



# BISNIS KONGLOMERAT

*MENGUAK RAHASIA KONGLOMERAT INDONESIA*

Oleh : Felix Satwika

[WWW.BISNISKONGLOMERAT.COM](http://WWW.BISNISKONGLOMERAT.COM)



## Hak Cipta BisnisKonglomerat – BisnisKonglomerat.Com

Penulis, **Felix Satwika** dan **BisnisKonglomerat.Com**, telah mengeluarkan semua kemampuan terbaiknya untuk menciptakan produk informasi bermutu tinggi, informatif, dan sangat membantu para netter pemula dan expert untuk memulai bisnis di Internet dan mengetahui rahasia konglomerat Indonesia.

E-book ini dipublikasikan secara resmi melalui sistem reseller **BisnisKonglomerat.Com**. Semua teks dan grafis yang ada di dalamnya merupakan hak cipta **BisnisKonglomerat.Com**.

Tidak satupun dari publikasi ini boleh digandakan, disebarakan, atau direproduksi dengan cara apapun juga, termasuk mengcopy dan mencetaknya tanpa izin tertulis dari penulis.

**BisnisKonglomerat - BisnisKonglomerat.Com © 2005**  
**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

Anda bisa menghasilkan keuntungan dari produk kami dengan mengikuti **Program Reseller Bagi Hasil** untuk setiap anggota baru **BisnisKonglomerat.com** atas rekomendasi Anda. Tanpa perlu banyak modal yang harus anda keluarkan, kita bisa menjadi partner dalam usaha bisnis Online.

**PERHATIAN:** Bila anda menemukan terdapat oknum/situs tertentu yang menawarkan, menjual, atau mereproduksi produk ini tanpa melalui cara yang kami anjurkan, harap kesediaan anda beritahu kami. Kami akan berikan imbalan menarik atas laporan Anda.

Lapor melalui email ke : [admin@bisniskonglomerat.com](mailto:admin@bisniskonglomerat.com)

**Felix Satwika**  
<http://www.bisniskonglomerat.com>



**Pesan pertama saya adalah :**

**Jangan pernah menyebarkan informasi yang ada di dalam e-book ini secara gratis.**

**Anda akan rugi, karena sesungguhnya anda dapat memperoleh penghasilan melimpah dari e-book ini.**

**Saya akan tunjukkan caranya....!!!**



*“Terima kasih untuk Tuhan, yang karyaNya  
sungguh-sungguh nyata di dalam kehidupanku... ”*

*“Terima kasih untuk keluargaku, yang telah memberiku  
semangat dan kekuatan, di dalam menyelesaikan karya besar ini... ”*

*“Terima kasih untuk konglomerat-konglomerat Indonesia  
yang telah mendorongku untuk membuat karya besar ini... ”*

*“Terima kasih untuk mereka yang telah mendoakan,  
memberi semangat dan harapan bahwa aku bisa berguna untuk  
negeri ini... ”*

*Felix Satwika, S.Ked  
Bandung, 8 April 2005*



# DAFTAR ISI

## Bisnis Konglomerat

### 1. PENDAHULUAN

- Ø Apakah Anda Siap Terjun Ke Dunia Konglomerat dan Teknologi Informasi ?
- Ø Mengapa E-book Ini Saya Buat ?
- Ø Pengalaman Pribadi
- Ø Bagaimana Membaca dan Menggunakan E-book ini ?

### 2. APA YANG DILAKUKAN KONGLOMERAT ?

- Ø Masa Depan Itu di Tangan Anda Sendiri
- Ø Rejeki Itu Bisa Direncanakan
- Ø Sukses Itu Guru Yang Jelek
- Ø Segeralah Bertindak !
- Ø Paradigma Bisnis di Era Millenium
- Ø Menjadi Boss Bagi Diri Sendiri
- Ø Berani ! Modal Awal Konglomerat
- Ø Kreativitas Tak Pernah Henti
- Ø Membangun Jejaring, Mutlak !
- Ø Manfaatkan Otak Orang Lain
- Ø Apa yang Diperlukan Untuk Menghadapi Kegagalan ?



### 3. RAHASIA KONGLOMERAT INDONESIA, DARI NOL HINGGA SUKSES

- Ø Abdul Latief, Sukses Bisnis dengan Gaya yang Trendi dan Modis
- Ø Alim Markus, Penembak Burung Grup Maspion
- Ø Chairul Tanjung, Sukses Bisnis di Saat Krisis
- Ø Eka Tjipta Wijaya, Saya Belajar di Pinggir Jalan
- Ø Jacob Oetama
- Ø Joseph “Mr.JOGER” Theodorus W, Pemilik Joger T-Shirt Bali
- Ø Liem Sioe Liong ( Soedono Salim ), Membangun Kerajaan Dagang Dunia
- Ø Marius “C59” Widyarto, Sukses Berbisnis Dengan Desain Kreatif
- Ø Mochtar Riady
- Ø Puspo Wardoyo, Sukses Berbisnis Dengan Manajemen Konflik
- Ø Surya Paloh, Sukses Anak Kolong Dalam Bisnis Media
- Ø Abdullah Gymnastiar (AA GYM), Sukses Bisnis Dengan Akhlak
- Ø Arifin Panigoro, Raja Minyak Yang Aktif di Politik
- Ø Bambang Nuryatno Rachmadi, Mr. Tonny Mc Donald’s Indonesia
- Ø Bob Sadino
- Ø Ciputra, Maestro Real Estate Indonesia
- Ø Dewi Motik Pramono, Putri Ayu Bisnis Indonesia



- Ø Fadel Muhammad, Strategi Yang Baik Mampu Menciptakan Pasar Bisnis
- Ø Hari Dharmawan, Legenda Bisnis “Matahari”
- Ø Helmy “Siapa Berani” Yahya, Sukses Bisnis Si Raja Kuis
- Ø Marimutu Sinivasan
- Ø Mooryati Soediby, Ketekunan Kerja Penjual Jamu
- Ø Sukamdani Sahid G, Si Raja Hotel yang Ambisius

#### **4. BAGAIMANA CARA MENGHASILKAN UANG MELALUI INTERNET ?**

- Ø Menjual Informasi – Profesi Menjanjikan di Era Informasi
- Ø Keunggulan Bisnis Menjual Informasi di Internet

#### **5. KONSEP RESELLER**

- Ø Miliki **50%** dari Setiap Penjualan yang Terjadi Melalui Website Anda !

#### **6. PANGSA PASAR YANG TERUS BERKEMBANG**

#### **7. MENARIK SEBANYAK MUNGKIN PENGUNJUNG KE WEBSITE ANDA!**

- Ø Traffic... Yang anda perlukan adalah traffic!
- Ø Pembagian Pengguna Internet

#### **8. STRATEGI PROMOSI**

- Ø Strategi Promosi Virtual



- Konsep Dasar Perolehan Traffic
  - Strategi 1
  - Strategi 2
  - Strategi 3
  - Strategi 4
  - Strategi Tambahan
- Ø Strategi Promosi Manual
- Konsep Dasar Perolehan Traffic
  - Merancang Sales Letter Yang Menjual
  - Contoh Sales Letter
  - Pendistribusian Sales Letter

## 9. PENUTUP





## PENDAHULUAN

### **Apakah Anda Siap Terjun Ke Dunia Konglomerat dan Teknologi Informasi ?**

Ada beberapa cara untuk menjadi konglomerat di negeri ini dan salah satunya adalah mengikuti jejak mereka yang sudah menjadi konglomerat. Seorang konglomerat dalam kehidupannya tidak pernah lepas dari yang namanya kegagalan...hanya mereka yang mau bangkit dari kegagalan-lah yang akan menjadi seorang yang sukses. Tentu tidak lupa diiringi doa dan keringat untuk membuat seorang konglomerat menjadi sukses. Para konglomerat negeri ini tidak menjadi seperti sekarang hanya dalam waktu semalam saja, mereka sudah berulang kali merasakan kegagalan demi kegagalan namun mereka tetap mempunyai satu tujuan yang sama yaitu menjadikan hidup lebih baik dari sebelumnya.

Melalui e-book ini, saya bersama konglomerat Indonesia ingin agar kita semua bisa mencapai hidup yang lebih baik lagi dan melalui e-book ini pula kita bisa belajar dari kesalahan yang pernah dilakukan oleh konglomerat...dengan kegigihan dan sikap pantang menyerah mereka semua berhasil menjadi konglomerat di negeri ini.

Melalui e-book ini pula saya akan mengajak anda untuk menemukan cara baru menggapai informasi dan kenyamanan finansial. Cara-cara yang digunakan para professional yang sehari-harinya bergaul dengan teknologi informasi... dan mereka yang selalu menggunakan kekuatan teknologi informasi untuk selalu menjadi yang terdepan, sukses dan hidup nyaman.

Saya janji... anda akan menemukan informasi yang berharga di dalam e-book ini, tidak hanya bagi anda yang ingin 'hanya sekedar' mengenal dunia konglomerat, tapi saya akan berikan sesuatu yang 'lebih' kepada anda, yaitu formula sederhana tentang bagaimana cara memperoleh penghasilan melimpah melalui teknologi informasi.



Sobat tercinta...

Saya yakin anda adalah seorang yang mempunyai kemauan untuk maju, seorang pejuang tangguh, dan bukan hanya sekedar pemimpi belaka. Ini terbukti karena anda mau bersusah payah menyisihkan sebagian dana, waktu dan konsentrasi demi menemukan informasi di BisnisKonglomerat.Com. Ini suatu pertanda bahwa anda sungguh-sungguh mempunyai kemauan yang keras untuk maju, dan jangan kuatir, **anda pasti bisa!!**

### **Selamat untuk Anda!!**

Setelah membaca e-book ini, anda akan sadar bahwa ternyata ada langkah sederhana dan mudah untuk menjadi konglomerat dan juga cara mudah memperoleh penghasilan di bidang teknologi informasi. Bahkan anda juga akan sadar, bahwa di depan kita terbentang ladang bisnis yang sangat luas dan 'gemuk' (kalo ngga bisa dibilang 'sangat potensial'). Anda akan sadar, bahwa ternyata internet dapat menjadi **"Bisnis Konglomerat"**, yang dapat memberi anda penghasilan yang melimpah, dengan syarat asal anda tahu caranya. Dan kabar baik bagi anda, melalui e-book ini, saya akan tunjukkan caranya kepada anda !! Tidak perlu anda ragu dan khawatir apakah nantinya anda bisa atau tidak.... yang penting anda mau melangkah ke depan... tidak peduli apapun latar belakang anda asal anda bisa membaca dan menulis... maka anda bisa menjadi Konglomerat Baru di negeri ini....

### **Mengapa E-book Ini Saya Buat?**

Saya mengerti bahwa tidak semua orang memiliki pengetahuan yang sama tentang teknologi informasi, atau dunia internet. Mungkin anda orang yang sama sekali awam tentang internet, dan sedang bertanya-tanya, 'binatang' apakah internet itu? Atau mungkin anda seorang professional yang sehari-harinya bergelut dengan teknologi informasi.



Atau anda sebenarnya orang yang mempunyai keinginan yang menggebu-gebu untuk maju dan ingin tahu tentang banyak hal. Dunia internet jawabnya. **Anda bisa mendapatkan sangat... sangat... banyak informasi** melalui internet. Kata orang, internet adalah gudangnya informasi yang tanpa batas. Saat ini adalah era informasi, siapa yang menguasai informasi, dia akan menjadi yang terdepan.

Hmm... luar biasa...

Selain itu e-book ini saya buat karena saya ingin agar masyarakat Indonesia bisa menjadi konglomerat di negeri ini, dan untuk itulah mereka yang sudah menjadi konglomerat di negeri ini bersedia memberikan apa dan bagaimana mereka bisa berhasil seperti sekarang. Mereka ingin agar melalui e-book yang saya buat, anda yang membaca bisa mengikuti jejak mereka.

“Tapi saya ngga punya duit... pulsa telepon mahal, di warnet pun masih terlalu mahal, bagaimana mungkin saya harus ngeluarin duit begitu banyak hanya untuk membangun bisnis dan mengakses internet?? Sementara sekarang harga BBM naik, harga-harga barang naik, tekor nich... Kira-kira begitu yang ada di dalam pikiran anda. Tul ndak!?”

Pernahkah terbayang di benak anda bahwa ternyata konglomerat di negeri ini ada yang memulai usaha mereka dari nol hanya dengan modal pas-pasan bahkan ada yang tidak selesai sekolah... semua itu tergantung bagaimana cara anda berpikir mengenai uang, kalau anda terus- menerus berpikir saya tidak punya uang maka anda akan tetap tidak punya uang... anda akan terkejut dengan kisah **konglomerat yang dengan berani melangkah terus walaupun mereka tidak punya uang**. Bahkan anda akan terkejut, karena ternyata anda memiliki kesempatan yang sangat luas untuk bisa **mendapatkan penghasilan melimpah dari internet !!!**

Saya katakan, sangat mudah... sangat sederhana untuk bisa menerapkan formula konglomerat dan formula yang akan saya berikan, dan yang paling penting, anda tidak perlu menjadi seorang ‘hacker’ untuk bisa melakukan semuanya, karena segala trik dan



teknik yang saya paparkan di dalam e-book ini **100% legal, sama sekali tidak ada unsur pelanggaran hukum**. Demikian juga dengan alat-alat yang digunakan, semua dapat dengan mudah ditemukan di sekitar anda.

Saya menamakan formula ini dengan nama formula **“Bisnis Konglomerat”**.

Komitmen saya melalui e-book ini adalah menyajikan secara detail apa yang dikerjakan konglomerat di negeri ini dan juga kisah sukses mereka, langkah demi langkah, contoh-contoh, dan saya akan buka semua hal yang telah saya lakukan untuk memperoleh penghasilan melimpah dari internet, sehingga anda dapat mengikuti apa yang telah saya lakukan, dengan baik. Sekali lagi, **anda pasti bisa!!**

## **Pengalaman Pribadi**

Hmm... setelah bertahun-tahun saya menggeluti bisnis internet dan berbincang-bincang dengan konglomerat negeri ini saya punya keinginan agar kelak saya bisa berguna untuk negeri ini. Mungkin saat itu saya terlalu banyak berpikir saya tidak punya cukup uang untuk melakukan semua ini bahkan untuk membagikan rahasia konglomerat dan bagaimana memperoleh penghasilan yang melimpah dari internet-pun saya tidak tahu mulai darimana...

Setelah jatuh bangun akhirnya saya terus mau belajar dan belajar agar bisa menjadi seperti saat ini... akhirnya saya bisa membuat karya ini berguna untuk anda. Background pendidikan saya pun tidak ada hubungannya dengan teknologi informasi.... Bisa anda bayangkan betapa sulitnya saya belajar mengenai teknologi informasi mulai dari nol hingga saya bisa menyajikan karya ini untuk anda.

Pendidikan saya hanyalah seorang sarjana kedokteran dan saat saya menulis e-book ini saya masih menjalani pendidikan profesi untuk menjadi dokter di salah satu rumah sakit



di Jakarta. Tugas menjadi seorang dokter juga sangatlah berat karena sebagai dokter nantinya saya harus siap menolong jika diperlukan... cita-cita saya sangat sederhana..yaitu agar saya bisa berguna untuk negeri ini dan menolong orang lain yang membutuhkan.

Begitulah sekilas pengalaman pribadi saya ketika membuat produk informasi ini... dengan berbekal keberanian dan semangat pantang menyerah saya beranikan untuk menguak rahasia konglomerat dan rahasia memperoleh penghasilan melimpah dari internet. Dengan langkah sederhana di dalam e-book ini penghasilan saya pun terus bertambah dan saya ingin agar anda bisa mengikuti jejak saya... tidak peduli apapun latar belakang anda, sekali lagi **anda pasti bisa !!**

Bayangkan, ini hal yang sangat luar biasa, jika mengingat waktu yang saya butuhkan untuk memperoleh uang di internet hanya 1-2 jam sehari. Saya hanya menyisihkan sedikit waktu luang saya untuk menghasilkan uang di internet.

### **Luar Biasa...!!**

Terus terang, saya merasa sangat tersanjung dan terhormat atas pembelian informasi ini. Saya bangga dengan keputusan anda memiliki panduan menjadi konglomerat ini. Pilihan anda sangat bijaksana.

**Anda akan temukan bahwa menjadi konglomerat tidak sesulit yang kita bayangkan dan kita juga bisa menghasilkan uang yang melimpah dari internet.**

Anda bisa mulai menerapkan panduan di dalam e-book ini tanpa ada rasa ragu. Jika masih ada rasa ragu, ikuti setiap langkah yang saya lakukan. Pahami betul apa yang saya lakukan. Jika anda sudah paham berkreasilah!! Dan anda sendiri akan terkejut dengan hasilnya.



Anda akan berhasil... karena panduan yang saya susun ini sangat sederhana dan langsung dari konglomerat Indonesia. Baca dan pahami, kemudian terapkan setiap langkahnya, dan tanpa terasa, anda sudah akan menikmati hasilnya.

Tapi dengan syarat....

**ANDA HARUS MELAKUKANNYA DI DALAM TINDAKAN!**

Tidak ada gunanya pengetahuan anda, kalau anda tidak pernah menerapkannya. Ingat, ebook ini tidak akan membuat anda untuk menjadi kaya mendadak. Kalau itu tujuan anda, anda berada di tempat yang salah. Silakan anda cari di tempat lain, dan saya yakin, anda tidak akan pernah menemukannya.

Kesuksesan harus anda raih dan perjuangkan... Berusahalah... karena semuanya itu tidak akan sia-sia... anda akan menikmatinya setelah rekening anda dialiri oleh uang...

Salam Sukses

**Felix Satwika, S.Ked**

[www.bisniskonglomerat.com](http://www.bisniskonglomerat.com)



## Bagaimana Membaca dan Menggunakan E-book ini?

Saya berusaha sebaik mungkin menulis e-book ini dengan bahasa yang sederhana mudah dimengerti. Walaupun anda orang awam di dalam dunia internet, saya pastikan anda akan bisa menerima apa yang saya sampaikan dengan mudah.

### Bagaimana membaca dan menggunakan e-book ini untuk mencapai hasil yang optimal:

- Baca setiap kata dan kalimat dengan seksama. Perhatikan dan pahami gambar-gambar yang saya sajikan. Walaupun ada pembahasan yang sudah anda pahami, jangan lewatkan. Ikuti alurnya halaman demi halaman, agar anda tidak melewati hal yang penting di dalamnya.
- Sediakan buku catatan di samping anda. Catat hal-hal penting dan ide-ide yang pernah timbul di dalam pikiran kita. Jangan pernah meremehkan ide-ide anda sendiri.
- Jangan memulai apa pun sebelum anda benar-benar selesai membaca e-book ini. Anda akan memiliki gambaran yang menyeluruh tentang konsep yang saya paparkan di sini. Jika telah selesai, anda akan lebih mengerti bagaimana mengkombinasikan setiap ide anda, berdasarkan konsep yang saya paparkan di sini.

### Asumsi Saya Terhadap Anda :

1. **Anda belum kehabisan uang.** Terus terang, anda tetap memerlukan dana untuk dapat menerapkan konsep yang saya paparkan di sini, untuk bisa memperoleh beberapa peralatan yang nantinya akan anda gunakan.
2. **Anda memiliki kemauan yang berkobar-kobar.** Tidak ada gunanya apa yang saya paparkan di sini, jika anda mudah patah semangat. Berjuanglah terus agar anda dapat mencapai apa yang telah saya capai. Jika anda



melakukannya dengan setengah hati, hasilnya pun juga tidak akan maksimal. Berjuanglah!

- 3. Anda memiliki kemampuan komputer dasar.** Anda tahu apa itu internet, bagaimana gambaran umum internet bekerja, menjelajah web, mengirim email, dan anda bisa menggunakan program pengolah kata seperti Microsoft Word... itu sudah cukup. Dan saya lebih senang apabila kemampuan anda lebih dari itu... Jika anda belum memiliki kemampuan dasar yang diperlukan, saya sarankan anda untuk mengambil kursus singkat, atau apa pun caranya, agar anda bisa menjalankan setiap ide yang saya paparkan di dalam e-book ini.

Jangan kuatir, setelah anda berjerih payah, anda akan menikmati hasilnya. Anda akan merasakan bahwa menjadi seorang konglomerat dan memperoleh penghasilan melimpah dari internet itu mudah. Dan bahkan, anda akan merasakan betapa nikmatnya dana yang mengalir deras ke dalam rekening anda...

O ya, seperti yang telah saya ungkapkan sebelumnya, komitmen saya adalah menyajikan sebuah panduan yang mendetail, langkah demi langkah disajikan secara gamblang, disertai contoh-contoh, sehingga anda dapat mengikuti apa yang telah saya lakukan.

Ar Yu Redi....??? Mari kita mulai.....





## APA YANG DILAKUKAN KONGLOMERAT?

### MASA DEPAN ITU DI TANGAN ANDA SENDIRI

Wah, dunia usaha berkembang pesat! Begitu mungkin, kata-kata yang anda lontarkan, andai anda “orang baru” dalam sebuah bidang usaha. Kian dalam, anda masuki dan dalam sebuah bidang bisnis, kian banyaklah hal baru yang anda lihat. Apa yang lima tahun lalu belum ada, saat ini sudah begitu massal dan eksis di tengah-tengah masyarakat. Bahkan, kejayaan yang diraih pengusaha semasa orangtua kita, dalam perjalanan waktu, mejadi “bisnis kuno” yang tersisa kejayaannya dalam kisah-kisah belaka, karena *the real bussiness* mereka sudah tumbang atau sedang diambang kehancuran. Sudah muncul konglomerat baru, dengan jurus-jurus barunya yang mulai merajai bidang usaha yang ditanganinya. Usahawan seperti apa, yang berkesanggupan membangun dan mengelola kebaruan demi kebaruan seperti itu? Pasti ia termasuk pribadi yang gigih, wawasannya luas, kemauannya besar.

Kita juga belum melihat di Indonesia sendiri ada organisasi bisnis yang cukup tangguh merespon kebaruan. Bahkan, peluang-peluang baru, sering lewat begitu saja karena kita belum mampu meresponnya secara baik. Tidak dipungkiri, tantangan pasar lokal maupun global dengan permintaan, selalu meningkat. Pada sisi lain - selain kebaruan-kebaruan dalam bisnis - semangat memberi layanan terbaik berikut inovasi dalam segi pelayanannya, juga berkembang pesat. Siapa bisa mewujudkan idealitas seperti itu, dan sanggup merespon kebaruan, sekaligus kreatif-inovatif di sisi pemberian pelayanan, akan sukses.

Masa depan menjadi milik mereka yang tidak kenal takut, inovatif, yang mengenali betapa pentingnya mengembangkan kepemimpinan wirausaha dalam organisasinya. Jangan lalai meluangkan waktu untuk belajar, menulis, meneliti, memberikan saran, konsultasi, dan terus belajar. Organisasi-organisasi terdepan dunia, tak henti melakukan itu. Saya percaya sepenuhnya pada prinsip bahwa cara terbaik untuk melayani diri anda,



untuk berjuang menjadi yang terbaik yang anda bisa, adalah dengan cara melayani orang lain. Ada tiga hal yang ingin saya ungkap dalam konteks ini.

*Pertama*, meski dalam skala yang lebih sederhana, saya memiliki kesempatan untuk belajar melayani yang lain, bersikap kreatif, memimpin yang lain, dan menyelesaikan apa yang saya mulai. Dalam proses itu, yang berangsur luluh dalam pembelajaran, ”bagaimana untuk bertahan hidup” (*to get by*), daripada untuk membangun kebersamaan (*to get on*).

Mungkin saat paling kritis yang terpenting dari proses pertumbuhan saya sesungguhnya adalah bersikap kritis. Seringkali terlalu sering kita menjadi lebih ahli dalam menunjuk apa yang salah dari suatu pendapat, daripada yang benar. Karena kita terbiasa berusaha keras untuk bertingkah laku dengan cara yang konsisten dengan apa yang membuat kita merasa nyaman, kita menerapkan cara pandang kritis yang sama terhadap ide-ide baru, inovasi baru dan kreativitas. Segala bentuk dari ‘pemikiran kewirausahaan’ atau ‘kepemimpinan inovatif’ dalam pandangan kita yang terkondisi, justru kerap dianggap: ”sebaiknya dihindari”.

Kurangnya pemikiran kewirausahaan ini berakibat serius. Pertemuan demi pertemuan dalam organisasi bisnis, terlalu banyak berisi ”wacana”, tidak banyak menghasilkan sesuatu yang konkret. Kegagalan konglomerat, kendati secara kumulatif “sukses” adalah, ketika ditelusuri bagian demi bagian, ditemukan bagian-bagian yang kurang bahkan tidak sukses! Ada sukses besar yang mensubsidi kegagalan bagian tertentu dalam organisasi bisnis yang bersangkutan. Yang parah, kegagalan bagian-bagian tertentu yang “tertutupi” sukses kumulatif organisasi, tak banyak dipersoalkan, atau lalai dipersoalkan. Padahal, ini tidak boleh dibiarkan, karena tidak selamanya sukses kumulatif itu bisa diraih. Sebaliknya, sebuah kegagalan di beberapa bagian, berakibat merusak strategi pencapaian totalitas sukses organisasi.

Kalau diungkapkan dalam momentum yang tepat, dengan cara yang juga tepat, biasanya sebagian besar dari mereka setuju. Dan tindakan kecil namun penting (tapi tidak ditindak



lanjuti sehingga terlupakan selamanya) yang didiskusikan dalam pertemuan tim sampai dengan pesan-pesan strategis yang disampaikan melalui pertemuan pleno yang mahal (namun tidak diteruskan sehingga tetap tinggal sebagai pesan yang tidak terkomunikasikan), terlalu banyak penggerak bisnis yang sangat terlatih ternyata bertolak dari pengalaman berpikir dan bertindak sederhana sebagai orang upahan! Anda bisa bertanya, apa salahnya dengan ”orang upahan”.

Bersiaplah mendengar sesuatu yang pedas. Orang-orang semacam ini, hanya mengecewakan apa yang mereka percayai dari instruksi, peran atau tanggung jawab pekerjaan yang diharapkan dari mereka. Tentunya itu dengan persepsi mereka sendiri. Salah satu dari prinsip yang ada dalam e-book ini, belajar berpikir kewirausahaan (sebagai wirausaha) daripada kekaryawanan (sebagai karyawan).

Hal yang *ketiga*, saya terheran-heran selama bertahun-tahun pada jawaban yang saya terima terhadap pertanyaan sederhana yang ditujukan pada lulusan yang cemerlang dan manajer yang sangat berpengalaman, seperti: ‘Mengapa suatu organisasi mempekerjakan Anda?’. Jawabannya bervariasi dari: ”Karena saya memiliki CV/ MBA/ gelar/pengalaman/ pendidikan/latarbelakang/dll. yang baik” sampai dengan: ”Saya dapat mengelola orang/administrasi/sistem kontrol, dll. dengan baik yang berkaitan dengan kebutuhan yang normal.” Padahal, perlu saya tegaskan, suatu organisasi tidak, sebaiknya tidak pada tingkat mana pun, mempekerjakan karyawan dengan kualifikasi tinggi atau berpengalaman baik karena kualifikasi atau pengalaman mereka.

Kalau bukan demikian, lalu apa? Suatu bisnis beroperasi secara sukses ketika dia memberikan hasil yang terukur dan meningkat melalui produk dan layanannya. Sukses suatu bisnis memerlukan tujuh ‘In’ dari eksekutif yang ada:

1. *Insight* (wawasan) tentang seperti apa masa depan nantinya
2. *Intuisi* untuk membuat keputusan yang benar
3. *Inisiatif* untuk bertindak efektif
4. *Inovasi* untuk mencipta secara berbeda



5. **Integritas** untuk mengikuti dengan tekun dan dengan benar
6. **Individualitas** untuk menerima kepemilikan
7. **Interdependensi** untuk menetapkan hal-hal di atas sebagai rekan dalam suatu tim

Organisasi bisnis (bahkan organisasi apapun) perlu serius mengembangkan sumber daya insaninya. Ini kunci mengoptimalkan potensi kreatif, daya inisiatif dan kepemimpinan. Sukses organisasi bisnis di masa depan, dimulai dari ikhtiar simultan pengembangan kepemimpinan kewirausahaan hari ini. Tak ada yang “terlalu dini” dalam urusan pengembangan kepemimpinan, karena dari kepemimpinan yang antisipatif, visioner, bisa dibangun sukses di masa depan.

Disraeli bilang, “Perubahan, adalah sesuatu yang konstan”. Namun hanya sedikit organisasi mapan yang sungguh-sungguh mengakui makna sesungguhnya pernyataan ini, walaupun perubahan bujet sering kali lebih besar daripada keuntungan dari beberapa organisasi, bahkan di sejumlah negara kecil. Rasa puas profesional, kurangnya inovasi dan penghindaran rasa memiliki tidak dapat lagi diperkenankan menyebar dalam bisnis seperti saat ini. Organisasi yang berupaya untuk menghasilkan pertumbuhan positif bagi semua *stakeholder* yang terlibat, harus mengembangkan keseimbangan nyata antara pemikiran kewirausahaan dan struktur mapan mereka.

