

— how to create —

# INDONESIA PRENEUR

Rahasia Membangun Kemandirian  
Bangsa Lewat Jalur Wirausaha

Dr. Hery Margono

indo  metamorph  
consulting

How to Create

# INDONESIAPREN EUR

Rahasia Membangun  
Kemandirian Bangsa Lewat  
Jalur Wirausaha

Dr. Hery Margono

# Sempurna Training & Consulting

How to Create  
**INDONESIAPRENEUR**  
Rahasia Membangun Kemandirian  
Bangsa Lewat Jalur Wirausaha

Penulis

**Dr. Hery Margono**

Copyright © 2016, Dr. Hery Margono

Hak cipta dilindungi undang-undang

All right reserved

Penyunting: **Hikmatullah**

(abdi.abadi@yahoo.com)

Desain Sampul & Ilustrasi:

ISBN: 978-602-95552-1-9

Cetakan II, Oktober 2016

Penerbit:

**PT Insan Sempurna Mandiri**

Jl. Cisanggiri II No. 8-10 Lt.2 Kebayoran Baru

Jakarta Selatan 12170

Tel. 72797389 | Fax. 7220370

**Website: [sempurna.web.id](http://sempurna.web.id)**

2016

Kupersembahkan sebuah hadiah kecil istimewa  
untuk pelita hidup yang selalu setia dalam suka  
dan duka, senantiasa memanjatkan doa dalam  
setiap sujudnya, untukmu keluargaku, istriku, dan  
anak-anakku.

Bersama kalian aku belajar memaknai hidup.

*“Dan seandainya pohon-pohon di bumi menjadi  
pena dan laut (menjadi tinta), ditambahkan  
kepadanya tujuh laut (lagi) sesudah (kering) nya,  
niscaya tidak akan habis-habisnya (dituliskan)  
kalimat Allah. Sesungguhnya Allah Maha Perkasa  
lagi Maha Bijaksana.”  
(QS. Al-Luqman:27)*

## KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT karena dengan rahmat dan hidayah-Nya, kita masih diberi kesempatan mewujudkan kehidupan yang kita inginkan. Shalawat serta salam kita sampaikan kepada Rasulullah SAW, Insan Sempurna yang menjadi suri tauladan bagi kita semua.

Pertama-tama, secara pribadi saya ingin menyampaikan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya kepada Anda yang telah bersedia meluangkan waktu untuk membaca buku ini dan memberikan kesempatan kepada saya untuk berbagi pengalaman dan pengetahuan bersama Anda.

Buku **How to Create Indonesiapreneur; Rahasia Membangun Kemandirian Bangsa Lewat Jalur Wirausaha** merupakan perwujudan rasa tanggung jawab saya

sebagai pengusaha sekaligus pendidik terhadap bangsa yang saya cintai ini. Buku ini saya tulis sebagai reaksi dari masih jarangya buku-buku sejenis karya anak negeri yang membahas tentang wirausaha yang dikaitkan dengan pembangunan karakter bangsa. Selain itu, buku ini juga menyajikan sudut pandang yang berbeda dari buku-buku sejenis pada umumnya.

Semoga melalui konsep sederhana yang terdapat dalam buku ini, kita sama-sama mendapatkan manfaat dan solusi esensial untuk membangun bangsa ini lewat jalur wirausaha sehingga pada akhirnya bangsa kita termotivasi untuk bangkit dan mengejar ketertinggalannya dari bangsa lain. *Insyah Allah, Amiin.*

Jakarta, Oktober 2016

**Dr. Hery  
Margono**



## Ucapan Terima Kasih

Katakanlah ada sebuah kotak, ke dalamnya aku masukan hampir semua yang ku miliki dan anehnya kotak itu tak pernah terisi penuh. Aku masukan rasa sakit dan kebahagiaan, kegembiraan dan kesedihan, pemikiran-pemikiranku, impian-impianku, sukacita dan keputusan, serta kesenangan berkarya yang tak terlukiskan. Di atas semua itu, aku letakan segala cinta yang aku rasakan dan setumpuk rasa syukur berbalut bisikan lembut rasa terima kasihku yang tak terhingga. Namun tetap saja kotak itu tak pernah terisi penuh. Tahukah kau kepada siapa kotak ini aku persembahkan? Tak ada yang lain selain kau yang selalu setia menemaniku dalam suka dan duka, *my dearest* istriku Mila Fauziah.

Aku menulis ini untuk kalian juga, tiga malaikat kecil pembawa kebahagiaanku.

Suatu hari yang tak ku ketahui, mungkin kalian akan mengingat kembali buku ini. Mengambilnya dari salah satu rak buku, membersihkannya debunya dan membacakannya kembali kepadaku. Saat itu, mungkin aku sudah terlalu tuli untuk mendengar, terlalu buta tuk melihat, terlalu bisu tuk berucap, dan terlalu tua untuk mengerti. Namun setiap deretan huruf yang kalian lihat, setiap kata yang kalian lafalkan, dan setiap untaian kalimat di dalamnya adalah wujud dari begitu besarnya rasa cinta dan sayangku pada kalian. Lewat buku ini, ayah harap suatu saat kalian akan mengerti anak-anakku.

Untuk sahabat dan saudaraku di Kharisma Advertising dan Sempurna Training & Consulting, kalian tahu bagaimana siklus air di muka Bumi ini? Ketika panasnya sinar mentari mengangkat senyawanya ke atmosfer, lalu awan membawanya entah ke mana dan menurunkannya menjadi hujan di suatu

tempat. Tanpa keluh dia meresap ke dalam tanah dan memberi banyak manfaat bagi semua makhluk hidup di muka Bumi ini. Siklus itu terus bergerak sepanjang hari, selama-lamanya sampai tiba saatnya Bumi ini berhenti berputar. Itulah kalian saudaraku, sungguh setiap detik yang kalian habiskan bersamaku selama bertahun-tahun adalah sesuatu yang sangat berharga bagiku dan tak lelah aku mensyukurinya.

Sesungguhnya masih banyak nama yang ingin aku sapa dan ku persembahkan rasa syukur serta rasa terima kasihku yang terdalam. Namun keterbatasan ruang, waktu, dan kerendahan ini memaksaku untuk berhenti sampai di sini. Semoga kebahagiaan dan kesuksesan senantiasa menerangi jalan kalian sahabat-sahabatku.

Akhir kata, aku ucapkan rasa terima kasihku yang terbesar ke hadirat Allah SWT, Tuhan semesta Alam serta Rasulullah Muhammad SAW sang merek pribadi paling

otentik di muka Bumi ini. Atas karuniaNya lah aku dapat merampungkan buku ini dalam keadaan sehat dan bahagia. Semoga Allah senantiasa memberikan petunjuk kepadaku dan kepada Anda semua yang telah meluangkan waktu membaca buku sederhana ini. *Insyallah, Amiin.*

# DAFTAR ISI

## **KATA PENGANTAR** **DAFTAR ISI**

### **BAB 1: APA KABAR INDONESIA**

1

1

### **BAB 2: HIDUP DI NEGERI KAYA RAYA, APA GUNANYA?** 30

1 Membangun Modal Sosial  
44

2 Modal Sosial Indonesia 60

3

### **BAB 3: HUMAN CAPITAL INDONESIA**

52

1 SDM, Sebuah Pengertian  
68

2 Pentingnya Membangun SDM yang  
Berkualitas 80

3 Pemantapan Kualitas SDM  
88

4

### **BAB 4: MENGAPA HARUS BERWIRAUSAHA?**

99

1 Apa itu Pengusaha?  
111

2 Pentingnya jadi Pengusaha  
116

**BAB 5: APAKAH ANDA BERBAKAT JADI  
PENGUSAHA? 125**

- 1 Fungsi Dominan Otak Kita  
132
- 2 Rasa Ingin Tahu (*Curriosity*)  
139
- 3 Pendidikan Wirausaha  
143

**BAB 6: AS AHLAH INTUISI ANDA  
151**

- 1 Apa itu Intuisi?  
157
- 2 Keputusan Intuisi yang Tepat  
161
- 3 Tips Mempertajam Intuisi  
165

**BAB 7: MENUJU PENGUSAHA SUKSES  
176**

- 1 Kenali Kesempatan Anda  
187
- 2 Persiapkan Diri Anda  
198

**BAB 8: 8 MODAL JADI PENGUSAHA TANGGUH  
215**

**BAB 9: MEMBANGUN KEYAKINAN  
BERWIRAUSAHA 255**

- 1

**BAB 10: MENJADI PENGUSAHA POSITIF**  
296

**BAB 11: JADILAH PENGUSAHA EMOSIONAL**  
329

**BAB 12: KINERJA PENGUSAHA SUKSES**  
357

**BAB 13: JADILAH PEMIMPIN HEBAT**  
379

**BAB 14: ENTREPRENEUR COMMUNICATION**  
422

**BAB 15: ETIKA BISNIS PENGUSAHA**  
478

**DAFTAR PUSTAKA**  
382

# **BAB 1**

# **APA KABAR**

# **INDONESIA?**

Hidup kita meningkat hanya bila kita mengambil kesempatan-kesempatan, dan resiko pertama dan paling sulit yang dapat kita ambil adalah jujur dengan diri kita sendiri.  
(Walter Anderson)

Menaklukkan diri sendiri adalah lebih baik dari pada menaklukkan ribuan musuh dalam peperangan.

Ada sebuah istilah di Tibet, "Musibah seharusnya dimanfaatkan menjadi sumber kekuatan". Tidak peduli seberapa kesulitan yang kita alami, betapa menyakitkan keadaan tersebut, Jika kita sampai kehilangan harapan, maka itu benar-benar merupakan musibah.

(Dalai Lama)

# **BAB 1**

## **APA KABAR INDONESIA?**

"Kemerdekaan bangsa adalah suatu barang yang mulia dan suci, yang tidak mudah dicapai, dan menghendaki korban yang tidak sedikit. Hanya mereka yang berhati tabah dan sabar dapat mencapai cita-cita. Yang lemah dan putus asa jatuh di jalan."

(Bung Hatta)

Sudah sejahterakah kehidupan Anda di negeri ini?

Mungkin sebagian dari Anda cukup beruntung bisa duduk nyaman di dalam kendaraan ber-AC yang akan mengantar kemanapun Anda pergi, mungkin tidur Anda bisa lelap tiap malam karena rumah megah yang Anda miliki dapat melindungi Anda dari

terpaan cuaca seekstrim apapun, mungkin juga perut Anda tak pernah merasakan kelaparan karena penghasilan dan isi dompet Anda cukup membuat Anda percaya diri untuk makan di restoran manapun yang Anda mau, atau mungkin saja Anda dengan mudah mendapatkan apapun yang Anda inginkan karena banyak orang akan melakukannya untuk Anda selama Anda mampu membayarnya.

Sayangnya, “surga” yang Anda nikmati itu ternyata belum bisa dirasakan oleh mayoritas rakyat negeri ini. Kalau Anda tidak percaya, cobalah buka kaca jendela mobil Anda dan melongoklah keluar. Di sana Anda akan menemukan begitu banyak orang berpeluh kepanasan demi mencari penghasilan yang mungkin Anda anggap “recehan”. Coba juga nyalakan layar televisi LED Anda dan lihatlah berita-berita yang banyak mempertontonkan “ketidak-berdayaan” masyarakat negeri ini dalam memperjuangkan

hidupnya atau maraknya *reality show* yang secara gamblang menjual kemiskinan demi sebuah rating.

Setiap hari menjelang, disadari atau tidak, kita masih saja disuguhi realitas yang memprihatinkan dan berulang. Parade kemiskinan yang seakan takkan pernah terhapuskan dari bumi Indonesia, jumlah pengangguran yang semakin membengkak dari tahun ke tahun, jurang kesenjangan antara si miskin dan si kaya yang semakin melebar, sementara para birokrat tanpa malu menumpuk kekayaan dari hasil korupsi dan manipulasi. Akibatnya rakyat jadi frustrasi dan marah, kerusuhan kerap kali terjadi di jalan-jalan, para pelajar bahkan mahasiswa kini lebih senang tawuran daripada belajar, narkoba dan pornografi makin “ramah” terhadap anak-anak bangsa, sementara warga negara yang terpaksa mengais nafkah di luar negeri tak sedikit yang mengalami penyiksaan dan pulang tinggal nama.

Masyarakat pun semakin muak ketika mendapati para pengadil yang justru malah diadili, aparat keamanan banyak yang diamankan dan elit kekuasaan yang makin tidak peduli dengan etika berpolitik sementara rakyat makin kesusahan. Apa sesungguhnya yang salah dengan manusia-manusia di negeri ini? Padahal Indonesia adalah sebuah negara besar dengan sumber daya alam yang melimpah dan sumber daya manusia (SDM) terbesar ke empat di dunia setelah negara China, India dan Amerika Serikat. Sungguh sebuah kebodohan besar apabila kondisi seperti ini dibiarkan terus terjadi.

Jumlah penduduk yang besar, luasnya penguasaan wilayah dan melimpahnya kekayaan sumber daya alam ternyata bukan merupakan jaminan bagi tercapainya kesejahteraan suatu bangsa, tetapi justru kualitas sumber daya manusia merupakan faktor yang paling menentukan.

Tingginya tingkat kemiskinan di Indonesia disebabkan masih rendahnya kualitas SDM yang dimiliki. Demikian sebaliknya, tingkat kemiskinan yang tinggi akan berdampak pada rendahnya kualitas SDM. Oleh karenanya, aspek peningkatan kesejahteraan masyarakat terutama golongan masyarakat miskin turut menentukan keberhasilan pemantapan kualitas SDM di Indonesia.

Walter A. Friendlander sebagaimana dikutip oleh Drs.Syarif Muhidin, Msc di dalam bukunya yang berjudul "*Pengantar Kesejahteraan Sosial*", mendefinisikan kesejahteraan sebagai sebuah kondisi baik dimana seseorang berada dalam keadaan makmur, sehat, dan damai. Sedangkan Zastrow mendefinisikan kesejahteraan sebagai sebuah kondisi terpenuhinya kebutuhan dasar setiap individu. Selanjutnya kedua ahli ini mendefinisikan kesejahteraan sosial sebagai suatu pola pelayanan

yang diberikan oleh pihak yang berwenang yang dalam hal ini pemerintah selaku pelaksana kehidupan bernegara agar masyarakat mampu memenuhi kebutuhan sosial, ekonomi, pendidikan, dan kesehatannya.

Menurut UU No. 11 Tahun 2009 pasal 1 dan 2, kesejahteraan sosial merupakan suatu keadaan terpenuhinya kebutuhan hidup yang layak bagi masyarakat, sehingga mampu mengembangkan diri dan dapat melaksanakan fungsi sosialnya yang dapat dilakukan pemerintah, pemerintah daerah dan masyarakat dalam bentuk pelayanan sosial yang meliputi rehabilitasi sosial, jaminan sosial, pemberdayaan sosial, dan perlindungan sosial. Pembangunan kesejahteraan sosial ini menjadi bagian tak terpisahkan dari pembangunan nasional dimana pembangunan kesejahteraan sosial berperan aktif dalam meningkatkan kualitas hidup bangsa

Indonesia. Hal ini karena pada prinsipnya konstruksi pembangunan kesejahteraan sosial terdiri atas serangkaian aktivitas yang direncanakan untuk memajukan kondisi kehidupan manusia melalui koordinasi dan keterpaduan antara pemerintah, pemerintah daerah dan masyarakat dalam upaya penyelenggaraan kesejahteraan sosial dalam mengatasi Penyandang Masalah Kesejahteraan Sosial (PMKS) menjadi kerangka kegiatan yang utuh, menyeluruh, berkelanjutan dan bersinergi, sehingga kesejahteraan sosial masyarakat lambat laun dapat meningkat.

Penyandang Masalah Kesejahteraan Sosial (PMKS) merupakan seseorang, keluarga atau kelompok masyarakat yang karena suatu hambatan, kesulitan atau gangguan, tidak dapat melaksanakan fungsi sosialnya, sehingga tidak dapat terpenuhi kebutuhan hidupnya (jasmani, rohani dan sosial)

secara memadai dan wajar. Penanganan penyandang masalah kesejahteraan sosial (PMKS) khususnya fakir miskin apabila tidak dilakukan secara tepat akan berakibat pada kesenjangan sosial yang semakin meluas, dan berdampak pada melemahnya ketahanan sosial masyarakat, serta dapat mendorong terjadinya konflik sosial.

Kesenjangan pertumbuhan ekonomi, tidak meratanya akses dan manfaat pembangunan ekonomi, kemiskinan, kekurangan pangan, dan pengangguran adalah fakta sehari-hari di kehidupan masyarakat kita. Perbedaan dalam lingkup sosial ekonomi antara lain kaya dan miskin, pekerja dan pengangguran, mereka yang mempunyai rumah dan mereka yang hanya tidur di jalanan menimbulkan berbagai permasalahan, salah satu diantaranya adalah kesenjangan sosial. Kesenjangan sosial yang banyak terjadi di negara ini adalah salah satu hal yang

tidak mencerminkan keadilan. Hal ini sangat bertolak belakang dengan sila kelima Pancasila yang berbunyi “Keadilan sosial bagi seluruh rakyat Indonesia”.

Padahal Pancasila merupakan dasar filsafat negara yang terkandung dalam Pembukaan UUD NRI 1945 alinea keempat yang secara formal yuridis mempunyai kedudukan hukum, sehingga merupakan pokok kaidah fundamental Negara Kesatuan Republik Indonesia. Menurut Notonagoro (1974) dalam buku *“Pancasila Dasar Falsafah Negara”*, pokok Kaidah Negara yang fundamental tersebut di atas di dalam ilmu Hukum mempunyai hakekat dan kedudukan yang tetap, kuat dan tidak berubah bagi negara yang telah dibentuk, jadi dengan jalan hukum tidak dapat diubah.

Untuk itu, penanggulangan kemiskinan perlu menjadi agenda kebijakan penting karena secara moral pemerintah harus mengemban tanggung

jawab sesuai dengan amanat konstitusi UUD 1945 yang secara eksplisit memberi amanat kepada pemerintah untuk melindungi hak-hak warga negara. Jika pemerintah melalaikan masalah kemiskinan berarti pula pelanggaran terhadap konstitusi. Di samping itu, saat ini penanggulangan kemiskinan dapat dikatakan menjadi suatu keharusan bagi pemerintah, karena hal ini sudah menjadi komitmen global sejak dilaksanakan konferensi tingkat tinggi Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) tahun 2000 yang telah menelurkan Deklarasi *Millenium Development Goals* (MDGs) untuk mencapai kesejahteraan penduduk tahun 2015. *Millenium Development Goals* (MDGs) merupakan komitmen nasional dan kemitraan global dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat yang diupayakan melalui pembangunan sosial. MDGs meliputi delapan tujuan yaitu menanggulangi kemiskinan dan kelaparan,

mencapai pendidikan dasar untuk semua, mendorong kesetaraan gender dan pemberdayaan perempuan, menurunkan kematian anak, meningkatkan kesehatan ibu, memerangi HIV/AIDS, malaria dan penyakit menular lainnya, memastikan kelestarian lingkungan hidup serta mengembangkan kemitraan global dalam pembangunan.

Menurut Muttaqin (2012), pemerintah menyatakan angka kemiskinan terus menurun dari 23,4% pada tahun 1999 dan 16,58% pada tahun 2007 menjadi 12,35% pada tahun 2011. Permasalahannya, turunnya tingkat kemiskinan versi pemerintah tersebut disebabkan oleh rendahnya standar garis kemiskinan yang digunakan. Pada tahun 2011 standar garis kemiskinan nasional sebesar Rp.243.729,-. Artinya penduduk yang miskin adalah penduduk yang memiliki pengeluaran rata-rata perbulan di bawah Rp. 243.729,- atau perharinya di bawah Rp. 8.124,-.

Jika pengeluaran rata-rata seseorang setiap harinya naik sebesar dua ratus rupiah dari Rp. 8.000,- menjadi Rp. 8.200,-, maka oleh pemerintah, orang tersebut tidak dikategorikan sebagai orang miskin. Ini jelas sangat tidak rasional. Jadi, ada kemungkinan bahwa sesungguhnya angka kemiskinan di negara kita jauh lebih besar daripada angka yang telah dipublikasikan oleh pemerintah.

Selain itu, kalau dihitung secara matematika, menurunnya jumlah penduduk miskin seharusnya diikuti dengan menurunnya kuantitas Jamkesmas, dengan kata lain bahwa tingkat kemiskinan pun akan turut menurun. Tetapi yang terjadi sebaliknya, anggaran kemiskinan justru terus meningkat dari tahun ke tahun. Situasi tersebut mengindikasikan bahwa sinkronisasi data belum berjalan dengan baik, terutama berkaitan dengan data kependudukan, sehingga mengakibatkan program peningkatan

kesejahteraan masyarakat dapat salah sasaran. Selain itu, ada penilaian bahwa penyelenggaraan program peningkatan kesejahteraan belum mencerminkan suatu program pembangunan yang partisipatif.

Menurut Dr. Revrisond Baswir, Kepala Pusat Studi Ekonomi Kerakyatan dalam Seminar Nasional *“Inovasi Social Policy dalam Mewujudkan Kesejahteraan yang Membumi”*, yang diselenggarakan oleh Himpunan Mahasiswa Ilmu Administrasi Negara, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Yogyakarta, kebijakan sosial di Indonesia masih kurang diperhatikan. Indonesia masih mementingkan kebijakan ekonomi. Di negara maju yang lebih diperhatikan adalah kebijakan sosialnya dari pada kebijakan ekonominya. Di Indonesia, 90% uang yang berputar dikuasai oleh beberapa orang yang berkuasa saja. Secara makro, Indonesia lebih mengistimewakan kelas kapitalis sehingga terdapat

*gap* (kesenjangan) yang cukup besar antara si miskin dan si kaya.

Rakyat Indonesia berhak untuk sejahtera, namun pada kenyataannya sebagian besar rakyat Indonesia masih berada di bawah garis kemiskinan. Mereka kesulitan dalam memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari lantaran harga-harga kebutuhan pokok, sandang, pangan, termasuk biaya pendidikan yang kian mahal. Kemiskinan telah membuat jutaan anak-anak tidak bisa mengenyam pendidikan yang berkualitas, kesulitan membiayai kesehatan, kurangnya tabungan dan tidak adanya investasi, kurangnya akses ke pelayanan publik, kurangnya lapangan pekerjaan, kurangnya jaminan sosial dan perlindungan terhadap keluarga, serta menguatnya arus urbanisasi. Akibat yang lebih parah, kemiskinan menyebabkan jutaan rakyat memenuhi kebutuhan pangan, sandang, dan papan secara terbatas.

Memang sudah selayaknya masyarakat Indonesia mendapatkan penghasilan yang layak agar dapat hidup sejahtera dan memenuhi kebutuhan hidupnya. Namun yang menjadi pertanyaan sekarang adalah mengapa upah tenaga kerja kita masih saja rendah? Apalagi berdasarkan temuan World Bank (2012) diketahui bahwa 92% tenaga kerja Indonesia bekerja di sektor informal atau bekerja tanpa kontrak. Data tersebut menyiratkan bahwa transaksi informal di pasar tenaga kerja tidak hanya terjadi pada sektor informal, tapi juga di sektor formal. Artinya, di badan usaha yang terdaftar, berbadan hukum, berizin usaha, dan atau sudah merupakan Perusahaan Kena Pajak (PKP) sekalipun, masih ada pekerja yang tidak dilindungi haknya dengan kontrak kerja; dengan kata lain, bahkan di sektor formal pun belum ada jaminan bahwa pekerja akan diupah sesuai dengan UMR.

Pekerjaan dengan kualitas rendah ini sejatinya lebih buruk dari pengangguran. Orang yang bekerja dengan pekerjaan kualitas rendah lebih banyak mengalami masalah kesehatan mental. Pekerja yang tergolong pekerjaan rendah dalam sebuah penelitian yang dilakukan *The Australian National University di Canberra, Australia*, mengalami gangguan mental yang lebih buruk daripada pengangguran. Tingkat depresi, kecemasan dan emosi negatif lebih tinggi. Para peneliti ini juga menuturkan bahwa pekerja yang mendapatkan pekerjaan dengan kualitas rendah justru akan memperburuk kondisi kesehatan mentalnya. Kalau kondisi ini terus dibiarkan, bukan tidak mungkin suatu saat stabilitas keamanan nasional kita akan menjadi taruhannya.

Keberadaan tenaga kerja, bagaimana pun memiliki peranan yang sangat penting dalam memajukan perekonomian negara. Kalau dicermati

secara objektif, kondisi ketenagakerjaan yang terjadi selain karena masih lemahnya fungsi kontrol pemerintah, juga disebabkan oleh masih rendahnya kualitas tenaga kerja itu sendiri. Berdasarkan data BPS Februari 2014, rendahnya kualitas angkatan kerja terindikasi dari perkiraan komposisi angkatan kerja yang sebagian besar berpendidikan SD ke bawah sebanyak 47,87 persen, SMP 18,28 persen dan yang berpendidikan lebih tinggi termasuk perguruan tinggi hanya 9,72 persen. Rendahnya tingkat pendidikan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi mutu tenaga kerja Indonesia. Akibatnya jumlah hasil produksi yang dihasilkan rendah, sedangkan biaya produksi tinggi. Hal ini mengakibatkan hasil produksi Indonesia sulit bersaing dengan produksi negara maju.

Ketua Umum Kamar Dagang dan Industri Indonesia (Kadin) Suryo B. Sulisto mengatakan,

kualitas tenaga kerja Indonesia yang masih rendah berdampak pada tingkat produktivitas dunia usaha nasional dan rendahnya tenaga kerja yang terserap oleh industri. Rendahnya kualitas tenaga kerja berimbas pada tingkat produktivitas dunia usaha Indonesia. Tingkat produktivitas dunia usaha Indonesia berada di peringkat ke-59 dibandingkan Thailand di peringkat ke-27 dan Malaysia di peringkat ke-18. Sehingga wajar saja apabila tenaga kerja di negara tetangga tersebut mendapatkan upah yang lebih layak.

Tingkat produktivitas tenaga kerja Indonesia yang masih rendah ini juga sering menjadi keluhan kalangan pengusaha. Ketua Umum Asosiasi Pengusaha Indonesia (Apindo) Sofjan Wanandi mengatakan, kenaikan UMP 40% di tahun 2013 saja belum mampu mendorong peningkatan produktivitas buruh. Hal senada juga diungkapkan oleh Prof. Yukiko

Hirakawa dari Hiroshima University. Dalam salah satu sesi *Joint Seminar on Technology Transfer* yang diselenggarakan di ITB, Prof. Yukiko Hirakawa mempresentasikan hasil survey yang dia lakukan terhadap pengusaha/professional Jepang tentang persepsi mereka terhadap tenaga kerja Indonesia. Menurutnya, dalam persepsi orang Jepang tenaga kerja Indonesia tidak punya banyak keunggulan, kecuali bahwa upah mereka murah. Selbihnya, mereka dianggap punya kemampuan analitik yang lemah, etos kerja serta disiplin yang lemah.

Kondisi ini menyebabkan para pengusaha khususnya para investor asing yang membuka usaha di Indonesia lebih memilih mempekerjakan Tenaga Kerja Asing (TKA) yang mereka anggap lebih berkualitas dan lebih bisa diandalkan. Bernadette Themas, *Managing Director Kelly Services Indonesia*, sebuah perusahaan penyedia solusi tenaga kerja yang

melayani jasa rekrutmen tenaga kerja mengungkapkan fakta memprihatinkan ini. Ia menyatakan kalau banyak perusahaan yang menjadi kliennya yang enggan mengambil tenaga kerja dari Indonesia. Hal ini disebabkan banyak tenaga kerja Indonesia justru baru bisa beradaptasi dengan pekerjaannya setelah mereka bekerja selama satu hingga dua tahun. Padahal, perusahaan-perusahaan ini butuh orang yang benar-benar siap kerja. Bukan menunggu supaya mereka belajar lebih dulu tentang pekerjaan yang akan dijalaninya.

Bila kondisi ini terus dibiarkan, bukan tidak mungkin suatu saat bangsa Indonesia hanya jadi pesuruh dari tenaga-tenaga asing. Apalagi menjelang Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) Tahun 2015 mendatang, tenaga kerja Indonesia akan bersaing dengan tenaga kerja dari negara ASEAN lainnya. Terlebih lagi, ada sekitar 6 juta pekerja Indonesia di

luar negeri yang sebagian besar bekerja mengisi pos-pos kerja non profesional seperti pembantu rumah tangga, supir, buruh bangunan dan sejenisnya.

Saat ini ada sekitar 6 juta pekerja Indonesia di luar negeri yang sebagian besar bekerja mengisi pos-pos kerja non profesional seperti yang telah saya sebutkan di atas. Kondisi ini tentu bukannya tanpa masalah karena banyak diantara para pahlawan devisa ini yang mengalami kesewenangan pihak majikan dalam memperkerjakan TKI seperti pelanggaran HAM, pemerkosaan, dan pemotongan gaji oleh majikan. Serikat Buruh Migran Indonesia (SBMI) mencatat, dalam dua tahun terakhir kasus penganiayaan terhadap TKI di luar negeri meningkat 39%. Kasus kekerasan seksual terhadap TKI meningkat 33%, sedangkan kasus kecelakaan kerja yang menimpa TKI meningkat 61%, dan kasus TKI yang dikirim ke luar negeri dalam kondisi sakit

meningkat 107 persen. Hal ini kalau kita cermati ternyata kembali berakar pada rendahnya kualitas SDM kita. Permasalahan ini bermula dari minimnya waktu pelatihan keterampilan yaitu hanya 3 bulan dan banyaknya prosedur yang sangat rumit untuk menjadi TKI dan penyaluran TKI yang menyebabkan munculnya TKI dan PJTKI ilegal. Ini juga berkorelasi dengan minimnya latar belakang pendidikan.

Dampak yang akan ditimbulkan dari permasalahan-permasalahan ini, tentunya berkaitan dengan pendapatan masyarakat yang rendah, meningkatnya pengangguran karena tenaga kerja Indonesia kalah bersaing, yang mana semua itu akan bermuara pada meningkatnya angka kemiskinan serta timbulnya dampak sosial lainnya. Ujung-ujungnya kerusuhan akan makin marak terjadi dan supremasi hukum menjadi taruhannya.

Atas anomali ekonomi tersebut, akhirnya memunculkan perilaku sosial yang brutal. Masyarakat cenderung menjadi pemarah, tidak sabar dan sering melanggar aturan. Hampir setiap hari di jalanan, kita menyaksikan betapa masyarakat saling serobot tanpa mengindahkan etika, dan norma-norma dalam berlalu lintas. Selain itu, kemiskinan juga menyebabkan berbagai sub masalah dalam masyarakat. Beberapa masalahnya antara lain munculnya pelanggar-pelanggar aturan, kejahatan jalanan, penimbunan rasa takut dan berbagai jenis kejahatan lainnya. Kejahatan pada hal ini muncul karena rasionalitas pelaku kejahatan yang dalam tindakannya berorientasi kepada materi dan harta benda. Kejahatan harta benda ini memungkinkan tujuannya adalah mendapatkan harta dan materi yang dapat digunakan untuk mencukupi kebutuhan hidupnya. Kesulitan mencukupi kebutuhan hidupnya

tersebut akan menyebabkan pelaku kejahatan berpikir rasional dalam tindakannya. Setelah itu, dapat ditarik kesimpulan bahwa kemiskinan juga menyebabkan pengangguran yang dampaknya bisa beruntun kepada gejala sosial lainnya. Akibat pengangguran, berbagai kejahatan yang teroganisir yang memiliki wilayah cakupan luas menjadi muncul.

Kejahatan yang dipengaruhi oleh kemiskinan ini juga dipaparkan oleh W.A Bonger, ia menyatakan bahwa kemiskinan akan mengakibatkan orang miskin melakukan apa saja demi mendapatkan uang. Yang paling berbahaya adalah *human trafficking* terjadi pada perempuan dan anak-anak. Fenomena *human trafficking* sebagian besar diakibatkan oleh kemiskinan akut yang berujung pada 'perbudakan' jenis baru dalam masyarakat modern. Kejahatan tersebut sangatlah menyangkut dengan kesehatan

korbannya akibat kurangnya pengawasan pemerintah, sehingga jual-beli manusia pun terjadi.

Kejahatan karena kemiskinan juga disebabkan oleh kejahatan para penguasa. Subsidi yang dikorupsi oleh kalangan birokrat sangatlah berpengaruh besar terhadap kondisi masyarakat. Karena miliaran hingga triliunan uang negara yang diselewengkan oleh oknum pejabat di pemerintahan telah menimbulkan kerugian besar bagi keuangan negara. Selain itu perdagangan yang tidak adil, akibat kejahatan oleh para korporat yang merugikan konsumen dan lawan bisnis menjadikan kondisi perekonomian yang tidak sehat. Iklim usaha menjadi tidak menentu dikarenakan persekongkolan korporat dan birokrat yang bermain hukum demi kepentingannya. Itu semua bermuara pada masalah kesejahteraan, sehingga mengubah perilaku dan mental masyarakat dalam penegakan supremasi hukum.

Guru Besar Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, Sri Edi Swasono beranggapan bahwa kemiskinan adalah malapetaka sosial-kultural. Kegagalan untuk memberikan kemakmuran kepada seluruh rakyat merupakan awal dari sebuah malapetaka bangsa. Untuk itu, pembangunan tidak boleh hanya dinikmati oleh sekelompok orang saja, tetapi harus merata dirasakan oleh seluruh warga negara Indonesia. Pembangunan kesejahteraan sosial memerlukan dukungan dari seluruh elemen masyarakat. Usaha dalam pembangunan dan peningkatan kesejahteraan sosial di Indonesia merupakan tanggungjawab pemerintah dan masyarakat. Masyarakat berperan sebagai pelaksana utama, sedangkan pemerintah adalah menetapkan regulasi dan memberikan fasilitas.

Prahalad (2002) dalam bukunya yang monumental, *The Fortune at the Bottom of the*

*Pyramid*, menjelaskan bahwa upaya pengentasan masyarakat miskin merupakan upaya aktif yang berkaitan di antara seluruh elemen, pemerintah, korporasi (swasta dan BUMN/D), organisasi masyarakat, agen-agen pembangunan, dan penduduk miskin itu sendiri. Penduduk miskin harus terlibat aktif untuk membebaskan dirinya dari jurang kemiskinan. Sementara itu, tugas pemerintah adalah menciptakan lingkungan yang dapat menjadi insentif bagi seluruh elemen untuk terlibat aktif. Tanggung jawab korporasi pada negara sesungguhnya tidak sekadar membayar pajak, tetapi juga memiliki tanggung jawab sosial terhadap lingkungannya.

# **BAB 2**

## **HIDUP DI NEGERI KAYA RAYA, APA GUNANYA?**

Bahaya terbesar untuk kita semua bukan karena tujuan kita terlalu tinggi sehingga kita kehilangannya, tetapi karena terlalu rendah sehingga kita mudah mencapainya.

(Michaelangelo)

Ada kekuatan di dalam diri Anda sendiri yang jika Anda temukan dan gunakan, akan membuat diri Anda persis seperti yang selalu Anda impikan dan bayangkan.  
(Orison Sweet Marden)

## **BAB 2**

# **HIDUP DI NEGERI KAYA RAYA, APA GUNANYA?**

"Negeri kita kaya, kaya, kaya-raya,  
Saudara-Saudara. Berjiwa besarlah,  
ber-imaginasi. Gali! Bekerja!  
Gali! Bekerja! Kita adalah satu  
tanah air yang paling cantik di  
dunia."

(Bung Karno)

Indonesia adalah negara yang sangat kaya dengan sumber daya alam (SDA) maupun sumber daya manusianya (SDM). Bahkan menurut catatan sejarah, pada abad ketujuh masehi, kita pernah menjadi bangsa yang sangat disegani dunia lewat kerajaan Sriwijaya dan lewat kerajaan Majapahit

pada abad ke-14. Untuk kembali membangun Indonesia menjadi negara besar dan disegani dunia, setidaknya kita butuh modal yang dalam hal ini terdiri dari:

1. Modal alam (*natural capital*)
2. Modal fisik (*physical capital*)
3. Modal sosial (*social capital*)
4. Modal manusia (*human capital*)

Kalau kita melihat *natural capital* yang kita miliki, sejatinya kita memiliki modal yang luar biasa besar dan kaya. Untuk gas alam yang ada di Blok Natuna Timur<sup>1</sup> saja yang diprediksi memiliki kandungan gas alam terbesar di dunia, kita dititipkan Allah SWT sebesar 222 triliun kaki kubik potensi gas alam senilai Rp. 6.287,25 triliun! Cadangan gas alam di sini diperkirakan dapat dieksplorasi selama 30

---

<sup>1</sup> Dikelola oleh PT. Pertamina dengan Exxon Mobil Corporation

tahun ke depan. Lalu, di Blok Cepu cadangan minyak di kawasan ini diperkirakan mencapai lebih dari 600 juta barrel dan kandungan gas alam yang signifikan. Selain itu, kita juga memiliki kekayaan lain berupa emas, tembaga, perak, *molybdenum*, *rhenium* yang semuanya berada di tanah Papua dan dikelola oleh Freeport, sebuah perusahaan pertambangan asal Amerika Serikat dan penghasil emas terbesar di dunia.

Indonesia adalah salah satu negara di dunia yang dianugerahkan daya tarik di bidang *source of nature* (Sumber daya alam), dengan tanah subur yang di atasnya tumbuh sekitar 60% tumbuhan dari dari dua juta spesies tumbuhan di dunia. Dalam perut bumi negeri ini pun tersimpan cadangan sumber energi fosil seperti gas dan minyak yang sangat besar. Negara Indonesia juga merupakan eksportir gas alam cair (*liquefied natural gas / LNG*) terbesar di dunia,

eksportir minyak mentah terbesar di kawasan Asia Pasifik dan pengeksport batubara nomor tiga di dunia. Hutannya pun memiliki kekayaan hayati luar biasa banyak dan merupakan salah satu negara *Mega Biodiversity* (kekayaan akan keanekaragaman hayati ekosistem, sumberdaya genetika, dan spesies yang sangat berlimpah).

Dalam dokumen '*Biodiversity Action Plan for Indonesia*' tercatat bahwa Indonesia memiliki sekitar 25.000 tumbuhan berbunga, 515 jenis mamalia (36 persen merupakan jenis endemik), 16% jenis reptil dunia dan 17% dari jenis burung dunia. Lautan pun tidak kalah kayanya, di dalamnya terkandung sekitar 6,2 juta ton ikan dan merupakan 25% dari spesies ikan dunia.

Hasil survey Tim Nasional Pembakuan Nama Rupabumi sejak tahun 2007 hingga akhir 2010, menunjukkan bahwa Indonesia terdiri atas 13.466

pulau yang tersebar dari Sabang sampai Merauke, dan dari Pulau Tanlaud hingga Pulau Rote. Luas daratan Indonesia mencapai 1.919.443 km<sup>2</sup>, sedangkan luas lautannya mencapai enam kali lipat dari luas daratan, dan menjadikan Indonesia sebagai negara yang memiliki jumlah pulau terbanyak di dunia. Panjang pantai negeri ini pun luar biasa yaitu sekitar 95.181 km dan merupakan pantai kedua terpanjang di dunia setelah Kanada, namun merupakan pantai tropis terpanjang di dunia.

Selain itu, negara kita pun memiliki kedudukan penting dalam lalu lintas perdagangan dunia. Letak Indonesia sangat strategis karena berada di antara dua benua (Asia-Australia) dan dua samudera (Pasifik-Laut China Selatan dan Samudera Hindia/Indonesia). Melalui modal alam yang kita miliki ini, seharusnya kita sudah menjadi negara yang sangat maju.

Sementara itu untuk *physical capital*, kita pun tak kalah kaya dengan begitu banyaknya bangunan warisan budaya kita yang telah diakui dunia seperti Candi Borobudur, Candi Prambanan, rumah-rumah adat yang tersebar dari Sabang sampai Merauke, gedung-gedung peninggalan Belanda yang memiliki nilai historis yang sangat tinggi, hingga infrastruktur modern yang terus dibangun oleh pemerintah Indonesia hingga saat ini.

Modal sosial yang dimiliki Indonesia pun tak kalah hebatnya. Awal tonggak sejarah (*milestone*) modal sosial Indonesia adalah Sumpah Pemuda 28 Oktober 1928, ketika organisasi pemuda berbasis suku dan agama berkumpul dan bersumpah membuang sektarianisme, membangun sikap saling percaya, gotong royong untuk Indonesia Merdeka. Semua suku, golongan, agama, bahkan, golongan Tionghoa ikut terlibat dalam tonggak pembangunan

modal sosial ini. Gerakan kemerdekaan Indonesia yang dimotori pemuda-pemuda seperti Soekarno, Moh Hatta, Sutan Sjahrir, Amir Sjarifuddin, dan Tan Malaka merupakan orang-orang dari berbagai latar belakang dan ideologi namun bersama-sama dengan rakyat menggunakan modal sosial yang tangguh untuk kemerdekaan.

Menurut Ben Anderson, Sumpah Pemuda meletakkan dasar yang kokoh bagi kemerdekaan bangsa Indonesia. Sepak terjang para pemuda berasal dari berbagai latar belakang yang berbeda dan bersinergi serta bahu-membahu demi mewujudkan kemerdekaan bangsa, tercatat mengesankan dalam merebut dan mempertahankan kemerdekaan dan mengobarkan semangat dan aktualisasi nasionalisme.

Modal sosial seperti inilah yang harus kita kobarkan lagi dalam pikiran, hati dan jiwa kita agar

bangsa ini bisa kembali berdiri dan sejajar dengan bangsa-bangsa lain. Para pendahulu kita telah membuktikannya dan kini saatnya giliran kita melanjutkan perjuangan mereka.

Tidak hanya itu, Indonesia juga kaya akan jumlah sumber daya manusia. Hal ini terbukti dengan peringkat keempat atas jumlah penduduk terbanyak di dunia yang ditempati oleh Indonesia. Dengan jumlah sebanyak ini Indonesia mempunyai peluang lebih untuk memiliki sumber daya manusia yang lebih berkompeten daripada negara yang jumlah penduduknya sedikit. Melalui fakta-fakta ini, seharusnya Indonesia telah bermetamorfosis menjadi negara maju di dunia. Namun bagaimana dengan kenyataannya?

Lantas apakah kita sudah sejahtera dengan semua modal yang kita miliki ini? Menjadi bangsa maju yang patut diperhitungkan dunia? Sayangnya

tidak, atau mungkin setidaknya belum. Menurut laporan BPS per Februari 2014, jumlah pengangguran di Indonesia saat ini mencapai 7,15 juta orang dari jumlah total angkatan kerja yang mencapai 125,32 juta orang. Selain itu, masih bersumber dari laporan yang sama, pada bulan Maret 2014, jumlah penduduk miskin mencapai 31,023 juta jiwa.

Melihat fakta ini, ternyata sampai saat ini Indonesia masih tergolong sebagai negara berkembang. Suatu negara digolongkan sebagai negara berkembang jika negara tersebut belum dapat mencapai tujuan pembangunan yang telah ditetapkan atau belum dapat menyeimbangkan pencapaian pembangunan yang telah dilakukan. Adapun suatu negara digolongkan sebagai negara maju jika negara tersebut telah mampu menyeimbangkan pencapaian pembangunan yang telah dilakukan, sehingga sebagian besar tujuan

pembangunan telah dapat terwujud, baik yang bersifat fisik ataupun nonfisik. Penggolongan suatu negara menjadi negara maju atau berkembang dapat diketahui berdasarkan indikator-indikator kuantitatif dan kualitatif. Pendekatan kuantitatif mencakup jumlah dan kepadatan penduduk, tingkat pertumbuhan penduduk, angka beban tanggungan, dan usia harapan hidup. Sedangkan indikator kualitatif mencakup etos kerja dan pola pikir, tingkat pendidikan, mata pencaharian, tingkat kesehatan, pendapatan, dan kesadaran hukum.

Dalam kasus negara kita, sayangnya walaupun dianugerahi kelebihan di bidang sumber daya alam dan sumber daya manusia tidak serta merta membuat Indonesia menjadi negara maju layaknya negara Jepang, Amerika Serikat atau China. Meskipun menurut *Human Development Index* (HDI) Indonesia pada 14 Maret 2013 dilaporkan naik tiga peringkat

dari 124 ke 121 dan berdasarkan UNDP monitor, Indonesia meraih score 0,629 naik 0,009, meliputi aspek tenaga kerja, kesehatan, dan pendidikan, namun peringkat Indonesia masih jauh lebih rendah dibandingkan negara-negara tetangga seperti Singapura dan Malaysia. Apa sebenarnya yang salah dengan Indonesia? Padahal SDA sangat melimpah dan SDM pun tak kurang banyaknya. Apalagi yang dibutuhkan untuk membangun negara ini?

Semua ini salah siapa sebenarnya? Salah Anda kah atau salah saya? Tak penting kita saling menunjuk siapa yang salah dan benar, yang jelas kita belum mampu menjaga titipan Allah ini dengan baik, kita masih terlalu malas untuk berusaha dan terlalu senang berfoya-foya. Menurut sebuah survey, dari sisi daya saing dan produktivitas kerja, pada tahun 2010 Indonesia menempati peringkat 57 dari 61 negara yang disurvei. Sungguh memalukan bukan?

Kita masih saja terlena dengan banyaknya sumberdaya alam yang menjadi kekayaan bangsa kita, tetapi lupa memberdayakannya secara optimal. Sehingga, ibarat hidup, kita masih tergolong bangsa miskin yang duduk di depan gedung mewah milik kita sendiri tanpa tahu cara memasukinya. Kita masih sering merasa kelaparan di lumbung padi yang berdiri di hamparan sawah luas karena tak tahu cara memasak. Sungguh aneh dan susah untuk dimengerti oleh akal sehat. Komunitas bangsa yang memiliki jumlah penduduk sangat besar, bangsa yang memiliki kekayaan alam luar biasa banyak, dan bangsa yang cerdas pandai luar biasa besar jumlahnya, namun berpotensi menjadi negara miskin karena tak tahu cara mengelola kekayaannya sendiri.

*Dan apa saja musibah yang menimpa kamu maka adalah disebabkan oleh perbuatan tanganmu sendiri,*

*dan Allah memaafkan sebagian besar (dari  
kesalahan-kesalahanmu)  
(QS. As-Syura: 30)*

## **Membangun Modal Sosial**

Sebelum kita membahas permasalahan di atas lebih lanjut, saya akan mengajak Anda untuk membahas lebih dalam tentang modal sosial. Modal sosial (*social capital*) pertama kali dikenal lewat kajian Lyda J. Hanifan pada tahun 1916 di Virginia. Awalnya kajian tentang modal sosial ini lebih merupakan upaya untuk memahami kehidupan kelompok-kelompok penduduk perkotaan dan para penghuni daerah-daerah kumuh (*slums*). Konsep ini kemudian didaur ulang oleh ilmuwan-ilmuwan sosial seperti C. Loury (1977) dan J. Coleman (1980), meskipun secara substansial isinya tidak sama. Pada saat itu telah muncul ide-ide dalam kajian masyarakat (*community studies*) untuk menunjukkan

pentingnya jaringan hubungan pribadi yang kuat dan dalam (*crosscutting*), yang berkembang perlahan-lahan sebagai landasan bagi saling percaya, kerjasama, dan tindakan kolektif dari komunitas yang bersangkutan. Jaringan ini menentukan bertahannya dan berfungsinya sebuah kelompok masyarakat.

Konsep modal sosial ini kemudian menemukan momentumnya ketika Robert Putnam menulis buku yang berjudul *Making Democracy Work: Civic Tradition in Modern Italy* (1993) dengan menggunakan studi kasus di negara Italia. Pada saat inilah teori tentang modal sosial banyak membantu para peneliti kajian organisasi (*organization studies*) dan praktisi bisnis.

Robert Putnam yang juga merupakan Guru besar Universitas Harvard ini menulis bahwa modal sosial adalah pranata sosial yang memungkinkan koordinasi dan kerja sama demi manfaat bersama

yang melekat pada jaringan-jaringan dan relasi warga masyarakat. Maksudnya, modal sosial diperlukan untuk mencapai sebuah tujuan yang tidak mungkin dapat diwujudkan selama orang berjalan sendiri-sendiri, tanpa ada pembagian tugas. Jadi, menurutnya harus ada simbiosis mutualisme yang terkoordinasi. Putnam mengartikan modal sosial sebagai *“features of sosial organization such as networks, norms, and sosial trust that facilitate coordination and cooperation for mutual benefit”*.

Modal sosial menjadi perekat bagi setiap individu, dalam bentuk norma, kepercayaan dan jaringan kerja, sehingga terjadi kerjasama yang saling menguntungkan, untuk mencapai tujuan bersama. Modal sosial juga dipahami sebagai pengetahuan dan pemahaman yang dimiliki bersama oleh komunitas, serta pola hubungan yang memungkinkan

sekelompok individu melakukan satu kegiatan yang produktif.

Setelah Putnam, banyak ilmuwan-ilmuwan sosial yang menyadari pentingnya modal sosial ini dan masing-masing mengadakan penelitian lebih lanjut sehingga memunculkan beberapa pemikiran baru tentang modal sosial, diantaranya adalah:

- **Francis Fukuyama** melansir sebuah buku yang sempat menjadi pembicaraan luas di seluruh dunia, berjudul "*Trust*". Menurut Fukuyama, modal sosial adalah serangkaian nilai atau norma sosial yang dihayati oleh anggota kelompok, yang memungkinkan terjadinya kerja sama diantara para anggota. Salah satu modal sosial yang terpenting adalah adalah *trust* atau kepercayaan. Modal sosial merupakan syarat mutlak bagi pembangunan

manusia, pembangunan ekonomi, sosial, politik, dan stabilitas demokrasi.

- **Portes** menyatakan modal sosial adalah sebuah keuntungan yang tercipta dari posisi seseorang dalam sebuah jejaring hubungan modal sosial inilah yang membantu sebuah komunitas untuk bertahan, stabil, berlanjut dan sukses.
- Menurut **James Coleman** modal sosial merupakan inheren dalam struktur relasi antar individu. Struktur relasi membentuk jaringan sosial yang menciptakan berbagai ragam kualitas sosial berupa saling percaya, terbuka, kesatuan norma dan menetapkan berbagai jenis sanksi bagi anggotanya.
- Menurut **Bank Dunia** (1999) modal sosial lebih diartikan kepada dimensi institusional, hubungan yang tercipta, norma yang

membentuk kualitas dan kuantitas hubungan sosial dalam masyarakat. Modal sosial pun tidak diartikan hanya sejumlah institusi dan kelompok sosial yang mendukungnya, tapi juga perekat (*sosial glue*) yang menjaga kesatuan anggota kelompok sebagai suatu kesatuan.

- **Cohen dan Prusak** (2001) memberikan pengertian bahwa modal sosial sebagai stok dan hubungan yang aktif antar masyarakat. Setiap pola hubungan yang terjadi diikat oleh kepercayaan (*trust*) saling pengertian (*mutual understanding*), dan nilai-nilai bersama (*shared value*) yang mengikat anggota kelompok untuk membuat kemungkinan aksi bersama dapat dilakukan secara efisien dan efektif.
- **Schaft dan Brown** (2002) mengatakan bahwa modal sosial adalah norma dan jaringan yang

melancarkan interaksi dan transaksi sosial sehingga segala urusan bersama masyarakat dapat diselenggarakan dengan mudah.

### **Modal Sosial Indonesia**

Menurut ahli-ahli modal sosial seperti Putnam, Fukuyama dan lainnya menunjukkan bahwa suatu bangsa akan maju jika modal sosial berikut dimiliki oleh masyarakatnya, yakni:

1. Hadirnya hubungan yang erat antar anggota masyarakat,
2. Adanya para pemimpin yang jujur dan egaliter yang memperlakukan dirinya sebagai bagian dari masyarakat bukan sebagai penguasa dan
3. Adanya rasa saling percaya dan kerjasama diantara unsur masyarakat

Supaya kita bisa sukses secara sosial, maka kita harus mampu membangun modal sosial. Allah SWT telah sangat bermurah hati kepada kita dengan kelimpahan kekayaan yang sangat luar biasa ini. Sudah menjadi kewajiban kita untuk bertanggung jawab dan memanfaatkan kekayaan tersebut dengan sebaik-baiknya. Kita harus memiliki kemampuan memanfaatkan potensi diri untuk kepentingan bersama tanpa pandang bulu dan mampu memanfaatkan potensi orang lain untuk kepentingan kebersamaan. Insya Allah kalau modal sosial kita sudah terbangun, maka tidak ada permasalahan bangsa ini yang tidak dapat kita selesaikan.

# **BAB 3**

# **HUMAN CAPITAL**

# **INDONESIA**

Jadilah diri Anda sendiri dan  
katakan apa yang Anda rasakan  
karena orang-orang yang  
keberatan tidak penting dan  
orang-orang yang penting tidak  
keberatan.

(Dr. Swess)

Saat sungai bertemu batu  
karang, arus sungai selalu  
menang - bukan karena kekuatan,  
tetapi karena keuletannya.  
(Budha)

## **BAB 3**

# **HUMAN CAPITAL INDONESIA**

"Percaya dan yakinlah bahwa kemerdekaan satu negara yang didirikan di atas timbunan runtuh ribuan jiwa, harta benda dari rakyat dan bangsanya tidak akan dapat dilenyapkan oleh manusia, siapa pun juga."

(Jenderal Sudirman)

Apabila ditelusuri akar permasalahannya, ternyata kuncinya ada pada kualitas sumber daya manusia yang masih lemah. Padahal seperti diketahui, Sumber Daya Manusia (SDM) merupakan aset yang sangat berharga atau sebuah investasi besar yang akan menjadi faktor utama dalam menentukan keberhasilan sebuah negara.

Pengelolaan Sumber Daya Manusia yang tepat bagi sebuah negara akan menjadi faktor utama dan membawa kesuksesan yang maksimal. Suatu bangsa yang unggul memiliki SDM-SDM tangguh yang akan mampu membawa bangsa tersebut menuju kesuksesan dan mendapat nilai lebih di mata bangsa lain.

Banyak bangsa yang telah mencapai kesuksesan menjadi negara maju dengan mengelola sumber daya manusia mereka menuju manusia-manusia yang berkualitas unggul. Sumber daya manusia berkualitas unggul tersebut bukan hanya dari aspek intelektual saja, tetapi juga terkait dengan mental atau moral, karena kekuatan intelektual yang tinggi tanpa diimbangi dengan kekuatan moral, hanya akan menciptakan manusia-manusia yang cenderung individualistis serta tidak peduli dengan kepentingan bangsa dan negara.

Oleh karena itu, di dalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) 2010-2015 dinyatakan dengan jelas bahwa pembangunan SDM Indonesia itu mencakup pembinaan manusia sebagai insan dan sebagai sumberdaya pembangunan. Pembinaan manusia sebagai insan menekankan pada manusia yang berharkat, bermartabat, bermoral berkarakter dan memiliki jati diri, pendidikan yang tinggi, serta sehat jasmani dan rohani. Sebagai sumberdaya pembangunan yaitu menempatkan masyarakat Indonesia sebagai subjek dan objek pembangunan, sehingga pembinaannya diarahkan untuk mewujudkan manusia Indonesia yang memiliki etos kerja produktif, keterampilan, kreatifitas dan inovatif, disiplin dan profesional, berorientasi pada ilmu pengetahuan dan teknologi yang berwawasan lingkungan.<sup>2</sup>

---

<sup>2</sup> Lihat Peraturan Presiden Nomor 5 Tahun 2010 tentang Rencana

Semua upaya itu pada hakikatnya merujuk pada pembangunan manusia sebagai sasaran utama, sehingga bangsa Indonesia dapat tetap eksis dan mampu bersaing dengan bangsa-bangsa lain di dunia. Menurut pandangan Soewardi (2002), dalam meningkatkan kualitas SDM diperlukan dua hal, yakni segi struktural atau eksternal dan segi kultural atau internal. Segi eksternal meliputi unsur-unsur manajemen, teknologi, informasi, pemasaran, kredit, dan lain sebagainya yang biasanya berkaitan dengan akses SDM di bidang usaha rakyat terhadap unsur-unsur modern sudah biasa dilakukan. Sementara segi internal menyangkut penciptaan suatu kualitas kepribadian (*personality*) yang bersifat lurus-tinggi-kuat. Lurus dan kuat berarti menyangkut masalah moral, sedangkan yang dimaksud tinggi adalah masalah profesionalisme. Hal inilah yang

---

Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) Tahun 2010-2014.

sesungguhnya perlu mendapatkan perhatian serius dari pemerintah Indonesia.<sup>3</sup>

Dalam Rencana Pembangunan Jangka Panjang Nasional (RPJPN) Tahun 2005-2025, dinyatakan bahwa pembangunan SDM diarahkan pada peningkatan kualitas SDM Indonesia yang antara lain ditandai dengan meningkatnya indeks pembangunan manusia (IPM) dan tercapainya penduduk tumbuh seimbang dengan angka kelahiran total (*total fertility rate – TFR*) adalah 2,1. Adapun IPM itu dipengaruhi oleh berbagai bidang, seperti: pendidikan, kesehatan, serta kesejahteraan masyarakat. Maka akan tepat kiranya bila dikatakan bahwa dalam memantapkan kualitas SDM itu akan mencakup masalah pendidikan, kesehatan termasuk kemauan masyarakat dalam berolah raga, dan kesejahteraan terkait dengan

---

<sup>3</sup> Makmur, Syarif. 2008. Pemberdayaan Sumber Daya Manusia dan Efektivitas organisasi: Kajian Penyelenggaraan Pemerintahan Desa. Halaman 5. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.

penyelenggaraan program pengentasan masyarakat dari kemiskinan, serta pendidikan dan pelatihan tenaga kerja. Terkait dengan masalah pertumbuhan penduduk, hal tersebut diukur melalui berhasil-tidaknya penyelenggaraan program keluarga berencana (KB) di berbagai daerah di era otonomi ini.

