF	PENELITIAN KUALITATIF
1	Kejelasan unsur: tujuan, pendekatan, subjek, sumber data sudah mantap, dan rinci sejak awal	Kejelasan unsur: subjek sampel, sumber data tidak mantap dan rinci, masih fleksibel, timbul dan berkembangnya sambil jalan (<i>emergent</i>)
2	Langkah penelitian: segala sesuatu direncanakan sampai matang ketika persiapan disusun	Langkah penelitian: baru diketahui dengan mantap dan jelas setelah penelitian selesai
3	Dapat menggunakan sampel, dan hasil penelitiannya diberlakukan untuk populasi	Tidak dapat menggunakan pendekatan populasi dan sampel, dengan kata lain dalam penelitian kualitatif tidak dikenal istilah sampel dan populasi. Istilah yang digunakan adalah <i>setting</i> . Hasil penelitian hanya berlaku bagi <i>setting</i> yang bersangkutan
4	Hipotesis (jika memang perlu): a. Mengajukan hipotesis yang akan diuji dalam penelitian b. Hipotesis menentukan hasil yang diramalkan	Hipotesis: a. Tidak mengemukakan hipotesis sebelumnya, tetapi dapat lahir selama penelitian berlangsung (tentatif) b. Hasil penelitian terbuka

5	Desain: dalam desain jelas langkah-langkah penelitian dan hasil yang diharapkan	Desain: desain penelitiannya adalah fleksibel dengan langkah dan hasil yang tidak dapat dipastikan sebelumnya
6	Pengumpulan data: kegiatan dalam pengumpulan data memungkinkan untuk diwakilkan	Pengumpulan data: kegiatan pengumpulan data selalu harus dilakukan sendiri oleh peneliti
7	Analisis data: dilakukan sesudah semua data terkumpul	Analisis data: dilakukan bersamaan dengan pengumpulan data

Mengingat pentingnya metode riset bisnis ini sekali lagi sebaiknya sebagai seorang wirausahawan, Anda dapat memahami dengan baik. Memang riset bisnis ini tidak harus dilakukan oleh Anda seorang diri sebagai wirausahawan, namun Anda dapat mendelegasikannya kepada orang lain yang memiliki kemampuan untuk melakukan riset, walau sebagai seorang wirausahawan Anda harus mampu memahaminya sehingga Anda bisa mengambil berbagai keputusan strategis dalam menjalankan usaha atau bisnisnya dengan tepat, yang sekali lagi, semuanya itu tentu akan berujung pada perkembangan usaha atau bisnis Anda dengan signifikan.

ARTI PENTING MANAJEMEN MODEREN DALAM BISNIS

Banyak bisnis besar di Indonesia yang sebenarnya berawal dari usaha kecil-kecil dulunya. Namun karena usaha tersebut dikelola secara profesional dengan menggunakan prinsip-prinsip manajemen moderen, maka pada akhirnya usaha tersebut dapat berkembang dengan sangat pesat dan tumbuk menjadi bisnis yang sangat besar. Mengapa ini bisa terjadi? Karena sebuah usaha akan berkembang menjadi sebuah bisnis yang besar tentunya membutuhkan sistem pengelolaan yang moderen mengacu pada efektif dan efisien. Efektif berarti bahwa tujuan yang kita inginkan dalam membangun bisnis tersebut dapat tercapai dan benar-benar sesuai dengan perencanaan yang matang, sedangkan efisien berarti bahwa segala tugas yang ada harus dilaksanakan secara benar, terorganisir, dan harus sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan. Hal ini hanya bisa terjadi manakala seseorang wirausahawan, Anda mampu memahami dan melaksanakan dengan baik tentang manajemen moderen tersebut.

Cerita Singkat Berdirinya Taksi Blue Bird

Mutiara Siti Fatimah Djokosoetono dilahirkan di Malang pada 17 Oktober 1921. Berasal dari keluarga berada, namun pada usia 5 tahun keluarganya

bangkrut. Kehidupan berubah drastis. Dari seorang gadis cilik yang dikelilingi fasilitas hidup naik kemudian menjadi miskin. ia kemudian meniti bangku sekolah dalam kesederhanaan luar biasa. Banyak hal yang mencirikan kesederhanaan hidup Bu Djoko semasa kecil. Makanan yang tak pernah cukup, pakaian seadanya, tak pernah ada uang jajan. Hidup betul-betul bertumpu pada kekuatan untuk tabah. Menginjak remaja ketegaran semakin terasah. Ia bertekad memperkaya diri dengan ilmu dan kepintaran.

Di saat yang sulit itu ia berusaha merengkuh bahagia diantaranya banyak membaca kisah-kisah inspiratif yang diperoleh dengan meminjam. Salah satu kisah legendaris yang selalu menghiburnya adalah "Kisah Burung Biru" atau "The Bird Happiness". Kisah tersebut dilahap berkali-kali dan selalu membakar semangatnya, penabur inspirasi dan pemacu cita-citanya. Bu Djoko remaja menyelesaikan pendidikan HBS di tahun 30-an dan kemudian lulus Sekolah Guru Belanda atau Europese Kweekschool. Dengan tekad yang kuat ia meninggalkan kampung halaman untuk merantau ke Jakarta. Dan berhasil masuk Fakultas Hukum Universitas Indonesia dengan menumpang di rumah pamannya di Menteng. Kemudian jalan hidup membawa berkenalan dengan Djokosoetono, dosen yang mengajarnya, yang juga pendiri serta Gubernur Perguruan Tinggi Ilmu Kepolisian. Laki-laki itulah yang menikahnya selagi Bu Dkoko masih kuliah. Hingga dikaruniai 3 anak yaitu Chandra Suharto, Mintarsih Lestiani, dan Purnomo Prawiro.

Sepanjang dasawarsa 50-an, Bu Djoko bersama keluarga melewati kehidupan yang sangat sederhana. Setelah lulus dari FHUI tahun 1952 dan langsung bekerja sebagai dosen di FHUI dan PTIK. Mereka kemudian menempati rumah dinas atas pekerjaan suaminya di jalan HOS Cokroaminoto Nomor 107, Menteng. Mereka dikepung oleh lingkungan yang mewah dan orang-orang dengan kemapanan materi di atas rata-rata. Sementara keluarga Djokosoetono praktis hanya memiliki uang kebutuhan berjalan. Untuk menambah penghasilan keluarga, Bu Djoko berjualan batik door to door. Tak ada gengsi, tak ada malu, tak ada rasa takut direndahkan oleh sesama isteri pejabat tinggi. Semuanya dilakukan murni sebagai kepedulian isteri untuk membantu suami mencari nafkah.



Namun penjualan batik yang sempat sukses kemudian menurun. Hingga Bu Djoko beralih kemudi berusaha telur di depan rumahnya. Realita berjualan telur menjadi pilihan bisnis yang brilian masa itu. Saat itu telur

belum sepopuler sekarang. Masih dianggap bahan makanan eksklusif yang hanya dikonsumsi orang-orang menengah ke atas. Dengan lincah Bu Djoko mencari pemasok telur terbaik di Kebumen. Perlahan-lahan usaha telur Bu Djoko dan keluarga terus meningkat. Kegembiraan akan keberhasilan usaha menjadi berkabut lantaran kesedihan memikirkan sakit Pak Djoko meski pemerintah memberikan bantuan penuh untuk biaya perawatan Pak Djoko. Meski demikian, penyakit Pak Djoko tak kunjung sembuh, sampai akhirnya pada tanggal 6 September 1965 beliau wafat.

Tak berapa lama setelah kepergian Pak Djoko, PTIK dan PTHM memberi kabar yang cukup menghibur keluarga. Mereka mendapatkan dua buah mobil bekas, sedan Opel dan Mercedes. Disinilah embrio lahirnya Taksi Blue Bird.

Taksi Chandra

Pada suatu malam, Bu Djoko mulai merancang gagasan bagi operasional taksi yang dimulai dengan dua buah sedan pemberian yang dimiliki. Ia mengkhayalkan taksinya menjadi angkutan yang dicintai penumpangnya. Apa sih bisnis taksi itu? Tentu ia mendambakan keamanan dan kepastian. Apa jantung dari usaha itu? Pelayanan, tidak lebih. Lalu bagaimana agar bisnis itu tidak hanya sukses melayani penumpang tapi juga sukses mendulang keuntungan? Buat manajemen yang rapi. Dalam wacana yang sangat sederhana, Bu Djoko menyusun konsep untuk menjalankan usaha taksinya. Setelah memikirkan mobil dan cara mengelola, ia memikirkan pengemudi. Bagaimana menciptakan aturan main kerja sehingga pengemudi merasakan cinta saat bertugas? Bu Djoko dengan cepat menjawab pertanyaannya sendiri. Ia memperlakukan mereka seperti anak-anaknya sendiri. Pengemudi itu akan dididik dengan baik, dibina, dirangkul untuk sama-sama berkembang. Setelah puas menuangkan tentang hal-hal yang ia kerjakan, Bu Djoko tertidur dengan perasaan bahagia.

Inilah fase yang penting dalam sejarah kelahiran Blue Bird. Yakni ketika Bu Djoko menatap memulai bisnis taksi dalam rancangan idealisme yang ia buat. Walau bermodal dua mobil saja, tapi visinya sudah jauh ke depan. Dibantu ketiga anak dan menantu maka dimulailah usaha taksi gelap Bu Djoko. Uniknyanya usaha taksi tersebut menggunakan penentuan tarif sistem meter yang kala itu belum ada di Jakarta. Untuk order taksi, ia menggunakan nomor telepon rumahnya. Karena Chandra ditugaskan menerima telepon dari pelanggan maka orang-orang menamakan taksi itu sebagai Taksi Chandra.

Taksi Chandra yang hanya dua sedan itu kemudian melesat populer di lingkungan Menteng karena pelayanan yang luar biasa. Order muncul tanpa henti. Dari hasil keuntungan saat itu, Bu Djoko bisa membeli mobil lagi. Kombinasi antara Bu Djoko yang berdisiplin tinggi dan penuh passion

dalam menjalankan usahanya berpadu harmonis dengan pembawaan Chandra yang cermat dan tenang. Semua problem dalam menjalani usaha taksi dibawa dalam rapat keluarga untuk dicari solusinya.

Permintaan akan Taksi Chandra terus mengalir. Usaha yang semula ditujukan untuk menjaga kestabilan ekonomi keluarga, kemudian berkembang menjadi bisnis yang amat serius. Beberapa mobil yang telah dimiliki dirasa kurang mencukupi. Titik layanan kian melebar, tak hanya di daerah Menteng, tebet, Kabayoran Baru dan wilayah-wilayah di Jakarta Pusat, tapi juga sampai ke Jakarta Timur, Barat dan Utara.

Di era akhir dasawarsa 60-an secara alamiah memasuki babak baru yang sangat penting. Sebuah fase dimana kehidupan berbisnis tidak lagi sekedar "aktivitas keluarga" untuk menambah rezeki. Pada tahun-tahun menjelang 1970 relaita membuktikan bahwa mereka mampu memebarkan armada dan mendulang keuntungan yang signifikan. Mereka bisa menambah jumlah mobil sendiri lebih dari 60 buah.

Melahirkan Blue Bird



Memasuki dasawarsa 70-an, sebuah kabar gembira berkumandang. Ali Sadikin, Gubernur DKI Jakarta saat itu mengumumkan Jakarta akan memberlakukan izin resmi bagi operasional taksi. Didasari kenyataan bahwa masyarakat Jakarta sangat membutuhkan

taksi. Peluang ini direspons dengan insting luar biasa dari Bu Djoko. Maka memasuki tahun 1971, dengan spirit penuh ia segera berangkat ke DLLAJR untuk mendapat-kan surat izin operasional. Namun anti klimaks dari harapan, Bu Djoko selalu ditolak karena alasan bisnis dia masih kecil.

Memang saat itu yang mendapat izin adalah perusahaan-perusahaan yang pernah menjalankan bisnis angkutan besar. Namun Bu Djoko sosok yang tak kenal putus asa. Tak terhitung jumlahnya berapa kali dia selalu mengalami penolakan. Hingga terbersit ide brilian untuk mengumpulkan isteri janda pahlawan yang telah menitipkan mobil mereka untuk dikelola sebagai taksi. Diajaknya para janda pahlawan untuk bersama-sama menyerukan petisi kemampuan perempuan dalam memimpin usaha. Mereka mendatangi kantor gubernur dan menghadap langsung Ali Sadikin. Menghadapi orasi Bu Djoko, Ali Sadikin tersentuh dan menetapkan agar Bu Djoko diberikan izin usaha untuk mengoperasikan taksi. Sungguh sebuah

pencapaian menggembirakan dari kesabaran bolak-balik melobi DLLAJR, walau akhirnya harus melalui pertemuan dengan Gubernur.