Di dalam arena bisnis, hanya sedikit model bisnis yang relevan pada saat ini, baik di tingkat lokal maupun global. Mungkin model yang paling sesuai adalah sebuah gyroskop yang berputar karena kemampuannya untuk tetap seimbang tanpa memperhatikan sudut dan arah. Model semacam ini, sebagai contoh, memastikan bahwa planet yang kita diami menjaga keseimbangan sempurna dari jagad raya. Di lain pihak tanggapan negatif pada suatu gyroskop merupakan suatu proyektif peluru terhadap keseimbangan dan terarah pada sasaran. Model semacam ini yang konstan, namun tetap bergerak, adalah penggambaran yang sempurna untuk penciptaan budaya wirausaha dalam suatu organisasi yang mapan. Dengan setiap arah strategis, seluruh perusahaan bergerak sembari mempertahankan keseimbangan.



Suatu organisasi harus secara penuh memiliki tanggungjawab untuk mengembangkan sumber daya manusianya, dan pada gilirannya potensi kreativitas, inisiatif dan kepemimpinannya mencapai prestasi optimalnya. Organisasi yang ingin mencapai sukses besok akan mengembangkan kepemimpinan kewirausahaan pada hari ini.

Bab-bab selanjutnya secara berurutan menunjukkan bagaimana menciptakan organisasi wirausaha karena masa depan menjadi milik mereka yang: **Pemberani, Inovator, dan Punya Jiwa Wirausaha**

### Pengetahuan Saja Tak Cukup

Bersekolah tinggi-tinggi, membuat pribadi pembelajar memperoleh pengetahuan. Tapi belum tentu mereka memiliki ide. Napoleon Hill pernah berkata, "Pikiran adalah benda". Tapi pikiran biasa tidak akan sanggup membawa kita kemana-mana. Setiap orang punya pikiran, tapi hanya sedikit yang punya ide. Ide, adalah pikiran yang punya arah atau tujuan.

Buat saya, menganggap pengetahuan berharga, maaf saja, itu pandangan keliru. Pengetahuan itu statis, idelah yang berguna. Banyak orang dalam masyarakat kita hanya memikirkan penumpukan pengetahuan sehingga kita mendorong anak-anak kita mengejar pemilikan lembaran ijazah. Einstein pernah bilang, "Pengetahuan yang tidak diterapkan itu tidak berguna. Hanya ide yang bisa mengubah dunia." Apa gunanya menjadi perpustakaan atau ensiklopedi berjalan?

Mungkin cukup inspiratif bagi anda, menyimak sidang penghinaan terhadap Henry Ford, pendiri Ford Motor. Koran pernah menyebutnya *ignoramus* (orang bodoh). Kasus itu dibawa ke pengadilan. Untuk membuktikan bahwa ia memang orang bodoh dan tak berpendidikan, pembelanya menanyakan pertanyaan seperti ini :

"Siapa presiden kesembilan belas Amerika?"

"Berapa mil jarak matahari ke bumi?"



”Apa yang dikatakan dalam Prinsip Archimedes?”

”Berapa akar pangkat dua dari 1?”

Pertanyaan itu berkisar dari sejarah sampai fisika dan matematika dengan harapan bila ia tidak bisa menjawabnya, itu akan membuktikan bahwa ia tidak punya pengetahuan dan memang bodoh!

Henry Ford bosan menghadapi semua pertanyaan itu. Ia sontak berdiri, menghadap hakim.”Ya Tuhan, mengapa saya harus menyia-nyiakan waktu menjawab pertanyaan bodoh ini bila dengan hanya memencet tombol, saya bisa memanggil ahli sejarah terbaik untuk menjawab pertanyaan dan dengan tombol lain saya bisa memanggil ahli fisika terbaik untuk menjawab dan ahli matematika terbaik untuk menghitung semua soal....”

Semua yang ada di ruang sidang, terdiam. Baru saja mereka mendengarkan kata-kata dari seorang terpelajar dan bijaksana. Tak perlu dikatakan, Henry Ford memenangkan perkara!

Sobat, saya hanya mau bilang, perbedaan antara pergi ke sekolah dan menjadi terpelajar. Banyak orang menganggap orangtua dan kakek kita tidak terpelajar karena tidak pernah bersekolah. Ini menyedihkan! Beberapa anak bahkan merasa malu akan orangtuanya karena punya orangtuanya petani padi, penderes karet, pemilik binatang atau pedagang kaki lima.

Apakah kita bisa menanamkan seorang lulusan universitas tapi malu akan orangtuanya sebagai orang terpelajar?

Yang menarik, dari semua hal yang berubah dalam 50 tahun terakhir, pendidikanlah yang berubah belakangan.

Sangat menarik untuk dicatat bahwa seorang ilmuwan yang mempelajari hidup dan pemikiran Socrates mendapat PhD untuk itu. Tapi Socrates sendiri tidak punya ijazah sama sekali.



Bila beberapa cerita dan hal-hal yang disampaikan pada halaman ini menantang pikiran anda, ini pertanda baik. Karena, sebelum kita bisa menghasilkan ide, pikiran kita harus bebas. Itu yang ingin saya capai. Pendidikan harus membebaskan pikiran kita dan bukan menguncinya.

**Tujuan pendidikan adalah menggantikan pikiran yang kosong dengan pikiran yang terbuka.**

Anda akan memperhatikan bahwa sulit sekali ide muncul bila pikiran terlalu kaku dan terkontrol atau terkondisi. Perhatikan bahwa salah satu penemu terbesar sepanjang masa, Thomas Alfa Edison, hanya bersekolah selama tiga bulan. Henry Ford bersekolah sebentar.

**Mungkin spesialis terlalu terbenam dalam pikiran mereka, sehingga mereka tidak bisa keluar untuk memecahkan masalah.**

Anda pernah dengar, bukan, tentang Lembah Silikon (Silicon Valley). Itu desa kecil di California. Bukan kebetulan kalau di sini lahir banyak ide. Miliuner yang dihasilkan lembah ini setiap bulan, mengejutkan. Setiap lima hari, sebuah perusahaan *go public* di Lembah Silikon!

Tahun 1980-an, "mesin uang" mereka, sektor manufaktur. tahun 1990-an, pebisnis jasa, merupakan gelombang kedua pencetak uang. Pada milenium baru ini, penghasil uang terbesar, adalah kelompok yang bekerja berdasarkan ide. Berikut ini, 20 multimiliuner yang berusia di bawah 40 tahun pada 1 September 1999.

Ini berarti sudah waktunya kita mengubah ide yang dapat membantu kita mendapatkan uang tunai, penjualan atau bisnis, dalam kehidupan sehari-hari.

Bila Anda merenungkan lebih lanjut, bahwa ternyata setiap masalah yang belum terselesaikan adalah karena kita belum memikirkan ide untuk memecahkannya.



**”Kekayaan adalah produk dari kapasitas pemikiran manusia.”**

*Amy Rand*

**“Orang dengan ide baru adalah orang aneh – sampai ide itu berhasil.”**

*Mark Twain*

Kadang-kadang dalam pencarian kita untuk suatu pemecahan kita tidak boleh hanya bertahan pada cara pikir lama. Masalahnya sejak sekolah kita terkondisikan demikian, kita hanya punya jawaban yang salah atau benar. Hidup tidak semuanya hitam atau putih. Kadang bisa juga berwarna abu-abu bahkan seperti pelangi. Cobalah beberapa ide atau metode yang mungkin. Beberapa mungkin kedengaran gila, tapi mungkin juga berhasil.

### **Harga Sebuah Ide?**

Berapakah harga sebuah ide ?

**Coca Cola** perusahaan raksasa dunia yang memproduksi minuman berkarbonasi dengan jutaan karyawan, penghasilannya 169 miliar dollar pertahun, mereknya dihargai \$ US 69,6 miliar diatas para kampion yang bisnisnya “lebih bergengsi” seperti **Microsoft** (\$ US 64,1 miliar), **IBM** (\$ US 51,2 miliar), **GE** (\$ US 41,3 miliar), **Intel** (\$ US 30,9 miliar), **Nokia** (\$ US 30,0 miliar), **Disney** (\$ US 29,3 miliar), dan **Mercedez Benz** (\$ US 21,0 miliar).

Sobat, ide itu mahal. Sering nilainya *unlimited*. Kalau pun terpaksa harus muncul sebuah angka nominal tertentu untuk harga sebuah ide, lebih karena kepentingan praktis, transaksi atas itu harus berlangsung. Sejatinya, ide sendiri, susah diukur nilainya. Ia bergerak, memberi pengaruh terhadap banyak hal, menciptakan banyak situasi-situasi baru.

Kewirausahaan, adalah “jagad ide” yang akan mati saat ide sudah hilang tergantikan dengan rutinitas mekanistik. Rutinitas itu, sering terjadi sebagai dampak psikologi dunia





formal. Ya, tegasnya: pendidikan formal. Korban-korbannya begitu banyak. Mereka bersekolah, tapi kebingungan dalam menyusun kemauannya sendiri. Berbondong-bondong, mengekori sebuah tujuan tertentu, membuat sebuah peluang kerja, menjadi kian sempit lantaran persaingan amat ketat.

Padahal, segudang fakta menunjukkan, mereka yang “lepas dari belenggu persekolahan dan penjara pengetahuan”, malah melihat peluang dan membangunkan jiwa kewirausahaan dalam dirinya.

Lihat saja, **Primagama**, bimbingan belajar milik Purdi Chandra, *drop out* dari Universitas terkemuka, Gajah Mada, kini menjadi satu-satunya bimbingan belajar yang masuk Museum Rekor Indonesia (MURI) memiliki 297 cabang tersebar di 122 kota di Indonesia dengan 107.334 siswa dengan penghasilan tahunan berkisar 300 miliar (data tahun 2003).

### Jangan Pergi ke Sekolah?

Kalau begitu, masih perlukah sekolah? Sangat sesuai jika kata-kata terakhir dari bab ini, saya nukil dari Lerry Ellison, CEO Oracle Corp, orang kedua terkaya di dunia. Pada suatu kesempatan, ia diundang untuk memberi pidato pembukaan untuk wisuda Kelas 2000 Universitas Yale dan ‘diseret turun’ dari panggung sebelum ia menyelesaikan pidatonya. Dibawah ini adalah salinan pidatonya:

*“Lulusan Yale University, saya minta maaf bila anda telah mengalami prolog seperti ini sebelumnya, namun saya ingin anda melakukan sesuatu untuk diri anda sendiri. Tolong, lihatlah sekeliling anda dengan baik. Lihatlah teman di sebelah kiri anda. Lihatlah teman di sebelah kanan anda. Sekarang pikirkan ini: 5 tahun dari sekarang, 10 tahun dari sekarang, bahkan 30 tahun dari sekarang, kemungkinannya adalah orang disebelah kiri anda akan menjadi pecundang. Orang di sebelah kanan*



*anda juga akan jadi pecundang. Dan anda di tengah? Apa yang anda harapkan? Pecundang, pecundang, cum laude pecundang.*

*Nyatanya, ketika saya melihat ke hadapan saya sekarang, saya tidak melihat seribu harapan untuk masa depan yang cerah. Saya tidak melihat pemimpin masa depan dalam seribu industri. Saya melihat seribu pecundang. Anda kesal. Itu bisa dimengerti.*

*Bagaimanapun, bagaimana saya, Lawrence 'Larry' Ellison, seorang yang drop out dari kampus, memiliki keberanian untuk mengatakan omong kosong ini pada lulusan salah satu institusi paling bergengsi bangsa ini? Akan saya katakan sebabnya. Karena saya Lawrence 'Lerry' Ellison, orang terkaya di planet ini adalah seorang drop out kuliah dan anda tidak.*

*Karena Bill Gates, manusia terkaya di planet – saat ini – adalah juga drop out kuliah, dan anda tidak.*

*Karena Paul Allen, orang ketiga terkaya di planet ini, keluar kampus, dan anda tidak.*

*Dan berikutnya, karena Michael Dell, No. 9 dari daftar dan bergerak cepat, adalah drop out kampus, dan sekali lagi anda tidak.*

*Hemmm...Anda sangat kesal. Itu bisa dimengerti. Jadi biarkan saya mengelus ego anda dengan menunjukkan, dengan jujur, bahwa diploma anda tidak diperoleh dengan percuma. Kebanyakan dari anda, saya percaya, telah menghabiskan empat sampai lima tahun di sini, dan dalam banyak hal apa yang Anda telah pelajari dan alami akan berguna bagi anda di tahun mendatang. Anda telah membuat kebiasaan kerja yang baik. Anda telah membuat jaringan orang yang akan membantu anda di jalan. Dan anda telah membuat apa yang akan menjadi hubungan seumur hidup dengan kata 'tetapi'. Semuanya itu tentu saja baik. Karena sebenarnya anda akan membutuhkan jaringan itu. Anda akan membutuhkan kebiasaan kerja yang kuat itu. Anda akan membutuhkan terapi.*

*Anda akan membutuhkan mereka karena anda tidak drop out, dan anda tidak akan pernah berada di antara orang terkaya di dunia. Oh pasti, anda bisa, mungkin mendaki jalan anda ke atas ke No. 10 atau 11, seperti Steve Ballmer. Tapi kemudian, saya tidak perlu mengatakan kepada siapa ia bekerja bukan? Dan, ia drop out dari sekolah persiapan. Agak ketinggalan berkembang.*



*Akhirnya, saya menyadari banyak dari anda, saya harap kebanyakan dari anda bertanya-tanya? "Apakah ada yang bisa kulakukan? Apakah ada harapan untukku?" Tidak ada! Terlambat sudah. Anda telah menyerap terlalu banyak, pikiran anda tahu terlalu banyak. Anda tidak 19 tahun lagi. Anda memiliki topi yang terbentuk dan saya tidak merujuk pada papan mortar di kepala anda.*

*Hmm.....Anda sangat kesal. Itu bisa dimengerti. Jadi mungkin ini waktunya untuk membawa garis perak. Bukan untuk anda, Kelas 2000. Anda sudah dihapuskan, jadi akan saya biarkan anda mencari pekerjaan yang mengibakan, yang cek gaji anda ditandatangani oleh teman sekolah anda yang drop out dua tahun lalu.*

*Sebaliknya, saya ingin memberi harapan bagi semua yang masih sekolah di sini sekarang. Saya katakan kepada anda, saya tidak bisa menekankan ini. Pergilah. Kemasi barang-barang dan idemu dan jangan kembali. Drop out dan mulailah.*

*Karena bisa saya katakan bahwa topi dan jubah akan menurunkan anda seperti petugas keamanan ini menarik saya turun dari panggung menurunkan saya.*

(Pidato, dihentikan!)

Ya, sudah dikatakan bahwa abad ke-20 adalah abad di mana gelar akademi dari universitas sangat penting, tapi tidak lagi di abad 21. Kecenderungan ini sudah dimulai di AS, Jepang, dan kemudian di seluruh dunia. Banyak yang *drop out* dan mulai! Bila anda punya gelar, itu bagus, tapi jangan jadikan itu sebagai halangan. Jangan biarkan ijazah anda menentukan jumlah yang bisa anda dapatkan atau apa yang bisa anda lakukan.



## REJEKI ITU BISA DIRENCANAKAN

### *Rejeki itu akan datang, sesuai pengambilan resiko bisnis kita*

REJEKI itu sebenarnya sudah ada yang mengatur-Nya. Saya kira, itu memang benar. Dan, sebagian besar kita berpendapat demikian. Karena sejak lahir setiap orang itu membawa rejeki sendiri-sendiri. Tapi, apakah kita itu bisa meningkatkan rejeki kita sendiri? Dan, apakah kita tak bisa merencanakannya? Saya berpendapat, meski rejeki itu sudah ada yang mengatur-Nya, namun kita harus tetap aktif merencanakannya. Tanpa direncanakan, rejeki itu akan sulit kita raih. Saya kira, rejeki itu membutuhkan peluang untuk mendatangnya.

Menurut saya, mana mungkin rejeki itu datang kalau setiap harinya kita tak punya aktivitas apa-apa. Hanya pasrah saja. Dan, kita terlalu yakin, bahwa rejeki itu tak perlu dikejar, pasti akan datang sendiri. Saya tak sependapat dengan prinsip ini. Sebab, bagaimana pun juga kalau pada diri kita tak ada kegairahan bekerja, dan hanya selalu memimpikan rejeki itu datang, maka rejeki itu pun akan sulit datang atau justru malah menjauh. Tapi sebaliknya, jika kita tekun bekerja, dan kreatif berwirausaha, saya yakin, pasti rejeki akan datang. Bisnis kita pun akan lebih cepat berkembang.

Apalagi, kalau kita berani memilih profesi seperti pengusaha, dokter, notaris, pengacara, pelukis, seniman dan lain-lain. Profesi ini saya lihat sangat berpeluang mendatangkan rejeki yang relatif besar atau tidak linier. Sebab, profesi ini berbeda dengan orang yang digaji atau seperti karyawan. Artinya, jika saat ini kita misalnya, sedang menekuni dunia usaha atau sebagai pengusaha, maka jelas sangat memungkinkan sekali bagi kita untuk mendatangkan rejeki yang relatif besar. Sementara, kalau saja kita sekarang ini bekerja ikut orang lain atau setiap bulannya digaji tetap, maka jelas peluang akan datangnya rejeki yang relatif besar, menjadi kecil. Oleh karena itu, rejeki besar akan datangnya mencari tempat yang pas, dan ini bisa kita rencanakan. Tinggal, kita berani atau tidak. Bicara soal rejeki, saya jadi teringat pengalaman rekan saya. Dia seorang notaris. Saya



lihat, dalam menjalankan profesinya, dia hanya menggunakan motor. Lantas, ganti mobil. Itu pun mobil lama. Namun, ketika saya sarankan agar dia “berani” ambil mobil baru secara kredit, dia terkejut. Apalagi, ketika saya sarankan mobil lamanya dijual saja untuk bayar uang muka.

Setiap bulannya’ kan harus bayar angsuran? Itu pertanyaannya. Saya jawab, “Nah itulah rejeki akan mengikuti rencana anda. Kalau anda menggunakan mobil bagus pasti klien anda lebih percaya. Karena *performance* atau penampilan dibutuhkan dalam bisnis anda. Apalagi anda mau bekerja keras dan kreatif menjangkau klien, saya yakin anda pasti mampu membayar angsurannya.” Rupanya, dia ikuti saran saya. Apa yang terjadi selanjutnya? Rejeki notaris itu ternyata mengalir deras. Kliennya akan bertambah. Selain bisa membayar angsuran, dia pun masih punya kelebihan rejeki itu. Dari, kepercayaan dirinya akan profesinya semakin mantap.

Kejadian ini, di antaranya yang membuat saya percaya, bahwa rejeki itu sesungguhnya akan datang mengikuti rencana hutang kita. Rejeki itu juga akan datang sesuai pengambilan resiko bisnis kita. Sehingga, pada saat kita ambil resiko bisnis yang kecil, rejeki yang mengalir pun juga kecil. Sebaliknya, bila kita berani ambil resiko yang besar, maka rejeki yang mengalir pun juga besar.

## SUKSES ITU GURU YANG JELEK

*Kesuksesan akan menjerumuskan kita,  
kalau kita terlalu bangga.*

ROBERT T. Kiyosaki dalam bukunya “*Cash Flow Quadrant*” berpendapat, bahwa sebenarnya **sukses itu guru yang jelek**. Tapi itu berlaku untuk diri kita sendiri. Artinya, sebagai calon konglomerat, kita memang sebaiknya tidak berguru pada kesuksesan kita sendiri. Sebab, hal itu akan membuat kita menjadi kurang bersemangat, menjadi tidak



kreatif, menjadikan kita lengah atau sombong, menjadikan kita lupa diri, bahkan tak menutup kemungkinan kesuksesan yang kita raih akan menjadi bumerang bagi diri kita sendiri. Sukses itu, menurut saya, bukan berarti “waktunya untuk menikmati”.

Memang, kesuksesan kita itu bisa menjerumuskan kita. Apalagi, kalau kita terlalu membanggakan kesuksesan itu, akan membuat kita lupa diri. Oleh karena itu, agar kesuksesan ini, tidak menjadi bumerang bagi kita sendiri, maka kita memang harus pandai-pandai mengelola kesuksesan itu. Namun, tentu saja, orang lain bisa saja belajar dari kesuksesan kita, itu boleh, bahkan, itu bisa menjadikan kesuksesan bisnis seseorang. Sebab, pada dasarnya belajar dari kesuksesan orang lain itu sah-sah saja. Pendeknya, kalau seseorang belajar kesuksesan orang lain, itu, memang bisa menjadi guru yang baik. Meski kita sebetulnya juga bisa belajar banyak pada orang yang gagal.

Dalam konteks inilah, menurut saya, agar bisnis kita tetap *langgeng* bahkan bisa berkembang lebih baik di masa mendatang, adakalanya kita harus menyadari hal ini. Atau lebih tepatnya, sebagai konglomerat seharusnya lebih menilai, bahwa kegagalan itu sebetulnya sebagai pelajaran yang terbaik. Oleh karena itulah, saya kira kita sebaiknya janganlah terlalu takut dengan kegagalan. Kita belajar paling banyak tentang diri kita ketika kita gagal, jadi jangan takut gagal. Sebab, kegagalan itu sebenarnya adalah proses kita untuk menjadi sukses. Saya yakin, yang namanya konglomerat itu sebetulnya tidak bisa sukses tanpa mengalami kegagalan.

Maka, pada saat kita ingin memulai bisnis atau disaat bisnis kita mulai berkembang, tapi kemudian tiba-tiba bangkrut atau mengalami kegagalan, saya kira hal itu janganlah membuat kita patah semangat. Justru, disaat itulah jiwa konglomerat kita harus bangkit kembali. Sebab, menurut pengalaman **para konglomerat, mereka baru sukses, setelah mereka pernah mengalami kegagalan paling tidak sampai tujuh kali**. Kalau kita baru gagal dua atau tiga kali, saya kira itu wajar-wajar saja bagi seorang konglomerat. Mestinya, konglomerat tidak akan pernah mendapatkan pelajaran tanpa melakukan langkah-langkah yang berarti. Baik itu langkah yang gagal maupun yang sukses. Langkah-langkahnya dimulai dari langkah kecil sampai langkah besar. Dengan perkataan



lain, saya mengatakan, sebuah perjalanan 1000 km itu sebenarnya dimulai dari langkah kecil. Kalau kita tidak berani memulai atau mengembangkan bisnis, kapan kita akan punya bisnis, atau kapan bisnis kita berkembang. Saya menemukan kata-kata yang menarik buat kita renungkan bersama yaitu, **“Memulai ini mengalahkan tidak memulai.”** Artinya, **orang yang berani memulai atau mengembangkan bisnis, itu lebih baik, daripada orang yang sama sekali tidak berani memulai atau mengembangkan bisnis.**

## SEGERALAH BERTINDAK

*"Jangan menunda hingga esok apa yang dapat Anda  
kerjakan hari ini."*

**(Benjamin Franklin)**

Diawal e-book ini saya telah menyampaikan sebuah slogan yang wajib dijalankan setiap calon konglomerat : **Berusaha! Berusaha! Berusaha!** Inilah sesuatu yang para pemimpin dalam semua bidang sepakat.

Setiap pekerjaan besar – entah itu menjalankan perusahaan, penjualan tingkat tinggi, dalam sains atau pemerintahan – memerlukan orang yang berfikir untuk bertindak. Para eksekutif utama yang mencari tokoh kunci, menuntut jawaban terhadap pertanyaan : "Apakah ia akan melaksanakan pekerjaan tersebut?" "Apakah ia akan menuntaskannya?" "Apakah ia orang yang berinisiatif?" "Dapatkah ia memberikan hasil, atau apakah ia hanya pandai omong?"

Semua pertanyaan ini mempunyai satu tujuan : Mencari tahu apakah orang tersebut adalah orang yang suka bertindak ?.



Gagasan yang bagus saja tidak cukup. **Gagasan sederhana yang dilaksanakan dan dikembangkan, adalah seratus persen lebih baik daripada gagasan hebat yang mati karena tidak ditindaklanjuti.** Tidak ada yang datang dengan hanya memikirkannya.

Ingatlah. Semuanya yang kita miliki di dunia ini, dari satelit hingga pencakar langit hingga makanan bayi, hanyalah suatu ide yang dilaksanakan.

## PARADIGMA BISNIS DI ERA MILLENIUM

### *Bergerak adalah awal kesuksesan bisnis*

ZAMAN semakin maju, dan waktu terasa cepat. flu barangkali, yang kita rasakan saat ini. Maka, agar kita tidak ketinggalan zaman, sebaiknya kita harus lebih mampu bergerak cepat. Lebih proaktif, dan berani mengambil risiko. Dengan dernikian, kita akan lebih mudah mengantisipasi kemungkinan munculnya berbagai kendala bisnis yang mungkin terjadi. Bukan, bersikap seperti dulu, yang hanya reaktif dan menghindari risiko.

Saya jadi teringat dengan Rupert Murdoch, yang melangkah cepat dalam bisnisnya. Pada saat boss perusahaan lainnya masih terlelap tidur, ia selalu menjadi penelpon pertama untuk melakukan negosiasi bisnis. Dengan bergerak cepat, ia mampu mengambil keputusan lebih cepat dan pesaingnya. Bagi Murdoch, bergerak lamban adalah milik mereka yang kalah. Langkah semacam ini, saya kira menunjukkan, jika kita tidak bertindak dan bergerak, maka bisnis yang kita geluti sekarang akan sulit bergerak maju. Karena, pada dasarnya, **bergerak adalah awal kesuksesan bisnis kita.**

Dalam konteks ini, saya sependapat dengan Matthew I Kiernan, penulis “*The Commandments of the 21st Century Management*” yang mengatakan, bahwa dalam bisnis telah terjadi pergeseran paradigma. Jika, di abad ke-20, bisnis kita lebih terkesan stabil dan bisa diprediksi, namun di abad ke-21 atau di era millenium ketiga ini, perubahannya cenderung terputus-putus. Begitu pula, bisnis kita yang dulu lebih





didasarkan ukuran dan skala, tapi kini lebih pada kecepatan dan responsive. Kepemimpinan, kalau dulu banyak dilakukan dari atas, kini dilakukan semua orang. Maka tak mengherankan bila dalam menjalankan bisnis di era milenium ketiga ini, memang dituntut untuk lebih luwes, tidak kaku. Sebab, perjalanan bisnis lebih dikendalikan oleh visi dan nilai-nilai, dibandingkan sebelumnya yang semata-mata hanya dikendalikan peraturan dan hirarki. Selain itu, kalau kita dulu di dalam menjalankan bisnis selalu membutuhkan kepastian, tapi kini harus lebih toleran terhadap *amtiqitas* atau memiliki sikap mendua. Soal informasi bisnis demikian juga, yang sebelumnya hanya untuk pucuk pimpinan, tapi kini disebarkan ke semua orang. Sehingga, saat ini bisnis tidak lagi mengandalkan pada analisis kuantitatif, namun lebih pada kreativitas dan intuisi. Tanpa itu, saya kira bisnis yang kita jalankan sekarang ini akan banyak tersendat atau sulit untuk maju. Bahkan, kalau dulunya kita berkeyakinan, bahwa masing-masing perusahaan bisa mandiri, tapi sekarang terasa sulit. Karena pada dasarnya, perusahaan-perusahaan akan saling tergantung satu dengan lainnya.

Pergeseran paradigma bisnis di era milenium ini, juga akan mengajak kita, kalau dulu hanya berfokus pada organisasi internal, tapi kini kita harus lebih berfokus pada lingkungan yang kompetitif. juga dan integrasi vertikal ke integrasi maya. Seperti *Amazon. com*, toko buku virtual pertama dan terakbar di dunia maya. Bahkan. kalau dulu, kita hanya bersaing untuk pasar masa kini, tapi sekarang kita justru lebih tertantang untuk menciptakan pasar masa depan. Karena itu kita jangan lagi hanya mengandalkan pada keunggulan kompetitif yang berkesinambungan, tapi justru harus terus-menerus mencari keunggulan.

Saya yakin, dengan kepekaan kita terhadap kondisi tersebut, maka kita akan lebih siap menghadapi kondisi yang berubah-ubah, lebih terbuka menerima ide-ide baru. Bahkan, kita akan lebih piawai dalam mengambil kesempatan bisnis, lebih berani mengambil resiko dan tentu saja akan lebih siap meraih keberhasilan. **Anda berani mencoba?**



## MENJADI BOSS BAGI DIRI SENDIRI

Anda mulai panas? Anda pikir anda sudah mempunyai apa yang diperlukan untuk menjadi seorang konglomerat? Anda sudah baca semua kisah sukses tentang orang lain dan itu membuat anda "kepanasan"? Benar, sobat, kalau itu terjadi, tiba saatnya untuk menjadi boss bagi diri anda sendiri. Tapi, apakah anda sudah siap meninggalkan pekerjaan yang bagus dan nyaman dengan gaji bulanan, kantor modern, sekretaris yang efisien, dan perasaan aman yang datang pada saat anda bekerja untuk sebuah organisasi yang mapan?