Pemantapan kualitas SDM secara optimal merupakan langkah guna mewujudkan manusia Indonesia yang berdaya saing, bermoral dan berkarakter sebagai satu faktor kunci bagi pelaksanaan pembangunan di berbagai bidang yang berkelanjutan. Pada aspek sumber kekayaan alam misalnya, dengan SDM yang berkualitas unggul, maka bangsa Indonesia akan mampu mengelola dan memanfaatkan seluruh potensi sumber daya alam dengan disiplin, profesional, berwawasan lingkungan, serta tetap mengedepankan nilai-nilai keadilan secara proporsional guna menjaga dan memelihara

persatuan dan kesatuan bangsa. Pada aspek politik, terciptanya masyarakat yang memiliki kualitas unggul dapat menjadi filter bagi praktek-praktek *money politic* dalam pelaksanaan pemilihan umum. Masyarakat dapat berpikir secara obyektif dalam penentuan pilihan terhadap calon pemimpin, sehingga dapat mendorong terciptanya pelaku-pelaku politik papan atas yang baik dan terpercaya. Demikian pula dengan aspek-aspek kehidupan lain seperti aspek ideologi, ekonomi, sosial budaya, serta pertahanan dan keamanan.

Oleh karena itu, memantapkan kualitas SDM menuju tercapainya manusia Indonesia yang berdaya saing, diimbangi dengan moral yang tangguh dan berkarakter merupakan jawaban yang tepat bagi Indonesia apabila ingin melompat tinggi menuju kesuksesan.

Menyadari peran penting kualitas SDM bagi pembangunan nasional, maka sejatinya upaya memantapkan kualitas SDM senantiasa menjadi perhatian setiap masa pemerintahan yang pernah hadir di Indonesia. Akan tetapi pada kenyataannya, upaya yang telah dilakukan masih belum dapat mewujudkan suatu kondisi pemantapan kualitas SDM sesuai yang diharapkan. Hal tersebut dapat dilihat melalui kualitas penduduk Indonesia yang secara umum masih rendah, ditandai dengan angkatan kerja yang didominasi oleh lulusan sekolah dasar, yakni (sekitar 54,5 juta orang atau 50,38 persen<sup>4</sup>, masih tingginya jumlah penduduk miskin dan pengangguran, rendahnya daya saing bangsa Indonesia, serta rendahnya indeks pembangunan manusia. Berdasarkan data BPS, tingkat pengangguran per Februari

---

<sup>4</sup> Lihat Laporan Data Sosial Ekonomi Badan Pusat Statistik Republik Indonesia 2010.

2013 adalah 7,17 juta orang atau 5,92 persen dari jumlah angkatan kerja di Indonesia yang mencapai 121,2 juta orang. Sementara menurut data yang dilansir oleh Perkumpulan Prakarsa 103,2 juta orang bekerja di sektor informal dan setengah pengangguran dari total tenaga kerja di Indonesia sebesar 149,8 juta.

Bila melihat peran pendidikan, kenyataan yang masih dihadapi saat ini adalah belum optimalnya peran pendidikan dalam mewujudkan amanat Undang-undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional, di mana secara tegas dinyatakan agar pendidikan nasional dapat mengembangkan kemampuan dan membentuk watak serta peradaban bangsa yang bermartabat dalam rangka mencerdaskan kehidupan bangsa, bertujuan untuk berkembangnya potensi peserta didik agar menjadi manusia yang beriman dan

bertaqwa kepada Tuhan Yang Maha Esa, berakhlak mulia, sehat, berilmu, cakap, kreatif, mandiri, dan menjadi warga negara yang demokratis serta bertanggung jawab.

Patut diakui, bahwa menurut laporan *World Economics Forum* (WEF) yang terangkum dalam *Global Competitiveness Report 2013-2014* menyatakan bahwa Indonesia merupakan salah satu negara dengan kenaikan peringkat daya saing tertinggi di dunia. Dalam laporan ini, peringkat daya saing Indonesia berada di posisi 38, atau naik 12 peringkat dari sebelumnya di posisi 50. Peningkatan ini didapat Indonesia setelah tiga tahun mengalami penurunan dan ini juga merupakan pertumbuhan tertinggi. Salah satu faktor yang mengerek posisi Indonesia antara lain kenaikan peringkat infrastruktur hingga 17 peringkat ke posisi 61 dunia.

Selain itu, menurut *Human Development Index* (HDI) Indonesia pada 14 Maret 2013 dilaporkan naik tiga peringkat. Pada 2012 menduduki peringkat 124 dari 178 negara, menjadi urutan ke-121 dari 185 negara. Berdasarkan UNDP monitor, Indonesia meraih *score* 0,629 naik 0,009, meliputi aspek tenaga kerja, kesehatan, dan pendidikan. Namun sayangnya meski sudah mengalami kenaikan peringkat, peringkat Indonesia masih jauh lebih rendah dibandingkan negara-negara tetangga seperti Singapura dan Malaysia.

Namun, dalam beberapa penelitian yang dilakukan oleh lembaga-lembaga riset independen internasional tentang *Human Development Index* (HDI) atau indeks pembangunan manusia (IPM) di negara-negara dunia khususnya Asia, kualitas manusia Indonesia masih saja ditempatkan jauh di

bawah negara-negara tetangga seperti Singapura, Malaysia, Thailand, Korea, bahkan Vietnam<sup>5</sup>.

Oleh karena itu, optimalisasi pemantapan kualitas SDM harus menjadi perhatian serius pemerintah dan seluruh elemen bangsa, karena pada dasarnya keberhasilan pemerintahan dan pembangunan pada dasarnya tergantung pada dua faktor, yaitu SDM dan SDA (sumber daya alam). Indonesia memiliki kedua-duanya, SDM (jumlah penduduk) yang besar dan tidak kekurangan SDA, tetapi sayangnya masih sangat kurang dalam kualitas SDM.

Banyak negara dengan potensi SDA dan jumlah SDM yang sedikit, seperti Singapura, Jepang, Inggris, dan beberapa negara kecil di Eropa, tetapi memiliki SDM berkualitas unggul, sehingga mereka mampu

---

<sup>5</sup> Makmur, Syarif. 2008. Pemberdayaan Sumber Daya Manusia dan Efektivitas organisasi: Kajian Penyelenggaraan Pemerintahan Desa. Halaman 4. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.

membangun masyarakat dan bangsanya dengan baik. Ada juga negara yang memiliki jumlah SDM besar dan SDA melimpah seperti Amerika Serikat yang mampu menjadi negara maju dan kuat. Demikian halnya China, dengan pertumbuhan perekonomian yang pesat dan bahkan di waktu mendatang diperkirakan dapat menyaingi Amerika Serikat. Ini menjadi sinyal yang kuat bahwa Indonesia pun bisa berdiri sama tinggi dengan mereka. Kemauan kuat dari pemerintah, lembaga/instansi terkait, pihak swasta termasuk korporasi, lembaga swadaya masyarakat dan media massa; serta masyarakat sangat diperlukan guna mewujudkan 'lompatan tinggi' pemantapan kualitas SDM yang diharapkan.

Lompatan tinggi tersebut akan dapat dicapai bila peranan pendidikan dan layanan kesehatan lebih diberdayakan guna mendorong lompatan peningkatan kualitas SDM Indonesia. Demikian juga

dengan program peningkatan kesejahteraan masyarakat miskin atau program pengentasan masyarakat dari kemiskinan, di mana berbagai program tersebut diharapkan dapat lebih ditingkatkan, serta menjamin pelaksanaannya agar tepat sasaran. Seiring dengan penyelenggaraan otonomi daerah, peran pemerintah daerah terkait dengan pelaksanaan program KB di daerah turut memegang peran penting, mengingat KB merupakan program dalam membangun keluarga kecil sejahtera, sehingga akan mendorong peran keluarga dalam menciptakan SDM-SDM yang unggul. Terkait dengan penduduk usia kerja, maka pematapan kualitas SDM akan ditempuh dengan cara mengoptimalkan sarana pendidikan dan pelatihan tenaga kerja dengan memberdayakan peran Balai Latihan Kerja (BLK) di berbagai daerah.

Selayaknya disadari, bahwa pembenahan kualitas SDM ini memang bukan pekerjaan mudah,

waktu yang dibutuhkan juga tidak akan sebentar. Tetapi seluruh anak bangsa haruslah optimistis karena SDM adalah kunci utama kebangkitan bangsa menuju Indonesia yang berhasil, yakni negara Indonesia yang tidak hanya sebagai negara modern yang maju, tetapi juga negara yang mampu mensejahterakan seluruh rakyatnya.

### **SDM, Sebuah Pengertian**

Kualitas sumberdaya manusia (SDM) menjadi syarat mutlak untuk melaksanakan pembangunan di masa depan. Setiap manusia, baik secara individu maupun secara organisasi/kelompok (*team work*), dituntut memiliki kompetensi untuk berinovasi guna memacu pembangunan nasional di segala bidang. Meningkatkan kualitas SDM merupakan investasi manusia jangka panjang, karena setiap orang menempuh jalur pendidikan tidak serta merta

menjadikan dirinya berkualitas, tetapi masih diperlukan proses menuju ke jenjang yang lebih ahli, di samping diperlukan dukungan faktor-faktor lain, seperti kesehatan, kesejahteraan, kualitas keluarga, dan keterampilan.

Menurut Barro (1991) serta Mankiw, Romer, dan Weil (1992), partisipasi pendidikan dan investasi yang cukup besar untuk pendidikan pada tahun '60-an merupakan faktor yang penting dalam menjelaskan variasi pertumbuhan negara-negara di dunia selama 30 tahun terakhir ini. Mereka memperlihatkan bahwa kualitas SDM menyumbang secara cukup berarti bagi pertumbuhan. Sumbangan itu kira-kira sama dengan sumbangan *physical capital*. Becker (1995) bahkan menunjukkan adanya estimasi bahwa sekitar 80 persen aset atau kekayaan di Amerika Serikat dan negara-negara maju lainnya terdiri atas modal manusia.

Dengan pendekatan ini, dapat diterangkan secara jelas apa yang menjadi kunci keberhasilan negara-negara di Asia yang berkembang cepat, dimulai dari Jepang, kemudian Korea, Taiwan, Hongkong, dan Singapura, yang memberikan penekanan besar pada penguatan kualitas manusia. Dengan sumber daya alam yang terbatas dan hambatan yang mereka hadapi dalam ekspornya ke Barat, mereka dapat tetap memelihara daya saing dan tingkat pertumbuhan yang menakjubkan.

Apabila menengok pengembangan kualitas SDM di Indonesia, hakekat pembangunan nasional adalah pembangunan manusia Indonesia seutuhnya dan pembangunan masyarakat seluruhnya. Keberhasilan pembangunan tidak lagi diukur dari segi ekonomi tapi sejauh mana pembangunan itu bisa meningkatkan kualitas sumber daya manusianya. Kristiadi (1994) mengemukakan,

peningkatan kualitas SDM juga merupakan tuntutan yang tumbuh sebagai akibat perkembangan pembangunan yang makin cepat dan kompleks. Perkembangan ekonomi, industrialisasi, arus informasi, dan perkembangan iptek yang pesat makin membuat kualitas SDM sangat dibutuhkan. Pemerintah Indonesia telah menetapkan pembangunan SDM melalui empat jalur kebijaksanaan yaitu: 1) Peningkatan kualitas hidup yang meliputi kualitas manusia seperti jasmani, rohani maupun kualitas kehidupan; 2) Peningkatan kualitas SDM yang produktif dan upaya penyebarannya; 3) Peningkatan SDM yang berkembang dalam memanfaatkan, mengembangkan, dan penguasaan iptek; dan 4) Pengembangan pranata yang meliputi kelembagaan dan perangkat yang mendukung peningkatan kualitas SDM.

Pada saat ini, SDM Indonesia sebagai salah satu sumberdaya pembangunan masih merupakan potensi. Pertumbuhan SDM yang cepat, tapi sayangnya belum dibarengi dengan pertumbuhan kualitas, menyebabkan SDM belum dapat dimanfaatkan secara maksimal sebagai sumberdaya pembangunan. Tentu masih diperlukan upaya keras dan persisten agar kualitas SDM Indonesia dapat bersaing dengan bangsa lain. Namun sebelum membahas lebih jauh tentang kualitas SDM bangsa Indonesia dan bagaimana caranya agar mampu 'melompat tinggi' dan sejajar dengan bangsa-bangsa lain, sebaiknya mencari tahu dulu tentang pengertian SDM itu sendiri. Menurut beberapa ahli, pengertian SDM itu adalah:

1. Sumber daya manusia (SDM), memiliki dua sisi/aspek, yaitu aspek sumber daya dan

aspek manusia<sup>6</sup>. Sumber daya dapat diartikan potensi; Manusia adalah makhluk yang berakal budi (mampu menguasai manusia lain)<sup>7</sup>. SDM adalah segala potensi manusia yang dapat dikembangkan dalam suatu proses untuk menghasilkan barang dan jasa<sup>8</sup>.

2. Menurut Werther dan Davis dalam Taliziduhu Ndraha (1997, h 9) Sumber Daya Manusia (*Human Recourse*) adalah “*the people who are ready, willing, and able to contribute to organizational goals,*”. Sudah barang tentu, yang dimaksud dengan organisasi dalam “*organizational goals,*” bukan hanya industri atau perusahaan, hukum, sosial, budaya,

---

<sup>6</sup> Makmur, Syarif. 2008. Pemberdayaan Sumber Daya Manusia dan Efektivitas Organisasi; Kajian Penyelenggaraan Pemerintahan Desa. Halaman 57. Jakarta: RajaGrafindo Persada.

<sup>7</sup> Yandianto. 2003. Kamus Umum Bahasa Indonesia. Halaman 585. Bandung: M2S.

<sup>8</sup> .... Tim Prima Pena. Kamus Lengkap Bahasa Indonesia. Halaman 607. Gita Media Press.

lingkungan, dan sebagainya. Dilihat dari sudut itu, negara juga adalah organisasi.

3. Menurut Buchari Zainun (1994) suku kata yang terdapat pada sumber daya manusia yaitu sumber, daya, dan manusia tidak ada satu kata pun yang sulit untuk dipahami. Ketiga suku kata itu tentu ada artinya dan semuanya dengan mudah dapat dipahami apa artinya. Karena itu tidak perlu dijelaskan masing-masing suku kata tersebut. Secara sederhana yang dimaksud dengan SDM adalah daya yang bersumber dari manusia. Daya yang bersumber dari manusia ini dapat pula disebut tenaga atau kekuatan (energi atau *power*). Tenaga, daya, kemampuan, atau tenaga uap, tenaga angin, tenaga matahari. Dan kalau diterapkan pada binatang seperti kuda dapat menjadi satu alat

pengukur kekuatan atau daya seperti daya angkut, daya angkat, atau daya dorong yang bisa disebut sebagai tenaga kuda (*horsepower*). Namun kalau digunakan pada manusia dengan istilah *manpower* di Indonesia diartikan "*tenaga kerja*" bukan tenaga manusia seperti pada Departemen Tenaga Kerja bukan Departemen Tenaga Manusia.

4. Menurut Hasibuan (2003) Sumber Daya Manusia adalah kemampuan terpadu dari daya pikir dan daya fisik yang dimiliki individu. Pelaku dan sifatnya dilakukan oleh keturunan dan lingkungannya, sedangkan prestasi kerjanya dimotivasi oleh keinginan untuk memenuhi kepuasannya. Sumber Daya Manusia atau *man power* di singkat SDM merupakan yang dimiliki setiap manusia.

SDM terdiri dari daya pikir dan daya fisik setiap manusia. Tegasnya kemampuan setiap manusia ditentukan oleh daya pikir dan daya fisiknya. SDM atau manusia menjadi unsur utama dalam setiap aktivitas yang dilakukan. Peralatan yang handal atau canggih tanpa peran aktif SDM, tidak berarti apa-apa. Daya pikir adalah kecerdasan yang dibawa lahir (modal dasar) sedangkan kecakapan diperoleh dari usaha (belajar dan pelatihan). Kecerdasan tolok ukurnya *Intelligence Quotient* (IQ) dan *Emotion Quality* (EQ).

5. Menurut Tadjuddin Noer Effendi (1995), Sumber Daya Manusia menyangkut dimensi, jumlah karakteristik (kualitas), dan persebaran (penduduk). Meskipun upaya untuk menyatukan pengertian pengembangan sumber daya manusia telah banyak

dilakukan oleh para pakar, ada beberapa pendapat yang berbeda mengenai pengertian pengembangan sumber daya manusia. Tidak tertutup kemungkinan ketidaksamaan pengertian pengembangan sumber daya muncul sebagai akibat setiap negara mempunyai pengertian yang disesuaikan dengan kondisi dan kepentingan masing-masing negara. Berikut ini dibahas beberapa pengertian pengembangan sumber daya manusia menurut Bank Dunia (1990). Pengertian pengembangan sumber daya manusia mirip dengan pengembangan manusia (*human development*). Dengan demikian, pengembangan sumber daya manusia adalah upaya pengembangan manusia yang menyangkut pengembangan aktivitas dalam bidang pendidikan dan

latihan, kesehatan, gizi, penurunan fertilitas, peningkatan kemampuan penelitian, dan pengembangan teknologi.

6. Salim (1996) dalam bukunya *“Aspek Sikap Mental dalam Manajemen sumber Daya Manusia”* mengemukakan pengertian Kualitas Sumber Daya Manusia sebagai berikut: Kualitas Sumber Daya Manusia adalah nilai dari perilaku seseorang dalam mempertanggung-jawabkan semua perbuatannya baik dalam kehidupan pribadi maupun kehidupan bermasyarakat dan berbangsa.
7. Ndraha (1997) dalam bukunya *“Pengantar Teori Pengembangan Sumber Daya Manusia”* mengatakan bahwa pengertian kualitas sumber daya manusia, yaitu: Sumber Daya Manusia yang berkualitas

adalah sumber daya manusia yang mampu menciptakan bukan saja nilai komparatif, tetapi juga nilai kompetitif – generatif – inovatif dengan menggunakan energi tertinggi seperti *intelligence*, *creativity*, dan *imagination*, tidak lagi semata-mata menggunakan energi kasar seperti bahan mentah, lahan, air, energi otot, dan sebagainya.

8. Matindas (1997) dalam bukunya “*Kualitas Sumber Daya Manusia*”, menyatakan bahwa kualitas Sumber Daya manusia adalah sumber daya manusia yang bukan hanya memiliki kesanggupan untuk menyelesaikan pekerjaannya, melainkan juga untuk mengembangkan dirinya serta mendorong pengembangan diri rekan-rekannya.

9. Danim (1996) dalam bukunya "*Transformasi Sumber Daya Manusia*", menyatakan bahwa kualitas Sumber Daya Manusia adalah sumber daya yang memenuhi kriteria kualitas fisik dan kesehatan, kualitas intelektual (pengetahuan dan keterampilan), dan kualitas mental spiritual (kejuangan).

### **Pentingnya Pembangunan SDM yang Berkualitas**

Dewasa ini, perkembangan terbaru memandang SDM bukan sebagai sumber daya belaka, melainkan lebih berupa modal atau aset bagi institusi atau organisasi. Karena itu kemudian muncullah istilah baru di luar H.R. (*Human Resources*), yaitu H.C. atau *Human Capital*. Di sini SDM dilihat bukan sekedar sebagai aset utama, tetapi aset yang bernilai dan dapat dilipatgandakan, dikembangkan (bandingkan dengan portfolio

investasi) dan juga bukan sebaliknya sebagai liability (beban atau *cost*). Di sini perspektif SDM sebagai investasi bagi institusi atau organisasi lebih mengemuka.

Kualitas sumber daya manusia sangat penting dalam pembangunan berkelanjutan suatu Negara. Menurut Ohkawa dan Kohama (1989), Sumber daya manusia (SDM) merupakan salah satu faktor penting dalam pembangunan. Secara makro, faktor-faktor masukan pembangunan, seperti sumber daya alam, material dan finansial tidak akan memberi manfaat secara optimal untuk perbaikan kesejahteraan rakyat bila tidak didukung oleh memadainya ketersediaan faktor SDM, baik secara kualitas maupun kuantitas. Pelajaran yang dapat dipetik dari berbagai negara maju adalah, bahwa kemajuan yang dicapai oleh bangsa-bangsa di negara-negara tersebut didukung oleh SDM yang berkualitas. Jepang, misalnya, sebagai

negara pendatang baru (*late comer*) dalam kemajuan industri dan ekonomi memulai upaya mengejar ketertinggalannya dari negara-negara yang telah lebih dahulu mencapai kemajuan ekonomi dan industri (*fore runners*) seperti Jerman, perancis dan Amerika dengan cara memacu pengembangan SDM.

Sumber daya manusia (SDM) merupakan potensi yang terkandung dalam diri manusia untuk mewujudkan perannya sebagai makhluk sosial yang adaptif dan transformatif yang mampu mengelola dirinya sendiri serta seluruh potensi yang terkandung di alam menuju tercapainya kesejahteraan kehidupan dalam tatanan yang seimbang dan berkelanjutan. Sumber daya manusia merupakan aset negara yang cukup besar peranannya dalam menata semua lini kehidupan. Maka nasib sebuah negara tergantung pada sumber daya manusia yang mengelolanya. Seperti apapun kekayaan yang dimiliki oleh suatu

negara apabila dikelola oleh pribadi-pribadi yang mempunyai kemampuan (*capability*) “rendah”, maka negara itu akan lamban dalam melakukan pembangunan dan pemerataan (kemajuan).

Saat ini, kondisi kualitas sumber daya manusia merupakan kelemahan mendasar bagi negara-negara berkembang, termasuk Indonesia. Pengalaman selama krisis ekonomi menunjukkan bahwa negara-negara yang mempunyai kualitas sumber daya manusia yang lebih baik akan lebih cepat bangkit dari krisis yang melandanya. Hal ini dapat dilihat pada negara-negara seperti Korea Selatan, Jepang, Thailand, dan negara-negara lainnya. Bahkan, Singapura tidak terkena krisis padahal negara-negara di sekitarnya mengalami krisis yang cukup parah. Jadi jelas, langsung atau tidak langsung, kualitas sumber daya manusia itu mempunyai peran yang paling

utama dan sangat menentukan dalam pembangunan ekonomi.

Bagi negara-negara berkembang seperti Indonesia untuk memacu pertumbuhan ekonominya diperlukan sumber daya manusia yang berkualitas. Namun tingginya kualitas sumber daya manusia tidak dapat diukur dengan angka-angka semata, tetapi dapat dilihat dari apa yang dihasilkannya. Hal tersebut tidak terlepas dari kesadaran masyarakat itu sendiri serta pemerintahan akan pentingnya meningkatkan kualitas sumber daya manusia.

Pentingnya meningkatkan kualitas SDM ini diungkapkan oleh Ridho Waseso dalam tulisannya yang berjudul *“Peningkatan Kualitas Sumber Daya Manusia guna Penyiapan Penyelenggaraan Negara dalam rangka Memantapkan Ketahanan Nasional”*. Dalam literatur ini, antara lain memuat akan peran penting SDM sebagai penentu kemampuan suatu

bangsa dalam persaingan global, sehingga perlu dibentuk dan disiapkan melalui lembaga-lembaga pendidikan, yang hendaknya diukur tidak hanya melalui fasilitas dan sarana saja, tetapi juga kejelasan visi dan misi, idealisme dan konsep pendidikan, serta keikutsertaan masyarakat. Pendidikan harus lebih memperhatikan mutu dan martabat. Selain itu, dalam tulisan ini juga menekankan pentingnya pemerintah Indonesia untuk lebih memperhatikan faktor integritas moralitas dalam pembentukan kualitas sumber daya manusia.

Pentingnya memantapkan kualitas SDM juga menjadi perhatian serius Prayoto (2004)<sup>9</sup> dalam tulisannya yang berjudul "*Menyoal Kualitas Sumber Daya Manusia Indonesia*". Dinyatakan olehnya dalam

---

<sup>9</sup> Prayoto. 2004. Menyoal Kualitas Sumber Daya Manusia Indonesia. <http://prayoto.50webs.com/Menyoal%20Kualitas%20Sumber%20Daya%20Manusia%20Indonesia.pdf>. Dimuat dalam Majalah Ilmiah UNIKOM Vol. 01/012004. Diakses pada Tanggal 18 Agustus 2011.

tulisan tersebut, bahwa pentingnya memperhatikan kualitas SDM dalam pelaksanaan pembangunan didasarkan pada penelitian terhadap beberapa faktor sebagai penentu kejayaan suatu bangsa. Faktor-faktor tersebut adalah: jumlah penduduk, luas wilayah, kekayaan sumber daya alam, dan kualitas SDM. Kejayaan suatu bangsa bukan ditentukan oleh jumlah penduduk, luas wilayah, ataupun kekayaan sumber daya alam yang dimilikinya. Ada negara maju yang memiliki jumlah penduduk sangat besar seperti AS, dan sebaliknya ada juga yang memiliki jumlah penduduk sedikit seperti Inggris, Jepang, dan Belanda. Demikian halnya dengan luas wilayah dan kekayaan sumber daya alam, misalnya seperti Singapura dan Jepang sebagai negara dengan wilayah yang tidak luas dan kandungan sumber daya alam sedikit tetapi dapat menjadi negara maju. Sementara Indonesia dengan kandungan sumber daya alam

melimpah dan luas wilayahnya yang hampir sama dengan daratan Eropa, belum mampu menunjukkan kejayaannya.

Oleh karena itu, pembangunan dan pemantapan kualitas SDM Indonesia adalah harga mati yang tidak bisa ditawar-tawar lagi. Akan tetapi proses ini perlu dilakukan secara terencana dan berkesinambungan. Agar dapat dilaksanakan dengan baik, terlebih dahulu harus ditetapkan suatu program optimalisasi pemantapan kualitas sumber daya manusia, yang hendaknya disusun secara cermat dan didasarkan kepada metode-metode ilmiah serta berpedoman pada kualitas yang dibutuhkan saat ini maupun masa depan. Bagaimana pun, optimalisasi pemantapan kualitas sumber daya manusia ini harus diwujudkan oleh pemerintah Indonesia agar mampu menuju suatu kondisi kejayaan bangsa.

## **Pemantapan Kualitas SDM**

Pembangunan SDM pada intinya diarahkan dalam rangka meningkatkan kualitasnya, yang pada gilirannya akan dapat meningkatkan produktivitas. Hasil berbagai studi menunjukkan bahwa kualitas SDM merupakan faktor penentu produktivitas, baik secara makro maupun mikro. Sumber Daya Manusia (SDM) secara makro adalah warga negara suatu bangsa khususnya yang telah memasuki usia angkatan kerja yang memiliki potensi untuk berperilaku produktif (dengan atau tanpa pendidikan formal) yang mampu memenuhi kebutuhan hidup sendiri dan keluarganya yang berpengaruh pada tingkat kesejahteraan masyarakat di lingkungan bangsa atau negaranya.

Kualitas SDM Makro sangat dipengaruhi oleh kualitas kesehatan (fisik dan psikis), kualitas pendidikan informal dan formal (yang berhubungan

dengan keterampilan/keahlian kerja), kepribadian terutama moral/agama, tingkat kesejahteraan hidup dan ketersediaan lapangan kerja yang relevan. Pengembangan SDM secara makro penting sekali dalam rangka mencapai tujuan pembangunan secara efektif. Pengembangan sumber daya secara makro ini bertumpu pada pengertian bahwa pengembangan sumber daya manusia yang terarah dan terencana disertai pengelolaan yang baik akan dapat menghemat sumber daya alam yang ada, atau setidaknya pengelolaan dan pemakaian sumber daya alam dapat secara tepat guna. Karena SDM yang telah dikembangkan sedemikian rupa, akan memiliki skill yang cukup untuk memanfaatkan hasil alam secara berkelanjutan.

Sementara itu pengembangan sumber daya manusia secara mikro. lebih menekankan pada pengoptimalan hasil kerja yang maksimal dalam

suatu perusahaan. Baik secara makro maupun mikro, pengembangan sumber daya manusia jelaslah menuju pada sasaran yakni peningkatan kualitas sumber daya manusia yang nantinya akan bermuara pada pembangunan bangsa. Dalam pembangunan suatu bangsa memerlukan aspek pokok yang disebut dengan sumber daya (*resources*) baik sumber daya alam (SDA) atau *Natural resources* maupun SDM atau *human resources*. Kedua sumber daya ini sangat penting dalam menentukan keberhasilan suatu pembangunan. Namun untuk mendukung suatu pembangunan, SDM adalah yang terpenting, karena jika sebuah negara memiliki suatu SDM yang terampil dan berkualitas maka ia akan mampu mengelola SDA yang jumlahnya terbatas.

Menurut M.M. Papayungan (1995), sumber daya manusia adalah seluruh kemampuan atau potensi penduduk yang berada di dalam suatu

wilayah tertentu beserta karakteristik atau ciri demografis, sosial maupun ekonominya yang dapat dimanfaatkan untuk keperluan pembangunan. Jadi membahas sumber daya manusia berarti membahas penduduk dengan segala potensi atau kemampuannya. Potensi manusia menyangkut dua aspek yaitu aspek kuantitas dan kualitas.

Potensi manusia yang nantinya ditunjukkan dalam aspek yang salah satunya adalah kualitas, hanya dapat dicapai dengan adanya pengembangan sumber daya manusia. Hal tersebut diperlukan karena sumber daya manusia merupakan faktor yang paling mempengaruhi kehidupan. Kemampuan manusia untuk mempengaruhi alamnya menunjukkan bahwa posisi SDM sangat sentral adanya. Oleh karena itu, sumber daya manusia yang ada hendaklah dikembangkan sedemikian rupa guna mencapai kesejahteraan. Pengembangan SDM ini

amat diperlukan karena memiliki aspek yang penting bagi peningkatan produktivitas SDM dan juga memiliki tujuan-tujuan tertentu yang pastinya harus dicapai demi kemajuan pembangunan suatu bangsa.

Pembangunan pada dasarnya merupakan suatu proses melakukan perubahan, dalam rangka perbaikan, untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat dan kualitas sumber daya manusia (SDM). Kesejahteraan terkait dengan terpenuhinya kebutuhan dasar hidup rakyat, baik material maupun mental dan spiritual. Adapun kualitas SDM terkait dengan derajat kemampuan, termasuk kreativitas, dan moralitas pelaku-pelaku pembangunan. Atas dasar ini, proses perubahan yang diupayakan melalui pembangunan seharusnya menjangkau perbaikan semua sektor secara menyeluruh dan berimbang, pada satu sisi, dan pada sisi lain merupakan upaya meningkatkan kualitas SDM.

Oleh karena itu, maka pemantapan kualitas sumber daya manusia pada dasarnya merupakan suatu proses manajemen sumber daya manusia secara menyeluruh dan terpadu, yang tentunya perlu perencanaan yang matang. Manajemen sumber daya manusia sangat ditentukan oleh sifat sumber-sumber daya manusia itu sendiri yang selalu berkembang baik jumlah maupun mutunya, dan harus dapat mencari keseimbangan antara jumlah dan mutu SDM itu dengan kebutuhan-kebutuhan suatu negara di dalam pembangunan nasional<sup>10</sup>. Organisasi yang maju tentu dihasilkan oleh personil/pegawai yang dapat mengelola organisasi tersebut ke arah kemajuan yang diinginkan organisasi, sebaliknya tidak sedikit organisasi yang hancur dan gagal karena

---

<sup>10</sup> Barthos, Basir. 2009. Manajemen Sumber Daya Manusia: Suatu Pendekatan Makro. Halaman 3. Jakarta: PT Bumi Aksara.

ketidakmampuannya dalam mengelola sumber daya manusia.

Menurut Barthos (2001), dalam perencanaan SDM mencakup dua hal mendasar yang menyangkut klasifikasi penduduk. *Pertama*, menyangkut penduduk yang aktif ekonomi, yaitu penduduk yang bekerja dan mencari pekerjaan tidak termasuk di dalamnya ibu rumah tangga, orang sekolah dan orang-orang yang cacat berat yang tidak mungkin melakukan pekerjaan fisik; usia kerja di Indonesia saat ini dibatasi pada umur 15 tahun ke atas. *Kedua*, penduduk yang tidak aktif secara ekonomi, yaitu penduduk berumur 15 tahun ke bawah (menurut Barthos, penduduk berumur 10 tahun ke bawah) dan

orang-orang yang sudah pensiun tetapi masih mampu melakukan pekerjaan.<sup>11</sup>

Namun demikian, kenyataan menunjukkan bahwa pemantapan kualitas SDM yang dilaksanakan selama ini dirasakan masih belum optimal. Pembangunan di bidang pendidikan yang diharapkan dapat berperan guna memantapkan kualitas SDM, belum mampu memberikan hasil yang cukup signifikan. Demikian pula dengan peran kesehatan, peningkatan kesejahteraan masyarakat miskin, dan lain sebagainya.

Dahulu Presiden Soekarno sangat memprioritaskan pembangunan karakter bangsa Indonesia. Ia mendambakan agar bangsa Indonesia mempunyai kepribadian yang tangguh untuk dapat berdiri sama tinggi dan duduk sama rendah serta

---

<sup>11</sup> Lihat Basir Barthos dalam Manajemen Sumber Daya Manusia: Suatu Pendekatan Makro. Jakarta: PT Bumi Aksara. Lihat pula Data Penduduk Menurut Jenis Kegiatan, BPS 2010.

memiliki kesetaraan di antara bangsa-bangsa terkemuka lain di dunia. Rumus Presiden Soekarno dalam membangun bangsa ini adalah Tiga Keutamaan yang lebih terkenal dengan singkatan Tri Sakti yang terdiri dari: 1) Berkemandirian dalam Ekonomi; 2) Berkedaulatan dalam Politik; dan 3) Berkepribadian dalam Kebudayaan.

Namun sekarang Indonesia telah menjadi bangsa yang mengalami kemunduran karakter. Mentalitas ingin cepat dapat hasil secara instan dan tidak mau bekerja keras untuk berproses secara wajar telah menggerus karakter bangsa Indonesia menjadi semakin lemah. Banyaknya kasus korupsi, tingginya angka kejahatan dan maraknya kerusuhan merupakan contoh nyata dari dampak karakter yang lemah tersebut.

Lantas bagaimana caranya kita dapat memperbaiki semua permasalahan ini? Diantara

banyaknya solusi yang ditawarkan oleh banyak ahli dari berbagai latar belakang keahlian, saya tertarik untuk menyajikan solusi lewat jalur *entrepreneurship* atau wirausaha. Mengapa harus wirausaha? Mari kita temukan jawabannya di bab berikut.



# **BAB 4**

# **MENGAPA HARUS**

# **BERWIRSAUSAHA?**

Konsentrasikan seluruh energi,  
pemikiran, dan modal Anda...  
Orang bijak meletakkan seluruh  
telurnya dalam satu keranjang  
dan mengawasi keranjang itu.  
(Andrew Carnegie)

Ada dua macam orang tolol di dunia. Pertama adalah jutawan yang mengira dengan menimbun uang dia bisa meraih kekuasaan sesungguhnya, dan kedua adalah reformis miskin yang mengira jika dia bisa mengambil uang dari golongan tertentu dan memberikannya kepada golongan yang lain, seluruh penyakit di dunia akan terobati.

(Henry Ford)

# **BAB 4**

## **MENGAPA HARUS BERWIRAU\$AHA?**

Seluruh proses perubahan ekonomi  
akhirnya tergantung pada pribadi  
perilakunya yaitu entrepreneur  
(pengusaha)  
(JOSEPH SCHUMPTER)

Sebelum kita membahas pentingnya *entrepreneurship* atau wirausaha untuk kemajuan negeri ini, saya ingin memperkenalkan Anda dengan seorang sosok istimewa yang telah sukses mengubah sebuah daerah miskin di pesisir Sulawesi Selatan menjadi menjadi daerah maju dan kaya. Siapakah dia? Sosok ini adalah Prof. Dr. H.M. Nurdin Abdullah, M. Agr., bupati dari Kabupaten Bantaeng, Sulawesi

Selatan. Mengapa sosok ini begitu istimewa? Apa karena gelar akademisnya yang panjang dan mentereng? Tentu saja bukan, keistimewaannya justru karena keberhasilannya mengubah wilayah Bantaeng yang dulunya dianggap “miskin” dan “terbelakang” menjadi wilayah yang kaya dan maju. Berkat tangan dinginnya, daerah 'pinggiran' di Sulawesi Selatan ini meraih beragam penghargaan. Termasuk 4 piala Adipura berturut-turut! Padahal sebelumnya piala itu hanya impian.

Sebelumnya Nurdin Abdullah tak pernah berambisi untuk menjadi Bupati Bantaeng, bahkan bermimpi pun tidak. Malah pria kelahiran Pare-Pare, 7 November 1963 ini merasa risih ketika pertama kali namanya disebut-sebut sebagai calon bupati, menurutnya waktu itu menjadi bupati bukanlah posisi yang enak dan hanya cari susah. Pandangannya ini memang tidaklah berlebihan, selain sebagai

pengajar di Universitas Hasanuddin, ia juga menduduki posisi empuk di empat perusahaan penanaman modal asing (PMA) asal Jepang. Dia menjabat presiden direktur (presdir) empat perusahaan Jepang, yakni PT. Maruki Internasional Indonesia, Hakata Marine Indonesia, Hakata Marine Hatchery, dan Kyushu Medical Co Ltd. Tentu saja kehidupannya sudah sangat nyaman dan tak perlu bersusah payah menjadi bupati daerah terpencil, dimana gaji perbulannya saja sama dengan gaji 20 tahun menjadi bupati.

Namun desakan masyarakat yang begitu kuat, sampai 3000 orang datang ke kantornya untuk menyampaikan aspirasi membuat hatinya luluh juga dan memutuskan untuk menerima “pinangan” mereka. Nurdin pun sempat melihat kondisi Bantaeng dan menyadari bahwa di Bantaeng dibutuhkan orang yang benar-benar bisa memimpin

agar masyarakat bisa keluar dari kesulitan. Dengan persiapan seadanya dan dukungan penuh masyarakat, Nurdin pun mencalonkan diri sebagai bupati Bantaeng dan keluar sebagai pemenang. Setelah menjadi bupati, Nurdin kemudian melepas jabatannya dari perusahaan yang ia pimpin dan fokus membenahi daerahnya.

Sejak dilantik sebagai bupati Bantaeng pada 6 Agustus 2008, Nurdin Abdullah langsung menerapkan model 'blusukan' keluar masuk kampung dan pemukiman berdialog lepas dengan warga di wilayah pegunungan, dataran rendah maupun nelayan yang bermukim sepanjang pesisir pantai Bantaeng yang berbatasan dengan Laut Flores tersebut. Ia pun sering berbincang dengan pedagang Kaki-5, berdialog dengan nelayan, petani, pengayuh becak hingga duduk lesehan bersama warga menikmati kuliner di pesisir pantai kota. Selain itu, ia juga memperbaiki

porsi pekerjaan dengan meminta wakil bupati mengurus persoalan internal dan ia fokus mengurus urusan masyarakat.

Rumah jabatan bupati yang disediakan dengan segala fasilitasnya di tengah kota Bantaeng, ibukota Kabupaten Bantaeng dijadikan sebagai tempat menjamu serta menginap bagi tamu-tamu daerah. Nurdin Abdullah bersama keluarga justru tinggal di rumah pribadinya di Bonto Atu, dimana setiap subuh hari sudah terbuka dan selalu ramai didatangi warga untuk berjumpa langsung bupati menyampaikan berbagai masalah kemasyarakatan yang dihadapi hingga mendialogkan masalah-masalah pribadi kehidupan rumah tangga mereka.

Nurdin pun melakukan beberapa kajian akademik dengan hasil memotong beberapa pos anggaran yang dianggap pemborosan. Ia menyatakan prinsip untuk tetap menggunakan APBD diarahkan

terutama untuk meningkatkan pendapatan serta tingkat kesejahteraan masyarakat. Untuk membangun infrastruktur di daerah akan senantiasa diupayakan melalui dana-dana bantuan atau investasi. Alasannya, dana APBD yang kecil akan habis terkuras jika dimanfaatkan untuk membangun infrastruktur yang beranggaran besar.

Hasilnya selama 5 tahun pertaman masa kepemimpinan bupati Nurdin Abdullah, dia berhasil menjalankan program *The New Bantaeng* dengan menetapkan pendekatan tiga kluster penanganan dan pengembangan sesuai karakteristik dan potensi daerah yang tiga dimensi — pegunungan, dataran dan pantai untuk peningkatan kesejahteraan rakyat Bantaeng. Pengembangan potensi dilakukan diiringi upaya besar-besaran membangun infrastruktur jalanan. Dari titik 0 di dataran rendah jaringan jalan kini sudah mencapai wilayah-wilayah

pegunungan diketinggian 1.300 dpl dengan kondisi beraspal hotmix. Sejumlah fasilitas berkaitan dengan pengembangan infrastruktur industri, pariwisata, pelayanan kesehatan, dan pendidikan serta pelayanan dasar lainnya sudah dihadirkan di Bantaeng. Hasilnya, angka kemiskinan yang melebihi 12 persen (1998) kini sudah berhasil ditekan kurang dari 7 persen. Angka pengangguran dari lebih 12 persen menjadi sekarang sisa sekitar 3 persen. Laju pertumbuhan ekonomi dari hanya 5 koma persen kini menjadi 8,9 persen di daerah yang berpenduduk sekitar 170 ribu jiwa tersebut.

Keberhasilan ini membawa Nurdin Abdullah terpilih kembali menjadi bupati Bantaeng periode kedua dengan perolehan suara lebih dari 70 persen, suatu rekor dukungan tertinggi yang diberikan rakyat pemilih selama ada Pilkada langsung bupati/walikota di Sulawesi Selatan. Pada periode kedua ini, ia

memiliki obsesi untuk menjadikan Kota Bantaeng sebagai kota *Water Front City* yang menjadi pusat pertumbuhan ekonomi baru, industri dan tujuan wisata di wilayah selatan Sulawesi Selatan. Nurdin ingin masyarakat Bantaeng hidup aman, maju dan sejahtera.

Untuk mewujudkannya, ia telah berhasil mendapatkan 6 investor untuk merencanakan membangun smelter atau pabrik pengolahan bijih nikel dan bijih besi di Bantaeng. Investasinya sekitar Rp. 20 Triliun. Melalui MoU yang sudah ditandatangani dengan Badan Keuangan Amerika-Eropa, akan ada geyuran dana investasi sekitar Rp 1 triliun untuk membangun dan mengembangkan Pelabuhan Laut di Kota Bantaeng. Selain itu, ada rencana investasi Rp. 29 Triliun untuk membangun kilang pengolahan minyak, bensin dan avtur di Bantaeng. Guna menopang pembangunan industri

tersebut sudah siap dibangun pembangkit listrik berkekuatan 600 Mega Watt. Melalui Dari pengembangan industri-industri tersebut, Nurdin berharap bisa mengembangkan pungutan retribusi bagi peningkatan pendapatan daerah dan meningkatkan kesejahteraan masyarakatnya.

Prestasi luar biasa yang dicapai Nurdin Abdullah ini telah diapresiasi oleh berbagai pihak dan meraih 50 penghargaan dalam berbagai bidang. Bahkan namanya sempat dimasukkan dalam 19 tokoh alternatif menurut Komunike Bangsa Peduli Indonesia (KBPI) yang digagas pengusaha senior Sofjan Wanandi. Ia dianggap pantas menjadi figur calon presiden alternatif yang akan membuat Indonesia lebih baik dan sejajar dengan negara-negara maju lainnya.

Apa sebenarnya rahasia Nurdin Abdullah hingga berhasil membangun daerah Bantaeng?

Dalam sebuah kesempatan, Nurdin mengakui bahwa pola kebijakan yang diterapkannya dalam memimpin adalah menggabungkan antara *leadership* dan *entrepreneurship*. Melalui jiwa kewirausahaan yang dimilikinya inilah, Nurdin sukses “menyulap” sebuah daerah terpencil seperti Bantaeng menjadi daerah maju yang mampu mensejahterakan warganya.

Kalau kita kaji lebih lanjut, keberhasilan seorang pengusaha yang menjadi pemimpin daerah dalam memajukan daerah yang dipimpinnya bukanlah prestasi Nurdin Abdullah seorang. Ada banyak pemimpin daerah yang memiliki latar belakang pengusaha, berhasil memajukan daerah yang dipimpinnya. Misalnya saja Fadel Muhammad seorang pengusaha yang menjadi Gubernur Gorontalo, Ridwan Kamil yang menjadi Walikota Bandung, Jokowi yang sempat jadi walikota Solo dan Gubernur Jakarta sebelum akhirnya mencalonkan diri

jadi Presiden Republik Indonesia, dan lain sebagainya. Fakta ini menunjukkan pada kita bahwa betapa luar biasanya profesi seorang pengusaha, dimana dengan jiwa *entrepreneurship* yang dimilikinya mampu melakukan kontribusi nyata bagi kesejahteraan masyarakatnya.

### **Apa Itu Pengusaha?**

Kewirausahaan atau *entrepreneurship* diperkenalkan pertama kali pada abad 18 dengan tujuan utamanya pertumbuhan dan perluasan organisasi melalui inovasi dan kreativifitas. Menurut istilah tersebut, pengusaha itu sebenarnya adalah seorang *entrepreneur*, kata ini berasal dari bahasa Prancis yang berarti kontraktor. Asal katanya adalah *entreprenant* yang berarti giat, mau berusaha, berani, penuh petualangan dan *entreprenere* yang artinya mengambil langkah memasuki sebuah aktivitas

tertentu atau menyambut tantangan. Istilah *entrepreneur* ini pertama kali dipopulerkan oleh seorang ahli ekonomi Prancis asal Skotlandia yang bernama Richard Cantillon dalam *Essai Sur La Nature Du Commerce en General*. Menurut Cantillon, *entrepreneur* adalah mereka yang membayar harga tertentu untuk produk tertentu, untuk dijual dengan harga yang tidak pasti, sambil membuat keputusan-keputusan tentang upaya mencapai dan memanfaatkan sumber-sumber daya dan menerima resiko berusaha.

Sementara itu kalau kita membuka *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, kata *usaha* yang merupakan akar kata dari *pengusaha* berarti 1) kegiatan dengan mengerahkan tenaga, pikiran, atau badan untuk suatu maksud; 2) kegiatan di bidang perdagangan (dengan maksud mencari untung). Melalui pengertian di atas, *pengusaha* itu adalah seorang

pekerja keras yang penuh inisiatif serta memiliki cita-cita atau tujuan tertentu. Lalu kalau kita membuka *Kamus Manajemen LPPM*, pengusaha berarti seorang yang mampu memulai dan atau menjalankan usaha.

Pada perkembangannya, istilah ini kemudian memunculkan istilah wirausaha (*entrepreneur*) dan kewirausahaan (*entrepreneurship*). Dalam bahasa Indonesia, WIRA berarti gagah berani, USAHA berarti tindakan untuk mencapai suatu hasil. Jadi WIRAUSAHA adalah orang yang gagah berani atau perkasa dalam menekuni usaha untuk mencapai hasil. Apa pun pengertian yang kita ambil, pengusaha atau wirausahawan (*entrepreneur*) merupakan sosok istimewa yang memiliki kemampuan mendayagunakan seluruh potensinya untuk memanfaatkan segala macam benda atau peluang menjadi lebih bermanfaat. Berikut ini beberapa pengertian tentang wirausaha:

- ✓ **Kamus Oxford:** "*A person who undertakes an enterprise or business, with the chance of profit or loss*" (Seorang yang bertanggung jawab atas sebuah bisnis dengan memikul risiko untung atau rugi).
  
- ✓ **Joseph Schumpeter:** orang yang melihat adanya peluang, kemudian menciptakan organisasi untuk memanfaatkan peluang itu.
  
- ✓ **Geoffrey G. Meredith:** Orang-orang yang mempunyai kemampuan melihat dan menilai kesempatan bisnis, mengumpulkan sumber-sumber daya yang dibutuhkan guna mengambil keuntungan daripadanya dan mengambil tindakan yang tepat guna memastikan sukses.

- ✓ **Howard H. Stevenson:** *Entrepreneurship* merupakan suatu pola tingkah laku manajerial terpadu dengan melakukan upaya pemanfaatan peluang-peluang yang tersedia tanpa mengabaikan sumber daya yang dimilikinya”.
  
- ✓ **H. Leibenstein:** Seorang atau sekelompok individu yang memiliki karakteristik, mampu menggandengkan peluang-peluang menjadi pasar, mampu memperbaiki kelemahan pasar, bisa menjadi seorang *input complementer*, dapat menciptakan atau memperluas *time bending* dan *input transforming entities*.
  
- ✓ **Peter F Drucker:** Kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda.

- ✓ **Thomas W Zimmerer:** Penerapan kreativitas dan keinovasian untuk memecahkan permasalahan dan upaya memanfaatkan peluang-peluang yang dihadapi orang setiap hari.

### **Pentingnya jadi Pengusaha**

Kewirausahaan merupakan salah satu motor penggerak ekonomi bangsa, juga sebagai pendorong perubahan sosial bagi peningkatan kualitas hidup manusia. Menurut ahli sosiologi David McClelland, suatu negara bisa menjadi makmur apabila memiliki sedikitnya dua persen pengusaha dari jumlah penduduknya. Coba saja kita tengok jumlah pengusaha di negara-negara maju seperti Amerika Serikat yang memiliki 11,5 hingga 12 persen pengusaha dari total penduduknya, Singapura tujuh persen, China dan Jepang 10 persen. Bahkan kini para

pengusaha bermunculan dengan pesatnya di negara-negara berkembang dan telah sukses meningkatkan perekonomian bangsanya seperti India yang memiliki pengusaha sekitar tujuh persen dan Malaysia tiga persen.

Lantas bagaimana dengan negara kita tercinta? berdasarkan laporan *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) pada tahun 2014, jumlah pengusaha di Indonesia saat ini sekitar 1,65% dari total masyarakat, setelah tahun-tahun sebelumnya berada di angka 1,26% - 1,56%. Peningkatan pesat jumlah pengusaha ini harus kita apresiasi dimana sebelumnya pada tahun 2006 hanya sekitar 0,18% dari total jumlah penduduk atau sekitar 400.000 orang saja dan tahun 2010 hanya meningkat sekitar 0,24 persen saja. Namun peningkatan jumlah pengusaha ini tentu saja belum cukup untuk memenuhi kuota minimal seperti yang

dipersyaratkan McClelland di atas. Kita masih perlu berjuang keras untuk memenuhi kuota itu bahkan kalau bisa melampauinya. Kita tak boleh kalah dengan Singapura, dimana menurut laporan *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM), pada tahun 2001 jumlah pengusaha di Singapura sekitar 2,1 persen dan pada 2006 telah tumbuh menjadi 7,2 persen. Ini berarti, Singapura telah berhasil menumbuhkan prosentase pengusahanya sekitar 5,1 persen dalam kurun waktu lima tahun!

Saat ini, peluang untuk menjadi pengusaha semakin terbuka lebar. Pemerintah pun kini telah memberikan ruang yang luas untuk berkarya dan berkreasi menjadi pengusaha. Apalagi berdasarkan survey yang dilakukan BBC pada bulan Juni sampai September 2010 atas 24 ribu orang di 24 negara, negara kita dinobatkan sebagai tempat terbaik bagi pengusaha untuk memulai usahanya. Apabila kita

tidak segera mengambil kesempatan ini untuk membuka usaha, tentu orang-orang dari 24 negara itulah yang akan mengambil posisi kita dan menjadikan kita “hanya” sebagai “babu” mereka.

Negara-negara Asia seperti Jepang, Korea, China, Taiwan dan India pun telah membuktikannya. Bahkan, negara tetangga terdekat kita seperti Singapura bisa kita jadikan contoh betapa jiwa kewirausahaan masyarakatnya begitu ditumbuhkan di negeri mereka. Karena mereka sadar, tanpa kewirausahaan, sebagai negara, mereka akan mati.

Oleh karena itu, agar negara ini bisa makmur, kini bukan saatnya lagi bagi kita untuk mengekspor bahan-bahan mentah yang kemudian diolah di negara lain menjadi produk-produk yang nilainya meningkat berkali-kali lipat. Sudah saatnya bagi kita untuk mengolah sumber daya kita sendiri karena Indonesia sangat kaya dalam hal potensi sumber

dayanya, baik sumber daya alam, budaya maupun manusianya.

Negara kita merupakan tempat yang sangat potensial untuk mengembangkan kreativitas dan usaha-usaha baru. Namun untuk mengolahnya, negeri ini membutuhkan banyak sekali pengusaha. Dengan banyaknya pengusaha, saya yakini akan memberi solusi bagi tingginya pengangguran dan akhirnya akan berdampak luas pada tingkat kesejahteraan masyarakat. Sebab, dengan berkurangnya pengangguran, maka kriminalitas akan menurun, karena pengangguran sejatinya merupakan pangkal lahirnya kriminalitas. Selain itu, kewirausahaan akan meningkatkan kualitas pertumbuhan ekonomi karena memungkinkan lebih banyak orang memanfaatkan pertumbuhan serta potensi ekonomi yang ada.

Berikut ini beberapa alasan akan pentingnya menjadi pengusaha:

**Pertama**, Anda akan membentuk masa depan Anda sendiri lewat apa yang Anda kerjakan di perusahaan sendiri. Anda tidak lagi tergantung pada dunia kerja dengan mencari pekerjaan tapi mengandalkan kemampuan diri sendiri dengan bekal yang telah diperoleh selama menempuh pendidikan.

**Kedua**, Anda akan mandiri secara finansial. Anda bebas menentukan pendapatan sendiri sesuai kerja keras yang Anda lakukan.

**Ketiga**, Anda bisa lebih bebas berkreasi. Otak Anda akan selalu dirangsang untuk kreatif menciptakan pekerjaan dan efeknya akan mendapatkan uang dari hasil pekerjaannya itu. Kondisi ini akan membuat diri Anda cerdas, terbiasa mencari solusi dan tidak bergantung kepada orang lain.

**Keempat,** Anda bisa menciptakan lapangan pekerjaan dan bukan menjadi pencari kerja. Kalau usaha Anda mau berkembang, Anda harus rela untuk bisa berbagi tugas dengan orang lain. Tidak mungkin semua pekerjaan akan bisa Anda tangani sendiri tanpa kehadiran orang lain. Jadi, menjadi pengusaha berarti memberikan kesempatan kepada orang lain untuk bisa berkarya bersama Anda.

**Kelima,** Anda bisa berbuat nyata untuk bangsa dan negara. Dengan memiliki usaha sendiri, Anda akan memberi tambahan lapangan pekerjaan walaupun hanya untuk seorang saja, mengurangi pengangguran, dan menjadi wajib pajak dengan membayar pajak atas penghasilan usaha Anda. Pada akhirnya Anda pun turut serta mengurangi angka kemiskinan di negeri ini dan turut menggerakkan roda perekonomian bangsa. Ingatlah, semakin

banyak dari Anda yang menjadi pengusaha, maka semakin kuat perekonomian bangsa kita.

**Keenam,** Inovasi. Usaha-usaha digeluti para *entrepreneur* biasanya tidak terjebak mainstream usaha di pasaran. Dari daya kreatif merekalah lahir banyak produk yang dapat dipatenkan dan menjadi aset berharga di bidang ekonomi. Contoh yang banyak di Indonesia saat ini adalah keripik buah, tahu pedas, pancake buah, dan lain-lain yang nantinya bisa saja menjadi komoditas ekspor.