Bu Djoko tidak berminat bergabung. Ia lebih berpikir untuk mencari jalan bagi kemandirian bisnisnya. Tak ada jalan lain untuk menghubungi Bank. Yang terjadi kemudiana dalah sentuhan invincible hand yang bekerja dalam memudahkan Bu Djoko mendapat pinjaman Bank. Mantan murid suaminya dengan cepat membantu memuluskan proses di Bank dan pinjaman pun mengalir. Bagi Bu Djoko suatu yang sangat luar biasa. Di atas kertas sulit mendapatkan dana untuk membeli 100 mobil. Tapi saat itu dia bisa!

Di tahun itu pula Bu Djoko dan anak-anaknya bersiap mencari nama dan logo taksi. Taksi Chandra tetap dijalankan sebagai taksi per jam atau hourly. Sementara taksi baru di bawah PT Sewindu Taxi segera disiapkan namanya. Ide lagi-lagi datang dari Bu Djoko, hingga diberilah nama taksi Blue Bird. Dengan logo sederhana berupa siluet burung berwarna biru tua yang sedang melesat, hasil karya pematung Hartono. Logo itu seperti pencapaian yang membuktikan bahwa ia mampu menghidupkan cita-cita yang diteladankan kisah The Bird of Happiness.

Blue Bird Era 70'an

Pada tanggal 1 Mei 1972, jalan-jalan di Jakarta mulai diwarnai taksi-taksi berwarna biru dengan logo burung yang tengah melesat. Taksi itu mencerminkan semangat jerih dan idealisme yang dikobarkan Bu Djoko. Bersama tim di PT. Sewindu Taxi, Purnomo pun mantap menjalankan tugas operasional perusahaan. Bisa dikatakan tahun 70-an merupakan masa penggodokan idealisme Blue Bird. Dalam kesederhanaan Bu Djoko memimpin perjalanan besar membawa Blue Bird siap mengarungi zaman. Dia menanamkan kepada awak angkutan bagaimana menumbuhkan sense of belonging yang tinggi terhadap Blue Bird dengan menjadi "serdadu-serdadu" tangguh dan penuh pengorbanan. Mereka menikmati masa-masa sangat bersahaja dimana teknologi sama sekali belum menyentuh Blue Bird.

Di paruh kedua dasawarsa 70-an, kekuatan armada Blue Bird telah bertambah menjadi sekitar 200 lebih taksi. Pengelolaan yang sangat rapi dan manajemen keluarga yang sehat memungkinkan PT. Sewindu Taxi yang menaungi Blue Bird menambah armadanya. Mobil-mobil tersebut ditempatkan di dua pool yang ada, di jalan Garuda, Kemayoran dan di jalan Mampang Prapatan. Purnomo dipercaya untuk memimpin Blue Bird sebagai direktur operasional, setelah sang kakak Chandra fokus di PTIK.

Setelah melewati tahun-tahun yang berat dalam menegakkan idealisme di era 70-an, dasawarsa selanjutnya mulai disinari optimisme yang lebih kuat. Nilai-nilai dan prinsip Blue Bird yang ditancapkan Bu Djoko telah berakar dan menghasilkan batang serta dahan yang sehat.

Blue Bird Era 80'an

Memasuki dasawarsa 80-an, Purnomo, Mintarsih dan Bu Djoko semakin memperkuat kekompakan. Chandra kadang-kadang ikut dalam diskusi selepas kesibukannya di PTIK. Sisa masalah dari tahun-tahun sebelumnya masih menjadi momok dan beberapa masalah krusial. Tapi Purnomo yang sudah dimatangkan oleh pengalaman era 70-an sudah jauh lebih percaya diri untuk menghadapi kesulitan di lapangan.

Purnomo melewati tahun-tahun awal di dasawarsa 80-an dengan kerja uang luar biasa keras. Setelah 8 tahun bisa bertahan, wajah bisnis ini terlihat sangat jelas. Blue Bird bisa mengukur diri apakah mampu melanjutkan perjalanan atau tidak. Bu Djoko dan ketiga anaknya bertekad maju terus.

Pada tahun 1985, 13 tahun setelah Blue Bird lahir, armada bertambah gemuk, hampir mencapai 2.000 taksi. Keyakinan Bu Djoko bahwa masyarakat perlahan tapi pasti akan mantap memilih Blue Bird dengan kualitas layanan prima dan sistem agrometer yang terpercaya akan terbentuk. Dan benar! Saat itulah muncul banyak taksi-taksi tanpa meteran. Ketika masyarakat memilih taksi meteran yang layak, pilihan jatuh pada Blue Bird yang telah mantap menjalankan sistem agrometer selama belasan tahun.

Memasuki paruh kedua dasawarsa 80-an bisa dibilang Blue Bird terus memantapkan diri. Apresiasi masyarakat terbentuk, citra Blue Bird sebagai taksi ternyaman, teraman, dengan pengemudi yang santun telah dikenal luas dan menjadi suatu keyakinan yang mengakar. Inilah masa dimana operator Blue Bird sibuk melayani permintaan konsumen yang membeludak. Jumlah taksi terus bertambah mendekati 3.000 unit. Order terus meningkat. Blue Bird tak pelak menjadi pilihan para pemilik gedung-gedung sebagai taksi resmi di tempat mereka. Blue Bird berkibar di banyak titik penting di Jakarta.

Blue Bird Era 90-An

Kemajuan demi kemajuan tak terbendung lagi di tubuh Blue Bird. Manajemen yang rapi, idelisme yang dijaga ketat, pengaturan finansial yang sangat matang dan strategi ekspansi yang arif, membuat langkah kemajuan Blue Bird begitu tertata dan sangat cantik. Perpaduan antara kekuatan karisma Bu Djoko, agresivitas dan kreativitas Purnomo, serta ketenangan strategi Chandra membuat Blue Bird di era 90-an menunjukkan perkembangan yang sehat.

Faktor yang mempengaruhi kemajuan Blue Bird di era ini, tak pelak adalah kemajuan persepsi masyarakat. Sungguh tepat prediksi Bu Djoko tentang perusahaan taksi masa depan. Bahwa kelak di kemudian hari, masyarakat

akan mencari, membutuhkan, dan fanatic pada taksi yang teruji kualitas pelayanannya, aman, prima dan nyaman. Argometer yang dulu ajdi momok dan dianggap sebagai “mimpi di siang bolong” ternyata tak terbukti. Justru argometer yang dipakai Blue Bird menjadi standar paling fair yang dicari penumpang.

Inilah catatan penting dari perjuangan Bu Djoko dalam membidik sukses masa depan: kesabaran, teguh dalam prinsip, kepemimpinan yang tegas dan bijaksana serta profesionalisme. Setelah perjuangan berat di era 70-an dan 80-an, maka era 90-an memberikan Blue Bird Group manis buah yang manis. Perkembangan asset adalah hal yang paling menonjol jika membicarakan kemajuan Blue Bird di era 90-an. Jumlah taksi sebelum krismon mencapai hampir 5.000 mobil. Jumlah pool terus bertambah. Blue Bird pun berkembang di sejumlah Provinsi. Generasi 90-an akhirnya ikut merasakan bagaimana tegak di tengah kepungan terror pihak yang tak suka akan kehadiran Blue Bird.

Sebuah inovasi baru juga dilakukan Blue Bird Group melalui peluncuran Silver Bird, executive taxi pada tahun 1993. Di negara-negara lain tidak ada yang namanya executive taxi. Yang beredar adalah general taxi dengan batas tarif yang telah ditentukan pemerintah. Ide diawali oleh diadakannya KTT Non Blok yang digelar di Indonesia tahun 1992. Saat itu pemerintah menyediakan fasilitas mobil mewah untuk kebutuhan mobilitas semua peserta KK, yakni 320 sedan Nissan Cedric. Pemerintah akhirnya menunjuk Blue Bird menyediakan 320 pengemudi andal dan berpengalaman. Usai KTT, ratusan sedan mewah tersebut menganggur. Saat itu lahirlah pemikiran untuk menciptakan satu produk baru berupa taksi kelas eksekutif yang lebih mewah. Akhirnya Blue Bird membeli 240 dari 320 sedan mewah eks KTT dan menjadikannya sebagai Silver Bird.

Tanggal 1 Mei 1997, Blue Bird juga meresmikan kelahiran Pusaka Group yang diniatkan menjadi generasi yang lebih segar dan dinamis dari armada taksi yang sudah ada. Hadirnya Pusaka Group yang menggulirkan taksi Cendrawasih dan Pusaka Nuri pada awalnya merupakan cita-cita Blue Bird untuk melahirkan generasi baru Blue Bird yang lebih modern.

Sebagai perusahaan konservatif, Blue Bird sangat berhati-hati meluncurkan bisnis baru yang belum bisa dijamin nasib masa depannya. Maka mantaplah kemudian dilahirkan Pusaka Group sebagai anak perusahaan yang lebih dinamis, tidak konservatif, agresif bergerak di daerah dan dikelola murni oleh keluarga Bu Djoko. Pusaka Group ternyata menunjukkan keberhasilannya. Selanjutnya didirikan Golden Bird yang beroperasi di Bali. Diikuti daerah-daerah lain seperti Surabaya, Bandung, Manado, Medan, Palembang, dan Lombok.

Di dasawarsa 90-an kesehatan Bu Djoko merosot akibat serangan kanker paru-paru. Sosoknya bersemangat tak merasa tersudutkan oleh penyakitnya. Sambil terus memimpin perusahaannya, Bu Djoko menyediakan banyak waktu, perhatian dan tenaga untuk menyembuhkan penyakitnya. Tapi kanker paru-paru yang dideritanya terlalu buas untuk tubuhnya yang semakin menua. Pada tanggal 10 Juni tahun 2000 ia menutup mata di RS Medistra. Sang Burung Biru itu telah pergi. Tapi ia meninggalkan sesuatu yang tak pernah terhapus waktu. Semangat murninya tidak hanya tersimpan di hati anak-anak dan cucunya, tapi juga mengalir di segenap batin puluhan ribu karyawan, mengudara di gedung-gedung dan pool Blue Bird dan melesat bersma taksi Blue Bird yang melintas di jalanan.

Blue Bird Era Millenium

Blue Bird di era Millenium bagaikan burung yang terbang tinggi, melebarkan kepak sayapnya dan merambah cakrawala luas. Kehadiran para cucu, meningkatnya pengalaman Chandra dan Purnomo dan semakin tingginya jam terbang karyawan membuat perusahaan ini terbaik di bidangnya. Pada dasawarsa keempat Blue Bird berjuang melintasi era teknologi canggih dan berusaha luwes.

Perusahaan ini telah berkembang sedemikian rupa seperti benih yang menumbuhkan batang kuat dan menghasilkan rimbun dedaunan dengan dahan yang terus bertambah banyak. Dari awal bergulirnya dengan 25 kekuatan taksi, kini Blue Bird telah memiliki lebih dari 20.000 unit armada. Kini ada 30.000 karyawan yang berkarya di kantor pusat dan cabang. Tak kurang 9 juta penumpang dalam sebulan terangkut oleh armada Blue Bird di sejumlah kota di Indonesia. Jumlah pool telah mencapai 28 titik. Armada juga terus diremajakan. Beberapa kali mengganti kendaraan dengan yang baru. Armada Silver Bird yang semula menggunakan sedan Nissan Cedric kemudian diganti dengan Mercedes di tahun 2006. Sebuah terobosan luar biasa yang mencengangkan.

Pada tahun 2010 salah satu pioneer Blue Bird, Chandra Suharto wafat dengan pangkat terakhir Brigadir Jendral. Bagi Purnomo dan keluarga besar, wafatnya Chandra seperti kepergiaan jenderal sejati. Pemimpin tenang yang berjiwa bijaksana. Kini sebagai pemimpin tertinggi Blue Bird, Purnomo bertekad menjadi Pembina bagi segenap cucu Bu Djoko untuk kemudian melahirkan lagi generasi-generasi penerus Blue Bird dengan energi positif yang terus lestari.

Atas dasar kisah perkembangan usaha taksi Blue Bird di atas yang hanya dimulai dengan 2 unit mobil bekas hingga kini telah berkembang menjadi lebih dari 30.000 armada tentunya bukan sebuah kebetulan. Dibalik

semua yang dilakukan oleh Bu Djoko, baik secara sadar atau tidak tentunya beliau sudah menerapkan prinsip-prinsip manajemen moderen mulai dari bagaimana mendesain impian, merancang strategi, menggunakan sumber daya yang ada, menerapkan manajemen moderen dan lain sebagainya sehingga beliau bisa menjadi pengusaha sukses.

PENUTUP

Di atas telah dijelaskan perihal sistem manajemen moderen. Banyak wirausahawan yang hanya berhenti menjadi seorang pedagang tanpa tertarik untuk melanjutkan usahanya sehingga ia mampu menjadi seorang pebisnis yang sukses. Mengapa itu bisa terjadi? Jawabnya tentu karena pedagang tersebut tidak memahami dengan baik sistem manajemen moderen, sehingga ia hanya berusaha sebatas hanya untuk memenuhi kebutuhan hidupnya saja. Rasa khawatir jika usahanya justru akan gagal dan bangkrut menjadi alasan utama lainnya sehingga ia tidak tertarik untuk mengembangkan usahanya. Padahal, sekali lagi, semua itu sebenarnya lebih dikarenakan ketidaktahuannya akan sistem manajemen moderen.