Seorang teman yang telah bertahun-tahun bekerja pada perusahaan penerbangan nasional terbesar, dengan ribuan staf, gaji jutaan, fasilitas lengkap, tiba-tiba saja memutuskan keluar dan berwirausaha. Kata-kata yang pertama diterimanya adalah, "Apakah kamu gila?", "... "Kamu menghancurkan sebuah karir yang menjanjikan".....dan caci maki lainnya. Belum lagi perasaan anak-istri, orangtua dan saudara lainnya yang tidak bisa berucap.....

Diperlukan keberanian besar untuk menulis surat pengunduran diri. Masih yakinkah anda mempunyai segala sesuatu yang akan mengantarkan anda menjadi seorang konglomerat sukses? Lalu apa yang akan anda kerjakan? Peraturan pertama kewirausahaan, latihlah diri anda untuk melihat kekosongan atau celah di pasar, lalu mengisinya.

Lihatlah sekeliling anda. Lihatlah orang di jalanan, mereka yang duduk di belakang mesin jahit, pelayanan apa yang akan dia berikan? Lihatlah wanita perempuan penjual sate ayam di dekat penginapan murah itu, mengapa ia pilih lokasi itu? Bagaimana dengan hotel baru di jalan utama itu, mengapa bisa begitu sukses? Bagaimana dengan orang yang bekerja di bagian komputer itu bisa sangat sukses dalam bisnis program perangkat lunaknya sendiri?



Ada satu jawaban singkat untuk semua pertanyaan ini: **bisnis ini eksis karena ada yang membutuhkan mereka. Tidak peduli apakah Anda berusaha dengan paha ayam, rumah makan bagus atau website.** Atau, apakah anda berbicara tentang putaran harian Rp100.000 atau Rp.100.000.000. Dari mulai Tanah Abang – Jakarta Pusat, Glodok – Jakarta Pusat, bahkan daerah Sawangan, Depok Privinsi jawa Barat, prinsipnya sama:

- Ø Keberhasilan dalam bisnis
- Ø Bekerja dengan prinsip
- Ø Menemukan sebuah kekosongan
- Ø Dan mengisinya!

Ketika dunia laki-laki digemparkan dengan ditemukannya pil biru Viagra yang sebenarnya adalah obat pemacu jantung, tapi kemudian jadi pemacu organ kejantanan pria, beberapa tahun lalu serentak seluruh dunia mempublikasikannya (ingat, Viagra tidak pernah beriklan di media manapun). Hasilnya, Viagra menjadi *product of the year* dan menghasilkan miliaran dollar bagi penemunya.

Kasus Viagra di dunia, rupanya memberikan inspirasi bagi Simon Jonathan. Setelah sebelumnya sukses melahirkan *Extra Joss*, yang menghasilkan ratusan miliar, kemudian muncullah *Irex* yang kurang lebih sama fungsinya dengan Viagra. Dengan tag line "Kado Ulang Tahun Mama", dan dikemas dengan iklan yang diperankan oleh laki-laki kurus kering dan loyo, tiba-tiba menjadi perkasa setelah meminum *Irex*, hasilnya, produk ini meledak di pasaran. Ya, mereka jeli melihat peluang, kekosongan dan mengisinya.

Lalu mengapa bukan Anda yang melakukan ini? Jika Anda yang pertama menawarkan kepada publik sesuatu yang dibutuhkan publik dan tidak didapatkan dari orang lain, atau jika Anda berhasil mengantisipasi sebuah kebutuhan di masa depan, Anda memiliki sebuah kesempatan bagus untuk menjadi kaya. Sampai saat adanya kompetisi, Anda akan memiliki semua pasar itu sendirian.



Sejarah memberikan banyak contoh konglomerat yang menjadi sukses dengan memenuhi atau mengantisipasi kebutuhan akan produk baru. Isaac Merit Singer memproduksi mesin jahit yang cocok untuk bekerja di ruang terbatas, bahkan di dalam kamar sekalipun. Henry Ford memakai metode jalur perakitan untuk memproduksi mobil yang bisa dibeli orang biasa. George Eastman melihat kebutuhan akan kamera kecil yang bisa dibawa-bawa. Ray Kroc dari Mc Donald melihat potensi usaha waralaba makanan cepat saji.

Darimana datangnya gagasan-gagasan seperti itu? Ada tiga macam sumber gagasan.

**Pertama, pekerjaan Anda.** Pekerjaan yang sudah Anda kerjakan bisa menjadi sebuah potensi sumber gagasan, Karena disitulah naluri bisnis Anda sudah dikembangkan.

**Kedua, hobi atau minat Anda di luar pekerjaan,** karena itu adalah sebuah wilayah lain dimana Anda memiliki suatu perasaan alamiah.

Sumber **ketiga,** adalah apa yang sering disebut orang sebagai **”observasi pejalan kaki”**, atau mengenali sebuah peluang melalui suatu perjumpaan biasa, atau suatu insiden dalam kehidupan sehari-hari Anda.

Kalau anda yang pertama, maka anda tidak harus brilian. Nanti anda akan memiliki waktu untuk mengembangkan dan memperbaiki segala sesuatu yang pernah anda lakukan. Tapi ketika yang lain mulai berkompetisi dengan anda, maka anda harus menjadi yang terbaik.

## **Bekerja Keras**

Untuk menjadi konglomerat tidak mudah. Anda harus bekerja keras. Namun, karena anda bekerja disebagian besar waktu anda, pasti ada harga yang harus dibayar. Korban pertama adalah kehidupan sosial anda. Waktu untuk berkencan, untuk keluarga, bahkan untuk



bersenang-senang tidak akan anda miliki pada masa-masa awal menjalankan bisnis anda.. Bisa-bisa ini menjadi sebuah kehidupan yang sunyi.

Dalam keadaan seperti ini anda sangat beruntung apabila memiliki kekasih atau seorang istri yang setia menemani dalam suka maupun duka. Karena menjadi seorang konglomerat juga adalah masalah daya tahan. Seperti mendung di musim hujan. Setelah hujan pun turun, langit akan menjadi cerah kembali.

Ada kompensasi. Semakin keras anda bekerja, maka anda akan semakin beruntung. Saya punya rekan, namanya Apiko Joko Mulyono. Dia, "cuma" reporter di tabloid keluarga muslim, Fikri namanya. Sebagai *employee* — kalau mengikuti teori kuadran Robert T. Kiyosaki – berkat dorongan saya, dan "keahlian interpersonalnya", berkomunikasi, ia saya desak menjadi jurnalis "semi-bisnis" dalam arti, memfungsikan ketrampilan jurnalistik dan lobbynya untuk menulis *soft advertorial*. Meski awalnya agak ogah-ogahan, ia memulai peran-peran semacam copywriter, penulis artikel soft advertorial di tabloidnya (maksudnya: rubrik bernuansa promotif, dengan dua macam kompensasi: penjualan langsung dalam jumlah minimal tertentu, atau semi-iklan). Bung Apiko, meskipun masih sayang profesi jurnalistiknya, mulai menjalankan tugas barunya.

Hasilnya? Luar biasa untuk reporter yang sepanjang empat tahunan bekerja, murni sebagai jurnalis. Apiko berhasil mencapai targetnya. Ia memang bekerja keras, dan agak mengorbankan waktunya untuk keluarga. Bukan itu saja. Ia "tebal muka" dicibiri sebagai "jurnalis matre" (materialis, Pen.), karena artikelnya kian selektif pada isu-isu yang "bergizi" alias bisa menghasilkan "penjualan langsung" ataupun "semi advertorial". Akibat lanjutnya, bisa ditebak. Dari "main-main" jadi serius. Bosnya, pemimpin perusahaan tabloid Fikri, malah menargetkan jumlah tertentu perminggunya harus ia capai. target itu, tercapai, bahkan beberapa kali terlampaui. Apa yang ia kerjakan, semua orang di perusahaannya tahu. Meski pun berisiko dilecehkan, Apiko tahan banting. *The show must go on*. Apa yang dikerjakannya, menginspirasi unit bisnis lainnya di bawah payung *holding* yang sama.



”Syukur, istri saya sangat pengertian. Untuk kerja keras itu, saya bisa menabung dengan nilai yang lumayan dibanding rekan selevel saya. Saya bisa membeli sepeda motor secara tunai, dalam tahun kedua saya bekerja. Itu sesuatu yang tidak saya bayangkan sama sekali, bahwa saya mampu membelinya.” Itulah Apiko, yang karena masih sayang pada profesi jurnalistiknya, mengaku baru menggunakan belum separuh dari potensi *enterprenership* yang ada dalam dirinya.

**”Seseorang yang bekerja 16 jam sehari akan sampai ke tempat yang ingin dicapainya dua kali lebih cepat daripada orang yang bekerja 8 jam sehari.”**

*David Ogilvy*

## **Ketekunan**

Jaques Cousteau, penyelidik, penemu dan ahli lingkungan dalam sebuah wawancara dengan Eugene Grisham penulis buku *Achievement Factors* dalam sebuah wawancara di atas sebuah jet carteran menuju Atlanta, mengungkapkan pendapat menarik. Saya kutip untuk Anda.

*”Bagaimana anda bisa mengerjakan semua itu?” Cousteau terdiam beberapa saat, lalu menjawab.*

*”Saya keras kepala – kalau saya punya suatu maksud di kepala saya...saya membuat daftar hal-hal untuk main-main: Amazon, Haiti, kapal Angina. Saya mencoba, dan saya tidak punya uangnya. Saya mencoba lagi, dan saya tidak dapat uangnya, dan setelah sepuluh tahun saya mendapatkannya.”*

Dengan bijaksana, dengan penuh tekad dan ketekunan, selalu mengejar apa yang ia inginkan, kadang cepat, kadang-kadang pelan, ia telah mengalami kemenangan-kemenangan. Pada tahun 1943, tabung oxygen (Aqualung) yang ia kembangkan dengan Emile Gagnan, memberi kesempatan petualangan di bawah air, membuka dunia di bawah air untuk berjuta-juta penyelam *scuba*. Lalu ia kembangkan keterampilan sebagai seorang ahli fotografi di bawah air, dan pada tahun 1956, ia menangkan Oscar untuk *The Silent World*. Sembilan tahun kemudian ia sekali lagi memenangkan oscar untuk *World Without*



*Sun.* Saat ini usianya 80-an. Dan kakek Cousteau masih bekerja, masih memeriksa hal-hal yang ia catat dalam daftarnya, menyusun daftar, lalu mengeksekusi satu persatu daftar targetnya.

## Fokus

Logika "focusing", meminjam fenomena matahari. Mahakarya Tuhan ini, sumber energi yang amat kuat, yang setiap jamnya menyinari bumi dengan jutaan kilowatt energi. Siapa pun, bisa "mandi matahari" berjam-jam dengan risiko yang ringan.

Bagaimana dengan laser? Seberkas sinarnya, adalah energi lemah. Ia hanya membutuhkan beberapa kilowatt energi tetapi bisa difokuskan menjadi sebuah pancaran cahaya yang koheren. Dari seberkas cahaya laser, temuan ilmuwan bisa menggunakannya untuk dari memotong baja sampai mematikan sel kanker.

Beralih pada perbincangan sebuah usaha. Anda bisa menciptakan efek yang sama: sebuah kemampuan kuat laksana laser untuk mendominasi sebuah pasar. Itulah yang saya maksud sebagai "*tindakan memfokuskan*".

Ketika sebuah usaha menjadi tidak fokus, ia akan kehilangan kekuatannya. Usaha itu menjadi seperti matahari, menyebarkan energinya terlalu banyak produk, di pasar yang terlalu luas.

Konsentrasi, kemampuan untuk memberikan perhatian penuh kepada tugas yang dihadapi, dan dalam jangka panjang, *berkonsentrasi pada suatu karier*, merupakan satu segi dari fokus. Tetapi bukan hanya itu. Segi lainnya, *intensitas*. Intensitas melibatkan kemampuan untuk menyalurkan sejumlah besar tenaga pada tugas yang dihadapi. Menjalankannya sebagai kebiasaan, akan meningkatkan karier anda. Secara analog, fokus mempunyai pengaruh yang sama terhadap pekerjaan seseorang, bak lensa pembesar yang dipegang di atas sehelai kertas pada hari yang cerah. Memegang lensa dengan sudut yang tepat, membuat sinar-sinar berkonsentrasi pada satu titik, sanggup membakar kertas itu.



Prioritas, masuk dalam gagasan fokus. Jangan segan-segan mengubah dan menaruh yang paling penting sebagai nomor satu jika sesuatu yang tak terduga muncul. Bekerjalah atas dasar prioritas.

**Tahukah Anda, apa rahasia  
nomor satu sukses? Prioritas.**

*Helen Gurley Brown*

Tentukanlah apa prioritas puncak dalam pekerjaan dengan berpikir secara cermat untuk apa perusahaan mempekerjakan Anda. Banyak orang membuat kesalahan dengan bekerja keras untuk tiap tugas yang mereka hadapi, tanpa atau dengan sedikit sekali memperhitungkan pentingnya tugas-tugas itu. Pada akhir hari, mereka akan sangat kelelahan, sambil memuji diri sendiri karena semua pekerjaan sudah diselesaikan. Sayangnya, ada saja yang tanpa sadar sudah membelakangkan pekerjaan penting (*important*) dan mendesak (*urgent*). Penting saja, mungkin bisa saja bukan di urutan teratas, tapi *urgent*, sesuatu yang terkait dengan *deadline*, yang tak bisa tidak, ia didahulukan atau sesuatu yang buruk menghadangnya.

**Letakkanlah surat-surat, memo-memo dan peringatan-peringatan tentang semua tugas lainnya yang menunggu dalam map-map dengan tanda prioritas A, B, dan C.**

*Alan Lakein, Konsultan Manajemen Waktu*

Membahas soal fokus, bisa kita mengutip pendapat Eugene Grisham dalam *Achievement Factor*, buku *best seller* dunia itu. Ia bercerita tentang faktor-faktor sukses hasil wawancara bertahun-tahun dengan tokoh-tokoh sukses dunia. Kesimpulan buku itu cuma satu: “Untuk sukses besar dalam suatu bidang, apapun bidangnya, dibutuhkan waktu setidaknya sepuluh tahun dengan tetap berfokus pada bidang tersebut.”

Saya yakin benar dengan kesimpulan buku itu. Saya punya bukti, seorang yang cukup saya kenal, sejak lulus SMA, hidup dari berdagang dan tak pernah berpindah-pindah





bidang usaha kecuali pada produk rumah tangga yang sangat digemari kaum ibu. Kenyataannya, tak sampai sepuluh tahun, ia sukses di bidang yang digelutinya. Itulah kekuatan fokus.

Bak air yang menetes di sebuah batu, setetes demi setetes; hari berganti hari, tahun berganti tahun, pada saatnya, kita akan terkaget-kaget melihat kenyataan bahwa batu tersebut telah menjadi cekung hanya karena tetesan air.

**”BERANI”**,

### ***MODAL AWAL KONGLOMERAT***

Saya yakin, kalau anda berani memiliki visi, maka akan lebih dapat menciptakan kekuatan positif di dalam pikiran anda. Sehingga nantinya akan lebih mampu meningkatkan kemampuan kerja dan kualitas hidup. Karena ini saya sangat yakin dengan ungkapan berikut ini: “Hati-hatilah dengan angan-anganmu, karena angan-anganmu itu akan menjadi kenyataan”

Presiden RI pertama, Ir. Soekarno, pernah bilang, “Gantungkan cita-citamu setinggi langit.” Visi itu memang bisa mensugesti orang. Dan, semua langkah kita akan kita arahkan kesana. Apalagi seorang pemimpin. Maka mimpi tentang perusahaan, mimpi tentang masa depan, tentu akan dapat mempengaruhi para pengikut yang dipimpinnya.

Anda “juru penerang”, mengusir gelapnya pikiran orang lain yang Anda pimpin. Ini prinsip kepemimpinan. Konglomerat yang memiliki visi, adalah penerangan bagi para bawahannya, anggota “tim sukses”nya dalam bisnis. Konglomerat dengan visi besar, merangsang terbangunnya atmosfer bisnis penuh kreativitas dan inovasi.

Bahkan orang meyakini, jiwa konglomerat itu, dekat sekali dengan dunia pengkhayal. Apa susahnyanya, berkhayal? Berkhayal adalah aktivitas yang “murah”. Bagaimana tidak, karena berkhayal tidak memerlukan fasilitas khusus, apalagi ongkos. Sekarang juga, anda



pun bisa berkhayal. Tentu saja, khayalan seorang konglomerat, bukan sembarang berkhayal. Bahkan, di zaman susah, dengan tumpukan persoalan hidup yang harus dipikul, bisa membuat orang pun tidak berani berkhayal. Anda akan tercenung, kalau saya katakan, **“Berkhayal pun, perlu keberanian!”**

Mengapa? Khayalan yang memicu keberhasilan, atau minimal, keberanian berbuat dan berkeaktivitas, dihambat pandangan lama yang cukup berurat-akar dalam benak kita, bahwa orang sukses harus ditopang pendidikan dan gelar formal. Sebetulnya, keyakinan ini bisa dipatahkan dengan mudah. Misalnya, hadirkan saja, beberapa nama orang sukses yang lulus SMA pun, tidak. Sejumlah konglomerat, memulai dari khayalan. Dan ia mulai kembangkan khayalannya, dari nol sampai akhirnya terwujud.

Bill Gates mengimpikan, *personal computer* akan tersedia di rumah setiap orang. Untuk merealisasikan mimpinya, ia *drop out* dari studinya, memilih menekuni *Microsoft*-nya. Ia berhasil. Kini, ia salah satu orang terkaya dunia.

Michael Dell, punya impian menakjubkan: mengalahkan perusahaan komputer raksasa *IBM*. Ia juga berhasil menjadi orang pertama yang memasarkan komputer pribadi dengan strategi *direct marketing*. Usahanya yang dirintis tahun 1984 berhasil, penjualan ***Dell Computer*** laris manis. Bahkan Dell dalam usia 34 tahun berhasil menjadi salah satu orang terkaya di Amerika Serikat.

Contoh lainnya, Jeff Bezos. Mimpinya, menjadi konglomerat sukses di dunia *e-commerce*, perdagangan melalui internet. Meski baru tahun 1995, yaitu di saat usianya 30 tahun, ia *nyemplung* ke dunia maya, mendirikan *Amazon.com*. Situs itu melejit menjadi situs paling banyak dikunjungi orang, untuk mendapatkan informasi atau membeli buku-buku bermutu dari seluruh dunia. Mimpinya terwujud. Ia pun tercatat sebagai miliarder di negeri Paman Sam itu.



## **Berani Mencoba**

*Andai kita berani mencoba, dan kita lebih tekun dan ulet, maka pasti kegagalan tak pernah ada*

Bisnis modern akan berhenti berputar kalau sikap berani mencoba itu lenyap. Memang, banyak orang yang gagal dalam usahanya, putus asa tanpa, tak berani mencoba lagi. Ini bukan bukan saja merugikan aspek materi atau finansial saja, tapi juga aspek psikologis. karena itu, sekalipun krisis, tetaplah menjadi seseorang dengan semangat kewirausahaan tinggi. Sesungguhnya tidak ada yang gagal dalam berbisnis, yang ada hanya karena ia berhenti mencoba, berhenti berusaha. Berani mencoba, lebih tekun dan ulet, kegagalan takkan pernah ada.

Beraniilah mencoba. Sebab, tidak satu pun di dunia ini, termasuk di dalam dunia konglomerat yang dapat menggantikan keberanian mencoba dengan bakat bisnis. Sebagus apa pun bakat seseorang, tidak akan sukses tanpa mulai mencoba. Bagaimana dengan kejeniusan seseorang? Juga tidak. Kejeniusan terpendam, sama saja dengan omong-kosong. Pendidikan terbaik? Juga bukan jaminan. Dunia ini sudah penuh dengan pengangguran berijazah sarjana. Dan ternyata, sekali lagi, keberanian mencoba dan mencoba itulah penentu kesuksesan bisnis kita.

## **Berani Merantau**

*Keberanian merantau, membangun percaya diri dan kemandirian*

Ingat tragedi Sampit? Semua bersedih, karena sebagian pengusaha sukses etnis Madura, ikut henggang dari Sampit, Kalimantan Tengah. Saya bukan menyoal tragedinya, tetapi dari aspek kewirausahaan. Madura dan Kalimantan, jelas bukan seperti antar rumah di sebuah kampung. Ini dua pulau yang berbeda dan berjauhan. Tapi, berapa banyak orang Madura yang masih kelahiran Madura, lalu merantau ke Sampit. Banyak, bahkan banyak sekali dan kemudian anak-turunnya lahir di Kalimantan.



Sebagian dari mereka, sukses, meskipun awalnya dari nol. Saya hanya mau mengatakan, mereka **“dari bukan apa-apa”, merantau, lalu sukses**. Etnis lainnya yang fenomenal, orang Jawa asal Tegal. Ibukota saja, mereka taklukkan. Kalau mau menghitung jumlah warung “beridentitas daerah” paling banyak yang mana, jawabannya: Warung Tegal. Di sektor makanan rakyat, ada penjaja bakso keliling. Banyak di antara mereka, mengusung identitas daerah. Seperti bakso Malang, bakmi Wonogori, Pecel Lamongan, atau rumah makan Padang.

Yang lebih fenomenal, dan ini juga lebih global, perantau Cina pun yang sukses di negeri yang mereka datang. Bukankah Anda yang sering bepergian lintas daerah, pernah mendengar, transmigran petani Jawa atau bali, banyak yang sukses sebagai transmigran di Sumatera, atau Sulawesi? Sukses dalam usaha, juga disokong sebuah keberanian: merantau.

Merantau, punya makna sosial tersendiri. Ia berarti “jauh dari keluarga” yang memicu terbangunnya jiwa kemandirian. Tak bergantung pada keluarga, berarti mulai melangkah menjadi dewasa. Di rantau, apalagi di lingkungan yang tak tahu siapa kita sebelumnya, Anda bisa menjadi pribadi yang baru.

Kebaruan ini, sarat tantangan. **Merantau, menyadarkan kita apa kelebihan dan kekurangan kita karena kita dihadapkan pada kenyataan-kenyataan baru. Merantau, membuat seseorang relatif tangguh, karena diterjunkan dalam situasi serba baru.**

Perantau, umumnya segan minta tolong. Di situlah, kemauan menjadi lebih termotivasi. Perantau, rata-rata enggan berutang budi. Justru, karena ia orang baru, seorang perantau cenderung menanam jasa untuk banyak orang. “Investasi sosial” ini, pada saatnya berbuah kebaikan. Siapa sangka, banyak orang yang menyukai kepribadian kita, bernagsur-angsur, menjadi pendukung setia langkah kita menganyam kesuksesan. Jadi? Cobalah merantau, temukan jatidiri Anda yang tangguh, kreatif, dan cerdas menangkap peluang



## Berani Gagal

*Hanya orang yang berani gagal total, akan meraih keberhasilan total.*

PERNYATAAN John. F. Kennedy ini ada benarnya... Gagal total, itu karier bisnis, Purdi E.Chandra dalam bukunya “Menjadi Konglomerat Sukses” bertutur : “Akhir 1981, merasa tak puas dengan pola kuliah yang membosankan saya meninggalkan kampus. Saat itu saya pikir, gagal meraih gelar sarjana, tapi bukan berarti gagal mengejar cita-citanya. Tahun 1982, saya kemudian mulai merintis bisnis bimbingan tes Primagama, yang belakangan berubah menjadi Lembaga Bimbingan Belajar Primagama. Bisnis tersebut saya jalankan dengan jatuh bangun. Pada awalnya, sepi peminat, cuma dua orang! Saat ini, wow, peminatnya *membudak*, sampai-sampai Primagama membuka cabang di ratusan kota, dan menjadi lembaga bimbingan belajar terbesar di Indonesia”.

Dalam kehidupan sosial, memang kegagalan itu adalah sebuah kata yang tidak begitu enak untuk didengar. Kegagalan bukan sesuatu yang disukai, dan suatu kejadian yang setiap orang tidak menginginkannya. Kita tidak bisa memungkiri diri kita, yang nyatanya masih lebih suka melihat orang yang sukses daripada melihat orang yang gagal, bahkan tidak menyukai orang yang gagal.

Maka, bila anda seorang yang menemui kegagalan dalam usaha, jangan harap orang akan memuji anda; orang di sekitar anda maupun relasi anda akan memahami mengapa anda gagal; anda tidak disalahkan; semua sahabat masih tetap berada di sekeliling anda; anda akan mendapat dukungan moral dari teman yang lain; Ada orang yang akan meminjami uang sebagai bantuan sementara; Apalagi ini: bank akan memberikan pinjaman selanjutnya! *No way!*

Mengapa gambaran seorang yang gagal, saya gambarkan begitu buruknya? Itulah masyarakat kita. Kita cenderung memuji yang sukses dan menang, dan mudah menghujat yang kalah dan gagal. Sebaiknya, setiap kita mulai mengubah budaya itu, beri kesempatan kedua bagi setiap orang.



Menurut pengalaman saya, apabila orang gagal, tidak ada gunanya murung dan memikirkan kegagalannya. Tetapi perlu mencari penyebabnya. Kegagalan seharusnya membuat konglomerat sejati tertantang untuk menemukan kekuatan-kekuatan baru agar bisa meraih kesuksesan kembali. Tentu, kasus kegagalan dalam bisnis maupun dunia kerja, saat krisis ekonomi kian, memang banyak. Ribuan orang terkena Pemutusan Hubungan Kerja (PHK) dan kehilangan mata pencahariannya. Sungguh ironis, seperti halnya kita, suka atau tidak suka, setiap manusia pasti akan mengalami berbagai masalah, bahkan mungkin penderitaan.

Seorang konglomerat, harus berani menghadapi kegagalan, dan memetik hikmahnya. Mungkin saja kegagalan itu datang untuk memuliakan hati kita, membersihkan pikiran kita dari keangkuhan dan kepicikan, memperluas wawasan kita, serta untuk lebih mendekatkan diri kita kepada Tuhan. Untuk mengajarkan kita menjadi gagah tatkala lengah. Menjadi berani ketika kita takut. Itu sebabnya, kita bisa sepakat pada pendapat Richard Gere, aktor terkemuka Hollywood, "Kegagalan itu penting bagi karier siapapun."

Mengapa? Banyak orang membuat kesalahan yang sama, dengan menganggap kegagalan sebagai musuh kesuksesan. Sebaliknya, kita seharusnya menganggap kegagalan itu dapat mendatangkan hasil. Ingat, kita harus yakin akan menemukan kesuksesan di penghujung kegagalan. tapi mengapa seseorang gagal dalam bisnis. Ada beberapa sebab umum.

**Pertama**, kita ini sering menilai kemampuan diri kita terlalu rendah. **Kedua**, setiap bertindak, kita sering terpengaruh oleh mitos yang muncul di masyarakat sekitar kita. **Ketiga**, biasanya kita terlalu "melankolis" dan suka memvonis diri terlebih dahulu, bahwa kita ini dilahirkan dengan nasib buruk. **Keempat**, kita cenderung masih memiliki sikap, tidak mau tahu dari mana kita harus memulai kembali suatu usaha. Dengan mengetahui sebab kegagalan itu, tentunya akan membuat kita yakin untuk bisa mengatasinya. Buat kita mengalami sembilan dari sepuluh hal yang kita lakukan menemui kegagalan, maka sebaiknya kita bekerja sepuluh kali lebih giat. Dengan memiliki sikap dan pemikiran semacam itu, maka akan tetap menjadikan kita sebagai sosok konglomerat yang selalu



optimis akan masa depan. Maka, sebaiknya janganlah kita suka mengukur seorang konglomerat dengan menghitung berapa kali dia jatuh. Tapi ukurlah, berapa kali ia bangkit kembali.

## **Berani Sukses**

*Seberapa besar rezeki yang kita inginkan, itu sama dengan seberapa besar kita berani mengambil risiko*

SUKSES adalah proses. Ia dicapai dengan pengorbanan. Salah satunya, tidak cengeng dengan kegagalan. Sukses, pikirkanlah sebagai keseharian anda. Keyakinan bisa sukses, selalu dibangun setiap saat. Karena itulah, jangan biarkan anda kehilangan motivasi untuk sukses, dan terus membangun keyakinan itu dalam sanubari.

Buanglah semua alasan, anda gagal karena kelemahan dari diri anda. Kurang cerdas, kurang *fit*, sudah terlalu tua, dan segudang “rasa kurang”, bukanlah alasan anda gagal. Sukses memerlukan keberanian tanpa henti, mempelajari kemunduran bisnis.