**Ketujuh,** peningkatan produktivitas tenaga kerja suatu daerah. Daerah yang berkembang adalah daerah yang masyarakatnya menghasilkan produk (produk domestik bruto) dan penghasilan untuk dirinya sendiri dan untuk pemerintah dalam bentuk pajak. Dengan adanya pengusaha di suatu daerah,

nilai SDM meningkat dan pemasukan pajak bisa dipakai untuk pembangunan.

**Kedelapan,** Anda akan lebih banyak bersedekah dan membantu orang-orang miskin yang masih berserakan di sekitar kita. Inilah yang terpenting, dengan menjadi pengusaha, Anda akan berkontribusi lebih banyak terhadap masyarakat dengan berbagi kepada sesama.

# **BAB 5**

## **APAKAH ANDA BERBAKAT JADI PENGUSAHA?**

Orang yang sukses dan tak sukses tidak begitu berbeda dalam hal kemampuan. Mereka berbeda dalam hasrat untuk mencapai potensinya.

(John Maxwell)

Orang yang menggunakan keahlian dan imajinasi membangun untuk melihat berapa banyak yang dapat dia beri untuk satu dolar, daripada betapa sedikit yang dapat dia berikan untuk satu dolar, pasti akan menemui sukses.

(Henry Ford)

# **BAB 5**

## **APAKAH ANDA BERBAKAT JADI PENGUSAHA?**

Manusia adalah insan yang suka bertanya. Kita sudah mulai bertanya sejak kita lahir . . . Bahkan boleh dikata sejarah manusia adalah rangkaian tanya jawab yang dirumuskan oleh kita manusia.  
(Octavio Paz, pujangga Meksiko)

Apakah menjadi pengusaha itu diperlukan bakat atau tidak? Sebelum menjawabnya, saya akan mengenalkan Anda pada seorang pengusaha muda sukses yang bernama Hamzah Izzulhaq. Sejak kecil tepatnya sejak kelas 5 SD, Hamzah sudah belajar berbisnis dengan menjual beberapa macam

permainan seperti kelereng, petasan, dan permainan lainnya yang disukai anak-anak.

Ketika masuk SMA, Hamzah mulai berjualan pulsa dan buku. Kebetulan pamannya memiliki toko buku dan Hamzah menawarkan diri untuk menjadi salah satu distributornya. Pamannya menyetujui dan memberikan diskon 30% perbuku pada Hamzah. Buku tersebut kemudian dijual Hamzah kepada adik dan kakak kelasnya dengan diskon 10%, sehingga ia mendapat margin keuntungan 20% setiap bukunya.

Lewat aktivitas berjualan pulsa dan buku ini, Hamzah dapat meraih keuntungan sebesar Rp. 950 ribu perbulan. Sebagian penghasilannya ini ia tabung dan sebagian lagi ia gunakan untuk membuka konter pulsa dimana bagian operasional ia serahkan kepada teman SMP-nya. Sayangnya, ternyata bisnis itu tak berjalan lancar. Omzet yang didapat sering kali dipakai tanpa sepengetahuan dan seizin Hamzah,

selain itu voucher pulsanya juga sering ia konsumsi secara pribadi. Alhasil, hanya dalam tempo tiga bulan usahanya tersebut bangkrut dan Hamzah pun terpaksa menutupnya.

Meski sempat terpukul, namun Hamzah tak mau berputus asa dan mulai bangkit lagi dengan belajar dari buku-buku biografi pengusaha sukses. Ia pun kemudian berjualan makanan kecil dan roti yang ternyata menghasilkan keuntungan cukup lumayan, yaitu sebesar Rp. 5 juta per bulan. Setelah itu, ia kemudian tertarik dengan tawaran mitra bisnisnya yang menjual *franchise* bimbel seharga 175 juta rupiah. Karena Hamzah tak punya uang sebesar itu, akhirnya ia memutuskan untuk meminjam uang kepada ayahnya yang seorang dosen. Namun ayahnya hanya meminjamkan uang sebesar Rp. 70 juta yang tadinya akan ia belikan mobil.

Dengan modal di tangan, Hamzah pun kemudian melobi mitranya ini untuk membayar uang muka Rp. 75 juta dulu dan sisanya yang seratus juta rupiah akan ia cicil. Mitranya pun setuju dan Hamzah pun mulai bekerja keras membangun lembaga bimbingan belajar miliknya tersebut, meskipun saat itu ia masih duduk di bangku SMA. Usahanya ternyata membuahkan hasil, seiring dengan kelulusannya dari SMA, Hamzah telah memegang 3 lisensi franchise dengan jumlah siswa yang di atas 200 orang, omzet Rp. 360 juta per semester, dan keuntungan bersih sekitar Rp. 180 juta per semester.

Merasa bisnis bimbelya sudah mulai stabil dan bisa didelegasikan, Hamzah pun mulai melirik bisnis di bidang lain. Bisnis yang kemudian jadi fokus dia berikutnya adalah bisnis furniture yang mengkhususkan diri pada pembuatan sofabed. Lewat keuntungan yang telah ia miliki dari bisnis bimbingan

belajar, ia pun kemudian membeli sebuah perusahaan sofabed yang sudah jalan tiga bulan dan kemudian dia kembangkan. Lewat kerja kerasnya, hingga saat ini bisnis sofabednya telah menghasilkan omzet sekitar Rp. 160 juta sebulan.

Selain Hamzah Izzulhaq, saat ini banyak pula bermunculan para pengusaha muda belia seperti Farah Farce (16 tahun) yang berbisnis impor produk-produk fashion dari berbagai negara, Valentina Meiliyana (17 tahun) yang berbisnis fashion dengan merancang dan menjual sepatu, Lambertus Darian (19 tahun) yang berbisnis kuliner, property, peralatan rumah tangga dan lain sebagainya, Yasa Singgih (19 tahun) yang berbisnis fashion pria dan kuliner, serta tak terhitung lagi banyaknya pengusaha muda belia lain yang bermunculan di negeri ini. Nah, sekarang yang menjadi pertanyaannya adalah apakah mereka menjadi pengusaha itu karena memang memiliki

bakat? Atau adakah hal lain yang menyebabkan mereka jadi pengusaha?

## **Fungsi Dominan Otak Kita**

Untuk menjawab pertanyaan ini, saya akan mengajak Anda untuk membahas tentang otak yang kita miliki. Otak kitalah yang sesungguhnya menjadi pusat pikiran dan perasaan kita, termasuk bakat yang kita miliki. Pikiran dan perasaan sebagai produk dari otak dapat membantu kita mendekatkan atau menjauhkan dari pencapaian tujuan kita. Semuanya tergantung pada isi pikiran dan perasaan yang kita miliki, apakah pikiran dan perasaan positif atau malah sebaliknya.

Ketahuilah, otak manusia adalah pusat dari sistem saraf manusia dan merupakan organ yang sangat kompleks. Terlampir di tempurung kepala, ia memiliki struktur umum yang sama seperti otak

mamalia lain, tetapi lebih dari tiga kali lebih besar dari otak mamalia khas dengan ukuran tubuh setara. Sebagian besar ekspansi berasal dari *cerebral cortex*, lapisan berbelit-belit dari jaringan saraf yang menutupi permukaan otak depan. Terutama diperluas adalah *lobus frontalis*, yang terlibat dalam fungsi eksekutif seperti pengendalian diri, perencanaan, penalaran, dan berpikir abstrak.

Otak memantau dan mengatur tindakan dan reaksi tubuh. Hal ini terus menerus menerima informasi sensorik, dan dengan cepat menganalisa data ini dan kemudian merespon, mengendalikan tindakan tubuh dan fungsi. Batang otak mengontrol pernapasan, denyut jantung, dan proses otonom lainnya. Neokorteks adalah pusat berpikir tingkat tinggi, belajar, dan memori. Otak kecil bertanggung jawab untuk keseimbangan tubuh, postur, dan koordinasi gerakan.

Secara biologis, fungsi otak adalah untuk mempromosikan keberlangsungan kehidupan kita. Mulai dari fungsi otonom, seperti respirasi dan denyut jantung hingga fungsi sadar seperti makan, reproduksi, atau berpindah tempat, semuanya dilakukan dengan kendali dari otak dan jaringan saraf. fungsi otak ini berkembang, tidak hanya mengurus hal-hal dasar meningkatkan keberlangsungan kehidupan individu saja. Manusia mulai dapat menggunakan otaknya untuk ‘berpikir’, menghasilkan kebudayaan, dan membangun peradaban. Dari sudut pandang psikologi, fungsi paling penting dari otak adalah sebagai struktur fisik yang melandasi pikiran dan perilaku.

Menurut Prof. R. Ornstein dalam buku *The Psychology of Consciousness*, otak mengatur semua fungsi tubuh kita. Mulai dari mengendalikan perilaku paling primitif (makan, tidur, menjaga kehangatan

tubuh) sampai bertanggung jawab untuk kegiatan tercanggih seperti menciptakan peradaban, musik, seni, ilmu pengetahuan dan bahasa. Setelah ribuan ahli mengkajinya selama berabad-abad, satu-satunya kata yang tepat untuk menggambarkan otak manusia adalah LUAR BIASA!

Nah kaitannya dengan bakat yang kita miliki, kita bisa melihatnya dari fungsi otak dominan kita. Bila fungsi otak dominan kita sebelah kiri atas atau neokortek kiri disebut *thinking*. Orang yang masuk kategori *thinking* pada umumnya pandai dan sangat rasional. Jika kita berkomunikasi dengan tipe *thinking* jadilah terorganisir dan logis, pertimbangkan sebab akibat, fokus pada konsekuensi, tekankan pada aplikasi praktis, jangan tanya apa yang “dirasa” tapi apa yang dipikirkan, dan jangan mengulang.

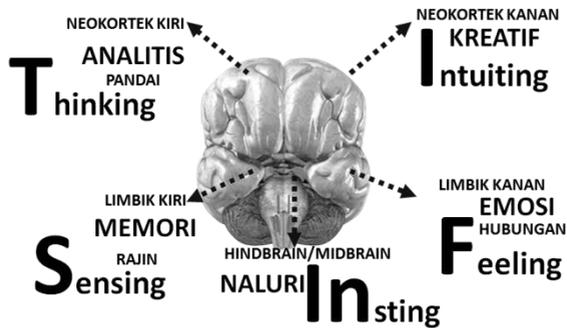
Bila fungsi otak dominan kita sebelah kanan atas atau neokortek kanan disebut *Intuiting*. Tipe ini

biasanya kreatif dan senang berimajinasi. Bila kita berkomunikasi dengan tipe *intuiting* bicarakan gambaran besar dan implikasi, bicarakan kemungkinan, gunakan analogi dan metaphor, gali pilihan/*alternative*, gubah imajinasi mereka dan jangan bebani mereka dengan hal yang detail.

Bila fungsi otak dominan kita sebelah kanan bawah atau limbik kanan disebut *Feeling*. Tipe *feeling* mengutamakan hubungan dan perasaan. Bila Kita berkomunikasi dengan tipe ini, katakan Anda setuju dengannya, hargai usaha dan kontribusi mereka, kenali legitimasi perasaannya, bicarakan tentang kepedulian Anda, senyumlah dan pelihara kontak mata, ramah dan penuh pertimbangan.

Bila fungsi otak dominan kita di tengah atau *hindbrain/midbrain* disebut *Insting*. Tipe *Insting* memiliki naluri yang tinggi dan responsif. Bila kita berkomunikasi dengan tipe ini, bicaralah *straight to*

*the point*, hindari pembahasan yang rumit, hindari kata-kata bersayap, gunakan lebih sedikit kalimat, selalu selesaikan kalimat kita, tanggapilah persis yang ia inginkan (tanya harga jawab harga).



Untuk mengetahui fungsi dominan otak kita bisa melalui *finger print* STIFIn. Jika kita belum melakukan *finger print test*, bisa dilihat dari golongan darah. Golongan darah berfungsi sebagai kurir apa yang diperintahkan oleh otak Kita. Orang yang memiliki golongan darah AB mirip dengan tipe

*sensing*, golongan darah A mirip dengan tipe *thinking*, golongan darah B mirip dengan tipe *intuiting* dan golongan darah O mirip dengan tipe *feeling*.

Diantara tipe ini, tipe manakah yang memiliki bakat sebagai pengusaha? Secara teori yang paling berbakat adalah tipe *intuiting*. Sifatnya yang kreatif dan senang berimajinasi sangat cocok dengan kepribadian pengusaha yang harus senantiasa mengikuti perubahan pasar dan kreatif menarik perhatian customer. Namun apakah semua pengusaha itu harus bertipe *intuiting*? Tentu saja tidak, banyak juga tipe lain yang sukses sebagai pengusaha. Semua orang yang memiliki bakat ataupun tidak bisa sukses menjadi pengusaha, selama ia mau berusaha menggapainya. Hanya satu saja yang perlu Anda miliki agar Anda bisa menjadi seorang pengusaha sukses, apa itu? *Curiosity* atau rasa ingin tahu yang besar.

## **Rasa Ingin Tahu (Currosity)**

Apa yang mengilhami Soichiro Honda dalam membuat kendaraan? Apa yang menggerakkan Steve Job terjun ke bisnis komputer dan membuat Apple? Apa yang menyebabkan seorang anak begitu sering bertanya? Sering kali karena rasa ingin tahu. Lantas bagaimana dengan Anda? Apakah gagasan baru atau hasrat untuk mendapatkan jawaban atas berbagai pertanyaan yang menarik membangkitkan rasa ingin tahu dalam diri Anda?

Sejak masa kanak-kanak, banyak di antara kita terdorong oleh rasa ingin tahu untuk mengajukan pertanyaan-pertanyaan demikian dan mencari tahu apa penyebab berbagai hal. Jika ada sesuatu yang menarik bagi kita, kita berupaya mencari tahu sebanyak mungkin keterangan tentang hal itu. Karena itu, rasa ingin tahu dapat menghasilkan hal-hal yang menakjubkan. Rasa ingin tahu adalah

sumber kemajuan. Sumber dari segala penemuan baru, perkembangan, perubahan, inovasi dan transformasi dalam hal apa pun.

Manusia dikarunia fitrah (naluri atau sifat dasar) mengetahui segala sesuatu yang ada di alam semesta ini. Allah SWT telah mengajarkan kepada Adam semua hal di alam semesta ini, menunjukkan proses dalam hidup manusia yang diawali dengan rasa ingin tahu (*curiosity*) yang kuat dimiliki oleh manusia sejak lahirnya.

Pendekatan psikologis memperlihatkan ada tiga aspek potensi dasar yang dimiliki manusia, yaitu: aspek kognisi (pengetahuan), aspek afeksi (penentuan keputusan), aspek motorik (pelaksanaan atau eksekusi). Rasa ingin tahu manusia mendasari segala dari aspek kognisi manusia yang senantiasa menanyakan segala sesuatu yang ada di sekitar dirinya, bahkan keberadaan diri manusia sendiri

senantiasa menjadi permasalahan yang muncul dari rasa ingin tahu manusia.

Keingintahuan manusia merupakan emosi yang dimiliki manusia dalam mendorong terwujudnya perilaku seperti eksplorasi, investigasi dan belajar. Hal ini termasuk sebagai mekanisme kejiwaan manusia dalam upaya mencari dan menemukan informasi dari interaksi kehidupan manusia dengan lingkungannya dan makhluk-makhluk lainnya.

Namun sayangnya, rasa ingin tahu ini sering “dibunuh” oleh pola pendidikan dan budaya yang salah. Lihat saja budaya kita yang cenderung menghindari risiko, mencari jalan aman dalam hidup. Sekolah yang pintar, bekerja yang tekun, ambil master supaya dapat promosi, demikian rata-rata orang tua kita mengajarkan anak-anaknya. Rasa ingin tahu untuk mencoba sesuatu yang baru dan berisiko ditutup. Jarang orang tua yang memprovokasi

anaknya untuk memulai bisnis, mengambil risiko atau berhenti bekerja. Padahal cara itu sebenarnya memantikan potensi si anak yang mungkin ingin tahu bagaimana dunia bisnis itu, bagaimana risikonya.

Padahal sejatinya rasa ingin tahu merupakan mekanisme pertahanan hidup kita. Manusia adalah makhluk hidup yang bergantung pada makhluk hidup lainnya. Sebagai contoh, dalam memproduksi makanan, manusia tidak bisa menghasilkan bahan makanan sehingga untuk mendapatkan bahan makanan manusia harus mendapatkannya dari makhluk hidup lain. Dari sini, karena manusia memiliki akal, manusia mencari cara untuk mendapatkan bahan makanan. Sebagai contoh, pada masa purba manusia menggunakan tombak untuk membunuh mangsa dan menjadikan mangsanya sebagai bahan makanan. Nah, tombak ini adalah hasil dari rasa ingin tahu manusia sehingga menghasilkan

teknologi dan pengetahuan yang menjadi mekanisme pertahanan hidup manusia. Sampai hari ini, manusia memanfaatkan rasa ingin tahu untuk ketahanan hidupnya termasuk dengan menjadi pengusaha. Untuk itu, manfaatkanlah rasa ingin tahu Anda untuk membangun usaha Anda.

### **Pendidikan Wirausaha**

Senada dengan hal yang di atas, saya ingin menanyakan pada Anda apakah pengusaha itu dilahirkan (berbakat) atau diajarkan? Jika Anda menyatakan bahwa pengusaha itu dilahirkan, Anda benar. Tanpa perlu adanya pendidikan terlebih dahulu, kita semua lahir dengan potensi kreatif-inovatif, pencipta peluang yang handal, dan pengambil resiko yang berani. Ketika kita masih kecil, kita adalah penjelajah ulung yang tidak mengenal lelah dan selalu mencipta kesempatan untuk belajar

mengenai apapun di dunia ini. Kita memiliki kemampuan berkreasi tanpa henti dan penuh dengan keberanian melakukan banyak hal meskipun banyak bahaya yang saat itu belum kita pahami. Jadi tidak salah ketika saya menyatakan bahwa semua orang memiliki kesempatan yang sama untuk sukses sebagai pengusaha, tak peduli apakah ia lulusan SD, SMP, SMA atau sarjana.

Namun ketika Anda memilih bahwa pengusaha itu diajarkan, Anda juga benar. Kalau kita hanya mengandalkan kemampuan lahiriah saja tanpa ada proses belajar, tentu akan sedikit sekali lahir seorang pengusaha. Peter Drucker, seorang guru di bidang manajemen modern mengatakan bahwa pengusaha sejati dapat diajarkan. Hanya saja memang perlu perubahan dan terobosan pada metode belajar yang tradisional serta perlu didukung oleh lingkungan yang *entrepreneurial* (bercirikan kewirausahaan). Jadi

dalam hal ini, sebagai syarat menjadi seorang pengusaha sukses, setidaknya kita dapat belajar dari:

### **1. Keluarga**

Seseorang yang terlahir dari keluarga pengusaha memiliki keuntungan besar, karena akan meng-internalisasi nilai-nilai *entrepreneurship* sejak dini. Dia mengalami atmosfer entrepreneurship dalam jangka waktu cukup panjang, sehingga dapat membentuk suatu kebiasaan untuk berusaha dan karena itu dia lebih mudah menjadi pengusaha.

### **2. Lingkungan.**

Mungkin seseorang tidak lahir dari keluarga pengusaha, tetapi dia berada dalam lingkungan sosial atau pertemanan yang sangat kondusif terhadap *entrepreneurship*. Nilai-nilai dan

kebiasaan pengusaha tentunya akan masuk dan terserap melalui pergaulan sehari-hari. Sebagai contoh, para profesional yang bekerja di lembaga-lembaga yang sangat *entrepreneurial*. Selama bertahun-tahun bekerja, jiwa dan kecakapan *entrepreneurship* akan tertanam, karena lingkungan seperti itulah yang mereka jumpai setiap hari.

### **3. Latihan dan pendidikan.**

Ini merupakan upaya secara sengaja yang terstruktur untuk membangun *mindset* pengusaha dan kecakapan untuk melakukan tindakan-tindakan *entrepreneurial*.

Apakah Anda terlahir dari keluarga pengusaha? Atau lingkungan Anda sudah cukup kondusif untuk mengasah jiwa pengusaha Anda? Kalau benar, saya

mengucapkan selamat pada Anda karena dengan begitu Anda tinggal berjalan beberapa langkah lagi untuk menjadi pengusaha. Namun jika Anda tidak memiliki kedua faktor tersebut, jangan takut karena masih ada faktor ketiga yaitu latihan dan pendidikan. Ketika Anda memiliki keinginan kuat untuk menjadi pengusaha sukses, maka saya sarankan agar mengikuti pelatihan atau pendidikan *entrepreneurship*. Dengan mengikuti pelatihan atau pendidikan *entrepreneur*, berarti kita akan mengalami lompatan-lompatan pemikiran yang akan mempermudah kita untuk memulai bisnis. Selain itu, dengan mengikuti pelatihan ini akan memperluas jaringan dan peluang kita agar lebih cepat sukses dengan bisnis yang kita jalani.

Nicholas Negroponte seorang profesor dari MIT, penggagas *One Child One Laptop* dalam buku *Being Digital* mengatakan bahwa pada tahun 2020

kebanyakan atasan di negara maju adalah “diri sendiri” dengan kata lain kebanyakan peluang kerja adalah menjadi pengusaha. Pernyataan Negroponte ini tentu bukannya tanpa alasan, bahkan banyak negara maju yang telah menyadarinya dan menjadikan pendidikan entrepreneur sebagai bagian dari kebijakannya.

Kebijakan ini pula ternyata telah dipraktekkan dalam kurikulum pendidikan negara kita beberapa tahun terakhir ini. Selain itu, pelatihan kewirausahaan pun sangat marak hingga wajar saja pertumbuhan pengusaha pemula mulai meningkat pesat, tak terkecuali pengusaha muda belia seperti Hamzah Izzulhaq dan kawan-kawan yang telah saya sebutkan di atas.

Kita semua terlahir dengan potensi menjadi pengusaha atau *entrepreneur* dan pendidikan dapat mengembangkannya. Apalagi kita hidup di negeri

yang memiliki sumber daya alam yang melimpah, mulai dari kekayaan laut, hutan, tanah, bahan tambang, dan lain sebagainya. Selain itu, Indonesia juga memiliki jumlah penduduk yang sangat besar yaitu sekitar 250 juta jiwa lebih. Secara hukum ekonomi, seharusnya ini menjadi modal utama bangsa ini untuk bisa maju dan sejajar dengan bangsa lain. Sungguh sangat disayangkan jika saat ini kita masih berhadapan dengan masalah-masalah sosial seperti kemiskinan dan pengangguran.

Masalah pengangguran dan kemiskinan di Indonesia sesungguhnya sangat erat kaitannya dengan kualitas Sumber Daya Manusianya, dan kualitas SDM tidak dapat dipisahkan dengan kualitas pendidikan. Jadi untuk mengatasi pengangguran salah satu bentuk pendekatan yang sangat strategis adalah melalui pendidikan *entrepreneurship*. Pada akhirnya, pertumbuhan *entrepreneurship* baru akan

menjadi solusi untuk menekan laju pengangguran dan sebagai upaya untuk mendongkrak pertumbuhan ekonomi bagi kemakmuran masyarakat.

# **BAB 6**

# **ASAHLAH INTUISI**

# **ANDA**

Yang paling penting, jangan takut untuk mengikuti intuisi Anda. Intuisi Anda sudah tahu apa yang benar-benar Anda inginkan. Yang lainnya tidak begitu penting.

(Steve Job - Pendiri Apple)

Setiap sore, tulislah enam hal yang paling penting yang akan Anda lakukan pada hari berikutnya. Lalu sementara Anda tidur, bawah sadar Anda akan bekerja dengan cara-cara terbaik bagi Anda untuk merampungkannya. Hari berikutnya akan berjalan lebih mulus.

(Tom Hopkins)

## **BAB 6**

### **SAHLAH INTUISI ANDA**

Bila keputusan didasarkan atas intuisi, maka secara alamiah Anda cenderung tetap dekat dengan keputusan itu dan memeriksanya lebih cepat serta lebih sering, daripada keputusan yang didasarkan pada penalaran yang kuat.

(RICHARD BROWN - CEO Towle Manufacturing Co.)

Seperti sudah kita bahas dalam bab sebelumnya, tipe yang paling cocok untuk menjadi pengusaha adalah tipe *intuiting*. Namun jika ternyata Anda bukan termasuk tipe itu, apa yang harus Anda lakukan? Selain memiliki rasa ingin tahu yang besar, Anda juga bisa mengasah intuisi Anda sendiri. Donald

Trump menasehati, “pengalaman mengajari saya beberapa hal. Salah satunya adalah mendengarkan naluri Anda, tak peduli di atas kertas semuanya terlihat begitu bagus.” Gagasan yang intuitif memang tidak ilmiah dan sulit dibuktikan hingga kita dapat membuktikannya. Bagaimanapun, semua ilmu pengetahuan dimulai dengan sebuah hipotesa dan sebuah hipotesa berasal dari intuisi - sebuah kilatan jiwa, cahaya dari Tuhan.

Albert Einstein sering menyatakan bahwa teori relativitasnya muncul karena pikiran yang berkelebat, bukan karena pola pikir logis yang disajikan oleh para peneliti di laboratorium yang berorientasi pada data. Ia mengatakan, “saya tidak sampai pada pemahaman tentang hukum-hukum fundamental tentang jagat raya lewat penalaran, Kecendekiaan tak banyak artinya dalam perjalanan menuju penemuan. Tiba-tiba ada lompatan ke alam kesadaran, katakanlah itu

intuisi atau terserah Anda mau menyebutnya apa, yang jelas solusi datang padamu.”

Para astronot NASA pun menghabiskan 90% waktunya untuk berlatih bereaksi secara intuitif yang akan membantunya menentukan keputusan-keputusan tepat ketika berada di luar angkasa. Jadi sesungguhnya memiliki ketajaman intuisi itu sangat berguna jika kita ingin menjadi pengusaha. Sampai saat ini intuisi dipercaya sebagai syarat agar seseorang dapat sukses dalam bisnis. Setidaknya beberapa penelitian di bawah ini telah membuktikannya:

- ✓ Menurut penelitian yang dilakukan oleh Harry Mintzberg dari McGill University memperlihatkan bahwa para pemimpin perusahaan yang unggul dalam mengambil keputusan biasanya menggunakan belahan kanan otaknya - sisi intuisi - sebanyak 80%.

- ✓ Riset dari New Jersey Institute of Technology menemukan bahwa 80% pimpinan perusahaan yang mampu menghasilkan profit dua kali lipat dalam lima tahun menggunakan kemampuan intuitif.
- ✓ John Mihalasky dan E Douglas Dean menemukan bahwa 80% CEO yang sukses memiliki intuisi di atas rata-rata. Hasil riset *International Institute for management Lausanne Swiss*, para manajer sukses menggunakan intuisi dalam mengambil keputusan sebagian besar bisnisnya.

Intuisi merupakan sesuatu yang bergerak dalam alam pikiran yang harus kita sikapi dengan baik dengan mewujudkannya dalam bentuk sebuah keputusan. Ada perbedaan spesifik antara perasaan, firasat dan intuisi. Perasaan hanya sebuah asumsi

dalam perasaan. Sementara firasat tingkatannya lebih jauh karena apa yang ada di kepala sudah bukan asumsi lagi tapi sebuah keyakinan meski tidak atau belum diimplementasikan dalam sebuah tindakan. Adapun intuisi adalah tindakan yang kita lakukan dari sesuatu yang kita rasakan. Intuisi adalah instrumen yang bisa kita asah kepekaannya apabila kita mempunyai keseimbangan antara hati, pikiran dan perilaku. Berikut ini beberapa pengusaha sukses yang sering memutuskan bisnisnya berdasarkan intuisinya:

- ✓ Ray Croc membeli *franchise* Mc Donalds dengan harga yang kelewat tinggi, sebenarnya uangnya tidak cukup banyak untuk membeli waralaba tersebut, Tapi dia mengatakan "intuisi saya mendorong saya untuk tetap membelinya dan harus". Firasat itu terbukti benar, Mc Donalds pertama kali hanya ada satu di

California ,tapi sekarang sudah menjadi *franchise* yang mendunia.

- ✓ George Eastment, pendiri Eastment Kodak, menyatakan bahwa merk "KODAK" yang melegenda itu huruf "K" muncul secara intuitif.
- ✓ Sam Walton pendiri Walt Mart menggunakan intuisinya ketika mendirikan sebuah toko pada 1962 kini ada lebih 1.300 toko di seluruh dunia.
- ✓ Bill Gates menggunakan intuisinya ketika melihat peluang bahwa Apple dan IBM tidak mau memberi lisensi sistem operasinya kepada pembuat komputer. Ia memutuskan untuk membuat sistem operasi dan memberikan lisensi untuk dipakai oleh si pembuat komputer. Sistem operasi yang pertama dibuat oleh Bill Gates adalah *Microsoft Disk Operating System (MS-DOS)* yang akhirnya menguasai pasar 80 % dari seluruh sistem operasi yang

dipakai saat itu. Kesuksesan Bill Gates pun berlanjut dengan munculnya Windows yang saat ini begitu sukses.

### **Apa Itu Intuisi?**

Intuisi adalah istilah untuk kemampuan memahami sesuatu tanpa melalui penalaran rasional dan intelektualitas. Sepertinya pemahaman itu tiba-tiba saja datangnya dari dunia lain dan diluar kesadaran. Intuisi merupakan proses mengetahui secara langsung, tanpa perantara analisa. Itu sebabnya intuisi disebut sebagai *sudden knowledge*, pengetahuan yang tiba-tiba datang. Seperti peringatan suatu hal akan terjadi. Tapi justru karena tidak diperantarai oleh analisa, maka intuisi merupakan pengetahuan yang holistik (menyeluruh) tentang sesuatu.

Ada pendapat yang mengatakan bahwa intuisi itu adalah suara hati (*inner voice*), bisikan hati, *esp - extra sensory perception* (indra extra) atau pancaindra keenam. Meskipun terkesan tidak masuk akal, namun sebenarnya intuisi merupakan kekuatan yang dengan cepat menyadari bahwa “sesuatu” itu adalah kasusnya. Hal tersebut dilakukan tanpa intervensi dari berbagai proses yang masuk akal. Tidak ada langkah-langkah induktif atau deduktif yang masuk akal. Tidak ada analisa yang wajar dari situasi tersebut, tidak ada bantuan dari imajinasi. Namun meskipun begitu, Carl Jung mengatakan "Istilah intuisi tidaklah bertentangan dengan alasan rasional, tetapi intuisi itu berasal dari luar alasan rasional." Jadi apa pun itu istilahnya, intuisi adalah keterampilan yang akan mendorong kita mencetak keberhasilan.

## **Keputusan Intuisi Yang Tepat**

Dunia bisnis adalah sebuah dunia yang sangat dinamis. Pergerakannya yang cepat secara tidak langsung harus diimbangi oleh para pelaku di dalamnya dengan kecepatan sekaligus ketepatan dalam mengambil keputusan. Perubahan tersebut memerlukan kesadaran diri kita untuk membuat keputusan yang akurat dan benar dengan resiko yang sekecil-kecilnya. Dalam hal ini, intuisi berperan sebagai garis pedoman (*guideline*) yang berguna untuk membantu kita dalam membuat keputusan tersebut.

Nancy Rosanoff, penulis buku *Intuition Workout*, mengatakan bahwa intuisi yang tajam dapat membuat seseorang berpikir lebih baik dan juga membuat keputusan yang tepat dalam segala hal. Banyaknya informasi yang kita terima, bahkan kadang *overload*, dapat membuat kita kebingungan. Atau

malah sebaliknya, informasi atau fakta yang ada sangat minim, sehingga kita merasa buntu dan tidak tahu apa yang harus dilakukan. Intuisi yang dibentuk oleh pengalaman dan proses pembelajaran mampu menjadi garis pedoman untuk menghasilkan keputusan setepat-tepatnya dalam situasi persaingan ketat dan persoalan yang semakin kompleks sehingga konflik dapat diminimalisasi. Berdasarkan sebuah penelitian, area yang menggunakan intuisi untuk pengambilan keputusan, diantaranya adalah:

- ✓ Corporate Strategy Planning 79,9%
- ✓ Human Resources Development 78,6%
- ✓ Marketing 76,8%
- ✓ Research & Development 71,6%
- ✓ Finance 31,1%
- ✓ Production & Operation 27,7%

Dalam bisnis, keputusan yang kita ambil mempunyai konsekuensi yang sangat besar. Keputusan intuitif merupakan keputusan yang lebih dari sekedar reportase detil dan fakta. Ia mengintegrasikan seluruh ke-mampuan, *skill* dan pengetahuan Anda. Keputusan berdasarkan intuisi merupakan keselarasan dari intuisi hati pikiran dan perilaku. Dengan intuisi yang kuat maka otomatis tiap keputusan merupakan aktifitas yang terkontrol dan bertanggung jawab. Ada pun ciri-ciri keputusan intuitif adalah:

1. Datangnya secepat kilat, detil, dan lengkap. Dalam buku-buku motivasi, kita sering mengenalnya dengan istilah momen A-ha!
2. Sederhana. Kita bahkan tidak pernah membayangkan atau memikirkan sebelumnya. Kita menjadi terkaget-kaget karena ternyata apa yang kita cari selama ini ia justru bersembunyi

di hadapan kita sendiri.

3. Semua yang dipersyaratkan, ada dalam kapabilitas dan sumber daya kita. Kita bisa melakukannya sekarang, dengan apa yang kita miliki dan dari tempat kita duduk saat ini.

Kita tidak perlu pandai untuk menjadi seorang pengusaha, namun wajib cerdas. Kita harus memiliki kemampuan menciptakan bisnis baru serta kreatif dan inovatif dengan mengambil risiko dan ketidakpastian untuk mencapai keuntungan dan pertumbuhan dengan cara mengidentifikasi peluang dan ancaman serta menggabungkan dengan sumberdaya yang kita miliki. Intinya adalah kita harus bisa menggunakan otak kanan dan otak kiri secara optimal atau menggunakan intuisi dan informasi secara cerdas.

Beberapa pengusaha kelas dunia yang meyakini kelebihan intuisi dalam mengambil keputusan antara lain adalah Bill Gates (Microsoft), Steve Jobs (Apple Macintosh) Henry Ford (Ford Motor), Seichiro Honda (Honda), Akio Morita (Sony), Konusuke Matsushita (Matsushita), Anita Roddick (The Body Shop), Sam Walton (Wal-Mart), Jerry Yang (Yahoo), Jeff Bezos (Amazon), Piere Omidyar (eBay) dan sebagainya. Mereka menggabungkan informasi dan intuisi untuk meraih kesuksesan bisnisnya.

### **Tips Mempertajam Intuisi**

Mengambil keputusan berdasar intuisi adalah merupakan keterampilan yang dapat kita pelajari dari pengalaman, yang diperoleh dari proses berpikir, dengan cara mengolah informasi yang akurat dan relevan.

## **1. Pergunakanlah empati alami kita sesering mungkin**

Bayangkan diri Anda berada dalam posisi orang lain. Atau dengarkanlah pengalaman-pengalaman orang lain dan rasakan bagaimana mereka merasakannya pada saat itu. Rasakanlah penderitaan batin mereka! Setelah itu dengarkan intuisi yang kita miliki. Makin banyak Anda berusaha mendengarkan dan memperhatikan intuisi, semakin tinggi kemampuan Anda untuk mendengarnya. Maka luangkan waktu barang lima menit setiap hari untuk mendengarkan intuisi. Mintalah bantuan, dukungan, petunjuk, apa pun kepada intuisi Anda.

## **2. Program mimpi Anda.**

Katakan pada diri sendiri, “Saya ingin bermimpi tentang informasi yang akan memecahkan masalah ini”, dan “saya akan bermimpi tentang itu, akan mengingatnya dan memahaminya.”

Mimpi biasanya datang dalam bahasa atau perlambang yang dapat dimengerti. Amati rangkaian peristiwa dalam mimpi itu, dan perasaan Anda di saat mimpi itu berakhir dan Anda terjaga. Catat pertanda-pertanda yang terjadi dalam diri Anda maupun yang eksternal, yang terjadi keesokan harinya.

## **3. Biarkan diri Anda merasa takut dan mengalirlah melewatinya**

Anda pasti tidak menyukai rasa takut, bukan? Begitu juga semua orang. Tetapi rasa takut adalah insting dasar yang diberikan Tuhan agar

kita bisa *survive* di dunia ini. Ketakutan menghalangi intuisi, namun ketika dihalangi intuisi akan menjadi lebih kuat dengan mengadakan pem-balasan. Fokuskan secara langsung bahwa kita berada di atasnya dan mengendalikan rasa takut hingga berakhir. Setelah itu Anda akan menjadi lebih kuat dengan lebih banyak kejelasan.

#### **4. Buatlah gambar coretan.**

Tuliskan pertanyaan yang ingin Anda ketahui jawabannya. Di bawah pertanyaan itu, gambarlah apa pun yang terlintas pada pikiran Anda dan yang mengalir begitu saja lewat tangan Anda. Terus menggambar hingga tak ada lagi yang ingin ditambahkan. Kini lihat makna di balik gambar dan simbol itu. Catat urutan pembuatan gambar dan simbol itu. Perhatikan

pikiran dan perasaan Anda saat mengamati gambar.

**5. Buatlah catatan mimpi.**

Luangkan waktu sekitar 20 menit untuk menuliskan segala sesuatu yang ingin, telah atau sedang dikerjakan. Ciptakan orang, perasaan, dan tempat yang ingin dikunjungi. Anggap semuanya serba mungkin. Tak perlu mempertimbangkan soal keamanan atau finansial. Perhatikan apa tema-tema besar yang muncul dalam mimpi Anda setelah itu.

**6. Berhubunganlah dengan orang lain secara emosional**

Cobalah untuk membaca emosi orang-orang di sekitar Anda. Beri nama emosi-emosi mereka. Apakah kedengarannya seperti bunyi marah,

berbahagia, penuh harapan, gembira, tertekan, atau sedih? Semakin banyak Anda berhubungan dengan emosi orang lain, semakin dalam pemahaman Anda akan situasi-situasi sosial dan semakin baik intuisi Anda akan berfungsi.

## **7. Hentikan penilaian-penilaian pribadi (*judgements*)**

Ketika Anda menghakimi seseorang atau sesuatu – termasuk diri Anda sendiri – itu bukan intuisi, tapi energi negatif yang menghalangi intuisi. Ketika Anda mendapati diri Anda berpikir, “Aku tidak akan pernah bisa menyelesaikan hal ini”, maka ubahlah pemikiran itu menjadi; “Bagaimanakah caranya agar aku menyelesaikan hal ini?” Jika Anda sabar dan mau mendengarkan suara hati yang

terdalam Anda, hati itu akan berkata bagaimana caranya agar Anda bisa menyelesaikannya.

## **8. Temukan keheningan**

Cara terbaik yang bisa kita lakukan adalah meditasi, kontemplasi, berdzikir atau sholat. Setiap hari sebelum masuk kantor, saya selalu membiasakan diri melakukan Shalat Dhuha. Kebiasaan ini kemudian diikuti oleh seluruh karyawan saya. Tujuannya adalah selain memohon perlindungan Tuhan karena Dia lah Sang Maha Penentu, kebiasaan ini bisa kita gunakan untuk menghabiskan waktu sendirian dengan pikiran Anda – merenung dan tafakur. Ambil kesempatan untuk duduk sendirian bersama pemikiran-pemikiran Anda, perasaan dan gambaran mental. Belajar untuk

mendengarkan diri Anda di dalam keheningan akan mengantar Anda kepada mendengarkan suara bagian dalam diri ketika Anda sedang bersama orang lain dan pekerjaan Anda, dan akan membimbing untuk menangkap ide-ide intuitif yang benar dan tangguh di saat Anda memerlukannya.

## **9. Ajukan pertanyaan sebanyak-banyaknya**

Ini adalah yang disebut pembangunan tubuh dari intuisi. Tanya jawab adalah cara terbaik untuk menciptakan intuisi-intuisi yang lebih kuat. Intuisi-intuisi kreatif yang paling kuat akan datang kepada Anda setelah sesi-sesi tanya-jawab yang lama. Intuisi menghubungkan kita ke suatu database raksasa. Karenanya, untuk memperoleh

jawaban spesifik pertanyaan yang diajukan pun harus spesifik.

### **10. Program sukses sehari.**

Bayangkan di layar batin, sehari yang penuh dengan kesuksesan. Pasang jam pada layar itu dan secara batin gerakkan jarumnya jam demi jam dari pagi hingga hari berakhir. Mainkan “bioskop batin” itu, dengan Anda sebagai sutradaranya. Dalam bioskop digambarkan bagaimana segala sesuatu berjalan dengan lancar dan sukses. Gunakan teknik ini untuk berlatih secara mental sebelum menjalani wawancara untuk suatu pekerjaan atau hal lain yang diidamkan.

### **11. Buat catatan harian.**

Setiap hari catatlah gagasan, perasaan, dan firasat Anda. Perhatikan apa yang ditulis dan perasaan Anda saat menulisnya. Catat pikiran dan perasaan yang muncul saat Anda selesai. Anda akan mengetahui beda antara firasat berdasarkan intuisi dan gagasan berdasarkan perhitungan.

### **12. Coba menjelaskan suatu peristiwa sebelum peristiwa itu benar-benar terjadi.**

Apa bila telepon rumah Anda berdering, sebelum telepon di angkat coba Anda menebak siapa yang menelpon Anda, atau pastikan pria atau wanita. Ikutilah intuisi Anda.

### **13. Teknik Inkubasi.**

Berpura-pura menjauhi masalah Anda dengan berlibur, berjalan-jalan atau beristirahat, Terkadang ide muncul ketika Anda sedang istirahat.

### **14. Latihlah terus menerus.**

Makin banyak Anda berusaha mendengarkan dan memperhatikan intuisi, semakin tinggi kemampuan Anda untuk mendengarnya. Maka luangkan waktu barang lima menit setiap hari untuk mendengarkan intuisi. Mintalah bantuan, dukungan, petunjuk apa pun kepada intuisi Anda. Percayalah, Anda akan memperoleh jawaban.

# **BAB 7**

# **MENUJU PENGUSAHA**

# **SUKSES**

Pria dan wanita yang sukses  
adalah para pemimpi besar.  
Mereka membayangkan seperti apa  
masa depan mereka, ideal dalam  
segala hal, kemudian mereka  
bekerja setiap hari menuju visi  
yang jauh, tujuan atau  
maksudnya.  
(Brian Tracy)

Saya mempelajari kehidupan pria dan wanita besar, dan saya menjumpai bahwa pria dan wanita yang mencapai puncak adalah yang melakukan pekerjaan yang ada di tangannya, dengan segala energy, semangat dan kerja keras yang mereka punya.  
(Harry S. Truman)

# **BAB 7**

## **MENUJU PENGUSAHA SUKSES**

Sukses mula-mula membutuhkan perluasan sepuluh unit usaha untuk menghasilkan satu unit hasil.

Momentum Anda kemudian akan menghasilkan sepuluh unit hasil dengan tiap unit usaha.

(CHARLES GIVENS)

Anda tentu sudah mengenal air minum merek Aqua bukan? Aqua Group didirikan oleh Almarhum Tirta Utomo, warga asli Wonosobo pada tahun 1973. Tirta Utomo atau Kwa Sien Biau (lahir di Wonosobo, 9 Maret 1930 – meninggal 16 Maret 1994 pada umur 64 tahun) adalah pengusaha Indonesia. Pria lulusan Fakultas Hukum Universitas Indonesia ini sebelumnya bekerja di Pertamina. Tetapi untuk fokus pada bisnisnya, ia melepaskan pekerjaannya di Pertamina.

Ide mendirikan perusahaan Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) timbul ketika Tirto bekerja sebagai pegawai Pertamina pada awal tahun 1970-an. Ketika itu Tirto bertugas menjamu delegasi sebuah perusahaan Amerika Serikat. Namun jamuan itu terganggu ketika istri ketua delegasi mengalami diare yang disebabkan karena mengonsumsi air yang tidak bersih. Tirto kemudian mengetahui bahwa tamu-tamunya yang berasal dari negara Barat tidak terbiasa meminum air minum yang direbus, tetapi air yang telah disterilkan.

Awalnya banyak orang sinis dengan ide Tirto Utomo untuk menjual air minum kemasan botol yang harga per botol sama dengan harga 1 liter bensin Premium. Namun Tirto Utomo yakin, pada masa yang akan datang Indonesia akan kekurangan air bersih yang siap untuk diminum, sehingga idenya ini terus dia lanjutkan dan tidak memikirkan komentar sinis

orang. Pada awalnya market Aqua adalah orang-orang asing yang ada di Indonesia, karena mereka yakin air kemasan lebih steril dan aman daripada air tanah dan air PDAM. Dengan mendirikan pabrik air minuman dengan mesin yang canggih di Bekasi, sehingga orang asing lebih percaya dengan minuman air kemasan ini.

Tirto dan saudara-saudaranya mulai mempelajari cara memproses air minum dalam kemasan. Ia meminta adiknya, Slamet Utomo untuk magang di Polaris, sebuah perusahaan AMDK yang ketika itu telah beroperasi 16 tahun di Thailand. Tidak mengherankan bila pada awalnya produk Aqua menyerupai Polaris mulai dari bentuk botol kaca, merek mesin pengolahan air, sampai mesin pencuci botol serta pengisi air.

Awalnya Aqua bernama Puritas, kemudian seorang konsultan Tirto, Eulindra Lim, mengusulkan

untuk menggunakan nama Aqua karena cocok terhadap imej air minum dalam botol serta tidak sulit untuk diucapkan. Ia setuju dan mengubah merek produknya dari Puritas menjadi Aqua. Dua tahun kemudian, produksi pertama Aqua diluncurkan dalam bentuk kemasan botol kaca ukuran 950 ml dengan harga jual Rp.75, hampir dua kali lipat harga bensin yang ketika itu bernilai Rp.46 untuk 1.000 ml.

Aqua berasal dari bahasa Latin yang artinya air, dimana pada awalnya di jual untuk orang asing, tetapi kemudian Tirto Utomo melihat pasar masyarakat Indonesia juga memiliki potensi, sehingga dia menjual air kemasan botol ukuran kecil dan ditempatkan di terminal-terminal bus di Jakarta dan sekitarnya, serta sepanjang jalan pantura Jawa Tengah. Hal ini ternyata sukses, membuat Aqua diminati oleh para supir-supir bus dan penumpang, serta masyarakat lainnya. Hal ini menunjukkan,

bahwa masyarakat Indonesia sangat membutuhkan air mineral botol yang bersih.

Kesuksesan Aqua, menarik beberapa perusahaan lain untuk membuat nama di air mineralnya dengan nama Aqua. Bahkan jika kita berniat membeli air mineral kemasan botol, selalu menyebut dengan mau membeli Aqua, padahal yang diberikan kadangkala bukan merek Aqua, tetapi itulah Aqua sudah menjadi brand image yang baik di mata konsumen.

Pada tahun 1982, Aqua mengganti bahan baku (air) yang semula berasal dari sumur bor ke mata air pegunungan yang mengalir sendiri (*self-flowing spring*) karena dianggap mengandung komposisi mineral alami yang kaya nutrisi seperti kalsium, magnesium, potasium, zat besi, dan sodium. Willy Sidharta, sales dan perakit mesin pabrik pertama

Aqua, merupakan orang pertama yang memperbaiki sistem distribusi Aqua.

Ia memulai dengan menciptakan konsep *delivery door to door* khusus yang menjadi cikal bakal sistem pengiriman langsung Aqua. Konsep pengiriman menggunakan kardus-kardus dan galon-galon menggunakan armada yang didesain khusus membuat penjualan Aqua secara konsisten menanjak hingga akhirnya angka penjualan Aqua mencapai dua triliun rupiah pada tahun 1985.

Pada tahun 1984, Pabrik AQUA kedua didirikan di Pandaan, Jawa Timur sebagai upaya mendekatkan diri pada konsumen yang berada di wilayah tersebut. Setahun kemudian, terjadi pengembangan produk Aqua dalam bentuk kemasan PET 220 ml. Pengembangan ini membuat produk Aqua menjadi lebih berkualitas dan lebih aman untuk dikonsumsi. Pada tahun 1995, Aqua menjadi pabrik air mineral

pertama yang menerapkan sistem produksi *in line* di pabrik Mekarsari. Pemrosesan air dan pembuatan kemasan AQUA dilakukan bersamaan. Hasil sistem *in-line* ini adalah botol AQUA yang baru dibuat dapat segera diisi air bersih di ujung proses produksi, sehingga proses produksi menjadi lebih higienis.

Pada tahun 1998, karena ketatnya persaingan dan munculnya pesaing-pesaing baru, Lisa Tirta sebagai pemilik Aqua Golden Mississippi sepeninggal suaminya Tirta Utomo, menjual sahamnya kepada Grup Danone pada 4 September 1998. Akuisisi tersebut dianggap tepat setelah beberapa cara pengembangan tidak cukup kuat menyelamatkan Aqua dari ancaman pesaing baru. Langkah ini berdampak pada peningkatan kualitas produk dan menempatkan AQUA sebagai produsen air mineral dalam kemasan (AMDK) yang terbesar di Indonesia.

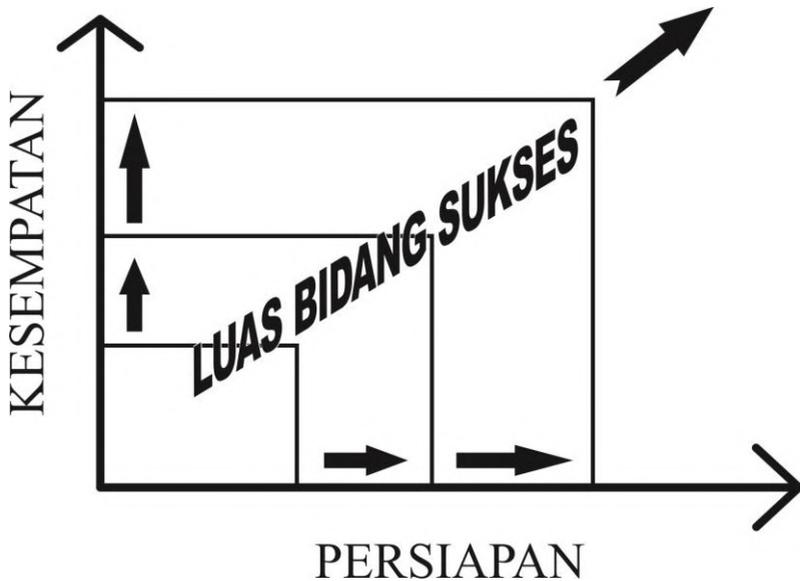
Melihat kisah sukses Tirta Utomo dalam membangun Aqua, tentu saat itu tidak banyak orang yang menyangka jika air yang begitu melimpah dan bisa didapatkan dengan cuma-cuma dapat menjadi lahan bisnis yang sangat menggiurkan. Itulah bedanya cara pandang seseorang yang memiliki jiwa *entrepreneur* dengan orang biasa. Ia bisa mengolah sesuatu yang tampak biasa saja, menjadi produk yang bernilai dan dibutuhkan banyak orang. Kalau Tirta Utomo saja bisa sukses dengan “hanya” mengemas air ke dalam botol, tentu kita pun punya kesempatan yang sama untuk sukses asal kita tahu caranya.

Sebagai makhluk paling sempurna, sesungguhnya kita ditakdirkan Allah untuk sukses. Allah berfirman dalam QS Al-Mu'minin 23:1, "Sesungguhnya sukseslah orang-orang yang beriman." Sementara itu dalam ayat selanjutnya (QS Al-Mu'minin 23:2-3) Allah menetapkan kriterianya yaitu

”Orang-orang yang shalatnya khusyu” dan ”Orang-orang yang menjauhkan diri dari perbuatan dan perkataan yang tidak bermanfaat.”

Jadi sebenarnya setiap orang sudah sukses, yang berbeda adalah kadar keimanan dan amal shalehnya. Semakin orang itu beriman dan beramal shaleh, maka semakin tinggilah kadar kesuksesannya. Allah berfirman dalam QS An-Nahl 16:97, ”Barangsiapa yang mengerjakan amal saleh, baik laki-laki maupun perempuan dalam keadaan beriman, maka sesungguhnya akan Kami berikan kepadanya kehidupan yang baik dan sesungguhnya akan Kami beri balasan kepada mereka dengan pahala yang lebih baik dari apa yang telah mereka kerjakan.”

Implementasinya dalam kehidupan sehari-hari, kesuksesan diperoleh ketika persiapan bertemu dengan kesempatan (Julianto Eka Putra, 2006) seperti dapat dilihat pada gambar di bawah ini:



Gambar 1: DIAGRAM SUKSES

### Kenali Kesempatan Anda

Boleh jadi kamu membenci sesuatu, padahal ia amat baik bagimu, dan boleh jadi (pula) kamu menyukai sesuatu, padahal ia amat buruk bagimu; Allah mengetahui, sedang kamu tidak mengetahui.  
 (QS. Al-Baqarah: 216)

Kesempatan dalam bisnis sebenarnya adalah sesuatu yang belum dilirik orang lain untuk dijadikan lahan usahanya. Pada tahun 1998, Michael Morris seorang profesor dari Georgetown University menyebutkan ada 17 karakter khusus wirausahawan yang dikumpulkannya dari berbagai penelitian yang telah dilakukan dalam bidang kewirausahaan. Walaupun demikian, di dalam keragaman pendapat tersebut, hampir semua ahli menyetujui bahwa terdapat satu ciri yang membedakan seorang pengusaha dari yang lainnya. Satu-satunya unsur pembeda tersebut adalah kemampuan untuk menemukan dan menciptakan sebuah kesempatan serta secara aktif mewujudkannya menjadi sesuatu yang bernilai bagi masyarakat.

Memiliki keterampilan mengenali kesempatan itu sangat penting dan seorang pengusaha sukses selalu melihat segala sesuatunya sebagai sumber

kesempatan. Ia memiliki sifat ingin tahu dan bertanya berbagai hal. Tidak memandang apa yang ada di hadapannya, ia selalu bertanya-tanya jika ada cara melakukan hal dengan lebih baik. Dan jika mereka berpikir bahwa memang ada jalan yang lebih baik, mereka akan menemukan solusi dengan sendirinya atau mendapatkan bantuan dari ahli.

Jadi sesungguhnya kesempatan itu banyak sekali dan tak terhitung jumlahnya, namun masalahnya Anda harus melihatnya dengan kaca mata kreatif. Kerap saya melihat banyak orang gagal dalam bisnis karena tidak melihat peluang secara kreatif. Mereka hanya meniru keberhasilan orang lain tanpa menambahkan nilai-nilai kreativitas ke dalam produknya. Jadi, berapa banyak kesempatan yang bisa Anda lihat tergantung sejernih apa kaca mata kreativitas Anda.

Dalam melihat sebuah kesempatan, ada tiga tingkatan penglihatan “mata” dalam membaca suatu keadaan atau situasi:

**Mata pertama**, kita hanya melihat sebuah keadaan dengan kasat mata dan begitu saja adanya. Misalnya jika kita melihat hujan, kita hanya melihat air yang tercurah dari langit. Itu saja, tidak lebih.

**Mata kedua**, kita melihat sebuah keadaan dan menganalisa mengapa hal itu bisa terjadi. Rumusnya bisa dengan menggunakan 5 W + 1 H (*What, Who, Where, Why, When* dan *How*). Misalnya ketika kita melihat hujan turun, kita menganalisa mengapa hujan sampai turun, dari mana asalnya, mengapa hujan yang turun harus berbentuk air, bagaimana prosesnya dan lain sebagainya.

**Mata ketiga**, kita melihat sebuah keadaan dan rasa ingin tahu kita mendorong kita bertanya apa yang bisa dengan keadaan tersebut (*what next*). Inilah sesungguhnya kaca mata kreatif yang harus kita miliki jika kita ingin menjadi pengusaha sukses. Misalnya ketika Tirta Utomo melihat besarnya manfaat air dan besarnya kebutuhan manusia akan air minum yang praktis, ia kemudian mengemas air itu ke dalam botol, diberi merek Aqua dan kemudian menjualnya. Hasilnya saat ini hampir tak ada masyarakat Indonesia yang belum merasakan segarnya air produksi Aqua.