Pertanyaannya, apakah sebagai wirausahawan, kita semua harus memahami dengan baik sistem manajemen moderen tersebut? Jawabnya, YA, itu akan lebih baik. Jika TIDAK, lalu bagaimana? Anda tidak perlu khawatir, saat ini banyak orang yang memiliki talenta sebagai business coaching, sehingga Anda tinggal berkonsultasi dengan mereka semua. Atau cara paling mudah adalah dengan merekrut orang yang memang sudah ahli dalam bidang manajemen moderen, baik sebagai tim dalam bisnis Anda atau hanya sebatas sebagai staff ahli. Dengan sedikit biaya dan pola pikir terbuka, penulis yakin, Anda tidak akan kesulitan untuk mengembangkan usaha Anda dari yang tadinya hanya bersifat tradisional, menjadi usaha yang bersifat profesional dengan sentuhan sistem manajemen moderen.

LITERASI

- Amirullah dan Haris Budiyo. 2004. *Pengantar Manajemen*. Edisi Kedua. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian. Suatu Pendekatan Praktik*. Cetakan Ketiga Belas. PT Asdi Mahasatya. Jakarta.
- Gibson, Donnely dan Ivancevich. 1996. *Manajemen (Terjemahan)*. Edisi Sembilan. Erlangga.

- Madura, Jeff. 2001. *Pengantar Bisnis*. Penerjemah: Saroyini W. R. Salib. Edisi Pertama. Salemba Empat. Jakarta.
- Robbina, Stephen P dan Mary Coulter. 2004. *Manajemen*. Edisi 7. Diterjemahkan oleh T. Hermaya dan Harry Slamet. PT. Indeks Kelompok Gramedia. Jakarta.
- Robins and Coulter. 1996. *Management*. 5th Edition. Prentice Hall, Inc.
- Widayat, Eko Wahyu. 2012. *Kewirausahaan. Panduan Praktis Membangun Bisnis*. USU Press. Medan.

Internet

- Farhana, Karla. 2016. Eksklusif, Lika-liku Perjalanan Hendy Setiono Jadi 'Raja Kebab'. Sumber: <https://www.bintang.com/success/read/2461211/eksklusif-lika-liku-perjalanan-hendy-setiono-jadi-raja-kebab/page-1>. Diunduh Tanggal 1 Oktober 2018.
- <https://www.kaskus.co.id/thread/51107a211cd719b264000003/cerita-singkat-berdirinya-taksi-blue-bird/>. Diunduh tanggal 8 Oktober 2018.

[14]

KISAH SUKSES Pengusaha Muda Indonesia

Menjadi wirausahawan muda yang sukses tentu menjadi dambaan setiap orang. Memang untuk bisa mewujudkannya tidaklah mudah. Dibutuhkan kerja keras di awal saat mulai membangun bisnis. Jatuh bangun dan gagal dalam memulai bisnis tentunya bukanlah menjadi hal yang asing lagi buat mereka. Namun buat mereka yang benar-benar ingin menjadi wirausahawan sukses tentu tidak ada kata menyerah. Mereka akan terus berusaha agar usaha yang dirintisnya dapat terus berkembang hingga akhirnya mereka bisa menjadi wirausahawan sukses nantinya.

Di Indonesia sendiri, sebenarnya banyak wirausahawan muda yang sukses membangun usaha dan akhirnya setelah sekian lamanya, usahanya dapat terus berkembang menjadi bisnis yang sangat besar dengan penghasilan mencapai ratusan bahkan hingga milyaran rupiah setiap bulannya. Dalam bab ini secara khusus penulis sampaikan beberapa wirausahawan sukses yang sudah mulai berusaha semenjak masih usia belia dan akhirnya saat ini sudah menjadi pengusaha sukses. Beberapa wirausahawan tersebut akan satu per satu penulis sampaikan dengan harapan bisa menjadi motivasi buat kita semua untuk berwirausaha.

1. Elang Gumilang, Pengusaha properti Semesta Guna Group
2. Suratno, Pengusaha Rumah Makan PT Joko Solo Indonesia Group
3. Reza Nurhilman, Pengusaha keripik pedas Maicih
4. Hafiz Khairul Rizal, Pengusaha Gerobak Es Dawet Ayu cah Mbanjar
5. Theresia Dika Putri, Pengusaha Kopi Luwak
6. Hamzah Izzulhaq, Pengusaha Bimbinga Belajar Bintang Solusi Mandiri
7. Nicholas Kurniawan, Pengusaha Ekspor Ikan Hias
8. Victor Giovan Raihan, Penyusaha Minuman Teh Kempot
9. Rieska Rahmadiana, Pengusaha Es Pisang Ijo

10. Riska Wahyu Romadhona, Pengusaha Talas Bogor Sangkuriang

Elang Gumilang

Sukses Berbisnis Properti di Usia Masih
Sangat Muda Belia



E

lang Gumilang adalah seorang pengusaha sukses yang mengawali bisnisnya dari menjual donat hingga akhirnya merambah ke bisnis properti. Beliau termasuk salah satu pengusaha muda hebat yang sukses. Walau masih terbilang muda, Elang Gumilang sudah mampu menghasilkan lebih dari 20 miliar pertahun. Elang Gumilang lahir pada tanggal 6 april 1985. Meski orang tuanya terbilang mampu, namun sejak kelas 3 SMU, Elang sudah memiliki niat untuk membiayai kuliahnya sendiri. Targetnya adalah mendapatkan 10 juta. Dari niat ini, beliau pun berusaha untuk mencari peluang. Usaha pertama yang dilakukannya adalah menjual donat keliling. Dalam sehari beliau mendapat keuntungan sekitar 50.000 rupiah. Hingga akhirnya, orang tua pun mengetahui tentang pekerjaannya tersebut. Karena pertimbangan ujian akhir sekolah yang semakin dekat, usaha tersebut pun dihentikan.

Elang pun mencari taktik baru untuk mencapai targetnya mendapatkan uang 10 juta. Waktu itu Fakultas Ekonomi dan Manajemen IPB mengadakan lomba *Java Economic Competition* se-Jawa, Elang berhasil mendapatkan gelar juara. Lalu pada saat Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia mengadakan kompetisi ekonomi, Elang pun ambil bagian, dan berhasil mendapatkan juara ketiga. Setelah Lulus Sekolah Menengah Umum, elang masuk Fakultas Ekonomi IPB tanpa tes. Hal ini berkat banyaknya prestasi yang diraihny



semasa ia masih sekolah. Dari uang hasil lombanya hanya tersisa 1 juta rupiah. Ia pun berusaha mencari peluang lain, dengan berjualan sepatu di asrama mahasiswa IPB. Selang sebulan berjualan,

Beliau sudah menda-patkan uang Rp 3 Juta. Namun, setelah jalan beberapa kali, bisnis ini tidak lagi berjalan mulus, supplier yang digunakan menurunkan kualitas sepatunya.

Suatu hari Elang melihat lamu-lampu di kampus redup. Ini adalah sebuah peluang yang cukup bagus baginya. Dengan berbekal surat dari kampus, beliau pun pergi ke kantor Philips pusat untuk menyetok lampu di kampusnya. Dari sini, beliau berhasil mendapatkan fee 15 juta dari setiap penjualan. Namun, beliau memandang bisnis ini adalah bisnis musiman dan tidak bagus jika diteruskan. Elang pun melirik bisnis minyak goreng, dengan mensuplai ke warung-warung. Bisnis ini membutuhkan tenaga yang banyak, dan mengganggu kuliahnya. Lalu ia pun berhenti menjalankan bisnis ini.

Setelah itu, Elang pun mulai mencari pelu-ang baru dan mene-mukan bisnis les Bahasa Inggris. Ia mulai menghubungi teman-teman yang jago Bahasa Inggris dan meminta mereka untuk menjadi penga-jar. Hasilnya bisnis ini berjalan tanpa keterlibatannya secara langsung. Oleh sebab itu beliau memiliki waktu luang yang banyak. Lalu Elang berusaha untuk memanfaatkannya dengan menjadi marketer perumahan.

Menjelang akhir masa kuliahnya, Elang pun mencari ide baru dan ia sangat tertarik dengan bisnis jual beli rumah. Ini adalah peluang yang sangat bagus katanya. Elang pun berpikir untuk menjalankan bisnis ini. Namun ia memiliki kendala pada modal awal. Akhirnya, beliau pun mulai mencari modal dengan bolak-balik dari satu bank ke bank lain. Namun tetap saja tidak dapat respon, bahkan beliau juga mendapat jawaban, *“Lebih baik memberikan modal pada tukang gorengan daripada diberikan pada mahasiswa”*.



Tidak berhasil mendapatkan modal dari bank, Elang pun nekat untuk menggunakan KTA (kartu kredit tanpa agunan) yang membuatnya harus membayar bunga sangat besar. Hal ini menyebabkannya terjat dalam hutang yang cukup memberatkan. Ini adalah masa-masa sulit yang harus dilaluinya. Hingga akhirnya beliau pun memutuskan untuk berhenti berlangganan KTA dan

kemudian mencari partner bisnis baru. Elang mulai mengumpulkan teman-temannya. Alhasil modal usaha tersebut pun terkumpul juga.

Dari satu rumah yang dibangun, Elang berhasil menjualnya dengan cepat, modal pun diputar kembali dengan mendirikan rumah yang baru. Ia menggunakan media iklan koran daerah sebagai promosi penjualannya. Hal ini juga dipengaruhi oleh harga jual rumah yang tergolong murah yang ditetapkan Elang. Pada waktu itu, Elang Gumilang memiliki 7 orang untuk mengurus administrasi hingga pemasaran. Namun lambat laun, bisnisnya ini berakar dan menggeliat hingga tumbuh. Dari satu unit bertambah hingga tiga unit, berta mbah terus hingga mencapai 200 an rumah dibangunnya.

Setelah berhasil membangun dan memasarkan rumahnya, Elang Gumilang dengan kecerdasan bisnisnya kemudian menargetkan membangun 2000 unit rumah sederhana. Dibawah bendera Semesta Guna Grup, perusahaan miliknya ia berusaha mewujudkan targetnya. Dalam waktu setahun, investasi



yang ditanamkan naik berlipat. Nilai Jual Objek Pajak (NJOP) tanah yang tadinya bernilai 50 ribu melejit hingga 5 kali lipat dalam dua semester. Omset pertahunnya pasti bikin pengusaha manapun berdecak

kagum – mengingat awal mula sepak terjangnya – karena tak kurang dari 20 miliar per tahun dapat ia bukukan. Belum lagi dari kontrak pre periodik terbarunya menambah 80 miliar hingga 100 miliar ke bisnisnya.

Elang Gumilang, mahasiswa sederhana dari IPB, anak dari pasangan H. Enceh dan Hj. Prianti, kini bisa mempekerjakan ratusan karyawan pada setiap proyeknya. Sekitar 30 tenaga administrasi dan 100 pekerja di setiap proyek siap membantunya. Elang Gumilang, pemuda kelahiran Bogor 6 April 1985 telah mengepakkan sayap bisnisnya sejauh yang ia bisa dan setinggi yang dapat ia capai.

Sumber:

<https://www.kabarito.com/business/kisah-sukses-elang-gumilang-pengusaha-bisnis-properti/2230>, diunduh tanggal 14 september 2018

Suratno

Berawal dari Warung Tenda Pecel Lele
Kini Sukses Menjadi Pengusaha
Rumah Makan



M

edan merupakan kota terbesar ketiga di Indonesia setelah Jakarta dan Surabaya. Jumlah penduduknya mencapai 2,5 juta lebih yang terbagi ke dalam berbagai etnis diantaranya Jawa, Melayu, Batak, Padang, China dan lain sebagainya. Namun demikian kehidupan di Kota Medan sangat menyenangkan, bahkan sekitar 10 (sepuluh) tahun terakhir ini nyaris tidak pernah kita dengarkan berbagai kejahatan, perilaku anarkis bahkan hal-hal yang bersifat SARA. Hal ini bisa terjadi dikarenakan sikap saling terbuka masyarakat Kota Medan untuk menerima berbagai perbedaan yang ada mulai dari etnis, keyakinan, tradisi dan sebagainya. Sikap terbuka inilah yang pada akhirnya membuat Kota Medan menjadi kota yang sangat nyaman dan tenteram. Hal ini pada akhirnya telah menjadikan Kota Medan dianggap sebagai kota yang sangat baik untuk melakukan investasi di berbagai bidang usaha seperti perdagangan, perindustrian, pariwisata, pendidikan dan termasuk kuliner.