Hadapkan setiap problem dengan perjalanan sukses konglomerat lain yang serupa usahanya dengan anda. Bahkan, anda simak mereka yang gagal, dan temukan jawabannya mengapa dia gagal. Kesiapan pribadi seorang konglomerat menghadapi perubahan, juga dipermantap. Jangan mudah dikejutkan perubahan.

Pelajarilah kesuksesan orang lain, himpun semua “sebab-sebab sukses” itu, temukan kelebihan-kelebihan itu, dan mulai mencoba menyusun apa kelebihan anda, apa kebaruan yang bisa ditelurkan dari proses membandingkan dengan usaha orang lain.

Seorang konglomerat, adalah yang selalu “melek” dan “buka telinga” terhadap setiap peluang. Sukses konglomerat, bukan sekadar “rezeki dari langit”, tapi juga kejelian membaca/menangkap peluang. Dan ini memerlukan stamina usaha yang tinggi. Jangan ketakutan lebih dulu, seakan-akan konglomerat itu orang yang tidak pernah beristirahat. Tidak! Secara fisik, istirahat perlu, tapi sebagai konglomerat, pikiran “tetap jalan” dalam



arti, keseharian kita dibiasakan terus memikirkan, kebaikan-kebaikan apa yang bisa dibangun berdasarkan peluang yang kita hadapi setiap saat.

Tidak ada orang yang bisa mendapatkan kenikmatan dari hidup yang terus merangkak-rangkak, kehidupan yang setengah-setengah. Sukses berarti hanya hal yang mengagumkan dan positif. Sukses berarti kesejahteraan pribadi: rumah bagus, keamanan di bidang keuangan dan kesempatan maju yang maksimal, serta berguna bagi masyarakat. Sukses juga berarti memperoleh kehormatan, kepemimpinan, dan disegani. Dengan demikian sukses berarti *self respect*, merasa terhormat, terus-menerus merasa bahagia, dan merasakan kepuasan dari kehidupannya. Itu artinya, kita berhasil berbuat lebih banyak hal yang bermanfaat. Dengan kata lain, sukses berarti menang. Namun sayangnya, di era globalisasi seperti sekarang ini, tidak semua konglomerat berani menyebutkan, bahwa dirinya telah mencapai kesuksesan.

Menurut saya, jangan segan anda nyatakan: **hari ini saya sukses**. Dengan begitu, rasa percaya diri itu pun terbangun. Kepercayaan diri yang besar itu, membangkitkan semangat untuk meraih kesuksesan. Dan kesuksesan itu, juga berarti perlu dibagi kepada sesama pebisnis. Betapapun sibuknya konglomerat yang sukses, dalam dirinya ada jiwa sosial saat diminta membantu orang lain yang belum sukses dirinya. Yakinlah, dalam jiwa seorang konglomerat sukses, ada keyakinan: Allah itu kekuatannya besar yang mendorong umatnya, termasuk para konglomerat, untuk tidak egois. Karena pribadi yang senang melihat orang lain “gagal melulu”, sejatinya sedang menanti gelombang kegagalan menerpanya. **Jadi, beranilah berpikir sukses!**

## Berani Berbeda

*Munculkanlah keberanian berpetualang di zaman baru, kendati untuk itu kita siap membayar harga orang yang menertawakan, mengejek, dan mengkritik kita.*





Mengapa orang menertawakan kita? Atau lebih enteng dari itu, mengapa orang meremehkan kita? Karena kita berbeda. Tapi, apa salahnya jika kita berbeda? Kenyataannya, menjadi berbeda sudah terjadi sejak kita lahir. Setiap individu di dunia ini berbeda. Tak ada seorangpun yang 100 % sama dengan lainnya. Sidik jari kita cukup membuktikan fakta ini – tak ada dua sidik jari yang sama di dunia. Setiap orang dari kita berbeda – UNIK. Dan keunikan kita memisahkan kita satu dengan lainnya.

Bila kita benar-benar ingin berhasil dalam hidup ini, munculkanlah bakat ini dari dalam diri, biarkan ia bersinar begitu terang. Orisinalitas gagasan, di mana Anda menampakkan “sesuatu yang baru dan terang”, akan membuat keberbedaan itu, memberi nilai lebih bagi pribadi anda.

Lebih baik kita berani berbeda. Dan, perbedaan kita dari yang lain, adalah wujud ketekunan kita menjadi LEBIH BAIK. Seorang diri, menjadi lebih baik, di antara banyak orang yang berpikiran nyaris sama tentang suatu hal, lalu keberbedaan anda, diterima banyak orang dan diterima dunia. Luar biasa, bukan? Mari, gunakan energi anda menghasilkan perbedaan yang bertenaga. Perbedaan yang bernilai.

**“Pengusaha swasta memainkan peran lebih besar dalam ekonomi dunia. Pengusaha kecil telah merampas multi miliaran dolar dari bisnis besar.”**

*John Naisbit*

## **KONGLOMERAT:**

### **Kreativitas Tak Pernah Henti**

*Kalau Anda berani tampil beda,  
itu berarti Anda memiliki jiwa konglomerat*



KUTIPAN di atas, sangat mungkin, mengundang senyum meremehkan. Masa, berbeda saja, sampai menjadi ciri jiwa konglomerat. Kalimat itu terasa berlebihan. Sobat, menjadi konglomerat sendiri adalah dunia yang unik. Itu sebabnya, mengapa konglomerat dituntut untuk selalu kreatif setiap saat. Dengan kreativitasnya, tak mustahil akan terbukti bahwa ia betul-betul memiliki citra kemandirian yang memukau banyak orang. Karenanya, ia pantas dikagumi, dan selanjutnya diikuti.

Menjadi konglomerat yang kreatif di saat krisis ekonomi, tentu saja tantangan yang sangat berat. Siapa saja yang mencoba terjun menjadi konglomerat kreatif, ia harus bekerja 24 jam sehari, 7 hari dalam seminggu. Ini masih harus dijalankan sedikitnya untuk kurun waktu sekitar dua tahun pertama. Sebuah babak baru yang berat, berjuang tanpa henti dengan berbagai tekanan fisik maupun psikis.

Bisnis modern? Apalagi! Ia boleh dikatakan, mustahil bisa eksis dan berkembang tanpa kemampuan menciptakan sesuatu yang baru pada setiap harinya. Berpikirlah kreatif setiap hari. Dari mana ia datang? Dari mana saja, dari siapa saja. Interaksi sosial Anda, menjadi stimulan munculnya ide inovatif. Memang, tak mudah melahirkan sesuatu yang orisinal atau sama sekali baru. Bisa saja, ia adalah kombinasi “sentuhan baru” pada karya-karya yang sudah ada. Kesan, aksentuasi disain, modifikasi, adalah bagian dari proses kreatif.

Milik siapakah kemampuan ini? Apakah ini hanya dimiliki pribadi tertentu? Tegas, saya nyatakan: tidak. Pada dasarnya, kita semua kreatif. Tentu saja, dengan kualitas dan kuantitas yang berbeda-beda.

**Kemampuan kreatif itu terdistribusi hampir secara universal kepada seluruh umat di muka bumi ini. Kreativitas, bak sebuah mata air, jangan biarkan sumbernya mengering. Agar tetap berair, gali terus, agar “mata air kreativitas” kita tetap berair.**

*Raudsepp, peneliti dari Princeton Research Inc.*



## **Kreativitas: Keharusan dalam Kewirausahaan**

Jangan terpaku saja melihat gemerlap perubahan! Anda, satu di antara sekian orang yang sanggup menghadirkan hal baru! Pikirkanlah hal ini sebagai kebiasaan. Karena anda hidup dalam abad kreativitas. Kreatif adalah, kunci memenangkan kompetisi. Ada banyak konsep kreativitas. Salah satunya, mengambil inspirasi dari dunia musik, tepatnya, musik jazz. Dalam musik jazz, ada istilah *jam session*, saat pemusik tidak memainkan lagu tertentu, tapi alat musiknya mengalunkan paduan nada tanpa terikat lagu, bebas-mengalir saja. *Jamming*, menjadi inspirasi John Kao menuangkan teorinya dalam buku yang sudah beredar dalam bahasa Indonesia, “Jamming: Seni dan Disiplin Kreativitas Bisnis”.

Kalau *jamming* bisa menggelitik telinga dengan alunan musik indah, bisnis pun, amat mungkin mengambil langkah alternatif di luar yang biasa berlaku. Hasilnya, seperti *jamming* dalam jazz, tetap “berirama dan enak didengar”. Begitulah analogi teori Kao dalam dunia bisnis.

*Jamming* dalam bisnis, adalah ikhtiar kreatif. Ada imajinasi, totalitas berkreativitas, menyerap pendar-pendar inspirasi dari mana-mana. Dari sana tercipta ide-ide kreatif dalam pengembangan bisnis. Siapa “sparing partner” seorang konglomerat dalam mengeksplotasi gagasan kreatifnya? Ia bisa sesama konglomerat, meskipun tak ada salahnya dengan orang lain yang sangat berbeda dunia kerja.

Bekerja “serba rutin”, “manut pakem”, di level pengambilan keputusan tertinggi, terutama sebagai pusat penyikapan terhadap realitas bisnis, diyakini merupakan sebuah sikap berbahaya bagi keberlangsungan usaha. Rutinitas, pakem-pakem itu, menjadi belenggu bagi kemajuan. Namun begitu, jangan salah memaknainya. Manajemen kreativitas, bukan “anti aturan”. Aturan tertentu, harus tetap ada, tetapi keberadaannya tidak memasung kreativitas. Ada yang “ekstrim” dalam kasus pembaharuan ini.



Misalnya, produsen piranti keras komputer yang mendunia, Intell. Intell, secara berkala selalu menghancurkan produk lama mereka setelah memproduksi produk baru hasil kreativitas timnya. Langkah yang serupa, meskipun “tak sengaja” dialami perusahaan *Unilever*. Begitu produk barunya muncul, produk lama Unilever “otomatis” dikalahkan produk barunya sendiri.

Kalau ada contoh Intell dan Unilever di bagian ini, dua dari sekian *big corporate* dunia, sejatinya kreativitas tidak menjadi monopoli korporat besar. Dalam sektor usaha kecil pun, ide kreatif muncul dari perenungan dan perbincangan akan hal-hal yang tak pernah terpikirkan. Justru dalam usaha kecil, kreativitas seharusnya lebih berkembang, karena biasanya usaha kecil, punya sumber daya insani tak banyak. Ini poin lebih sehingga usaha kecil relatif lebih kompak orang-orangnya, sehingga transfer kreativitas baru bisa lekas merata. Dalam usaha berskala kecil transfer kreativitas lebih pendek jalurnya. Seorang inovator dalam tempo pendek ia bisa langsung mentransfer temuan barunya kepada semua orang yang bekerja bersamanya. Bukan mustahil, proses mentransfer temuan baru itu, sekaligus bisa memicu tumbuhnya kreativitas.

## **Luwes Menyikapi Peluang**

Jika Anda termasuk dalam golongan orang yang selalu ingin tahu, kemudian dapat melihat suatu peristiwa dan pengalaman untuk dijadikan sebuah peluang, di mana orang lain tidak melihatnya, kemudian memiliki keberanian berpikir kreatif dan inovatif, bersiaplah Anda untuk menjadi konglomerat.

Banyak contoh yang dapat memberikan gambaran kepada kita, bahwa tidak ada sesuatu yang tidak mungkin dilakukan anda. Keluarkan semua ide atau gagasan Anda, jangan takut diremehkan atau dihina orang. ‘Ide gila’ yang Anda sampaikan, boleh jadi suatu waktu akan mengundang kekaguman banyak orang. Begitu Anda mulai menuai sukses, barulah orang akan berguman, “Mengapa itu tak terpikirkan oleh saya sejak dulu, ya?”



Kalau anda berani tampil beda, itu berarti anda berjiwa konglomerat. Saya setuju pendapat yang mengatakan, keberhasilan konglomerat ibarat kesabaran dan ketenangan seorang aktor akrobatik meniti tambang tipis hingga sampai ke tujuan. Ia tidak menghabiskan waktunya dengan perasaan khawatir, tapi konsentrasinya tertuju pada tujuannya. Tak kalah pentingnya, jangan malu akan kesalahan yang kita buat. Seorang konglomerat memang tidak menyukai kesalahan, tapi ia tetap akan menerimanya sepanjang hal itu dapat memberikan pelajaran berharga. Ia harus mampu meloloskan diri dari situasi-situasi yang hampir mustahil bisa diatasi. Dalam era global sekarang ini, kegiatan usaha yang kita jalankan hampir 90% justru tidak sesuai rencana.

Karena itu, kita harus luwes dengan rencana yang telah kita buat. Bersiaplah berpindah dari satu rencana ke rencana lainnya. Seorang konglomerat juga tidak boleh mudah berputus asa. Ia harus yakin dengan kreativitasnya. Selalu ada jalan yang tidak pernah terbayang sebelumnya.

## **Proses Kreatif Berwirausaha**

*Kita berani berpikir kreatif.*

*Itu berarti kita sudah berani mengambil risiko*

SALAH satu tugas kita sebagai calon konglomerat, selain memiliki ketrampilan *interpersonal*, *leadership*, dan *managerial*, juga harus mampu melakukan tugas kreatif. Kreativitaslah, unsur penting eksis dan berkembangnya sebuah usaha. bagi konglomerat, seolah tiada hari tanpa kreativitas. Saatnya kita terus kreatif. Apalagi, kalau di bagian sebelumnya, kerap disebut-sebut angka luar biasa pertumbuhan kewirausahaan di Amerika Serikat, di Indonesia sendiri, keragaman usaha maupun jumlah konglomeratnya, belum sebanyak di Amerika Serikat ataupun di negara lain.

Di Amerika Serikat misalnya, ada bisnis yang masih langka dan belum memasyarakat di Indonesia, yakni bisnis menyewakan pakaian dan perlengkapan bayi. Jadi sebenarnya banyak macam usaha yang bisa kita kerjakan, asal kita mau kreatif. Dalam hal apa saja,



kita harus kreatif? Kreatiflah dalam beberapa hal, antara lain, memilih jenis usaha dan memilih waktu untuk memulainya.

Maka, jangan ragu menciptakan kondisi yang memungkinkan setiap unsurnya bisa kreatif. Jadikan setiap sudut, setiap suasana dalam usaha anda, kondusif bagi munculnya ide-ide kreatif. Kreativitas itu sendiri, memang memerlukan proses, yakni proses kreatif. Jadi pada awalnya, untuk kreatif itu perlu persiapan, meski secara tidak formal. Tinggal, bagaimana kita sendiri membuat suasana kerja itu kreatif.

Dalam prosesnya, ternyata kreatif itu juga membutuhkan konsentrasi kita. Padahal, yang kerap terjadi, saat kita melakukan konsentrasi, malah menemui jalan buntu. Akibatnya, kita tak bisa berbuat apa-apa, dan berangsur-angsur menjadi frustrasi. Dan, sebenarnya frustrasi itu merupakan bagian dari proses kreatif itu sendiri.

Dalam kondisi inilah, menurut saya, sebaiknya kita tidak menyerah atau putus asa. Jangan berhenti sampai di situ. Yakinlah, pada saatnya, wawasan atau iluminasi akan muncul. Kemudian, kita melewati proses kreatif berikutnya: inkubasi atau pengendapan masuk ke dalam alam bawah sadar. Pada saatnya, yaitu pada kondisi yang tidak disengaja, bisa saja muncul iluminasi itu artinya ide kreatif telah kita temukan.

Langkah penting untuk ini, mengolah atau menjalankan ide kreatif menjadi konkret, demi kemajuan bisnis kita. Bahkan menurut saya, demi kepuasan pelanggan pun, perlu pendekatan kreatif. Kreatif, juga kata kunci dalam urusan mencari modal atau dana pengembangan usaha, peningkatan kegiatan produksi, perbaikan desain, pemasaran, dan lain sebagainya.

Orang kreatif, adalah orang yang berani mengambil risiko. Hanya tinggal seberapa besar sebenarnya kualitas kreativitas itu akan mempengaruhi risiko usaha yang dijalankan. Bahkan, seseorang yang berani berpikir kreatif, berarti dia sudah berani mengambil risiko. Saya pun yakin, hanya konglomerat yang berani mengambil risiko itulah yang usahanya dapat berkembang maju, baik untuk saat ini ataupun untuk masa depan.



## Membangun Jejaring, Mutlak!

Al Rise dan anaknya Laura dalam Law Number 3: The Law of Publicity antara lain menyebutkan: *Publicity in general is more powerful than advertising*. *Publicity* sesungguhnya hanya salah satu bentuk *public relation* (PR). Law Number 3, seharusnya berbunyi : *PR is much more powerful than advertising*. Alasannya, selain bisa tampil secara *above the line* dan *below the line*, PR atau kehumasan juga mampu menjangkau ke luar (PR eksternal) dan ke dalam (PR intenal). Yang tak kalah penting, PR mempunyai sentuhan yang lebih halus (subtil), sehingga sering kali dipercaya dan efektif. Fungsi PR dalam kaitannya baik dalam (organisasi) maupun ke luar (intended public) dalam rangka membangun jejaring sangat dahsyat, apabila dikelola dengan sadar, sistematis, komprehensif dan terencana baik.

### Teman Adalah Asset

Jaringan usaha atau organisasi nirlaba sering dipahami dan diterjemahkan secara sederhana. Orang selalu setuju pada ungkapan “teman adalah aset”. Apakah membangun jejaring sesederhana seperti menjalin pertemanan? Jejaring yang perlu dibangun antara satu organisasi dengan organisasi yang lain sering tidak sama. Karena, karakteristik dan kebutuhannya berbeda. Maka perlu diidentifikasi dan dirumuskan secara jelas, dengan pihak-pihak mana saja kita perlu membangun jejaring. Bagi dunia usaha, yang perlu dijalin hubungannya antara lain lembaga konsumen, pemerintah (departemen terkait), militer, organisasi keagamaan, LSM, rekanan usaha, institusi penunjang (lembaga keuangan, lembaga pasar modal yang sudah go public) dan para tokoh informal masyarakat. Perlu digaris bawahi, membangun jejaring dalam konteks ini sama sekali berbeda dari korupsi, kolusi dan nepotisme (KKN), yang umumnya lebih bersifat *hit and run* serta jangka pendek.



Selain itu, yang tidak kalah penting diperhatikan dan dijalin hubungannya dengan baik adalah mereka yang tergolong *intemal concered group*, seperti para pemegang saham, karyawan serta manajemen madya atau penyelia. Dalam konteks inilah membangun jejaring semakin relevan, apalagi *information technology* telah berkembang sedemikian pesat, sehingga perbedaan geografis nyaris bukan hambatan lagi.

Jejaring memang perlu dibangun dengan sadar, sistematis, komprehensif dan terencana baik. Untuk itu, perlu dibentuk departemen (PR), yang fokus menangani secara profesional. Program membangun jejaring melibatkan seluruh jajaran perusahaan. Pelaksana programnya bisa meliputi satpam hingga direktur utama, tergantung pada bentuk kegiatan dan tujuan yang ingin dicapai. Dalam konteks ini, semua anggota organisasi pada dasarnya petugas PR perusahaan.

Jejaring yang dibangun dengan baik menjadi aset perusahaan, dan dirasakan manfaatnya baik dalam proses kehidupan sehari-hari perusahaan maupun pada saat terjadi kasus. Malahan, kalau jejaring sudah terbangun dengan luas dan solid kita bangga dan rendah hati boleh mengatakan: “Ini jejaringku”. Benar, manusia perlu pergaulan yang luas, sebab manusia seperti diungkapkan Aristoteles adalah *zoon politicon*.

Saya punya seorang kawan. Amie namanya, Dia direktur sebuah usaha rumah busana, Rizqita, di Depok, Jawa Barat. Suatu ketika, setelah perbincangan bisnis usai di ruang pertemuan, kami ke tempat parkir. Ternyata, sopir mobil Bu Amie, saat pamit makan, tak kunjung muncul. Setengah jam-an kami menunggu sang pengemudi. Bukan menunggu percuma di parkiran. Kebetulan, ia sedang memerlukan beberapa karyawati baru. Sambil menunggu, ia berbincang dengan beberapa petugas Satpam. Ia iseng bertanya, apa tidak punya saudara atau kenalan wanita yang sedang mencari pekerjaan? Satpam yang disapanya bilang, “Oh, Ada.” Dalam tempo beberapa menit, ia sudah kembali dengan dua buah amplop besar, lamaran kerja. Lalu, dari seorang Satpam lainnya, Amie mendapat dua amplop lamaran lagi.





Ia tersenyum puas. "Saya perlu beberapa pilihan, meski pun peluangnya tak banyak. Saya punya ruko baru di sini. Bayangkan, kalau pekerja saya adalah kenalan atau saudara Satpam di sini, mereka akan mewujudkan terima kasihnya dengan cara-cara yang kita tak bisa bayangkan. Minimal, toko saya akan dibantu diawasi. Saya punya kenalan yang tak punya interest buruk, karena saudara bekerja di toko saya."

Begitulah, sobat, Amie memanfaatkan sedikit waktu untuk meluaskan jaringnya, di sekitar tempat usahanya. Buat saya, ia usahawan dengan kecerdasan sosial, bukan hanya kecerdasan ekonomi.

### **Membangun Jejaring**

*Persahabatan merupakan unsur penting dalam hidup kita, sebagaimana hubungan profesional menjadi pusat keberhasilan kita. Karena itu, membangun jejaring menjadi keahlian yang sangat bermanfaat.*

Ungkapan "Yang penting bukan apa yang Anda tahu, tapi siapa yang Anda kenal" tidak sepenuhnya benar, tapi hanya separuh benar. Kenyataannya, dalam mengembangkan karier dan bisnis atau menuntun ke arah cita-cita, yang penting adalah siapa yang kenal anda!

Bakat, keahlian, pengalaman dan kepandaian semata tidaklah cukup untuk mencetak keberhasilan. Justru, **hubungan dan kontak dengan orang lainlah yang akan mendorong anda menuju sukses. Sukses bersifat relatif, karena anda tahu apa yang anda inginkan, apa nilai yang anda anut, serta apa yang anda mau lakukan.**

Anda pasti akrab dengan komputer. Internet, juga bukan lagi sesuatu yang asing. Semua menyadari, internet memberi akses informasi instan, dari yang serius seperti peta investasi lintas bangsa, kebijakan politik, isu-isu kemanusiaan terkini sampai sekadar resep dan anekdot. Bagi konglomerat, informasi harus bisa ia jadikan "peluru" dalam



pertempuran bisnis. Jadikanlah informasi sebagai kekuatan saat ia dipertukarkan. Salah satu cara memperkuat basis informasi, membangun jejaring.

Apakah jejaring itu? Dalam konteks ini, yang saya maksud adalah proses dua arah yang benar di mana berbagai sumberdaya dibagikan dan diterima. Di dalam proses ini, ada semangat saling berbagi informasi. **Ya, informasi!** Kalau Anda termasuk tipe pembangun jejaring yang baik, maka Anda akan bahagia saat Anda dapat memberi kepada mitra-mitra Anda, *stakeholder* jejaring, seluruh elemen yang terlibat dalam “proses saling berbagi informasi” ini.

Sepintas, “berbagi informasi” serasa sesuatu yang mudah. Perlu energi lebih, kalau pertukaran informasi dilekati kepentingan memperkuat *performance* bisnis. Menerapkan pertukaran informasi dan membangun “jejaring yang efektif” untuk menguatkan sebuah usaha, tidaklah segampang menjelaskannya. Bagaimana agar sukses membangun jejaring? Saran saya, jadilah pribadi yang menjunjung tinggi cara, proses serta tujuan dibangunnya sebuah jejaring. Jangan mengabaikan pentingnya ikhtiar mengembangkan dan memperhalus kemampuan melakukan tindak lanjut. Anda mungkin punya banyak informasi menarik dan potensial melancarkan bisnis Anda, tapi semuanya tidak menjadi apa-apa tanpa tindak lanjut. Sebagai calon konglomerat yang berhasrat memperkuat usaha melalui jejaring, fokus tindakan Anda: menyadarkan, bahwa mitra jejaring Anda punya informasi bernilai. Pastikan, Anda temukan argumentasi yang tepat, apa informasi itu, dan bagaimana ia bisa bernilai bagi Anda.

### **Kembangkan Kontak-kontak Anda**

*Jika Anda menemukan seseorang yang mampu memberikan inspirasi kepada Anda mintalah bantuan kepadanya*

Seorang konglomerat sukses harus selalu membangun kontak bisnis dan sosial. Dalam hal ini, itikad baik merupakan modal dasar yang tidak bisa dibeli tetapi harus dimiliki. Bahkan ada beberapa perusahaan yang sama sekali menjauhkan diri dari media massa.



Saya kira sikap seperti ini tidak bijaksana karena saya tidak percaya dengan pepatah lama yang mengatakan bahwa bentuk publikasi apapun tidak jelek sebab hubungan-hubungan yang baik akan dapat membawa suatu perubahan penting.

Saya punya contoh konkret. Seorang mitra, dua bulan ke depan habis kontrak rukonya di Depok. Padahal, bisnisnya sedang bagus-bagusnya. Apa akal. ”Saya punya banyak teman. Tapi untuk urusan ruko, mau tak mau, perlu duit besar di muka. Ini urusan sewa setahun dua tahun dibayar dimuka. Saya tidak langsung berpikir untuk meminjam uang dari bank. Saya harus terbuka pada teman-teman saya. Saya yakin, mereka punya jalan keluar. Hasilnya, saya mendapat apa yang saya inginkan, dan tanpa keluar dana besar!”

Bagaimana kawan kami ini memperoleh rukonya? Padahal harga ruko baru di Pulogadung Trade Center (PTC) tempat yang diincarnya, tak kurang dari empat puluh jutaan rupiah pertahun? ”Seorang kawan, menyewa satu ruko dan *food court* di PTC yang dibuka awal bulan depan. Begitu penyerahan kunci dan di-*launching*, ruko dan lokasi usaha yang disewanya tak boleh didiamkan kosong. kalau sampai sekian lama kosong, maka pengelola PTC akan mendendanya sebesar lima juta rupiah. Nah, daripada dia kena denda, satu ruko yang ia siapkan sebagai investasi saja dan belum sanggup segera ia isi, ia serahkan pada saya mengelolanya. Praktis, saya tak perlu sewa, cukup bagi hasil yang perhitungannya nanti setelah usaha ini jalan.”

Luar biasa, kan? Kawan saya ini, tak perlu berhutang ke bank, karena jejaring usahanya, terawat baik. Apalagi, ia akrab pula dengan pers, sesuatu yang sanggup meresonansikan ”success story” dan kredibilitas bisnisnya. Dengan kondisi seperti itu, kawan saya mudah mendapat kepercayaan koleganya. Dalam bisnisnya, ia sedikitnya punya 100 pemasok untuk tokonya, yang rata-rata awet berhubungan dengannya sejak ia membuka usaha tiga tahun silam.



## Ubahlah Semuanya Menjadi Peluang

*Kesuksesan semata-mata hanya masalah keberuntungan, oleh karenanya hadapilah segala kemungkinan kegagalan.*

*Anonim*

*Keberuntungan hanya mungkin terjadi bila persiapan mampu menangkap kesempatan.*

*Elmer Letterman*

Keberuntungan pastilah sesuatu yang berada pada tempat dan waktu yang tepat. Mungkin saja, ciri paling umum yang dapat ditemukan pada orang-orang beruntung adalah bahwa mereka memanfaatkan kesempatan yang mereka dapatkan. Keberuntungan bukan sesuatu yang harus Anda tunggu sambil santai, tetapi harus diraih. Napoleon pernah berkata: *Jangan jendral-jenderal brilian, tetapi berilah saya jenderal—jenderal yang memiliki keberuntungan.*”

William E. Heinecke, konglomerat yang menuliskan tips bisnisnya itu, pernah menyatakan, ”Saya cukup beruntung menapakkan kaki di Thailand di tahun 1960-an yang penuh peluang. Kami sering mengingatkan kepada tim kami bahwa semakin keras kita bekerja, akan semakin banyak keberuntungan yang akan kita dapatkan. Nasib baik bisa datang dengan berbagai macam bentuk. Bisa lewat peningkatan kesempatan bisnis, orang yang anda sewa, kontrak personal yang anda buat serta kesehatan yang anda nikmati.”

Sebagai pendatang di Negeri Gajah Putih, Heinecke merasa keberuntungannya juga berkat pertemanannya yang kental dan luas di Thailand, hal yang berat ia tingalkan. Untuk itu, ia tak ragu-ragu menolak nasihat orangtuanya untuk meninggalkan Thailand. Ayahnya, seorang koresponden *Voice of Amerika*, berwawasan luas mengenai masalah-masalah dunia, mengatakan, ”Nak, carilah keberuntunganmu di Filipina atau Iran. Di Thailand tempat yang tidak menjanjikan untuk bisnis.” Heinecke ”bandel” karena yakin,



sahabat-sahabat Thai-nya turut berperan penting mem-*back up* sukses bisnisnya. Apa yang ia dapat?