Dalam buku saya yang berjudul *Manajemen Insan Sempurna; The Real Secret to Balance Your Life*, saya pernah membahas kita untuk memperbesar kesempatan yang kita miliki, yaitu:

**Pertama**, menambah keyakinan dan amal kebaikan kita. Allah berfirman dalam QS Al Ashr 103:1-3, “Demi Waktu. Sesungguhnya manusia itu benar-benar berada dalam kerugian, kecuali orang-orang yang beriman dan mengerjakan amal saleh, saling menasehati supaya menaati kebenaran dan saling menasehati supaya menetapi kesabaran.” Dalam QS Al Mu’minun 23:1-3, “Sungguh orang beriman sukses. Bukan saja karena mereka khusyu’ shalatnya. Tetapi juga karena mereka terhindar dari melakukan perbuatan dan percakapan sia-sia.” Setelah itu, tingkatkan keyakinan dan amal kebaikan kita terhadap: (1) Diri sendiri; (2) Sesama; (3) Alam semesta; (4) Allah pencipta alam semesta.

**Kedua**, membangun reputasi pribadi sebagai orang yang bernilai tambah tinggi. Kita memberikan nilai tambah apabila memenuhi empat kriteria berikut:

1. **Dapat dipercaya.** Kita dapat dipercaya apabila jujur (menyesuaikan perkataan dengan perbuatan), penuh integritas (menyesuaikan perbuatan dengan perkataan), adil (baik terhadap orang yang kita cintai maupun terhadap orang yang kita benci).
2. **Menghasilkan lebih daripada yang dihasilkan orang lain.** Untuk bisa lebih daripada orang lain, gunakan jurus ATM (Amati, Tiru, Modifikasi). Setiap kali kita mengetahui ada orang lain, bagian lain, cabang lain, perusahaan lain yang lebih sukses, amati secara detil, teliti bagaimana bisa meniru, dan kalau perlu melakukan modifikasi tertentu dengan cara mengubah atau menambah sesuatu. Jepang dikenal ahli dalam menerapkan jurus ATM. Hampir semua produk bermanfaat bagi umat manusia yang ditemukan oleh Amerika atau

Eropa seperti mobil, komputer, telepon, dan televisi telah di ATM oleh Jepang sehingga Amerika dan Eropa sendiri merasa terkaget-kaget melihat merek-merek Jepang seperti Honda, Toyota, Mitshubishi dan Sony membanjiri pasar mereka. Cina, Korea dan Taiwan sudah lama mengikuti Jepang dalam ber-ATM.

3. **Berinisiatif menyelesaikan masa-lah.** Tidak perlu sampai disuruh. Hindari kecenderungan untuk melakukan BEJ (*Blame, Excuse, Justify*) yaitu menyalah-kan pihak lain (mencari kambing hitam), berdalih (mencari alasan) dan melakukan pembenaran. Firman Allah dalam QS Ar Ra'd 13:11 mengajari kita berinisiatif menyelesaikan masalah. "Sesungguhnya Allah tidak mengubah keadaan suatu kaum sehingga

mereka mengubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri.”

4. **Berperilaku menyenangkan.** Jaga penampilan, kedisiplinan, kesopanan, berbicara baik di depan maupun di belakang. Orang yang berbicara jelek di belakang sama sekali tidak menyenangkan.

**Ketiga**, meningkatkan kemampuan dan kemauan. Ada empat faktor yang membedakan kinerja kita dalam meraih kesuksesan:

1. Kita berkinerja tinggi manakala memiliki kemampuan (pengetahuan dan keterampilan) yang tinggi dan kemauan (motivasi) yang tinggi pula.
2. Kemampuan rendah dan kemauan tinggi. Agar kinerja kita tinggi, kita bisa meningkatkan

kemampuan dengan cara belajar atau mengikuti pelatihan-pelatihan.

3. Kemampuan tinggi dan kemauan rendah. Cara meningkatkan kemauan kita adalah dengan mendapatkan penghargaan atau hukuman (*reward and punishment*).
4. Kemampuan rendah dan kemauan rendah. Nampaknya tidak ada yang bisa kita lakukan untuk mengubah tipe ini selain menyerahkannya pada kehendak Sang Pencipta.

**Keempat,** membangun jaringan (*network*) pertemanan kita. Membangun jaringan tidak sama dengan menambah kenalan atau berfoto dengan atau memiliki kartu nama para pejabat dan selebritis. Membangun jaringan berarti orang yang kita kenal

juga mengenal, mengetahui cara menghubungi kita dan mengetahui nilai tambah kita bagi mereka.

**Kelima**, bermanfaat bagi banyak orang. Rasulullah SAW bersabda: “Orang terbaik di antaramu adalah yang paling banyak memberi manfaat kepada sesama.” Dalam HR Imam Ahmad, Rasulullah juga menekankan bahwa: “Sebaik-baik manusia adalah yang panjang umurnya dan baik amalnya dan seburuk-buruk manusia adalah yang panjang umurnya dan buruk amalnya.” John F. Kennedy pernah berkata, *“don’t ask what your country can do for you, but ask what you can do for your country.”*

## Persiapkan Diri Anda

Kesungguhan itu dari seorang hamba,  
sedangkan hidayah itu dari Allah.

Ketukan pintu itu dari seorang  
hamba, sedang keterbukaan pintu dari  
Allah.

(Imam Al-Ghazali)

Supaya kesempatan yang telah kita dapatkan bisa dimanfaatkan secara maksimal untuk meraih kesuksesan, kita harus memiliki persiapan yang matang. Persiapan ini bisa kita lakukan dengan menerapkan rumus ABCD (Alat, Belajar dengan sungguh-sungguh, Cita-cita, dan Doa).

### Alat

Alat adalah modal utama diri kita agar dapat meraih kesuksesan dalam bisnis yang sedang kita jalankan. Selain modal *tangible* atau materi seperti

uang dan lain sebagainya, kita juga memiliki modal yang tak kalah penting yaitu diri kita sendiri (*intangible*). Modal *intangible* itu berasal dari kepribadian diri kita yang dibentuk oleh pengalaman dan pembelajaran diri kita sendiri. Caranya adalah dengan mengoptimalkan *mind* (pikiran) kita. Pikiran manusia terdiri dari pikiran sadar (*conscious mind*) dan pikiran bawah sadar (*subconscious mind*). Melalui pikiran inilah keyakinan diri kita dibentuk dan mewujudkan dalam kehidupan kita. Keyakinan adalah pikiran bawah sadar kita yang memiliki pengaruh besar untuk mencapai tujuan hidup maupun menyukseskan bisnis yang sedang kita bangun. Seperti yang disampaikan Mahatma Gandhi: Keyakinan Anda menjadi pemikiran Anda. Pikiran Anda menjadi kata-kata Anda. Kata-kata Anda menjadi tindakan Anda. Tindakan Anda menjadi kebiasaan Anda. Kebiasaan Anda menjadi nilai Anda.

Nilai Anda menjadi tujuan Anda. (Tema ini akan saya bahas secara lengkap pada bab sembilan).

## **Belajar dengan sungguh-sungguh**

Dunia bisnis adalah dunia yang sangat kompleks, Anda harus menguasai berbagai macam ilmu agar bisa bertahan di dalamnya. Anda harus ahli dalam ilmu bahasa agar mampu berkomunikasi, bernegosiasi, dan menulis penawaran dengan baik. Anda harus bisa matematika dan akuntansi agar mampu mengatur keuangan sekaligus membuat perencanaan dengan baik, Anda harus memperdalam ilmu agama agar kecerdasan spiritual Anda terasah dan menjadi pengusaha yang menjunjung tinggi etika, Anda pun harus belajar beragam ilmu tentang bisnis Anda agar senantiasa dapat mengembangkan bisnis yang sedang Anda jalankan. Untuk itu, pergunakanlah waktu Anda untuk belajar

bersungguh-sungguh dalam menekuni bisnis Anda, karena menjadi pengusaha itu membutuhkan banyak ilmu.

Seseorang memang tidak perlu berpredikat sarjana untuk menjadi pengusaha, tetapi dengan latar belakang pendidikan akademik, berarti akan banyak kesempatan terbuka karena lebih luas wawasannya dalam melihat berbagai peluang bisnis yang ada. Seorang pengusaha besar seperti Thomas Watson pun mengakui akan pentingnya memiliki ilmu ini, ia mengatakan pendidikan adalah landasan kemajuan kita. Riset adalah pelindung kemajuan kita.

Sesungguhnya tidak ada yang bodoh selama ia memiliki keinginan kuat untuk belajar. Agar pembelajaran Anda makin cepat, belajarlah dengan melakukannya (*learning by doing*). Pembelajaran dengan konsep *learning by doing* ini merupakan program yang meletakkan konsep bahwa sebenarnya

efektivitas pembelajaran dapat dicapai jika Anda mengalami secara langsung aspek yang Anda pelajari. Dengan mengalami sendiri segala hal terkait dengan aspek belajar, maka setidaknya Anda mempunyai pengalaman psikis dan fisik yang utuh. Dengan menerapkan konsep *learning by doing*, maka akan terjadi keseimbangan pengalaman psikis dan fisik. Kondisi ini memungkinkan tertanamnya pengalaman sebagai sesuatu yang sangat berharga bagi kehidupan Anda sekarang dan masa depan.

## **Cita-Cita**

Bung Karno pernah mengatakan bahwa gantungkanlah cita-citamu setinggi langit. Secara tidak langsung, beliau ingin mengatakan pada kita bahwa untuk menjadi orang besar, kita harus memiliki cita-cita yang besar. Jadi selama Anda memiliki cita-cita yang besar dan memiliki tekad yang

kuat untuk meraihnya, *insya Allah* impian Anda akan terwujud. Cita-cita yang Anda bangun akan membentuk sebuah sikap optimis dan memotivasi diri Anda mewujudkan apa yang Anda impikan dalam berwirausaha.

Dalam sebuah survey yang diadakan di Yale University pada tahun 1952, para mahasiswa diberi sebuah pertanyaan seperti ini, “Apakah kalian mencatat target-target kalian?” Ternyata hasilnya hanya 3% dari mahasiswa yang menuliskan target-target mereka mengenai apa yang ingin mereka raih di masa depan mereka. Ini berarti sekitar 97% dari para mahasiswa tersebut belum memiliki target-target yang jelas. Dua puluh tahun kemudian, dilakukan lagi survey lanjutan pada mahasiswa-mahasiswa tersebut. Tahukah Anda hasil apa yang didapat dari survey ini? Ternyata total penghasilan gabungan dari 3% mahasiswa yang pernah

menuliskan target-targetnya tiga kali lebih besar dari penghasilan gabungan 97% mahasiswa yang tidak menuliskan target mereka!

Melalui penelitian ini, kita dapat mengambil pelajaran bahwa menetapkan target dan memiliki cita-cita yang jelas dalam kehidupan ini sangatlah penting. Mungkin setiap orang memiliki impian dan cita-cita dalam hidupnya, namun pada kenyataannya tidak semua orang berhasil mewujudkan impian atau cita-citanya tersebut. Alasan utamanya adalah karena mereka tidak mengetahui persis target apa yang mereka inginkan dan bagaimana cara mencapainya.

Cita-cita merupakan sebuah kekuatan yang dapat Anda gunakan sebagai jembatan meraih masa depan sebagai pengusaha sukses. Oleh karena itu, bangunlah cita-cita Anda setinggi mungkin. Membangun cita-cita dapat diibaratkan seseorang yang sedang membangun sebuah rumah. Awalnya

Anda harus membangun pondasi yang kokoh agar bila terjadi bencana alam seperti banjir, gempa bumi, atau lainnya yang mengakibatkan rumah yang Anda bangun retak dan rusak, Anda dapat membangunnya kembali. Begitu pula halnya bila Anda sedang berusaha mewujudkan cita-cita yang Anda miliki. Jika cita-cita yang Anda tanamkan sudah melekat sedemikian kuatnya dalam diri Anda, *insya Allah* Anda akan siap untuk bangkit kembali jika seandainya Anda mengalami kegagalan dalam membangun bisnis Anda.

## **Doa**

Agar impian dan cita-cita kita terwujud, selain berusaha dan bertindak untuk meraihnya, tentu saja kita harus memohon pada Sang Pemilik Mimpi yaitu Allah SWT. Dia-lah sesungguhnya yang memiliki

Kuasa penuh atas mimpi-mimpi kita dan tak ada yang mustahil bagi-Nya kalau sudah berkehendak.

Menurut sebuah penelitian dalam buku *Aladdin Factor* karya Jack Canfield dan Mark Viktor Hansen, setiap hari manusia menghadapi lebih dari 60.000 pikiran, termasuk di dalamnya harapan dan impian untuk masa depannya. Nah, di antara sekian banyak pikiran itu, berapa persenkah yang kita gunakan untuk mengingat Allah? Berapa banyakkah impian-impian yang kita sandarkan kepada-Nya? Agar impian kita bisa menjadi doa dan memiliki nilai ibadah, jadikanlah Allah sebagai tempat kita memohon dan meminta pertolongan.

Sesungguhnya impian dan cita-cita yang kita canangkan itu adalah bagian dari doa kita kepada Sang Khalik. Ketika kita membangun sebuah impian dengan tindakan yang berkomitmen, sesungguhnya itu adalah doa yang dipanjatkan kepada-Nya. Karena

sesungguhnya berdoa itu merupakan pola pikir, ucapan, tindakan, sikap, perilaku, impian, dan hidup keseharian kita. Inilah yang menggambarkan bahwa setiap hal yang kita lakukan memiliki nilai ibadah. Namun sayangnya, banyak dari kita yang belum menyadari hal tersebut, sehingga apa yang kita lakukan atau impikan menjadi sia-sia dihadapannya karena belum memiliki nilai ibadah.

Betapa dahsyatnya kalau setiap pikiran, sanubari, dan impian kita menjadi doa yang dipanjatkan kepada Allah SWT. Namun sayangnya, sering kali karena kita begitu menginginkan impian ini menjadi kenyataan, kita sering lupa pada Sang Pemilik Mimpi yakni Allah SWT. Kadang kita berpikir bahwa semua impian yang telah kita capai semata-mata hanya berdasarkan hasil kerja keras kita saja. Kita menjadi terlalu sombong dengan semua usaha

maksimal kita dan lupa akan kekuatan Allah yang sesungguhnya telah mewujudkan impian kita.

Adalah wajar ketika kita menginginkan setiap impian kita terwujud, karena sejatinya semua manusia pasti menginginkan kebahagiaan, kesenangan, kekayaan, kekuasaan, kemuliaan dan sangat takut ditimpa kesedihan, kesengsaraan, kemiskinan, kelemahan, dan kehinaan. Itu sudah menjadi naluri alamiah kita sebagai manusia. Kita berusaha menarik semua yang kita inginkan dan menolak apa yang kita takuti dan tidak kita inginkan. Berbagai usaha pun kita lakukan untuk meraih semua itu. Namun dalam prosesnya, tentu kita harus memohon kepada Allah SWT, Sang Pemilik Kehidupan kita. Oleh karena itu, berdoalah dalam setiap gerak hidup kita. Memohonlah kepada-Nya agar semua impian kita dapat terkabul.

Untuk itu, perbanyaklah doa-doa Anda karena dengan memohon dan meminta kebaikan pada Allah, pikiran dan perasaan kita akan dipenuhi berbagai kebaikan. Kalau pikiran dan perasaan kita telah dipenuhi oleh kebaikan, *insya Allah* berbagai kebaikan pula yang akan menghampiri kita. Ketahuilah, segala sesuatu yang kita pikirkan, kita rencanakan, kita renungkan, pada akhirnya akan direspon oleh pikiran bawah sadar kita. Kalau itu kita lakukan terus menerus, maka atas izin Allah pikiran bawah sadar kita akan bekerja dan membuahkan hasil. *Insya Allah* pada akhirnya, hidup kita pun menjadi perwujudan dari doa-doa kita. Berikut ini ada beberapa aturan doa yang efektif:

### **1. Khusyuk**

Doa yang kita panjatkan harus diucapkan dengan khusyuk, karena ketika kita sedang

khushyuk, hati kita pun akan menjadi lembut. Khushyuk adalah kondisi yang rileks, fokus, dan penuh konsentrasi, sehingga doa yang kita panjatkan bisa masuk ke pikiran alam bawah sadar kita. Rasulullah SAW bersabda dalam sebuah hadits yang diriwayatkan oleh Imam Ad-Dailami, “Ambillah kesempatan berdoa ketika hati sedang lemah-lembut karena itu adalah rahmat.”

## **2. Berbentuk kalimat positif**

Penyataan-pernyataan doa yang kita buat sebaiknya disusun dengan benar. Aturannya yaitu harus berbentuk kalimat yang positif, persisten (sering diulang), dan dengan hasrat yang menyala. Dengan begitu, pikiran bawah sadar akan merespon dengan mudah sesuai dengan yang kita inginkan.

### **3. Yakini keinginan kita**

Setelah meminta, tahap selanjutnya adalah percaya atau yakin bahwa impian kita tersebut akan menjadi kenyataan. Rasulullah SAW bersabda dalam sebuah hadits yang diriwayatkan oleh Imam Al-Bukhari dan Imam Muslim, “Apabila kamu berdoa janganlah berkata, ‘Ya Allah, ampunilah aku kalau Engkau menghendaki, rahmatilah aku kalau Engkau menghendaki dan berilah aku rezeki kalau Engkau menghendaki.’ Hendaklah kamu bermohon dengan kesungguhan hati sebab Allah berbuat segala apa yang dikehendaki-Nya dan tidak ada paksaan terhadap-Nya.”

### **4. Selaraskan antara hati, mulut, dan tindakan**

Apa yang ada di hati dan yang diucapkan ketika berdoa harus sejalan. Karena doa bukan hanya

aktivitas mulut. Jadi misalnya kita telah berdoa dengan cara yang benar, tetapi tidak ada efeknya dalam kehidupan, barang kali inilah yang perlu kita perhatikan apakah sikap dan tindakan kita telah sesuai dengan doa yang kita panjatkan.

#### **5. Isi doa harus jelas dan spesifik**

Pada dasarnya doa adalah rangkaian pikiran yang kita kemas dan kita panjatkan kepada Allah SWT. Jika kita telah berhasil memasuki kondisi khusyuk yang dalam, maka segala yang terucap atau bahkan terpikirkan akan cenderung mudah diwujudkan. Doa menjadi senjata kita dan setiap helaan napas kita adalah doa.

#### **6. Kembangkan kebiasaan menolong orang lain**

Biasakanlah untuk selalu ringan tangan dan menolong orang-orang yang dalam kesulitan. Rasulullah SAW bersabda dalam sebuah hadits riwayat Imam Ahmad, “Barangsiapa ingin agar do'anya terkabul dan kesulitan-kesulitannya teratasi hendaklah dia menolong orang yang dalam kesempitan.”

## **7. Pasrahkan semua permohonan kita kepada Allah**

Kepasrahan penting dalam hal menerima, yaitu menerima hasil dari usaha yang sedang kita lakukan, sebagai bentuk keyakinan kita kepada Allah SWT dan sebagai bentuk kebijaksanaan yang menandakan bahwa kita telah siap menerima apa yang telah kita cita-citakan. Bukankah kita percaya bahwa Allah selalu memberi yang terbaik untuk kita? Oleh karena

itu berdoa dan berusaha, tidak perlu kita merisaukan hasilnya. Semakin kita merisaukan hasilnya, semakin sulit kita menerima hasil yang baik, karena kerisauan akan memberikan energi negatif terhadap permohonan kita.

## **BAB 8**

# **8 MODAL JADI PENGUSAHA TANGGUH**

Kebanyakan orang memikirkan hal yang kecil karena mereka takut pada kesuksesan, takut membuat keputusan, takut menang. Dan hal itu memberi orang-orang seperti saya keuntungan yang sangat besar.

(Donald Trump)

Semakin sering kita memusatkan pikiran untuk mencapai tujuan, memecahkan masalah, dan mencari jawaban untuk pertanyaan sulit mengenai bisnis dan kehidupan pribadi kita, pikiran kita menjadi semakin pandai dan kreatif dari waktu ke waktu.  
(Brian Tracy)

# **BAB 8**

## **8 MODAL JADI PENGUSAHA**

### **TANGGUH**

Kantong-kantong kosong tidak pernah menghalangi seseorang. Hanya kepala kosong dan hati kosong yang dapat melakukannya.

(NORMAN VINCENT PEALE)

Sudah menjadi rahasia umum kalau menjadi seorang pengusaha itu membutuhkan modal yang tidak sedikit. Kita butuh modal untuk mengadakan atau menciptakan produk, kita juga butuh modal untuk lokasi tempat kita usaha, modal pun kita butuhkan untuk pemasaran, operasional perusahaan, menggaji karyawan, dan lain sebagainya. Ternyata modal memang memiliki peranan penting ketika kita

berniat membuka usaha dan tak jarang banyak orang surut melangkah menjadi pengusaha karena ketiadaan modal.

Nah, sebelum Anda surut seperti mereka, berikut ini saya susun formula 8 M yang akan menjadi modal persiapan Anda ketika Anda ingin membuka usaha:

### **1. Me**

Modal pertama yang harus Anda miliki adalah Me yang berarti modal diri sendiri. Setiap pengusaha yang bermodal dirinya sendiri sebenarnya menggunakan kemampuan yang mereka miliki, baik fisik, pikiran, maupun keterampilan. Tidak jarang juga para pengusaha ini melengkapi diri mereka dengan relasi yang luas dan ilmu pengetahuan terkait. Selain itu para pengusaha ini biasanya juga terus menerus

mempelajari teknik-teknik yang mereka butuhkan untuk mengembangkan usaha mereka.

Salah satu hal yang paling penting untuk Anda kembangkan adalah keyakinan diri. Kalau Anda yakin bisa menjadi pengusaha sukses, maka Anda pasti sukses. Begitu juga sebaliknya. Dengan memiliki keyakinan untuk sukses sebagai pengusaha, sejatinya Anda telah mengaktifkan ASM atau *Automatic Success Mechanism* dalam diri Anda. Namun jika Anda ragu, maka yang akan Anda dapatkan adalah MGT yaitu Mekanisme Gagal Total.

Keyakinan merupakan pondasi untuk mencapai kesuksesan Anda dalam berwirausaha. Keyakinan Anda dalam membangun usaha akan menentukan sikap, tindakan dan hidup Anda. Dalam hal ini terdapat tiga tingkatan keyakinan: Pertama, ***weak belief*** (opini); Kedua, ***moderate belief*** (kepercayaan); dan Ketiga, ***strong belief*** atau ***conviction*** (keyakinan).

Opini bersifat sementara sehingga dapat dengan mudah digeser. Kepercayaan lebih kuat daripada opini dan lebih sulit digoyang karena didukung oleh banyak pengalaman atau satu pengalaman dengan intensitas emosi lebih tinggi. Masih dimungkinkan menggoyang kepercayaan dengan mengajukan serangkaian pertanyaan tertentu. Suatu keyakinan amat sangat sulit mengubahnya, karena orang bukan saja merasa pasti, tetapi juga dapat marah atau tertutup untuk mendiskusikannya secara rasional manakala keyakinannya dipertanyakan. (Pembahasan lengkap tentang tema ini bisa Anda baca pada bab sembilan).

## **2. Material**

Modal material berperan besar untuk memulai usaha dan meningkatkan produktivitas kerja Anda. Modal material dalam hal ini bisa berupa apa saja

seperti uang, peralatan khusus, tanah dan bangunan, kendaraan, mesin mesin, komputer, dan sebagainya. Disini material digunakan hanya untuk melakukan usahanya. Dengan adanya material bidang usaha yang bisa Anda tekuni akan menjadi semakin luas. Walaupun modal material ini penting, tetapi untuk memulai usaha, sebenarnya tidak selalui memerlukan material yang besar. Banyak perusahaan yang justru runtuh di tengah limpahan modal material.

Membuka usaha sejatinya bisa Anda mulai dengan modal material yang kecil terlebih dahulu. Jangan takut untuk memulai dari kecil, karena keberhasilan usaha memang harus diawali dari sesuatu yang kecil. Begitu juga halnya dengan modal. Berbagai sumber modal usaha siap menanti Anda yang berani mengambil tindakan untuk memulai usaha. Orang yang mengatakan bahwa dibutuhkan modal besar untuk menjadi pengusaha hanyalah

orang yang mencari-cari alasan. Ciptakanlah nilai besar untuk orang lain dengan menyediakan solusi yang belum pernah ada sebelumnya.

Seandainya Anda memiliki modal material yang bagus namun tidak memiliki modal diri sendiri (Me) yang bagus, maka modal material Anda bukannya akan bertambah, tetapi malah berkurang dan bukan tidak mungkin akan habis. Contohnya sudah sering terjadi di sekitar kita, jadi saya tidak perlu menyebutkannya. Akan tetapi sebaliknya, apabila Anda memiliki modal diri sendiri (Me) yang bagus dan modal materialnya pas-pasan, maka ini masih sangat layak untuk diperjuangkan. Sudah banyak contoh yang bisa Anda saksikan, bagaimana seorang pengusaha yang hanya memiliki “modal dengkul” tetapi karena jujur, ulet, kreatif, tekun, dan punya jaringan yang luas, akhirnya usahanya berkembang dan sukses.

Hal yang perlu saya garis bawahi di sini adalah **keahlian tidak bisa dibeli atau dipinjam dari orang lain**. Anda tidak bisa membeli keahlian untuk bisa sukses. Mungkin Anda tidak sependapat dengan saya, Anda bisa saja bilang, “kalau uang kita banyak, kita kan bisa membayar orang untuk menjalankan bisnis kita”. Benar, tapi saya tidak sepenuhnya setuju dengan pendapat itu. Selain Anda akan mengeluarkan modal material lebih banyak, Anda juga rentan untuk ditipu dan dibohongi karena Anda tidak tahu seluk beluk bisnis yang Anda jalani. Selain itu, Anda juga telah kehilangan kesempatan menjadi seorang pengusaha, justru orang yang Anda bayar itulah yang kelak menjadi pengusaha dan pada akhirnya meninggalkan Anda. Oleh karena itu, saya sarankan apabila Anda memulai suatu usaha, maka Anda harus benar-benar terlibat penuh di dalamnya. Apalagi kalau Anda hanya ber”modal dengkul” saja,

bila Anda kekurangan modal material, Anda masih bisa meminjam uang, tempat usaha bisa disewa atau menumpang sementara, produk bisa 'meminjam' tetapi keahlian menjalankan bisnis, tentu tidak mengenal istilah beli, pinjam, atau menumpang.

### **3. Money**

Sudah menjadi rahasia umum jika akan memulai usaha tentu dibutuhkan modal uang karena sejatinya setiap kegiatan usaha membutuhkan uang. Dengan memiliki banyak uang, maka seorang pengusaha akan banyak memiliki keleluasaan memilih jenis usaha. Walaupun uang berperan penting untuk memulai usaha, namun sebenarnya uang bukan segalanya. Banyak di antara kita yang berpikir bahwa modal itu identik dengan uang. Ketika tidak ada uang, berarti tidak ada modal. Hal inilah yang membuat banyak orang urung untuk

menjalankan bisnis mereka. Uang selalu dijadikan patokan kegagalan atau keberhasilan dari bisnis mereka. Padahal, tidak selamanya uang menjadi masalah utama permodalan.

Untuk menjadi seorang pengusaha sesungguhnya tidak harus memiliki modal uang terlebih dahulu. Selama Anda memiliki kemauan, keyakinan, siap mengambil resiko, mampu memecahkan masalah, selalu berpositif dan fokus, insya Allah kesuksesan akan berlari menghampiri Anda. Jadi, ketika Anda nanti bertemu orang yang berpandangan bahwa modal itu sama dengan uang, berarti mereka adalah contoh orang yang tidak memiliki wawasan luas. Raymond Kroc, pemilik Waralaba McDonalds, mengatakan, “Jika Anda bekerja hanya untuk uang, Anda takkan pernah sukses, tetapi jika Anda mencintai apa yang Anda

kerjakan dan selalu mengutamakan kepentingan pelanggan, kesuksesan akan ada di tangan Anda.”

Oleh karena itu, Anda harus mengetahui bahwa menjadi pengusaha bukan berarti harus mengumpulkan modal besar terlebih dahulu, banyak pengusaha sukses yang berhasil menjalankan usahanya dengan modal apa adanya. Jadi, apapun kondisi Anda sekarang ini, sesungguhnya tak ada alasan bagi Anda untuk tidak sukses menjadi pengusaha. Henry Ford, pemilik dan pendiri Ford Company, mengatakan, “Anda mengatakan saya berawal nyaris tidak ada apa-apa, tetapi itu tidak benar. Kita semua berawal dengan semua yang ada. Yang membuat hal-hal menjadi mungkin adalah cara kita menggunakannya.”

Berikut ini ada beberapa cara yang bisa jadi pertimbangan Anda ketika ingin memulai usaha dengan modal “dengkul”:

**a. Awali Dengan Impian dan Visi**

Segala sesuatu keberhasilan itu bermula dari impian dan visi serta keyakinan yang didorong oleh kerja keras untuk mewujudkannya. Jika Anda mempunyai impian untuk menjadi seorang pengusaha sukses dan punya niat untuk mewujudkannya, maka segeralah bangun dari mimpi Anda dan milikilah visi ke depan. Setelah itu, bekerja keraslah untuk segera merubah mimpi anda itu menjadi kenyataan. Hanya seorang pemimpi yang visioner lah yang mampu mengubah masa depan. Sam Walton, pendiri ritel terkemuka dunia Wal Mart, menyatakan modal tidak langka, visi lah yang langka.

**b. Semangat dan Kegigihan**

Antusiasme, semangat dan kegigihan adalah modal utama dalam memulai sebuah perjuangan baru mencapai keberhasilan. Bangun semangat usaha Anda dengan mempelajari perjuangan para pengusaha sukses. Zig Ziglar menyatakan, semangat adalah modal yang paling berharga, melebihi uang dan segala kekuatan lainnya.

**c. Miliki Pengetahuan Bisnis Anda**

Jangan pernah berhenti belajar. Tidak akan ada sukses tanpa sebuah pengetahuan. Jika Anda belum memiliki pengetahuan yang cukup, belajarlah! Donald Trump menasehati, “lihat, dengarkan dan pelajari, Anda tidak mungkin mengetahui segalanya sendirian. Siapa pun

yang menganggap dirinya seperti itu akan menjadi orang yang biasa-biasa saja.”

d. **Berani Mengambil Resiko**

Orang yang berani mengambil resiko adalah calon orang yang sukses. Jangan takut akan kegagalan, tapi jadikanlah kegagalan itu sebagai batu loncatan menuju kesuksesan. Jangan ragu-ragu, Franklin D. Roosevelt menyatakan satu-satunya batas realisasi diri kita di masa depan adalah keragu-raguan kita di masa kini.

e. **Kerja Keras**

Hanya dengan bekerja keraslah sebuah usaha akan mengalami kemajuan dan kesuksesan. Mark Twain menyarankan, bekerjalah sepertinya Anda tidak butuh uang.

Mencintailah sepertinya Anda tidak pernah terluka. Menarilah seperti tak seorang pun menonton.

**f. Mau Belajar Dari Pengalaman Orang Lain**

Seorang calon pengusaha yang sukses mau mengambil pengalaman dari orang lain dan dari dirinya sendiri. Apapun pengalaman seseorang itu baik kesuksesan atau kegagalan, bisa Anda jadikan suatu pelajaran yang berharga sebagai panduan dalam memulai usaha. Anthony Robbins mengatakan, orang-orang adalah inspirasiku yang terbaik.

**g. Bersedia Menerima kritikan dan Nasehat dari Orang Lain**

Menerima kritikan berarti menyadari bahwa Anda mempunyai kekurangan. Dengan

mengetahui kekurangan yang ada pada diri Anda maka Anda bisa memperbaiki kekurangan itu. Akio Morita sang pendiri SONY menasehati, jika Anda menjalani kehidupan dengan yakin bahwa cara Anda selalu yang terbaik, ide-ide baru di dunia takkan menghampiri Anda.

#### **h. Menjalin Kerjasama Dengan Orang Lain (Networking)**

Kerjasama dengan rekan, teman, mitra kerja dan klien sangat penting bagi perkembangan bisnis Anda. Merekalah yang akan memberi masukan, saran dan kritik dan membantu di saat-saat sulit. Seorang pebisnis harus mampu menjalin kerjasama dan bergaul untuk menjalin relasi bisnis dengan seluas-luasnya. Stephen Covey menyatakan orang yang

bergantung membutuhkan orang lain untuk mendapat apa yang dia inginkan. Orang yang tak bergantung bisa mendapat apa yang dia inginkan melalui usahanya sendiri. Orang yang saling bergantung menggabungkan usaha-usaha orang lain untuk mencapai keberhasilan yang lebih besar.

**i. Berani Menghadapi Kegagalan**

Para pengusaha sukses pernah mengalami kegagalan selama meniti kariernya. Namun mereka tidak pernah putus asa dan terus berusaha sampai sukses. Orang yang takut gagal hanyalah pengecut yang tidak berani melakukan apapun. Tak ada yang mustahil ketika Anda berani berusaha. Napoleon Bonaparte menyatakan bahwa “Mustahil”,

kata ini akan tampak di dalam kamus orang bodoh.

**j. Tidak Menunda Pekerjaan**

Hargailah waktu Anda dengan tidak menunda-nunda suatu pekerjaan. Menunda suatu pekerjaan berarti adalah suatu kerugian yang akan membuat Anda menyesal. Ingvar Kamprad mengatakan bahwa waktu adalah sumber daya yang sangat penting bagi Anda. Anda bisa mengerjakan banyak hal dalam sepuluh menit. Jika tidak dimanfaatkan, sepuluh menit itu akan lenyap selamanya.

**4. Market**

Pasar adalah tempat bertemunya pembeli dan penjual untuk melakukan transaksi jual beli barang atau jasa. Menurut ilmu ekonomi, pasar berkaitan

dengan kegiatannya bukan tempatnya. Ciri khas sebuah pasar adalah adanya kegiatan transaksi atau jual beli. Para konsumen datang ke pasar untuk berbelanja dengan membawa uang untuk membayar harganya. Stanton, mengemukakan pengertian pasar yang lebih luas. Pasar dikatakannya merupakan orang-orang yang mempunyai keinginan untuk puas, uang untuk berbelanja, dan kemauan untuk membelanjakannya. Jadi, dalam pengertian tersebut terdapat faktor-faktor yang menunjang terjadinya pasar, yakni: keinginan, daya beli, dan tingkah laku dalam pembelian.

Dalam merencanakan pengelolaan usaha, langkah pertama yang harus Anda lakukan adalah menganalisis potensi pasar, berdasarkan jenis produk, jasa, minat dan daya beli konsumen. Dengan menganalisis potensi pasar, Anda dapat memperkirakan daya serap konsumen terhadap

produk/jasa yang hendak Anda tawarkan. Hal ini sangat penting sebagai ukuran apakah sektor usaha yang akan Anda masuki masih menjanjikan keuntungan atau tidak. Untuk itu Anda harus melakukan penelitian pasar, mencari dan mengumpulkan informasi yang berhubungan dengan pasar dan menentukan lokasi usaha yang strategis sesuai dengan produk/jasa yang akan dijual.

Membaca peluang pasar merupakan hal yang esensial yang wajib hukumnya bagi seorang pengusaha. Membaca peluang pasar tidak hanya dilakukan untuk bagi seorang calon pengusaha yang ingin memulai usahanya, namun sebagai pondasi saat Anda bergelut di dunia bisnis. Karena kelihaihan Anda dalam membaca peluang pasar tidak hanya dilakukan untuk memulai suatu usaha, namun keahlian dalam membaca peluang usaha ini juga harus Anda miliki ketika ingin mengembangkan usaha, melakukan

segmentasi pasar, maupun pada saat melakukan perluasan usaha. Namun seringkali, kemampuan membaca peluang pasar ini seringkali tidak pas sasaran, sehingga apa yang telah menjadi ekspektasi pada saat kita memulai usaha seringkali tidak tercapai.

Berikut ini ada beberapa cara yang bisa Anda lakukan untuk membaca peluang pasar:

**Pertama**, sebaiknya Anda melakukan observasi dan wawancara dengan pelaku bisnis serupa yang ada di dekat lokasi Anda. Misalkan Anda ingin membuka toko kelontong di sebuah kompleks, luangkan waktu sehari di dekat toko yang sudah ada. Amati dan catat jumlah orang yang datang ke toko tersebut pada hari itu. Amati pula bagaimana pemilik toko kelontong menerima dagangan dari pemasok di toko atau mengambil sendiri ke pemasok. Jika ingin

mendapatkan hasil lebih akurat, saya sarankan agar riset serupa itu tidak hanya dilakukan pada satu toko. Bahkan, kalau perlu Anda bisa membuat survei sederhana melalui penyebaran kuesioner.

**Kedua,** Bertanya langsung kepada para pelanggan. Strategi sederhana ini sering Anda temui langsung di lapangan, namun sebagai konsumen tidak sadar bahwa sebenarnya sang pelaku usaha sedang melakukan survey pasar dengan cara paling sederhana untuk mengetahui minat dan kebutuhan para konsumen.

**Ketiga,** Jadilah pelanggan bagi bisnis Anda sendiri. Memposisikan diri seolah-olah Anda adalah pelanggan bisnis Anda sendiri bisa cukup membantu para pelaku usaha untuk memahami sudut pandang setiap pelanggan. Dengan strategi tersebut Anda bisa

merasakan apa yang mereka rasakan dan mengetahui apa yang mereka butuhkan. Selanjutnya, jangan ragu untuk meningkatkan kualitas produk dan pelayanan yang Anda miliki, agar sudut pandang konsumen terhadap bisnis Anda bisa lebih baik.

**Keempat,** melihat data statistik pelanggan. Untuk mengetahui keinginan pelanggan, Anda bisa menganalisa apakah pelanggan Anda puas terhadap produk yang dijual dengan melihat data statistik pelanggan. Jika mereka terus kembali dan berulang-ulang menggunakan produk atau jasa Anda, bisa diartikan bila produk Anda sudah sesuai dengan kebutuhan dan keinginan mereka. Namun jika rata-rata konsumen hanya membeli produk Anda satu kali saja, maka perlu dipertanyakan lagi kualitas produk yang Anda pasarkan.

**Kelima**, lakukan survey dari tenaga penjual yang Anda miliki. Keinginan setiap pelanggan bisa Anda ketahui dari para tenaga penjual yang Anda miliki. Sebab, mereka adalah orang-orang yang paling mengerti apa yang menjadi keluhan pelanggan dan mengetahui pula apa yang banyak dicari pelanggan. Karena itu, jadikan tenaga sales sebagai tangan kanan Anda yang bisa membangun hubungan cukup kuat dengan pelanggan.

## **5. Mediator**

Salah satu cara untuk mendapatkan modal lain tanpa harus memiliki uang adalah dengan menjadi Mediator. Melalui mediator akan memperoleh akses pasar, sumber bahan baku, mesin, sumber keuangan, sumber daya manusia, bahkan untuk memperlancar penyelesaian sengketa. Mediator biasanya mengan dalkan kemampuan berbicara, jaringan kenalan, serta

teknik persuasif mereka. Jadi jangan heran kalau pengusaha seperti ini seringkali berada di tempat tempat umum atau kantor kantor urusan publik. Disini mereka berusaha memasang mata dan telinga agar dapat menemukan peluang dari banyak orang. Dengan kemampuan yang mereka miliki, mediator bisa membantu banyak orang, misalnya dalam jual beli rumah, atau barang barang dan jasa lainnya. Atas jasa mereka, para mediator ini mendapat komisi. demikianlah para mediator ini menjadi pengusaha dengan menggunakan dirinya sendiri sebagai modal.

## **6. Management**

Manajemen bisnis merupakan upaya pengaturan secara menyeluruh guna menjalankan sebuah usaha bisnis yang profesional dan menghasilkan tujuan bisnis yang diinginkan. Manajemen bisnis dibutuhkan dalam rangka tercapainya sebuah tujuan

sebuah usaha bisnis baik dari aspek profit maupun tujuan lain sesuai yang diinginkan oleh pihak pengelola bisnis.

Marry Parker Follet mendefinisikan manajemen sebagai seni menyelesaikan pekerjaan melalui orang lain. Definisi ini berarti seorang pengusaha bertugas mengatur dan mengarahkan orang lain untuk mencapai tujuan organisasi. Sementara itu Ricky W. Griffin mendefinisikan manajemen sebagai sebuah proses perencanaan, pengorganisasian, pengkoordinasian dan pengontrolan sumberdaya untuk mencapai sasaran (*goals*) secara efektif dan efisien. Efektif berarti tujuan bisa dicapai sesuai dengan perencanaan, dan efisien berarti tugas yang ada dilaksanakan secara benar, terorganisir dan sesuai dengan jadwal, dalam berbagai bidang seperti industri, pendidikan, kesehatan, bisnis, finansial dan sebagainya. Dengan kata lain efektif menyangkut

tujuan dan efisien menyangkut cara dan lamanya suatu proses mencapai tujuan tersebut.

Untuk bentuk usaha bisnis dengan skala kecil pun diperlukan sebuah upaya manajemen bisnis yang baik, hanya berbeda pada ukuran skala saja serta pengerjaannya yang lebih sederhana dan bisa dikerjakan rangkap oleh satu atau dua orang dari pengelola bisnis tersebut. Beberapa hal yang menjadi patokan utama manajemen bisnis diantaranya adalah beberapa hal berikut ini:

a. **Manajemen produksi**

Manajemen produksi merupakan pengaturan dan perencanaan terkait ketersediaan bahan baku maupun bahan jadi yang siap dipasarkan pada sebuah perusahaan bisnis. Manajemen bisnis di bidang produksi menyangkut bagaimana proses produksi itu bisa berlangsung dengan baik sehingga mampu

menghasilkan produk atau layanan yang diminati oleh konsumen.

**b. Manajemen pemasaran**

Manajemen bisnis di bidang pemasaran menyangkut segala bentuk perencanaan, bentuk, target serta tujuan dan hasil dari sebuah proses marketing atau pemasaran. Penjualan yang meningkat dan upaya untuk memperkenalkan produk kepada konsumen merupakan target utama dari sebuah manajemen pemasaran. Tanpa adanya sebuah manajemen pemasaran yang baik, maka usaha Anda akan mengalami kondisi sulit dalam hal pemasukan atau *income* yang diperoleh. Pemasaran memegang peran vital terhadap eksistensi sebuah perusahaan. Produk atau jasa yang kurang bermutu pun akan bisa terjual

laris apabila perusahaan Anda memiliki seorang manajer pemasaran yang handal. Kreativitas dan inovasi perlu dijalankan dalam merancang sebuah manajemen bisnis di bidang pemasaran.

### **c. Manajemen distribusi**

Manajemen bisnis di bidang distribusi memegang peran mendukung manajemen pemasaran. Meskipun pemasaran telah berjalan dengan baik, namun apabila manajemen distribusi mengalami hambatan, maka marketing juga akan terganggu. Proses penyaluran barang produksi atau layanan jasa kepada konsumen sangat ditentukan oleh bagaimana pola manajemen distribusi tersebut dirancang oleh sebuah perusahaan.

#### d. **Manajemen keuangan**

Manajemen keuangan di dalam sebuah usaha bisnis menyangkut transparansi dan pengelolaan sirkulasi keuangan sebuah perusahaan. Manajemen keuangan menyangkut bagaimana keuangan perusahaan mampu dibagikan sesuai dengan anggaran yang dimiliki. Tanpa adanya sebuah manajemen bisnis yang baik di bidang keuangan, maka biasanya perusahaan tidak mendapatkan data keuangan yang jelas. Hal ini biasa dialami oleh para pengelola bisnis kecil yang masih amatiran, dimana manajemen keuangan jarang diperhatikan sehingga untung atau ruginya saja sebuah usaha bisnis sulit ditentukan.

## 7. Moment

Apakah yang disebut momentum dalam bisnis? Momentum adalah sebuah kejadian luar biasa, yang secara signifikan dapat mengubah perjalanan bisnis kita menuju ke arah yang lebih baik. Dalam upaya mewujudkan keberhasilan usaha kita, seringkali kita tidak bisa lepas dari terjadinya momentum. Misalnya, seseorang yang sedang merintis usaha konveksi, berbulan-bulan order biasa-biasa saja, hasil usaha juga biasa-biasa saja, cukuplah untuk mempertahankan usaha tetap berjalan. Kemudian, tiba-tiba ada order besar masuk, dengan jumlah yang fantastis, dan akan menghasilkan pendapatan yang akan dapat digunakan melipatgandakan usaha di kemudian hari. Itu adalah momentum.

Kita sering mendengar ungkapan orang-orang seperti "lebih baik kita tunggu peluang dan kesempatan yang baik", atau ada juga yang

mengatakan, " Mari kita tunggu momentum yang tepat". Saya ingin katakan, ungkapan itu tidak salah, namun jika kita ingin meraih sukses dengan tujuan dan rencana yang telah disiapkan, tidak mungkin untuk meraih sesuatu hanya dengan menunggu, menunggu, dan menunggu. Untuk meraih apa yang diinginkan tidak mungkin hanya dengan menunggu. Sukses itu dapat diraih dengan semangat, selalu berfikir, merencanakan, dan bergerak ke depan. Untuk itu, momentum jangan ditunggu, tapi harus disiapkan dan diciptakan. Karena momentum yg ditunggu berarti itu dibuat oleh orang lain dan pasti diburu oleh orang lain.

Momentum merupakan saat-saat yang tepat untuk mangambil keputusan dimana bersatunya dalam waktu yang bersamaan antara datangnya peluang dan kesiapan diri, sehingga menghasilkan kekuatan untuk bergerak atau bertindak tepat dan

cepat. Ibarat Anda akan lompat tinggi atau lompat jauh, jika saat Anda menginjak dan tepat di papan tolak dengan energi yg berpusat pada kaki Anda, maka Anda bisa melompat dengan sangat jauh atau paling tinggi.

Berikut ini ada beberapa langkah yang bisa Anda lakukan untuk membangun momentum bisnis yang Anda butuhkan:

- a. **Temukan alternatif.** Hanya karena Anda mengidentifikasi masalah tidak berarti andalah orang yang tepat untuk menyelesaikannya. *Problems are opportunities for the determined.* Anda pun harus menemukan *problem-solver* terlebih dahulu, yang mana membutuhkan kegigihan.
- b. **Bicarakan pada setiap orang.** Momentum berkembang secara eksponensial. Termasuk hal-hal yang ada di awal akan memberikan

hasil yang besar di akhir. Ini bukanlah mengenai feedback. Anda dapat membeli *feedback*, namun Anda tidak bisa membeli orang yang merasa terlibat di hidup Anda dan bisnis Anda. Dengan melibatkan mereka sedari awal, Anda akan membangun kepercayaan dengan mereka.

**c. Bacalah segala hal seputar bisnis Anda.** Orang-orang mempercayai para ahli. Maka pelajarilah. Pengetahuan membangkitkan kepercayaan diri, yang kemudian membangkitkan keyakinan. Anda ingin orang-orang tidak hanya percaya, namun juga yakin bahwa produk atau jasa Anda tepat untuk mereka.

**d. Tanyakan diri Anda mengapa Anda berada di tahap ini.** Apakah Anda ingin mengubah dunia? Apakah Anda ingin bertemu Bill Gates? Apakah

Anda ingin membuat teman Anda iri? Atau Anda memiliki alasan yang lebih bijak seperti ingin mempekerjakan banyak orang dan mengurangi pengangguran? Temukanlah alasan yang tepat sehingga Anda dapat menciptakan momentum Anda sendiri.

## **8. Me**

Modal terakhir yang harus Anda miliki dan memiliki sumber daya tak terbatas adalah pikiran Anda sendiri. Tuhan telah mewajibkan kita untuk berpikir secara mendalam dan belajar untuk memahami seluruh isi jagat raya ini. Tuhan tanpa pilih kasih menganugerahi kita kemampuan dan kesempatan hampir tak terbatas untuk belajar dan berkembang dalam bidang pilihan kita. Tuhan menganugerahi kita lebih banyak daya pikir, kemampuan, dan kecerdasan daripada yang pernah

kita bayangkan. Tak ada rintangan yang tidak dapat diatasi. Tak ada masalah yang tak dapat dipecahkan. Tak ada tujuan yang tak dapat dicapai dengan menerapkan kekuatan pikiran.

Dalam buku *Aladdin Factor* karya Jack Canfield dan Mark Victor Hansen disebutkan bahwa setiap hari manusia menghadapi lebih dari 60.000 pikiran. Karena kita tidak mungkin mengawasi satu per satu pikiran yang muncul maka cara paling mudah adalah dengan selalu mengawasi perasaan kita. Bagaimana caranya? Mudah saja. Jika kita merasa senang, bahagia, gembira, atau gampangya merasa "enak" maka ini artinya baik. Jika perasaan yang kita rasakan bersifat negatif (tidak "enak") maka ini sebenarnya merupakan *warning signal* dari *guiding system* kita bahwa ada bagian di pikiran kita yang kerjanya tidak selaras.

Hal ini sejalan dengan konsep *Law of Attraction* yang menyatakan bahwa pikiran kita bisa menarik hal-hal yang serupa dan berkaitan dengan apa yang ada dalam pikiran kita. Pikiran kita sesungguhnya merupakan magnet yang sangat kuat di alam semesta. Jika kita memiliki pikiran negatif maka kita akan menarik lebih banyak hal negatif ke dalam diri kita, sebaliknya jika kita berpikiran positif maka kita akan lebih banyak menarik hal positif ke dalam kehidupan kita. Jadi hidup kita ini diciptakan oleh kita sendiri, dalam artian kita yang menginginkannya seperti ini. Karena pikiran kita memancarkan suatu frekuensi dan menarik semua hal yang berada di frekuensi yang sama. Begitu pula dengan bisnis yang kita inginkan, sukses tidaknya bisnis kita tergantung dari apa yang ada dalam pikiran kita.

George Torok dalam bukunya *The Yukon Spirit, Nurturing Entrepreneurs*, menyatakan bahwa modal

‘internal’ yang dibutuhkan untuk menjadi pengusaha adalah :

- ✓ Memiliki dorongan batin yang kuat untuk maju (*personal drive*)
  
- ✓ Memiliki fokus yang tajam tentang apa yang dilakukannya dan kemana dia akan membawa usahanya (*focus*)
  
- ✓ Memiliki kemampuan yang kuat untuk berinovasi (produk, sistem, cara, metode, *service*, dan seterusnya)
  
- ✓ Memiliki sikap mental “Saya bisa” (*The I can mental attitude*) dalam menghadapi persoalan-persoalan yang kedatangannya seperti tamu tak diundang .

- ✓ Memiliki kemandirian dalam mengambil keputusan (berdasarkan pengetahuan, pengalaman, skill, intuisi, dan akal sehatnya)
  
- ✓ Memiliki kemampuan untuk “tampil beda” atau memunculkan keunggulan-keunggulan (kreatif).

(Untuk penjelasan lebih lengkapnya mengenai topik nomor delapan ini, Anda bisa membacanya di bab 10).

# **BAB 9**

# **MEMBANGUN**

# **KEYAKINAN**

# **BERWIRAUSAHA**

Jika orang berpegang pada keyakinan, maka hilanglah kesangsian. Tetapi, jika orang sudah mulai berpegang pada kesangsian, maka hilanglah keyakinan.

(Sir Francis Bacon)

Anda tidak dilahirkan untuk menyusut semakin kecil, tetapi untuk berkembang semakin besar.

Hak untuk memilih jalan Anda sendiri adalah sebuah hak yang suci. Manfaatkanlah.

(Oprah Winfrey)

# **BAB 9**

## **MEMBANGUN KEYAKINAN**

### **BERWIRAU\$AHA**

*"Your beliefs become your thoughts.  
Your thoughts become your words.  
Your words become your actions.  
Your actions become your habits.  
Your habits become your values.  
Your values become your destiny."*

(Mahatma Gandhi)

Pada bab terdahulu sudah saya singgung bahwa salah satu alat dan persiapan untuk menjadi seorang pengusaha sukses adalah mengoptimalkan *mind* (pikiran) diri kita sendiri. Pikiran kita terdiri dari pikiran sadar (*conscious mind*) dan pikiran bawah sadar (*subconscious mind*). Pikiran sadar adalah pikiran yang menalar. Pikiran sadar adalah fase

pikiran yang memilih. Semua keputusan dilakukan dengan pikiran sadar. Sandy Mc Gregor dalam bukunya *Peace of Mind* menyatakan bahwa tindakan dan perbuatan manusia sebagian besar dipengaruhi oleh pikiran bawah sadarnya. Pikiran bawah sadar berperan 88% sedang pikiran sadarnya hanya 12 %. Nyaris kehidupan seseorang dibentuk oleh apa yang tertanam di dalam pikiran bawah sadarnya. Termasuk sukses tidaknya Anda dalam berwirausaha, semuanya tergantung pikiran bawah sadar yang Anda miliki.

Tahukah Anda bahwa pikiran bawah sadar Anda 30.000 kali lebih kuat dari pikiran sadar Anda? Ia mengendalikan seluruh sistem otomatis dalam tubuh kita, mulai dari mengatur detak jantung kita agar berdetak 115.200 kali setiap harinya, mengatur temperatur tubuh kita, sirkulasi darah, respon otot dan lain sebagainya. Namun sebelum kita melangkah ke alam menakjubkan yang ada dalam diri kita ini,

sebaiknya kita mengenal terlebih dahulu sistem pikiran yang bekerja di dalam otak kita.

Karakter, perilaku dan semua perbuatan kita dikendalikan oleh pikiran bawah sadar. Jika yang tertanam di dalam pikiran bawah sadar kita buruk maka semua karakter, perilaku dan perbuatan kita cenderung pada hal yang buruk tersebut, tanpa bisa dicegah oleh pikiran sadar. Namun jika yang tertanam di dalam pikiran bawah sadar kita itu baik atau positif, maka semua karakter, perilaku dan perbuatan kita akan cenderung pada kebaikan pula. Jadi ketika kita ingin sukses menjadi pengusaha, tanamkanlah sifat yang baik ke dalam pikiran bawah sadar kita. Sebaliknya jika usaha kita bangkrut, kita patut memeriksa pikiran bawah sadar kita jangan-jangan masih banyak hal negatif yang bersarang di sana.

Ketahuiilah bahwa penglihatan dan pendengaran merupakan gerbang utama bagi pengaruh yang masuk ke dalam pikiran bawah sadar kita, sedangkan pikiran sadar merupakan penjaga pintu gerbang yang bertugas memilah pengaruh apa saja yang boleh masuk melalui pintu gerbang tersebut. Jadi apapun yang terjadi dalam kehidupan kita sekarang termasuk dalam hal berwirausaha, semuanya tergantung dari apa yang masuk ke dalam “pintu gerbang” tersebut yang akhirnya akan mempengaruhi pikiran bawah sadar kita.

Pikiran bawah sadar atau alam bawah sadar manusia merupakan *blue print* kehidupan seseorang. Program yang tertanam di dalam pikiran bawah sadar akan mengendalikan mekanisme *servo* manusia untuk mendapatkan semua yang diprogramkan di dalam pikiran bawah sadarnya. Manusia tidak akan pernah keluar dari target dan sasaran yang tertanam

di dalam pikiran bawah sadarnya selama program tersebut tidak berubah. Pengaruh pikiran bawah sadar terhadap diri kita sembilan kali lebih kuat dibandingkan pikiran sadar. Itulah sebabnya mengapa banyak orang sulit merubah kehidupannya meskipun secara sadar mereka sangat ingin berubah. Apabila terjadi pertentangan keinginan antara pikiran sadar dan bawah sadar, maka sudah bisa dipastikan kalau pikiran bawah sadar selalu menjadi juaranya.

Nah, agar kita dapat menyelaraskan keinginan sadar kita dengan pikiran bawah sadar, maka kita harus memprogram ulang pikiran kita yang mungkin saja masih dipenuhi oleh pikiran negatif. Memprogram ulang pikiran bawah sadar berarti mengubah diri kita dari dalam. Inti dari teknik memprogram pikiran alam bawah sadar ini adalah bagaimana menciptakan suasana pikiran setenang mungkin, kemudian menanamkan pada batin hal-hal

apa yang ingin kita capai dengan penuh keyakinan disertai dengan gambaran yang jelas. Semuanya harus kita lakukan secara rutin dan tentu dengan penuh keyakinan.

Ketahuiilah bahwa tidak ada batasan waktu dalam melakukan program pikiran bawah sadar ini. Waktu yang lama, tidak berarti baik dan sempurna. Intinya, serahkan pada keinginan diri Anda sendiri dan kondisi waktu yang tersedia. Program pikiran bawah sadar yang disertai keyakinan kuat akan mengetuk kesadaran (*heartknock*). Dengan melakukannya secara berulang-ulang dan rutin, maka akan memompa semangat dan mendorong kita untuk terus berbuat, karena pikiran bawah sadar tersebut berperan sebagai penghubung antara jiwa dengan tubuh. Sehingga tubuh kita pun turut bereaksi dengan mengerakkan seluruh potensi yang sebelumnya tidak pernah digunakan, dalam bentuk kreatifitas

atau tindakan. Begitulah seterusnya, program pikiran bawah sadar akan terus membangkitkan segala potensi kita sebagai manusia.