Khusus bidang kuliner, banyak tempat di Kota Medan yang sangat menyenangkan untuk menikmati berbagai kuliner yang ada. Mulai dari pinggir jalan, emperan, ruko hingga restoran mewah semua ada di Kota Medan. Salah satu lokasi kuliner yang cukup terkenal di Kota Medan adalah Rumah Makan JOKO SOLO yang saat ini telah memiliki 26 cabang yang tersebar di Kota Medan, Banda Aceh dan Bandung.



Sejarah Rumah Makan JOKO SOLO

Berdirinya Rumah Makan JOKO SOLO sebenarnya dimulai dari keinginan yang dimiliki oleh Suratno yang lahir di Klaten, Jawa Tengah untuk bisa mempunyai

usaha sendiri. Atas dasar keinginan tersebut, Suratno kemudian membuka sebuah usaha kaki lima di Jalan Iskandar Muda berupa warung tenda pecel lele pada tahun 1999. Usaha yang dibuka dengan modal sebesar Rp. 1.000.000,- (satu juta rupiah) tersebut terus digelutinya hingga bisa berkembang menjadi 5 lokasi. Namun beliau masih belum menggunakan konsep moderen. Semua cabangnya beliau buka dengan cara-cara yang sangat sederhana baik dari segi administrasi, sistem rekrutmen, pembagian tugas para karyawan yang ada, hingga strategi pemasaran yang digunakan dan bahkan belum memiliki merek sama sekali. Beliau hanya berpikiran agar usahanya tersebut bisa berjalan dengan baik, memiliki pelanggan, bisa menghasilkan pendapatan untuk membantu orang tua maupun saudara-saudaranya.

Seiring berjalannya waktu, ternyata resep ayam penyet dan sambal pedas yang dimiliki oleh Suratno dapat diterima oleh para pelanggannya. Dengan demikian, semakin hari jumlah pelanggannya pun semakin meningkat dan beliau mencoba untuk terus mengembangkan usahanya dengan memasuki beberapa *food court* yang ada di mall di Kota Medan pada tahun 2003.

Namun demikian pengembangan usaha dengan memasuki beberapa *food court* tersebut ternyata tidak berjalan sesuai dengan yang diharapkan, sehingga pada tahun 2006 beliau kembali fokus untuk mengelola beberapa usahanya yang ada di kaki lima. Pada awal tahun 2007, Suratno kembali mencoba mengembangkan usahanya yang lebih besar. Dengan tabungan hasil usahanya selama ini, beliau menyewa sebuah garasi dan pelataran salah satu rumah yang ada di daerah Gajah Mada Medan.

Ternyata, usahanya tersebut membuahkan hasil. Dalam waktu yang relatif singkat usahanya tersebut dapat berkembang dengan pesat. Jumlah pelanggannya pun kian bertambah. Seiring dengan perkembangan kuliner yang ada di Kota Medan saat itu dimana ayam penyet menjadi salah satu menu favorit hampir sebagian besar masyarakat Kota Medan, maka Suratno mulai memperkenalkan merek usahanya yaitu dengan nama Rumah Makan “JOKO SOLO”. Rumah makan JOKO SOLO saat itu masih belum memiliki konsep yang jelas. Namun demikian resep khas ayam goreng JOKO SOLO serta sambalnya yang sangat pedas tersebutlah yang membuat pelanggannya kian hari kian bertambah.





Kesuksesan membuka Rumah Makan JOKO SOLO di sekitar Gajah Mada Medan tersebut ternyata tidak berlangsung lama. Karena sesuatu hal, maka sewa lokasi untuk tahun berikutnya tidak bisa diperpanjang, sehingga dengan berat hati Rumah Makan JOKO SOLO tersebut harus ditutup. Ditutupnya Rumah Makan

JOKO SOLO tentunya membuat banyak pelanggan yang selama ini sudah sangat loyal menjadi sangat kecewa. Melihat banyaknya pelanggan yang kecewa dimana hal tersebut menandakan bahwa Rumah Makan JOKO SOLO ternyata telah memiliki pangsa pasar sendiri di Kota Medan, maka pada awal tahun 2008 Suratno bekerja sama dengan salah satu investor, memberanikan diri untuk membuka Rumah Makan JOKO SOLO yang lebih besar lagi di Jalan Sei Batanghari No. 84 Medan dan bahkan telah menaungi usahanya dengan sebuah badan hukum yaitu PT. Joko Solo Indonesia. Inilah rumah makan pertama yang sekaligus menjadi cikal bakal berkembangnya Rumah Makan JOKO SOLO di Kota Medan. Bahkan hingga saat ini, Suratno mampu mengembangkan PT. Joko Solo Indonesia tersebut hingga mencapai 26 Cabang di Kota Medan, Banda Aceh dan Bandung.

Rumah Makan “WAROENG NENEK”

Kehadiran Rumah Makan JOKO SOLO telah memberikan nuansa kuliner tersendiri di Kota Medan. Bahkan pada saat makan siang atau malam, banyak pelanggan yang rela harus mengantri untuk sekedar menikmati menu makan siang dan makan malam mereka. Hal ini kembali mampu dibaca oleh Suratno. Akhirnya beliau berpikir untuk kembali menciptakan rumah makan dengan nama atau merek yang lain. Dengan demikian maka para pelanggan yang tidak mendapatkan tempat duduk dapat berpindah ke rumah makan lainnya tersebut, walaupun masih satu perusahaan. Oleh sebab itu, pada tahun 2009 Bpk. Suratno kembali membuka rumah makan baru dengan nama Rumah Makan WAROENG NENEK.



Berbeda dengan JOKO SOLO, Konsep Rumah Makan WAROENG NENEK sudah lebih moderen. Interior Rumah Makan terse

but didesain sedemikian rupa sehingga pengunjung bisa memilih berbagai tempat yang ada, mulai dari tempat duduk dengan menggunakan bangku biasa, lesehan, atau bahkan memilih ruangan yang menggunakan fasilitas AC. Disamping itu, desainnya juga sangat unik, dengan menggunakan berbagai kerajinan dari kayu, bambu, rumbai dan lain sebagainya sehingga diharapkan para pelanggan benar-benar merasa nyaman saat ada di Rumah Makan WAROENG NENEK. Disamping interior, lokasi Rumah Makan WAROENG NENEK jauh lebih luas jika dibanding dengan Rumah Makan JOKO SOLO. Dengan demikian maka pengunjung dapat lebih leluasa saat berada di Rumah Makan WAROENG NENEK.

Rumah Makan “MIE SOP KAMPOENG”



Satu lagi peluang yang dapat dilihat oleh Suratno adalah tingginya minat masyarakat untuk menikmati menu mie dan baso. Bahkan di hampir setiap acara pesta yang digelar oleh masyarakat Kota Medan, mie dan baso menjadi menu yang tidak ketinggalan. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat Kota Medan memang benar-

benar menyukai mie sop. Berawal dari pemikiran tersebut, maka Suratno kembali membuka satu merek rumah makan baru pada tahun 2011. Rumah makan tersebut diberi nama Rumah Makan MIE SOP KAMPUNG. Rumah makan ini pertama kali dibuka di Jalan Gagak Hitam, Medan, dengan menawarkan berbagai menu yang terbuat dari mie terutama mie sop dan baso, walaupun menu lainnya seperti nasi, ayam, ikan, lele, iga dan lain sebagai tetap dapat ditemukan di Rumah Makan MIE SOP KAMPUNG. Melihat antusias masyarakat yang cukup bagus dalam menyambut kehadiran Mie Sop kampung, maka manajemen telah membuka beberapa outlet hingga tahun 2018 ini. Bahkan bukan hanya di Kota Medan saja melainkan juga sudah berkembang hingga kota lainnya seperti Depok, Bandung bahkan hingga Solo. Kedepannya baik Rumah Makan Joko Solo, Waroenk Nenek maupun Mie Sop Kampung masih akan dikembangkan hingga seluruh wilayah Indonesia.



Sumber:

Widayat, Eko Wahyu. 2012. Kewirausahaan. Panduan Praktis Membangun Bisnis. Cetakan Pertama. Penerbit USU Press. Medan.

Reza Nurhilman (Axl)

Sang Presiden Keripik Pedas
Maichih



T

ak pernah terbayangkan oleh Reza Nurhilman (biasa dipanggil Axl) jika perkenalannya dengan seorang nenek tiga tahun lalu menjadi awal kesuksesannya berbisnis. Pemuda 23 tahun ini menceritakan bagaimana ia bisa menemukan resep keripik singkong "setan" Maichih, yang kini menjadi perbincangan hangat di dunia maya dan tenar di kalangan anak muda Bandung.

Sekitar 2008, Reza diajak oleh seorang temannya ke daerah Cimahi dan mencicipi keripik buatan si nenek yang enggan ia sebutkan namanya. "Saya cicipin keripiknya dan memang enak," kata Reza atau biasa disebut Axl, Presiden Keripik Maichih, saat berbincang dengan Tempo di salah satu kafe di Bandung. Saat itu bungsu dari tiga bersaudara ini masih bekerja serabutan. Sese kali ia mengikuti pelatihan motivasi sumber daya manusia. Ia belum terpikir akan menggeluti bisnis itu. Baru pada Juni tahun 2009, Axl kembali



mengunjungi rumah nenek itu. Ia melihat si nenek hanya membuat keripik pada saat-saat tertentu dan pemasarannya amat terbatas. Terlintas dalam pikirannya untuk membangun usaha menjual keripik. "Saya menanyakan

resep keripik buatannya dan nenek tidak keberatan saya juga membuat keripik dengan resep sama," ia menjelaskan.

Dengan bermodal Rp 15 juta, Axl mulai memproduksi keripik yang diberi merek Maichih sebanyak 50 bungkus per hari. Ia membuat perbedaan tingkat kepedasan dari level 1 hingga level 5. "Saya mulai ngider memasarkan keripik dengan memberikan sampel ke teman, saudara, memanfaatkan Twitter dan Facebook," katanya.

Pada 11 Februari 2010, di Paris Van Java Mall, Bandung, digelar acara trademark market. Kesempatan ini digunakan Axl untuk meluaskan pasar keripik Maichih. Ia merasa terbantu oleh berlangsungnya acara itu. Pasarnya bertambah. "Artis dan para pejabat jadi tahu dan penasaran dengan keripik Maichih," katanya. Nama Maichih, kata mahasiswa Manajemen Universitas Maranatha Bandung ini, diambil dari istilah dompet kecil yang suka dipakai ibu-ibu. Nama ini juga mengundang rasa penasaran konsumen karena terdengar nyeleneh. Pemasarannya dibantu oleh teman-temannya di sekolah menengah atas dan saudaranya. Walhasil, peminat keripik Maichih mulai banyak. "Awalnya karena penasaran dengan nama Maichih-nya," ucapnya.

Dalam sebulan, respons atas keripik itu mulai bermunculan. Kebanyakan mengomentari penyedap rasa yang amat dominan. "Saya langsung memperbaikinya karena enggak mau kehilangan pelanggan," ujarnya. Axl juga mulai mengenal selera pelanggan. "Lebih banyak yang suka keripik dengan kepedasan dari level 3 sampai 5," katanya. "Ada juga yang level 10, sangat pedas, tapi itu limited edition, gak diproduksi setiap hari."



Dalam menjalankan usahanya, Axl menerapkan prinsip totalitas, loyalitas, dan sinergi. Ia berharap kepercayaan pelanggan terjaga dan kekompakan tim pemasaran tetap berlangsung. Loyalitas terhadap keripik Maichih ini mendorong mereka membentuk satu komunitas yang bernama Ichiher. Komunitas ini kebanyakan perempuan. Mereka amat aktif menyebarkan informasi tentang keripik Maichih. Axl mengucapkan rasa terima kasihnya kepada kolega, saudara, dan para Ichiher yang telah loyal memasarkan keripiknya. "Sehingga semakin banyak orang yang 'tericah-icah' (istilah ketagihan keripik Maichih)," ujarnya. Namun bukan berarti perjalanan bisnis Axl selalu berjalan mulus. Pada November tahun 2010, keripik Maichih tidak

diproduksi akibat kurangnya alat penggorengan yang masih memakai tungku. "Pelanggan makin banyak tapi kapasitas penggorengan kurang," kata dia. Selama sebulan ia harus memperbaiki tunggu itu.

Saat ini dalam sehari ia bisa memproduksi 2.000 bungkus. "Selalu habis," ujar Axl. Ia berencana akan menambah jumlah produksi mencapai 10 ribu bungkus per hari. Axl, yang berasal dari keluarga ekonomi kurang mampu, tak menyangka usahanya bakal sukses ini. Saat ini omzet penjualan keripik Maichih dalam sehari mencapai Rp 22 juta dan dalam sebulan bisa mencapai 7 milyar. Harga keripik dibanderol antara Rp 11 ribu dan Rp 15 ribu untuk luar Bandung. Pelanggan di luar Bandung juga bisa memesan Maichih melalui sistem online di ngiderngiler.com. Dalam waktu dekat, Axl juga akan membuat wardrobe Maichih berupa kaus dan merchandise. "Saya ingin Maichih menjadi ciri khas Jajanan Bandung," kata dia.