Kata-kata ayahnya, tak berlaku lagi. Memang, saat 1960-an, gagasan sang ayah masuk akal, karena Thailand saat itu merupakan salah satu negara miskin. Di bawah kepemimpinan Shah dan juga Ferdinand Marcos, ekonomi Iran dan Philipina lebih stabil. Heinecke sendiri, dibesarkan di Asia. Philipina, memang lebih prospektif, persis nasihat ayahnya. Secara ekonomi, Philipina berada di atas Thailand dan karena kehadiran tentara pertahanan Amerika maka ada banyak pengaruh baru di tengah masyarakat Thailand. Di mata Heinecke, ada elemen keberuntungan di dalamnya. Heinecke, adalah pelajaran sukses entrepreneurship dengan pertemanan luas yang terawat baik.

## MANFAATKAN OTAK ORANG LAIN

Pernah berbincang, atau membaca kisah wirausahawan senior? Sebagian dari mereka, membanggakan prestasinya bukan karena mereka bersekolah tinggi-tinggi. Mereka membanggakan “kampus hidup”, dengan guru-guru “jalanan” dan kearifan menangkap “ilmu kehidupan”.

Sukses mereka, dibangun dengan realitas bisnis (dan kehidupan global) yang belum serumit zaman sekarang. Karena kerumitannya kian kompleks, konglomerat memerlukan banyak input, termasuk dari pendidikan. maka, “success story” tempo dulu, diambil saripatinya, kearifan dan kegigihannya, bukan “semangat besar *zonder* pengetahuan”. Konglomerat pun untuk sukses, memerlukan pengetahuan dan keterampilan teknis. Bagaimana ia bisa “menjual” kalau tidak mendalami “dagangannya”? Bagaimana meyakinkan orang, kalau ia tidak mengerti apa yang harus ia tawarkan?

Perlunya orang yang mampu dan berpengalaman dalam membantu sebuah bisnis, tidak perlu diperdebatkan lagi. Meskipun demikian, kualifikasi akademik yang bagus, bahkan dari institusi yang paling bergengsi, juga bukan jaminan kesuksesan di setiap tingkatan dalam dunia korporat. Apapun perusahaannya anda harus memiliki keterampilan teknis



atau kemampuan mempekerjakan orang untuk itu. Ini yang saya sebut “bekerja dengan otak orang lain.”

Pendahulu kita, juga orangtua kita sering bilang, “Nak, pergilah ke sekolah (kuliah), kalau tidak, kamu bakal gagal menjalani kehidupan. Kamu tidak bakal sukses.” Oke, niat baik orangtua, kita terima. Tapi sukses, bukan hanya karena kepintaran. Konglomerat sejati (kebanyakan) menikmati saat ia memimpin, menjadi pengelola usahanya sendiri. Ia memiliki orang-orang yang bekerja padanya. Karena urusan teknis memerlukan keahlian teknis, sebagai bos, ia harus mendapatkan orang lain yang menguasai ketrampilan teknis itu. Maka ia pekerjakan seseorang yang lebih pintar daripada dirinya. Jika anda pemilik usaha ini, maka anda adalah bos yang mempekerjakan tenaga ahli, begitu usaha anda sukses, selangkah demi selangkah mengisi jagad dunia usaha, bahkan anda naik terus ke jenjang prestisius dalam bisnis yang anda geluti, saat itu orang tak lagi peduli anda pintar atau tidak di sekolah. Bahkan, kampus anda saja, orang tak lagi hirau. Anda dulu anak siapa, “sesulit apa”, juga tak lagi menjadi perbincangan.

Bicara soal memanfaatkan otak orang lain, David Ogilvy, tokoh paling inspirasional dalam dunia iklan, pernah memberi nasihat. Katanya, **“Pekerjakanlah orang yang lebih pintar daripada Anda.”** Dengan mempekerjakan orang yang lebih pintar dari anda, maka anda akan lebih cepat dan banyak belajar dari mereka. Banyak orang yang lebih pintar daripada anda pada banyak hal – menulis pidato, membangun tim, yang dengan sadar mengajar anggota tim baru berbagai keterampilan baru. Sama halnya dengan keuangan. Anda dapat belajar akunting dasar dengan cepat kepada akuntan anda.

Perusahaan yang menonjol seperti Coca-Cola, IBM, Microsoft, memiliki orang dengan kualitas menonjol hampir di semua bidang. Pekerjakanlah orang lain, buat mereka bekerja untuk anda meskipun untuk itu, anda harus mengeluarkan banyak uang.

Satu hal lagi yang harus diingat, jangan bergantung kepada daftar riwayat hidup dalam mempekerjakan orang, sebab semua itu dapat dibuat dan ditata sedemikian menarik, padahal sesungguhnya itu tidak mencerminkan realita yang ada. Penilaian justru



**didasarkan pada naluri atau insting dasar yang anda miliki.** Carilah orang yang anda yakin:

- mampu mengendalikan bisnis
- menunjukkan antusiasme
- mampu memperlakukan staf dengan baik

Miliki orang yang memiliki komitmen untuk mengembangkan bakat. Ini merupakan satu inti kelompok bagi anda. Pastikan bahwa anda mempekerjakan orang yang tepat, pada tempat yang tepat dan waktu yang tepat.

Bisnis berhasil karena konsep dasarnya bagus, juga naluri konglomerat terhadap suatu momen. Seorang konglomerat harus mampu bersikap luwes. Kalau memproduksi bunga plastik tidak menguntungkan, dia bisa cepat berganti memproduksi rambut palsu, lalu mainan dan elektronik. Dengan begitu, perusahaannya bisa menemukan ceruk yang betul-betul menjadi awal yang baik untuk berkembang.

***GAYA MANAJEMEN-nya berdasar pada akal sehat dan PERTUMBUHANNYA berasal dari momentum alamiah dan intuisi.***

Keahlian bisnis dari bangku kuliah? Oke, ia adalah serangkaian “nilai studi” di atas kertas sertifikat kelulusan. Tapi, itu bukan jaminan sang alumnus sekolah bisnis, akan mampu merintis bisnis. Sebab, dengan gelar dan nilai *cum laude* sekalipun, sebatas “jaminan” penguasaan administrasi bisnis. Dan administrator bukanlah konglomerat. Jangan berharap, setelah sukses studi *Master of Business Administration* (MBA), misalnya, sang alumnus akan mengurus sebuah industri, melibatkan keluarganya total bekerja bersamanya – mungkin tanpa upah dulu - sampai usahanya sukses. Ini bukan “kelas” akademisi bisnis, tapi dunianya seorang konglomerat dengan energi juang bisnis yang tinggi. Akademisi bisnis, memang diperlukan dalam sebuah usaha, karena perannya berkait erat dengan langkah pembenahan sistem manajemen dan kontrol dalam sebuah bisnis. namun begitu, sang master administrasi bisnis, tidak bisa memulai bisnis itu sendiri.



Jika anda bekerja dengan orang yang sangat cemerlang dibidangnya dan memiliki beragam bakat dan latar belakang, anda akan mengembangkan sebuah tim dengan kekuatan dan kelenturan yang baik. Adalah esensial untuk mampu mengenali bakat sejati dan mengembangkannya.

Memakai otak orang lain adalah benar-benar suatu kesenangan jika anda suka permainan dalam tim. Bekerja dengan seorang yang tidak anda sukai secara aktif, di sisi lain, bisa menjadi sebuah pengalaman yang sangat membuat stress, walaupun mereka sangat cakap dalam pekerjaannya.

Anda tidak akan pernah menyesal bekerja dan berkembang bersama orang-orang berbakat. Orang-orang seperti ini yang akan membuat anda menjadi konglomerat yang lebih sukses. Satu fakta menarik, bisa diperlihatkan di sini, bagaimana figur kharismatik di sebuah di desa tertinggal, menarik "orang-orang terdidik" untuk berbuat sesuatu didesanya. Ia, figur yang mampu bekerja dengan otak orang lain, meskipun cuma berbekal Sekolah Rakyat "Ongko Loro" (Angka Dua). Contoh serupa itu, saya temukan di Cijeruk, Bogor Selatan. Ada Haji Zakaria, punya tanah lumayan luas, pendidikannya cuma SR, tapi ia bisa mengoptimalkan lahannya sebagai contoh bagi pertanian di desanya dan desa-desa sekitarnya, saat melibatkan mulai LSM Pertanian Organik sampai Dinas Pertanian setempat, memperlihatkan bagaimana bertani yang baik dan bernilai bisnis.

## **APA YANG DIPERLUKAN UNTUK MENGHADAPI KEGAGALAN**

Calon konglomerat harus siap gagal. Fahamilah makna kegagalan. Tanpa faham filosofi itu, jangan berpikir mau mengambil jalan menjadi konglomerat. Alasannya, ada yang sukses dalam usahanya, ada yang belum berhasil. Konglomerat sejati mengetahui bahwa "kegagalan" bukan akhir permainan dan tidak boleh takut mengalaminya. Ia menyadari





dengan keberanian, bahwa bisa saja mengatasi sesuatu yang tidak mungkin untuk berhasil.

Menghadapi risiko, adalah gabungan kerja keras, kecerdikan, kehati-hatian, kecermatan membaca peluang dan kesiapan menghadapi kegagalan maupun keberhasilan. *Happy ending* sebuah ikhtiar adalah keberhasilan. Ini dicapai, tentu setelah melewati keberhasilan demi keberhasilan kecil, seperti keberhasilan menyingkirkan kesulitan dan bahaya. Proses ini dibangun dari kesungguhan melahirkan segenap potensi diri seorang konglomerat. Dengan begitu, ia **mengubah “kekalahan menjadi kemenangan”**, sebuah proses yang kecil peluang pencapaiannya tanpa kesiapan mental menghadapi kegagalan. **Kalau Anda termasuk yang tidak siap gagal, lebih baik jangan meniti jalan ini. Bahkan, mengimpikannya saja, jangan!**

Setiap kegagalan adalah pelajaran yang mendorong konglomerat untuk mencoba pendekatan baru yang belum pernah dicoba sebelumnya. Bagi konglomerat sejati, **“Berani Gagal” berarti “Berani Belajar”**. Dengan gagal dan dengan belajar, konglomerat bertumbuh menjadi orang yang lebih baik dan belajar bagaimana menciptakan kekayaan sejati. Walaupun konglomerat kehilangan kekayaan materi yang telah mereka peroleh, mereka tahu bagaimana menciptakan semua kekayaan itu lagi. Pelajarannya tidak pernah hilang. Sebaliknya, mereka yang tidak pernah mengalami perjalanan yang sulit dan menemukan kekayaan dengan mudah, tidak akan tahu bagaimana menciptakan kekayaan ketika mereka kehilangan. Dengan kata lain, mereka yang tidak gagal tak akan tahu kekayaan sejati.

Gemerlap materi, pada komunitas bahkan kehidupan sosial yang serba benda (materialistis), lebih banyak memperoleh penilaian tinggi. Sebaliknya, siapa pun mengalami kegagalan, sudah mendapat stempel sosial sebagai manusia yang kehilangan harga. *The looser* dunia usaha, sering menjadi figur yang menghadapi titik balik sikap sosial terhadapnya. Dulu, saat masih jaya, ia banyak rekan dan kolega, setelah gagal dalam usahanya, hampir semua rekan dan kolega yang dulu mendukungnya, menebar senyum ramahnya, bahkan mengajak bermitra, hilang sudah! Akibat cara pandang seperti



ini, banyak konglomerat yang traumatik terhadap kegagalan. Ini, “awal kematian” benih-benih kewirausahaan. Semua pihak harus mengubah sikapnya: doronglah masyarakat menjadi pihak yang turut membangun keberanian banyak orang untuk respek terhadap ikhtiar orang meraih keberhasilan dalam bisnis. **Gagal atau keberhasilan, bukan menjadi satu-satunya alasan menghargai atau meremehkan konglomerat.** Tentu, sembari tetap mentransfer sikap-sikap arif, bahwa dalam setiap kegagalan selalu ada pelajaran berharga. Seorang bijak berkata, “**sukses hanyalah pijakan terakhir dari tangga kegagalan.**”

*Kita perlu menggalakkan orang untuk berani mengambil resiko. Hal ini membutuhkan pola pikir yang sangat berbeda. Untuk kita, itu berarti mengabaikan peraturan yang telah berlaku baik selama 30 tahun lebih.*

*Lee Kuan Yew, mantan PM Singapura*

## **Yang Diperlukan Untuk Menghadapi Kegagalan**

Ada banyak pembahasan tentang tips menghadapi kesuksesan. Tetapi bagi saya, sama pentingnya, menyiapkan sejumlah hal untuk menghadapi kegagalan! Billy P.S. Lim, motivator kelas dunia yang berbasis di Malaysia, pernah menanyakan kepada peserta trainingnya tentang satu masalah menarik. “Mengapa orang akan tenggelam apabila jatuh ke dalam air?”

Berbagai jawaban diberikan tetapi yang paling sering ialah “Dia tak dapat berenang.” Yang hadir heran, karena Lim menyalahkan jawaban itu. Yang hadir mengira, Lim bercanda. Untuk menyakinkan mereka, Lim memberi contoh kejadian orang tenggelam di air sedalam tiga inci. Akhirnya, ia memberitahu jawabannya, yang akan ia berikan kepada Anda sekarang. Kami kutip pendapat Lim: “Orang tenggelam karena dia menetap disitu dan tidak menggerakkan dirinya ke tempat lain.”



So? Berapa kali orang jatuh tak jadi soal. Yang penting kemampuannya untuk bangkit kembali setiap kali jatuh.

## Ukurannya, Bangkit Lagi

Jangan ukur seseorang dengan menghitung berapa kali dia jatuh, ukurlah ia dengan beberapa kali dia sanggup bangkit kembali. Seseorang yang mampu bangkit kembali setelah jatuh, tidak akan putus asa. Menyedihkan, mendengar bahwa banyak orang seperti mereka, setelah sekali dua kali gagal, memilih untuk menetap di situ dan akhirnya mati sebagai orang yang sebenar-benarnya gagal, tersungkur, dan tidak bangkit lagi.

Apakah kualitas diri kita akan membantu bangkit kembali setelah kita terjatuh? Kualitas diri sendiri adalah sesuatu yang mesti saya sebutkan, karena kalau tidak, makna e-book ini tidak sempurna.

**”Tidak ada apapun di dunia ini yang bisa menggantikannya. Bakatpun tidak; Banyak sekali orang berbakat yang tidak sukses. Kejeniusanpun tidak; Jenius yang tidak sukses sudah hampir menjadi olok-olokan. Pendidikanpun tidak; dunia ini penuh dengan orang terpelajar. Hanya kemauan dan ketabahan saja yang paling ampuh.”**

Ya, ketabahan, yakni kemampuan bangkit kembali untuk kesekian kalinya setelah terjatuh. Dalam benturan antara sungai dan batu, air sungai senantiasa menang bukan dengan kekuatan tapi dengan ketabahan. Seberapa jauh anda jatuh tidak menjadi masalah, tetapi yang penting seberapa sering anda bangkit kembali.

Apabila anda dapat terus mencoba setelah tiga kegagalan, anda dapat mempertimbangkan diri untuk menjadi pemimpin dalam pekerjaan anda sekarang. Jika anda terus mencoba setelah mengalami belasan kegagalan, ini berarti benih kejeniusan sedang tumbuh dalam



diri anda. Seperti Thomas Alfa Edison, saat ditanya, bagaimana ia bisa bertahan setelah ribuan kali gagal? Penemu bola lampu dan pendiri perusahaan kelas dunia, General Electric ini menjawab,

*”Saya tidak gagal, tetapi menemukan 9994 cara yang salah dan hanya satu cara yang berhasil. Saya pasti akan sukses karena telah kehabisan percobaan yang gagal.”*

Sungai Colorado mengalir tabah terus-menerus, melahirkan Grand Canyon. Charles Goodyear yang tekun, membuahkan ban yang memungkinkan kendaraan melaju kencang. Tabahnya Wright bersaudara membuahkan pesawat terbang. Bethoven, mengisi dunia dengan musik inspiratif, John Milton membuahkan karya puisi indah yang menyejukkan hati, perempuan tuna netra yang tegar Helen Keller, memberikan harapan kepada semua orang cacat, ketabahan Abraham Lincoln membuatnya terpilih menjadi presiden. Dan, tentu, Thomas Alfa Edison, memberi kita cahaya listrik. Kesuksesan tergantung pada kekuatan untuk bertahan. Kurang tabah merupakan salah satu alasan orang gagal dalam bisnis, politik, dan kehidupan pribadi.

**Setiap orang sukses menyatakan bahwa kesuksesan hanya berada di luar ketika mereka yakin idenya akan berhasil.”**

*Dr. Napoleon Hill*

## **Menarik Hikmah, Jangan Menyerah**

**Anda tumbuh menjadi semakin dewasa dan bijaksana. Dulu Anda menanggung kegagalan secara pribadi. Ketika kulit Anda mulai berkerut sejalan dengan perjalanan usia, Anda cenderung belajar dari kesalahan - kesalahan Anda**

*Cheong Chonng Kong*



**Secara sederhana, kegagalan adalah situasi tak terduga yang menuntut transformasi dalam sesuatu yang positif. Jangan lupa bahwa Amerika Serikat merupakan hasil dari kegagalan total. Karena Columbus sebenarnya ingin mencari jalan ke Asia.**

*Eugenio Barba.*

Mengantisipasi bencana sejak dini, karakteristik seorang konglomerat. Jangan biarkan kebanggaan dan sentimen mempengaruhi keputusan-keputusan anda. Sebuah gagasan gagal, adalah pelajaran ada saat untuk bangkit kembali untuk mengejar target-target anda berikutnya.

**Babe Ruth, pemain baseball terkenal, tidak hanya mencetak 714 home run, namun dia juga pernah luput (strike out) 1330 kali.**

Ray Meyer, pelatih bola basket legendaris di DePaul University telah memimpin timnya memenangkan 37 musim, kompetisi. Saat timnya kalah, setelah kemenangannya yang ke-29, dia ditanya bagaimana perasaannya. “Luar biasa!” katanya. “Sekarang kami dapat mengkonsentrasikan diri bagaimana memenangkan permainan daripada memikirkan kekalahan ini.”

Kegagalan, jangan biarkan sebagai sesuatu yang final. Konglomerat sejati, memandang kegagalan sebagai awal, batu loncatan untuk memperbaharui kinerja bisnis mereka di masa mendatang. Pemimpin tidak menghabiskan waktunya memikirkan kegagalan.

Untuk memicu kesiapan mental anda, kita belajar dari cerita tentang seorang eksekutif IBM yang memiliki prospek cerah. Ia baru saja melakukan kesalahan transaksi yang merugikan perusahaan jutaan dollar. Thomas J. Watson, pendiri IBM, memanggil eksekutif muda itu ke kantornya. Spontan eksekutif itu berkata.

**“Saya tahu Anda pasti meminta saya mengundurkan diri, bukan?”**

**”Anda tidak perlu cemas. Kami baru saja mengeluarkan jutaan dolar untuk mendidik Anda!” Begitu jawab Watson.**



\*\*\*

Perusahaan seperti milik kami harus menciptakan suasana di mana orang-orang tidak takut mengalami kegagalan. Ini berarti kami menciptakan sebuah organisasi dimana kegagalan tidak hanya ditolerir tetapi ketakutan dikritik karena menyampaikan gagasan bodoh juga dihilangkan. Jika tidak, maka banyak orang yang merasa cemas dan tidak nyaman. Dan gagasan-gagasan brilian yang sangat potensial tak akan pernah terucapkan dan tak akan pernah terdengar. Kegagalan masih bisa ditolerir selama itu tidak menjadi kebiasaan.

*Michael Eisner, Walt Disney Corp.*

Jadi? Ya, gagal bukan kiamat bisnis, tapi jangan kelewatan. Apalagi menjadi “kebiasaan”. Kerjakan yang mampu dilakukan, semakin terbatas sumber dana, anda patut semakin bijaksana. fahami, kapan harus meminimalisasi kerugian.

## **Bila Jatuh, Cepatlah Bangkit**

Di dunia kerja, yang disebut masalah sesungguhnya adalah kesempatan yang menunggu, dipungut.

*Henry J. Kaiser*

”Bagi saya pribadi, krisis Asia telah berakhir pada saat dimulainya persaingan untuk mendapatkan hotel Regent Bangkok pada bulan Maret 1999. Setelah melewati masa-masa sulit selama dua tahun sebelumnya, mendadak saya memutuskan mengikuti lomba balap Ferari di Perancis serta bersaing di ring dengan Goldman Sachs Co., salah satu bank investasi terbesar dunia.”

*William E. Heinecke, konglomerat Thailand*



Sobat, saat banyak pengusaha bangkrut dan bank-bank mengalami kegagalan di Thailand, tujuh hotel milik Heinecke, restoran siap saji dan perusahaan lainnya terus berusaha keras keluar dari krisis serta berusaha mendulang keuntungan di tahun 1998. Meskipun banyak analis meramalkan tentang pertumbuhan ekonomi pada tahun 1999 dan menguji *Baht* Thailand, tidak banyak perusahaan yang bisa menandingi kemampuan kerja kelompok bisnis Heinecke.

Fantastis, hotel Heinecke mengalami kenaikan 24%, 246 restoran kelompok bisnisnya menarik lebih dari tak kurang dari lima juta pelanggan! Pada tahun 1997 kelompok perusahaan Heinecke mengalami kerugian 1 milyar *baht*, tetapi setahun kemudian tiga perusahaannya yang telah *go public*, mendapatkan keuntungan bersih 500 juta baht, pada triwulan pertama tahun 1999, keuntungannya lebih banyak lagi.

Belum yakin, kegagalan, hanyalah sebuah tikungan tajam yang menuntut ”kendaraan” usaha, sedikit mengurangi kecepatan, lalu di depan, begitu melihat ”jalan mulus peluang”, anda bisa menebusnya dengan kecepatan yang lebih tinggi. Bisnis Heinecke di Thailand, saat ini benar-benar telah pulih.

Regent Bangkok, salah satu hotel terbesar di Asia, tingkat huniannya tetap tinggi. Saat itu, Regent di bawah kontrol beberapa perusahaan yang sedang mengalami kesulitan keuangan dan manajerial seperti halnya perusahaan-perusahaan lainnya di Thailand sehingga mereka berusaha untuk menjual saham Regent. Regent dimiliki oleh Rajadamri Hotel Company yang kemudian 32% sahamnya dimiliki oleh sebuah perusahaan Jepang yang telah bangkrut yang diwakili oleh sebuah bank Jepang yang cukup besar.

Masih ada lagi faktor lain yang lebih penting. Rajadamri Hotel Company juga memiliki 26% saham hotel bintang lima milik Heinecke, di Thailand Utara, Regent Chiang Mai. Heinecke enggan menjualnya pada orang asing karena ia tak ingin ada orang asing menguasai tanah keramat itu. Bagi Heinecke, ikut ambil bagian dalam kepemilikan



saham Regent Bangkok yang dijual pada awal tahun 1999 merupakan tindakan yang tepat, setelah sebelumnya ia sudah memiliki saham Regent hampir 29%.

Apa kata Heinecke tentang pelintasan bisnisnya yang penuh tikungan di masa krisis ini?

“Ini adalah persaingan dimana saya harus mengeluarkan segala strategi dan kemampuan yang telah saya pelajari : mempercayai intuisi, menggunakan jaringan kerja kontrak yang mapan, menggunakan sejumlah pakar dan merencanakan strategi-strategi dalam situasi yang selalu berubah cepat jika diperhatikan, persaingan ini merupakan mikrokosmos semua strategi. Saya berusaha menguji kemampuan saya dengan lawan-lawan yang benar-benar tangguh. Goldman Sachs, salah satu grup investasi terkuat di dunia ini, merupakan pemegang saham individu terbesar Regent Bangkok, tapi itu tidak berarti bahwa mereka bisa berbuat sesuka hatinya. Saya kira bagi seorang yang tidak lulus perguruan tinggi, hasil seperti ini sudah cukup memuaskan”.

## **Bila Semuanya Gagal**

**Tekun, mengerahkan segenap daya, dan masih gagal juga. Apa yang harus kita lakukan?**

Saat gagal menimpa, kendati lelah dan kecewa berat, jangan matikan energi kreatif anda. Tetaplah berpikir kreatif. Sempurnakan produk yang ada, atau hasilkan produk baru atau usaha baru yang mungkin belum terpikirkan.

Jangan terpaku pada karier dan keterampilan yang dimiliki, yang terlalu lama bersandar pada lingkungan di mana kita dibesarkan atau selama ini bergulat. Kadang kala apabila seseorang gagal setelah berusaha dengan tabah dan mengerahkan sepenuh tenaga untuk sekian lama, mungkin tiba saatnya ia mengkaji kembali bidang yang digeluti dan menilai apakah ia mampu untuk mendapatkan apa yang dinginkannya di bidang tersebut.





Banyak cara untuk mencapai tujuan hidup. Sebagian lebih cepat atau lebih lambat daripada yang lain. Sebagian kurang berisiko tetapi lebih lambat daripada yang lain.

Saran saya, janganlah terlalu kaku mengatakan bahwa anda tidak bisa berubah. Saya sendiri, kerap berubah seiring dengan perkembangan *in put* dan stimulasi kondisi di sekitar kami. Tanpa itu, bagaimana mungkin saya menyusun sebuah e-book, memberi pencerahan bagi banyak orang?

Kadang kala dalam kehidupan kita terpaksa menekuni bidang usaha yang berlainan dan kita mesti menyesuaikan segala keterampilan dan bakat yang tidak kita peroleh dari bidang-bidang usaha di masa lalu. Lalu? Salurkan kekuatan itu di bidang usaha yang baru. Mungkin, kita dipaksa mempelajari keterampilan baru, sebagai konsekuensi menghadapi tantangan serba-baru itu.

Pernahkah anda bertanya bagaimana orang Jepang bangkit kembali dari kehancuran PD II untuk menjadi konglomerat ekonomi yang unggul saat ini? Dulu, produk Jepang sempat dinilai murahan, tidak berkualitas, dan stigma jelek lainnya. Tapi sekarang, sulit bagi kita untuk hidup tanpa barang-barang buatan Jepang di dalam rumah kita. Ini tidak hanya berlaku di Negara kita saja, tetapi bahkan di seluruh dunia.

Orang-orang Jepang tidak menciptakan mobil. Tidak juga kamera, kulkas, televisi, AC, mesin cuci, penghisap debu, film atau system perangkat audio berkualitas tinggi. Mereka tidak menciptakan banyak benda. padahal yang mereka lakukan ”hanyalah” meniru.

Hakikat peniruan ala Jepang”, sarat pesan penting bagi calon konglomerat. Di sana ada proses penyempumaan tanpa kenal lelah, sampai akhirnya ”tiruannya” lebih baik dari aslinya! Mereka menggunakan ”kreativitas” untuk menyempumakan barang yang sudah ada. Tak ada yang membantah, Jepang meraih suksesnya. Kultur entrepreneurship tumbuh subur di sana, menyebar menguasai dunia.



Jika anda menyadari bahwa anda tidak berhasil mencapai tujuan anda pada suatu pekerjaan di mana anda telah dilatih untuk melakukannya, latihlah atau lengkapi diri anda dengan pekerjaan yang memberi peluang meraih yang lebih baik di masa depan. Janganlah gantungkan diri anda pada satu keterampilan saja. Sebagai manusia, Tuhan memberi kita kemampuan untuk mempelajari keterampilan baru dan menerjuni bidang usaha lain. Jangan "hidup-mati" anda gantungkan pada satu bidang saja. Orang lain bisa sukses. Anda tentu juga bisa. hanya saja, ada yang lekas tercapai, ada yang masih berliku.

**"Jangan malu karena gagal, ...seperti Christopher Colombus."**

**"Ketahuilah apa yang akan Anda lakukan, lakukanlah dan jangan menunda kembali. Jika Anda membuat kesalahan, buatlah kesalahan yang hebat. Seperti orang yang sampai di persimpangan jalan dan bertanya,"Arah manakah yang perlu saya tuju, arah sana atau sini?" Pergi saja! Pilih satu arah dan pergilah. Unsur masa itu pasti ada. Segala sesuatu mempunyai waktu dan tempat yang wajar."**

*Gum Rutt*

Tengok kiri-kanan Anda. Produk Cina, membanjiri negeri ini. Bayangkan, seperti apa sepuluh atau duapuluh tahun yang akan datang? Akankah ini kita terima sebagai "keharusan ekonomi"? Tidakkah Anda mulai berpikir hal yang sebaliknya? **Anda pasti bisa!**

Ok... sudah sejauh ini kita belajar, apakah yang anda pikirkan? Menjadi seorang konglomerat hanyalah sebuah keputusan penting....