Berikut ini ada beberapa hal yang harus Anda ketahui tentang pikiran bawah sadar:

**1. Pikiran bawah sadar dapat mengakses Intelegensi Tanpa Batas (*the Infinite Intelligence*).**

Orang-orang yang berhasil dalam bidang apa pun awalnya tidak tidak mampu atau tidak memiliki apa-apa. Saat mereka menginginkan sesuatu dan meyakini akan berhasil, secara ajaib mereka ditunjukkan jalan menuju sukses. Mereka akan menemui orang yang tepat, metoda yang jitu, waktu yang akurat, pendekatan yang efektif untuk meraih dukungan, mendapat dana yang dibutuhkan

dan sebagainya. Dari mana pikiran bawah sadar itu mendapatkan hal-hal tersebut? tentu saja dari Sang Penguasa pikiran sadar dan sadar kita yakni Allah SWT, *the Infinite Intelligence*.

## **2. Pikiran bawah sadar langsung merespon keinginan kita.**

Apa pun yang terlintas dalam hati dan pikiran sadar akan direspon oleh pikiran bawah sadar. Dalam salah satu hadist Qudsi disebutkan bahwa Allah mengikuti persangkaan hamba. Kita akan diperlakukan sebagaimana persangkaan kita. Bila kita berprasangka baik akan diperlakukan dengan baik. Begitu juga sebaliknya, bila kita berprasangka buruk maka akan diperlakukan dengan buruk pula. Jadi hindari berpikir dan berprasangka negatif

terhadap apa dan siapa pun, apalagi terhadap Allah, yang menciptakan kita.

### **3. Pikiran bawah sadar bekerja berdasarkan keyakinan.**

Jika pikiran sadar bekerja berdasarkan logika dan hal-hal yang tertangkap oleh panca indera, maka pikiran bawah sadar bekerja berdasarkan keyakinan. Keyakinan sendiri bekerja berdasarkan apa yang diimajinasikan. Itulah sebabnya, Albert Einstein menyatakan: *“Imagination is more important than knowledge.”*

### **4. Pikiran bawah sadar tidak mengenal sistem nilai.**

Pikiran bawah sadar tidak mengenal baik buruk dan benar salah. Pikiran bawah sadar juga

tidak peduli dengan lucu atau tidak lucu. Ia hanya menjalankan perintah yang diberikan pikiran sadar. Dengan demikian, pikiran bawah sadar kendati memiliki kekuatan maha dahsyat, tetapi ia tidak peduli dengan efek dan motif perintah yang diterimanya dari pikiran sadar.

#### **5. Pikiran bawah sadar tidak dapat membedakan antara impian dan kenyataan.**

Yang membuat kita ragu apakah dapat mewujudkan apa yang kita inginkan adalah hasil kerja pikiran sadar. Bagi pikiran bawah sadar yang memiliki kekuatan yang sangat *powerful*, tidak ada keinginan yang mustahil asal diusahakan dengan sungguh-sungguh, terencana dan sabar menantikan realisasi. Saat pikiran sadar tak mampu lagi merealisasikan

suatu keinginan, seharusnya kita melimpahkan tugas itu kepada pikiran bawah sadar dan jangan turut campur lagi.

**6. Pikiran bawah sadar tidak dapat merespon dua hal yang bertentangan.**

Pikiran bawah sadar bukan saja tidak merespon keinginan yang tidak dilandasi keyakinan, tetapi juga dua keinginan yang bertentangan satu sama lain.

**7. Pikiran bawah sadar merespon permintaan yang disampaikan berulang-ulang.**

Permintaan yang disampaikan berulang-ulang akan memperbesar keyakinan kita. Jadi semakin sering kita memasukkan hal-hal yang kita inginkan ke dalam pikiran bawah sadar, semakin cepat pula pikiran bawah sadar kita

meresponnya. Kita dapat mempercepat proses ini dengan menambahkan perasaan atau emosi ke dalam pikiran sadar.

**8. Pikiran bawah sadar akan bekerja efektif kalau diberi batas waktu.**

Kalau Anda sakit kepala padahal dalam perjalanan menuju gedung di mana Anda akan menemui klien yang sangat penting dalam sebuah perjanjian bisnis, jangan katakan, “nanti saya akan sembuh,” tetapi katakan, “saya yakin pikiran bawah sadar akan mengatasi sakit kepala ini. Saya sudah sembuh sebelum tiba di gedung tersebut.”

**9. Pikiran bawah sadar hanya berbicara dalam bahasa positif.**

Misalnya, kita ingin berhasil dalam sebuah usaha. Supaya bisa rileks dan tenang, sebaiknya tidak mengatakan, "saya tidak akan bangkrut dalam membangun usaha ini." Karena pikiran bawah sadar tidak mengenal kata negatif "tidak" (dalam kata tidak grogi) maka pikiran bawah sadar akan mengartikannya bangkrut. Tetapi katakan, "saya percaya pikiran bawah sadar membimbing saya bersikap penuh percaya diri dalam membangun usaha saya yang bukan saja memberikan keuntungan kepada saya tapi bermanfaat juga bagi orang banyak."

Keyakinan adalah pikiran bawah sadar kita yang memiliki pengaruh besar untuk mencapai tujuan hidup maupun mengiklankan merek pribadi kita. Seperti yang disampaikan Mahatma Gandhi:

Keyakinan Anda menjadi pemikiran Anda. Pikiran Anda menjadi kata-kata Anda. Kata-kata Anda menjadi tindakan Anda. Tindakan Anda menjadi kebiasaan Anda. Kebiasaan Anda menjadi nilai Anda. Nilai Anda menjadi tujuan Anda.

Senada dengan pendapat di atas, dalam buku **Manajemen Insan Sempurna: *The Real Secret To Balance Your Life***, disebutkan bahwa rahasia sejati mencapai keseimbangan hidup atau mencapai tujuan hidup Kita adalah: ***believe + act = receive***. Jika kita memiliki keyakinan yang kuat (*believe*) kemudian bertindak/berbuat (*act*) maka akan mendapatkan hasil yang optimal (*receive*).



Keyakinan merupakan pondasi untuk mencapai sukses. Keyakinan kita dalam membangun usaha akan menentukan sikap, tindakan dan hidup kita. Terdapat tiga tingkatan keyakinan: Pertama, ***weak belief*** (opini); Kedua, ***moderate belief*** (kepercayaan); dan Ketiga, ***strong belief*** atau ***conviction*** (keyakinan). Opini bersifat sementara sehingga dapat dengan mudah digeser. Kepercayaan lebih kuat daripada opini dan lebih sulit digoyang karena didukung oleh banyak pengalaman atau satu pengalaman dengan intensitas emosi lebih tinggi. Masih dimungkinkan menggoyang kepercayaan dengan mengajukan serangkaian pertanyaan tertentu. Suatu keyakinan amat sangat sulit mengubahnya, karena orang bukan saja merasa pasti, tetapi juga dapat marah atau tertutup untuk mendiskusikannya secara rasional manakala keyakinannya dipertanyakan.

Langkah-langkah yang bisa kita lakukan untuk membangun keyakinan dalam membangun usaha kita adalah:

## **Membangun Impian**

Keinginan untuk membangun usaha dan menjadi pengusaha sukses merupakan modal untuk menggapai semua impian kita, bahkan impian yang tidak pernah kita bayangkan sebelumnya. Setiap orang yang telah sukses pasti diawali dengan impian.

Kita harus memiliki impian atau cita-cita agar hidup kita dapat terarah dan memiliki tujuan yang jelas. Mimpi merupakan informasi penting bagi pikiran bawah sadar yang berperan sebagai daya dorong sukses. Impian adalah motor pendorong terhebat untuk terjadinya perubahan dalam hidup kita, *“we develop with dream”*. Walt Disney mengatakan, saat kita berkomitmen untuk mencapai

impian itu, maka selanjutnya impian itu yang akan menjadi magnet dan menarik kita ke sana.

Sejak kita masih dalam bentuk sperma, sudah memiliki tujuan atau mimpi menuju rahim untuk membuahi sel telur. Dengan demikian sesungguhnya kita adalah makhluk ciptaan Tuhan yang senantiasa memiliki mimpi. Agar mimpi kita lebih mudah tercapai, maka harus tepat formulanya. Formula mimpi adalah: *SMARTER (Specific – Measurable – Adjustable – Realistic Time-based – Exciting – Rewarding)*.

Mimpi (*dream*) sebagai fondasi dan syarat keharusan agar kita sukses sebagai pengusaha. Tanpa mimpi, usaha kita seperti sebuah kapal laut tanpa nahkoda, tak jelas arah tujuan kapal lautnya. Mimpi mengarahkan perhatian terhadap tugas yang dihadapi. Mimpi sebagai bahan bakar penggerak untuk menggapai cita, semakin sulit mencapai *goal*,

maka akan semakin besar usaha yang dilakukan. Membangun impian berarti kita menciptakan harapan-harapan baru dalam membangun usaha kita. Mimpi akan membuat tujuan hidup kita menjadi lebih jelas arahnya sesuai dengan skala prioritas. Mimpi juga akan membangkitkan energi kita untuk berjuang mewujudkan mimpi atau impian kita tersebut. Oleh karena itu, bangunlah keyakinan dalam diri kita bahwa impian menjadi pengusaha sukses bisa tercapai. Keyakinan ini sangat dibutuhkan karena keyakinan yang kuat akan menggerakkan pikiran kita untuk mencari jalan dan sarana serta cara untuk mewujudkan impian kita sebagai pengusaha sukses.

## **Menuliskan Mimpi**

Setelah Kita memiliki mimpi, langkah berikutnya adalah menuliskan mimpi-mimpi kita

dalam *Dream Book* yang mudah kita akses seperti komputer, buku, dinding rumah, meja kerja dan lain-lain. Pada tahun 1979 wisudawan MBA Harvard ditanya, “Apakah Anda sudah menentukan tujuan tertulis dan menyusun langkah2 untuk mewujudkannya?” Jawabnya adalah 84% menjawab tidak memiliki mimpi, 13% menjawab punya tujuan walaupun tidak tertulis dan hanya 3% yang menjawab memiliki tujuan tertulis. Sepuluh tahun kemudian pada tahun 1989 para peneliti mewawancarai orang yang sama yaitu anggota kelas itu lagi. Mereka mendapatkan bahwa 13% yang memiliki tujuan hidup walaupun tidak tertulis ternyata 2x lebih sukses daripada kelompok 84% yang menjawab tidak memiliki mimpi. Sedangkan 3% yang menjawab memiliki mimpi tertulis ternyata 10x lebih sukses daripada kelompok 97% yang tidak menjawab memiliki mimpi yang tertulis.

Menuliskan mimpi memiliki banyak keuntungan, diantaranya sebagai pengingat (*reminder*) terhadap tujuan hidup kita, ketika melihat atau membaca tulisan tentang mimpi kita maka akan mendorong semangat untuk mencapainya. Setelah menuliskannya, kita akan mengetahui mimpi yang mana yang lebih banyak mendominasi keyakinan kita dan secara otomatis akan menggerakkan kita untuk menggapai impian kita sebagai pengusaha sukses.

Hasil apa pun yang kita capai dalam kehidupan, sesungguhnya merupakan hasil keputusan kita sendiri. Kita memiliki pilihan untuk memutuskan apa yang menjadi keyakinan kita. Oleh karena itu, fokuslah pada keyakinan yang ingin kita berdayakan. Tuliskan keyakinan kita sebagai pengusaha, buatlah catatan, periksalah beberapa hari sekali dan tambahkan fakta-fakta baru untuk memperkuat keyakinan kita.

## **Menggali Keyakinan yang Benar dari Sumber yang Dapat Dipertanggungjawabkan**

Setelah kita menuliskan mimpi, carilah sumber-sumber informasi terpercaya yang akan memperkuat keyakinan kita untuk menggapai mimpi tersebut. Langkah yang kita lakukan adalah menerapkan prinsip “ATM” Amati, Tiru, Modifikasi. Kita bisa mengamati para pengusaha sukses yang telah berhasil membangun usahanya menjadi besar seperti: Bill Gates, Steve Jobs, Sam Walton, Soichiro Honda, dan sebagainya. Dalam mengamati tidak cukup hanya mengetahui cara mereka berhasil membangun usahanya namun kita analisa apa saja yang telah mereka dilakukan (*what*), mengapa mereka terkenal (*why*), kapan mereka bisa berhasil (*when*), dimana mereka memulai usahanya (*where*),

siapa saja yang mendukung mereka (*who*), dan bagaimana cara mereka menggapai sukses (*How*). Setelah kita analisa langkah berikutnya meniru cara mereka meraih sukses sebagai pengusaha. Dalam meniru harus melakukan modifikasi sesuai dengan keterampilan dan modal yang kita miliki. Jika dalam meniru kita mencontoh 100%, namanya bukan ATM, tetapi ATP, Amati Tiru Persis.

Dalam rangka menyempurnakan prinsip ATM, sesungguhnya kita bisa menggunakan formula “4 I” yaitu terdiri dari *Inspect* (mengamati), *Imitate* (meniru), *Improvement* (modifikasi), ditambahkan *Innovation* (inovasi). Jika kita baru sampai tahap modifikasi saja, hanya menghasilkan perbedaan. Agar perbedaan yang kita lakukan sesuai dengan kebutuhan (*needs*), keinginan (*wants*) dan harapan (*expectations*) pihak-pihak yang berkepentingan (*stakeholder*) maka kita harus melakukan inovasi.

Sumber informasi tentang bisnis yang sedang kita jalankan diantaranya bisa didapatkan dari buku, dari media cetak maupun elektronik, media digital, kelas pelatihan dan lain sebagainya. Kita bisa mencari topik-topik inspiratif yang sesuai dengan bisnis kita, tujuannya adalah untuk menambah acuan-acuan baru yang lebih kuat kepada keyakinan kita tersebut. Semakin banyak kita memperoleh informasi yang mendukung keyakinan kita, maka semakin kuatlah rasa pasti yang kita miliki.

Supaya keyakinan kita selaras dengan nilai-nilai universal yang berlaku dalam kehidupan, kita harus memiliki fondasi keyakinan yang kuat. Fondasi ini dapat kita temukan dalam ayat-ayat yang terkandung dalam kitab suci. Carilah ayat-ayat yang mendukung keyakinan kita, tujuannya adalah untuk menyaring informasi yang kita dapatkan dan meningkatkan rasa percaya diri bahwa apa yang kita yakini adalah benar.

## **Memvisualisasikan Usaha Kita**

Visualisasi atau imajinasi adalah layang-layang tertinggi yang mampu diterbangkan manusia. Visualisasi berarti membayangkan diri kita menjadi, melakukan, dan memiliki segala yang kita inginkan. Menurut Jack Canfield “salah satu strategi sukses terpenting adalah bertindak seolah-olah sudah berada di tempat yg diinginkan.”

Ada kisah menarik mengenai kekuatan visualisasi. Seorang pilot Amerika yang telah tertembak jatuh dan dimasukkan ke dalam penjara di Korea Utara pada tahun 1950-an. Pilot ini sangat suka bermain golf, dan selama berada di dalam sel penjara, satu-satunya hal yang dapat dilakukannya adalah dengan membuat visualisasi dirinya bermain golf dan memenangkan sebuah kejuaraan golf. Dia membayangkan terus bermain golf 18 lubang secara sempurna. Ketika akhirnya dia dibebaskan dan pulang

kembali ke Amerika, salah satu hal pertama yang dilakukannya adalah mendaftar ikut *tournament* golf. Bisakah Anda menebak apa yang terjadi? Ya, ia bisa memenangkan *tournament* itu dengan mudah sehingga membuat heran semua orang. Mereka berpikir bahwa kemenangannya hanyalah karena nasib baik atau kebetulan saja. Tetapi bagi dirinya tidak, ia mengatakan pada setiap orang bahwa ia tahu dirinya akan menang karena secara mental ia telah berlatih, mempraktikkan pukulan yang sempurna, selama berada dibalik jeruji penjara, sampai ia bisa merasakan kemenangannya dari dalam sel penjara tersebut.

Ternyata para ilmuwan menemukan, ada wilayah di otak yang menjadi aktif ketika membayangkan gerakan tubuh dan mengulang gerakan tubuh memukul ketika memukul bola golf tersebut berkali-kali dalam pikirannya bahwa seolah-

olah dia telah berhasil melakukan dan menguasai gerakan atau pukulan tersebut, akibatnya terciptalah suatu rangkaian jalan di sel-sel otaknya berupa jaringan saraf gerakan memukul bola golf. Ketika melakukan gerakan memukul bola golf yang sesungguhnya, akhirnya dia berhasil melakukan gerakan tersebut. Dan semakin dia sering melakukan gerakan tersebut, jaringan sarafnya semakin bertambah tebal sehingga gerakannya menjadi semakin otomatis karena telah tertanam dalam pikiran bawah sadarnya sehingga dia tidak perlu lagi bersusah payah memikirkan gerakan memukul bola golf dan memenangkan turnamen.

Apabila kita sering memvisualisasikan kesuksesan usaha kita dan merasakan setiap detailnya dengan jelas sehingga kita benar-benar dapat melihat diri sendiri dalam pikiran kita, mampu menambahkan emosi atau suasana hati ketika kita

mencapai tujuan. Ketika kita selalu membangun bayangan positif tentang keinginan kita, maka sesungguhnya kita sedang memperkuat cara kerja otak, akibatnya terciptalah suatu rangkaian jalan di sel-sel otak berupa jaringan saraf sehingga meningkatkan keyakinan akan usaha yang sedang kita jalankan.

### **Menghancurkan Limiting Belief**

*Limiting belief* atau *mental block* adalah program pikiran yang menghambat kita dalam mencapai impian/tujuan kesuksesan kita yang dalam hal ini adalah berwirausaha. *Mental block* pada dasarnya adalah hasil pemikiran berupa keyakinan sementara atau *common sense*, namun sepanjang pikiran seseorang belum dirubah atau direkayasa maka sepanjang itu pula *mental block* tidak berubah.

Merubah atau menghancurkan *mental block* pada dasarnya adalah mempengaruhi pola pikir (*mindset*). Ada pepatah yang mengatakan bahwa apabila seseorang menghendaki perubahan kecil maka rubahlah perilakunya, namun bila menghendaki perubahan besar rubahlah mental kita atau pola pikir kita. Mental yang meyakini bahwa dirinya tidak mampu atau tidak berbakat untuk berbisnis itulah salah satu ciri *limiting belief*. Ciri-ciri *limiting belief* lainnya diantaranya adalah perasaan tidak enak hati, malas, sikap menunda-nunda pekerjaan, motivasi yang tidak stabil, ragu, khawatir, merasa tertekan, takut, bingung, cemas, sakit, depresi, tidak percaya diri, tidak menguasai permasalahan dan lain sebagainya.

Beberapa penyebab *limiting belief* antara lain: keturunan ningkrat ataupun keturunan orang miskin, memiliki pendidikan tinggi ataupun pendidikan

rendah, memiliki nasib yang tidak beruntung, memiliki zodiac/shio tertentu, jenis kelamin, usia, hari lahir, trauma masa lalu, merasa sukses hanya untuk orang tertentu, tidak punya modal, fisik yang tidak menunjang, dan lain-lain. Apabila kita analogikan pada komputer, maka *mental block* berfungsi seperti virus yang membuat komputer menjadi lambat dan sulit dijalankan. Bila kita memiliki *mental block* maka cara berpikir kita menjadi lambat, sering tidak nyambung dan menghambat kita untuk mencapai kesuksesan.

Kita harus menghancurkan *limiting belief* ini dengan mematahkan penopangnya dan menanyakan: Sudah berapa lama saya memegang keyakinan ini? Dari mana asal keyakinan ini? Apakah sumber asal keyakinan ini adalah sumber yang dapat dipertanggung-jawabkan atau *role model* terbaik? Berapa harga yang harus kita tanggung jika tetap

memegang *limiting belief*? Setelah itu, putuslah sekali dan untuk selamanya, bahwa Anda tidak mau lagi membayar harganya.

Beberapa teknik menghancurkan *limiting belief* diantaranya: membaca yang tersurat maupun yang tersirat dari media dan peristiwa, menghindari lingkungan yang negatif, *neuro linguistic programming (NLP)*, *emotional freedom techniques (EFT)*, *spiritual emotional freedom techniques (SEFT)*, *imagination*, *reframing*, *hypnotherapy*, afirmasi, *positive response*, dan lain-lain. Secara detil teknik menghancurkan *limiting belief* bisa kita pelajari lewat internet atau pelatihan. Bila kita mampu menghancurkan *limiting belief* maka program pikiran, kita akan menjadi *Stepping Block* atau batu lompatan yang mampu mendukung kita meraih sukses dalam berwirausaha.

## **Melakukan Afirmasi**

Afirmasi adalah pernyataan yang kita sampaikan berkali-kali kepada pikiran bawah sadar kita. Oleh karena pikiran bawah sadar hanya berbicara dalam bahasa positif, maka afirmasi yang kita buat hendaknya dalam kalimat yang positif. Kata-kata yang mendatangkan hal-hal yang tidak kita inginkan seperti jangan marah, jangan takut, jangan terlambat, jangan lupa, jangan membanting pintu, harus dirubah menjadi pernyataan positif seperti sabar, tenang saja, datang tepat waktu, tolong diingat, tutuplah pintu pelan-pelan, dan lain-lain.

Pada saat kita membuat pernyataan yang mengandung kata-kata jangan, tidak, atau dilarang, sebenarnya kita telah mencurahkan perhatian dan energi kita pada sesuatu yang tidak kita inginkan. Cobalah bertanya pada diri sendiri: “JADI, APA YANG SAYA INGINKAN?” Ketika kita mulai memikirkan hal-

hal yang kita inginkan, kata-kata kita pun akan berubah. Jika kata-kata berubah, maka berubah pula getarannya, dan setiap kali kita hanya bisa memancarkan satu jenis getaran saja. Hukum Ketertarikan (*The Law of Attraction*) merespon apa pun yang berada di dalam gelembung getaran kita.

Hukum Ketertarikan (*The Law of Attraction*) akan merespon getaran apa pun yang kita pancarkan dengan mendatangkan getaran yang lebih banyak, tak peduli apakah getaran itu positif atau negatif. Hukum itu semata-mata hanya merespon getaran kita.

Jika Anda menyatakan bahwa usaha Anda maju dan berkembang, sementara pada kenyataannya tidak demikian, atau bahkan Anda yakin bahwa Anda tidak akan sukses dalam berwirausaha, getaran yang Anda pancarkan adalah getaran negatif. Getaran yang terpancar adalah getaran keraguan (negatif)

yang serta merta akan direspon oleh Hukum Ketertarikan dengan memberikan getaran yang sama negatifnya.

Bahkan AFIRMASI POSITIF dapat menimbulkan GETARAN NEGATIF. Kebanyakan afirmasi gagal menciptakan efek yang diinginkan, karena Hukum Ketertarikan tidak merespon kata-kata, ia hanya merespon PERASAAN Anda terhadap kata-kata yang digunakan.

Kapan AFIRMASI Menimbulkan Getaran POSITIF? Jawabnya ketika AFIRMASI itu BENAR dan NYATA untuk kita! Jika kita menyatakan sesuatu yang tidak benar dan tidak nyata, kita akan memancarkan getaran negatif karena kita sendiri meragukan kebenarannya. Agar afirmasi menimbulkan getaran positif, pastikan Anda menyatakan sesuatu yang benar dan nyata, yang membuat Anda yakin dan tak ragu.

Saat Anda menyatakan “Saya sedang dalam proses...” kalimat tersebut menjadi benar untuk Anda, dan jika Anda merasa yakin dengan kebenaran itu, Anda akan menjadi senang dan bisa dipastikan getaran yang Anda pancarkan adalah getaran positif. Misalnya saya sedang dalam proses: membangun usaha yang pasti sukses, mencintai usaha saya sendiri, menjadi orang yang kaya raya, mengembangkan bisnis saya, memiliki investasi yang menjanjikan, mendapatkan pelanggan yang banyak dan lain sebagainya.

Afirmasi bersifat sugestif, biasanya berupa kata-kata atau kalimat yang diucapkan dengan penuh keyakinan dan berulang-ulang. Untuk membentuk sebuah keyakinan yang kuat dibutuhkan sebuah pembiasaan yang dilakukan secara berulang-ulang, konsisten dan ber-kesinambungan.

Repetisi dapat menembus filter mental pikiran sadar kita dan masuk pada pikiran bawah sadar. Keinginan yang terekam kuat dalam pikiran bawah sadar sangat besar dapat menjadi daya dorong yang akan menggerakkan diri kita untuk berbuat sesuatu yang luar biasa dalam membangun usaha kita.

### **Meyakini Semuanya Mungkin Terjadi**

Bagi sebagian orang, banyak hal yang menurut mereka mustahil terjadi. Bagi sebagian lainnya, beberapa hal mungkin terjadi dan bagi sebagian kecil orang, hal yang nampak mustahil menjadi kenyataan. Tidak ada yang mustahil di dunia ini selama kita memiliki keyakinan untuk mewujudkannya.

Ketika seseorang memiliki keyakinan dalam menjalani hidupnya, setiap langkahnya akan menjadi sumber inspirasi bagi orang lain. Carilah alasan-alasan untuk mempertebal keyakinan-keyakinan kita, semua

bisa terjadi selama kita yakin menjalaninya. Kuncinya adalah kemauan yang sungguh-sungguh, “*Man Jadda WaJada*” yang artinya “Barangsiapa bersungguh-sungguh pasti membuahkan hasil” *if there is a will, there is a way*, ketika ada kemauan pasti ada jalan.

### **Syarat Strong Belief**

Keyakinan yang kuat saja tidak cukup. Setelah kita memiliki *strong belief*, ada tiga syarat penting yang harus kita penuhi yaitu:

1. Berhati-hatilah dengan sikap Percaya Diri (PD) kita. Keyakinan yang kuat hampir selalu diikuti rasa percaya diri yang tinggi. Rasa PD ini akan berbahaya apabila kita bersikap defensif dan menolak untuk diberitahu orang lain karena merasa diri paling benar. Orang-orang yang kurang berhasil dalam hidupnya biasanya

memiliki prinsip "Aku Sudah Tahu" (AST). Ketika kita memiliki prinsip AST, sesungguhnya awal dari kebodohan atau awal dari kegagalan. Kita harus mampu merubahnya menjadi "Aku Mau Tahu" (AMT). Tetaplah berpikiran terbuka dalam menerima informasi dan masukan dari orang-orang di sekitar kita. Memiliki rasa ingin tahu yang tinggi (*curiosity*). Ketika kita memiliki prinsip AMT maka akan mudah menerima ilmu maupun pengetahuan dan mengimplementasikannya untuk membangun usaha yang kita inginkan.

2. Jadikan sikap Percaya Tuhan (**PT**) sebagai fondasi keyakinan merek pribadi kita. *Strong belief* yang sedang kita bangun harus melekat (*embedded*) dengan Percaya Tuhan. Apapun keberhasilan yang kita capai pastilah tidak

pernah lepas dari campur tangan Tuhan. Melalui sikap Percaya Tuhan, yakinlah bahwa Allah bersama kita dan meridhai apa yang sedang kita lakukan. Ketika Tuhan bersama kita maka apapun bisa terjadi (***Nothing Impossible***) dan akan menjaga kita untuk tidak takabur dan lupa diri.

3. Siapkan **ACTION**. Tahukah Anda bahwa Allah menciptakan kita untuk senantiasa bergerak? Ketika kita masih berupa cairan sperma, kita hanyalah satu dari sekitar 200 - 400 juta sperma yang senantiasa bergerak dan memiliki kesempatan sama untuk menjadi seorang manusia. Sebagai sperma, kita telah memiliki program sukses yang mengarahkan kita mencapai tujuan spesifik yaitu sel telur. Kita harus berlomba dengan calon saudara-saudara

kita memasuki tubuh ibu kita dan menempuh perjalanan berbahaya selama lima menit (atau setara 14 km) menuju sel telur yang hanya berukuran setengah dari sebutir garam. Selama perjalanan ini kita harus senantiasa menghindari dari campuran pekat asam dalam organ reproduksi ibu kita yang membunuh sebagian besar sperma yang masuk. Setelah itu, kita pun masih harus berjuang mengalahkan ratusan sperma lain yang sama-sama berhasil mencapai sel telur. Hanya sperma paling cepat, kuat dan luar biasalah yang berhasil membuahi sel telur. Oleh karena itu, tidak ada alasan lagi bagi kita untuk tidak yakin karena kita terlahir sebagai pemenang!

# **BAB 10**

# **MENJADI PENGUSAHA**

# **POSITIF**

Mata air kepuasan harus bersumber dari pikiran, orang yang memiliki sedikit pengetahuan mengenai sifat manusia untuk mencari kebahagiaan dengan mengubah apapun selain wataknya sendiri, akan menyia-nyiakan hidupnya tanpa hasil dan melipatgandakan kesedihan yang ingin ia hilangkan.  
(Samuel Johnson)

Teman-teman terbaik kita dan musuh-musuh terburuk kita adalah pikiran-pikiran kita. Pikiran bisa berbuat lebih baik pada kita daripada seorang dokter atau banker atau seorang teman terpercaya sekalipun. Pikiran bisa juga berbuat lebih berbahaya pada kita daripada sebuah batu bata.

(Dr. Frank Crane)

## **BAB 10**

# **MENJADI PENGUSAHA POSITIF**

**Menabur Pikiran, menuai Tindakan;  
Menabur tindakan, menuai Kebiasaan;  
Menabur Kebiasaan, menuai Karakter;  
Menabur Karakter, menuai Takdir.  
(Samuel Smiles)**

Dr. Makoto Shichida adalah seorang spesialis perkembangan anak balita. Dalam bukunya *Right Brain Education in Infancy*, ia menjelaskan sebuah hasil studi di Nippon Medical Center oleh Prof. Shinagawa terhadap seorang anak yang bernama Yuka Hatano. Yuka Hatano adalah seorang juara dunia menghitung cepat, yang mampu menghitung 16 digit soal LEBIH CEPAT daripada kalkulator! Ketika Yuka melakukan perhitungan tersebut, melalui PET scan terlihat bahwa yang mengendalikan fungsi otaknya adalah otak kanan bagian belakang. Di

sekolah Shichida, Shinagawa melihat bagaimana anak-anak SD mampu membaca 1 jilid buku hanya dalam waktu 3-5 menit saja, dan dia tahu persis apa isi buku yang dibacanya. Menurutnya, dia seperti memotret atau men-download tiap-tiap halaman buku tersebut, dan ketika ditanya, dia akan membuka tiap-tiap halaman bukunya di dalam otaknya untuk mencari jawabannya dengan cepat.

Keistimewaan otak yang dikemukakan di atas sejatinya bukan hanya milik Yuka Hatano seorang. Kita pun memiliki potensi serupa jika mau dan tahu cara menggalinya. Awalnya bisa kita lakukan dengan mengubah pikiran-pikiran kita menjadi positif. Inilah modal ME kedelapan yang harus kita miliki jika kita ingin menjadi pengusaha sukses. banyak orang yang mencari “harta karun” kehidupan di luar dirinya. Padahal sesungguhnya “harta karun” itu sangat dekat dengan kita yakni pikiran kita. Anda sadari atau tidak,

pada hakekatnya semua kehidupan kita berawal dari pikiran. Karena, sadar atau tidak sadar pikiranlah yang selama ini menuntun kita mengambil tindakan-tindakan tertentu. Apapun kegiatan yang kita lakukan pasti berawal dari pikiran. Pikiran yang memberikan ide-ide, pikiran yang pertama menentukan pilihan tindakan yang akan kita ambil dan pikiran pula yang memerintahkan anggota tubuh kita untuk mengambil tindakan tertentu. Jadi, baik atau buruknya usaha yang sekarang kita jalankan, semuanya berasal dari apa yang kita pikirkan.

Melalui pikiran inilah manusia memiliki derajat yang lebih tinggi dari hewan. Dengan pikiran, manusia mampu melakukan berbagai hal yang tidak mungkin dilakukan oleh hewan guna menjalankan semua aktivitasnya sehari-hari. Melalui pemikiran otaknya, manusia telah mampu mengubah dunia dari zaman primitif ke zaman modern seperti sekarang ini.

Banyak hal-hal luar biasa yang telah tercipta dari pikiran, misalnya komputer yang Anda gunakan saat ini, kursi yang Anda duduki, meja tempat Anda meletakkan komputer, gelas tempat kopi Anda, pakaian Anda, pesawat televisi, radio, rumah Anda, gedung-gedung tinggi, dan lain sebagainya, semua berawal dari pikiran seseorang. Termasuk kebebasan dan kebahagiaan hidup yang kita semua inginkan.

Ketahuiilah bahwa sesungguhnya cara kita berpikir, cara kita menghadapi masalah, cara kita bertutur kata, cara kita bersikap, cara kita berkesimpulan, cara kita bertindak, sangat-sangat dipengaruhi oleh *file* macam apa yang ada di dalam otak kita masing-masing. Kita tidak akan pernah bisa keluar dari file memori yang ada di dalam otak kita.

Jadi saat Anda dilanda masalah termasuk dalam menjalankan bisnis Anda, sesungguhnya itu berawal dari respons Anda terhadap apa yang pernah

Anda lakukan. Masalah yang merupakan hambatan yang terakumulasi, seringkali bermula dari hambatan kecil saja namun dirasakan sebagai suatu kesulitan yang tak mudah dipecahkan. Pengalaman persepsi kita bergantung pada stimuli yang muncul dari dunia luar ke sistem indera, dan stimuli tersebut mengakibatkan perubahan pada keadaan pikiran kita, bahkan akhirnya menimbulkan sensasi pada diri kita, baik yang menyenangkan maupun menyedihkan.

Menurut penelitian Fakultas Kedokteran di San Francisco, 80% dari pikiran manusia bersifat negatif. Kalau kita hitung secara matematika sederhana, berarti sekitar 48.000 pikiran yang terlintas dalam otak kita bersifat negatif! Coba bayangkan apa yang akan terjadi pada kehidupan kita dengan pikiran negatif sebanyak itu? Jadi tak usah heran kalau saat ini kita belum sukses dalam bisnis kita, karena

ternyata tersangka utamanya adalah “penduduk mayoritas” otak kita yakni pikiran negatif!

Oleh karena itu, hati-hatilah dengan pikiran Anda. Pikiran Anda akan berpengaruh pada tindakan Anda, tindakan Anda akan berpengaruh pada kebiasaan Anda, kebiasaan Anda akan berpengaruh pada sikap mental Anda dan sikap mental Anda akan menentukan apakah Anda layak sebagai pemenang atau sebagai seorang pecundang dalam perjalanan bisnis Anda. Bagaimana pun permasalahan akan terus ada dan tidak akan pernah padam, hanya dengan mengontrol pikiran yang kita miliki inilah, kita bisa menyelesaikan setiap masalah yang kita hadapi dan menjadi pengusaha sukses.

### **Pikiran Kita Sesungguhnya Tidak Terbatas**

Ketahuilah dengan teknik memanfaatkan kekuatan pikiran yang berbasis pikiran positif,

sesungguhnya kita dapat memperoleh apa saja mulai dari kekayaan, kesuksesan, kesehatan, kebahagiaan atau kejayaan bisnis yang kita harapkan. Marcus Aurelius Antonius, seorang kaisar romawi kuno pernah berkata "*A man's life is what his thought make of it*" ('hidup seseorang adalah apa yang dilakukan oleh pikirannya'). Artinya kehidupan seseorang adalah cerminan dari bagaimana dia menggunakan pikirannya.

Pikiran kita ibarat alam yang begitu luas, namun sayangnya masih sedikit orang yang menjelajahinya. Padahal pikiran merupakan *the last frontier* yang menyimpan begitu banyak misteri dan keajaiban. Richard Leviton, seorang peneliti otak mencatat, baru sekitar 4 sampai 10 persen saja kapasitas otak yang kita gunakan. Coba saja Anda bayangkan apa yang dapat Anda raih dalam bisnis Anda kalau dapat memaksimalkan potensi terbesar

Anda tersebut. Tentu banyak hal yang masih bisa Anda capai bukan?

Untuk mencapai kemajuan dalam usaha kita, tentu ada syaratnya yang mesti kita penuhi. Apa itu? Dengan sering berlatih menggunakannya. Otak kita seperti otot, baru akan berkembang bila digunakan. Seperti kita harus melatih otot fisik supaya kuat, kita pun harus melatih otot mental untuk membangun kecerdasan. Makin banyak belajar, makin banyak yang dapat kita pelajari. Akal pikiran tidak ada batasnya. Ia hanya mengalami kemandekan batas pada suatu masa dan ruang tertentu. secara perlahan, dari masa ke masa, akal pikiran kita mengalami penyempurnaan. Kalau tidak, kita mungkin selamanya tidak akan pernah mengenal peradaban. Kita mungkin tidak akan pernah tahu kalau bumi itu bulat, kita pun mungkin tidak akan

pernah tahu kalau kita adalah sebagian kecil dari alam semesta ciptaan Allah SWT.

Manusia merupakan satu-satunya eksistensi yang dalam proses kehidupannya, telah tercipta dengan memiliki potensi, kemampuan, dan kapabilitas. Hanya manusialah yang mempunyai kemampuan untuk terus tumbuh, berkembang, dan mengubah tingkatan pemikiran sepanjang kehidupannya. Namun sayangnya jarang yang menyadari hal tersebut, bahkan kita sering menemukan banyak orang yang merasa rendah diri karena menganggap dirinya tidak mempunyai kemampuan untuk menjadi pengusaha dan lebih nyaman menjadi karyawan yang gajinya pas-pasan.

Sebenarnya kendala terbesar yang mereka hadapi berada pada pikirannya masing-masing. Orang yang dapat berpikir besar dan positif biasanya dapat melakukan hal besar yang menjadi cita-cita dan orang

yang berpikir kecil dan cenderung negatif akan mendapatkan hasil yang sebaliknya. Oleh karena itu, mulailah dengan membuat penilaian yang jujur tentang kemampuan diri Anda sendiri. Namun, Anda harus fokus pada hal-hal yang bisa Anda lakukan. Jangan fokus pada pikiran negatif seperti mengeluh, tidak memiliki keberanian mencoba, merasa tidak memiliki modal dan lain sebagainya yang akan menjadi kelemahan Anda. Sekali lagi, fokuslah pada apa yang bisa Anda lakukan dalam membangun usaha Anda, fokuslah pada potensi Anda. Ingatlah, hidup hanya sekali dan setiap orang memiliki kesempatan yang sama dalam mencetak sejarah hidupnya masing-masing. Berubahlah saat ini juga dan jangan biarkan waktu berlalu begitu saja, buatlah prestasi manis dalam bisnis Anda dan jadilah pengusaha sukses. Selamat berpikir!

## **Bagian-Bagian Otak Manusia**

Otak mempunyai lima bagian utama, yaitu: otak besar (*serebrum*), otak tengah (*mesensefalon*), otak kecil (*serebelum*), sumsum sambung (*medulla oblongata*), dan jembatan varol.

### **1. Otak besar (*serebrum*)**

Otak besar mempunyai fungsi dalam pengaturan semua aktifitas mental, yaitu yang berkaitan dengan kepandaian (intelegensi), ingatan (memori), kesadaran, dan pertimbangan. Otak besar merupakan sumber dari semua kegiatan/gerakan sadar atau sesuai dengan kehendak, walaupun ada juga beberapa gerakan refleks otak. Pada bagian *korteks serebrum* yang berwarna kelabu terdapat bagian penerima rangsang (area sensor) yang terletak di sebelah belakang area motor yang berfungsi mengatur gerakan sadar atau merespon rangsangan.

Selain itu terdapat area asosiasi yang menghubungkan area motor dan sensorik. Area ini berperan dalam proses belajar, menyimpan ingatan, membuat kesimpulan, dan belajar berbagai bahasa. Di sekitar kedua area tersebut adalah bagian yang mengatur kegiatan psikologi yang lebih tinggi. Misalnya bagian depan merupakan pusat proses berpikir (yaitu mengingat, analisis, berbicara, kreativitas) dan emosi. Pusat penglihatan terdapat di bagian belakang.

## **2. Otak tengah (*mesensefalon*)**

Otak tengah terletak di depan otak kecil dan jembatan varol. Di depan otak tengah terdapat *talamus* dan kelenjar *hipofisis* yang mengatur kerja kelenjar-kelenjar endokrin. Bagian atas (*dorsal*) otak tengah merupakan *lobus optikus* yang mengatur refleks mata seperti penyempitan pupil mata, dan juga merupakan pusat pendengaran.

### **3. Otak kecil (*serebelum*)**

Serebelum mempunyai fungsi utama dalam koordinasi gerakan otot yang terjadi secara sadar, keseimbangan, dan posisi tubuh. Bila ada rangsangan yang merugikan atau berbahaya maka gerakan sadar yang normal tidak mungkin dilaksanakan.

### **4. Jembatan varol (*pons varoli*)**

Jembatan varol berisi serabut saraf yang menghubungkan otak kecil bagian kiri dan kanan, juga menghubungkan otak besar dan sumsum tulang belakang.

### **5. Sumsum sambung (*medulla oblongata*)**

Sumsum sambung berfungsi menghantar *impuls* yang datang dari *medula spinalis* menuju ke otak. Sumsum sambung juga mempengaruhi jembatan, refleksi

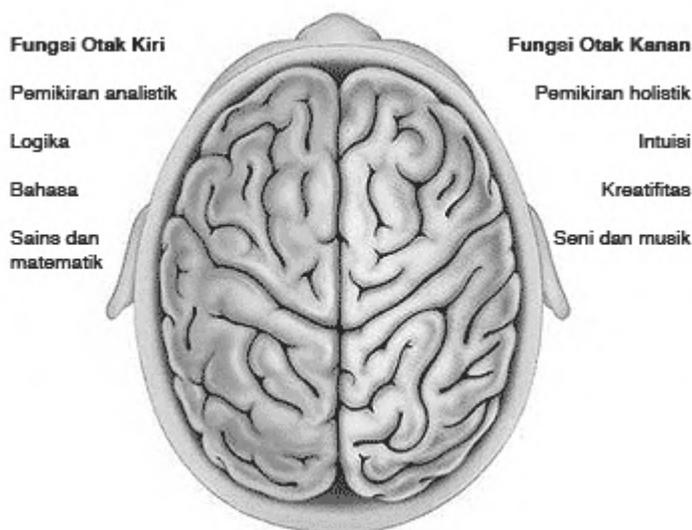
fisiologi seperti detak jantung, tekanan darah, volume dan kecepatan respirasi, gerak alat pencernaan, dan sekresi kelenjar pencernaan.

### **Pembagian Otak Kiri dan Otak Kanan**

Otak besar atau *serebrum* yang terletak di atas batang otak merupakan bagian terbesar dari otak manusia. Bagian ini bertanggung jawab atas semua kegiatan intelektual, seperti kemampuan berpikir, menalar, mengingat, membayangkan, serta merencanakan masa depan. Otak besar dibagi menjadi belahan (*hemisfer*) kiri dan belahan kanan. Masing-masing sisi mempunyai fungsi yang berbeda.

Perbedaan teori fungsi otak kanan dan otak kiri ini sebenarnya telah populer sejak tahun 1960. Seorang peneliti bernama Roger Sperry menemukan bahwa otak manusia terdiri dari 2 *hemisfer* (bagian), yaitu otak kanan dan otak kiri yang mempunyai

fungsi yang berbeda. Atas jasanya ini ia mendapat hadiah Nobel pada tahun 1981. Selain itu, ia juga menemukan bahwa pada saat otak kanan sedang bekerja maka otak kiri cenderung lebih tenang, demikian pula sebaliknya.



Menurut fungsinya, Otak kiri merupakan sisi analitis, yaitu sisi yang mengatur keterampilan mengolah angka-angka, logika, urutan-urutan, linear, bahasa verbal, analisis, dan pertimbangan baik-

buruk. Sedangkan otak kanan adalah sisi kreatif, yaitu sisi yang mengatur kemampuan imajinasi dan kreativitas seperti simbol, musik dan irama, ruang, warna, lukisan, bentuk dan gambar. Dalam kehidupan selama ini masyarakat lebih mementingkan penggunaan otak kiri. Sejak kecil kita dituntut untuk berprestasi secara akademik. Kita kurang menghargai kreativitas dan imajinasi. Padahal banyak pengusaha besar lahir karena menggunakan otak kanan.

Walaupun keduanya mempunyai fungsi yang berbeda, tetapi setiap individu mempunyai kecenderungan untuk menggunakan salah satu belahan yang dominan dalam menyelesaikan masalah hidup dan pekerjaannya. Setiap belahan otak saling mendominasi dalam aktivitas namun keduanya terlibat dalam hampir semua proses pemikiran. Seseorang yang dominan menggunakan

otak kirinya biasanya akan memiliki perilaku seperti contoh dibawah ini :

- Konsisten dan sangat stabil
- Menyukai informasi yang faktual
- Memiliki jadwal yang teratur dan alokasi waktu yang terencana.
- Memiliki kemampuan untuk menganalisis sesuatu dan sekaligus memprediksi sesuatu yang akan terjadi.
- Lebih banyak menggunakan logika
- Bermain aman

Sedangkan bagi yang dominan menggunakan otak kanannya akan cenderung memiliki sifat :

- Banyak menggunakan perasaan

- Berdasar pada fantasi
- Lebih suka pada sesuatu yang bersifat acak
- Spontan
- Fleksibel namun terkadang sulit ditebak.

Daniel Goleman, pencetus konsep “*Emotional Intelligence*” (Kecerdasan Emosional) juga melakukan pemetaan pada otak manusia. Ia menyimpulkan bahwa manusia mempunyai dua belahan otak. Belahan kiri biasa disebut dengan otak kiri, bagian ini untuk merespon segala sesuatu informasi yang lebih bersifat rasional, logikal, analitik, numerik, linier dan verbal. Pendek kata otak kiri berfungsi sebagai otak berpikir yang lebih ke urusan teknis. Sementara itu, belahan sebelah kanan disebut dengan otak kanan, bagian ini sarat dengan respon intuitif, holistik, reseptif, eksperimental, subyektif dan non verbal.

Gampangnya otak kanan ini berfungsi sebagai otak emosional atau otak yang merasakan.

<b>Belahan Otak Kiri</b>	<b>Belahan Otak Kanan</b>
Logika	Intuisi
Verbal	Non verbal
Linier	Visual
Analitik	Kreatif
Rasional	Holistik
Eksplisit	Artistik
Rangkaian	Humoris

Supaya kita dapat sukses dalam kehidupan termasuk dalam berwirausaha, selain memiliki kecerdasan otak kiri, seharusnya kita juga memiliki kecerdasan otak kanan. Tujuannya adalah agar kita mampu mengarungi terjal dunia bisnis yang kadang

tak menentu. Jika kita mencerdaskan otak kanan, maka otak kiri otomatis semakin cerdas. Sebaliknya jika otak kiri yang dicerdaskan, otak kanan tidak otomatis tambah kecerdasannya. Sebab, otak kanan berkaitan dengan munculnya gagasan-gagasan baru, gairah dan emosi. Dr. Damasio, pakar neurolog dunia mengatakan bahwa otak kanan (otak yang merasakan atau otak emosional) sangat dibutuhkan untuk pengambilan keputusan rasional. Kemampuan otak yang merasakan ini relatif akan menuntun pada arah yang tepat.

Seorang pembelajar yang mampu menyelaraskan otak kiri dan otak kanan akan lebih mudah mengarungi bisnis di era kompetisi yang sangat tinggi ini. Pengetahuan logika dan rasional tidak selamanya mampu mengatasi setiap persoalan. Dengan meningkatkan kemampuan otak kanan, kita akan

lebih luas melihat secara keseluruhan setiap hambatan bisnis yang menghadang.

### **Manfaat Otak Kanan bagi Pengusaha**

- Kita akan lebih jadi sabar dan tabah di dalam setiap menghadapi berbagai permasalahan bisnis. Kita akan merasa lebih nyaman dengan hal-hal yang kita lakukan, dan tak mustahil laju keberhasilan bisnis kita bakal meningkat.
- Memunculkan tindakan-tindakan produktif yang membuat kita semakin mantap dalam menjalani kehidupan sebagai pengusaha, dan pada akhirnya akan berdampak positif bagi pencapaian bisnis kita.

- Setiap memecahkan persoalan dalam bisnis, kita pun dapat melihat secara keseluruhan dan memecahkannya berdasarkan firasat, dugaan atau intuisi.
- Kita akan lebih jeli dalam melihat sebuah peluang bisnis, lebih cekatan dalam bertindak dan lebih memiliki inisiatif. Kita pun akan lebih siap dalam melakukan perubahan, lebih mampu melakukan langkah strategi bisnis, memiliki kepekaan, daya cipta, dan komitmen yang tinggi.

### **Ciri-Ciri Pengusaha yang Berpikir Positif**

**Mulailah setiap kegiatan tanpa memikirkan adanya peluang bagi kegagalan. Pusatkanlah perhatian Anda hanya pada kekuatan Anda**

**daripada kelemahan Anda ... pada  
kemampuan Anda daripada masalah  
Anda.**

**(Paul J.Meyer)**

Tidak mudah mengendalikan pikiran kita agar tetap senantiasa memikirkan apa yang kita inginkan, karena pikiran kita sejatinya tidak bisa disuruh diam dan berhenti bergerak, pikiran kita akan selalu berubah setiap detik bahkan sampai ribuan kali dalam sehari samalam. Kita hanya bisa mengamati apakah pikiran tersebut memancarkan vibrasi positif atau negatif dengan mengamati suasana hati. Kesulitan menjaga gelombang pikiran inilah yang pada akhirnya tanpa kita sadari telah mengubah keinginan kita untuk mendapatkan sesuatu menjadi menolaknya. Oleh karena itu, agar kita dapat senantiasa berpikir positif, ada baiknya kita

mengenali ciri-ciri pengusaha yang berpikir positif.

Mereka tersebut diantaranya adalah:

### **Melihat masalah sebagai tantangan**

Bandingkan dengan orang yang melihat masalah sebagai cobaan hidup yang terlalu berat dan membuat hidupnya seakan paling sengsara sedunia. Seorang pengusaha positif akan melihat setiap masalah yang ia hadapi dalam bisnisnya sebagai tantangan yang harus dipecahkan.

### **Menikmati hidupnya**

Pemikiran positif akan membuat seorang pengusaha menerima keadaannya dengan besar hati, meskipun hal ini tak berarti ia tak berusaha untuk mencapai kesuksesan dalam bidang usahanya.

### **Pikiran terbuka untuk menerima saran dan ide**

Boleh jadi ada hal-hal baru yang akan membuat bisnis kita menjadi lebih baik. Untuk itu, pemikiran seorang pengusaha positif selalu terbuka untuk hal-hal baru. Baik itu melalui informasi dari media, maupun saran dan ide dari pihak lain. Selain itu, ia juga selalu mengenyahkan pikiran negatif segera setelah pikiran itu terlintas di dalam benaknya.

### **Mensyukuri apa yang dimilikinya**

Seorang pengusaha positif senantiasa mensyukuri kehidupan dan bisnis yang sedang dijalaninya, seburuk apapun itu. Ia tidak pernah berkeluh-kesah tentang kesulitan-kesulitan yang dihadapinya dan apapun yang belum ia miliki.

### **Tidak membuat alasan, tapi langsung bertindak**

Apabila mendapat tantangan dari bisnisnya seperti pasar yang lesu, pendapatan yang berkurang,

kebangkrutan dan masalah-masalah lainnya, pengusaha positif tidak pernah mencari alasan untuk menghindarinya. Akan tetapi mereka segera bertindak mencari cara untuk menghadapinya.

### **Menggunakan bahasa positif**

Pengusaha positif selalu menggunakan bahasa positif dalam kesehariannya dan selalu memotivasi orang-orang di sekitarnya. Hal ini bisa dilihat dari kalimat-kalimat yang bernadakan optimisme dari ucapannya, seperti “masalah kebangkrutan itu pasti akan terselesaikan”, “dia memang berbakat untuk menjadi pengusaha sukses”, “tak ada masalah yang tidak ada solusinya”, dan lain sebagainya.

### **Menggunakan bahasa tubuh yang positif**

Pengusaha positif tentu saja akan bersikap positif termasuk dalam pergaulannya dengan orang lain.

Diantaranya adalah dengan memancarkan senyuman, ramah, sopan, berjalan dengan langkah tegap, dan gerakan tangan yang ekspresif, atau anggukan. Mereka juga berbicara dengan intonasi yang bersahabat, antusias, dan hidup.

### **Formula Berpikir Positif**

**Jangan pernah berpikir atau berbicara kekurangan karena dengan berbuat demikian Anda membenarkan kekurangan. Tekankan pikiran kemakmuran. Pikiran kemakmuran akan membantu menciptakan kemakmuran.  
(Norman Vincent Peale)**

Pengusaha yang mempunyai citra diri positif, pikirannya dipenuhi semangat dan ide kreatif. Hidupnya bergairah penuh semangat, penuh rasa percaya diri. Pantang berputus asa, pola pikirnya

bertolak belakang dengan orang yang mempunyai citra diri negatif. Ia mampu bekerja sama dan memberi semangat pada orang disekitarnya. Ia mampu memberi suasana gembira bagi orang disekitarnya. Agar bisa berpikir positif, beberapa hal yang bisa kita lakukan adalah:

### **Self-Talk**

Rahasia yang pertama ini diungkapkan oleh Joel Chue, seorang penulis buku *Secrets to unlocking your real potentials*. Menurut Joel, di awal hari, sebelum kita memulai berbagai kegiatan kita atau bahkan di hari sebelumnya, kita perlu berkata pada diri kita bahwa hari ini kita akan berpikir positif, bertindak positif, berkata positif, dan meraih hal-hal yang positif. Lalu, kita putar “film” kegiatan kita di hari itu, dan mencoba mencari celah mengenai hal-hal positif apa yang bisa kita terapkan hari itu.

## **Biasa menjadi Luar Biasa**

Kalau rahasia yang satu ini sudah diungkapkan oleh Howard Schultz sang pendiri Starbuck yang berhasil menjadikan kedai kopi biasa menjadi luar biasa, bahkan menjadi menggurita di seluruh dunia. Jadi, jika Anda bosan dengan hal-hal yang biasa, coba jadikan luar biasa dengan cara yang berbeda atau untuk tujuan yang berbeda, sehingga hasilnya juga akan secara signifikan berbeda.

## **Melihat ke Depan**

Banyak pengusaha yang menjadi putus asa karena mereka hanya memfokuskan pikiran dan pandangan mereka pada hal-hal yang berada di depan mata mereka saja. Mereka tidak mau menunggu atau mencoba untuk melihat dari sudut pandang yang berbeda untuk mendapat pandangan yang berbeda, atau melihat dengan lebih luas, sehingga bisa melihat

secara lebih lengkap apa yang sedang terjadi, bukan hanya apa yang berada di hadapan mereka. Sering kali kita terpana pada kesulitan kecil, kita tidak mau melihat hadiah di balik kesulitan yang sudah menunggu kita. Dengan berpikir positif, kita akan termotivasi untuk melihat jauh ke depan, sehingga kesulitan hari ini tidak akan menjadi batu sandungan bagi kita untuk maju.

### **Berpikir Mungkin**

Kata mungkin ternyata memiliki kekuatan dahsyat. Dengan berpikir mungkin, kita akan terdorong untuk mencoba, mencari alternatif solusi, dan mencari dukungan yang diperlukan, menggunakan alat atau fasilitas yang bisa kita manfaatkan untuk mewujudkannya. Nah, berpikir mungkin, membuat kita untuk berpikir positif atau berpikir sukses, karena segala sesuatu bisa diraih. Dulu orang akan tertawa

jika ada yang menyampaikan ide manusia untuk mendarat di bulan. Tetapi, saat ini, hal itu sudah bukan hal yang mengherankan lagi. Hal ini terjadi karena ada orang-orang yang berpikir mungkin, lalu mencari cara dan mencoba berbagai cara agar kemungkinan tersebut bisa diwujudkan.

# **BAB 11**

# **JADILAH PENGUSAHA EMOSIONAL**

Emosi adalah sesuatu yang punya makna penting bagi perusahaan.

Emosi adalah pengorganisasian yang hebat dalam bidang pikiran dan perbuatan. Dan meskipun demikian, emosi tidak dapat dipisahkan dari penalaran dan rasioanalitas.