Dalam beberapa tahun setelah meluncurkan keripik pedasnya, Reza Nurhilman mampu meningkatkan produksi keripik. Omzet bisnisnya terus meningkat dengan pendapatan mencapai 7 milyar perbulan hanya dalam waktu setengah tahun saja seiring permintaan pasar yang terus meningkat terhadap keripiknya. Kini keripik buatan Reza Nurhilman sudah dapat ditemukan di minimarket maupun supermarket dan

tersebar di hampir seluruh wilayah Indonesia. Saat ini Reza Nurhilman mampu memproduksi keripik Maichihnya hingga kapasitas 75 ribu bungkus perminggunya. Varian pun ada tiga macam yaitu keripik, jeblak, gurilem. Ia sudah mempunyai perusahaan sendiri yaitu PT Maichih Inti Sinergi. Omsetnya pun kini bisa mencapai puluhan milyar perbulan dari berbisnis keripik. Saat ini Reza Nurhilman bisa dikatakan salah satu pengusaha sukses di usia muda. Dengan penghasilan yang ia dapat dari penjualan keripik, ia kini mampu membeli rumah dan mobil mewah di usia muda.

Sumber:

<http://inspirasiuksesmulia.blogspot.com/2013/01/kisah-sukses-reza-nurhilman-sang.html>

Hafiz Khairul Rijal

Kisah Sukses Pengusaha Dawet
Modal Gerobak Hasilkan Puluhan Juta
Per Bulan



Sudah terhitung sepuluh kali seorang Hafiz Khairul Rijal mengalami kegagalan. Tapi tak kunjung jera, dengan ketekunan, dimulailah semuanya dari awal lagi menjadi pengusaha. Di usaha ke sebelas, akhirnya dia, Hafiz, berhasil dengan usaha minuman tradisional. Kesuksesan yang tak disangka-sangka dari arah yang lain dari pada yang lain. Dia sukses memperkenalkan minuman khas Jawa di Medan. Bahkan lewat sebuah sistem kemitraan waralaba sukses membuat bisnisnya tersebar di penjuru Sumatra dan menghasilkan omzet puluhan juta.

Pernahkan kamu mencicipi minuman Es Dawet Banjar Negara? Minuman tradisional yang terbuat dari bahan tepung beras, gula aren, santan dan aroma pandan wangi ini terasa manis, gurih, dan menyejukan, sangat menyegarkan ketika hari panas. Bagi Hafiz Khairul Rijal, usahanya kali ini semanis untungnya dimana dia telah lama melakukan berbagai usaha. Betapa tidak, berkat Dawet Ayu Banjarnegara ini, dia bisa meraih laba puluhan juta rupiah sebulan dari program waralaba.

Sarjana teknik lulusan Universitas Sumatra Utara ini telah memulai usaha es dawet sejak 2006. Ia telah mempekerjakan 27 karyawan. Meski telah



memiliki beberapa unit mobil dan sepeda motor hasil kerja kerasnya, baginya harta paling berharganya tetaplah ratusan armada gerobak untuk berjualan Es Dawet Cah Mbanjar Banjarnegara di seluruh Medan, Aceh, dan sekitarnya.

Dalam tempo sekitar dua tahun saja setelah merintis usaha ini, ia juga telah mampu membeli hak paten resep dan bahan baku es dawetnya senilai Rp 50 juta. "Alhamdulillah, usaha kami bisa berkembang dengan baik," katanya.

Lewat sistem waralaba yang telah dikembangkannya, usaha dawet ini sudah berkembang hingga ke Banda Aceh, Sigli, Lhoksumawe dan Langsa. Ia menargetkan, pada akhir 2009 bisnisnya bisa mencapai 500 gerobak. Kemudian sejak tahun 2000, ketika masih duduk di bangku kuliah, anak pegawai negeri sipil ini memang telah mulai berwirausaha. Ia pernah menjadi anggota Student Entrepreneurship Center (SEC) unit Bina Kokulikuler Sahiva, Universitas Sumatera Utara (USU).

Boleh dikatakan segala jenis usaha pernah dilakukannya. Hafiz juga pernah berjualan sandal dan sepatu, kaos kaki, keripik ubi, laundry, warung ayam bakar, warung ayam goreng, lontong sayur, bakso dan mie sop bawor, parfum, katering, dan MLM. Meski kesemuanya gagal di perjalanannya tak ada tanda ia akan berhenti kala itu. Kegagalan dianggapnya hikmah katanya. "Sebelum usaha Es Dawet Cah Mbanjar ini, usaha saya tidak fokus, tidak konsisten, dan tidak persisten," jelasnya.

Segala macam usaha memang dicobanya tanpa didalami lebih dulu seluk beluk konsepnya. Begitu merugi, ia cukup langsung beralih ke usaha lain lagi. Dan lagi-lagi kegagalan yang sama terulang lagi. Berusaha lalu gagal lagi, begitu seterusnya, hingga akhirnya ia memutuskan untuk bekerja sebagai penerjemah di Aceh Monitoring Mission (AMM) misi perdamaian Aceh, di Bireuen sekitar setahun (2006-2007). Usai bekerja di sini Hafiz menjadi penerjemah untuk para pengamat Pilkada Aceh dari Uni Eropa (2007). Usaha yang kini dijalankan ternyata datang tiba-tiba. Idenya datang ketika ia tak mencari-cari bisnis macam apa. Jika kamu berharap jadi pengusaha selalu lah mencari-cari bisnis apa-dan apa lagi.

Ketekunan Kerja Keras

Idenya untuk kembali berbisnis itu secara tiba-tiba ada. Ketika mengambil liburan dari pekerjaan sebagai penerjemah di AMM, ia pulang kembali ke Medan. Suatu hari ia singgah di warunga kaki lima sebuah jalan untuk menikmati segelas es dawet, minuman tradisional asal Jawa yang cukup populer di Medan. Dari obrolan ringan dengan penjual es dawet, Hafiz sangat tertarik dengan keuntungan dari berjualan es dawet ini. Siapa tau kali ini tak gagal lagi ujarnya santai.

Tapi Hafiz kali ini sangat berhati-hati untuk memulai suatu bisnis lagi. Usaha sang pemilik warung itu cuma bermodal uang Rp 300 ribu per-gerobak, pemiliknya bisa mendapat keuntungan bersih hingga Rp 100 ribu. Karena si



pemilik mempunyai 25 gerobak, maka laba bersihnya per hari mencapai Rp 2,5 juta. "Dalam sebulan, si pemilik yang tamatan SMA bisa mendapatkan laba hingga Rp 75 juta. Padahal dia cukup duduk di rumah, karena yang berjualan orang lain," tutur Hafiz penuh antusias, ini bisnis yang bagus.

Fakta ini membuat Hafiz bersemangat kembali, dan sangat tertarik untuk terjun ke bisnis kembali. Jika saja manajemennya ditingkatkan lagi, pasti pendapatannya pun akan lebih baik lagi, pikirnya lagi. "Syaratnya, kita tak boleh sok gengsi. Tak boleh malu mendorong gerobak dan berjualan di kaki lima," katanya. Ia tak mau gegabah, suami dari Citra Puspita Sari dan ayah Faqih Maidani Al Hafiz ini, mulai mempelajari seluk beluk berbisnis es dawet. Termasuk soal cara pembuatannya yang memang perlu dia pahami lagi.

Dengan uang jaminan senilai Rp 1 juta ia pun mendapat pinjaman satu gerobak dan juga mengambil es dawet sebanyak 50 gelas dengan harga Rp 60 ribu. Bermodal gerobak pinjaman itu, Hafiz pun mulai berjualan ka wasan Sumber, Padang Bulan, Medan. Hasilnya? Sukses itu nyata, "Laris manis Tanjung Kimpul, dagangan habis duit kumpul," katanya. Karena potensinya yang memang bagus, ia pun kemudian merekrut karyawan dan memutuskan membuka satu lagi cabang penjualan es dawet di daerah Setia Budi.

Selama dua tahun itu Hafiz hanya menjual dan mengambil bahan. Baru di bulan Mei 2008 ia telah dipercaya membeli hak paten bumbu es dawet dengan harga Rp 50 juta rupiah. Babak baru pun dimulai. Hafiz mulai memproduksi es dawet secara mandiri dan mendaftarkan merek dagangnya sendiri. Ia juga mendaftar ke Departemen Kesehatan dan Majelis Ulama Indonesia (MUI) untuk mendapatkan sertifikat halal. Langkah berikutnya adalah menerapkan sistem waralaba (franchise) agar usaha ini bisa semakin berkembang. "Selain mendapatkan resep dan bahan baku dari kami, pewaralaba (franchiaor) akan mendapatkan pelatihan cara melayani, menjaga penampilan, dan menjaga hal-hal kecil lainnya yang umumnya jarang diperhatikan orang agar usaha ini dapat maju," ujarnya.



Konsep yang jelas, keuntungan itu bisa diraup mencapai di atas 50% dari modal yang dikururkan. Tak heran bila tawaran waralaba. Pada September 2008, 27 armada gerobak-nya bertambah dengan 60 gerobak mitra waralabanya memperluas pasar. Pasarnya meluas hingga ke

wilayah Aceh, khususnya di Banda Aceh, Sigli, Lhokseumawe, dan Langsa. Sebulan kemudian, persisnya di bulan Oktober 2008, Hafiz juga mendapat kucuran kredit program kemitraan dari Bank Mandiri sehingga bisa menambah 50 gerobak lagi untuk pasar kota Medan.

Menurutnya bisnis semacam ini cukup mudah untuk dijalankan. Produknya pun sederhana dan mudah dibuat tapi rasa tetap nomor satu. Ditambah keunikan dengan ciri khas gerobaknya, calon pembeli akan mudah mengenali gerobak dan outlet milik Es Dawet Cah Mbanjar. Sukses es dawet telah meyakinkan Hafiz akan manisnya bisnis makanan dan minuman dingin tradisional. "Saya akan fokus di bisnis ini," katanya lagi. Alasannya sederhana: selama orang masih membutuhkan makan dan minum, bisnis ini akan terus bergulir.

Ia tengah mengincar sejumlah makanan khas yang ada di Jawa untuk diboyong ke Sumatera dan sebaliknya. Lebih lanjut berdasarkan pengamatan seorang Hafiz Khairul Rijal, banyak orang Sumatera yang sangat suka makanan Jawa, dan orang Jawa yang suka makanan Sumatera.

Sumber:

<http://cararesepmemasak.blogspot.com/2015/07/pengusaha-dawet-gerobak-sukses-hasilkan-puluhan-juta.html>

Theresia Dika Putri

Wanita Pengusaha Kopi Luwak yang Sukses



W

anita berusia 24 tahun ini mampu menghasilkan omset berjumlah 1 miliar dari bisnis yang digelutinya, yakni industri kopi dan teh. Jeli melihat peluang, Putri yang belum mencapai usia 20 tahun pada saat itu bisa meraih kesuksesan melalui komoditas kopi luwak lanang yang dikembangkan olehnya. Momen yang tepat membuatnya tidak kesulitan dalam memasarkan produk tersebut dengan baik.

Dia mencoba untuk mencari produk kopi luwak khusus yang hanya dimakan oleh luwak lanang dan menciptakan brand tersebut pada saat bersamaan. Jenis produk yang langka, membuat produk Theresia mampu menembus pasar Indonesia dengan cepat, dan bahkan merambah negara Taiwan, Jepang dan Korea Selatan. Saat ini dia memiliki sekitar 15 karyawan dan bernaung di bawah UD Karya Semesta yang didirikan olehnya. Beberapa penghargaan berhasil diraihnya, salah satunya adalah Wirausaha Muda Mandiri tahun 2012. Tidak ada usaha yang akan mengkhianati hasil, atau juga kesuksesan adalah buah dari hasil kerja keras. Memang begitulah adalah, kiasan di atas layak disematkan atas perjuangan Theresia Deka Putri. Sejak usia 16 Tahun ia telah tergabung dalam tim pemasaran produk kuliner sebuah perusahaan.

Pada usia belianya, dan ditahun 2002 dimana gadis sebayanya sedang menikmati masa mudanya, ia tanpa lelah berjalan menyusuri jalan-jalan di Jawa Timur. Ia berkeliling dari warung ke warung untuk memasarkan produk kopi dan teh yang di produksi oleh perusahaan tersebut. Kini, hasil kerja keras masa mudanya berbuah dengan begitu manisnya. Bagaimana tidak di usia yang masih relatif muda yakni 29 tahun, gadis yang kerap disapa Putri ini sudah mampu menghasilkan omset hingga miliaran rupiah dari hasil bisnis yang ditekuninya.