Pada bab selanjutnya saya akan menguraikan rahasia konglomerat-konglomerat Indonesia yang berhasil mewujudkan impiannya termasuk kisah hidup mereka... simaklah apa kata mereka dan **Jadilah Konglomerat !! Anda Pasti Bisa !!**



## RAHASIA KONGLOMERAT INDONESIA, DARI NOL HINGGA SUKSES !!



### ABDUL LATIEF

#### SUKSES BISNIS DENGAN GAYA YANG TRENDI DAN MODIS

Abdul Latief lahir pada tanggal 27 April 1940 di Kampung Baru, Banda Aceh. Anak keenam dari sembilan bersaudara ini, dibesarkan di tanah rencong itu. Dua puluh tahun sebelumnya, ayahnya meninggalkan Tanah Minang, dan menetap di Aceh sebagai pedagang. Ayah dan Ibunya dikenal sebagai aktivis Muhammadiyah di Aceh. Sayang, ayah Abdul Latief meninggal tatkala ia berumur empat tahun. Dalam suasana pergerakan mempertahankan kemerdekaan dan perjuangan rakyat Aceh itu, Abdul Latief dibesarkan oleh ibunya. Karena dibesarkan dalam zaman-zaman perjuangan dengan suasana politik yang panas, Abdul Latief bercita-cita jadi politikus di kemudiah hari. Namun, ibunya mengarahkan menjadi saudagar yang bersifat nasional seperti ayahnya. Ibu Abdul Latief adalah juga pejuang hidup, pada tahun 1950 ia membawa Abdul Latief bersaudara pindah ke Jakarta, berharap bisa berubah nasib di ibukota. Itulah sebabnya masa Remaja Abdul Latief diwarnai dengan kehidupan Remaja Betawi. Ia menyelesaikan pendidikan Sekolah lanjutan pertama dan atas di Jakarta. Ia kuliah di APP kemudian mengambil sarjananya pada tahun 1965 di Fakultas Ekonomi Universitas Krisnadwipayana, Jakarta. Selama tahun 1945 dan 1966, situasi politik nasional sedang kacau. Demonstrasi-demonstrasi memenuhi jalan raya. Abdul Latief mengambil peran memasok makanan pada demonstran itu. Situasi belum pulih, tapi Abdul Latief diberi kepercayaan untuk mempelajari manajemen toserba dan supermarket di Seibu Group, Tokyo. Sebalik pulang Sekolah dari Jepang itu, ia lalu melangsungkan pernikahannya dengan Nursiah, gadis tetangga di Jakarta, pada tahun 1967.

Ada sebagian orang menyebut Abdul Latief, Dirut Alatief Corporation, masih aktif sebagai tokoh muda. Padahal, umur pendiri organisasi Hipmi (Himpunan Pengusaha Muda Indonesia) itu sudah lebih setengah abad. Setidaknya, ada dua alasan kenapa ia masih dianggap aktivis Pemuda. Pertama, dalam berbagai kegiatannya, Abdul Latief selalu terlihat segar dan sangat bersemangat. Kepeloporan dan idealisme mengangkat pengusaha kecil, terutama yang berkaitan dengan bisnisnya, sering ia lakukan dengan gaya orang muda yang mampu melihat jauh ke depan. Kedua, Abdul Latief yang penampilannya setiap hari selalu trendy dan modis ini, sangat gemar berolahraga. Sehubungan dengan itu, ia juga rajin menjaga kondisi fisiknya, sehingga wajahnya kelihatan jauh lebih muda dibanding usianya. Abdul Latief memang terkenal



liahi menjalin kerjasama dengan banyak orang. Ia sangat dipercaya oleh mitra bisnisnya. Bahkan, rekan bisnis di luar negeri pun, mau mengikat kerjasama dengannya, kendati ikatan itu tidak selalu hitam di atas putih.

Lewat Hipmi, Abdul Latief berhasil mengarahkan sejumlah besar Pemuda untuk menjadi pengusaha. Belakangan, Hipmi menjadi wadah yang amat digandrungi oleh ratusan pengusaha muda Indonesia. Banyak di antara para pengusaha muda itu adalah anak para pejabat dan mantan pejabat. Kesuksesannya mengantar Hipmi sebagai sebuah organisasi profesional, menyebabkan ia selalu terlibat dalam pembicaraan atau diskusi tentang pembinaan generasi muda. Baik dalam acara yang diselenggarakan Hipmi, maupun dalam acara yang diselenggarakan oleh organisasi Pemuda lainnya. Setelah lulus dari Akademi Pimpinan Perusahaan (APP), Jakarta, dengan Predikat cumlaude, pada tahun 1963, Abdul Latief mendapat tawaran kerja di Stanvac di Sungai Gerong. Perusahaan asing yang bergerak di bidang eksplorasi minyak itu, akan memberi penghasilan dan karir yang baik baginya. Akan tetapi, gurunya di APP, menganjurkannya bekerja di Pasar Sarinah. Prospek kerja di pasar swalayan milik pemerintah itu, jauh lebih baik di dibandingkan di Stanbac. Sebab, Bung Karno sebagai Presiden RI saat itu, sangat memberi perhatian untuk mengembangkan toko serba ada yang pertama di Indonesia itu.

Anjuran gurunya itu masuk akal, lalu ia pun bekerja di Pasar Sarinah. Abdul Latief mendapat tugas di bagian perencanaan. Lewat tugas ini, Abdul Latief berkesempatan berkeliling mengunjungi beberapa negara, terutama untuk mempelajari perkembangan iklim perdagangan di negara-negara itu. Singapura, Jepang, Eropa, Amerika menjadi negara yang dijelajahi pada waktu itu. Tidak lama kemudian ia diangkat sebagai Pimpinan Promosi Penjualan dan Pengembangan Ekspor PT. Departemen Store Indonesia Sarinah (Pasar Saringah). Ia menimba banyak pengalaman dan pengetahuan. Ia memiliki relasi bisnis yang cukup luas, baik dalam negeri maupun luar negeri. Delapan tahun ia bekerja di Sarinah. Tantangan demi tantangan telah mampu ia selesaikan dengan baik. Dan, ia ingin mencari tantangan-tantangan yang lebih memberikan masa depan yang lebih baik baginya. Seolah-olah Pasar Swalayan Sarinah tidak lagi memberi prospek yang diinginkannya. Konsep pemasaran yang diambilnya dari Jepang kurang mendapat tanggapan pimpinan Sarinah. Ia pun mengambil keputusan besar, lalu meninggalkan Pasar Sarinah pada tahun 1971. Selama di Sarinah, Abdul Latief termasuk beruntung, karena ia sempat disekolahkan ke luar negeri. Ia belajar manajemen toko serta ada di Jepang selama dua tahun. Pulang dari sana, ia tidak hanya memiliki ilmu mengolah pasar swalayan, tetapi juga membawa mobil dan sejumlah uang saku. Dengan modal itu, ditambah relasi bisnisnya yang sudah sedemikian luas. Apalagi jabatannya sebagai pimpinan promosi Pasar Sarinah, menyebabkan ia banyak teman dan banyak yang mengenalnya. Itulah yang mendorong dia untuk mandiri dan buka usaha sendiri.



Pada tahun 1971 itu, ia langsung menjadi eksportir barang-barang kerajinan, yang masih dalam skala kecil. Sebagian dari modal yang dimilikinya dipakai untuk membeli tanah luas milik temannya yang sedang butuh duit. Pada tahun yang sama, Abdul Latief juga mulai mencoba meminjam kredit dari bank dengan jaminan tanah di atas. Kredit komersial Rp. 30 juta itu diperolehnya dari BDN. Ia mendirikan PT. Latief Marda Corporation, bergerak dibidang ekspor impor. Ia dibantu adiknya Abdul Muthalib. Tatkala usahanya sudah mulai memperlihatkan perkembangan, ia pun berpikir lebih maju lagi. Kebetulan tanah itu terletak di jalan Jakarta By Pass, sehingga ketika di jual harganya mahal sekali. Hasil penjualan ini yang kemudian menjadi modalnya mendirikan PT Indonesia Product Centre Sarinah Jaya pada tahun 1973. Nama pasar swalayan ini ada kaitannya dengan tempat asal dia bekerja. Nama itu secara historis punya arti tersendiri bagi Abdul Latief. Setahun kemudian, pasar swalayan milik Abdul Latief itu berkembang pesat. Ia mondar mandir Jakarta Singapura. Urusannya bukan hanya soal ekspor-impor, tetapi ia sudah mulai terjun di bisnis properti di negara pulau itu. Tahun 1975 ia membuka cabang pasar swalayannya di kota itu. Di sana ia membeli toko dan gedung, harganya tidak semahal sekarang, karena saat itu Singapura baru mulai membangun negaranya.

Akumulasi kekayaan yang berhasil dia kumpulkan selama sepuluh tahun berusaha secara mandiri, dia pakai untuk mendirikan Pasaraya di kawasan Blok M, Jakarta Selatan. Gedung Pasar Swalayan yang masuk kategori mentereng ini, dibangun Abdul Latief pada tahun 1981. Disinilah tonggak pertama yang ditancapkan Abdul Latief untuk mengukuhkan dirinya sebagai salah seorang pengusaha pedagang eceran yang patut diperhitungkan. Sebutan konglomerat – sesuatu istilah yang tak disukainya – sudah mulai melekat padanya. Ia selalu duduk semeja dengan para pengusaha kenamaan lainnya. Bahkan dengan pimpinan puncak pasar swalayan asal tempatnya kerja pun, ia sudah terlihat memiliki perbedaan. Lebih dari pada itu, Abdul Latief mendapat tempat yang terhormat di mata pemerintah. Sebab, ia mengangkat harga kehidupan dari sekian banyak pengusaha kecil. Oleh sementara orang ia disebut “Pahlawan pengusaha kerajinan rakyat Indonesia.” Perjalanan usahanya yang baik itu, rupanya tidak selamanya mulus. Pada akhir tahun 1984 Pasaraya Sarinah Jaya kepunyaannya di Blok M terbakar. Inilah percobaan pertama terberat yang dialaminya. Kerugian yang ia derita bukan hanya puluhan miliar, puluhan ribu pengunjungnya setiap hari, terpaksa berhenti sampai bangunan itu diperbaiki kembali. Ia tidak ingin putus kontrak dengan 2000 produsen kecil yang menyuplai keperluannya. Kesulitan ini, ia hadapi dengan tenang, 1200 karyawannya tidak akan diberhentikan, mereka disuruh Abdul Latief belajar manajemen, komputer, accounting, bahasa Inggris. Untuk program belajar ini, Abdul Latief mendatangkan pelatih dan pengajar ahli dari Singapur dan Hongkong. Yang menggembirakan Abdul Latief adalah kesediaan pihak asuransi menanggung sebagian kerugian itu. Bantuan dari rekan-rekannya, juga dari pihak pemerintah maupun swasta, sangat menjadi semangat baru bagi Abdul Latief untuk memikirkan yang baik buat ekspansi bisnisnya.



Secara perlahan kerugian puluhan miliar rupiah itu, sirna sebagai gangguan pikirannya. Abdul Latief menata kembali jalur-jalur bisnisnya yang sudah sempat terputus. Lalu, diatas tempat gedung yang terbakar, telah berdiri dengan megahnya Pasaraya Sarinah. Bangunan berlantai sembilan itu luas lantainya 42.000 meter. Pengunjung pasar swalayan itu, ada sekitar 100.000 orang perhatiannya. 40% diantaranya adalah yang berbelanja. Dari tahun ke tahun penjualan di Pasaraya Sarinah naik terus. Dan terus menerus pula memberikan penambahan modal bagi Abdul Latief. Kawasan Blok M dimana Pasaraya ada, menjadi inceran para pengusaha bisnis eceran. Banyak konglomerat berlomba membangun fasilitas belanja di daerah itu. Kelompok Subsentra dan Pakuwon jati sudah membuka Blok M Plaza. Ometraco Group membangun pertokoan di bawah tanah, persis di bawah bekas terminal Blok M. Itulah sebabnya, ketika ada tanah seluas 1,4 hektar, dekat Blok M ditenderkan Deplu kepada para pengusaha tahun 1990, puluhan yang datang mendaftar, kendati pengumumannya tidak dilakukan secara terbuka.

Ada sebagian orang menyebut Abdul Latief, Dirut Alatief Corporation, masih aktif sebagai tokoh muda. Padahal, umur pendiri organisasi Hipmi (Himpunan Pengusaha Muda Indonesia) itu sudah lebih setengah abad. Setidaknya, ada dua alasan kenapa ia masih dianggap aktivis Pemuda. Pertama, dalam berbagai kegiatannya, Abdul Latief selalu terlihat segar dan sangat bersemangat. Kepeloporan dan idealisme mengangkat pengusaha kecil, terutama yang berkaitan dengan bisnisnya, sering ia lakukan dengan gaya orang muda yang mampu melihat jauh ke depan. Kedua, Abdul Latief yang penampilannya setiap hari selalu trendy dan modis ini, sangat gemar berolahraga. Sehubungan dengan itu, ia juga rajin menjaga kondisi fisiknya, sehingga wajahnya kelihatan jauh lebih muda dibanding usianya.

Abdul Latief memang terkenal lihai menjalin kerjasama dengan banyak orang. Ia sangat dipercaya oleh mitra bisnisnya. Bahkan, rekan bisnis di luar negeri pun, mau mengikat kerjasama dengannya, kendati ikatan itu tidak selalu hitam di atas putih. Lewat Hipmi, Abdul Latief berhasil mengarahkan sejumlah besar Pemuda untuk menjadi pengusaha. Belakangan, Hipmi menjadi wadah yang amat digandrungi oleh ratusan pengusaha muda Indonesia. Banyak di antara para pengusaha muda itu adalah anak para pejabat dan mantan pejabat. Kesuksesannya mengantar Hipmi sebagai sebuah organisasi profesional, menyebabkan ia selalu terlibat dalam pembicaraan atau diskusi tentang pembinaan generasi muda. Baik dalam acara yang diselenggarakan Hipmi, maupun dalam acara yang diselenggarakan oleh organisasi Pemuda lainnya. Cepat berpikir, gesit dalam bertindak adalah ciri khas Abdul Latief. Pernah suatu kali, penjualan barang-barang kelontong dalam pasar swalayan kepunyaannya, naiknya seret sekali. Yang datang banyak, yang membeli sedikit. Lalu, Abdul Latief mempelajari kenapa demikian. Berdasarkan pengamatan yang dilakukan dan dari penganalisaan data yang ada, ia berkesimpulan: daya beli masyarakat masih rendah. Solusinya : daya beli masyarakat harus ditingkatkan. Berarti harus ada tambahan penghasilan bagi masyarakat. Mulai saat itu, ia pun mengajak orang untuk berusaha sehingga



pendapatan bertambah. Lalu, Abdul Latif mendirikan Hipmi pada tahun 1972 dan ia menjadi Ketua umum yang pertama. Ia mengarahkan para anggota Hipmi itu untuk segera membuka usaha, sekalipun usaha itu dalam ukuran paling kecil. Dari hasil binaan yang dilakukannya, maka banyak pengusaha kecil memproduksi barang-barang kerajinan tangan, mencari barang atau produk yang bisa dijual dan jadi uang, sehingga pendapatan bertambah. Abdul Latief membantu para pengusaha kecil untuk menitipkan barangnya di pasar swalayan kepunyaannya. Bahkan, Abdul Latief juga membantu para pengusaha kecil itu mengekspor produknya ke luar negeri. Lewat langkah-langkah itu, ekspor nonmigas naik. Devisa nasional bertambah, pertumbuhan ekonomi beranjak naik, tingkat beli masyarakat otomatis jauh lebih baik dibanding sebelumnya.

Komitmen Abdul Latief membesarkan pengrajin kecil, disamping karena memang dibutuhkan untuk meningkatkan daya beli masyarakat terhadap produk pasar swalayan, juga untuk memenuhi permintaan Ir. Ginanjar Kartasasmita, menteri muda urusan peningkatan penggunaan produksi dalam negeri saat itu, untuk meningkatkan produksi nasional. Sampai sekarang Abdul Latief masih tetap konsisten terhadap komitmen itu. Kegiatannya mendorong dan mengembangkan industri kecil itulah, maka ia dipercaya sebagai Ketua kompartemen perdagangan dan koperasi Kadin Indonesia periode 1979-1982. Bagi Abdul Latief, adanya kesenjangan antara pengusaha kecil dan pengusaha kuat, tidak lepas dari adanya perbedaan pengusaha pribumi dan pengusaha non pribumi di masyarakat kita. Pengusaha pribumi sering diartikan sebagai pengusaha lemah dan kecil sehingga perlu dilindungi dan diangkat. Ia melihat perbedaan pengusaha pribumi dan non pribumi sebagai sesuatu persoalan yang serius. Sehingga ia meminta pemerintah untuk menangani persoalan itu dengan cepat agar kesenjangan sosial itu tidak menimbulkan gejolak sosial. Menurut Abdul Latief, pengusaha kecil yang umumnya pengusaha pribumi tidak perlu diangkat dan dilindungi, tetapi didorong dan dikembangkan. Apalagi pada era globalisasi ini, negara-negara 4 macan Asia adalah hampir semuanya non-pribumi. Hal itu dikuatirkan menjadi masalah di kemudian hari, sebab, para pengusaha dari negara yang maju secara ekonomi itu, pasti akan lebih percaya menjalin bisnis dengan pengusaha sesama non pribumi. Sehubungan dengan itu, Abdul Latief melalui makalahnya yang berjudul "Konsep Mendorong dan Mengembangkan Pengusaha Pribumi," ia mengajukan 4 dasar langkah pemecahan masalah tersebut. Pertama, Political Will pemerintah membantu pengusaha pribumi. Kedua, Konsep yang cocok untuk mengembangkan usaha pribumi yang sejajar dengan non pribumi, bukan konsep Alibaba. Bank pemerintah harus memprioritaskan pemberi kredit kepada pengusaha pribumi. Keempat, semua proyek pengadaan barang dan jasa pemerintah sepenuhnya diserahkan kepada pengusaha pribumi. Hal itu disampaikan Abdul Latief pada Seminar Pribumi dan Non-Pribumi yang diselenggarakan Editor pada HUT-nya yang ke-4 tahun 1991 yang lalu.

Kini, Abdul Latief terus melaju dengan Alatief Corporation. Makin banyak mitranya makin banyak perusahaan kecil yang dibimbing dan dimajukannya. Bidang usahanya sudah merebak



ke berbagai jenis usaha, tidak lagi hanya pada bisnis retail seperti yang ditekuninya ketika mulai berusaha. Dari puluhan jenis usaha, Pasaraya lah yang menjadi tulang punggung bisnisnya Abdul Latief mengkoordinir pengawasan semua unit usaha itu melalui Alatief Investment Corporation. Gedung Sarinah Pasaraya di Blok M, Jakarta Selatan, adalah salah satu pertokoan yang megah di Ibukota. Di gedung berlantai sembilan itu, terlihat segala macam keperluan rumah tangga. Baju-baju yang trendy dan modis, mulai dari yang agak murah sampai yang paling mahal, tersedia di supermarket yang nyaman itu. Ribuan jenis produk kerajinan tangan dari industri kecil / industri rumah tangga sampai produk-produk elektronik, ada di tempat itu. Dari pagi sampai malam, para pramuniaga yang ramah selalu menyapa melayani para pembeli di gedung yang bernilai Rp. 200 miliar itu. Abdul Latief menyesalkan berdirinya beberapa pusat pertokoan modern di Jakarta, yang jelas-jelas mematikan pengusaha kecil dan tradisional. Industri kecil itu sepertinya tidak mendapat tempat untuk hidup, sebab ia memang tidak mempunyai kemampuan bersaing dengan pengusaha modal besar. Gejalanya, memang pengusaha sekelas raksasa masuk ke pasar tradisional. Sehingga pengusaha kecil itu tergusur atau tenggelam. Mestinya pemerintah mencegah para pemodal kuat itu untuk tidak sembarangan masuk ke pasar yang pangsa pasarnya merupakan lahan pengusaha kecil. Ketika salah satu pasar swalayan terbesar di dunia dari Jepang, yaitu SOGO, membuka cabangnya di Indonesia, Abdul Latief termasuk salah seorang yang bersuara keras menentang kehadirannya. Alasan penolakannya, karena saat itu beredar isu modal asing akan masuk ke bisnis eceran di Indonesia. Ia juga mempertanyakan kenapa Sogo memasukkan 805 produk impor, justru bukan memajukan produk dalam negeri. Padahal, jauh sebelum itu, Abdul Latief memang sudah terikat pada komitmennya untuk memajukan produksi nasional. Menurut pikirannya, pemodal kuat dalam negeri saja sudah mulai mengganggu kehidupan pengusaha kecil, apalagi kalau pengusaha yang datang itu dari luar negeri. Bukankah setiap kali Sogo masuk ke suatu pusat pertokoan, pesaing yang sudah ada biasanya minggir. Tapi ternyata bukan modal asing, dan pangsa pasar Sogo pun juga tidak sama, akhirnya Abdul Latief tidak terlalu keberatan lagi. Memang Abdul Latief mempunyai pertokoan di Blok M, tetapi tidak di pusat pertokoannya. Pasaraya Sarinah menjadi pendukung Pasar Tradisional Blok M. Konsep yang dikembangkan Pasaraya, menurut Abdul Latief, membeli tanah, membangun gedung, dan membuat kavling pasar baru. Kalau masuk ke pusat pertokoan, memang cepat maju, tetapi itu intervensi namanya, membunuh orang lain, kata Abdul Latief.

Dampak konsep yang dikembangkan Abdul Latief, pasar swalayannya tidak sekencang kemajuan pasar swalayan bermodal kuat itu. Untuk mengatasi dampak ini, ia melakukan sesuatu secara kreatif, agar orang mau datang dan akhirnya berbelanja mengembangkan produk dagangan model yang menarik. Disain baju misalnya, dilakukan dengan mode dan disain yang paling akhir, persis sama dengan mode yang dikembangkan di negara-negara yang kaya mode seperti Perancis. Ini tidak terlalu sulit bagi Abdul Latief, karena ia sendiri juga penggemar model.





Itulah sebabnya, setiap hari, ia selalu tampil dengan busaha yang berdisain menarik. Di segi lain, disamping keramahan pelayanan, bentuk dan disain ruangan pertokoan menjadi faktor yang harus diperhatikan penataannya. Menurut Abdul Latief, perusahaan bentuk dan disain ruangan pertokoan, dilakukan terus menerus untuk menghindari kebosanan para pengunjung. Kalau perlu, sekali dalam tiga tahun, dilakukan renovasi-renovasi. Melalui penataan pasar swalayan dengan konsep tidak dipusat perbelanjaan tradisional itu, Abdul Latief mengembangkan tiga macam filosofi. Pertama, pengusaha kecil adalah bagian dari kemajuan jenis usaha yang berskala lebih besar. Karena itu, yang kecil memang harus diperhatikan dan diberi tempat yang wajar. Kedua, pengelolaan pasar swalayan harus selangkah lebih maju dari keinginan konsumen. Artinya, yang disediakan di pasar swalayan tidak hanya sekedar yang diinginkan oleh konsumen. Tetapi, apa yang menjadi keinginan konsumen berikutnya. Dalam hal ini perlu antisipasi, sebab situasi terus mengalami perubahan dan perkembangan. Ketiga, lewat berbagai jenis produk dagangan dengan segala inovasinya, dan kreativitas menata produk jualan itu di pertokoan, serta imajinasi mendesain bentuk ruangan yang menarik, akan mencerminkan identitas bangsa. Budaya bangsa terlihat dengan mudah melalui pembuatan dan penjualan produk di pasar swalayan itu.

Sukses di pasar swalayan, ia membuka pembibitan benur di Bulikumba, Sulsel. Usaha itu menghasilkan 100 juta benur pertahun. Abdul Latief juga membuka tambak udang seluas 120 hektar dengan hasil 4 ton per hektar. Dua sampai tiga kali panen dalam setahun. Ia mengelola beberapa perkebunan, membuka usaha penerbitan buku, dan usaha jasa periklanan, asuransi dan berbagai jenis bisnis yang lain. Sambil melakukan ekspansi bisnis, Abdul Latief juga tertarik pada bidang pendidikan dengan tiga alasan. Pertama, ia memang membutuhkan sejumlah besar tenaga terampil di berbagai bidang. Kedua, ia ingin ikut berusaha meningkatkan kecerdasan warga negara umumnya dan generasi muda khususnya. Ketiga, Abdul Latief adalah pernah menjadi guru, malah menjadi Direktur Akademi Pimpinan Perusahaan Departemen Perindustrian, tempat ia belajar. Salah satu Sekolah yang ingin ia dirikan adalah Sekolah Politeknik. Pendirian Sekolah itu merupakan salah satu kegiatan dari Yayasan Abdul Latief yang didirikan dan diketuainya sendiri. Dari berbagai aktivitasnya yang begitu padatnya. Abdul latief selalu berusaha menjaga kesehatan fisiknya. Setidaknya, ia melakukan general check up dua kali setahun. Secara rutin ia olahraga jogging, senam, renang, tenis, dan kalau ada waktu main golf. Ia selalu olahraga pagi, terutama untuk menghindari ketegangan-ketegangan. Ia ingin hidup dalam kondisi segar, fit, energik. Tubuhnya padat, gesit, perut tidak buncit.

Itulah Abdul Latief yang mencatat kesuksesan-kesuksesan selama hidupnya. Mulai dari Predikat tamatan cum laude di APP, kemudian menjadi pimpinan promosi Pasar Sarinah, keliling berbagai negara, memberanikan buka usaha sendiri, maju, sukses, lalu gagal, sukses dan berkembang lagi, sampai menjadi pengusaha yang besar seperti sekarang ini. Bagi Abdul Latief, sebenarnya masih ada 25 tahun lagi waktu buatnya untuk berkiperah di dunia bisnis. Namun, ia



sudah memasang ancang-ancang untuk memperbesar porsi kegiatan sosial budaya lewat yayasannya. Ia juga telah mempersiapkan generasi keduanya untuk melanjutkan dynasty Alatief Investment Corporationnya. Abdul Latief adalah lambang kesuksesan pedagang berdarah Minang di zaman orde baru. Berasal dari salah satu suku yang sudah terkenal gigih berdagang selama berabad-abad.