(JOSH HAMMOND)

Berbisnis dengan hati nurani  
sangat bermanfaat. Kita harus  
mencari lebih banyak waktu  
untuk diri kita sendiri dan  
untuk memperoleh rasa hormat  
dari lingkungan yang kita  
tinggali  
(Ingvar Kamprad-Pendiri IKEA)

## **BAB 11**

# **JADILAH PENGUSAHA EMOSIONAL**

Apa yang dapat dimengerti dan dipercaya pikiran, akan dapat dicapainya.

(Napoleon Hill)

Anda tentu mengenal kendaraan bermotor merek Honda bukan? Setiap hari ketika melintas di jalan raya, pasti mata Anda menangkap banyak sekali kendaraan bermotor, baik mobil maupun sepeda motor, yang bermerek Honda. Tahukah Anda siapa pendiri “kerajaan” Honda tersebut? Dialah Soichiro Honda. Sebagai seorang pengusaha besar, latar belakangnya bisa dikatakan tidak istimewa alias biasa saja. Ketika sekolah, ia bukanlah siswa yang menonjol

dan selalu luput dari perhatian gurunya. Malah ia juga tidak menyangkal gelar insinyur sebagai prasyarat seorang ahli mesin, namun ia berhasil membuktikan dengan kemauan kuatnya untuk menjadi pengusaha otomotif, ia menjadi sosok yang sangat disegani di dunia otomotif dunia.

Asal mula kecintaannya kepada dunia permesinan mungkin 'warisan' dari ayahnya yang membuka bengkel reparasi pertanian, di dusun Kamyō, distrik Shizuko, Jepang Tengah, yang juga merupakan tempat kelahiran Soichiro Honda. Di bengkel itu, ayahnya memberi *cathut* (kakak tua) untuk mencabut paku. Ia juga sering bermain di tempat penggilingan padi melihat mesin diesel yang menjadi motor penggeraknya.

Di tempat itu, lelaki kelahiran 17 November 1906 ini dapat berdiam diri berjam-jam untuk mengamati sebuah mesin bekerja. Pada usia 8 tahun,

ia pernah mengayuh sepeda sejauh 10 mil, hanya untuk melihat pesawat terbang dari dekat. Minatnya yang sangat besar terhadap mesin ternyata membuahkan hasil. Ketika usianya 12 tahun, Honda berhasil menciptakan sebuah sepeda pancal dengan model rem kaki. Namun saat itu tak pernah terlintas sedikitpun dalam benaknya untuk menjadi seorang pengusaha otomotif. Ia sadar betul kalau dirinya berasal dari keluarga miskin. Apalagi fisiknya lemah, tidak tampan, sehingga membuatnya semakin rendah diri.

Pada usia 15 tahun, Honda memutuskan untuk bekerja di Hart Shokai Company. Kecintaannya yang besar pada mesin telah memecut semangatnya untuk belajar lebih dalam mengenai permesinan di perusahaan itu. Ia pun sangat rajin dan cekatan dalam melakukan pekerjaannya tersebut. Setiap suara yang mencurigakan, setiap oli yang bocor, tidak

pernah luput dari perhatiannya. Melihat kinerjanya yang bagus selama bertahun-tahun, Saka Kibara yang merupakan bosnya sangat terkesan dan memuji semangatnya. Ketika usia Honda menginjak 21 tahun, Saka Kibara menawarkannya untuk membuka kantor cabang di Hamamatsu. Melihat kesempatan ini, Honda pun tak menyia-nyiakannya dan langsung menyanggupi.

Di Hamamatsu prestasi kerjanya semakin membaik. Kerjanya pun cepat dalam memperbaiki mobil pelanggan sehingga dapat berjalan kembali. Malah ia menjadi rujukan banyak orang ketika bengkel lain tak mampu memperbaiki kendaraannya. Selain itu, otak kreatifnya pun jeli dalam melihat peluang. Pada saat itu, jari-jari mobil terbuat dari kayu hingga tidak baik dalam meredam guncangan. Ia punya gagasan untuk menggantikan ruji-ruji itu dengan logam. Hasilnya ternyata luar biasa. Ruji-ruji

logamnya laku keras dan diekspor ke seluruh dunia. Hingga pada usia 30 tahun, Honda telah menandatangani patennya yang pertama.

Setelah menciptakan ruji, Honda ingin melepaskan diri dari bosnya dan membuat usaha bengkel sendiri. Ia mulai berpikir, spesialis apa yang dipilih? Otaknya tertuju kepada pembuatan Ring Pinston yang dihasilkan oleh bengkelnya sendiri pada tahun 1938. Namun sayang, karyanya tersebut ditolak oleh Toyota karena dianggap tidak memenuhi standar. Ring buatannya tidak lentur, dan tidak laku dijual. Melihat kegagalannya tersebut, teman-temannya menyesalkan Honda keluar dari bengkel yang telah membesarkannya.

Kejadian ini membuat Honda terpukul dan jatuh sakit. Namun setelah dua bulan dan kesehatannya berangsur pulih, Honda memutuskan untuk bangkit dan kembali menjalankan bengkelnya.

Guna memecahkan masalah mengenai ring piston yang dibuatnya, Honda memutuskan untuk kuliah dan menambah pengetahuannya tentang mesin. Setiap pulang kuliah, ia langsung mempraktekkan ilmu yang ia dapatkan di bengkelnya. Namun karena ia merasa di bangku kuliah lebih banyak teori daripada praktek, akhirnya ia jadi malas kuliah dan lebih sering menghabiskan waktunya di bengkel. Hal ini menyebabkan ia dikeluarkan dari kampus. Honda tak terima begitu saja keputusan itu, ia mendatangi rektor dan menjelaskan kalau ia kuliah adalah untuk mencari pengetahuan tentang mesin dan bukannya mencari ijazah. Namun penjelasan ini justru dianggap sebagai penghinaan.

Honda tak patah arang, ia kembali fokus memperbaiki ring pistonnya. Berkat kerja kerasnya, desainnya diterima pihak Toyota dan memberinya kontrak. Melihat kesempatan itu, Honda berniat

mendirikan pabrik. Namun karena saat itu Jepang sedang menghadapi masa perang, ia pun tak memperoleh pinjaman untuk pendirian pabriknya. Honda tak mau menyerah begitu saja, ia pun kemudian mengumpulkan modal dari sekelompok orang untuk mendirikan pabrik. Namun baru saja pabrik itu berdiri, musibah kebangkrutan kembali datang. Pabrik yang ia usahakan dengan susah payah tersebut ludes terbakar. Malah bukan satu kali, tapi dua kali!

Honda belum mau menyerah. Ia pun bergegas mengumpulkan karyawannya dan memerintahkan mereka untuk mengambil sisa kaleng bensol yang dibuang oleh kapal Amerika Serikat, tujuannya adalah untuk digunakan sebagai bahan mendirikan pabrik. Ketika pabriknya selesai dibangun, gempa bumi menghantam Jepang dan turut menghancurkan pabriknya. Akhirnya Honda menyerah dan

memutuskan menjual ring pistonnya ke Toyota. Setelah itu, Honda mencoba berkali-kali membangun usaha lain, namun semuanya gagal total.

Pada tahun 1947, pasca perang pasifik, ekonomi Jepang porak poranda. Bahkan saat itu negeri Sakura ini sampai kekurangan bensin. Kondisi tersebut turut mempengaruhi kehidupan Honda, ia sampai tak dapat menjual mobilnya untuk membeli makanan bagi keluarganya. Dalam keadaan terdesak, ia memasang motor kecil pada sepedanya agar lebih memudahkan dia dalam beraktifitas. Namun siapa sangka, “sepeda motor” - cikal bakal lahirnya motor Honda - ini ternyata diminati oleh para tetangganya. Mereka pun berbondong-bondong memesan, sehingga Honda kehabisan stok. Lewat peristiwa inilah, Honda bertekad untuk bangkit kembali dan mendirikan pabrik motor. Sejak itu, kesuksesan tak pernah lepas dari tangannya. Kini kendaraan keluaran

pabrik Honda telah menghiasi jalan-jalan seluruh dunia dan telah membantu kehidupan jutaan orang.

Ketika ditanya soal keberhasilannya tersebut, Honda menyatakan bahwa janganlah melihat keberhasilannya dalam menggeluti industri otomotif. Tapi lihatlah kegagalan-kegagalan yang pernah dialaminya. “Orang melihat kesuksesan saya hanya satu persen. Tapi, mereka tidak melihat 99% kegagalan saya”, tuturnya. Ia pun memberikan petuah pada kita, ketika mengalami kegagalan, jangan menyerah dan mimpikanlah impian yang baru.

Kunci rahasia Soichiro Honda dalam membangun kerajaan bisnisnya adalah dengan menggantungkan impiannya setinggi mungkin dan terus menghidupinya secara emosional. Ia selalu memvisualisasikan impiannya tersebut secara berulang-ulang dan menindak-lanjutinya dengan tindakan nyata. Sehingga meskipun ia telah bangkrut

berkali-kali, ia selalu bisa bangkit kembali karena percaya akan kekuatan emosional impiannya.

Melalui kisah Soichiro Honda ini, setidaknya kita dapat mengambil kesimpulan bahwa kecerdasan intelektual tidak bisa menentukan sukses tidaknya bisnis seseorang, tetapi kecerdasan emosional berperan besar dalam menentukan kesuksesan kita dalam menjalankan bisnis. Pengusaha yang basis pendidikannya rendah atau nilai akademiknya tidak begitu tinggi, biasanya justru lebih berhasil dalam berbisnis ketimbang mereka yang berpendidikan tinggi. Mengapa? Karena otak kanan (emosional) mereka lebih menonjol ketimbang otak kirinya.

Mengapa hal ini bisa terjadi? Sejak kita sekolah, kita cenderung diarahkan selalu menggunakan otak kiri dan kita pun terbentuk menjadi pribadi yang selalu berpikir lurus dan serba urut. Sehingga, meskipun pintar, kita tidak akan pernah

menjadi orang yang berani, selalu berhitung dan selalu takut melangkah. Selain itu, kita juga sering terjebak dengan pandangan yang menyatakan bahwa orang pintar, yang secara gegabah sering dianalogikan dengan kecerdasan otak kiri, lebih berpeluang untuk sukses. Mungkin pandangan ini ada benarnya kalau kita ingin berkarir sebagai karyawan, namun apabila pilihan karir kita adalah pengusaha dan kelak menjadi bos dari karyawan-karyawan ber-IQ tinggi, maka pandangan tersebut adalah salah besar. Berbisnis dengan berpikir memakai otak kiri yang serba rasional, kita akan cenderung ragu untuk melangkah dan tidak berani mengambil keputusan untuk memulai sesuatu.

Oleh karena itu, ketika Anda memulai berbisnis dengan menggunakan otak kanan (emosional), saya berani menjamin Anda akan sukses. Seorang pengusaha dengan otak kanan selalu memiliki cara

untuk mengatasi hambatan-hambatan bisnisnya termasuk dengan memanfaatkan otak orang lain yang lebih pintar darinya. William E. Heinecke, penulis buku *“The Entrepreneur 21 Golden Rules for the Global Bussiness Manager”*, dan telah sukses mengembangkan bisnis Pizza Hut menyatakan bahwa seorang pengusaha yang bersedia bekerja dengan memanfaatkan otak orang lain, sesungguhnya adalah pengusaha sejati.

## **Mengasah Otak Kanan**

**Dengarkan perasaan Anda. Jalan untuk mencari tahu mengapa Anda ada adalah melalui perasaan Anda.  
(OPRAH WINFREY)**

Rajin mengasah kecerdasan otak kanan juga akan berpengaruh pada kemampuan wawasan

intuitif kita. Seperti yang telah saya jelaskan pada bab sebelumnya, intuisi adalah kepekaan untuk menerima atau menyadari informasi yang tidak dapat diterima oleh kelima indera seseorang. Sadar atau tidak, intuisi inilah yang kerap membantu seorang pebisnis, misalnya saat menentukan peluang bisnis yang menguntungkan.

Robert Bemstrin, seorang pakar *entrepreneurship* terkemuka, menyatakan bahwa ada kalanya seorang pelaku bisnis mengalami “kelumpuhan rasionalitas” hingga pada saat itulah opini banding diperlukan, “Saat itulah kecerdasan intuisi seorang pengusaha diuji” tegas Robert. Intuisi dapat melindungi kita dari orang-orang yang berbahaya atau akan merugikan kita. Berhadapan dengan pribadi yang seolah hebat, pintar diplomasi dengan paparan data yang akurat dari calon *partner* bisnis, padahal ia sedang menyakinkan kita untuk

menipu, berkat intuisi yang tajam kita kerap diperingatkan untuk terhindar dari langkah bisnis yang akan menjerumuskan.

Merangsang kemampuan otak kanan erat kaitannya dengan munculnya ide-ide segar terbaru, gairah dan emosi. Merangsang kecerdasan otak kanan juga mampu memacu kemampuan kreatifitas, inisiatif dan keberanian seorang pengusaha. Berikut ini ada beberapa cara yang bisa kita lakukan untuk melatih otak kanan kita:

### **Eight game**

Pura-puralah menulis angka delapan tidur atau simbol di udara dengan tangan kiri dan kanan secara bersama-sama. Permainan sederhana ini bertujuan untuk menyeimbangkan syaraf motorik kiri dan syaraf motorik kanan. Cobalah dan teruskanlah

permainan ini setelah sarapan, selama dua menit setiap hari.

### **Thumb game**

Acungkanlah jempol tangan kiri dan kelingking tangan kanan, sambil menyorongkan kedua belah tangan ke arah kanan. Sebaliknya, acungkanlah jempol tangan kanan dan kelingking tangan kiri, sambil menyorongkan kedua belah tangan ke arah kiri. Permainan sederhana ini bertujuan untuk menyeimbangkan syaraf motorik kiri dan syaraf motorik kanan. Cobalah dan teruskanlah permainan ini bersama teman-teman setelah makan siang, selama dua menit setiap hari.

### **Pattern game**

Gambarlah pola-pola tertentu di atas kertas kosong, dengan tangan kiri dan kanan secara bersama-sama,

ke arah dalam, luar, atas, dan bawah. Selain bertujuan untuk menyeim-bangkan syaraf motorik kiri dan syaraf motorik kanan, permainan unik ini juga dapat menggali potensi visual. Cobalah permainan ini selama dua menit setiap hari, minimal 14 hari berturut-turut.

### **Specific crawl**

Gerakkan tangan kanan serentak dengan kaki kiri. Kemudian balaslah, gerakkan tangan kiri serentak dengan kaki kanan. Idealnya, siku tangan menyentuh lutut. Iringi pula dengan lagu favorit. Selain bertujuan untuk menyeim-bangkan syaraf motorik kiri dan syaraf motorik kanan, gerakan ini juga dapat membuat pikiran terbuka terhadap hal-hal yang baru. Cobalah gerakan ini secara 10 menit setiap hari, minimal 14 hari berturut-turut.

### **Specific posturing**

Bertumpulah di lantai dengan lutut kiri dan tangan kanan. Sementara itu, kaki kanan diluruskan ke belakang dan tangan kiri diluruskan ke depan. Posisi ini bertujuan untuk mengaktifkan syaraf-syaraf tertentu secara umum dan otak kanan secara khusus. Cobalah posisi ini selama 10 menit setiap hari, minimal 14 hari berturut-turut.

### **Specific relaxing**

Tip ini khusus anak-anak. Pertahankan posisi relaksasi setengah tengkurap. Biasakan pula posisi ini ketika anak tidur. Semakin dini, semakin baik. Biasakan pula posisi ini ketika anak sakit, sambil dipeluk oleh orang tua. Dengan demikian, otak anak berada dalam frekuensi alpha dan anak akan merasa damai karenanya.

### **Rotated reading**

Balikkan sebuah tulisan (atas bawah), lalu bacalah tulisan tersebut dari kanan ke kiri. Cobalah dan teruskanlah kebiasaan baru ini selama 2 menit setiap hari.

### **Left-handed foreplay**

Tip yang boleh juga disebut Kamasutra ini khusus untuk lelaki yang telah menikah. Cumbulah pasangan Anda dengan meng-gunakan tangan kiri. (Bagi Anda yang belum menikah, jangan khawatir, Anda tetap bisa melakukannya. Caranya? Menikahlah dulu.)

### **Left-handed handling**

Peganglah gagang pintu dan bukalah pintu dengan tangan kiri. Cobalah dan teruskanlah kebiasaan baru ini setiap hari.

### **Left-handed brushing**

Gosoklah gigi dengan tangan kiri pada pagi hari. Untuk sore atau malam hari, tetaplah menggosok gigi dengan tangan kanan. Cobalah dan teruskanlah kebiasaan baru ini setiap hari.

### **Left-handed writing**

Tuliskan nama panggilan Anda dengan tangan kiri di atas kertas kosong. Cobalah kebiasaan baru ini minimal 10 kali sehari, minimal selama 14 hari berturut-turut. Niscaya Anda akan menemukan keajaiban, di mana pada hari ke-3 Anda dapat menulisnya dengan sangat mudah.

### **Left-handed signing**

Buatlah tanda tangan Anda dengan tangan kiri di atas sehelai kertas kosong. Cobalah kebiasaan baru ini minimal 10 kali sehari, minimal selama 14 hari

berturut-turut. Niscaya Anda akan menemukan keajaiban, di mana 2 dari 10 tanda tangan tersebut menyerupai bentuk aslinya.

### **Pengusaha Positif adalah Pengusaha Emosional**

**Bersikaplah kukuh seperti batu karang yang tidak putus-putus-nya dipukul ombak. Ia tidak saja tetap berdiri kukuh, bahkan ia menenteramkan amarah ombak dan gelombang itu.  
(Marcus Aurelius)**

Seperti telah kita ketahui bersama, emosi bukan hanya mewakili rasa marah atau perasaan negatif lainnya semata, tetapi emosi juga mewakili perasaan positif seperti rasa senang, semangat, gairah, dan lain sebagainya. Jadi, menjadi pengusaha emosional berarti kita selalu bersemangat, senang

menyenangkan orang lain, senang akan tantangan dan pemberani.

Berdasarkan pengertiannya, menurut J.P. Du Preez emosi adalah suatu reaksi tubuh dalam menghadapi situasi tertentu. Sementara itu kecerdasan emosi adalah kemampuan untuk mendengarkan bisikan emosi, dan menjadikannya sebagai sumber informasi penting untuk memahami diri sendiri dan orang lain untuk mencapai tujuan tertentu. Daniel Goleman menyatakan bahwa kecerdasan emosional adalah merupakan jembatan antara apa yang kita ketahui dan apa yang kita lakukan. Dengan semakin tinggi kecerdasan emosional, kita akan semakin terampil melakukan apapun yang kita ketahui benar.

Selanjutnya, Daniel Goleman. Dalam bukunya "*Emotional Intelligence*" mengungkapkan bahwa ada lima wilayah kecerdasan emosi yaitu: mengenali

emosi diri, mengelola emosi, memotivasi diri sendiri, mengenal emosi orang lain, dan membina hubungan. Artinya, jika kita memang mampu memahami, dan melaksanakan kelima wilayah utama kecerdasan emosi tersebut, maka semua perjalanan bisnis apapun yang kita lakukan akan lebih berpeluang untuk sukses.

Kecerdasan emosi memang sangat kita butuhkan kalau kita benar-benar ingin menjadi pengusaha sukses, karena emosi merupakan sumber energi atau bahan bakar yang akan selalu kita butuhkan selama berkarir sebagai pengusaha. Sehingga berbisnis tanpa disertai dengan emosi, seolah menjalani kehidupan tanpa gairah.

Robert K. Cooper mengatakan bahwa pada umumnya emosi lebih jujur dari pada pikiran atau nalar. Menurutnya, emosi juga memiliki kedalaman dan kekuatan, sehingga dengan bahasa latin,

misalnya, emosi dikatakan sebagai *motus anima*, yang artinya “jiwa yang menggerakkan kita”. Emosi sangat bermanfaat dalam memicu kreativitas inovasi kita, mengaktifkan nilai-nilai etika dan mendorong atau mempercepat penalaran kita dalam berbisnis. Bahkan tak hanya itu, emosi juga akan memotivasi kita dan membuat kita nyata dan hidup.

Kesuksesan bisnis kita memang sangat berkaitan dengan kecerdasan emosi yang kita miliki. Emosi penting sebagai “energi efektif” untuk nilai-nilai etika, misalnya kepercayaan, integritas, empati, keuletan dan kredibilitas serta untuk modal sosial. Hal tersebut dapat berupa kemampuan membangun dan mempertahankan hubungan-hubungan bisnis yang saling menguntungkan serta didasarkan pada saling percaya.

Oleh karena itu, dalam dunia bisnis saat ini maupun di masa yang akan datang, kecerdasan

emosional bagi seorang pengusaha akan tetap memiliki peran penting. Seorang pengusaha yang memiliki kecerdasan emosional akan peka terhadap berbagai peluang bisnisnya, pemberani, mampu mengatasi berbagai konflik dan selalu dapat bertanggung-jawab terhadap tindakan yang telah ia lakukan.

Berikut ini ada beberapa hal yang bisa kita lakukan untuk mengasah kecerdasan otak kanan kita sebagai pengusaha:

1. Bangunlah minat Anda untuk beraktivitas di alam terbuka, seperti memancing, *jogging*, jalan-jalan, olahraga di alam terbuka dan lain sebagainya.
2. Bangkitkan kemampuan bawah sadar kita. Latihan ini sederhana saja, misalnya dengarkan

jenis musik lembut dengan mata terpejam, bayangkan dan rasakan alunan musik lembut itu. Jaga kesadaran ikuti irama musik tersebut.

3. Lebih mendekatkan pada hal-hal yang spiritual dan reflektif. Misalnya seperti sholat malam (tahajud), dzikir dalam hati (*qolbu*) yang bisa dilakukan di mana dan kapan saja diyakini cepat merangsang kecerdasan otak kanan. Kegiatan meditasi atau yoga juga disarankan untuk menumbuhkan kemampuan otak kanan ini.
4. Berlatih berpikir secara menyebar (*divergen*), meloncat-loncat, tidak lurus (*linier*), berbeda (*different*) dan upayakan selalu gembira. Banyak sekali latihan yang bisa dilakukan, misalnya membaca kumpulan humor, melihat

gambar atau film-film kartun, melontarkan dan mendengarkan joke atau banyol-banyol lucu.

5. Biasakan senantiasa mengelola reflek gerak tubuh kita. Untuk meningkatkan otak kanan ini kesadaran terhadap reflek tangan, kaki, mata, hidung, mulut dan sebagainya yang pada situasi tertekan tertentu muncul tiba-tiba musti juga dikelola dengan proporsional. Sadar atau tidak pada situasi stres atau emosi, gerak reflek bagian tubuh tertentu kita kadang-kadang sulit dikendalikan.

# **BAB 12**

# **KINERJA PENGUSAHA**

# **SUKSES**

Setiap tindakan yang Anda lakukan sejak lahir dilakukan karena Anda menginginkan sesuatu.  
(Andrew Carnegie)

Biarkan ide-ide Anda dianggap kontroversial. Suarakan pikiran Anda dan jangan cemas dengan cap "orang aneh". Itu lebih baik daripada Anda dianggap selalu patuh pada peraturan.  
(THOMAS WATSON SR - CEO IBM)

## **BAB 12**

### **KINERJA PENGUSAHA SUKSES**

Mulailah setiap kegiatan tanpa memikirkan adanya peluang bagi kegagalan. Pusatkanlah perhatian Anda hanya pada kekuatan Anda daripada kelemahan Anda ... pada kemampuan Anda daripada masalah Anda.

(Paul J.Meyer)

Kinerja merupakan kesediaan seseorang atau kelompok orang untuk melakukan sesuatu kegiatan dan menyempurnakannya sesuai dengan tanggung jawabnya dengan hasil seperti yang diharapkan sehingga tercapai kepuasan kerja. Kepuasan tersebut berhubungan dengan faktor-faktor individu, yakni: (a) kepribadian seperti aktualisasi diri, kemampuan menghadapi tantangan, kemampuan menghadapi

tekanan, (b) status dan senioritas, makin tinggi hierarkis di dalam perusahaan lebih mudah individu tersebut untuk puas; (c) kecocokan dengan minat, semakin cocok minat individu semakin tinggi kepuasan kerjanya; (d) kepuasan individu dalam hidupnya, yaitu individu yang mempunyai kepuasan yang tinggi terhadap elemen-elemen kehidupannya yang tidak berhubungan dengan kerja, biasanya akan mempunyai kepuasan kerja yang tinggi.

Kinerja adalah sebuah kata dalam bahasa Indonesia dari kata dasar "kerja" yang menerjemahkan kata dari bahasa asing prestasi. Bisa pula berarti hasil kerja. Sementara itu, beberapa pengertian lain tentang kinerja adalah:

- Menurut John Whitmore “Kinerja adalah pelaksanaan fungsi-fungsi yang dituntut dari seseorang, kinerja adalah suatu perbuatan,

suatu prestasi, suatu pameran umum keterampilan”.

- Menurut Barry Cushway (2002 : 1998) “Kinerja adalah menilai bagaimana seseorang telah bekerja dibandingkan dengan target yang telah ditentukan”.
- John Witmore dalam ***Coaching for Performance*** (1997 : 104) “kinerja adalah pelaksanaan fungsi-fungsi yang dituntut dari seorang atau suatu perbuatan, suatu prestasi, suatu pameran umum keterampilan”. Kinerja merupakan suatu kondisi yang harus diketahui dan dikonfirmasi kepada pihak tertentu untuk mengetahui tingkat pencapaian hasil suatu instansi dihubungkan dengan visi yang diemban suatu organisasi atau perusahaan serta mengetahui dampak positif dan negatif dari suatu kebijakan operasional.

- Mink (1993 : 76) mengemukakan pendapatnya bahwa individu yang memiliki kinerja yang tinggi memiliki beberapa karakteristik, yaitu diantaranya: (a) berorientasi pada prestasi, (b) memiliki percaya diri, (c) berperngendalian diri, (d) kompetensi.
- Menurut Gibson (1987) ada 3 faktor yang berpengaruh terhadap kinerja : 1) Faktor individu : kemampuan, ketrampilan, latar belakang keluarga, pengalaman kerja, tingkat sosial dan demografi seseorang. 2) Faktor psikologis : persepsi, peran, sikap, kepribadian, motivasi dan kepuasan kerja 3) Faktor organisasi : struktur organisasi, desain pekerjaan, kepemimpinan, sistem penghargaan (*reward system*).
- Jika dilihat dari asal katanya, kata kinerja adalah terjemahan dari kata *performance*, yang

menurut *The Scribner-Bantam English Dictionary*, terbitan Amerika Serikat dan Canada (1979), berasal dari akar kata “*to perform*” dengan beberapa “*entries*” yaitu: (1) melakukan, menjalankan, melaksanakan (*to do or carry out, execute*); (2) memenuhi atau melaksanakan kewajiban suatu niat atau nazar (*to discharge of fulfill; as vow*); (3) melaksanakan atau menyempurnakan tanggung jawab (*to execute or complete an undertaking*); dan (4) melakukan sesuatu yang diharapkan oleh seseorang atau mesin (*to do what is expected of a person machine*).

- Donnelly, Gibson and Ivancevich menyatakan kinerja merujuk kepada tingkat keberhasilan dalam melaksanakan tugas serta kemampuan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Kinerja dinyatakan baik dan sukses jika tujuan yang diinginkan dapat tercapai dengan baik.

Langkah-langkah yang bisa kita lakukan agar kinerja kita mencapai hasil sempurna dalam berwirausaha adalah:

### **Kerja Ikhlas**

Kerja ikhlas merupakan pengabdian kepada Allah yang dilandasi niat semata-mata mengharap ridha-Nya. Kerja ikhlas memiliki makna aksi nyata. Sebuah aksi yang dilakukan tanpa pamrih akan menghasilkan nilai tambah yang sangat besar bagi diri kita pribadi maupun lingkungan kita. Untuk menjadi ikhlas yang sesungguhnya, kita harus aktif. Kita harus bisa membuktikan keikhlasan kita dengan aksi nyata lewat usaha kita. Aktivitas yang kita

kerjakan dengan hati ikhlas merupakan investasi dan semua investasi pasti akan menghasilkan. Investasi kebaikan yang kita lakukan saat ini tentu akan menghasilkan kebaikan pula di kemudian hari.

### **Kerja Keras**

Bekerja sungguh-sungguh dengan mengerahkan segenap daya dan kemampuan yang ada dalam menyelesaikan pekerjaan kita dalam berwirausaha merupakan inti dari kerja keras. Kita harus mengerahkan segenap kemampuan: emosional (*heart*), intelektual (*head*) dan keterampilan (*hand*) agar kehidupan lunak terhadap kita. Sebagai makhluk paling spesial dan sempurna, sudah sepantasnya kita mendapatkan kehidupan yang lebih baik. Melalui etos kerja keras, kita harus berupaya semaksimal mungkin untuk memperolehnya.

Potensi yang kita miliki akan berkembang melalui kerja keras yang dilakukan secara terus menerus. Bekerja keras berarti kita tidak mudah menyerah bila ada kesulitan dalam usaha kita dan terus berjuang mencapai kesuksesan yang kita harapkan.

### **Kerja Cerdas**

Merupakan kerja yang tidak hanya mengandalkan otot semata melainkan juga menggunakan otak (ilmu) sehingga hasilnya terasa lebih efisien dan efektif. Supaya kita dapat bekerja cerdas, kita harus memiliki strategi berdasarkan skala prioritas sehingga kita bisa menjadi lebih produktif dan efektif dari waktu dan biaya. Salah satu strategi yang bisa kita lakukan adalah menggunakan jurus ATM (Amati, Tiru, Modifikasi).

Inventarisir dan habiskanlah waktu lebih banyak untuk mencari yang ahli dalam bisnis yang sedang kita jalankan dan belajarlh dari mereka. Setiap kali kita mengetahui ada orang lain, produk lain, bisnis lain, perusahaan lain yang lebih sukses, amati secara detail, teliti bagaimana bisa meniru, dan kalau perlu melakukan modifikasi tertentu dengan cara mengubah atau menambah sesuatu. Melalui startegi ini, kita akan bekerja lebih sistematis dan terstruktur untuk mendapatkan hasil maksimal.

### **Kerja Kualitas**

Merupakan pekerjaan yang dilakukan secara konsisten, sungguh-sungguh, cermat, tepat, sesuai standar dan tidak asal-asalan sehingga mencapai mutu yang tinggi. Kerja kualitas berarti menghasilkan lebih dari yang diharapkan dengan ketepatan, kecepatan dan hasil yang maksimal.

Supaya kita bisa bekerja dengan kualitas tinggi, kita harus memiliki kebutuhan untuk berprestasi (*need for achievement*). Dorongan Berprestasi (*need for achievement*) merupakan keinginan untuk bisa lebih unggul dan melampaui standar prestasi. Standar tersebut bisa berupa prestasi diri sendiri di masa lampau (*improvement*); ukuran yang objektif (*results orientation*); melebihi orang lain (*competitiveness*); sasaran yang menantang; atau sesuatu yang belum dilakukan orang lain (*inovation*). Hal ini menunjukkan dorongan untuk bertindak secara lebih baik dan efisien.

Pada dasarnya di dalam diri kita sudah terdapat *need for achievement*, namun kadarnya saja yang berbeda-beda. Seorang individu yang memiliki *need for achievement* tinggi akan memiliki rasa tanggung jawab terhadap tugas-tugasnya, dia juga memiliki keinginan kuat untuk memperoleh *feedback*

(umpan balik) atas pekerjaan yang dia hasilkan, selain itu dia juga akan merasa puas jika pekerjaan yang dia hasilkan berasal dari usaha yang maksimal.

Apabila kebutuhan untuk berprestasi sudah tertanam di dalam diri, maka kita akan selalu memberikan hasil terbaik apa pun kondisinya. Oleh karena itu, berusahalah untuk terus memperbaiki pengetahuan, keterampilan dan sikap kita untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas bisnis kita berapapun penghasilan yang kita dapatkan pada saat ini.

### **Kerja Tuntas**

Selesaikanlah apa yang telah kita mulai. Bekerja tuntas berarti kita bekerja dengan berpedoman pada rencana yang realistis dan terukur serta segera menyelesaikannya (tidak menunda-nunda). Menuntaskan pekerjaan bukan berarti hanya

menyelesaikannya sesuai dengan target, tetapi juga memiliki semangat untuk menyempurnakan apa yang telah kita kerjakan serta mengevaluasinya agar bisnis kita bisa berkembang lebih baik lagi.

### **Kerja Lugas**

Kita harus tegas dan berani mengatakan tidak pada godaan bisnis lain sementara bisnis yang kita bangun masih dalam proses pengembangan. Jangan ikut yang mayoritas, tapi ikutlah yang menurut kita benar. Apabila batu besar kita ibaratkan sebagai impian yang sedang kita ingin wujudkan, maka kita harus mampu mengabaikan godaan-godaan “kerikil dan pasir” karena ada “batu besar” yang harus kita perhatikan.

Bekerja lugas juga berarti kita harus bertindak cepat dan tepat. Kita harus menciptakan kondisi ini karena akan memacu kreativitas kita untuk mencari

jalan keluar. Oleh karena itu, mulailah saat ini juga dan segeralah bertindak sebelum semuanya terlambat. Kehidupan tidak menunggu kita untuk bergerak karena memang telah didesain Sang Pencipta untuk bergerak cepat.

### **Kerja Antusias**

Sikap ini akan membawa kita pada pikiran, perasaan dan tindakan yang positif dalam membangun bisnis impian kita. Sikap antusias menimbulkan gairah positif yang meningkatkan kualitas hubungan dengan orang lain (karyawan dan pelanggan), membuat kita lebih terbuka terhadap ide-ide atau peluang pengembangan bisnis.

Charles Schwabb, salah satu orang pertama dalam sejarah perusahaan Amerika yang mendapat gaji lebih dari satu juta dolar setahun, mengatakan bahwa aset paling besar yang dia miliki

adalah kemampuannya dalam membangkitkan antusiasme pada orang lain. Dan cara untuk membangkitkan antusiasme dan mendorong orang lain melakukan hal-hal terbaik adalah dengan memberi penghargaan yang tulus.

### **Kerja Selaras**

Merupakan pekerjaan yang kita lakukan dengan mengikuti kaidah-kaidah yang berlaku disertai tanggung jawab yang tinggi, jujur, adil dan telaten. Agar kita bisa bekerja selaras dengan lingkungan kita, maka kita harus memiliki rasa percaya (*trust*) untuk dapat bekerja sama dengan orang lain dalam usaha kita. Selain itu, kita juga harus saling memberi guna mempertahankan kerjasama yang telah kita bangun. Sikap kerja selaras bisa kita aplikasikan dengan:

**Pertama**, menjadi pribadi yang dapat dipercaya. Menurut Francis Fukuyama, rasa percaya (***trust***) **memungkinkan kita** saling bersatu dan memberikan kontribusi pada peningkatan modal sosial dan meningkatkan rasa kebersamaan (dalam bisnis).

**Kedua**, memiliki semangat memberi. Menurut Harvey McKinnon dan Azim Jamal dalam buku ***Memberi untuk Menerima Lebih Banyak***, manfaat dari memberi diantaranya adalah, menumbuhkan hubungan-hubungan baru, meningkatnya rasa aman, pekerjaan, kesehatan yang baik, rasa berdaya, bangga, berhasil, kebahagiaan, kedamaian dan cinta.

**Ketiga**, aturan umum (*common rules*), norma-norma (*norms*) dan sanksi-sanksi (*sanctions*), yakni tercapai bentuk kesetaraan dan kemitraan di masyarakat.

**Keempat,** keterkaitan (*connectedness*), jaringan (*networks*) dan kelompok-kelompok (*groups*). Komunitas yang saling berhubungan akan membentuk jaringan bisnis yang besar.

**Kelima,** memberikan nilai tambah (*added value*). Berikanlah kinerja dan produk terbaik dalam membangun bisnis kita. Tambahkan nilai dalam setiap usaha kita dengan memberikan nilai lebih dan kemudahan melalui layanan prima dan kualitas produk yang terjaga.

# **BAB 13**

# **JADILAH PEMIMPIN**

# **HEBAT**

Keramahtamahan dalam  
perkataan menciptakan  
keyakinan, keramahtamahan  
dalam pemikiran menciptakan  
kedamaian, keramahtamahan  
dalam memberi menciptakan  
kasih.

(Lao Tse)

Satu-satunya cara agar kita memperoleh kasih sayang, ialah jangan menuntut agar kita dicintai, tetapi mulailah memberi kasih sayang kepada orang lain tanpa mengharapkan balasan.

(Dale Carnagie)

## **BAB 13**

### **JADILAH PEMIMPIN HEBAT**

Jauhilah mereka yang mencoba untuk mengecilkan ambisi Anda. Orang-orang yang 'kerdil' selalu melakukannya, tapi orang-orang hebat akan membuat Anda merasa bahwa Anda juga bisa menjadi hebat seperti mereka.

(MARK TWAIN)

Jika Anda ingin perusahaan Anda menjadi perusahaan besar dan memiliki reputasi bagus, maka Anda sebagai pemiliknya harus menjadi pemimpin yang hebat. Anda tidak akan menjadi pemimpin yang hebat jika hanya mampu membangun perusahaan Anda menjadi perusahaan yang memiliki standar bagus saja, Anda harus bisa membangun perusahaan Anda menjadi perusahaan hebat (*great company*) terlebih dahulu agar Anda dapat diakui sebagai

pemimpin hebat (*great leader*). Bagaimana cara mewujudkannya?

Jim Collins, seorang ahli manajemen strategi kaliber dunia, pada sekitar pertengahan dekade 2000-an pernah melakukan suatu penelitian yang berangkat dari pertanyaan sederhana, “Bagaimana perusahaan-perusahaan yang awalnya bagus-bagus saja (*good companies*) melakukan suatu lompatan menjadi perusahaan-perusahaan hebat dan berjaya (*great companies*)?”, dan “Mengapa perusahaan-perusahaan itu berhasil melakukannya sedangkan perusahaan yang lain tidak?”. Dua pertanyaan sederhana tersebut merupakan titik tolak dari penelitian brilian yang dilakukan oleh Collins dan timnya. Hasil penelitian mereka kemudian dipublikasi dalam sebuah buku berjudul “*Good to Great: Why Some Companies Make the Leap...And Others Don’t*”, yang kemudian menjadi buku *Bestseller* di dunia.

Prinsip-prinsip dalam *Good to Great* adalah sari pati dari riset yang dilakukan secara menyeluruh dan dalam waktu lama. Jim menganalisis perusahaan-perusahaan yang harga sahamnya naik minimal 3 kali lipat lebih banyak dari kenaikan rata-rata nilai saham keseluruhan dalam rentang waktu 15 tahun. Jim juga memisahkan kondisi keseluruhan dari industri dan perusahaan yang diteliti agar bisa membedakan mana yang didorong oleh kemajuan di industri, dan mana yang benar-benar bertumbuh tanpa terpengaruh kondisi industrinya. Ia kemudian menganalisis berbagai faktor dalam perusahaan, mulai dari teknologi, sistem remunerasi, gaya kepemimpinan, strategi merger dan akuisisi perusahaan, serta berbagai variabel lainnya untuk melihat apa yang membuat sebuah perusahaan bisa berubah dari sekadar bagus menjadi luar biasa.

Hasilnya, Jim Collins menemukan bahwa ada beberapa prinsip yang dapat dilakukan untuk mendorong terciptanya sebuah *flywheel*. *Flywheel* adalah istilah untuk tindakan yang saling terkait satu sama lain, yang pada akhirnya mendorong momentum perubahan sebuah organisasi menjadi luar biasa. Dalam *flywheel*, satu tindakan mendorong tindakan lainnya, dan di saat yang sama, sebuah tindakan merupakan hasil dari tindakan sebelumnya. Semuanya menjadi seperti roda yang bergerak semakin lama semakin cepat, dan menggerakkan organisasi untuk lebih unggul dari organisasi lainnya.

Dari penelitian itu, Collins dan timnya menemukan 6 konsep yang dipandang sebagai faktor penentu keberhasilan perusahaan-perusahaan bagus berkembang menjadi perusahaan-perusahaan hebat yaitu *Level 5 Leadership, First Who...Then*

*What, Confront The Brutal Facts (Yet Never Lose Faith), The Hedgehog Concept, A Culture of Discipline, dan Technology Accelerators.*

**Level 5 leadership.** Jim menjelaskan pentingnya kepemimpinan dengan kapasitas "level 5". Hampir semua dari perusahaan yang berubah dari sekadar baik menjadi luar biasa dipimpin oleh pemimpin jenis ini. Hal utama yang membedakan mereka dengan pemimpin lain adalah, bahwa para pemimpin level 5 ini mempunyai karakter yang paradoks dalam hal kesederhanaan sebagai individu dan ambisi sebagai seorang professional. Pemimpin level 5 adalah orang yang rendah hati, tidak menonjolkan diri, dan banyak memberikan kredit atas kontribusi pihak lain. Namun di saat yang sama, dia juga mempunyai determinasi, kapasitas, dan ambisi yang kuat sebagai seorang

professional.

***First who, then what.*** Jim menjelaskan perlunya merekrut orang-orang terbaik dalam bidangnya masing-masing. Dengan modal ini, barulah sebuah organisasi memutuskan tujuan apa yang ingin dicapai, sesuai dengan rekomendasi dan kesepakatan tim yang solid ini. Hal ini membuat semua orang dalam organisasi dapat berkontribusi maksimal. Menurut Jim, jika organisasi memutuskan kebalikannya (*first what, then who*), maka organisasi akan bergantung pada 1-2 orang yang "jenius" saja, dan anggota tim yang lain hanya berfokus membantu tanpa berbuat lebih jauh.

***Confront the brutal fact*** berarti sebuah organisasi harus mempunyai budaya keterbukaan dalam hal komunikasi. Keterbukaan ini bukan dalam semangat

ingin menjatuhkan, namun dalam semangat perbaikan. Pemimpin mendorong keterbukaan dengan lebih banyak mengajukan pertanyaan daripada jawaban. Sedangkan para staf di level bawah dan menengah mendorong keterbukaan. Di antaranya dengan menganalisis kondisi perusahaan secara jujur, melihat kesalahan secara apa adanya tanpa ditutupi, atau apapun dalam kaitannya dengan keterbukaan untuk menerima fakta secara apa adanya.

***One big thing and stick to it.*** Perusahaan perbandingan cenderung seperti foxes mencoba mengetahui banyak hal, namun *lack consistency*. Di sinilah pentingnya fokus dan konsisten, terhadap kepuasan stakeholder.

***A culture of discipline*** adalah pentingnya perusahaan mempunyai sebuah sistem kerja yang bisa menjamin budaya kerja tanpa adanya pengawasan, sehingga pertumbuhan bisa terus dialami. Budaya disiplin bukan hanya tentang tindakan, namun membuat karyawan disiplin dalam pemikiran kemudian mengambil tindakan disiplin

***Technology accelerator*** adalah pentingnya perusahaan mengaplikasi kemajuan teknologi sebagai alat untuk mempercepat pertumbuhan, bukan sebagai fokus dari pertumbuhan. Segala kemajuan yang bisa mempercepat gerak perusahaan, perlu diadaptasi. Sebaliknya, teknologi yang tidak relevan terhadap pertumbuhan perusahaan tidak perlu diadaptasi. Ini dilakukan agar perusahaan tetap efisien dalam pengeluaran sumber daya uang dan waktu.

## Level 5 Leadership

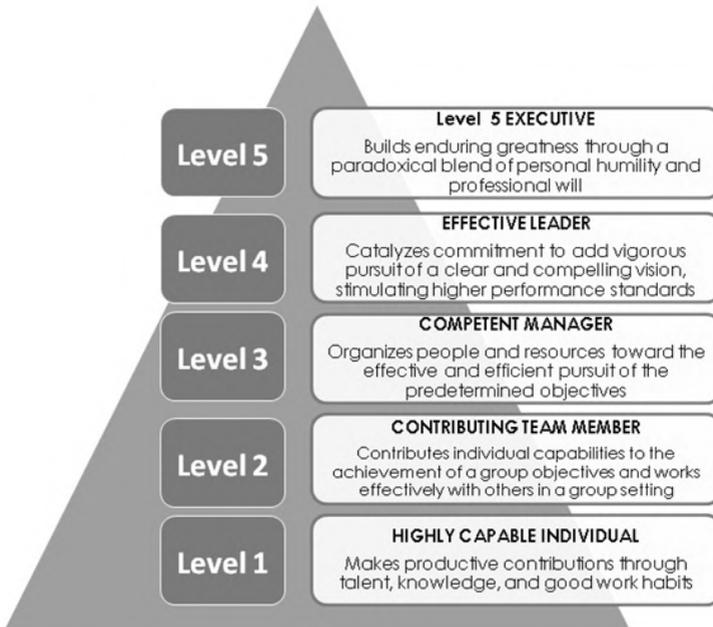
Sesuai dengan tema bab ini, saya hanya akan membahas tentang bagaimana menjadi pemimpin hebat dalam bisnis Anda dengan menggunakan konsep *Level 5 Leadership*. Jim Collins menemukan bahwa ternyata perusahaan-perusahaan yang *great* dipimpin oleh pemimpin yang tidak *high-profile* dengan personalitas besar yang selalu tampil di *headline* media dan menjadi selebritas. Justru sebaliknya, pemimpin yang berhasil mengantarkan *good company* menjadi *great company* adalah mereka yang mumpuni, tetapi cenderung pendiam, dan bahkan pemalu. Ada senyawa paradoksal dalam dirinya, antara rendah hati (*personal humility*) dan keinginan profesional yang tinggi (*profesional will*). Meminjam istilah Collins, pemimpin seperti ini cenderung seperti Lincoln dan Socrates daripada Patton dan Caesar.

Apa kemudian pemimpin seperti ini tidak punya ego dan ambisi? Tidak. Ego dan ambisi yang dipunyai dikanalkan dari dirinya ke dalam tujuan yang lebih besar, yaitu mengantarkan organisasi menjadi *great*. Kepentingan pribadinya telah dimatikan, dari 'pribadi' telah menjelma menjadi 'organisasi'. Pemimpin level 5 akan menghasilkan prestasi yang luar biasa, yang merupakan katalis perubahan dari *good* menjadi *great*. Namun, di sini lain, dia tidak mengada-ada, tidak mengharap pujian, dan tidak *boastful*. Dia juga mendemonstrasikan solusi yang solid untuk dilakukan, tanpa peduli kesulitan yang ada. Sulit bukan berarti tidak mungkin. Tetap di sini sebaliknya, dia melakukannya dengan kalem, tidak banyak publisitas, tetapi dengan determinasi yang tinggi. Untuk memotivasi, pemimpin level 5 ini mengandalkan standar yang disepakati, bukan dengan kharisma.

Pemimpin level 5 juga akan menetapkan standar-standar baru untuk menjamin keberlangsungan proses dari *good* menjadi *great*. Di samping itu, ambisi pribadi diarahkan untuk kepentingan organisasi, dan berusaha menyiapkan pengganti yang akan meneruskan langkah transformasi menjadi *great*. Selalu berkaca adalah sifat pemimpin level 5 ini. Tidak gampang menyalahkan orang lain, faktor eksternal, dan *bad luck*. Jika ada yang tidak beres, dia tidak sungkan mengambil tanggung jawab. Namun jika berhasil, pemimpin level 5 akan menyatakan bahwa ini adalah karena adalah keberhasilan organisasi, ada andil orang lain, faktor eksternal, dan *good luck*.

Kepemimpinan Level 5 sesungguhnya mengacu pada Piramida Hirarki 5 Level Eksekutif dengan Kepemimpinan Level 5 pada puncaknya.

Perkembangan kemampuan memimpin seorang individu dapat dikaji menurut hirarki ini.



### **Level 1: Highly Capable Individual**

Pada tingkat ini, mereka memiliki kontribusi yang tinggi dengan pekerjaan yang dijalani. Mereka memiliki tingkat pengetahuan yang berguna, dan memiliki bakat serta keterampilan yang dibutuhkan untuk melakukan pekerjaan dengan baik.

## **Level 2: Contributing Team Member**

Pada tingkat ini mereka menggunakan pengetahuan dan keterampilan yang mereka miliki untuk membantu tim meraih sukses. Mereka bekerja secara efektif, produktif dan selalu mampu bekerja sama dengan baik dengan tim.

## **Level 3: Competent Manager**

Pada tingkat ini mereka mampu mengatur orang dan sumber daya yang efektif dan efisien untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan.

## **Level 4: Effective Leader**

Pada tingkat ini mereka mampu menggembhng sebuah lembaga atau organisasi untuk bergerak mencapai visi yang telah ditetapkan.

## **Level 5: Executive**

Pemimpin ini mampu membangun kehebatan (Greatness) yang terus-menerus melalui kombinasi antara kesederhanaan pribadi dan ambisi profesional. Pada tingkat ini mereka memiliki semua kemampuan yang dibutuhkan pada empat level sebelumnya. Ditambah mereka memiliki perpaduan unik dari Keinginan Profesional (*Professional Will*) dan Kerendah-hatian Personal (*Personal Humility*).

Lantas apa saja ciri-ciri dari seorang pemimpin level 5? Ciri yang pertama adalah para pemimpin itu mampu menciptakan hasil-hasil yang memukau, yang menunjukkan dengan mantap adanya progres dari bagus menjadi hebat. Namun, ketika mereka mampu melakukan itu, mereka tetap menunjukkan kerendah-hatian personalnya. Mereka mendemonstrasikan apa yang dinamakan

sebagai *modesty*. Para pemimpin level 5 tidak pernah menunjukkan sikap aku-sentris bila berbicara tentang keberhasilan mereka. Sebaliknya, mereka malah memberi kredit terhadap orang-orang lain yang bekerja sama dengan mereka, atau para penerus mereka di perusahaan atau organisasi itu. Mereka tidak pernah memberi kredit pada diri mereka sendiri, tetapi malah merasa bahwa mereka diberkati oleh karena bekerja dengan orang-orang yang hebat.

Ciri yang kedua adalah para pemimpin level 5 mendemonstrasikan ketetapan hati tanpa keraguan untuk melakukan apapun yang harus dilakukan demi menghasilkan sesuatu yang terbaik dan bertahan lama, sesusah apapun itu. Ini mencerminkan suatu keinginan professional. Namun, meski demikian, mereka tetap bertindak dengan tenang, dengan determinasi yang kalem, dan bersandar secara

prinsipial pada standar-standar yang menginspirasi dan bukan kharisma mereka untuk memotivasi orang lain.

Ciri yang ketiga adalah mereka menetapkan standar untuk membangun sebuah perusahaan/ organisasi dengan kejayaan yang bertahan lama, dan tidak akan berpuas dengan apapun di bawah standar itu. Ini adalah suatu ambisi, namun ambisi dari para pemimpin itu terhadap perusahaan atau organisasi yang dipimpin, bukan ambisi terhadap pribadi mereka. Oleh karena itu ambisi perusahaan, maka mereka menyiapkan para penerus demi kesuksesan yang lebih besar lagi di masa yang akan datang, dan tidak membuat diri mereka seolah-olah menjadi seorang pemimpin yang tak tergantikan dan tak tersandingi di perusahaan yang mereka pimpin. Membaca ciri ketiga ini membuat saya teringat akan sebuah ungkapan, “Pemimpin yang hebat adalah

pemimpin yang kesuksesannya dinikmati oleh para pemimpin sesudahnya.” Apabila seorang pemimpin tidak mampu menyiapkan penerus yang mampu meraih kesuksesan yang lebih besar dari yang ia raih untuk organisasi yang dipimpin, maka ia bukan pemimpin yang hebat.

Ciri yang keempat atau yang terakhir dari pemimpin level 5 adalah tentang filosofi jendela dan kaca ketika mendapatkan dengan hasil yang baik dan buruk. Ketika mendapatkan hasil yang buruk, seorang pemimpin level 5 akan “berkaca”, dan menyerahkan diri mereka untuk bertanggungjawab atas semua hasil buruk itu. Namun, ketika mendapatkan hasil yang bagus, mereka “melihat ke jendela” dan mengontribusikan kredit atas keberhasilan itu pada orang lain, faktor-faktor eksternal, ataupun keberuntungan. Inilah kombinasi antara keinginan profesional dan kerendah-hatian personal, yang

hanya mampu didemonstrasikan secara baik dan tulus oleh seorang pemimpin level 5.

Sementara itu, ciri dari kerendah-hatian (*humility*) pemimpin level 5 diantaranya adalah:

## **CHAMPION**

Pemimpin level 5 melakukan pekerjaannya secara konsisten, sungguh-sungguh, cermat, tepat, sesuai standar dan tidak asal-asalan sehingga mencapai mutu yang tinggi. Ia selalu menghasilkan lebih dari yang diharapkan dengan ketepatan, kecepatan dan hasil yang maksimal.

Supaya bisa bekerja dengan kualitas tinggi, pemimpin level 5 harus memiliki kebutuhan untuk berprestasi (*need for achievement*). Dorongan Berprestasi (*need for achievement*) merupakan keinginan untuk bisa lebih unggul dan melampaui standar prestasi. Standar tersebut bisa berupa

prestasi diri sendiri di masa lampau (*improvement*); ukuran yang objektif (*results orientation*); melebihi orang lain (*competitiveness*); sasaran yang menantang; atau sesuatu yang belum dilakukan orang lain (*inovation*). Hal ini menunjukkan dorongan untuk bertindak secara lebih baik dan efisien.

Pada dasarnya di dalam diri kita sudah terdapat *need for achievement*, namun kadarnya saja yang berbeda-beda. Seorang individu yang memiliki *need for achievement* tinggi akan memiliki rasa tanggung jawab terhadap tugas-tugasnya, dia juga memiliki keinginan kuat untuk memperoleh *feedback* (umpan balik) atas pekerjaan yang dia hasilkan, selain itu dia juga akan merasa puas jika pekerjaan yang dia hasilkan berasal dari usaha yang maksimal.

Apabila kebutuhan untuk berprestasi sudah tertanam di dalam diri, maka kita akan selalu memberikan hasil terbaik apa pun kondisinya. Oleh

karena itu, berusaha untuk terus memperbaiki pengetahuan, keterampilan dan sikap kita untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas bisnis kita berapapun penghasilan yang kita dapatkan pada saat ini.

## **CREDITABLE**

Kejujuran adalah salah satu nilai utama yang dimiliki pemimpin level 5. Kita masih memiliki kesempatan menjadi orang jujur karena saat ini kejujuran merupakan suatu sikap yang sangat langka. Banyak orang yang menghalalkan segala cara untuk mencapai tujuannya dan diantara mereka sedikit sekali orang jujur yang dapat kita jumpai. Akibatnya banyak perusahaan yang harus berinvestasi lebih untuk meningkatkan sistem keamanannya, banyak bank yang menerapkan birokrasi berbelit untuk mencairkan pinjaman, banyak orang yang lebih

senang menyimpan uangnya daripada berbisnis dan akibat-akibat buruk lainnya. Ketidak-jujuran dapat menyebabkan program bisnis sebaik apa pun menjadi gagal dan perusahaan sebesar apa pun menjadi hancur.

Dalam lingkungan bisnis, kejujuran adalah modal paling penting untuk mendapatkan kepercayaan orang lain. Ketika Anda diberi kepercayaan berupa pekerjaan, uang atau apa pun yang berhubungan dengan bisnis, kejujuran akan melindungi Anda dari berbuat kesalahan. Ketika Anda memiliki reputasi sebagai orang jujur, maka kehidupan Anda akan terasa lebih mudah dan membawa Anda pada kebaikan yang lebih besar. Orang lain pun akan berlomba untuk berbisnis dengan Anda karena percaya dan merasa tenang hatinya. Selain itu, rezeki Anda akan mengalir deras

dan Anda pun akan mendapatkan kemuliaan dan nama baik.

Selain itu, pemimpin level 5 juga berani mengambil tanggung jawab atas kesalahan tim atau kegagalan yang mereka terima. Mereka sadar betul kesalahan atau kegagalan tim dalam bekerja salah satunya ditentukan oleh langkah-langkah yang telah mereka buat. Jadi ketika ada kesalahan, ia dengan sigap mengambil tanggung jawab penuh atas apa yang telah dikerjakan dan segera mengambil tindakan untuk memperbaiki kesalahan yang telah dibuat.

Pemimpin level 5 sangat disiplin dalam berbagai macam pekerjaan atau kegiatan. Ketika ia yakin suatu tindakan yang dilakukan benar, tidak peduli betapa sulitnya itu, ia akan tetap bertekad untuk bisa mewujudkannya. Ia tidak akan membiarkan dirinya dikuasai oleh rasa takut atau

keraguan saat membuat sebuah keputusan untuk mencapai perubahan.