Ia merupakan pemegang tongkat komando atas perusahaan kopi luwak bernama CV Karya Semesta. Tidak main-main, tiga produk unggulannya yakni Kopi Luwak Lanang, Lanang Landep dan Gajah Hitam berhasil menembus pasar hingga ke Taiwan, Cina, Korea, Malaysia hingga Polandia. Bisnis dan dunia marketing memang telah menjadi bagian dari kehidupannya. Bahkan sejak kanak-kanak Putri sudah memiliki jiwa bisnis yang membuatnya tidak malu untuk berjualan di sekolah. Sejak TK ia telah menabung untuk modal yang digunakan berjualan saat SD. Ia membeli snack dan sepatu yang ia beli lalu kemudian dijual kembali kepada tetangga dan teman temannya. Tentu saja hal ini tidak lazim dilakukan oleh anak SD yang



seusianya bahkan sedang asyik bermain dan juga masih meminta uang jajan. Putri malah sudah bisa menghasilkan uang jajannya sendiri. Bisnis kecil kecilannya ini berlanjut hingga masa SMA yang kemudian mengantarkannya menjadi salah satu tenaga pemasaran perusahaan pada saat usinya masih belasan tahun. Pengalamannya sebagai seorang marketing yang sudah terbiasa keluar masuk pasar dan juga kejeliannya melihat situasi dan kondisi pasar.

Pada akhirnya mengantarkannya pada ide bisnis yang potensial yakni jualan kopi. Bisnis kopi menjadi salah satu bisnis yang masih prospektif, sebab sepanjang jalan lewat anda akan mudah menemui warung kopi. Tentunya peluang ini tidak disia-siakan, berbekal uang pinjaman sebesar 200 juta ia memulai usahanya pada tahun 2007. Ia “meminjam” biji kopi dan membayarnya secara belakangan, kemudian menyangrai secara tradisional, dan menggilingnya kemudian membungkusnya dan mengedarkannya ke warung-warung. Pada awalnya produk yang dijualnya masih belum memiliki merk atau polosan. Baru saat ketika usahanya berkembang ia mulai menciptakan mereknya sendiri.

Mengapa Dinamakan Kopi Luwak Lanang?

Lanang berasal dari bahas jawa yang berarti laki laki atau jantan. Merek kopi luwak lanang yang diperkenalkan sebagai merek dagangnya memiliki ciri khas yang berbeda dari kopi di pasaran. Sebab produknya diperoleh khusus dari luwak lanang atau jantan. Luwak jantan dipilih karena kualitas enzimnya yang lebih kuat. Sehingga akan menghasilkan aroma yang kuat dan khas dan pastinya juga memiliki kualitas grade A.

Bukan hanya itu ia juga melakukan diversifikasi untuk produknya dimana Kopi Lanang Lamdep berasal dari biji kopi berkeping tunggal, sedangkan Kopi Gajah Hitam berasal dari biji kopi berukuran besar. Sangat wajar bila kini usaha yang dilakoninya dapat menghasilkan omzet hingga milyaran rupiah. Bahkan kini Putri telah memiliki sebidang kebun kopi sendiri yang mampu menghasilkan 1,6 ton biji kopi luwak setiap tahunnya. Belum ditambah dari sumber biji kopi lain, maka totalnya bisa mencapai puluhan ton.



Sebagaimana usaha, tentunya jalan berliku juga pernah di temuinya dan bahkan membuatnya hampir putus asa. Saat itu ia ditipu dengan total kerugian yang bisa dipakai untuk membeli 3 unit mobil Innova. Hingga uangnya hanya tersisa seribu rupiah dimana 2 kepingan 500-an. Kemudian ia memberikannya pada peminta-minta, setelahnya keajaiban Tuhan pun turun. Ditengah jalan ia menemukan uang sepuluh ribu yang membuat tekadnya bangkit. Ia gunakan uang tersebut untuk membeli bensin dan selanjutnya melakukan penawaran kepada mereka yang akhirnya mengorder kopinya. Sebuah pembelajaran tentunya bagi Theresia Deka Putri dalam meraih kesuksesannya. Dimana ia terus bergerak maju meskipun masalah datang silih berganti. Tentunya ini dapat menjadi inspirasi bagi anda sebagaimana kisah sukses lainnya.

Sumber:

<https://klubwanita.com/theresia-deka-putri>

Hamzah Izzulhaq

Raup Ratusan Juta Rupiah Per Bulan
Berkat Bisnis Bimbingan Belajar



L

ahir di Jakarta, 26 April 1993, Hamzah Izzulhaq memang telah memiliki jiwa bisnis di dalam dirinya sejak masih kecil. Dia mencoba untuk menjual kelereng, gambaran, petasan hingga menjual koran, di usia tersebut. Saat duduk di kelas 2 SMA, dalam sebuah seminar, Hamzah bertemu dengan mitra bisnisnya yang menawarinya *franchise* bimbingan belajar bernama Bintang Solusi Mandiri. Hamzah tertarik dengan hal tersebut, sebab mitranya yang berusia 23 tahun itu sudah memiliki 44 cabang bimbél sendiri.

Setelah mempelajari prospektus dan juga laporan keuangan di salah satu cabang milik mitranya tersebut, Hamzah berminat untuk melakukan *take over* pada salah satu cabang yang terdapat di Jakarta. Untuk proses *take over* itu sendiri akan dibutuhkan dana sebesar Rp 175 juta, sementara dia hanya memiliki modal sebesar Rp 5 juta saja. Hamzah meminjam uang sejumlah Rp 70 juta kepada ayahnya, jadi total modal yang dimilikinya adalah sebesar Rp 75 juta. Sedangkan sisanya yang Rp 100 juta dibayar dengan cara mencicil di tiap semester.

Bisnisnya berjalan dengan cukup pesat, dan kini Hamzah telah memiliki 3 cabang *franchise*. Selain bimbél, dia juga berminat pada bisnis *sofabed* di wilayah Tangerang. Sejak bulan Agustus 2011, bisnis Hamzah telah resmi berbadan hukum dengan nama CV Hamasa Indonesia dan Hamzah menjadi direktur utama di perusahaan miliknya.

Tak banyak yang tahu, bahwa Indonesia memiliki seorang *entrepreneur* muda yang bibit-bibit kemandiriannya telah terbentuk sejak ia masih duduk di bangku sekolah dasar. Hamzah Izzulhaq, nama pemuda yang tak pernah bisa mengingat secara pasti kapan pertama kali ia mulai menggeluti dunia bisnis perdagangan ini. Sejak kecil, ia mulai belajar berdagang mulai dari petasan, kelereng, koran, hingga menjadi tukang parkir. Awalnya, ia hanya ingin sekedar menambah uang saku, di sela-sela aktivitasnya sebagai

seorang pelajar kelas 5 sekolah dasar. Namun, siapa yang tahu ternyata keisengan itu berujung pada kesuksesan besar.

Pemuda yang kerap disapa dengan sebutan Hamzah ini terlahir dari sebuah keluarga sederhana. Ayahnya adalah seorang dosen, sedangkan sang ibunda adalah guru SMP. Secara finansial, Hamzah tidak termasuk dalam golongan yang kekurangan. Ia selalu menerima uang saku yang lebih dari cukup. Namun, sifat mandiri dan ingin memiliki uang saku lebih banyaklah yang membuat Hamzah akhirnya rela menukar waktu bermainnya untuk mencari penghasilan bersama beberapa orang teman lainnya yang secara finansial masuk dalam kategori kurang mampu.

Hamzah mulai terjun total ke dalam dunia bisnis saat ia mulai beranjak remaja, yakni ketika masih duduk di bangku kelas 1 SMA. Pemuda berusia 25 tahun ini tak pernah absen berjualan pulsa dan buku sekolah setiap pergantian semester kala ini. Ia bekerja sama dengan pamannya yang kebetulan bekerja di sebuah toko buku besar untuk menjadi distributor dengan diskon sebesar 30% per buku. Hamzah menjual buku-buku itu pada teman dan kakak kelasnya dengan memberikan diskon 10%. Alhasil, ia mendapatkan 20% dari setiap buku yang berhasil ia jual dengan profit senilai Rp 950.000 per semester.



Namun, kesuksesan Hamzah tak selamanya mulus. Ia juga pernah mencoba peruntungan bisnis berjualan pulsa dengan salah satu temannya. Bisnis itu terpaksa harus gulung tikar karena omzet yang didapat sering kali dipakai tanpa sepengetahuan dan seizin Hamzah. Tetapi, pemuda satu ini tak putus asa. Ia berusaha bangkit setelah membaca beberapa buku pengembangan diri dan bisnis seperti *Ciputra Way* dan *Quantum Leap*. Dengan bermodalkan sisa tabungan yang ada di bank, Hamzah kembali berjualan pulsa. Beberapa bulan setelahnya, Hamzah membeli alat mesin pencetak pin karena melihat peluang bisnis di sekolahnya yang sering mengadakan sejumlah acara seperti pentas seni. Order yang ia terima pun cukup besar, tetapi lagi-lagi Hamzah harus menelan kekecewaan karena merugi akibat kurang menguasai teknik sehingga tak sedikit produk yang gagal cetak dan mesin rusak. Bukan Hamzah Izzulhaq namanya jika terus-terusan terpuruk. Sembari menanti saat

yang tepat untuk kembali bangkit, ia membaca beberapa buku biografi pengusaha sukses. Ia pun mendapat ide untuk berjualan snack di sekolah, seperti roti dan kue. Profit yang berhasil ia dapatkan lebih dari cukup yakni sebesar Rp 5.000.000.

Satu kesempatan lain datang ketika ia baru menginjak kelas 2 SMA. Saat itu Hamzah sedang mengikuti seminar dan komunitas bisnis pelajar bertajuk *Community of Motivator and Entrepreneur* atau COME. Di sanalah, Hamzah bertemu dengan partner bisnisnya yang menawarkan kerjasama usaha *franchise* bimbingan belajar atau bimbel bernama Bintang Solusi Mandiri. Berbekal laporan keuangan salah satu cabang bimbel yang kebetulan ingin di *take over* dengan harga sekitar Rp 175.000.000, Hamzah pun memberanikan diri untuk menyetujui penawaran tersebut. Ia terpaksa meminta bantuan dari ayahnya karena hanya memiliki modal sebesar Rp 5.000.000 saja. Sang ayah pun memodalinya sebesar Rp 70.000.000, dan sisanya dicicil dari keuntungan tiap semester yang akan didapatkan.

Melalui franchise bimbel itulah, Hamzah mengembangkan sayap bisnisnya. Keuntungan demi keuntungan pun diraup dan selalu diputar kembali untuk mengembangkan bisnis tersebut. Saat ini, Hamzah mampu meraih omzet hingga lebih dari Rp 300.000.000 per semester dengan nett profit sekitar Rp 180.000.000. Sungguh angka yang fantastis bukan? Demikian kisah Hamzah Izzulhaq meraih sukses di usia belia berkat kemandirian dan ketekunannya untuk meraih impian.

Sumber:

<https://digitalentrepreneur.id/hamzah-izzulhaq-meraih-sukses/>

Nicholas Kurniawan

Eksportir Ikan Hias Termuda Asal
Indonesia



L

ayaknya anak muda inspiratif lainnya, Nicholas Kurniawan membuka pintu sukses usaha ikan hias bukan dari warisan sukses keluarganya, namun dengan kerja keras, kerja cerdas dan tentu saja ada “key point” pendorong dia untuk sukses. Lahir dalam keluarga sederhana, bahkan untuk biaya hidup sehari-hari, orang tua Nicholas Kurniawan harus berutang kesana kemari untuk menyambung hidup dan juga menyekolahkan anak-anaknya. Satu hal yang tak pernah dilupakan Nicholas adalah saat dia harus menerima “surat cinta” tagihan pembayaran uang sekolah dia yang tertunggak. Kondisi ini yang membuat dia harus mandiri lebih awal. Prinsip yang dia pegang, bisa membantu orang tua membiayai sekolah sendiri, apapun yang menghasilkan asalkan halal dan bisa dijual akan dia jual.

Ditengah keluarga yang serba kekurangan, Nicholas sebenarnya anak yang cerdas dan berbakat. Menjadi lulusan terbaik di SD Santa Maria Djuanda, meraih nilai tertinggi matematika sejak SMP hingga SMA kelas 1, dan aktif dalam kegiatan OSIS dan ekstrakurikuler membuat Nicholas dikenal luas dikalangan teman-temannya. Menjual makanan, minuman, pakaian, bisnis MLM, hingga asuransi semua sudah dia jalani sejak kelas 2 Sekolah dasar untuk membantu orang tuanya. Suka-duka, jatuh bangun dalam berjualan telah membentuk mental Nicholas menjadi tegar hingga sekarang.