## **ALIM MARKUS**

### **PENEMBAK BURUNG GRUP MASPION**

Maspion dan Alim Markus adalah dua nama yang tak terpisahkan. Di Jawa Timur, orang mengenal nama Maspion sebagai kelompok usaha besar, yang menjamah berbagai bidang usaha: industri peralatan rumah tangga, elektronik, perbankan, real estate hingga perbisida. Sedangkan Alim Markus dikenal sebagai Presiden Direktur Grup Maspion, yang mampu melambungkan nama Maspion sebagai salah satu kelompok usaha yang paling bersinar di Jawa Timur. Perkembangan Grup Maspion yang makin pesat belakangan ini memang tidak lepas dari sentuhan tangan dan kegigihan Alim Markus. Pria berperawakan sedang ini rela mengorbankan pendidikan dan masa kecilnya untuk mulai berkiprah di dunia bisnis. “Saya hanya mengenyam pendidikan sampai kelas dua SMP karena keburu membantu usaha orang tua,” menurut Markus. Ya, pada usia 15 tahun, sebagai anak tertua Alim Markus, lelaki yang kini berusia 44 tahun itu diminta untuk membantu bisnis keluarganya, PT Logam Djawa – produsen peralatan rumah tangga sederhana yang terbuat dari alumunium, seperti panci dan wajan. Mulailah Remaja cilik Markus meninggalkan pendidikan formal di Sekolah, dan memasuki ajang pendidikan yang lebih luas: dunia bisnis. Ia keluar masuk pasar dan toko untuk menjajakan barangnya. Bertemu dengan berbagai macam orang, dengan karakternya yang beragam. Dari pergaulan itulah ia menimba ilmu yang tidak pernah diajarkan di Sekolah. Selain itu, karena merasa pendidikan formalnya kurang, Markus pun mau bersusah payah menambah ilmu di sela-sela kesibukannya menjalankan roda usaha. Ia mengambil berbagai kursus. “Pengetahuan saya dari Sekolah kan sangat minim, mau nggak mau saya harus belajar sendiri,” ujarnya. Maka, ia pun sibuk belajar akuntansi, bahasa Inggris dan Jepang – belakangan ia juga belajar bahasa Korea dan Jerman. Karena perusahaannya masih kecil, Markus pun kemudian menjelajah berbagai aspek dalam pengelolaan usaha. Selain menangani pemasaran dan distribusi, ia pernah menjadi kasir, pemegang buku, dan pekerjaan lainnya. “Karena saya membantu perusahaan sejak kecil sampai besar, maka saya mengalami semua seluk beluk perusahaan,” kata Markus. Berkat gembengan masa lalunya, hingga kini Markus selalu ingin mengetahui bagaimana perkembangan bisnisnya. Jadi, misalnya, ketika berjalan-jalan di pabrik, ia bisa tahu berbagai proses produksi yang dijalani. Ia memang ingin mengetahui segala sesuatunya secara rinci. “Kita harus mengetahui dan



menguasai semua bidang pekerjaan,” kata Markus. Tapi, itu tidak berarti dengan mengetahui secara mendalam semuanya lalu Markus mengerjakan sendiri. “Sebagai pimpinan kita harus bisa Mendelegasikan wewenang,” tuturnya. Cuma ia punya sikap yang jelas, Mendelegasikan wewenang adalah suatu keharusan, tapi dia tetap harus tahu secara rinci. “Kan banyak pengusaha yang bersikap, ‘Ngapain saya tahu secara detail, saya serahkan saja kepada orang sudah cukup.’ Nah, yang seperti itu bukan pengusaha betul. Kita boleh mengetahui, tapi jangan dikerjakan sendiri. Kalau dikerjakan sendiri, kapan selesainya dan kapan memimpin orang lain.” Agaknya, keterlibatan total Markus dalam pekerjaannya itulah yang membuat perusahaan keluarga Alim terus berkembang. Keinginan Markus untuk maju juga kian menggebu-gebu. Seiring dengan perkembangan usaha, Markus makin rajin menimba ilmu dari berbagai sumber: mulai dari kursus-kursus (kalau perlu ke luar negeri) hingga berbagai seminar, dan pergaulan dengan kalangan bisnis. Ia pun kerap menyerap gagasan dari berbagai buku yang dibacanya. Kenapa Markus demikian bersemangat menempah diri? “Orang yang tanpa pengetahuan tidak akan menjadi profesional,” kata Markus. Tapi, pengetahuan saja dianggap tidak cukup. Profesional saja masih kurang. Harus ada faktor lain, yakni punya kemauan keras, disiplin, dan ketekunan. “Kalau punya kemauan keras tapi gampang putus asa, itu tidak betul, harus tekun dan langgeng. Kemauan keras tapi tidak disiplin, itu juga salah. Dan yang tak kalah penting kemampuan membawahkan (leadership),” kata Markus, membeberkan kiatnya memimpin Maspion. Belajar sambil berbisnis itulah yang menempahnya hingga cepat matang. Tak heran jika dalam usia yang masih cukup muda, 30 tahun, Alim Markus pun tampil sebagai Presdir Grup Maspion, menggantikan posisi ayahnya pada 1980. Ketika itu, nama Logam Djawa tidak lagi “berbunyi”, karena sejak 1971 Markus bersama ayahnya mendirikan PT Maspion Plastic & Metal Manufacturing. Sejak itu nama Maspion berkibar, dikenal sebagai produsen alat-alat rumah tangga yang terbuat dari plastik dan aluminium. Di industri plastik, yang dihasilkan Maspion bukan Cuma rantang atau termos dan berbagai macam peralatan rumah tangga lainnya, tapi juga pipa PVC. Bahkan lebih ke hulu lagi, masuk ke produk bijih plastik. Demikian pula di aluminium, yang dihasilkan bukan lagi panci-panci sederhana, tapi dengan bahan yang lebih baik, stainless steel dan peralatan rumah tangga berlapis Teflon, serta aluminium untuk konstruksi. Kini, puluhan perusahaan bernaung di bawah bendera Maspion – kepanjangan nama Mas Pionir. Karyawannya yang tersebar di tiga lokasi pabrik (Maspion Unit I, II dan III) ada 20.000 orang. Untuk memimpin perusahaan sebesar itu, Markus dibantu adik-adiknya: Alim Mulia Sastra, Alim Satria, dan Alim Prakasa. Seperti diketahui, Grup Maspion dibagi dalam beberapa divisi. Dan di setiap divisi, Markus berduet dengan salah satu adiknya. Misalnya, di Indal Aluminium Industry, penghasil peralatan rumah tangga dan berbagai jenis produk aluminium lainnya, Markus bersama Prakasa tampil sebagai pemimpin. “Kalau saya tidak ada, misalnya sedang keluar negeri, maka yang menangani perusahaan ya Pak Markus,” kata Prakasa. Saudaranya yang lain hanya sebatas pemegang saham. “Saham yang dimiliki sama besarnya,



hanya saya yang lebih tinggi 5% di bandingkan adik-adik saya untuk setiap perusahaan Grup Maspion,” kata Markus. Dengan pembagian wewenang seperti itu, proses pengambilan keputusan bisa cepat. Misalnya, kalau ada usul untuk mengembangkan usaha di Indal, maka yang berbicara cukup Markus dengan Prakasa. Jika keduanya sepakat, rencana pun dijalankan. Jika tidak, maka perbedaan yang muncul di bawa ke rapat setiap Senin. Rapat yang diselenggarakan di kantor pusat Grup Maspion ini – di Jalan Kembang Jepun, Surabaya – juga dihadiri oleh pemegang saham mayoritas (50%) Grup Maspion, Alim Husein. Di situlah keluarga Alim (Alim Husein, Alim Markus, Alim Mulia Sastra, Alim Satria, Alim Puspita dan Alim Prakasa) membicarakan berbagai hal penting yang menyangkut perkembangan Maspion. Bagi Prakasa, peran paling penting dari Markus dalam pengembangan bisnis Maspion adalah penataan sistem manajemennya yang dilakukan pada tahun 1980-an. “Pak Markus sangat memperhatikan penataan ini, mulai dari sistemnya hingga pengadaan perangkat komputer pada tahap awal pengembangan perusahaan,” kata Prakasa, yang baru terjun ke bisnis setelah meraih gelar MBA dari Kanada. Dalam mengembangkan usaha, Markus sangat selektif memilih mitra bisnis. “Kami selalu memilih mitra bisnis yang terbaik di bidangnya,” kata Markus. Umpamanya, Maspion menggandeng Du Pont (Amerika Serikat) yang memiliki teknologi Teflon – kemudian melebar ke industri agrokimia. Dan bermitra dengan Samsung (Korea Selatan) Maspion masuk ke industri elektronik dan electric home appliance, seperti kipas angin dan Setrika. Contoh lain, Raksasa Marubeni diajak bermitra untuk menghasilkan produk antikarat. Ketika membidik industri melamin, Maspion memilih mitra dari Thailand. “Peralatan makan melamin yang dihasilkan perusahaan Thailand itu paling tinggi mutunya di dunia,” kata Markus. Dengan memilih mitra yang paling menonjol prestasi teknologi atau penguasaan pasarnya, Maspion akhirnya mampu menghasilkan produk dengan kualitas tinggi. Itu sebabnya, pesanan dari mancanegara mengalir ke Maspion. Sebuah jaringan toserba di AS, misalnya, memesan peralatan masak yang khusus dipasarkan di Negara Paman Sam itu – Master Cuisine 9000.

Maspion kini sudah besar. Dan itu terjadi karena strategi ekspansi yang diterapkan Markus cukup mengena. “Kami menganut falsafah kalau kami menanam padi, hasilnya pun padi. Kalau kami menanamnya banyak, hasilnya juga banyak,” kata Markus. Jelas, bahwa di bawah kepemimpinan Markus, Maspion akan terus melakukan ekspansi, baik yang masih berkaitan dengan bisnis yang kini ditangani, atau sama sekali bidang usaha baru. Jangan tanyakan apa bisnis inti Grup Maspion. Sebab, bagi Markus, “Core business adalah bisnis yang bisa dikuasai.” Jadi, semua usaha yang dimasuki Maspion adalah bisnis inti. “Konsep saya lain. Kalau kami bisa bersaing dengan orang lain, itulah bisnis inti kami. Jadi, tak berarti saya hanya terjun ke satu industri, tanpa mengembangkan yang lain,” tuturnya serius. “Namanya usaha, ya segala bidang kami masuki,” ujarnya lagi. Bagi Markus, pengembangan usaha adalah hal yang perlu terus menerus dilakukan. Ibarat menanam pohon, kalau hanya bisa menanam lima pohon, lima itulah yang dipelihara sehingga menjadi besar. Setelah berbuah, tanam lagi pohon lain agar pohon



yang ada di lahan usahanya bisa berkembang terus. “Dan di bidang itu kami harus menjadi market leader,” katanya. Itu dibuktikan dengan penguasaan pasar plastik peralatan rumah tangga nasional sebesar 30%, pipa PVC 40%, dan alumunium sheet 80%. Namun Markus juga sangat menekankan bahwa dalam pengembangan bisnis tidak perlu serakah. Sebab, kalau serakah, bisa diibaratkan, “Kita ingin menanam pohon sebanyak-banyaknya, tapi kewalahan menyirami dan memupuknya, sehingga hasilnya menjadi jelek.” Dalam menangkap peluang bisnis. Markus mengumpamakan seperti memburuk burung. Dan sebagai pemburu peluang, senjata utama pengusaha adalah permodalan. “Tanpa modal, kan tidak mungkin menjalankan usaha. Modal ini pun harus diakumulasikan, karena dengan modal kecil, usaha yang bisa dimasuki juga kecil,” kata Markus. Sedangkan kemampuan manajemen diibaratkan sebagai kemahiran menembak. “Kita harus aktif. Peluang usaha adalah burung yang harus dikejar,” ujarnya. Nah, dalam memburu peluang itu, ketepatan waktu juga penting. Sebab, kalau tidak tepat, misalnya membidik terlalu lama, bisa saja tiba-tiba burung tersebut terbang dan kesempatan pun menghilang. “Harus punya keberanian untuk menembak pada saat yang tepat,” kata Markus. Dalam bekerja, semangat efisiensi sangat mewarnai gaya kerja dan penampilan Markus. Ruang kerjanya, misalnya, tidak terlalu besar dan transparan dengan dinding dari kaca tebal. Orang yang lalu lalang di depannya akan mengetahui apakah Markus ada di ruangan atau tidak. Apalagi pintu ruang kerjanya selalu terbuka. Semangat keterbukaan? Tidak persis dimaksudkan begitu. Yang diutamakan efisiensi. “You buka pintu saja sudah kehilangan waktu sekian detik. Kan sayang. Biarkan saja pintu terbuka, toh tidak ada nyamuknya,” kata Markus. Ia pun tidak khawatir gerak-geriknya terlihat oleh bawahannya. “Kalau sama karyawan tidak apa-apa. Tamu kan tidak akan nyelonong begitu saja karena sudah sering di bawah. Sekretaris saya pun bisa menghadap orang sembarangan,” kata Markus. Kepercayaan Markus pada “filternya” memang tidak berlebihan. Begitu masuk ke kantor pusatnya di lantai pertama, orang akan segera berhadapan dengan petugas yang akan menanyakan maksud kedatangan orang itu. Jika diizinkan bertemu dengan bos Maspion, tinggal naik tangga ke lantai dua, dan akan berhadapan dengan empat, ya empat sekretaris Alim Markus. “Sekretaris saya memang empat. Tapi semuanya efisien, bekerja penuh. Coba you lihat kalau masuk ke kantor saya, tidak ada orang yang membaca koran. Semua bekerja,” kata Markus. Tidakkah pekerjaan para sekretaris itu bertabrakan satu sama lain? “Tidak. Pekerjaan kami terbagi dalam beberapa masalah. Apalagi Maspion kan perusahaan besar, ada puluhan perusahaan, sehingga permasalahan pun banyak,” kata Wati, yang mengurus bidang umum. Sedangkan untuk urusan jadwal kegiatan Markus, Catherine yang mengatur. Begitulah, jika di luar kantor, atau sedang melaju di atas mobilnya, Markus tinggal mengecek kepada Catherine, apakah ada orang yang mencarinya. Jika ada, ia tinggal menghubunginya. Atau menanyakan persoalan yang mesti diselesaikan pada sekretaris lain jika menyangkut bidang usaha yang dibawahinya. Soal real estate, misalnya, akan langsung berhubungan dengan Setyowati.



Markus, efisien menggunakan waktunya. Setiap hari, bangun pukul 5.00, lalu segera meluncur ke lapangan golf. Dari tempat olah raga, ia tidak balik ke rumah. “Saya mandi dan sarapan di tempat golf, dan langsung ke kantor,” kata Markus. Sebelum pukul 08.00 Markus sudah tenggelam dalam urusan kantor hingga sore hari. Karena itu, sepulang kerja, waktunya dicurahkan untuk keluarga. Markus pantang membawa pekerjaan ke rumah. Demikian pula isterinya, Srijanti, sama sekali tidak pernah menjamah atau merecoki pekerjaan suaminya atau urusan kantor. Jadi, setelah pulang dari kantor, di rumah waktu Markus dihabiskan untuk keluarga, dengan sang isteri dan dua anaknya yang masih kecil. Lima anaknya yang lain bersekolah di Singapura. Praktis rumah di atas lahan seluas 1.800 meter persegi luas bangunannya sekitar 250 meter persegi yang ditata apik itu terasa lengang. Dengan 47 pabrik dan 20.000 karyawan, sebenarnya Maspion dan keluarga alim sudah boleh disebut sukses. Toh, Alim Markus masih merasa bisa mengembangkan kelompok usahanya untuk menjadi lebih besar lagi. Di benaknya sudah tergambar “peta” perkembangan yang akan ditempuh dalam 5 – 10 tahun mendatang. “Jika disituasi ekonomi dan politik tetap stabil seperti sekarang, kami bisa terus berkembang dan menampung tenaga kerja sampai 50.000,” ujarnya. Impian yang cukup “berani”. Soalnya, jangankan mengurus karyawan puluhan ribu, mengelola karyawan yang jumlahnya ratusan saja bisa bikin kelenger.- apalagi kalau muncul aksi mogok. Maspion pun pernah merasakan bagaimana kacaunya situasi ketika para pekerja mogok pada tahun 1993 lalu.

Jika di perusahaan lain tuntutan utama pemogokan biasanya menyangkut penyesuaian upah atau gaji, di Maspion lain, karena tingkat upah di kelompok perusahaan ini memang selalu di atas upah minimal yang ditetapkan Pemerintah. Justru karena upahnya yang sudah lumayan itulah, Maspion terhindar dari pemogokan. Ketika aksi mogok merebak di Surabaya, seorang pejabat di sana menunjuk Maspion sebagai contoh perusahaan besar yang tak pernah dilanda pemogokan, dan meminta pengusaha di Surabaya mencontoh Maspion. Markus ingat persis omongan pejabat itu diucapkan pada bulan Juni 1993. “Eh, tak tahunya pada bulan Juli karyawan Maspion mulai mogok,” kata Markus. Yang menyulut pemogokan, menurut Markus, karena persoalan normatif. Para karyawan meminta agar pimpinan pabrik salah satu unit usahanya dipecat. Alasannya, kepala pabrik tersebut terlalu singkat memberi waktu istirahat, Cuma 39 menit, yang dinilai para karyawan tidak cukup untuk dipakai makan siang dan sembahyang. Apalagi jika hari Jum’at, karyawan harus pontang-panting makan dan sholat Jum’at. Telat sedikit, mereka disemprot pimpinan, lengkap dengan ancaman pemecatan. Situasi itulah yang membuat karyawan mangkir kerja. Markus akhirnya mencopot pimpinan pabrik yang sok kuasa itu, dan memutasikannya ke bagian lain. Ternyata kejadian itu diikuti oleh karyawan bagian lain. Mereka merasa mendapat angin mogok dan meminta pimpinan yang tidak disukai dipecat. Sialnya, ketika aksi mogok digelar terjadi kebakaran di tiga pabrik, “Di Maspion unit 1 kan ada 15 pabrik, yang mogok itu empat pabrik,” kata Markus. Permintaan para karyawan untuk memecat atasannya masing-masing di pabrik kedua, ketiga, dan keempat, ditampik Markus. Ia meminta supaya



perselisihan antara karyawan dan pimpinannya diselesaikan secara hukum. "Siapa yang merasa dirugikan, silakan melapor ke Depnaker atau melalui kepolisian dan ke pengadilan," kata Markus. Kejadian itu memberi hikmat kepada Markus untuk lebih memperhatikan aspek nongaji karyawannya. Markus, kini setiap Sabtu sore 200 – 300 karyawan Maspion Unit 1 diangkut untuk berolahraga; senam atau lari atau pertandingan antarpabrik. "Mereka berolahraga dan kami menghitung waktu olahraga itu sebagai lembur," kata Markus. Saat berolahraga itulah, kebersamaan karyawan dengan pimpinannya digalang. Energi para karyawan yang masih muda-muda pun tersalur secara positif.



### **CHAIRUL TANJUNG SUKSES BISNIS DI SAAT KRISIS**

Belakangan ini, Chairul Tanjung adalah sosok pengusaha yang namanya paling banyak disebut ketika berbicara mengenai peta baru pengusaha besar nasional. Ia banyak disebut sebagai the rising star. Pengusaha pemilik Para Group ini berhasil melakukan lompatan bisnis yang spektakuler justru ketika ekonomi masih dilanda badai krisis.

Lompatan besar bermula ketika ia memutuskan untuk mengambil alih kepemilikan Bank Mega pada 1996 lalu. Berkat tangan dinginnya, bank kecil dan sedang sakit-sakitan yang sebelumnya dikelola oleh kelompok Bappindo itu kemudian disulap menjadi bank besar dan disegani. Pada akhirnya bank ini pun menjadi pilar penting dalam menopang bangunan Para Group. Dua pilar lain adalah Trans TV dan Bandung Supermall.

Sebagai sosok pengusaha sukses yang kini langka, Chairul dikalangan teman-teman dekatnya sering dijuluki sebagai The Last of The Mohicans. Sebutan ini mengacu pada sebuah judul film terkenal produksi Hollywood beberapa tahun lalu yang menceritakan kisah penaklukan kaum kulit putih terhadap bangsa Indian di Amerika Serikat sana. Pada akhirnya, bangsa asli yang sebelumnya menjadi tuan tanah dan penguasa wilayah itu kemudian semakin terpinggir dan menjadi sosok langka. Namanya saja sebutan berbau joke sehingga tetap atau tidak penting.

Yang jelas Chairul bukan tergolong pengusaha "dadakan" yang sukses berkat kelihaihan membangun kedekatan dengan penguasa. Mengawali kiprah bisnis selagi kuliah di Fakultas Kedokteran Gigi Universitas Indonesia, sepuluh tahun kemudian ia telah memiliki sebuah kelompok usaha yang disebut Para Group. Kelompok usaha ini dibangun berawal dari modal yang diperoleh dari Bank Exim sebesar Rp 150 juta. Bersama tiga rekannya yang lain, ia mendirikan pabrik sepatu anak-anak yang semua produknya diekspor. "Dengan bekal kredit tersebut saya belikan 20 mesin jahit merek Butterfly," ujarnya suatu saat kepada Eksekutif.



Kini pengusaha kelahiran 16 Juni 1962 itu menjadi figur sukses yang sangat sibuk. Ketika Eksekutif meminta kesempatan untuk sebuah wawancara khusus, ia mengaku kerepotan untuk memilih waktu yang tepat. Maklum, selain sibuk mengurus bisnis, pria satu ini juga punya segudang kegiatan kemasyarakatan. Sebelum terpilih menjadi ketua umum PB PBSI beberapa waktu lalu, Chairul telah aktif di berbagai organisasi sosial seperti PMI, Komite Kemanusiaan Indonesia, anggota Majelis Wali Amanat Universitas Indonesia dan sebagainya. "Kini waktu saya lebih dari 50% saya curahkan untuk kegiatan sosial kemasyarakatan," ungkapnya. (*Tokoh Indonesia, Repro Eksekutif No. 269*)



**EKA TJIPTA WIJAYA**

**SAYA BELAJAR DI PINGGIR JALAN..."**

Bersama ibu, saya ke Makassar tahun 1932 pada usia sembilan tahun. Kami berlayar tujuh hari tujuh malam. Lantaran miskin, kami hanya bisa tidur di tempat paling buruk di kapal, di bawah kelas dek. Hendak makan masakan enak, tak mampu. Ada uang lima dollar, tetapi tak bisa dibelanjakan, karena untuk ke Indonesia saja kami masih berutang pada rentenir, 150 dollar.

Tiba di Makassar, Eka kecil – masih dengan nama Oei Ek Tjhong – segera membantu ayahnya yang sudah lebih dulu tiba dan mempunyai toko kecil. Tujuannya jelas, segera mendapatkan 150 dollar, guna dibayarkan kepada rentenir. Dua tahun kemudian, utang terbayar, toko ayahnya maju. Eka pun minta Sekolah. Tapi Eka menolak duduk di kelas satu.

Tamat SD, ia tak bisa melanjutkan sekolahnya karena masalah ekonomi. Ia pun mulai jualan. Ia keliling kota Makassar, menjajakan biskuit dan kembang gula. Hanya dua bulan, ia sudah mengail laba Rp. 20, jumlah yang besar masa itu. Harga beras ketika itu masih 3-4 sen per kilogram. Melihat usahanya berkembang, Eka membeli becak untuk memuat barangnya.

Namun ketika usahanya tumbuh subur, datang Jepang menyerbu Indonesia, termasuk ke Makassar, sehingga usahanya hancur total. Ia menganggur total, tak ada barang impor/ekspor yang bisa dijual. Total laba Rp. 2000 yang ia kumpulkan susah payah selama beberapa tahun, habis dibelanjakan untuk kebutuhan sehari-hari.

Di tengah harapan yang nyaris putus, Eka mengayuh sepeda bututnya dan keliling Makassar. Sampailah ia ke Paotere (pinggiran Makassar, kini salah satu pangkalan perahu terbesar di luar Jawa). Di situ ia melihat betapa ratusan tentara Jepang sedang mengawasi ratusan tawanan pasukan Belanda. Tapi bukan tentara Jepang dan Belanda itu yang menarik Eka, melainkan tumpukan terigu, semen, gula, yang masih dalam keadaan baik. Otak bisnis Eka segera berputar.





Secepatnya ia kembali ke rumah dan mengadakan persiapan untuk membuka tenda di dekat lokasi itu. Ia merencanakan menjual makanan dan minuman kepada tentara Jepang yang ada di lapangan kerja itu.

Keesokan harinya, masih pukul empat subuh, Eka sudah di Paotere. Ia membawa serta kopi, gula, kaleng bekas minyak tanah yang diisi air, oven kecil berisi arang untuk membuat air panas, cangkir, sendok dan sebagainya. Semula alat itu ia pinjam dari ibunya. Enam ekor ayam ayahnya ikut ia pinjam. Ayam itu dipotong dan dibikin ayam putih gosok garam. Dia juga pinjam satu botol wiskey, satu botol brandy dan satu botol anggur dari teman-temannya.

Jam tujuh pagi ia sudah siap jualan. Benar saja, pukul tujuh, 30 orang Jepang dan tawanan Belanda mulai datang bekerja.

Tapi sampai pukul sembilan pagi, tidak ada pengunjung. Eka memutuskan mendekati bos pasukan Jepang. Eka mentraktir si Jepang makan minum di tenda. Setelah mencicipi seperempat ayam komplit dengan kecap cuka dan bawang putih, minum dua teguk whisky gratis, si Jepang bilang **joto**. Setelah itu, semua anak buahnya dan tawanan diperbolehkan makan minum di tenda Eka. Tentu saja ia minta izin mengangkat semua barang yang sudah dibuang.

Segera Eka mengerahkan anak-anak sekampung mengangkat barang-barang itu dan membayar mereka 5 – 10 sen. Semua barang diangkat ke rumah dengan becak. Rumah berikut halaman Eka, dan setengah halaman tetangga penuh terisi segala macam barang. Ia pun bekerja keras memilih apa yang dapat dipakai dan dijual. Terigu misalnya, yang masih baik dipisahkan. Yang sudah keras ditumbuk kembali dan dirawat sampai dapat dipakai lagi. Ia pun belajar bagaimana menjahit karung.

Karena waktu itu keadaan perang, maka suplai bahan bangunan dan barang keperluan sangat kurang. Itu sebabnya semen, terigu, arak Cina dan barang lainnya yang ia peroleh dari puing-puing itu menjadi sangat berharga. Ia mulai menjual terigu. Semula hanya Rp. 50 per karung, lalu ia menaikkan menjadi Rp. 60, dan akhirnya Rp. 150. Untuk semen, ia mulai jual Rp. 20 per karung, kemudian Rp. 40.

Kala itu ada kontraktor hendak membeli semennya, untuk membuat kuburan orang kaya. Tentu Eka menolak, sebab menurut dia ngapain jual semen ke kontraktor? Maka Eka pun kemudian menjadi kontraktor pembuat kuburan orang kaya. Ia bayar tukang Rp. 15 per hari ditambah 20 persen saham kosong untuk mengadakan kontrak pembuatan enam kuburan mewah. Ia mulai dengan Rp. 3.500 per kuburan, dan yang terakhir membayar Rp. 6.000. Setelah semen dan besi beton habis, ia berhenti sebagai kontraktor kuburan.

Demikianlah Eka, berhenti sebagai kontraktor kuburan, ia berdagang kopra, dan berlayar berhari-hari ke Selayar (Selatan Sulsel) dan ke sentra-sentra kopra lainnya untuk memperoleh kopra murah.



Eka mereguk laba besar, tetapi mendadak ia nyaris bangkrut karena Jepang mengeluarkan peraturan bahwa jual beli minyak kelapa dikuasai Mitsubishi yang memberi Rp. 1,80 per kaleng. Padahal di pasaran harga per kaleng Rp. 6. Eka rugi besar.

Ia mencari peluang lain. Berdagang gula, lalu teng-teng (makanan khas Makassar dari gula merah dan kacang tanah), wijen, kembang gula. Tapi ketika mulai berkibar, harga gula jatuh, ia rugi besar, modalnya habis lagi, bahkan berutang. Eka harus menjual mobil jip, dua sedan serta menjual perhiasan keluarga termasuk cincin kawin untuk menutup utang dagang.

Tapi Eka berusaha lagi. Dari usaha leveransir dan aneka kebutuhan lainnya. Usahanya juga masih jatuh bangun. Misalnya, ketika sudah berkibar tahun 1950-an, ada Permesta, dan barang dagangannya, terutama kopra habis dijarah oknum-oknum Permesta. Modal dia habis lagi. Namun Eka bangkit lagi, dan berdagang lagi.

Usahanya baru benar-benar melesat dan tak jatuh-jatuh setelah Orde Baru, era yang menurut Eka, "memberi kesejukan era usaha". Pria bertangan dingin ini mampu membenahi aneka usaha yang tadinya "tak ada apa-apanya" menjadi "ada apa-apanya". Tjiwi Kimia, yang dibangun 1976, dan memproduksi 10.000 ton kertas (1978) dipacu menjadi 600.000 ton sekarang ini.

Tahun 1980-1981 ia membeli perkebunan kelapa sawit seluas 10 ribu hektar di Riau, mesin serta pabrik berkapasitas 60 ribu ton. Perkebunan dan pabrik teh seluas 1.000 hektar berkapasitas 20 ribu ton dibelinya pula. Tahun 1982, ia membeli Bank Internasional Indonesia. Awalnya BII hanya dua cabang dengan aset Rp. 13 milyar. Setelah dipegang dua belas tahun, BII kini memiliki 40 cabang dan cabang pembantu, dengan aset Rp. 9,2 trilyun. PT Indah Kiat juga dibeli. Produksi awal (1984) hanya 50.000 ton per tahun. Sepuluh tahun kemudian produksi Indah Kiat menjadi 700.000 ton pulp per tahun, dan 650.000 ton kertas per tahun. Tak sampai di bisnis perbankan, kertas, minyak, Eka juga merancah bisnis real estate. Ia bangun ITC Mangga Dua, ruko, apartemen lengkap dengan pusat perdagangan. Di Roxy ia bangun apartemen Green View, di Kuningan ada Ambassador.

"Saya Sungguh menyadari, saya bisa seperti sekarang karena Tuhan Maha Baik. Saya sangat percaya Tuhan, dan selalu ingin menjadi hamba Nya yang baik," katanya mengomentari semua suksesnya kini.

"Kecuali itu, hematlah," tambahnya. Ia menyarankan, kalau hendak menjadi pengusaha besar, belajarlah mengendalikan uang. Jangan laba hanya Rp. 100, belanjanya Rp. 90. Dan kalau untung Cuma Rp. 200, jangan coba-coba belanja Rp. 210," Waahhh, itu cilaka betul," katanya.

Setelah 58 tahun berbisnis dan bergelar konglomerat, Eka mengatakan, dia pribadi sebenarnya sangat miskin. "Tiap memikirkan utang berikut bunganya yang demikian besar, saya tak berani menggunakan uang sembarangan. Ingin rehat susah, sebab waktu terkuras untuk bisnis. Terasa

benar tak ada waktu menggunakan uang pribadi,” Eka mengeluh. Hendak makan makanan enak, lanjutnya, sulit benar karena makanan enak rata-rata berkolesterol tinggi.