## **CREATIVE**

Salah satu ciri yang paling menonjol dari pemimpin level 5 adalah kreativitasnya dalam menghadapi tekanan maupun tantangan dalam pekerjaannya. **Pemimpin yang** kreatif akan menjadi lebih terbuka pikirannya terhadap gagasannya sendiri maupun gagasan orang lain. Salah satu ciri dari orang yang kreatif adalah bahwa ia mampu memunculkan beragam alternatif dari permasalahan yang dihadapinya.

Ciri pemimpin kreatif lainnya adalah selalu terbuka dengan gagasan atau kemungkinan baru. Namun terbuka dengan hal atau gagasan baru, berbeda dengan proses secara aktif mencari dan mengembangkan gagasan. Kreativitas berarti kita

secara aktif mencari dan mengembangkan gagasan secara terus-menerus. Seperti yang dikatakan oleh Robert E. Peary penjelajah pertama yang mencapai Kutub Utara: *In veniam viam aut faciam (I will find a way or make one* – saya akan menemukan jalan atau membuat jalan baru). Seorang penjelajah pikiran meyakini bahwa ada banyak kemungkinan, peluang, produk, jasa, teman, metode dan gagasan yang menunggu untuk ditemukan. Banyak kemajuan yang signifikan di semua bidang kehidupan terjadi karena seseorang yang senantiasa menjelajahi alam pikiran dan mengeksplorasi hal-hal yang belum pernah dipikirkan oleh orang lain sebelumnya.

Kreativitas Anda sebagai pemimpin ditentukan sejauh mana Anda menginginkan hal-hal baru terjadi dalam bisnis Anda. Motivasi ini dilandasi sejauh mana Anda menginginkan perbaikan dalam bisnis Anda atau sejauh mana Anda sedang mengalami kesulitan.

Takut terhadap resiko yang terdapat pada ide justru akan menghambat jalan keluar ide Anda. Setiap gagasan atau solusi mungkin akan mengandung resiko, tetapi jika Anda ingin kreatif Anda harus berani mengambil resikonya. Menjadi Orang kreatif itu berarti Anda tidak boleh menyerah pada keadaan apa pun, ambilah resiko karena Anda akan selalu menemukan solusi alternatif dari masalah-masalah Anda. Menurut Scott Adams dalam buku *The Dilbert Principle* mengatakan bahwa, "*Creativity is allowing oneself to make a mistake*".

Menjadi kreatif seringkali pula berarti melanggar aturan atau pola-pola lama yang sudah ada, dan mengembangkan cara-cara baru dalam melakukan sesuatu. Jika kita tidak memperoleh hasil yang baik seperti yang kita inginkan, baik itu dalam hal hubungan, pekerjaan, maupun bisnis, cobalah untuk melakukan hal yang berbeda. Bagaimana Anda

mengharapkan hasil atau keadaan yang berbeda dengan apa yang Anda miliki sekarang, jika Anda tetap melakukan hal yang sama. Jika Anda menginginkan hasil yang berbeda, lakukan hal yang berbeda. Keluarlah dari zona kenyamanan (*comfort zone*) Anda dan lakukan sesuatu dengan hidup Anda.

Kebiasaan adalah reaksi dan respons yang telah kita pelajari untuk bertindak secara otomatis tanpa berpikir atau mengambil keputusan terlebih dahulu. Biasanya sulit dan tidak enak mengubah suatu kebiasaan, apakah kebiasaan itu baik atau buruk. Anda akan lebih kreatif ketika Anda berani keluar dari kebiasaan-kebiasaan yang merugikan. Anda jangan terkungkung dengan apa yang ada saat ini, itu belum tentu hal yang terbaik. Masih ada peluang untuk menuju kehidupan yang lebih baik. Oleh karena itu, cintailah perubahan, namun tentu saja perubahan menuju arah yang lebih baik.

Lalu bagaimana caranya agar kita bisa menjadi kreatif? Dr. Maxwell dalam bukunya *Psycho Cybernetics* menguraikan metode untuk mencapai hasil yang diharapkan secara kreatif. Buku tersebut menguraikan pengalaman membentuk pola reaksi baru yang otomatis melalui imajinasi. Caranya adalah dengan berbuat seolah-olah apa yang diinginkan akan terjadi besok, telah terjadi saat ini. Apabila proses itu dilakukan secara berulang-ulang, maka pikiran Anda akan terpusat ke arah tujuan yang dimaksud dan melibatkan *automatic servo-mechanism* Anda. Imajinasi kita tidak dibatasi oleh batasan dunia nyata kita. Imajinasi kita tidak mengenal batas dan apa pun yang ditangkap oleh pikiran kita dan kita yakini, akan dapat mewujudkan menjadi realitas. Imajinasi kreatif kita membantu kita untuk mengeksplorasi pilihan-pilihan atau opsi yang berbeda dan melihat banyak sekali skenario dan peluang hasilnya.

Anda juga bisa mengasah imajinasi Anda agar terbiasa berpikir kreatif, salah satu caranya adalah dengan menabung ide dan gagasan yang terlintas dalam benak Anda. Seorang pemenang hadiah Nobel di bidang Kimia, Linus Pauling pernah mengatakan: "*the best way to get good ideas is to get a lot of ideas.*" Cara terbaik untuk mendapat gagasan yang bagus adalah dengan mengumpulkan banyak sekali gagasan. Jika kita senantiasa membatasi dengan satu gagasan, satu jawaban, satu cara, dan satu kehidupan yang kita jalani, kita tidak akan pernah memperoleh hal-hal terbaik yang dapat diberikan oleh kehidupan ini kepada kita. Latihlah pikiran Anda untuk senantiasa mencari banyak solusi atau alternatif. Kembangkan kreativitas dan imajinasi Anda senantiasa.

Menurut Brian Tracy, kreativitas kita dirangsang oleh tiga hal yaitu *pertama*, tujuan yang

diinginkan dengan sangat. *Kedua*, masalah yang menekan. *Ketiga*, pertanyaan yang terfokus. Dengan demikian, semakin kita memusatkan pikiran untuk mencapai tujuan, memecahkan masalah, atau mencari jawaban untuk pertanyaan sulit mengenai bisnis dan kehidupan pribadi, kita akan menjadi semakin pandai dan pikiran kita akan bekerja lebih baik di masa yang akan datang.

Dalam buku **Manajemen Insan Sempurna**, strategi kreatif dapat kita rumuskan dengan menggunakan teknik berpikir kreatif. Tujuh teknik berpikir kreatif ini dikutip dari Tujuh teknik berpikir Jansen Sinamo yang merupakan hasil asimilasi teknik berpikir kreatif beberapa pakar terutama Edward De Bono, Dale Carnegie, Joice Wycoff dan Joel A. Barker.

- **Tiru dan modifikasi.** Teknik ini pada dasarnya adalah memfokuskan pikiran pada usaha yang

telah ada sebagai acuan. Kemudian usaha tersebut kita tiru dan modifikasi di sana-sini untuk menghasilkan usaha kita yang otentik. Meskipun sama sekali tidak orisinal, teknik ini sangat membantu melatih pikiran kita karena pada dasarnya manusia adalah makhluk peniru.

- **Langgar dan hilangkan.** Teknik ini mengajak kita untuk mengamati aturan, batasan, dan isi dari sebuah usaha orang lain yang ingin kita tiru. Kemudian batasan, aturan, dan isi usaha tersebut dilanggar bahkan dihilangkan sebagian atau seluruhnya. Hasilnya kita akan mendapatkan usaha baru yang sesuai dengan bisnis kita.
- **Gugat dan provokasi.** Teknik ini mengasumsikan bahwa tidak ada sebuah konsep, teori, atau usaha yang sempurna. Karena itu dapat digugat dan diprovokasi agar

diperoleh bentuk yang lebih baru atau lebih baik. Caranya: gugatlah hal-hal yang tampaknya sudah mapan dan logis dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan provokatif.

- **Lihat dari arah sebaliknya.** Teknik ini mengajak kita untuk melihat sebuah masalah dari sudut pandang yang 180 derajat berbeda. Misalnya, krisis adalah bahaya. Tetapi dari arah sebaliknya krisis adalah kesempatan. Jadi apa pun yang kita amati akan berbeda jika dilihat dari arah sebaliknya. Dan bisa jadi hal sebaliknya ini justru berguna bagi usaha kita. Dengan cara melihat seperti ini, pikiran kita akan menghasilkan gagasan-gagasan baru yang kreatif.
- **Gunakan tamsil.** Teknik ini menggunakan tamsil (ibarat atau metafora) sebagai jembatan

untuk memahami karakter persoalan yang sedang dibahas. Misalnya, memakai tamsil pohon untuk memahami usaha seseorang yang menjadi acuan kita. Pohon yang baik memerlukan akar, tanah, air dan iklim yang tepat agar ia berbuah lebat. Dengan penggunaan metafora ini, kita memperoleh ide tentang cara membuat usaha kita menjadi lebih produktif.

- **Ganti paradigma.** Teknik ini mengajak kita untuk memahami sebuah persoalan secara total berbeda. Misalnya, jam tangan Rolex secara klasik adalah sebuah alat penunjuk waktu. Tetapi dengan paradigma baru, Rolex dapat dianggap sebagai perhiasan mahal simbol kesuksesan. Dengan kata lain, Rolex berfungsi sebagai simbol status dan dapat diperlakukan sebagai benda investasi. Hal ini

bisa juga kita terapkan pada usaha kita dengan menjadikannya lebih bernilai.

- **Gabungkan secara sinergistik.** Teknik ini menggabungkan beberapa gagasan menjadi gagasan yang lebih besar, atau beberapa usaha menjadi usaha baru yang lebih bermultiguna. Di dunia teknologi, teknik ini dikenal sebagai prinsip konvergensi. Salah satu produk konvergensi adalah internet sebagai gabungan sinergistik antara komputer, telekomunikasi dan perdagangan. Hal ini bisa juga kita terapkan pada usaha yang sedang kita bangun.

## **COURAGE**

Pemimpin level 5 biasanya berani mengambil resiko. Apapun taruhannya, selama ia meyakini bahwa yang dilakukannya itu adalah benar, maka ia akan melakukannya. Ia akan memimpin

perusahaannya agar berani menghadapi persaingan, berani menghadapi perubahan yang tak menentu, selalu membuat antisipasi terhadap hambatan-hambatan, berani berinvestasi untuk hal yang ia rasakan tepat, dan berani mengambil keputusan-keputusan penting dalam bisnis apapun resikonya.

Perasaan takut seperti, “kalau usaha saya gagal, apa yang harus saya lakukan?” “Kalau usaha kita nanti rugi, lantas kita makan apa?” “Kalau produk yang saya jual tidak laku, bagaimana saya bisa untung?” tidak berlaku bagi pemimpin level 5. Ia menyadari bahwa dalam dunia bisnis *real*, apa yang sesungguhnya terjadi banyak berbeda dengan apa yang pernah diperhitungkan atau dipikirkan sebelumnya. Anthony Robbins pernah menyatakan, “selalu ada jalan ketika saya mempunyai komitmen.” Jadi sesungguhnya kita selalu bisa menemukan jalan

keluar untuk mengatasi semua kesulitan bisnis yang kita alami selama kita berkomitmen terhadapnya.

## **CONFIDENCE**

Pemimpin level 5 biasanya memiliki rasa percaya diri yang tinggi. Kepercayaan diri ini bersumber dari keyakinan kuat (*strong belief*) yang ada dalam dirinya. Agar menjadi pemimpin tangguh seperti pemimpin level 5, kita pun bisa membangun keyakinan kita menjadi *strong belief* asal memenuhi tiga syarat penting di bawah ini:

4. Berhati-hatilah dengan sikap Percaya Diri (PD) kita. Keyakinan yang kuat hampir selalu diikuti rasa percaya diri yang tinggi. Rasa PD ini akan berbahaya apabila kita bersikap defensif dan menolak untuk diberitahu orang lain karena merasa diri paling benar. Orang-orang yang

kurang berhasil dalam hidupnya biasanya memiliki prinsip "Aku Sudah Tahu" (AST). Ketika kita memiliki prinsip AST, sesungguhnya awal dari kebodohan atau awal dari kegagalan. Kita harus mampu merubahnya menjadi "Aku Mau Tahu" (AMT). Tetaplah berpikiran terbuka dalam menerima informasi dan masukan dari orang-orang di sekitar kita. Memiliki rasa ingin tahu yang tinggi (*curiosity*). Ketika kita memiliki prinsip AMT maka akan mudah menerima ilmu maupun pengetahuan dan mengimplementasikannya untuk membangun usaha yang kita inginkan.

5. Jadikan sikap Percaya Tuhan (**PT**) sebagai fondasi keyakinan bisnis kita. *Strong belief* yang sedang kita bangun harus melekat (*embedded*) dengan Percaya Tuhan. Apapun

keberhasilan yang kita capai pastilah tidak pernah lepas dari campur tangan Tuhan. Melalui sikap Percaya Tuhan, yakinlah bahwa Allah bersama kita dan meridhai apa yang sedang kita lakukan. Ketika Tuhan bersama kita maka apapun bisa terjadi (***Nothing Impossible***) dan akan menjaga kita untuk tidak takabur dan lupa diri.

6. Siapkan **ACTION**. Tahukah Anda bahwa Allah menciptakan kita untuk senantiasa bergerak? Ketika kita masih berupa cairan sperma, kita hanyalah satu dari sekitar 200 - 400 juta sperma yang senantiasa bergerak dan memiliki kesempatan sama untuk menjadi seorang manusia. Sebagai sperma, kita telah memiliki program sukses yang mengarahkan kita mencapai tujuan spesifik yaitu sel telur. Kita

harus berlomba dengan calon saudara-saudara kita memasuki tubuh ibu kita dan menempuh perjalanan berbahaya selama lima menit (atau setara 14 km) menuju sel telur yang hanya berukuran setengah dari sebutir garam. Selama perjalanan ini kita harus senantiasa menghindari dari campuran pekat asam dalam organ reproduksi ibu kita yang membunuh sebagian besar sperma yang masuk. Setelah itu, kita pun masih harus berjuang mengalahkan ratusan sperma lain yang sama-sama berhasil mencapai sel telur. Hanya sperma paling cepat, kuat dan luar biasalah yang berhasil membuahi sel telur. Oleh karena itu, tidak ada alasan lagi bagi kita untuk tidak yakin karena kita terlahir sebagai pemimpin tangguh!

## **CHALLENGE**

Pemimpin level 5 sangat disiplin dalam berbagai macam pekerjaan atau kegiatan. Ketika mereka yakin suatu tindakan yang dilakukan benar, tidak peduli betapa sulitnya itu, mereka tetap bertekad untuk bisa mewujudkannya. Mereka tidak membiarkan diri mereka dikuasai oleh rasa takut atau keraguan saat membuat sebuah keputusan untuk mencapai perubahan. Setiap tantangan akan ia hadapi dengan penuh percaya diri dan memanfaatkan semaksimal mungkin potensi dirinya.

## **CARE**

Pemimpin level 5 memiliki kepedulian yang tinggi terhadap lingkungan sekitarnya. Ia memiliki kepribadian yang senang berbagi dan memberi di manapun ia berada. Mengapa hal ini penting? Karena dengan perilaku ini, hakekatnya kita sedang

menyebarkan benih-benih kesuksesan pada sekitar kita yang pada akhirnya benih itu akan tumbuh dan memberikan hasil panen yang melimpah.

Anda belum bisa dikatakan sebagai seorang pemimpin tangguh kalau Anda belum memiliki kebiasaan untuk memberi. Mengapa demikian? Karena apa pun yang Anda dapatkan sesungguhnya bukan semata-mata karena usaha Anda sendiri, namun selalu ada campur tangan Tuhan di dalamnya. Oleh karena itu, kita haruslah senantiasa berbagi. Hidup Anda barulah bermakna jika bermanfaat untuk orang lain. Ketika Anda menggunakan apa yang Anda miliki untuk memperbaiki hidup orang lain, maka alam semesta lah yang akan memperbaiki hidup Anda. Jadi jangan pernah khawatir akan kekurangan. Makin besar ketulusan yang Anda berikan, makin banyak pula pintu rejeki yang akan terbuka untuk Anda. Itu sudah menjadi hukum alam. Jadi,

berikanlah apa yang Anda miliki karena yang mengalir kembali kepada Anda, selalu lebih besar dari yang mengalir keluar dari Anda. Buktikanlah!

### **CHANGE (perubahan)**

Perubahan yang dilakukan harus sesuai dengan kebutuhan (needs), keinginan (wants), harapan (expectations) pemangku kepentingan (stakeholder)

Pemimpin level 5 identik dengan semangat perubahan. Ia mampu mengubah bisnisnya yang biasa-biasa saja menjadi luar biasa. Caranya adalah sebelum ia mengubah bisnisnya, ia mengubah dirinya terlebih dahulu menjadi pribadi hebat yang senantiasa belajar dari kesalahan-kesalahannya. Dalam kehidupan sehari-hari, adanya suatu perubahan berarti menunjukkan suatu kehidupan. Evelyn Waugh mengatakan bahwa *Change is the only evidence of life*. Pernyataan ini dapat dimaknai suatu

perubahan merupakan bukti nyata dalam kehidupan. Hal ini berarti bahwa, dalam kehidupan selalu ditandai dengan adanya suatu perubahan, tidak terkecuali manusia, yang hidup secara dinamis.

Manusia dalam perjalanannya mengalami metamorfosa paling sempurna. Mulai dari dalam kandungan, hingga mencapai kehidupan seperti keadaan sekarang. Dalam fase-fase perubahan yang dialami manusia sangat dipengaruhi oleh lingkungan dimana dia hidup dan berkembang. Lingkungan merupakan faktor penentu karakteristik seseorang dan perkembangan budaya yang diyakini dan dianut baik dalam kehidupan sosial masyarakat maupun dalam kehidupannya mengelola sumber daya alam untuk memenuhi kehidupannya.

Seseorang akan berhasil dalam menjalankan usahanya, jika orang tersebut dapat melakukan dan

menyikapi adanya perubahan untuk menghadapi persaingan, tangkas dan cermat, mampu berfikir kreatif dan mengembangkan inovasi serta selalu siap menghadapi persaingan untuk maju menuju sumber daya manusia unggul.

Menurut Ralf Dahrendorf *“The trouble with change in human affairs is that it is so hard to pin down. It happens all the time. But while it happens it eludes our grasp, and once we feel able to come to grips with it, it has become past history”* pernyataan ini mengindikasikan bahwa kesulitan perubahan dalam diri seseorang adalah mengajak berfikir dengan keras, suatu perubahan dapat terjadi kapan saja, tetapi ketika kejadian tersebut berlalu dari permasalahan yang kita hadapi, dan merasa mampu mengatasinya pada saat itu, maka peristiwa tersebut akan menjadi cerita masa lalu.

Kemampuan seseorang untuk bertahan hidup (*survive*) sangat ditentukan oleh kemampuan orang tersebut untuk berubah, menyesuaikan diri dengan perubahan lingkungan yang dihadapi atau menyesuaikan diri dengan perubahan potensial yang akan terjadi di masa mendatang. Perubahan bertujuan agar seseorang tidak menjadi statis melainkan tetap dinamis dalam menghadapi perkembangan jaman, kemajuan teknologi, komunikasi dan informasi.

Untuk mengubah bisnis kita menjadi bisnis yang hebat, kita harus bisa mengubah diri kita terlebih dahulu. Betapa pun kuatnya keinginan kita untuk mengubah keadaan, tapi kalau tidak dimulai dari diri sendiri, semua itu menjadi hampa. Setiap keinginan mengubah hanya akan menjadi bahan tertawaan kalau tidak dimulai dari diri sendiri. Orang

di sekitar kita akan menyaksikan kesesuaian ucapan dengan tindakan kita.

Kalau begitu, dalam diri kita yang perlu dirubah dulu adalah PIKIRAN kita, pemikiran-pemikiran yang lama perlu diupgrade agar bisa menghasilkan kualitas yang lebih baik. Jika PIKIRAN anda belum diupgrade, namun anda sudah memasukkan aktivitas-aktivitas yang lain dari biasanya, maka tentu tidak akan menghasilkan apa-apa, sebab diri anda akan menolaknya. Itulah kenapa, ALLAH mengatakan tidak akan mengubah nasib seseorang sebelum orang itu mau merubahnya.

# **BAB 14**

# **ENTREPRENEUR**

# **COMMUNICATION**

Anda bisa bersikap logis dalam menghadapi mesin. Tetapi, jika Anda bekerja dengan orang-orang, ada kalanya logika harus dikesampingkan agar Anda bisa memahami orang lain.  
(AKIO MORITA - Pendiri Sony)

Hal terpenting dalam komunikasi  
adalah mendengar kata-kata yang tak  
terucapkan.

(Peter F. Drucker)

## **BAB 14**

# **ENTREPRENEUR COMMUNICATION**

Jika Anda mengira Anda terlalu kecil untuk memberikan pengaruh, cobalah tidur dengan seekor nyamuk.

(ANITA RODDICK – Pendiri THE BODY SHOP)

Supaya bisnis kita bisa sukses, tentu kita harus bisa memasarkan dan menjual produk atau jasa yang kita miliki. Bagaimana pun hebatnya Anda dalam melakukan inovasi, kreatif, pandai menciptakan peluang dan berani mengambil resiko dalam bisnis yang Anda jalankan, Anda belum sah disebut pengusaha kalau Anda belum menguasai ilmu penjualan.

Nah, agar kita dapat mengiklankan produk atau jasa kita dengan baik, kita harus memiliki

kemampuan komunikasi yang baik dan efektif. Melalui komunikasi efektif, pesan yang kita sampaikan ke calon pelanggan akan sesuai dengan apa yang kita inginkan dan tidak menimbulkan kesalah-pahaman. Sebagai makhluk sosial, tentu kita cenderung melakukan interaksi sosial dan saling membangun hubungan. Semakin baik hubungan tersebut terjalin, maka semakin positif interaksi sosial tersebut. Dalam membangun hubungan ini dan melakukan interaksi sosial, komunikasi memegang peranan yang sangat penting bagi proses menjual produk atau jasa yang kita miliki.

Menurut tata bahasanya, komunikasi merupakan terjemahan kata *communication* yang berarti perhubungan atau perkabaran. *Communicate* berarti memberitahukan atau berhubungan. Secara etimologis, komunikasi berasal dari bahasa latin *communicatio* dengan kata dasar *communis* yang

berarti sama. Secara terminologis, komunikasi diartikan sebagai pemberitahuan *sesuatu* (pesan) dari satu pihak ke pihak lain dengan menggunakan suatu media.

Collen McKenna mendefinisikan komunikasi sebagai proses pengiriman pesan kepada penerima dengan saling pengertian. Proses ini melibatkan beberapa komponen, yaitu pengirim pesan (*sender*), pesan yang dikirimkan (*message*), bagaimana pesan tersebut dikirimkan (*delivery channel* atau media), penerima pesan (*receiver*), dan umpan balik (*feedback*) yang diharapkan.

Kegiatan komunikasi pada prinsipnya adalah aktivitas pertukaran ide atau gagasan. Secara sederhana, kegiatan komunikasi dipahami sebagai kegiatan penyampaian dan penerimaan pesan atau ide dari satu pihak ke pihak lain, dengan tujuan untuk

mencapai kesamaan pandangan atas ide yang dipertukarkan tersebut.

Menurut Covey, komunikasi merupakan keterampilan terpenting dalam hidup kita. Kita menghabiskan sebagian besar waktu kita untuk berkomunikasi. Melalui komunikasi, sikap dan perasaan kita sebagai pengusaha dapat dipahami oleh khalayak sasaran yang menjadi pelanggan kita. Akan tetapi, komunikasi hanya akan efektif apabila pesan yang kita sampaikan dapat ditafsirkan sama oleh penerima pesan tersebut. Jadi sebelum kita membangun komunikasi penjualan produk atau jasa kita, kita perlu mengerti dan memahami dengan empati khalayak sasaran calon pelanggan kita. Sehingga nantinya pesan kita akan dapat tersampaikan tanpa ada halangan psikologis atau penolakan dari mereka. Dalam kondisi ideal, tujuan komunikasi penjualan ini bisa menghasilkan

kesepakatan-kesepakatan bersama terhadap ide atau pesan yang disampaikan.

Selanjutnya Covey menekankan konsep kesalingtergantungan untuk menjelaskan hubungan antar manusia. Menurut Covey, unsur terpenting pada komunikasi bukan sekedar pada apa yang kita tulis atau kita katakan, tetapi lebih pada karakter kita dan bagaimana kita menyampaikan pesan itu. Jika pesan yang kita sampaikan dibangun dari hubungan manusia yang dangkal, bukan dari diri kita yang paling dalam, orang lain akan melihat dan membaca sikap kita. Jadi syarat utama dalam komunikasi efektif adalah karakter yang kokoh yang dibangun dari fondasi integritas pribadi yang kuat.

Menurut Engel, tiga unsur penting yang terdapat dalam komunikasi adalah:

- **Komunikasi bersifat simbolis.** Penyampaian simbol-simbol yang dibuat dan dipergunakan agar membuat pihak lain berfokus pada objek atau orang yang direpresentasikan oleh simbol tersebut.
- **Komunikasi bersifat kesengajaan.** Adanya upaya yang dilakukan dengan sengaja melalui berbagai pertimbangan yang bertujuan untuk menimbulkan tanggapan yang diinginkan.
- **Komunikasi bersifat transaksional.** Berbagai pesan saling dipertukarkan dengan maksud untuk memperoleh tanggapan secara timbal balik sesuai dengan motivasi semua pihak yang berpartisipasi.

Selain itu, komunikasi bersifat tetap. Ia tidak dapat ditarik kembali (*irreversible*), hal ini merupakan implikasi dari komunikasi sebagai suatu proses yang

selalu berubah. Pesan yang sudah dikirimkan tidak dapat dikendalikan pengaruh dan efek pesan tersebut bagi khalayak.

Sementara itu menurut Laswell komponen-komponen komunikasi adalah:

- Pengirim atau komunikator (*sender*) adalah pihak yang mengirimkan pesan kepada pihak lain.
- Pesan (*message*) adalah isi atau maksud yang akan disampaikan oleh satu pihak kepada pihak lain.
- Saluran (*channel*) adalah media dimana pesan disampaikan kepada komunikan. Dalam komunikasi antar-pribadi (tatap muka) saluran dapat berupa udara yang mengalirkan getaran nada/suara.

- Penerima atau komunike (*receiver*) adalah pihak yang menerima pesan dari pihak lain.
- Umpan balik (*feedback*) adalah tanggapan dari penerimaan pesan atas isi pesan yang disampaikannya.

## **Unsur Unsur Komunikasi**

- **Komunikator.**

Pengirim (*sender*) yang mengirim pesan kepada komunikan dengan menggunakan media tertentu. Unsur yang sangat berpengaruh dalam komunikasi, karena merupakan awal (sumber) terjadinya suatu komunikasi.

- **Komunikan.**

Penerima (*receiver*) yang menerima pesan dari komunikator, kemudian memahami, menerjemahkan dan akhirnya memberi respon.

➤ **Media.**

Saluran (*channel*) yang digunakan untuk menyampaikan pesan sebagai sarana berkomunikasi. Berupa bahasa verbal maupun non verbal, wujudnya berupa ucapan, tulisan, gambar, bahasa tubuh, bahasa mesin, sandi dan lain sebagainya.

➤ **Pesan.**

Isi komunikasi berupa pesan (*message*) yang disampaikan oleh Komunikator kepada Komunikan. Kejelasan pengiriman dan penerimaan pesan sangat berpengaruh terhadap kesinambungan komunikasi.

➤ **Tanggapan.**

Merupakan dampak (*effect*) komunikasi sebagai respon atas penerimaan pesan. Diimplementasikan dalam bentuk umpan balik (*feed back*) atau tindakan sesuai dengan pesan yang diterima.

### **Fungsi Komunikasi**

- **Fungsi informasi.** Untuk memberitahukan sesuatu (pesan) kepada pihak tertentu, dengan maksud agar komunikan dapat memahaminya.
- **Fungsi ekspresi.** Sebagai wujud ungkapan perasaan/pikiran komunikator atas apa yang dia pahami terhadap sesuatu hal atau permasalahan.
- **Fungsi kontrol.** Menghindari terjadinya sesuatu yang tidak diinginkan, dengan

memberi pesan berupa perintah, peringatan, penilaian dan lain sebagainya.

- **Fungsi sosial.** Untuk keperluan rekreatif dan keakraban hubungan di antara komunikator dan komunikan.
- **Fungsi ekonomi.** Untuk keperluan transaksi usaha (bisnis) yang berkaitan dengan finansial, barang dan jasa.

### ***Interpersonal Communications***

**Hukum paling berharga bagi para pebisnis adalah berada di pihak konsumen.**

**(Orison Swett Marden)**

Komunikasi interpersonal merupakan komunikasi yang mempunyai efek yang besar dalam membangun bisnis kita dan mempengaruhi pelanggan yang menjadi pasar kita. Komunikasi

interpersonal yang efektif, akan membantu kita mencapai kesuksesan bisnis seperti yang kita harapkan. Komunikasi interpersonal yang efektif sangat dipengaruhi oleh komunikasi non verbal dan komunikasi verbal yang kita lakukan.

Komunikasi nonverbal adalah komunikasi yang pesannya dikemas dalam bentuk nonverbal, tanpa kata-kata. Dalam keseharian, komunikasi nonverbal jauh lebih banyak kita gunakan daripada komunikasi verbal. Komunikasi nonverbal yang efektif ditentukan antara lain: cara berpakaian (*customing*), penampilan personal, bahasa tubuh (*kinesics*), Ekspresi wajah, kontak mata, sentuhan (*haptics touch*), ruang, jarak dan lain-lain.

Komunikasi verbal adalah komunikasi yang menggunakan kata-kata, baik ucapan atau lisan maupun tulisan. Komunikasi ini paling banyak dipakai dalam interpersonal komunikasi. Melalui kata-kata,

kita bisa mengungkapkan perasaan, emosi, saling bertukar pemikiran, gagasan/ide, saling berdebat untuk menyampaikan fakta, data, dan informasi produk kita serta menjelaskannya. Dalam komunikasi verbal yang efektif dibutuhkan perbendaharaan kata (*vocabulary*), sebut nama (senam) lawan bicara, gunakan *magic word* (tolong, terima kasih, maaf), kecepatan berbicara, intonasi/tekanan suara, jelas/ringkas, ada unsur humornya, tidak menyalahkan lawan bicara, tidak mengkritik, tidak complain, senantiasa berpikir positif, dan lain sebagainya.

Kita harus bisa menghargai calon pelanggan yang menjadi khalayak sasaran kita. Rasa hormat dan saling menghargai merupakan hukum utama ketika kita berkomunikasi dengan orang lain, terutama calon pelanggan yang menjadi sasaran kita. Ingatlah

bahwa pada prinsipnya semua manusia ingin dihargai dan dianggap penting.

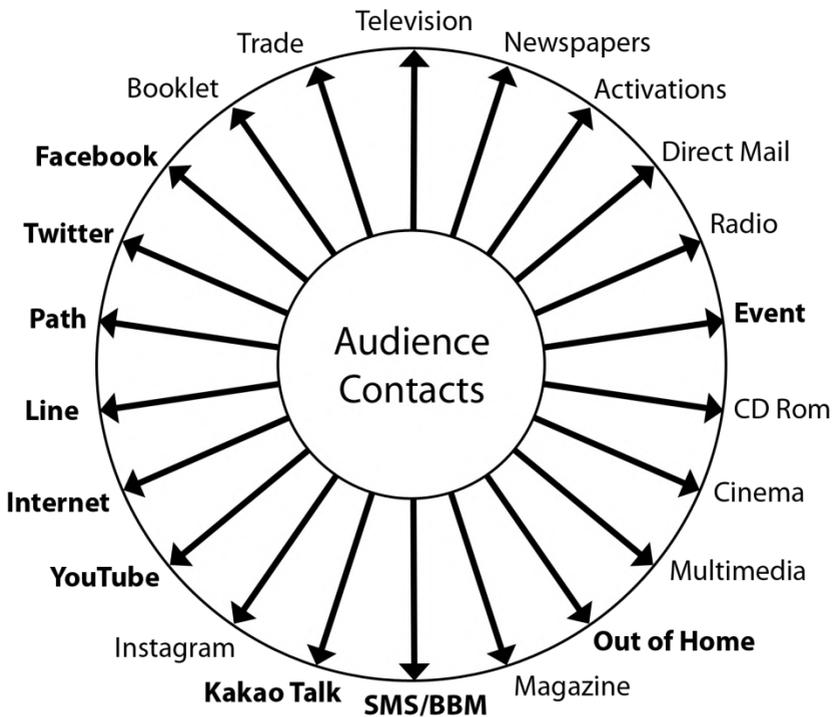
Seorang ahli psikologi yang sangat terkenal William James mengatakan bahwa "prinsip paling dalam pada sifat dasar manusia adalah kebutuhan untuk dihargai." Dia mengatakan ini sebagai suatu kebutuhan (bukan harapan ataupun keinginan yang bisa ditunda atau tidak harus dipenuhi) yang harus dipenuhi.

## **Public Communications**

Komunikasi publik sering juga disebut dengan komunikasi massa. Komunikasi publik memerlukan keterampilan komunikasi verbal baik ucapan/lisan dan tulisan agar pesan dapat disampaikan secara efektif dan efisien. Agar komunikasi kita dalam memasarkan produk atau jasa kita bisa efektif, harus dibangun rasa saling percaya. Kalau pelanggan sudah

percaya, biasanya apapun yang kita sampaikan akan disambut positif oleh pelanggan kita. Selain itu, kita juga harus efisien. Komunikasi produk atau jasa yang efisien adalah komunikasi yang tidak membutuhkan upaya besar agar mencapai tujuannya.

Dalam komunikasi publik pesan “iklan” kita dapat dimediasi melalui media massa, orasi pada rapat umum atau aksi demonstrasi, blog, situs jejaring sosial, kolom komentar di website/blog, e-mail, milis, SMS, surat, surat pembaca, media luar griya, spanduk, atau apa pun yang bisa menjangkau publik seperti pada gambar saluran komunikasi (*communications channels*) di bawah ini:



## Humas Perusahaan

Tak ada yang dapat menggantikan pujian yang tulus, yang dipilih dengan baik, dan disampaikan pada saat yang tepat. Pujian akan memberi banyak manfaat.

(SAM WALTON - Pendiri Wal Mart)

Sebagai pemilik sebuah perusahaan, tentu kita membutuhkan humas (*public relations*) dalam memasarkan produk atau jasa yang kita miliki. Humas merupakan perangkat penting yang bertujuan memperoleh *good will*, hubungan yang harmonis, saling mempercayai, saling pengertian dan menciptakan citra positif kita bagi *stakeholder*. Pada intinya humas bertujuan untuk meningkatkan citra dan persepsi positif pelanggan terhadap produk atau jasa yang kita miliki.

Berikut ini adalah beberapa pengertian kehumasan berdasarkan sudut pandangnya masing-masing:

- Kehumasan dari sudut pandang manajemen, kehumasan merupakan cara mengolah reputasi. Kehumasan adalah umpan balik atau hasil dari apa yang telah diperbuat atau

katakan oleh pelanggan terhadap produk atau jasa yang kita miliki.

- Kehumasan dari perspektif keilmuan adalah sebuah disiplin yang membangun dan memelihara reputasi (perusahaan) dengan tujuan agar dipahami, sehingga akan mempengaruhi opini maupun perilaku orang lain. Kehumasan juga senantiasa berkenaan dengan kegiatan menciptakan pemahaman dengan memanfaatkan pengetahuan.
- Kehumasan dari perspektif sosial budaya adalah upaya terencana dan berkesinambungan untuk mempertahankan niat baik serta saling pengertian antara perusahaan kita dengan orang lain. Melalui berbagai kegiatan tersebut, tentu diharapkan muncul perubahan yang berdampak luas.

Kehumasan bisnis merupakan metode yang efektif untuk membantu bisnis kita dalam memantau berbagai perubahan, menyampaikan informasi, dan dalam membentuk opini pelanggan. Kehumasan memiliki kredibilitas yang tinggi sebab berita dan feature dipandang pembaca sebagai informasi yang autentik dan *credible*. Bila dibandingkan dengan pemasangan iklan di televisi atau koran, biaya humas relatif lebih murah. Humas juga sangat efektif untuk membangun kepercayaan khalayak sasaran (*consumer confidence*), membangun keterlibatan khalayak, memberitahukan “*success story*” secara lebih mendalam dan mempengaruhi opini publik. Supaya produk atau jasa kita dapat terekspos dengan baik, kita harus memiliki strategi dalam membangun kehumasan bisnis yang kita miliki. Prof. Philip Kotler memberikan singkatan pada strategi penggunaan kehumasan ini dengan istilah P-E-N-C-I-L-S.

➤ **Publications** (Publikasi)

Kita dapat mengusahakan penerbitan-penerbitan tertentu untuk meningkatkan citra bisnis kita. Misalnya dengan mempublikasikan manfaat produk atau jasa dan pencapaian bisnis kita melalui situs jejaring sosial seperti facebook dan lain sebagainya.

➤ **Event** (Kegiatan)

Kegiatan yang dirancang secara tepat dapat mencapai suatu tujuan *public relations* tertentu.

➤ **News** (Pemberitaan)

Semua usaha dilakukan supaya aktivitas tertentu dari kegiatan bisnis kita menjadi bahan berita di media massa atau menjadi bahan pembicaraan lingkungan kita. Kini

adalah jamannya teknologi canggih, untuk dapat diberitakan atau memberitakan sendiri aktivitas bisnis kita relatif mudah dilakukan melalui akun *social media* di internet.

➤ **Community Involvement** (Kepedulian pada masyarakat)

Berusahalah untuk akrab dan ramah dengan pelanggan yang menjadi khalayak sasaran kita. Berbuatlah sesuatu untuk membantu kepentingan orang banyak. Misalnya dengan mengadakan CSR, memberikan sumbangan terhadap lembaga-lembaga pendidikan atau kemasyarakatan dan lain sebagainya.

➤ **Identity Media** (Penggunaan Media sebagai Identitas)

Semua stationeri yang dipakai, mulai dari kartu nama, kertas, maupun amplop, harus dibuat sedemikian rupa sehingga dapat meningkatkan citra bisnis kita. Selain itu *identity media* juga dapat diterapkan pada sarana dan prasarana lain, seperti akun *social media*, pakaian pekerja, model kantor, desain produk, mobil operasional perusahaan dan lain sebagainya.

➤ **Lobbying** (Mempengaruhi)

Lobbying adalah aktivitas komunikasi yang dilakukan individu ataupun kelompok untuk mempengaruhi orang lain sehingga dapat memberikan keuntungan bagi pelobi. Kegiatan lobbying sering diartikan sebagai pendekatan atau kontak pribadi yang dilakukan secara informal untuk mencapai tujuan tertentu. Kemampuan *lobbying* (melobi) merupakan

salah satu kompetensi inti yang harus dimiliki untuk membangun bisnis kita. Prinsip saling menguntungkan, dan bisa saling membutuhkan senantiasa harus kita junjung tinggi. Sesungguhnya tidak ada formula yang pasti dan tetap dalam *lobbying*, sesuaikan selalu dengan keadaan di lapangan.

➤ **Social Investment** (Investasi Sosial)

Kita dapat merebut hati calon pelanggan yang kita tuju dengan melakukan partisipasi sosial seperti mengadakan pembangunan fasilitas umum, menyumbang pada fasilitas pendidikan dan tempat ibadah, taman, dan lain sebagainya.

## **PROMOSI PENJUALAN**

**Anda harus melakukan hal yang justru  
Anda kira tak dapat Anda lakukan.  
(Eleanor Roosevelt)**

Dalam mengiklankan produk dan bisnis kita, salah satu langkah yang mesti kita lakukan adalah promosi penjualan kita pada orang lain yang akan menjadi pelanggan kita. Promosi penjualan merupakan serangkaian teknik promosi yang dirancang dalam waktu singkat mampu mendorong peningkatan kedekatan dengan khalayak sasaran dan efektivitas bagi agen-agen atau teman-teman yang turut mempromosikan produk atau jasa kita.

Promosi penjualan merupakan serangkaian teknik persuasif yang menawarkan nilai tambah bisnis kita terhadap orang lain dalam jangka waktu

tertentu dan digunakan untuk mencapai sasaran yang diinginkan.

Promosi penjualan merupakan salah satu unsur kunci dalam kampanye produk atau jasa kita yang efektif. Promosi penjualan mampu memberikan perhatian dan merangsang khalayak untuk membeli dan menggunakan produk atau jasa yang kita miliki. Beberapa kegiatan promosi penjualan diantaranya: pemberian insentif, bonus, hadiah, diskon, kupon, pameran, audio visual presentasi, entertainment, dan lain sebagainya.

Diantara kegiatan promosi penjualan tersebut pemberian insentif lebih sering digunakan untuk meningkatkan penjualan produk atau jasa kita. Sesuai dengan kamus Bahasa Indonesia, insentif adalah tambahan penghasilan (uang, barang, dan sebagainya) yang diberikan untuk meningkatkan gairah kerja atau disebut juga uang perangsang.

Insentif bisa diberikan ke perorangan/ individu, kelompok atau organisasi dalam bentuk finansial maupun non finansial. Insentif ini umumnya diberikan untuk karyawan atau agen yang berprestasi (*Trade/Push promotion*) dan konsumen atau pelanggan (*Consumer/ Pull promotion*) yang loyal atau melakukan pembelian dalam jumlah yang lebih banyak.

Pada umumnya promosi penjualan mempunyai tujuan antara lain sebagai berikut:

➤ **Perhatian:**

Promosi penjualan harus dapat menarik perhatian khalayak sasaran yang dituju, namun seringkali sangat sukar untuk menarik perhatian khalayak sasaran (pelanggan) terhadap promosi yang kita lakukan disebabkan adanya sedemikian banyak promosi yang

dilakukan pula oleh produk pesaing, sehingga perhatian pelanggan tidak hanya terpusat pada promosi produk atau jasa yang kita lakukan. Cara yang dapat kita lakukan untuk menarik perhatian calon pelanggan adalah menonjolkan apa yang menjadi keistimewaan produk atau jasa kita yang tidak dimiliki pesaing kita.

➤ **Pemahaman:**

Tujuan lainnya dari promosi ialah pemahaman yang dicapai pada waktu calon pelanggan menginterpretasikan pesan yang sampai kepadanya. Calon pelanggan yang menjadi khalayak sasaran kita sering kali tidak dapat memahami promosi yang tidak direncanakan dengan baik atau yang dapat menarik perhatian. Kadang-kadang perubahan dari media yang digunakan dapat menyebabkan

pesan yang disampaikan menjadi tidak jelas, sehingga dalam merubah penggunaan media kita juga harus melihat apakah perlu diadakan perubahan pesan. Dengan demikian kita harus yakin bahwa pesan yang disampaikan itu jelas dan dapat menarik perhatian pelanggan.

➤ **Perubahan Sikap:**

Setelah promosi dapat dipahami oleh calon pelanggan sebagai khalayak sasaran kita, maka kita mengharapkan suatu tanggapan dari calon pelanggan terhadap promosi tersebut. Kita harus menyesuaikan promosi dengan produk atau jasa yang kita miliki untuk dapat merubah sikap calon pelanggan yang kita tuju. Sehingga mereka dapat membedakan serta mengunggulkan produk atau jasa kita dibanding pesaing kita.

➤ **Tindakan:**

Sesuai dengan tujuan akhir promosi yaitu meningkatkan nilai produk atau jasa kita dihadapan khalayak sasaran, maka tujuan promosi yang paling penting adalah dapat menimbulkan tindakan berupa pembelian dari khalayak sasaran yang kita tuju. Ini menandakan berhasil atau tidaknya suatu promosi.

### **Strategi Komunikasi Penjualan yang Efektif**

Perkembangan teknologi dan media komunikasi berdampak pada perubahan gaya hidup/kebiasaan khalayak sasaran. Semakin banyaknya media juga membuat masyarakat mendapatkan terlalu banyak informasi (*big noise society*) sehingga masyarakat mulai sinis atau tidak mudah percaya terhadap informasi produk atau jasa yang diterima.

Implikasi kondisi ini, strategi komunikasi memegang peranan penting bagi kita untuk mencapai tujuan penjualan yang lebih besar. Berdasarkan uraian di atas, maka strategi komunikasi penjualan yang efektif sangat ditentukan faktor-faktor berikut:

➤ **Mission (tujuan komunikasi)**

Tujuan komunikasi Antara lain untuk memberi tahu, membujuk, mengingatkan, mendidik, merubah perilaku, merubah citra, dan lain-lain. Tujuan komunikasi yang dipilih sangat menentukan strategi komunikasi penjualan yang diterapkan.

➤ **Message (pesan komunikasi)**

Pesan komunikasi sangat tergantung dari strategi *positioning* dan pendekatan (*approach*). Strategi *positioning* melakukan

*head to head* berbeda dengan strategi diferensiasi. Pendekatan rasional, pendekatan emosi/perasaan dan pendekatan sosial atau pendekatan gabungan menentukan pesan komunikasi yang dituangkan dalam bentuk slogan atau *tagline* atau *positioning statement*. Sebelum membuat pesan komunikasi, kita hendaknya mengetahui dan menganalisa kebutuhan, keinginan, dan harapan calon pelanggan kita.

➤ **Money (anggaran komunikasi)**

Anggaran komunikasi sangat menentukan aktivitas promosi penjualan produk atau jasa kita. Semakin banyak anggaran komunikasi, semakin leluasa kita memilih aktivitas promosi penjualan kita. Ada beberapa metode menentukan anggaran komunikasi, pertama

anggaran tergantung dari target yang hendak dicapai. Kedua, anggaran komunikasi berdasarkan persentase total pengeluaran tahunan produk. Besarnya persentase tergantung dari jenis produknya, jasa perbankan akan berbeda dengan jasa penerbangan, produk minuman, makanan, mobil dan lain sebagainya. Metode kedua ini sering digunakan untuk membangun merek barang atau jasa. Metode ini menganggap komunikasi adalah investasi sehingga dampaknya akan dirasakan jangka panjang. Ketiga, tergantung tujuan komunikasinya. Tujuan komunikasi untuk memperkenalkan berbeda dengan tujuan membujuk, mengingatkan, mendidik, membangun citra atau merubah tingkah laku/ kebiasaan. Keempat, tergantung dengan anggaran

komunikasi pesaingnya. Walaupun anggaran komunikasi tidak menjamin keberhasilan pencapaian tujuan, namun akan sulit mempengaruhi persepsi khalayak sasaran jika anggaran komunikasi hanya 1/20 atau 1/50 anggaran pesaing. Efektifitas komunikasi sangat dipengaruhi frekuensi terpaparnya khalayak sasaran. Kelima, tergantung analisis statistik pengaruh biaya komunikasi terhadap hasil yang dicapai dan keenam gabungan dari berbagai metode pertama sampai kelima.

➤ **Mix of Communications (bauran komunikasi)**

Kita bisa menggunakan komunikasi interpersonal maupun komunikasi publik. Pada komunikasi publik terdapat banyak pilihan aktivitas membangun bisnis kita. Kita hendaknya mampu membuat bauran

komunikasi antara komunikasi inter-personal dan komunikasi publik dengan mempertimbangkan efisiensi dan efektivitas komunikasi.

➤ **Media (pemilihan media komunikasi)**

Hal yang harus diperhatikan dalam memilih media adalah karakteristik khalayak sasaran. Setiap media memiliki karakteristik dan jumlah pembaca, pendengar atau penontonnya. Kesesuaian pemilihan media sesuai dengan khalayak sasaran kita sangat penting.

➤ **Moment (penjadwalan komunikasi)**

Momentum aktivitas komunikasi penjualan kita sangat menentukan keberhasilan mencapai tujuan. Implikasi momentum adalah menyusun dan memperhatikan penjadwalan komunikasi

dimana sangat tergantung anggaran komunikasi yang tersedia. Semakin besar anggaran komunikasi, semakin leluasa memanfaatkan momentum-momentum penting seperti Hari Kemerdekaan Indonesia, Tahun Baru, dan hari raya keagamaan: Idul Fitri, Natal, Waisak, Nyepi, Tahun Baru Imlek. Sebaliknya jika anggaran komunikasi kecil, kita tidak bisa leluasa memanfaatkan waktu dan menyusun jadwal aktivitas penjualan kita.

➤ **Measurable (terukur)**

Setiap aktivitas komunikasi yang dijalankan hendaknya dapat diukur efektifitasnya. Beberapa Parameter efektifitas komunikasi diantaranya tingkat kesadaran (*awareness*), ketertarikan (*interest*), tindakan (*action*), maupun loyalitas calon pelanggan kita. Bila

aktivitas komunikasi penjualan produk atau jasa kita melalui media televisi, maka bisa dihitung *Gross Rating Points (GRPs)*. GRPs adalah total jumlah penonton yang melihat aktivitas komunikasi Kita, dengan demikian bisa dihitung juga biaya atau *cost per GRPs*.

➤ **Mind (pikiran)**

Seperti yang telah saya bahas pada bab sebelumnya, Tuhan telah memberikan karunia kepada manusia dengan memiliki kecerdasan tanpa batas yaitu OTAK. Jika dianalogikan komputer, maka otak (*brain*) adalah perangkat keras (*hardware*), sedangkan pikiran (*mind*) adalah perangkat lunaknya (*software*). Pikiran manusia terdiri dari pikiran sadar (*conscious mind*) dan pikiran bawah sadar (*subconscious mind*). Dalam banyak penelitian menyebutkan

bahwa pikiran sadar yaitu apa yang kita ketahui berpengaruh sekitar 10 % dalam hidup kita, sedangkan pikiran bawah sadar yaitu apa yang kita yakini berpengaruh sekitar 90% dalam hidup kita. Dengan demikian peran keyakinan dalam membangun bisnis kita sangatlah penting. Sesungguhnya mempengaruhi, menjual atau berkomunikasi adalah transfer kepercayaan atau keyakinan, oleh karena itu Kita harus memiliki keyakinan yang kuat (*strong believe*) terlebih dulu sebelum melakukan komunikasi.

### **Teknik Komunikasi Penjualan Yang Efektif**

Bila strategi komunikasi bisa diartikan sebagai perencanaan kegiatan komunikasi untuk mencapai tujuan "*a plan of activities to achieve a goals*" sedangkan teknik adalah cara berkomunikasi "*a way*

*in achieving a goals*". Sesuai dengan pengalaman sebagai pengusaha dan konsultan bisnis, ada beberapa teknik komunikasi diantaranya:

➤ **Mengemis/merengek/galau**

Teknik mengemis, merengek atau galau sering dilakukan oleh anak kecil ketika meminta sesuatu kepada kedua orang tuanya. Kaum muda yang sedang mengadu kasih juga sering melakukan teknik ini. Bila Kita mengetahui dan menguasai teknik komunikasi lainnya dalam menjual, sebaiknya tidak menggunakan teknik ini. Walaupun teknik ini seringkali efektif, namun jika dilakukan secara terus menerus atau masal, akan memberikan afirmasi yang negatif atau menebar energi negatif terhadap produk atau jasa kita.

➤ **Memaksa**

Teknik memaksa berarti memperlakukan atau menyuruh atau meminta dengan paksa. Pemimpin atau orang tua yang memiliki sifat otoriter (*Strongman Leadership*) sering menggunakan teknik ini dimana menggunakan kewenangan yang dimilikinya untuk mempengaruhi orang lain, umumnya karyawan atau anak untuk tunduk dan patuh karena takut. Namun jika teknik ini kita terapkan pada promosi penjualan produk atau jasa kita, akan berakibat pada penolakan dari calon pelanggan kita.

➤ **Memberi Perintah**

Teknik komunikasi atau perkataan yang bermaksud menyuruh orang lain melakukan sesuatu pekerjaan atau tugas untuk mencapai

tujuan yang kita kehendaki. Teknik ini akan efektif jika memperhatikan dan memenuhi kebutuhan dasar manusia. Pada umumnya kebutuhan dasar manusia ialah ada yang bersifat materi dan yang bersifat non-materi. Yang bersifat materi pada dasarnya terdiri dari kebutuhan sandang dan pangan. Sedangkan yang bersifat non-materi (psikologis) meliputi: kebutuhan akan harga diri, kebutuhan akan rasa aman, kebutuhan akan rasa *belongness* dan *love*, kebutuhan akan rasa berpartisipasi, kebutuhan akan rasa aktualisasi. Teknik komunikasi memberi perintah, jika memenuhi kebutuhan dasar manusia terutama yang bersifat non materi (psikologis) akan membuat lawan komunikasi tidak merasa diperintah sehingga segera dijalankan.

## ➤ **Negosiasi**

Negosiasi adalah suatu bentuk pertemuan antara dua atau lebih pihak dengan sasaran mencapai suatu persetujuan. Tujuan negosiasi antara lain untuk menjual produk, merencanakan proyek, membuat keputusan, dan mengatasi konflik. Empat hasil dari negosiasi adalah menang-kalah (*I Win - You Lose*), kalah-menang (*I Lose - You Win*), kalah-kalah (*I Lose - You Lose*), menang-menang (*I Win - You Win/Win-Win Negotiation*). Jika hasil salah satu pihak menang dan pihak lain kalah, atau *I Lose - You Win*, sudut pandang klasik memandang *bargaining* atau disebut juga negosiasi *zero-sum* atau negosiasi *distributive*. Jika semua pihak yang bernegosiasi sama-sama kalah atau tidak terjadi kesepakatan karena mengalami jalan buntu (*I Lose - You Lose*)

biasanya dibutuhkan jasa orang atau kelompok ketiga sebagai penengah. Trend masa kini memandang negosiasi sebagai situasi *win-win*, dimana semua pihak yang terlibat mendapat keuntungan sebagai hasil dari negosiasi. Disebut juga negosiasi *positive-sum* atau negosiasi *integrative* atau *negotiation on the merits*. Tujuannya adalah untuk mencapai persetujuan yang bijaksana serta dilakukan secara efisien dan kedua belah pihak merasa puas. Semua pihak adalah “*problem solvers*” fokus pada masalahnya, bukan pada posisi masing-masing.

➤ **Berkomunikasi sesuai dengan mesin kecerdasan dan atau golongan darah**

Menurut Ned Herman, fungsi otak dominan atau mesin kecerdasan kita mempengaruhi

karakter dan bagaimana cara kita berkomunikasi. Bila fungsi otak dominan kita sebelah kiri bawah atau limbik kiri disebut *sensing*, biasanya orangnya rajin dan praktis atau konkrit. Jika kita berkomunikasi dengan tipe *sensing* maka nyatakan tema dengan jelas, persiapkan fakta dan contoh, sajikan informasi secara bertahap, tekankan pada aplikasi praktis, selalu selesaikan kalimat kita, dan gunakan pengalaman nyata.

➤ **Melakukan persuasi**

Teknik persuasi yaitu membujuk secara halus dengan mengungkapkan manfaat atau benefit melalui beberapa pendekatan yaitu pendekatan rasional, pendekatan emosional dan pendekatan sosial. Jika kita mau melakukan pendekatan rasional, sebaiknya

mengungkapkan manfaat fungsi (*functional benefit*) produk atau jasa kita misalnya tentang kualitas, keterampilan, manfaat, dan lain-lain. Pendekatan emosional bisa mengungkapkan pendapat pihak ketiga terhadap produk atau jasa kita, keuntungan yang didapat, dan lain-lain. Pendekatan sosial lebih banyak mengungkapkan kegiatan yang pernah atau akan kita laksanakan yang bersifat sosial seperti keterlibatan dalam penanggulangan bencana, memberikan donasi, dan lain-lain. Ketiga pendekatan tersebut bisa kita kombinasikan dengan mempertimbangkan khalayak sasaran yang dituju.

- **Melakukan Persuasi dengan Metode Conversational Hypnosis**

Hypnosis adalah ilmu komunikasi sugestif atau proses pemberdayaan pikiran bawah sadar. Teknik komunikasi ini dapat langsung membuat seseorang menerima perkataan pembicara melalui pikiran bawah sadar mereka sendiri. Ada beberapa metode metode *conversational hypnosis* diantaranya:

***Story telling*** yaitu bercerita tentang ide, gagasan, latar belakang atau makna tentang produk atau jasa yang kita jual.

***Testimonial*** yaitu pendapat atau tanggapan pihak ketiga tentang produk atau jasa kita.

***Imagery*** yaitu teknik yang mengajak khalayak (calon pelanggan) bertindak seolah olah sudah berada di tempat yang diinginkan atau

membayangkan diri kita menjadi, melakukan, dan memiliki segala yang kita inginkan.