Awal mula kisah sukses Nicholas berawal dari kebetulan. Dalam bisnis faktor kebetulan bahkan keberuntungan sekalipun hampir selalu menghampiri orang yang siap, sehingga tidak ada orang sukses yang datang tiba-tiba, begitu pun awal sukses Nicholas di bisnis ikan hias. Saat Nicholas duduk di bangku SMA kelas 2, salah seorang teman baiknya memberikan sepaket ikan Garra Rufa, ikan yang biasanya banyak dijumpai di mall untuk terapi. Entah apa tujuannya, walaupun temannya tahu, Nicho bukanlah orang yang suka memelihara ikan. Kisah sukses ternyata berawal dari sini.

Insting bisnis Nicholas langsung merespon. Prinsip apa saja yang bisa dijual akan dia jual membawa ikan hias tersebut coba ditawarkan dalam forum jual-beli Kaskus, walaupun awalnya hanya iseng. Ajaib, ternyata laris. Ikan yang ia jual tersebut banyak yang berminat. Kegagalan berulang di bisnis masa lalunya kini menjadi pondasi membentuk pola sukses di bisnis ikan hias ini. Segera, Nicholas mencari informasi profil ikan Garra Rufa termasuk tempat membeli ikan ini, sampai akhirnya dia membuka “Garra Rufa Center”, toko online khusus menjual ikan Garra Rufa beserta perlengkapannya. Profit bersih Rp 2-3 juta per bulan untuk sebuah usaha awal tentu



cukup lumayan dan bisa jadi motivasi sukses selanjutnya. Apalagi pelanggannya sudah masuk ke berbagai kalangan mulai dari anggota DPR, pengusaha besar hingga artis.

Selepas dari SMA, salah satu impian Nicholas

adalah bisa kuliah di Prasetya Mulya Business School. Biaya kuliah disini tentu tidaklah murah. Kebutuhan biaya 10 juta per bulan membuat otak kreatif Nicholas langsung merespon bahwa usaha dagang ikan hias tak akan cukup untuk mencukupi biaya tersebut.

Motivasi kuat agar bisa kuliah di Prasetya Mulya Business School telah mendorong kreativitas dan keberanian Nicholas untuk “naik kelas” dari pedagang ikan hias mencoba menjadi eksportir ikan hias. Dunia ekspor merupakan ilmu baru bagi Nicholas. Dunia ekspor ternyata rumit pada awalnya. Butuh usaha ekstra untuk mendalami seluk beluk cara mempromosikan bisnis, media iklan yang digunakan, mencari supplier yang baik hingga informasi tentang shipment agent termasuk didalamnya segala dokumen untuk keperluan ekspor harus dikuasai dengan baik dan juga paham alur proses yang dijalankan.

Layaknya anak muda yang melek teknologi, Nicholas memasarkan ikan hiasnya melalui website yang ia bangun dengan nama Tropical Fish Indonesia. Tropical Fish merupakan kata kunci populer bagi penggemar ikan berburu produk ikan di dunia maya. Nicholas menyadari, makin besar skala usaha dan promosi yang dia lakukan harus didukung supplier yang baik agar arus pesanan pembeli bisa tercukupi sesuai pesanan. Ratusan proposal kerjasama dia tawarkan, dan setelah sekian lama berusaha membangun

kepercayaan, banyak pemasok dari sejumlah penangkar di Pulau Jawa, Kalimantan hingga Papua menjadi mitranya.

Kesuksesan yang tercipta dan terpolakan dari jerih lelah dan kerja keras, membawa Nicholas Kurniawan dinobatkan sebagai



peraih juara satu Nasional Wirausaha Muda Mandiri 2013 dan dikenal sebagai eksportir ikan hias sukses termuda di Indonesia. Venus Aquatics adalah brand yang diusung oleh Nicholas dalam menembus ketatnya pasar ekspor dunia yang membuat dia sukses meraup omzet ratusan juta rupiah setiap bulannya dari bisnis ikan hias.

Virus kesuksesannya dalam berbisnis ini, ingin dia tularkan kepada adik-adik SMA agar mereka lebih mudah untuk bisa lebih sukses melalui pola sukses yang sudah dia rintis dengan cara membentuk *Synergy Entrepreneur Academy* sebagai wadah bersama untuk berbagi sukses dalam bisnis khususnya dalam memberikan workshop bisnis startup bagi para siswa SMA. Dari sini, Nicholas berharap ia mampu mencetak 5 juta pengusaha baru nantinya.

Sumber:

<https://kumparan.com/anang-kus/kisah-inspiratif-nicholas-kurniawan-eksportir-ikan-hias-sukses-termuda-di-indonesia>

Victor Giovan Raihan

Pengusaha Sukses Kembangkan Bisnis
Minuman Semenjak Usia Muda



M

enjadi seorang pengusaha sukses tidak memandang usia seseorang. Sukses berbisnis adalah milik semua orang yang mempunyai tekad, seberapa pun usia mereka. Victor Giovan Raihan, seorang pengusaha remaja yang berhasil menjalankan sebuah bisnis sejak usia 18 tahun. Potret pengusaha yang patut ditiru dan kita jadikan contoh. Victor Giovan Raihan pemuda asal Malang ini berhasil menjalankan bisnis yang ia mulai sejak ia remaja. Banyak liku-liku bisnisnya sampai ia berhasil mendapatkan kesuksesan.

Victor Giovan Raihan yang kala itu masih berusia remaja yaitu 18 tahun iseng membuat racikan minuman dari teh dan susu fermentasi. Siapa sangka racikan minuman yang dibuat Victor Giovan Raihan banyak disukai oleh teman-temannya. Dengan respon dari pasar yang sangat baik, otak bisnisnya mulai bekerja dari sini. Selang beberapa waktu kemudian Raihan memutuskan untuk lebih serius dan fokus mengelola teh racikannya. Mulai dari meracik, menata outlet sampai memberi brand pada bisnis minuman cepat saji.

Raihan sendiri sebenarnya memiliki beberapa macam bisnis minuman cepat saji. Namun yang menjadi andalannya saat ini adalah paket minuman cepat saji yang ia beri nama "Teh Kempot". Kenapa ia memutuskan terjun berbisnis dengan mengambil pasar minuman cepat saji, menurutnya prospek bisnis minuman cepat saji ke depan akan semakin besar. Hal ini menurutnya karena masyarakat saat ini semakin hari semakin menunjukkan keinginan untuk serba cepat dan instan. Nah, salah satu yang bisa mendukung mobilitas masyarakat tersebut adalah minuman cepat saji. Karena minuman model seperti ini selain praktis juga bisa didapatkan di mana saja.

Dalam meracik ramuan teh cepat saji ini, Raihan mengandalkan racikannya sendiri. Ia membeli daun teh setengah matang dari pemasok langganannya, kemudian ia kelola sendiri dan kemudian ia mix dengan yoghurt atau susu

fermentasi. Ada banyak pilihan rasa yang ditawarkan dari minuman racikan Raihan, ada rasa strowberi, rasa coklat, juga ada rasa lemon.

Dengan modal awal 3 juta rupiah, terhitung saat ini bisnis yang dikelola Victor Giovan sangat sukses dan berkembang dengan pesat. Saat ini menurut Victor, per outlet dari teh cepat sajinya mampu menghasilkan antara 2 juta sampai 3 juta per bulan. Kini, anak sulung dari dua bersaudara ini mampu mengembangkan bisnis nya dengan mempunyai 10 gerai yang ia tangani secara langsung dan 17 outlet yang dikelola oleh para rekan bisnisnya. Rekan bisnis nya tersebar di berbagai sudut di Kota Malang dan ada beberapa juga di Palembang dan Jakarta. Untuk bisa menjadi rekan bisnisnya, Victor mematok harga 3,5 juta rupiah dengan mendapatkan satu paket gero-bak dan 100 cup gelas kemasan beserta alat masaknya sekalian.

Untuk saat ini, kapasitas produksinya bisa menghabiskan 20 kg daun teh kering yang bisa dibuat menjadi 70 gelas dan 4 kg gula per harinya per outlet.

Ke depan ia ingin melebarkan sayap bisnis nya dengan membuk mitra baru di kota-kota besar seperti di Surabaya atau juga di Sidoarjo. Segelas teh yang ia jual dihargai 2.000 sampai 2.500 rupiah per kemasan 250 ml.

Saat ini Victor Raihan berhasil memberi lapangan kerja untuk 50 orang karyawan. Sebenarnya selain teh yoghurt, Victor juga mengelola bisnis bakso. Menurut nya, keuntungan yang berhasil ia dapatkan dari teh kemas ini mencapai 350 persen. Sebuah bisnis yang sangat menjanjikan menurutnya jika dibandingkan dengan bisnis bakso yang “hanya” mendapatkan keuntungan mencapai 100 persen.

Sebuah kisah yang sangat menginspirasi yang patut kita jadikan contoh. Jangan terpaku pada usia untuk memulai sebuah usaha atau bisnis, segera realisasikan rencana dan ide Anda dalam berbisnis. Jangan khawatirkan apapun, yang penting semuanya dikonsepkan dengan baik dan dituangkan dalam master plan bisnis yang sistematis.



Sumber:

<https://www.maxmanroe.com/victor-giovan-raihan.html>

Rieska Rahmantiana

Pengusaha Muda, Pemilik dan Pendiri
100 Gerai Es Pisang Ijo



H

anya butuh waktu 3 tahun untuk menjadi sukses, itulah yang terjadi dalam hidup Riezka Rahmatiana. Wanita kelahiran Lombok berusia 26 tahun ini. Di usia yang masih muda gurita bisnisnya sudah meng-Indonesia. Melalui Justmine Pisang Ijo yang ditekuninya sejak 2007, kini ia telah memiliki 100 outlet yang telah tersebar di seluruh Indonesia dengan omset 300 jutaan.

Sukses itu membutuhkan perjuangan. Kerasnya tekad membawanya dari jeratan jatuh bangun bisnis yang pernah ditekuninya. Mulai dari usaha pulsa, laundry hingga warung makan adalah sederet cerita pahit kegagalannya. Baru di pertengahan tahun 2007, tabir sukses itu mulai tersingkap. “Awalnya saya mampir di sebuah restoran yang menjual es pisang ijo. Ternyata rasanya enak sekali. Lalu terpikir untuk mencoba bisnis jenis ini. Sayapun cari-cari resepnya dari internet, “ kisah Riezka.

Membuka Es Pisang Ijo

Ternyata tak semudah yang dibayangkan. Membuat es pisang ijo yang mantab membutuhkan kepiawaian dan talenta yang tinggi. Ia butuh waktu berbulan-bulan untuk mempelajarinya setelah mengalami banyak trial and eror. “Alhamdulillah, setelah terlunta-lunta selama beberapa bulan itu, akhirnya saya menemukan resep yang manjur, saya pun langsung jualan dengan menggunakan sebuah etalase dipinggir jalan,” kenang mahasiswi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjajaran Bandung ini.

Lagi-lagi usahanya mendapat tantangan. Betapa tidak dalam sehari hanya ada lima porsi yang terjual dengan untung sekitar 5000 rupiah, “Tapi saya

pantang menyerah, dengan modal seadanya yaitu 2 juta saya terus berjuang agar minuman yang saya buat laris manis. Ketekunan saya pun berbuah manis, perlahan bisnis saya



mulai dikenal banyak orang. Omsetnya pun naik, “Diakhir pekan saya bisa meraup untung 1 juta rupiah,” bebernya.

Beberapa terobosan pun dilakukannya, bermula dari pengurusan izin usaha, bisnisnya pun makin berkibar dibawah bendera CV Ezka Giga Pratama dengan produk Justmine Pisang Ijo. Kini setelah 3 tahun berlalu, ia mampu memasarkan produknya hingga ke berbagai pelosok nusantara seperti Jabodetabek, Semarang, Surabaya, Sulawesi, Purbalingga, Purwokerto, dan kota lainnya dengan jumlah 100 outlet beromset 300 jutaan per bulan.

Diawali Kegagalan dan Penipuan

Kesuksesan yang direguknya itu siapa sangka bermula dari proses jatuh bangun yang panjang. “Pertama kali saya usaha adalah jualan pulsa, kemudian buka laundry dan warung makan namun entah semuanya gagal. Saya pun membidik usaha lain berupa bisnis investasi.

Ternyata saya malah hampir dibuat frustrasi. Uang saya dan teman-teman sebesar 150 juta raib dibawa kabur,” kisah wanita pehobi jalan-jalan ini. Tapi ia kemudian menemukan jalannya dari es Pisang Ijo Justmine ini. Berbagai penghargaan ia raih seperti Wirausaha Muda Mandiri 2008, UKM Terbaik Spirit Entrepreneur, Setia Adhikarya Mahasiswa, Pemuda Berprestasi 2010.