***Hypnotic Persuasion*** yaitu menggunakan bahasa-bahasa transaksi terselubung untuk mempengaruhi orang seperti: “Seharusnya tidak saya katakan.....; Ini *off the record* lho.....; Seperti bapak ketahui.....; Jangan merasa harus membeli pak.....; Jangan khawatir saya akan membujuk Anda membeli.....”; dan lain-lain.

***Commfortable*** yaitu memberikan efek kenyamanan kepada khalayak sasaran seperti hadiah atau diskon.

***Matching and mirroring*** yaitu teknik komunikasi yang menggali kesamaan latar belakang dengan khalayak sasaran seperti

kesamaan pendidikan, zodiac, daerah asal, kesamaan golongan darah, dan lain-lain,

***Pacing-Leading*** yaitu teknik komunikasi yang menggali kesamaan perasaan, sikap atau pendapat terhadap sebuah produk atau jasa.

***Calibration*** yaitu teknik komunikasi dengan melakukan pengujian seperti “mungkin bapak/ibu ingin menandatangani kontrak ini sekarang”, “apakah bapak/ibu mau meningkatkan keuntungan bisnis dua kali lipat”, dan lain-lain.

## **Prinsip Dalam Menjual**

Sebenarnya teknik berjualan atau gaya berjualan setiap orang berbeda-beda, tidak ada teori khusus yang dapat menggaransi teknik atau gaya

tertentu pasti sukses dalam menjual. Namun yang harus kita perhatikan di sini adalah kita menjual kepada manusia. Oleh karena itu yang dibutuhkan adalah *people skill* karena setiap manusia mempunyai kepribadian yang berbeda.

### **1. Terpercaya.**

Anda harus mampu menjual diri Anda sendiri, profil Anda akan menentukan untuk memulai sesuatu relasi. Mereka akan membeli kepada orang yang dapat mereka percaya. Seorang pelaku bisnis itu harus ramah, baik, melayani, menolong, memberi perhatian, menghormati dan berusaha memuaskan pelanggannya. Jeffrey Bezos menyatakan, “Anda tahu jika pelayanan Anda tidak memuaskan, pelanggan Anda tidak akan memberitahukannya kepada lima teman mereka, tetapi kepada 5.000 orang

teman. Jadi, kita perlu mencurahkan segala hal yang diperlukan untuk membangun sebuah perusahaan yang penting dan tahan lama, dan jika kita tidak melakukannya, akan memalukan akibatnya bagi kita.”

## **2. Bersikap yang Baik.**

Usahakan mereka tertarik pada Anda agar mereka bisa nyaman berbicara dengan Anda. Postur tubuh, sikap duduk dan bahasa tubuh sangat berpengaruh. Duduklah dengan tegap, condongkan badan Anda kepada mereka sebagai tanda Anda siap mendengarkan mereka, tatap matanya saat berbicara. Perhatikanlah sikap yang santai tapi antusias dan bersemangat. Dave Thomas menasehati, “ketika Anda menyapa seseorang, tatap mata

mereka dan sebutkan nama mereka. Itu tanda Anda menghormatinya.”

### **3. Siapkan Pertanyaan.**

Pertanyaan yang baik akan menjadi awal untuk mengetahui kebutuhan pelanggan, solusi yang dapat kita berikan dan menutup suatu transaksi. Ajukan pertanyaan menarik, bisa berupa hobby, keluarga atau apapun pembicaraan yang akan dapat membuat pelanggan anda menjadi rileks. Pada saat mereka menjawab, fokuskan mata kita pada pelanggan kita. Galilah apa sebenarnya yang paling dibutuhkan oleh mereka. Setelah anda tahu pasti kebutuhannya barulah anda bisa mem-perkenalkan produk Anda.

#### **4. Mendengar.**

Kembangkan kemampuan untuk mendengarkan orang lain dan fokus pada pembicaraan yang pelanggan Anda lakukan. Berikan komentar sedikit karena hal itu menunjukkan bahwa anda mengikuti pembicaraan tersebut. Prosentase acuan yang bisa Anda pakai adalah sekitar 40% anda berinteraksi dalam suatu pembicaraan dan 60% Anda mendengarkan.

#### **5. Benefit.**

Anda harus dapat menjelaskan dan memberikan gambaran apa saja yang dapat diperoleh mereka nantinya dengan membeli produk Anda. Buatlah pelanggan anda sebagai seorang pahlawan. Sam Walton mengatakan, pelanggan adalah satu-satunya atasan. Dan dia dapat memecat siapa pun di perusahaan mulai

dari ketua hingga karyawan, hanya dengan membelanjakan uangnya di tempat lain.

## **6. Emosi.**

Ada kalanya keputusan membeli bukan berdasarkan perhitungan logika tetapi perasaan yang mempengaruhi pelanggan Anda sekarang. Misalnya Anda menjual peralatan *security*, hanya akan berhasil apabila memang pelanggan Anda mempunyai keinginan untuk memperoleh rasa aman.

## **7. Knowledge.**

Anda harus ditunjang oleh pengetahuan produk yang baik. Ini dapat meningkatkan kredibilitas anda dan mempercepat proses *closing*. Oleh karena itu, terus meneruslah belajar dan kuasai produk Anda. Sehingga

ketika pelanggan membutuhkan produk yang sejenis dengan yang Anda miliki, Anda menjadi orang yang pertama kali dipanggil oleh mereka. Mark Cuban, pendiri Broadcast.com, menyarankan “kerjakan tugas Anda dan kenali bisnis Anda lebih baik daripada siapa pun. Kalau tidak, orang yang lebih mengenalnya dan bekerja lebih keras akan menyingkirkan Anda.”

## **8. Diferensiasi.**

Anda harus berusaha membuat sesuatu yang istimewa dibanding dengan kompetitor anda. Baik produk maupun diri anda sendiri. Anita Roddick sang pendiri The Body Shop menyatakan, “apapun yang Anda kerjakan, kerjakanlah secara berbeda – itulah nasihat yang diberikan ibu saya. Saya tak bisa memikirkan nasihat yang lebih baik bagi

seorang pengusaha. Jika Anda berbeda, Anda akan menonjol.”

## **9. Menjadi Solusi.**

Jadikanlah solusi dan profesionalitas Anda sebagai sesuatu yang lebih layak untuk dihargai dengan nilai tinggi. Identifikasikan kebutuhan pelanggan Anda dan buktikan bahwa pekerjaan yang dipercayakan kepada Anda dapat Anda kerjakan dengan baik dan menjawab masalah mereka.

## **10. Berikan Service**

Memberikan *service* merupakan layanan purna-jual yang dapat diberikan oleh Anda dalam rangka meningkatkan kepuasan pembeli. Pelayanan purnajual akan memicu terjadinya penjualan yang berkelanjutan.

# **BAB 15**

## **ETIKA BISNIS**

### **PENGUSAHA**

Perasaan telah menyelesaikan sesuatu adalah pil tidur yang efektif. Orang yang berhenti merasa bahwa dia telah menyelesaikan tugasnya akan cepat melemah. Perusahaan yang merasa telah mencapai tujuannya akan mandek dan kehilangan vitalitasnya.

(INGVAR KAMPRAD)

Sungguh sedikit mereka yang  
melihat dengan mata mereka  
sendiri dan merasakan dengan  
hati mereka sendiri.  
(Albert Einstein)

# **BAB 15**

## **ETIKA BISNIS PENGUSAHA**

Hidup kita meningkat hanya bila kita mengambil kesempatan-kesempatan, dan resiko pertama dan paling sulit yang dapat kita ambil adalah jujur dengan diri kita sendiri.  
(Walter Anderson)

Pada tahun 1990-an, Enron adalah perusahaan yang sangat bagus pertumbuhannya dan menjadi salah satu perusahaan besar dunia. Saat itu Enron dapat menikmati *booming* industri energi dan telah sukses memasok energi ke pangsa pasar yang begitu besar dan memiliki jaringan yang luar biasa luas. Enron bahkan berhasil menyinergikan jalur transmisi

energinya untuk jalur teknologi informasi. Dan data yang ada dari skilus bisnisnya, Enron memiliki profitabilitas yang cukup menggiurkan. Seiring dengan *booming*-nya industri energi, akhirnya Enron memosisikan diri sebagai *energy merchants* dan bahkan Enron disebut sebagai "*spark speed*".

Pada awalnya, Enron adalah perusahaan yang sangat menjaga reputasi dan kredibilitasnya, perusahaan ini mengikuti peraturan yang ada di pasar dengan sebagaimana mestinya. Namun akhirnya Enron meninggalkan prestasi dan reputasinya baik tersebut, karena melakukan penipuan dan penyesatan dengan rekayasa laporan keuangan sampai milyaran dollar AS! Selain Enron, Worldcom juga merupakan perusahaan besar di Amerika Serikat yang terlibat rekayasa laporan keuangan milyaran hingga dollar AS. Dalam pembukuannya, Worldcom mengumumkan laba sebesar USD 3,8 milyar antara

Januari 2001 dan Maret 2002. Hal itu bisa terjadi karena rekayasa akuntansi. Penipuan ini telah menenggelamkan kepercayaan investor terhadap korporasi AS dan menyebabkan harga saham dunia menurun serentak di akhir Juni 2002. Dalam perkembangannya, Scott Sullifan (CEO) Worldcom dituduh telah melakukan tindakan kriminal di bidang keuangan dengan kemungkinan hukuman 10 tahun penjara. Seperti Enron, Worldcom pun akhirnya kolaps dan para investor memilih untuk menghentikan atau mengurangi aktivitasnya di bursa saham.

Kasus seperti ini ternyata tidak hanya menimpa perusahaan-perusahaan besar saja, para pengusaha kecil pun banyak yang melakukan tindakan tidak etis ini. Banyak pengusaha yang terjerumus pada perbuatan tercela seperti menghalalkan segala cara untuk mencapai tujuannya, berbohong, arogan, suka

menyuap, serakah dan sering kali terlibat korupsi-manipulasi. Mengapa hal ini bisa terjadi? Karena mereka tidak menganggap etika sebagai bagian penting dalam pembangunan fondasi bisnisnya.

Secara etika, kita ingin senantiasa menjunjung tinggi kejujuran, tanggung jawab, bersaing secara sehat, menghargai khalayak dan mentaati hukum serta norma-norma yang berlaku. Akan tetapi pada kenyataannya, baik disengaja atau tidak, kita sering kali menemukan banyak pengusaha dan perusahaan yang melanggar etika untuk membangun dan mempertahankan usahanya. Misalnya dengan menyerang produk lain yang menjadi pesaingnya, melakukan monopoli, menyuap birokrat untuk mendapatkan proyek dari pemerintah, berbohong kepada pelanggan dengan memberikan produk yang buruk kualitasnya, gratifikasi, tidak memperhatikan kesejahteraan karyawannya, curang dalam perjanjian

bisnis, dan lain sebagainya. Perilaku ini tentu tidak etis dan cenderung merugikan bisnisnya dalam jangka panjang.

Perusahaan atau pengusaha yang meyakini prinsip bisnis dengan baik dan dapat menjaga integritasnya adalah pebisnis yang beretika. Mereka menjalankan bisnisnya dengan kinerja unggul dan berkesinambungan yang dijalankan dengan mentaati kaidah-kaidah etika sejalan dengan hukum dan peraturan yang berlaku. Perusahaan dan pengusaha yang menjaga reputasi dan kredibilitas bisnisnya tidak akan tergelincir pada perilaku-perilaku tidak etis seperti yang telah saya sebutkan di atas. Mereka meyakini bahwa etika bisnis dalam suatu perusahaan dapat membentuk nilai, norma dan perilaku karyawan serta pimpinan dalam membangun hubungan yang adil dan sehat dengan pelanggan/mitra kerja, pemegang saham, masyarakat. Selain itu,

etika bisnis juga dapat menjadi standar dan pedoman bagi seluruh karyawan termasuk manajemen dan menjadikannya sebagai pedoman untuk melaksanakan pekerjaan sehari-hari dengan dilandasi moral yang luhur, jujur, transparan dan sikap yang profesional.

Untuk itulah kita perlu membangun bisnis kita secara etis, yaitu suatu bisnis yang dilandasi nilai-nilai kejujuran, mampu bersaing secara sehat, dapat menghargai khalayak dan mentaati hukum serta norma-norma yang berlaku. Hindarilah membangun bisnis Anda dengan perilaku tidak etis karena pada hakekatnya bisnis seperti itu tidak kongruen dan dipaksakan atas dasar tuntutan dan kepentingan sesaat yang akan menghancurkan kita dalam jangka panjang. Yakinlah pengusaha yang menerapkan etika bisnis sebagai landasan usahanya akan tumbuh berkembang dan berakhir sebagai pengusaha sukses.

## Pengertian Etika

Sebelum kita membahas etika berwirausaha secara lebih mendalam, ada baiknya kita mencari tahu dulu apa etika itu sebenarnya. Etika *secara etimologi* berasal dari bahasa Yunani yaitu “*ethos*” yang berarti watak kesusilaan atau adat kebiasaan (*custom*). Etika biasanya berkaitan erat dengan perkataan moral yang merupakan istilah dari bahasa Latin, yaitu “*Mos*” dan dalam bentuk jamaknya “*Mores*”, yang berarti juga adat kebiasaan atau cara hidup seseorang dengan melakukan perbuatan yang baik dan menghindari hal-hal tindakan yang buruk.

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, etika memiliki tiga arti, yaitu ilmu tentang apa yang baik dan apa yang buruk dan tentang hak dan kewajiban moral (akhlak), kumpulan asas atau nilai yang berkenaan dengan akhlak dan nilai mengenai benar dan salah yang dianut suatu golongan atau

masyarakat. Jadi etika sebenarnya merupakan sarana yang memberi orientasi pada hidup kita sebagai manusia. Melalui etika, kita diajak untuk memiliki kedalaman sikap, memiliki kemandirian dan tanggung jawab terhadap hidup kita sendiri.

Kita sebagai manusia baru disebut etis apabila secara utuh dan menyeluruh mampu memenuhi hajat hidup kita dalam rangka asas keseimbangan antara kepentingan pribadi dengan kepentingan umum, antara kebutuhan rohani dan jasmani dan serta antara makhluk dengan khaliq (Sang Pencipta). Bisnis yang etis hanya dapat tercipta jika kita senantiasa bertolak pada itikad yang jujur, taat pada hukum dan norma yang berlaku, serta berusaha untuk menghargai semua orang. Kita harus menyadari bahwa dari itikad, kiprah dan usaha tersebut akan memperkuat posisi, peran, dan wibawa bisnis kita dalam dunia usaha. Sehingga pada akhirnya, kita dapat mengembangkan

bisnis yang kita miliki menuju puncak kesuksesan seperti yang kita harapkan.

## **Etika VS Etiket**

Apakah etika sama dengan etiket? ternyata tanpa kita sadari, kita masih sering kebingungan untuk membedakan antara etika dan etiket. Meskipun keduanya memiliki persamaan yaitu memberikan pedoman terhadap nilai-nilai yang berlaku di masyarakat, sesungguhnya etika dan etiket memiliki pengertian yang berbeda. Jika etika berkaitan dengan moral (*mores*), maka etiket berkaitan dengan nilai sopan santun atau tata krama dalam pergaulan formal.

Istilah etiket berasal dari kata *etiquette* (Perancis) yang bermula dari kartu undangan yang biasanya dipergunakan pada jaman kerajaan di Perancis ketika mengadakan pertemuan resmi, pesta

dan resepsi untuk kalangan bangsawan. Dalam perkembangannya, etiket menjadi suatu tata aturan sopan santun yang disetujui oleh masyarakat tertentu dan menjadi norma serta panutan dalam bertingkah laku sebagai anggota masyarakat yang baik.

Menurut K. Bertens dalam bukunya yang berjudul *Etika*, perbedaan antara etika dan etiket adalah:

- *Etika* adalah niat, apakah perbuatan itu boleh dilakukan atau tidak sesuai pertimbangan niat baik atau buruk sebagai akibatnya. *Etiket* merupakan tata cara melakukan perbuatan benar sesuai dengan yang diharapkan.
- *Etika* adalah nurani (batiniah), bagaimana harus bersikap etis dan baik yang sesungguhnya timbul dari kesadaran diri pribadi. *Etiket* adalah formalitas (lahiriah), tampak dari sikap luarnya penuh dengan sopan santun dan kebaikan.

- *Etika* bersifat absolut, artinya tidak dapat ditawar-tawar lagi, kalau perbuatan baik mendapat pujian dan *perbuatan* salah mendapat sanksi. Etiket bersifat relatif, yaitu perbuatan yang dianggap tidak sopan dalam suatu kebudayaan daerah tertentu, belum tentu dianggap sama di daerah lainnya.
- *Etika* berlakunya, tidak tergantung pada ada atau tidaknya orang lain yang hadir. Etiket hanya berlaku, jika ada orang lain yang hadir.

## **Etika Bisnis**

Salah satu aspek yang sangat populer dan perlu mendapat perhatian dalam dunia bisnis ini adalah norma dan etika bisnis. Etika bisnis selain dapat menjamin kepercayaan dan loyalitas dari semua unsur yang berpengaruh pada perusahaan, juga sangat menentukan maju atau mundurnya

perusahaan. Ibarat sebuah mobil, laju mobil penting untuk dapat mengantarkan penumpangnya ke tempat tujuan. Mobil melaju karena injakkan pedal gas pengemudinya dan berhenti kerana injakan pedal rem. Injakan pedal gas mobil diperlukan agar mobil dapat melaju dan injakan pedal rem diperlukan agar mobil melaju dengan selamat.

Begitu pula sebuah perusahaan bergerak karena beraksinya sumber daya manusia bersama-sama sumberdaya yang lain. Agar aksi manajemen perusahaan berjalan selamat perlu memperhatikan etika bisnis. Etika merupakan rem perusahaan agar berkerja tidak bertabrakan dengan pemegang kepentingan perusahaan, seperti pelanggan, pemerintah, pemilik, kreditur, pekerja dan komunitas atau masyarakat. Hubungan yang harmonis dengan pemegang kepentingan akan menghasilkan energi positif buat kemajuan perusahaan.

Menurut Von der Embse dan R.A. Wagley dalam artikelnya di *Advance Managemen Journal* (1988) yang berjudul *Managerial Ethics Hard Decisions on Soft Criteria*, terdapat tiga pendekatan dasar dalam merumuskan tingkah laku etika kita, yaitu :

- ✓ **Utilitarian Approach** : setiap tindakan harus didasarkan pada konsekuensinya. Oleh karena itu, dalam bertindak seseorang seharusnya mengikuti cara-cara yang dapat memberi manfaat sebesar-besarnya kepada masyarakat, dengan cara yang tidak membahayakan dan dengan biaya serendah-rendahnya.
- ✓ **Individual Rights Approach** : setiap orang dalam tindakan dan kelakuannya memiliki hak dasar yang harus dihormati. Namun tindakan ataupun tingkah laku tersebut harus dihindari

apabila diperkirakan akan menyebabkan terjadi benturan dengan hak orang lain.

- ✓ **Justice Approach** : para pembuat keputusan mempunyai kedudukan yang sama, dan bertindak adil dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan baik secara perseorangan ataupun secara kelompok.

Sementara itu menurut pengertiannya, beberapa ahli mendefinisikan etika bisnis sebagai:

- ✓ **Velasques (2002)**: Etika bisnis merupakan studi yang dikhususkan mengenai moral yang benar dan salah. Studi ini berkonsentrasi pada standar moral sebagaimana diterapkan dalam kebijakan, institusi, dan perilaku bisnis.
- ✓ **Steade et al (1984: 701)**: Etika bisnis adalah standar etika yang berkaitan dengan tujuan

dan cara membuat keputusan bisnis. Menurut Hill dan Jones (1998) Etika bisnis merupakan suatu ajaran untuk membedakan antara salah dan benar guna memberikan pembekalan kepada setiap pemimpin perusahaan ketika mempertimbangkan untuk mengambil keputusan strategis yang terkait dengan masalah moral yang kompleks.

- ✓ **Zimmerer:** etika bisnis adalah suatu kode etik perilaku pengusaha berdasarkan nilai-nilai moral dan norma yang dijadikan tuntunan dalam membuat keputusan dan memecahkan persoalan-persoalan yang dihadapi.
- ✓ **Ronald J. Ebert dan Ricky M. Griffin:** etika bisnis adalah istilah yang sering digunakan untuk menunjukkan perilaku etika dari seorang manajer atau karyawan suatu organisasi. Etika

bisnis sangat penting untuk mempertahankan loyalitas pemilik kepentingan.

Jadi, Etika bisnis adalah suatu kode etik perilaku pengusaha berdasarkan nilai-nilai moral dan norma yang dijadikan tuntunan dalam berusaha dan memecahkan persoalan-persoalan yang dihadapi dalam suatu perusahaan. Etika bisnis sangat penting untuk mempertahankan loyalitas pemilik kepentingan dalam membuat keputusan dan memecahkan persoalan perusahaan. Mengapa demikian? Karena semua keputusan perusahaan sangat mempengaruhi dan dipengaruhi oleh pemilik kepentingan.

Pemilik kepentingan adalah semua individu atau kelompok yang berkepentingan dan berpengaruh terhadap keputusan perusahaan. Ada dua jenis pemilik kepentingan yang berpengaruh

terhadap perusahaan, yaitu pemilik kepentingan internal dan eksternal. Investor, karyawan, manajemen, dan pimpinan perusahaan merupakan pemilik kepentingan internal, sedangkan pelanggan, asosiasi dagang, kreditor, pemasok, pemerintah, masyarakat umum, kelompok khusus yang berkepentingan terhadap perusahaan merupakan pemilik kepentingan eksternal. Pihak-pihak ini sangat menentukan keputusan dan keberhasilan perusahaan. Yang termasuk kelompok pemilik kepentingan yang memengaruhi keputusan bisnis adalah: (1) Para pengusaha/mitra usaha, (2) Petani dan pemasok bahan baku, (3) Organisasi pekerja, (4) Pemerintah, (5) Bank, (6) Investor, (7) Masyarakat umum, serta (8) Pelanggan dan konsumen.

Standar etika dalam bisnis dapat dipertahankan melalui:

1. Menciptakan kepercayaan perusahaan. Kepercayaan perusahaan dalam menetapkan nilai-nilai perusahaan yang mendasari tanggung jawab etika bagi pemilik kepentingan.
2. Mengembangkan kode etik. Kode etik merupakan suatu catatan tentang standar tingkah laku dan prinsip-prinsip etika yang diharapkan perusahaan dari karyawan.
3. Menjalankan kode etik secara adil dan konsisten. Pengusaha harus mengambil tindakan apabila mereka melanggar etika. Bila karyawan mengetahui bahwa yang melanggar etika tidak dihukum, maka kode etik menjadi tidak berarti apa-apa.
4. Lindungi hak perorangan. Akhir dari semua keputusan setiap etika sangat bergantung pada individu. Melindungi seseorang dengan

kekuatan prinsip moral dan nilainya merupakan jaminan terbaik untuk menghindari penyimpangan etika. Untuk membuat keputusan etika seseorang harus memiliki: (a) Komitmen etika, yaitu tekad seseorang untuk bertindak secara etis dan melakukan sesuatu yang benar; (b) Kesadaran etika, yaitu kemampuan kompetensi, yaitu kemampuan untuk menggunakan suara pikiran moral dan mengembangkan strategi pemecahan masalah secara praktis.

5. Adakan pelatihan etika. Workshop merupakan alat untuk meningkatkan kesadaran para karyawan.
6. Lakukan audit etika secara periodik. Audit merupakan cara terbaik untuk mengevaluasi efektivitas sistem etika. Hasil evaluasi tersebut

akan memberikan suatu sinyal kepada karyawan bahwa etika bukan sekadar gurauan.

7. Pertahankan standar tinggi tentang tingkah laku, tidak hanya aturan. Tidak ada seorang pun yang dapat mengatur norma dan etika. Akan tetapi, pengusaha bisa saja membolehkan orang untuk mengetahui tingkat penampilan yang mereka harapkan. Standar tingkah laku sangat penting untuk menekankan betapa pentingnya etika dalam organisasi. Setiap karyawan harus mengetahui bahwa etika tidak bisa dinegosiasi atau ditawar.
8. Hindari contoh etika yang tercela setiap saat dan etika diawali dari atasan. Atasan harus memberi contoh dan menaruh kepercayaan kepada bawahannya.
9. Ciptakan budaya yang menekankan komunikasi dua arah. Komunikasi dua arah sangat penting,

yaitu untuk menginformasikan barang dan jasa yang kita hasilkan dan menerima aspirasi untuk perbaikan perusahaan.

10. Libatkan karyawan dalam mempertahankan standar etika. Para karyawan diberi kesempatan untuk memberikan umpan balik tentang bagaimana standar etika dipertahankan.

### **Asas Etika Wirausaha**

✓ **Jujur.**

Kejujuran memiliki makna keselarasan antara berita dengan kenyataan yang ada. Sikap jujur jika diartikan secara baku adalah "mengakui, berkata atau memberikan suatu informasi yang sesuai kenyataan dan kebenaran". Rasulullah SAW menganjurkan kita untuk selalu jujur karena kejujuran merupakan pintu gerbang

akhlak mulia yang akan mengarahkan kita kepada akhlak tersebut, sebagaimana dijelaskan oleh Rasulullah SAW, "Sesungguhnya kejujuran membawa kepada kebajikan." Allah pun menyanjung orang-orang yang mempunyai sifat jujur dan mengabarkan bahwa tidak ada yang bermanfaat bagi seorang hamba dan yang mampu menyelamatkannya dari azab, kecuali kejujurannya (kebenaran-nya). Allah berfirman dalam QS al-Maidah 5:119, "Ini adalah suatu hari yang bermanfaat bagi orang-orang yang benar (jujur) kebenaran mereka. Bagi mereka surga yang di bawahnya mengalir sungai-sungai; mereka kekal di dalamnya selama-lamanya; Allah ridha terhadapNya. Itulah keberuntungan yang paling besar." Oleh karena itu, jujurilah dalam membangun bisnis kita. Mulailah dengan niat

dalam hati, lalu dalam perkataan dan perbuatan kita sehari-hari. Bersikaplah jujur di mana pun kita berada, karena kejujuran merupakan modal yang penting untuk membangun bisnis kita dalam mendapatkan kepercayaan orang lain.

✓ **Tanggung jawab.**

Makna dari tanggung jawab adalah kita siap menerima kewajiban dan tugas yang dibebankan kepada kita. Tanggung jawab sesungguhnya lahir dari tuntutan etika amanah yang berawal dari pengertian bahwa bumi, hidup, keluarga, pekerjaan dan harta yang kita miliki dan jalani saat ini bukanlah sepenuhnya milik kita. Allah telah menganugerahkan kepada kita semua amanah tersebut, tentu sudah kewajiban kita untuk menjaga dan

merawatnya dengan baik. Rasulullah SAW bersabda dalam HR Bukhari-Muslim, "Setiap orang dari kamu adalah pemimpin, dan kamu bertanggung jawab atas kepemimpinan itu." Oleh karena itu, terimalah tanggung jawab yang dibebankan kepada bisnis kita dengan mengambil tanggung jawab dari hal-hal kecil dan di depan mata kita terlebih dulu. Dengan menerima tanggung jawab, maka bisnis kita akan menjadi bisnis yang semakin kuat etos tanggung jawabnya dan bisa menjadi *problem solver* masalah pelanggan kita. Albert Einstein mengatakan, "*The price of greatness is responsibility*" (harga sebuah keunggulan ada di tanggung jawab).

✓ **Bersaing sehat.**

Makna bersaing sehat, berarti bisnis kita harus bermanfaat bagi *stakeholder* atau pihak-pihak yang berkepentingan. Kita tidak boleh merendahkan bisnis lain yang menjadi pesaing kita. Kapan pun dan di mana pun kita berada, tentu kita akan selalu menghadapi persaingan. Apalagi saat ini dunia bergerak semakin cepat dan iklim persaingan usaha pun semakin ketat. Agar bisnis kita tidak tergelincir ke arah persaingan yang tidak sehat seperti berperilaku curang dan menghalalkan segala cara yang mengarah pada konflik kepentingan, tentu dibutuhkan etika yang akan menjadi pedoman kita dalam mem-bangun bisnis kita. Melalui persaingan sehat dan perilaku etis, bisnis kita dapat dimaksimalkan kinerjanya dan memotivasi kita meraih prestasi kehidupan.

✓ **Menghargai orang lain.**

Kesuksesan bisnis kita tergantung pada kesuksesan orang lain, kita tidak mungkin mendapatkannya dengan hanya mengandalkan kemampuan yang kita miliki. Bagaimana pun kita akan selalu membutuhkan bantuan orang lain, baik sebagai karyawan, rekan kerja, maupun pelanggan. Oleh karena itu, carilah kelebihan-kelebihan setiap orang yang berada dalam lingkaran bisnis kita dan buatlah mereka merasa penting dan berharga. Hargailah orang di sekitar kita dengan membangun hubungan saling percaya, saling mengasihi dan menghormati. Percayalah bahwa orang lain pun akan lebih menghargai orang yang menghargai mereka. Rasulullah SAW menjelaskan dalam HR Ahmad, “Tidak termasuk golongan umatku orang yang tidak

menghormati mereka yang lebih tua dan tidak mengasihi mereka yang lebih muda darinya, serta tidak mengetahui hak-hak orang berilmu.”

✓ **Mentaati hukum dan norma yang berlaku.**

Pada dasarnya, norma disusun agar hubungan di antara manusia dalam masyarakat dapat berlangsung tertib sebagaimana yang diharapkan. Norma memiliki fungsi sebagai pedoman dan pengatur dasar kehidupan seseorang dalam bermasyarakat untuk mewujudkan kehidupan antara manusia yang aman, tenteram dan sejahtera. Dalam kehidupan, kita mengenal berbagai macam norma, mulai dari norma kesopanan dan norma kebiasaan yang hanya berlaku pada kelompok masyarakat tertentu saja sampai

norma agama dan kesusilaan yang berlaku secara luas di setiap kelompok masyarakat bagaimanapun tingkat peradabannya. Agar norma-norma tersebut tidak dilanggar, maka dibuatlah norma hukum sebagai peraturan yang memiliki sanksi dan alat penegaknya. Keseimbangan bisnis kita akan terwujud apabila kita mampu mentaati hukum dan norma-norma yang berlaku dalam kehidupan kita.

### **Prinsip-prinsip Etika Bisnis**

Pada dasarnya, setiap pelaksanaan bisnis seyogyanya harus menyelaraskan proses bisnis tersebut dengan etika bisnis yang telah disepakati secara umum dalam lingkungan tersebut. Sebenarnya terdapat beberapa prinsip etika bisnis yang dapat dijadikan pedoman bagi setiap bentuk usaha. Sonny

Keraf (1998) menjelaskan bahwa prinsip etika bisnis adalah sebagai berikut:

- ✓ **Prinsip Otonomi;** yaitu sikap dan kemampuan manusia untuk mengambil keputusan dan bertindak berdasarkan kesadarannya tentang apa yang dianggapnya baik untuk dilakukan.
- ✓ **Prinsip Kejujuran;** terdapat tiga lingkup kegiatan bisnis yang bisa ditunjukkan secara jelas bahwa bisnis tidak akan bisa bertahan lama dan berhasil kalau tidak didasarkan atas kejujuran. Pertama, jujur dalam pemenuhan syarat-syarat perjanjian dan kontrak. Kedua, kejujuran dalam penawaran barang atau jasa dengan mutu dan harga yang sebanding. Ketiga, jujur dalam hubungan kerja intern dalam suatu perusahaan.
- ✓ **Prinsip Keadilan;** menuntut agar setiap orang diperlakukan secara sama sesuai dengan

aturan yang adil dan sesuai criteria yang rasional obyektif, serta dapat dipertanggung jawabkan.

- ✓ **Prinsip Saling Menguntungkan** (*Mutual Benefit Principle*); menuntut agar bisnis dijalankan sedemikian rupa sehingga menguntungkan semua pihak.
- ✓ **Prinsip Integritas Moral**; terutama dihayati sebagai tuntutan internal dalam diri pelaku bisnis atau perusahaan, agar perlu menjalankan bisnis dengan tetap menjaga nama baik pimpinan atau orang-orangnya maupun perusahaannya.

Sementara itu menurut pendapat Michael Josephson, ada 10 prinsip etika yang mengarahkan perilaku bisnis, yaitu:

1. **Kejujuran**, yaitu penuh kepercayaan, bersifat jujur, sungguh-sungguh, terus-terang, tidak curang, tidak mencuri, tidak menggelapkan, tidak berbohong.
2. **Integritas**, yaitu memegang prinsip, melakukan kegiatan yang terhormat, tulus hati, berani dan penuh pendirian/keyakinan, tidak bermuka dua, tidak berbuat jahat, dan dapat dipercaya.
3. **Memelihara janji**, yaitu selalu menaati janji, patut dipercaya, penuh komitmen, patuh, tidak menginterpretasikan persetujuan dalam bentuk teknikal atau legalitas dengan dalih ketidakrelaan.
4. **Kesetiaan**, yaitu hormat dan loyal kepada keluarga, teman, karyawan, dan negara, tidak menggunakan atau memperlihatkan informasi rahasia, begitu juga dalam suatu konteks profesional, menjaga/melindungi kemampuan

untuk membuat keputusan profesional yang bebas dan teliti, dan menghindari hal yang tidak pantas serta konflik kepentingan.

5. **Kewajaran/keadilan**, yaitu berlaku adil dan berbudi luhur, bersedia mengakui kesalahan, memperlihatkan komitmen keadilan, persamaan perlakuan individual dan toleran terhadap perbedaan, serta tidak bertindak melampaui batas atau mengambil keuntungan yang tidak pantas dari kesalahan atau kemalangan orang lain.
6. **Suka membantu orang lain**, yaitu saling membantu, berbaik hati, belas kasihan, tolong menolong, kebersamaan, dan menghindari segala sesuatu yang membahayakan orang lain.
7. **Hormat kepada orang lain**, yaitu menghormati martabat orang lain, kebebasan dan hak

menentukan nasib sendiri bagi semua orang, bersopan santun, tidak merendahkan dan mempermalukan martabat orang lain.

8. **Warga negara yang bertanggung jawab**, yaitu selalu mentaati hukum/aturan, penuh kesadaran sosial, dan menghormati proses demokrasi dalam mengambil keputusan.
9. **Mengejar keunggulan**, yaitu mengejar keunggulan dalam segala hal, baik dalam pertemuan pesonal maupun pertanggung-jawaban profesional, tekun, dapat dipercaya/diandalkan, rajin penuh komitmen, melakukan semua tugas dengan kemampuan terbaik, dan mengembangkan serta mempertahankan tingkat kompetensi yang tinggi.
10. **Dapat dipertanggungjawabkan**, yaitu memiliki dan menerima tanggung jawab atas keputusan

dan konsekuensinya serta selalu memberi contoh.

## **Pertanggungjawaban Perusahaan**

Selain etika, yang tidak kalah pentingnya adalah pertanggungjawaban sosial perusahaan. Etika sangat berpengaruh terhadap tingkah laku individual. Tanggung jawab sosial mencoba menjembatani komitmen individu dan kelompok dalam suatu lingkungan sosial, seperti pelanggan, perusahaan lain, karyawan, dan investor. Tanggung jawab sosial menyeimbangkan komitmen-komitmen yang berbeda.

Perusahaan dan pengusaha mempunyai tanggung jawab sosial (*corporate social responsibility*) kepada pelanggannya, kreditor, pemegang saham, karyawan, lingkungan serta komunitasnya. Sebagai akibat keputusan yang tidak

etis, maka perusahaan dihadapkan pada persoalan gugatan hukum dan pada akhirnya akan berimplikasi pada nilai perusahaan itu sendiri.

Menurut Zimmerer, ada beberapa macam pertanggungjawaban perusahaan, yaitu:

**1. Tanggung jawab terhadap lingkungan.**

Perusahaan harus ramah lingkungan, artinya perusahaan harus memerhatikan, melestarikan, dan menjaga lingkungan, misalnya tidak membuang limbah yang mencemari lingkungan, berusaha mendaur ulang limbah yang merusak lingkungan, dan menjalin komunikasi dengan kelompok masyarakat yang ada di lingkungan sekitarnya.

**2. Tanggung jawab terhadap karyawan.**

Semua aktivitas manajemen sumber daya manusia seperti penerimaan karyawan baru,

pengupahan, pelatihan, promosi, dan kompensasi merupakan tanggung jawab perusahaan terhadap karyawan. Tanggung jawab perusahaan terhadap karyawan dapat dilakukan dengan cara: perusahaan menjamin kesehatan dan keselamatan karyawan, memberikan gaji yang adil, dan tidak boleh memberhentikan karyawan dengan sewenang-wenang.

3. **Tanggung jawab terhadap pelanggan.**

Tanggung jawab sosial perusahaan terhadap pelanggan menurut Ronald J. Ebert (2000:88) ada dua kategori, yaitu (1) Menyediakan barang dan jasa yang berkualitas; dan (2) Memberikan harga produk dan jasa yang adil dan wajar. Tanggung jawab sosial perusahaan juga termasuk melindungi hak-hak pelanggan.

Menurutnya, ada empat hak pelanggan, yaitu:

- a. Hak mendapatkan produk yang aman.
- b. Hak mendapatkan informasi segala aspek produk.
- c. Hak untuk didengar.

d. Hak memilih apa yang akan dibeli.

Sedangkan menurut Zimmerer (1996), hak-hak pelanggan yang harus dilindungi meliputi:

- a. Hak keamanan. Barang dan jasa yang dihasilkan oleh perusahaan harus berkualitas dan memberikan rasa aman, demikian juga kemasannya.
- b. Hak mengetahui. Konsumen berhak untuk mengetahui barang dan jasa yang mereka beli, termasuk perusahaan yang menghasilkan barang tersebut.
- c. Hak untuk didengar. Komunikasi dua arah harus dibentuk, yaitu untuk menyalurkan keluhan produk dan jasa dari konsumen dan untuk menyampaikan berbagai informasi barang dan jasa dari perusahaan.

- d. Hak atas pendidikan. Pelanggan berhak atas pendidikan, misalnya pendidikan tentang bagaimana menggunakan dan memelihara produk. Perusahaan harus menyediakan program pendidikan agar pelanggan memperoleh informasi barang dan jasa yang akan dibelinya.
  - e. Hak untuk memilih. Hal terpenting dalam persaingan adalah memberikan hak untuk memilih barang dan jasa yang mereka perlukan. Tanggung jawab sosial perusahaan adalah tidak mengganggu persaingan dan mengabaikan undang-undang anti monopoli (*antitrust*).
4. **Tanggung jawab terhadap investor.** Tanggung jawab perusahaan terhadap investor adalah menyediakan pengembalian investasi yang

menarik, seperti memaksimalkan laba. Selain itu, perusahaan juga bertanggung jawab untuk melaporkan kinerja keuangan kepada investor seakurat mungkin.

5. **Tanggung jawab terhadap masyarakat.**

Perusahaan harus bertanggung jawab terhadap masyarakat sekitarnya, misalnya menyediakan pekerjaan dan menciptakan kesehatan serta kontribusi terhadap masyarakat yang berada di sekitar lokasi perusahaan tersebut berada.

## DAFTAR PUSTAKA

A.J., Sjahrill.2011. *Human Resource Management and Development for a Changing Public Service*. Singapura: Civil Service College

Adams, J.Q.; Strother-Adams, Pearlie. 2001. *Dealing with Diversity*. Chicago: Kendall/Hunt

Ahren Yustika, 2003. *Negara Vs Kaum Miskin*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar

Anthony Robbins, *Awaken The Giant Within*. Alih bahasa oleh Drs. Arvin Saputra, Batam: Karisma Publishing Group, 2006.

Arsyad, Lincolin. 2004. *Ekonomi Pembangunan*. Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ekonomi YKPN

Backman, Michael. 2008. *Asia Future Shock*. Jakarta: Ufuk

Badruzaman, Abad. 2009. *Dari Teologi Menuju Aksi (Membela yang Lemah, Menggempur Kesenjangan)*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar

Basalla, George. 1988. *The Evolution of Technology*. Cambridge: Cambridge University Press

Barthos, Basir. 2001. *Manajemen Sumber Daya Manusia: Suatu Pendekatan Makro*. Jakarta: PT Bumi Aksara

Becker, Gary S. 1995. *Human Capital: A Theoretical Approach and Empirical Analysis with special Reference to education*. New York: Columbia University Press

Brian Mayne & Sangeeta Mayne, *Life Mapping*. Alih bahasa oleh Mustofa B. Santoso. Bandung: Kaifa, 2005.

Brian Tracy, *Change Your Thinking Change Your life*. Alih bahasa oleh Anies Lastianti. Bandung: Kaifa, 2007.

Buchari, Zainun. 1994. *Manajemen dan Motivasi*. Jakarta: Balai Aksara

Budiardjo, Prof. Miriam, editor. 1982. *Masalah Kenegaraan*. Jakarta: Gramedia

Daniel Goleman, *Emotional Intelligence, Why It Can Matter More than IQ*. New York: Bantam Books, 1995.

Daniel Goleman, *Social Intelligence*. Alih bahasa oleh Hariono S. Imam. Jakarta: Gramedia, 2007.

Danim, Sudarwan. 1996. *Transformasi Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara

Delors, J. et al. (1996). *Learning the Treasure Within, Education for the 21th Century*. New York : UNESCO

E. F. Schumacher, *Small Is Beautiful: Economics As If People Mattered*. London: Hartley & Marks Publishers, 1999.

Effendi, Tadjuddin Noer. 1995. *Sumber Daya Peluang Kerja dan Kemiskinan*. Yogyakarta: PT. Tiara Wacana Yogya

Ehrlich, Paul R. 1982. *The Population Bomb*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama

Farid Poniman. *STIFIn Personality: Mengenal Mesin Kecerdasan Anda cetakan VII*. Bekasi: PT STIFIn Fingerprint, 2011.

Farid Poniman, Indrawan Nugroho dan Jamil Azzaini. *Kubik Leadership: Solusi Esensial Meraih Sukses dan Hidup Mulia*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2008.

Gaffar, A. *Politik Indonesia: Transisi menuju Demokrasi cetakan VI*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2006.

Harrison, Lawrence E. & Samuel P. Huntington (ed.). 2000. *Culture Matters, How Values Shape Human Progress*. New York: Basic Books

Hasibuan, Malayu, S.P. 2003. *Manajemen Dasar, Pengertian dan Masalah*. Jakarta: PT Toko Gunung Agung

Hery Margono, Syahrial Yusuf dan Jen Z.A. Hans. *Manajemen Insan Sempurna: The Real Secret to Balance Your Life*. Jakarta: Insan Sempurna Mandiri, 2009.

Hubert K. Rampersad, *Pertajam Kompetensi Anda dengan Personal Balanced Scorecard; Sinergikan Ambisi Pribadi dengan Ambisi Perusahaan Anda*. Alih bahasa oleh Widya & Abdul Rosyid. Jakarta: Penerbit PPM, 2006.

Huri, Daman, dkk. 2008. *Demokrasi dan Kemiskinan*. Malang: Averroes Press

Ichsanuddin K., *99 Quantum Working*. Jakarta: Pustaka Nuun, 2007.

Jansen H. Sinamo, *Strategi Adaptif Abad ke-21: Berselancar di Atas Gelombang Krisis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2000.

Jen Z.A. Hans. *Strategi Pengembangan Diri*. Jakarta: Personal Development Training, 2006.

Kalpan, A., dan Laswel, H. 1970. *Power and Society New Haven*. Yale: Yale University Press

Koentjaraningkat. 2000. *Kebudayaan, Mentalitas dan Pembangunan*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama

Loekman Soetrisno. 1986. *Konsep Manusia dalam Sosiologi dalam Mencari Konsep Manusia Indonesia Sebuah Bunga Rampai*. Jakarta: Erlangga

Lubis, Muchtar. 1992. *Budaya, Masyarakat, Dan Manusia Indonesia*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia

M.M Papayungan.1995. *Pengembangan dan Peningkatan Mutu Sumber Daya Manusia Menuju Masyarakat Industrial Pancasila*. Bandung: Mizan

Michael J. Losier, *Law of Attraction: Mengungkap Rahasia Kehidupan*. Alih Bahasa oleh Arif Subiyanto MA. Jakarta: Ufuk Press, 2008.

Mokyr, Joel. 1990. *The Lever of Riches: Technological Creativity and Economic Progress*. New York: Oxford University Press

Muhidin, Syarif. 1982. *Pengantar Kesejahteraan Sosial*. Bandung: Sekolah Tinggi Kesejahteraan Sosial Bandung

Nasikun, Drs. 2011. *Sistem Sosial Indonesia*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada

Ndraha, Taliziduhu. 1997. *Metodologi Ilmu Pemerintahan*. Jakarta : Rineka Cipta

Notonagoro.1974. *Pancasila Dasar Falsafah Negara*.  
Jakarta: CV. Pantjuran Tudjuh

Nugroho, Riant, 2008. *Public Policy*. Jakarta: Elex  
Media Komputindo

Parson, Talcott. 1951. *The Social System*. New York:  
The Free Press

Pelly, Usman & Asih Menanti. 1994. *Teori-Teori Sosial  
Budaya*. Jakarta. Dirjen Dikti Depdiknas

Prahalad, C.K. 2002. *The Fortune at the Bottom of the  
Pyramid: Eradictaing Poverty through Profits*.  
Wharton School Publishing. New Jersey: Prentice Hall

Robbins, S.P. 2001. *Psikologi Organisasi*, (Edisi ke-8).  
Jakarta: Prenhallindo

Robyn, Meredith. 2010. *Menjadi Raksasa Dunia*.  
Bandung: Nuansa

Rohman, Arif & Wiyono, Teguh. 2010. *Education Policy in Decentralization Era*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar

Ross, J. et.al. 1997. *Intellectual capital: Navigating the New Business Landscape*. New York: MacMillan

Salim, Emil. 1996. *Aspek Sikap Mental Dalam Manajemen SDM*. Jakarta: Bina Aksara

Satjipto Rahardjo. 1986. *Gambaran Tentang Manusia dari Sudut Sosiologi dalam Mencari Konsep Manusia Indonesia Sebuah Bunga Rampai*. Jakarta: Erlangga

Semma, Mansyur. 2008. *Negara dan Korupsi*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia

Sen, Amartya. 1999. *Development as Freedom*. New York: Anchor Books.

Soedarsono, Soemarno. 2009. *Karakter Mengantar Bangsa Dari Gelap Menuju Terang*. PT Elex Media Komputindo. Jakarta

Soeharto, Edi. 2007. *Beberapa Pemikiran Tentang Pembangunan Kesejahteraan Sosial*. Malang: UMM Press

Soekidjo Notoatmodjo. 2003. *Pengembangan Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Rineka Cipta

Soetomo. 2006. *Strategi-strategi Pembangunan Masyarakat*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar

Stephen R. Covey, *The Seven Habits of Highly Effective People*. New York: Simon & Schuster, 1993.

Stephen R. Covey, *The 8 Habits: From Effectiveness to Greatness*. New York: Simon & Schuster, 2004.

Sugiarto, Ryan. 2009. *55 Kebiasaan Kecil yang Menghancurkan Bangsa*. Yogyakarta: Pinus Book publishing

Sukanto Reksodiprodjo. 2000. *Pengertian Produktivitas*. Jakarta: Bumi Aksara

Suharto, Edi. 2005. *Membangun Masyarakat Memberdayakan Rakyat*. Bandung: PT. Refika Aditama

Suharto, Edi. 2008. *Kebijakan Sosial Sebagai Kebijakan Publik*. Bandung: Alfabeta

Suryadi, A. 1995. *Kebijaksanaan Pendidikan dan Pengembangan Sumberdaya Manusia: Transisi Menuju era Indonesia Modern*. Jakarta: Pusat Informatika Balitbang Dikbud

Swasto, B. 1992. *Pengembangan Sumber Daya Manusia Pengaruhnya terhadap Kinerja dan Imbalan*. Malang: FIA Unibraw

Tilaar, H.A.R, Prof. DR. M.Sc,M.Ed. (1997). *Pengembangan Sumber Daya Manusia Dalam Era Globalisasi*. Jakarta: Grasindo

Tony Buzan, *Master Your Memory*. London: BBC, 2003.

Triwibowo, Darmawan dan Sugeng Bahagijo. 2006. *Mimpi Negara Kesejahteraan: Peran Negara dalam Produksi dan Alokasi Kesejahteraan Sosial*. Jakarta: LP3ES dan Perkumpulan Prakarsa

Viktor E. Frankl, *Man's Search for Meaning*. Alih bahasa oleh Lala Hermawati Dharma. Bandung: Penerbit Nuansa, 2004.

# **BONUS:**

# **Business Plan**

# BUSINESS PLAN

## I. Background/Situation Analysis

### A. Market Survey

.....  
.....  
.....  
.....

### B. Data Analysis

.....  
.....  
.....  
.....

### C. Target Market :

#### - Geografis:

.....  
.....  
.....  
.....

#### - Demografis :

Usia: .....

SEC : .....

Pendidikan : .....

Jenis kelamin: .....  
Pekerjaan: .....  
Psikografis : .....  
Gaya hidup: .....  
Kepribadian: .....

D. Positioning :

.....  
.....  
.....  
.....

E. Product Concept :

.....  
.....  
.....  
.....

**II. MARKETING PLAN**

**A. Objectives of the Study**

.....  
.....  
.....  
.....

## B. Demand

### 1. Consumption for the past years

Data perkembangan permintaan produk 5 tahun terakhir

TAHUN	PERMINTAAN	PERKEMBANGAN (%)
2009		
2010		
2011		
2012		
2013		

### 2. Projected demand

Proyeksi permintaan 3 tahun yang akan datang

TAHUN	PERMINTAAN	PERKEMBANGAN (%)
2014		
2015		
2016		

## C. Supply

### 1. Supply for the past years

Data perkembangan penawaran produk 5 tahun terakhir

TAHUN	PENAWARAN	PERKEMBANGAN (%)
2009		
2010		
2011		
2012		
2013		

## 2. Projected supply

Proyeksi penawaran 3 tahun yang akan datang

TAHUN	PENAWARAN	PERKEMBANGAN (%)
2014		
2015		
2016		

## D. Projected Sales & Market share

Proyeksi penjualan & pangsa pasar 3 tahun yang akan datang

TAHUN	PERKIRAAN PENAWARAN	PERKIRAAN PERMINTAAN	SELISIH D & S	% PANGSA PASAR
2014				
2015				
2016				

## E. Competitor Analysis

### 1. Direct Competitor

#### - Product :

.....  
.....  
.....

#### - Price :

.....  
.....  
.....

- **Place :**

.....  
.....  
.....

- **Promotion :**

.....  
.....  
.....

## **2. Indirect Competitor**

- **Product :**

.....  
.....  
.....

- **Price :**

.....  
.....  
.....

- **Place :**

.....  
.....  
.....

- **Promotion :**

.....  
.....  
.....

**F. Marketing Programs**

**1. Product**

- **Brand :**

.....  
.....  
.....

- **Slogan:**

.....  
.....  
.....

- **Product Category**

**1.** .....

.....  
.....

**2.** .....

.....  
.....

3. ....  
.....  
.....

- **Fact/Features & Benefit**

No	Fact/Features	Benefit
1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		
9		
10		

- **Product Development / Product Diversification**  
.....  
.....  
.....  
.....

**2. Pricing**

- **Skimming Price**

.....  
.....

- **Penetration Price**

.....  
.....  
.....

### **3. Place**

- **Intensive Distribution**

.....  
.....  
.....

- **Selective Distribution**

.....  
.....  
.....

- **Exclusive Distribution**

.....  
.....  
.....

### **4. Promotion**

- **Advertising**  
**Above the line :**

.....  
.....

**Below the line:**

.....  
.....  
.....

**Marketing PR / publicity:**

.....  
.....  
.....

**Sales Promotion:**

.....  
.....  
.....

**Personal Selling:**

.....  
.....  
.....

### III. TECHNICAL STUDY

#### A. Objectives of the Study

.....  
.....  
.....  
.....

#### B. Product

##### 1. Uraian Produk :

.....  
.....  
.....  
.....

##### 2. Manfaat Produk:

###### - Manfaat fungsi :

.....  
.....

###### - Manfaat emosi :

.....  
.....

- Manfaat sosial :

.....  
.....

**C. Production Process**

- 1. Uraian Proses Produksi :**

.....  
.....  
.....

- 2. Alternatif Proses Produksi:**

.....  
.....  
.....

- 3. Alasan Pemilihan Proses Produksi:**

.....  
.....  
.....

**D. Production Schedule**

- 1. ....**

.....

2. ....  
.....

3. ....  
.....

4. ....  
.....

5. ....  
.....

**E. Production Equipment**

1. ....  
.....

2. ....  
.....

3. ....  
.....

4. ....  
.....

5. ....  
.....

**F. Location**

1. Lokasi Pabrik :  
.....  
.....

2. Lokasi Kantor :  
.....  
.....

3. Lokasi Perusahaan Kompetitor :  
.....  
.....

## IV. MANAGEMENT STUDY

### A. Objectives of the Study

.....  
.....  
.....  
.....

### B. Form of Business Ownership

a. Nama Perusahaan:

.....  
.....

b. Lokasi :

.....  
.....

c. Bidang Usaha :

.....  
.....

d. Bentuk Hukum :

.....  
.....

e. Pemegang Saham :

.....  
.....

f. Modal Dasar :

.....  
.....

g. Modal Disetor :

.....  
.....

h. Bank :

.....  
.....

**C. Capitalization**

Sumber Modal Selain Penyertaan Saham :

1. ....
2. ....
3. ....

**D. Organization Aspect**

**1. Visi Organisasi**

.....  
.....

**2. Misi Organisasi**

.....  
.....  
.....

**3. Budaya Kerja Organisasi**

.....  
.....  
.....

**4. Struktur Organisasi**

.....  
.....  
.....

**E. Manpower requirement**

**1. Jumlah Karyawan Tetap**

.....

**2. Jumlah Karyawan Tidak Tetap**

.....

**3. Sistem rekrutmen Karyawan**

.....  
.....

**F. Compensation**

**Bentuk Kompensasi Yang Diberikan :**

1. ....  
.....
2. ....  
.....
3. ....  
.....
4. ....  
.....
5. ....  
.....

**G. Organization policies**

**1. Kebijakan Jangka Pendek**

- .....
- .....
- .....
- .....
- .....

**2. Kebijakan Jangka Menengah**

.....  
.....  
.....  
.....  
.....

**3. Kebijakan Jangka Panjang**

.....  
.....  
.....  
.....  
.....

**H. Legal requirement**

**Perijinan :**

1. ....  
.....
2. ....  
.....
3. ....  
.....

**I. Management cost**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Indonesia adalah negeri subur makmur loh jinawi dan memiliki kekayaan sumber daya alam yang sangat melimpah. Jumlah penduduknya pun luar biasa besar dan menguasai wilayah yang sangat luas. Melalui dukungan modal (*nature capital, physical capital, human capital, dan social capital*) yang maha melimpah seperti ini, Indonesia memiliki potensi yang sangat besar untuk menjadi salah satu negara terkaya dan termaju di Dunia.

Sebagai bangsa yang paling beruntung di dunia, seharusnya kita mampu sejajar dengan bangsa lain dan menjadi bangsa terpadang yang disegani dunia. Namun pada kenyataannya, kita sebagai bangsa Indonesia belum secara maksimal mengelola anugerah Tuhan yang sangat besar ini. Indonesia masih harus berjuang untuk mewujudkan kesejahteraan dan kemakmuran yang merata untuk seluruh rakyatnya.

Supaya Indonesia bisa bangkit dan mampu mengelola kekayaan modalnya sendiri, tentu dibutuhkan tenaga-tenaga terampil yang memiliki jiwa *entrepreneur* sekaligus memiliki rasa nasionalisme yang tinggi. Sudah saatnya Indonesia bangkit untuk memperjuangkan kekayaan yang telah menjadi haknya. Rakyat Indonesia berhak untuk sejahtera, semua lapisan masyarakat harus terlibat aktif untuk lebih produktif dan bermanfaat.

Buku **INDONESIAPRENEUR** ini hadir untuk menjadi pedoman bagaimana caranya menjadi pengusaha sukses khas Indonesia. Sosok pengusaha yang mampu mengolah sumber daya negerinya sendiri dan menjadi motor penggerak ekonomi bangsa, juga melakukan kontribusi nyata bagi kesejahteraan masyarakatnya.

ISBN 978-602-95552-3-3



9 786029 555233

**PT INSAN SEMPURNA MANDIRI**

Jl. Wolter Monginsidi No. 88 A

Kebayoran Baru

Jakarta Selatan 12170

Telp. 021 727 97 389

Fax. 021 722 0370