Untuk mengembangkan usahanya itu, Riezka membuka peluang untuk berinvestasi bagi siapa saja yang berminat dengan sistem waralaba pisang ijo. Hingga kini, ada 100 gerai lebih pewaralaba pisang ijo yang tersebar di Bandung, Jakarta, dan Bekasi. Di samping itu, Riezka juga punya tiga outlet di Bandung. Guna menjamin keuntungan bersama dengan para mitra, proses seleksi mitra waralaba pisang ijo cukup cermat. Riezka menjelaskan, untuk menjadi mitra pisang ijo JustMine, cukup berinvestasi mulai Rp 6,5 juta.



Nantinya, para mitra akan mendapatkan satu booth, paket perlengkapan, paket promosi, jaminan kualitas produk, biaya delivery, training karyawan, dan hak pakai booth. Dengan sistem waralaba yang dikembangkan oleh Rieska ini, maka usaha Gerai Es Pisang Ijo nya terus mengalami pertumbuhan dan perkembangan yang sangat pesat.

Sumber:

<https://biografi-pengusaha-muda.blogspot.com/2013/10/biografi-riezka-rahmatiana-pengusaha.html>



Riska Wahyu Romadhona

Wanita Dialik Suksesnya Bisnis Lapis Talas Sangkuriang Bogor



M

emberi buah tangan kepada saudara atau teman tersayang menjadi kebiasaan masyarakat Indonesia selepas pulang melancong. Budaya tersebut pun mengilhami Rizka Wahyu Romadhona untuk berbisnis. Rizka merupakan wanita dibalik Lapis Talas Bogor Sangkuriang. Inspirasi usaha itu datang ketika ia sering merasa repot kala membawa buah talas dari Bogor sebagai oleh-oleh untuk saudara di kampung halamannya Surabaya, Jawa Timur. Rizka pun memiliki ide untuk menjadikannya makanan siap saji yang lebih praktis dibawa.

Kue lapis memang bukan panganan khas Bogor. Rizka terinspirasi untuk membuat produk tersebut dari kue lapis asal Surabaya. Namun ia membuatnya dengan bahan utama talas yang merupakan oleh-oleh khas Bogor. Kue lapis milik Rizka ini diklaim sebagai yang pertama meski saat ini cukup banyak 'peniru' yang menghadirkan olahan talas serupa. Saat ini, Kue Lapis Bogor Sangkuriang sudah memiliki empat outlet di Bogor, Jawa Barat.

Rizka mengatakan jika usaha yang dirintis dengan sang suami ini dibangun modal yang tidak banyak yakni sekitar Rp 500 ribuan. Saat itu ia juga meminjam sejumlah peralatan dapur dari sang ibu mertua. Awalnya, kue ini hanya dijual kepada para tetangga. Berkat masuk ke berbagai komunitas dan pameran, Rizka berhasil memasarkannya secara lebih luas hingga bisa

terkenal seperti sekarang. Perkembangan bisnis Rizka juga cukup terbantu oleh pelatihan-pelatihan yang diikutinya, salah satunya Wirausaha Muda Mandiri. Wanita 31 tahun itu juga senang berilmu kepada para senior wirausahawan yang berada di bidang yang sama.



"Kita dibantu dari segi promosi dan pelatihan. Di situ, kita diberi banyak pelatihan untuk meningkatkan omzet manajemen, kualitas produk. Apalagi sebelumnya kita pernah jualan bakso dan bangkrut karena salah manajemen. Kita juga difasilitasi untuk promosi ke media dan buka stand di event Bank Mandiri," kata Rizka

Sebelum membuka usaha Lapis Bogor Sangkuriang ini, Rizka memang sudah sering berjualan bahkan pernah mengalami kebangkrutan. Kala itu, ia menjajakan bakso yang dipasarkan ke teman-teman kantornya. Usaha tersebut pernah cukup berkembang hingga menghasilkan keuntungan yang melebihi gajinya. Di tahun 2010, ia pun memutuskan untuk berhenti bekerja dan fokus pada wirausaha. Sayangnya, bisnis ini gagal karena beberapa oknum nakal yang membuat kualitas bakso menurun.



Belajar dari kesalahan tersebut, saat ini Rizka sangat memperhatikan pengelolaan tenaga kerja. Terlebih ia juga sempat kewalahan ketika pekerjanya mencapai 50 orang. Kala itu, Rizka bahkan sampai ingin menutup usaha karena pusing menghadapi banyaknya staff. Untungnya, permasalahan tersebut bisa diatasi yakni dengan pengaturan yang jelas dan tertulis serta memberikan fasilitator.

Wanita lulusan S-2 Manajemen Bisnis tersebut juga pernah menemui kendala ketika berniat memperdayakan anak-anak putus sekolah. "Awalnya saya ingin memperdayakan anak putus sekolah. Tapi banyak yang setengah hari kerja langsung kabur karena ternyata ada penghasilan yang lebih besar. Sekarang masih ada beberapa yang mau kerja. Tapi kebanyakan pekerjanya adalah anak-anak lulusan SMK karena kita sudah pakai mesin," jelas Rizka.

Lapis Talas Bogor Sangkuriang dijual dengan harga Rp 28 ribu. Selain lapis talas, Rizka juga sudah melakukan ekspansi dengan menghadirkan lapis Surabaya. Kue tersebut sudah dipasarkan di Surabaya selama tiga bulan ke belakang. Kedepannya Rizka akan terus mengembangkan usaha ini ke kota-kota lainnya yang sangat potensial.

Kini Lapis Bogor ini telah mengembangkan berbagai varian rasa mulai dari green tea, chocolate, keju, chocolate keju, original dan lain sebagainya. Bahkan selain lapis bogor yang menjadi andalannya, Lapis Bogor juga telah



mengembangkan produk lainnya berupa brownies, cake dan juga kue-kue kering tradisional lainnya. Dengan terus mengembangkan produk tersebut, terbukti bahwa semakin banyak pelanggan yang datang untuk membeli di Lapis Bogor. Hal ini bisa dilihat dari jumlah pelanggan setiap harinya

yang jumlahnya semakin lama semakin banyak, seiring dengan semakin dikenalnya Lapis Bogor ini oleh masyarakat luas bukan masyarakat Kota Bogor melainkan juga kota-kota lain yang ada di Indonesia saat ini, mengingat Lapis Bogor sudah menjadi salah satu ikon oleh-oleh khas Kota Bogor yang menunjukkan salah satu ciri makanan Kota Bogor

Sumber:

<https://wolipop.detik.com/read/2015/12/02/140545/3086004/1133/kisah-rizka-romadhona-wanita-di-balik-sukses-lapis-talas-bogor-sangkuriang>

Sekilas Tentang Penulis

Dr. BAKTI TONI ENDARYONO. SE. MM



Dr. Bakti Toni Endaryono, SE. MM Sinta ID 6690154, Scopus ID 57221647578, Publon ID 4131369, Garuda ID 1244183, ID Reviewer Litabdimas Kemenag 21206610060314 adalah nama penulis buku ini, penulis lahir di Desa Wonorejo tanggal 10 Juni 1982. Penulis menempuh pendidikan mulai dari SDN Kusumajaya lampung tengah, lulus tahun 1994, melanjutkan ke SMP Trijaya kesumajaya lulus tahun 1997. Melanjutkan ke SMU Hang Tuah Di prokimal lampung Utara lulus tahun 2000, kemudian

melanjutkan ke STIE Mulia Pratama bekasi (S1) lulus tahun 2007, dan universitas islam asyafiiyah program akta 4 tahun 2009 dan menempuh pendidikan (S2) di STIE Indonesia School Of Manajemen jakarta pada tahun 2013. Program Doktor (S3) di Pascasarjana UNINUS Bandung Pada Program Studi Ilmu Pendidikan (2021).

Karir Penulis Bidang Akademik ;

- Dosen Tetap Pada IAI Nasional Laa Roiba Bogor
- Ketua Program Studi Ekonomi Syariah IAI Nasional Laa Roiba Bogor 2018
- Dekan Fakultas Syariah IAI Nasional Laa Roiba Bogor Tahun 2020
- Wakil Rektor 1 Universitas Surapati Jakarta Tahun 2019
- Wakil Rektor II IAI Nasional Laa Roiba Bogor Tahun 2023.

Karir Penulis Bidang Non Akademik :

- Team Verifikator Sinteristikdikti 2020 – sekarang
- Reviewer LITABDIMAS Kemenag RI 2022
- Editor dan Reviewer Journal Universitas Indraprasta PGRI Jakarta 2021- sekarang
- Reviewer dan Editor Journal Universitas Islam Bunga Bangsa Cirebon
- Editor In Chif Jurnal Gici Jurnal Keuangan dan Bisnis. STIE GICI.
- Supervisor PT Sucofindo tahun 2024
- Tenaga Ahli Penelitian CV Anugrah Jaya Konsultindo

Karya Tulis

Karya tulis yang diterbitkan; baik secara online dan offline yang di terbitkan di setiap semester

<https://scholar.google.com/citations?user=KDvP8XcAAAAJ&hl=id>.

Memiliki 12 HAKI (Hak Kekayaan Intelektual) yang diterbitkan dari hasil karya ilmiah.

EKO WAHYU WIDAYAT, S.Si, SE., MM



Pria ini lahir di Temanggung, 31 Januari 1978 dari seorang ayah yang bernama H. Zaenudin dan ibunda Hj. Sri Wahyuningsih. Saat ini selain memiliki aktifitas sebagai Dosen Tetap STIE GICI Business School, ia juga pernah menjadi praktisi di beberapa perusahaan swasta. Di usianya yang masih sangat muda, tepatnya tahun 1999, saat ia menikah dengan Julia Ningsih, S.E dan dikaruniasi seorang puteri bernama Faaza Fasihati Widayat, S.Mn. Walaupun telah memiliki istri dan anak, semangat untuk tetap bisa menyelesaikan kuliahnya tidak surut dan mampu menyelesaikan pendidikannya dengan menempuh Magister Manajemen, Universitas Harapan, Sumatera Utara, dan lulus pada tahun 2008 dengan predikat Cumlaude serta berhak menyandang gelar Magister Manajemen (MM).

Beberapa perusahaan yang pernah ia pegang antara lain PT. Dunkindo Leastari, PT. Vita Mandiri Jaya, PT. Formula Bisnis Indonesia, PT. Joko Solo Indonesia, PT. Inti Integritas Sejati, PT. ADS Indonesia serta menjadi Dosen di Universitas Pembangunan Panca Budi dan STIE GICI Business School.

Ia juga pernah menerbitkan beberapa buku seperti Kewirausahaan Panduan Praktis Membangun Bisnis, Start-Up Bisnis, Change Your Life With Business, Revolusi Bisnis, Bisnis Franchise, Empowering Yourself With NLP serta Pengantar Manajemen.

MEGA INDAH EDITYAWATI, SE., MM

Mega Indah Edityawati, SE. MM lahir di Jakarta 18 Februari 1985. Ia merupakan anak ketiga dari tiga bersaudara. Latar belakang Pendidikan yang sudah ditempuh di Universitas Negeri Yogyakarta (S1 Manajemen) dan di Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta (S2-Magister Manajemen). Mempunyai pengalaman bekerja di konsultan training di bidang perbankan dan juga konsultan training di bidang Sumber Daya Manusia (SDM). Dari tahun 2013 hingga sekarang, aktif mengajar di salah satu perguruan tinggi di Depok, Jawa Barat.

Hingga saat ini Indonesia masih tergolong ke dalam negara berkembang dengan jumlah wirausahawan relatif masih sangat sedikit dibandingkan dengan negara-negara maju maupun negara Asean lainnya. Oleh sebab itu pemerintah melalui berbagai kementerian yang ada terus berupaya untuk mendorong para generasi muda agar bangkit dan mau untuk menjadi wirausahawan walau dimulai dengan skala yang masih kecil yaitu UMKM.

Namun pada kenyataannya hingga saat ini masih saja sangat sedikit generasi muda yang tergerak untuk memanfaatkan berbagai program pemerintah tersebut dengan menjadi wirausahawan muda. Salah satu penyebabnya karena para generasi muda Indonesia kurang memiliki karakter positif yang dibutuhkan untuk menjadi generasi muda. Oleh sebab itulah penulis sangat tertarik untuk mengupas permasalahan karakter tersebut dengan menulis buku yang berjudul Desain Pemikiran Bisnis dan Karakter Wiraushawa ini.

Buku ini terdiri dari 14 bab dimana 10 diantaranya secara khusus akan mengupas mengenai karakter positif yang dibutuhkan para generasi muda untuk menjadi seorang wirausahawan. Karakter tersebut meliputi selalu memiliki tujuan yang jelas (visioner), berani melakukan perubahan, berpikir kreatif dan inovatif, berpikir positif, optimis dan percaya diri, pantang menyerah dan berani mengambil risiko, memiliki kepemimpinan yang kuat, memiliki jejaring yang luas, memahami teknologi moderen serta pembelajar.

Diterbitkan Oleh:

PUSTAKA AMMA ALAMIA

Sukaharja, Cijeruk, Bogor
Jawa Barat | 0858-8575-3838

ISBN 978-623-8156-55-9



9

786238

156559