Inilah ironi, kata Eka. Dulu ia susah makan makanan enak karena miskin. Kini ketika sudah “konglomerat” (dengan 70 ribu karyawan dan hampir 200 perusahaan), Eka tetap susah makan enak, karena takut kolestrol. Usia ayah delapan anak kelahiran 3 Oktober 1923 ini sudah hampir 73 tahun. Usia yang menuntutnya menjaga kesehatan secara ketat dan prima.



#### JACOB OETAMA

Jakob Oetama, Pemimpin Umum Harian Kompas dan Chief Executive Kelompok Kompas-Gramedia, melampiaskan keharuannya pada saat Universitas Gadjah Mada, Kamis, 17 April 2003, secara resmi memberinya anugerah kehormatan berupa gelar Doktor Honoris Causa di bidang komunikasi. Dia adalah salah satu raksasa jurnalis di negeri ini yang menawarkan jurnalisme damai dan berhasil membuka

horizon pers yang benar-benar modern, bertanggung jawab, non-partisan, dan memiliki perspektif jauh ke depan. Bulir air mata perlahan menetes di pipi tuanya yang mengeriput. Suaranya yang semula berat dan membahana di seisi ruangan, kontan berubah serak dan parau. Laki-laki tua yang siang itu berdiri di podium terhormat, tak lagi kuasa menahan rasa haru yang luar biasa. Dia menangis.

Jakob Oetama, laki-laki tua itu, Pemimpin Umum Harian Kompas dan Chief Executive Kelompok Kompas-Gramedia, melampiaskan keharuannya. Pada saat Universitas Gadjah Mada, Kamis, 17 April 2003, secara resmi memberinya anugerah kehormatan berupa gelar Doktor Honoris Causa di bidang komunikasi. Dalam pidato promosi untuk memperoleh gelar doktor honoris causa (HC) itu, ia mengemukakan bahwa pencarian makna berita serta penyajian makna berita semakin merupakan pekerjaan rumah dan tantangan media massa saat ini dan di masa depan. Jurnalisme dengan pemaknaan itulah yang diperlukan bangsa sebagai penunjuk jalan bagi penyelesaian persoalan-persoalan genting bangsa ini.

Jakob Oetama adalah penerima doktor honoris causa ke-18 yang dianugerahkan UGM-setelah pekan lalu gelar yang sama dianugerahkan UGM kepada Kepala Negara Brunei Darussalam Sultan Hassanal Bolkiah. Promotor Prof Dr Moeljarto Tjokrowinoto dalam penilaiannya menyatakan, jasa dan karya Jakob Oetama dalam bidang jurnalisme pada hakikatnya merefleksikan jasa dan karyanya yang luar biasa dalam bidang kemasyarakatan dan kebudayaan. Ia juga telah memberikan pengaruh tertentu kepada kehidupan pers di Indonesia. Dalam pertimbangannya, UGM menilai Jakob Oetama sejak tahun 1965 berhasil mengembangkan wawasan dan karya jurnalisme bernuansa sejuk, yaitu "kultur jurnalisme yang khas", wawasan jurnalistik yang berlandaskan filsafat politik tertentu. Kultur jurnalisme itu telah



menjadi referensi bagi kehidupan jurnalisme di Indonesia. "Promovendus juga dipandang telah berhasil menggunakan pers sebagai wahana mengamalkan pilar-pilar humanisme transedental melalui kebijakan pemberitaan yang memberikan perhatian sentral pada masalah, aspirasi, hasrat, keagungan dan kehinaan manusia dan kemanusiaan," papar Rektor. Salah satu "kultur jurnalisme yang khas" yang dikembangkan promovendus adalah "jurnalisme damai". Jurnalisme damai merupakan proses penciptaan kultur jurnalisme baru, yang memungkinkan pers bertahan di tengah-tengah konfigurasi politik otoriter. Di bawah kepemimpinan Jacob Oetama telah terjadi metamorfosis pers dari pers yang sektarian menjadi media massa yang merefleksikan inclusive democracy. Promovendus juga telah meletakkan nilai yang menempatkan manusia dan kemanusiaan pada posisi sentral pemberitaan. Nilai yang dimaksud menjadi acuan para insan pers dalam mengumpulkan fakta, menulis berita, menyunting, serta menyiarkan berita. Berkaitan dengan itu, sejumlah tokoh nasional menilai Jakob pantas menerima gelar doktor honoris causa (kehormatan) di bidang jurnalisme dari UGM tersebut. "Penganugerahan gelar doktor kehormatan kepada Jakob sangat tepat. Sebab, dia adalah salah satu raksasa jurnalis di negeri ini yang berhasil membuka horizon pers yang benar-benar modern, bertanggung jawab, nonpartisan, dan memiliki perspektif jauh ke depan," ujar Ketua Majelis Permusyawaratan Rakyat (MPR) Amien Rais se usai mengikuti upacara penganugerahan doktor honoris causa di Balairung UGM. Sastrawan Taufik Ismail yang juga hadir menyatakan, "Ini sebuah penghargaan bagi seorang tokoh pers atas jasanya selama 4-5 dasawarsa mengembangkan jurnalisme yang damai namun berkarakter," katanya. Pengamat pers Ashadi Siregar mengatakan, penganugerahan gelar doktor honoris causa kepada Jakob sudah sepatutnya diberikan. Ia dinilai berhasil mempertahankan sekaligus mengembangkan eksistensi pers di tengah lingkungan politik Orde Baru yang menekan. "Itu sebuah prestasi. Saya sangat setuju dengan apa yang dikatakan promotor Prof Dr Moeljarto Tjokrowinoto," tutur Siregar. Mantan Ketua Umum Persatuan Wartawan Indonesia Sofyan Lubis menyatakan senang karena Jakob memperoleh penghargaan dari perguruan tinggi ternama. Lubis juga sependapat bahwa itu pantas diberikan kepada Jakob, mengingat perjuangannya selama ini. "Banyak pembaruan yang bermanfaat yang dikerjakan Pak Jakob bagi kegiatan wartawan dalam mengembangkan peranan pers nasional, dengan tetap mengembangkan semangat kebangsaan saat itu. Dia itu saya lihat konsisten dan dia jadi contoh bagi yang lain," kata Lubis menambahkan.

Jacob sendiri menyatakan, penganugerahan doktor honoris causa merupakan kehormatan yang ia terima dengan sikap tahu diri. Ia menilai banyak tokoh pers yang lebih pantas untuk mendapat kehormatan seperti itu. Di akhir pidatonya setebal 21 halaman, dengan tulus dan penuh keharuan, pendiri dan pimpinan Kelompok Kompas Gramedia (KKG) ini, mempersembahkan gelar terhormat itu kepada rekan-rekannya di dunia pers. "Kehormatan besar yang dianugerahkan oleh Universitas Gadjah Mada kepada saya, untuk merekalah kehormatan itu saya persembahkan," kata Jacob yang begitu terharu ketika menyebutkan rekan-rekan tokoh



pers, seperti Rosihan Anwar, PK Ojong, Herawati Diah, Tuty Aziz, Wonohito, Hetami, Sakti Alamsyah, Rorimpandey, Manuhua, dan Mochtar Lubis. "Kepada rekan dan sahabat saya Manuhua yang sedang sakit di Makassar, tokoh kebebasan pers Indonesia Bung Mochtar Lubis, saya sampaikan hormat dan rasa syukur saya. Kehormatan besar yang dianugerahkan oleh Universitas Gadjah Mada kepada saya, untuk merekalah kehormatan itu saya persembahkan," tuturnya. Jacob Oetama, pantas untuk terharu sekaligus bangga. Gelar kehormatan yang diraihinya tersebut, sekaligus juga merupakan penghargaan bagi kegigihan dan keuletan para insan pers di negeri ini dalam memperjuangkan demokrasi, seperti juga yang telah dan masih dilakukannya. Melalui jurnalisme khas tersebut, Jacob secara konsisten dinilai telah menunjukkan bahwa misi jurnalisme bukan hanya sekadar menyampaikan informasi kepada pembaca, tetapi lebih dari itu misi pokoknya adalah untuk mendidik dan mencerahkan hati nurani anak bangsa. Jacob bahkan menanggalkan gaya jurnalisemnya yang khas itu dengan nama "jurnalisme makna." Dengan gaya jurnalisme makna tersebut, Jakob dengan Harian Kompas-nya dinilai secara konsisten telah berupaya menyadarkan hati nurani para pembaca tentang perlunya bangsa ini menghapuskan nilai-nilai primordial dalam hubungan antarmanusia dan antarkelompok, menanamkan etika dan moral demokrasi serta keadilan dalam kehidupan bernegara dan berbangsa. Prof Dr Moeljarto Tjokrowinoto, yang bertindak selaku promotor penganugerahan gelar Doktor Honoris Causa itu, menyatakan, pemberian gelar kehormatan itu merupakan prakarsa Jurusan Ilmu Komunikasi, Fisipol UGM, yang akhirnya disetujui oleh Majelis Guru Besar UGM dalam rapatnya 23 Januari 2003. Tim Seleksi Penerima Gelar Doktor Kehormatan, kata Prof Moeljarto, telah melakukan kajian secara saksama atas karya-karya Jacob Oetama selama ini sebagaimana yang terhimpun dalam beberapa buku seperti Suara Nurani, Berpikir Ulang tentang Keindonesiaan, Pers Indonesia, Dunia Usaha dan Etika Bisnis, Persepektif Pers Indonesia, dan berbagai kearifan yang telah ditunjukkannya dalam kehidupan profesional di bidang pers.

Tim yang diketuai Prof Moeljarto, beranggotakan Prof Dr Sofian Effendi, Prof Dr Bambang Sudibyo MBA, Prof Dr Kunto Wibisono, Prof Dr Sunyoto Usman, dan Prof Dr Siti Chamamah Soeratno.

Jacob Oetama lahir di Borobudur, 27 September 1931. Setelah lulus Guru Sejarah B-1 (1956), lalu melanjutkan studi di Jurusan Jurnalisme Akademi Jurnalistik Jakarta dan lulus tahun 1959. Pendidikan terakhir mantan guru sejarah SLTP dan SMU di Jakarta itu di Jurusan Publisistik Fisipol UGM. Pengalaman kerja di bidang jurnalisme dimulai dari editor majalah Penabur, Ketua Editor majalah bulanan Intisari, Ketua Editor harian Kompas, Pemimpin Umum/Redaksi Kompas, dan Presiden Direktur Kelompok Kompas-Gramedia. Sejumlah karya tulis Jacob Oetama, antara lain, Kedudukan dan Fungsi Pers dalam Sistem Demokrasi Terpimpin, yang merupakan skripsi di Fisipol UGM tahun 1962, Dunia Usaha dan Etika Bisnis (Penerbit Buku Kompas, 2001), serta Berpikir Ulang tentang Keindonesiaan (Penerbit Buku



Kompas, 2002). Jacob juga berkiperah dalam berbagai organisasi dalam maupun luar negeri. Beberapa diantaranya pernah menjadi Sekretaris Jenderal Persatuan Wartawan Indonesia (PWI), Anggota DPR Utusan Golongan Pers, Pendiri dan Anggota Dewan Kantor Berita Nasional Indonesia, Anggota Dewan Penasihat PWI, Anggota Dewan Federation Internationale Des Editeurs De Journaux (FIEJ), Anggota Asosiasi International Alumni Pusat Timur Barat Honolulu, Hawaii, Amerika Serikat, dan Ketua Bidang Organisasi dan Manajemen Serikat Penerbit Surat Kabar.

### **JOSEPH "MR. JOGER" THEODORUS WULIANADI**

#### **PEMILIK JOGER T-SHIRT BALI**

Saya memproduksi sebuah jam yang berjalan mundur, yang kami buat justru untuk orang-orang yang berpikir maju. Kami juga sekarang telah memiliki sebuah VCD yang isinya mengajak siapa saja untuk berpikir merdeka. Karena dasar dari terbentuknya jiwa yang inovatif dan kreatif itu adalah kemerdekaan, tanpa kemerdekaan tak akan ada keberanian.

Ketika Joger didirikan, banyak entrepreneur yang dilibatkan. Jadi bukan saya saja yang menjadi entrepreneur, namun semua karyawan saya juga entrepreneur. Di saat yang sama saya juga membuat mereka sebagai pemilik Joger juga. Di Joger tidak ada sentralisasi, Cuma memang kebetulan untuk masalah disain tim kreatifnya terdiri dari lima orang, dan untungnya kelimanya ada dalam diri saya, sehingga si Joger tidak pernah terjadi keributan. Hal ini saya lakukan karena pernah saya memiliki banyak ahli, namun belakangan mereka jauh lebih banyak berdebat ketimbang bekerja.

Lalu menyikap *dispromotion*, dalam sebuah forum saya mengutarakan kata ini, banyak yang tidak setuju dengan kata itu, apalagi kemudian banyak juga yang menanyakan atas kapasitas apa bisa mengatakan kata itu. Oleh karena itu saya membuat sendiri gelar saya yaitu BAA dan BSS kepanjangan dari Bukan Apa-Apa dan Bukan Siapa-Siapa. Lalu saya balik bertanya kepada mereka, apakah tidak boleh bagi "orang baru" seperti saya ini untuk menyatakan sebuah kebenaran.

Di Joger ternyata saya lebih berani membuat istilah-istilah baru, yang akhirnya diterima. Seperti kata *dispromotion* yang pada awalnya ditolak akhirnya diterima. *Dispromotion* itu adalah konsep berpromosi yang tidak bermaksud untuk menaikkan jumlah omzet, karena saat ini jika ada orang yang ingin membeli kaos Joger dalam jumlah banyak selalu saya tolak. Ternyata hal ini melahirkan nilai baru, dan sayangnya kembali dicurigai sebagai taktik kami dalam menaikkan jumlah omzet, saya membantahnya dengan mengatakan, secara jujur, ramah dan bermanfaat saya melakukan *dispromotion* ini. Jadi *dispromotion* sama sekali tidak ditujukan untuk mempertinggi keuntungan yang saya terima.

Akar persoalan itu bisa saja menjadi masalah yang perlu dipecahkan atau menjadi menghancurkan. Contoh belum lama ini saya membaca 7000 karyawan pabrik sandal di PHK



kemudian ada salah seorang diantara mereka yang menemui dan meminta Joger menolong mereka dalam memasarkan sandal itu. Joger mau saja membantu namun Joger tidak akan menjual sandal yang “biasa-biasa saja”, sandal itu harus lain dari yang lain. Kemudian kami melihat ada peluang untuk menjual sandal dalam jumlah yang besar. Strategi penjualan yang kami terapkan adalah kami hanya menjual sandal sebelah kiri saja, dan jika membeli sebelah kiri akan mendapatkan bonus sebelah kanan. Harganya pun kami bagi dua, jadi masing-masing seharga Rp. 16.500. Ternyata menjual sandal yang biasa dengan cara yang berbeda ini sudah menimbulkan suatu permintaan baru, saat ini pabrik sudah kewalahan. Sekarang ada kekosongan di Bali karena orang merasa wajib membeli yang begini karena hal ini telah menjadi cerita. Kini orang kalau ke Bali khusus ke Joger karena orang tahu kita adalah tempat yang selalu hadir dengan ide-ide baru.

Kalau kini Joger menjadi besar bukan karena keinginan kami, namun lebih banyak karena keinginan masyarakat. Dan semenjak 1987 Joger tidak lagi *Profit Oriented* (berorientasi kepada akeuntungan) tetapi *Happiness Oriented* (berorientasi kepada kebahagiaan).

Di Joger juga ada kebebasan untuk melanggar aturan asalkan demi konsumen. Sehingga saya mengatakan bahwa kalau Anda bikin susah boss itu bahaya besar, tapi kalau bikin susah konsumen itu bahayanya jauh lebih besar.

Sebetulnya dalam bisnis yang berbasis kreatifitas dan inovasi tidak mengenal persaingan, karena jika kita melukis dan ada yang hanya menyukai lukisan kita, maka berapa pun harganya, dan betapapun lebih bagusnya lukisan yang lain, orang akan tetap mencari dan membeli lukisan tersebut. Kami di Joger memang memilih untuk lebih leluasa menciptakan konsep, kami tidak mau memproduksi sendiri dan kalau saya masuk diproduksi kelihatannya untuk besar dan resikonya nanti terlalu cepat kaya. Dan sejak kami di luar Joger dan ini salah satu cara yang dicurigai sebagai taktik, padahal tidak. Dan saya pernah ditanya di Universitas Airlangga apakah saya punya taktik atau punya strategi, sebetulnya kami tidak punya strategi dan tidak punya taktik kami hanya punya sikap dan komitmen yang kami jalankan secara konsisten dan konsekuen.



**LIEM SIOE LIONG (SOEDONO SALIM)  
MEMBANGUN KERAJAAN DAGANG DUNIA**

Liem Sioe Liong yang mulai mengenal Indonesia pada usia 20 tahun, kurang lebih 45 tahun lalu, mengatakan, “Anda harus dilahirkan di tempat dan waktu yang benar.” Dan, Anthony Salim – putranya yang bernama kelahiran Liem Fung Seng -, ikut berkomentar kepada majalah yang sama, “Jika anda ingin menangkap seekor ikan, pertama-tama anda harus membeli umpan.”

Kalimat pendek yang cenderung merupakan ungkapan dalam sastra Indonesia itu, sebenarnya gambaran prinsip mereka berdagang di Indonesia sampai merembes ke kancah Internasional. Dengan grup yang ia pimpin, Soedono Liem Salim kelahiran Fukien, 1916 yang bermula bersama kakaknya: Liem Sioe Hie, membantu paman mereka berdagang minyak kacang di Kudus-Jawa Tengah, anak kedua dari tiga bersaudara ini bisa menggaji 25 ribu tenaga kerja. Dari Eksekutif Senior sampai sopir truk yang jumlahnya tak kurang dari 3000 armada termasuk pengangkut semen perusahaan Liem Cs.

Terkaya di Indonesia, memiliki 40 perusahaan, Liem Sioe Liong dengan para kamradnya menghasilkan omset bisnis tak kurang dari US\$ 1 milyar setahun. Konon kekayaan pribadi Liem sendiri, ada yang menyebutkan, sekitar US\$ 1,9 milyar = Rp. 1,2 triliun.

Di kalangan pedagang Tionghoa Indonesia dia terkenal dengan sebutan “Liem botak”. Sejarah orang bernama Liem Sioe Liong (60 tahun) dimulai di sebuah pelabuhan kecil. Fukien di bilangan Selatan Benua Tiongkok. Dia dilahirkan di situ pada tahun 1918.

Kakaknya yang tertua Liem Sioe Hie – kini berusia 77 tahun – sejak tahun 1922 telah lebih dulu beremigrasi ke Indonesia – yang waktu itu masih jajahan Belanda – kerja di sebuah perusahaan pamannya di kota Kudus. Di tengah hiruk pikuknya usaha ekspansi Jepang ke Pasifik, dibarengi dengan dongeng harta karun kerajaan-kerajaan Eropa di Asia Tenggara, maka pada tahun 1939, Liem Sioe Liong mengikuti jejak abangnya yang tertua. Dari Fukien, ia Berangkat ke Amoy, dimana bersandar sebuah kapal dagang Belanda yang membawanya menyeberangi Laut Tiongkok. Sebulan untuk kemudian sampai di Indonesia. Sejak dulu, kota Kudus sudah terkenal sebagai pusat pabrik rokok kretek, yang sangat banyak membutuhkan bahan baku tembakau dan cengkeh. Dan sejak jamam revolusi Liem Sioe Liong sudah terlatih menjadi supplier cengkeh, dengan jalan menyelundupkan bahan baku tersebut dari Maluku, Sumatera, Sulawesi Utara





melalui Singapura untuk kemudian melalui jalur-jalur khusus penyelundupan menuju Kudus. Sehingga tidak heran dagang cengkeh merupakan salah satu pilar utama bisnis Liem Sioe Liong pertama sekali, disamping sektor tekstil. Dulu juga dia, banyak mengimpor produksi pabrik tekstil murahan dari Shanghai.

Untuk melicinkan semua usahanya dibidang keuangan, dia punya beberapa buah bank seperti Bank Windu Kencana dan Bank Central Asia. Di tahun 1970-an Bank Central Asia ini telah bertumbuh menjadi bank swasta kedua terbesar di Indonesia dengan total asset sebesar US\$ 99 juta.

Salah satu peluang besar yang diperoleh Liem Sioe Liong dari Pemerintah Indonesia adalah dengan didirikannya PT. Bogasari pada bulan Mei 1969 yang memonopoli suplai tepung terigu untuk Indonesia bagian Barat, yang meliputi sekitar 2/3 penduduk Indonesia, di samping PT. Prima untuk Indonesia bagian Timur.

Hampir di setiap perusahaan Liem Sioe Liong dia berkongsi dengan Djuhar Sutanto alias Lin Wen Chiang yang juga seorang Tionghoa asal Fukien.

Bogasari sebuah perusahaan swasta yang paling unik di Indonesia. Barangkali hanya Bogasari lah yang diberikan pemerintah fasilitas punya pelabuhan sendiri, dan kapal-kapal raksasa dalam hubungan perteriguan bisa langsung merapat ke pabrik.

Begitu perkasanya dia di bidang perekonomian Indonesia dewasa ini, mungkin menjadi titik tolak majalah Insight, Asia's Business Monthly terbitan Hongkong dalam penerbitan bulan Mei tahun ini, menampilkan lukisan karikatural Liem Sioe Liong berpakaian gaya Napoleon Bonaparte. Dadanya penuh ditemplei lencana-lencana perusahaannya. Perusahaan holding company-nya bernama PT Salim Economic Development Corporation punya berbagai macam kegiatan yang dibagi-bagi atas berbagai jenis divisi; masing-masing adalah: (1) divisi perdagangan, (2) divisi industri, (3) divisi bank dan asuransi, (4) divisi pengembangan (yang bergerak dibidang hasil hutan dan konsesi hutan), (5) divisi properti yang bergerak dibidang real estate, perhotelan, dan pemborong, (6) divisi perdagangan eceran dan (7) divisi joint venture. Setiap divisi membawahi beberapa arah perusahaan raksasa, berbentuk perseroan-perseroan terbatas.

Pelbagai kemungkinan untuk lebih mengembangkan lajunya perusahaan sekalipun tidak akan meningkatkan permodalan, seperti go-public di pasar saham Jakarta, - dilangsungkan group Soedono Lem Salim dengan gencar. Halangan maupun isu bisnis yang mengancam perusahaannya, nampak tak membuat Liem cemas. Seperti katanya kepada Review, "Jika anda hanya mendengarkan apa yang dikatakan orang, anda akan gila. Anda harus melakukan apa yang anda yakini." Bermodal kalimat pendeknya itu pulalah mengantar Liem Sioe Liong muda di Kudus yang juga terkenal sebagai Lin Shao Liang menjadi Soedono Salim si Raja Dagang Indonesia, belakangan ini.



## MARIUS "C59" WIDYARTO

### SUKSES BERBISNIS DENGAN DESAIN KREATIF

Tentu sebagian besar dari Anda pernah mendengar nama kaus bermerk C59. Kesuksesan C59 tidak lepas dari kepiawaian penggagasnya, Marius Widyarto atau yang akrab dipanggil Mas Wiwied. Bermula dari rasa gusarnya melihat teman-temannya yang memamerkan kaos bergambar kota mancanegara buah tangan dari orang tuanya usai bepergian dari luar negeri, Wiwied kemudian tertantang untuk membuat sendiri kaus bergambar patung Liberty dan kota New York dan sesumbar bahwa omnya juga baru datang dari luar negeri, sejak saat itulah ia semakin dikenal sebagai orang yang piawai membuat kaus, sampai-sampai, ketika ia bekerja di sebuah perusahaan kontraktor, ia lebih sering didatangi orang untuk urusan pesanan kaus daripada untuk pekerjaannya.

Wiwied yang sejak kecil menyukai pekerjaan prakarya memulai usahanya dari rumahnya yang berukuran 60 m<sup>2</sup> di Gang Caladi 59, yang akhirnya menjadi nama merk kausnya dengan modal awal dari hasil penjualan kado pernikahannya dengan Maria Goreti Murniati. Mental entrepreneur Wiwied banyak ditempa ketika ia ikut seorang pengusaha keturunan di Bandung yang memperlakukannya secara keras. Pada awalnya Wiwied menjalankan usahanya dari order kanan kiri, ia juga ikut mendesain, memilih bahan, memotong, menjahit, menyablon sampai *finishing* disamping juga mencari order.

Usahanya meningkat ketika mendapatkan order dari Nichimen-perusahaan Jepang yang bergerak di bidang pestisida, kaus itu untuk dibagi-bagikan ke para petani. Usahanya semakin terasa meningkat setelah mengikuti kegiatan Air Show 1986 di Jakarta yang diikuti pula oleh para peserta dari mancanegara.

Wiwied kemudian juga merambah bidang retail yang bermula dari menjual sisa order yang tidak memenuhi syarat yang ternyata juga diminati orang. Setelah usahanya meningkat, pada tahun 1992, ia kemudian pindah ke Jalan Tikukur no.10 yang kemudian memborong rumah di sekitarnya yakni no.4,7,8,9 yang kemudian ia jadikan kantor dan showroom produknya. Selain itu ia juga membuka showroom di daerah lain, seperti Balikpapan, Bali, Yogya dan kota lain sehingga kini ia memiliki sekitar 600 outlet di Indonesia dengan mempekerjakan sekitar 4000 karyawan.

Di mancanegara, Wiwied memiliki 60 showroom yang tersebar di Slowakia, Polandia, dan Czech dan bahkan kini ia juga sudah merambah jaringan Metro Dept.Store di Singapura. Keberhasilannya menembus mancanegara bermula dari beberapa stafnya yang bersekolah di



luar negeri yang biasanya membawa satu dua koper kaus C59 dan dijual pelan-pelan di sana, kemudian diadakan survey yang ternyata pasar di sana menguntungkan karena memiliki empat musim, sehingga tidak hanya bisa menjual t-shirt namun juga sweater atau jaket. Wiwied juga memiliki sebuah pabrik di atas tanah seluas 4000m<sup>2</sup> di daerah Cigadung, Bandung. Pabrik ini dibangun setelah mendapatkan kredit dari Robbie Djohan yang saat itu menjabat Dirut Bank Niaga pada tahun 1993, ketika itu Bank Niaga memesan t-shirt ke C59. Di tahun yang sama pula ia mengubah bentuk usahanya menjadi PT. Caladi Lima Sembilan.

Keberhasilan Wiwied dibuktikan dengan berbagai penghargaan yang telah ia terima, diantaranya Upakarti 1996, ASEAN Development Executive Award 2000-2001, Dan pemenang I Enterprise 50.

Filosofi bisnis Wiwied sendiri terinspirasi dari burung Caladi yang berasal dari bahasa Sunda yang berarti burung pelatuk. Wiwied mengartikan Caladi sebagai 5 citra dan 9 cita-cita, lima citra itu menggambarkan karakter sumberdaya manusia yang dimiliki C59 yakni, cakap, cerdas, cermat, cepat, dan ceria. Sedangkan 9 cita-citanya adalah *customersatisfaction, company profit, confident working atmosphere, control, collaboration, clear mind, creativity, dan consultative*. Wiwied juga ingin seperti burung pelatuk Woody Woodpecker yang tidak mau kalah dari pesaingnya, dan bila kita perhatikan burung pelatuk selalu fokus ketika mematuk pohon, Wiwied pun ingin selalu fokus di bidang garmen.

Salah satu kunci sukses Wiwied juga terletak pada penggalian ide desain yang tidak pernah berakhir, baginya riset desain sangatlah penting karena kekuatan produknya ada pada rancangan, apalagi industri t-shirt cepat berganti tren. Karyawannya pun mendapat kesempatan jalan-jalan untuk mencari ide-ide segar, bahkan ia membiarkan karyawannya untuk tidak masuk asalkan ketika ia masuk ia sudah membawa ide bagus.

Setiap desain yang akan dikeluarkan harus dipresentasikan lebih dulu, kemudian setelah terpilih, baru dilanjutkan dengan prosesi produksi, pemilihan bahan, teknik cetak, warna, dan sebagainya.

Wiwied juga terlihat sangat piawai membangun networking, ia selalu berusaha membangun hubungan baik dengan *supplier, support, customer, dan government*. Ia sangat percaya bahwa *relationship* adalah kunci kesuksesan dari bisnis. Wiwied mengaku kalau dia merupakan biangnya koperasi, untuk itu ia juga mendirikan koperasi untuk meningkatkan kesejahteraan karyawannya, omset koperasinya saat ini sekitar Rp 600 juta. Ia bangga karena telah dapat mewujudkan impiannya untuk membuka lapangan kerja bagi banyak orang.



### MOCHTAR RIADY

Orang banyak mengenal Mochtar Riady sebagai seorang praktisi perbankan jempolan dan seorang konglomerat yang visioner, pandangannya yang jauh ke depan dan sarat dengan filosofi menjadi panutan banyak para pengusaha dan para pelaku pasar. Kali ini kita akan menyoroti jalannya meniti sukses, yang tentu saja tidak semudah dibayangkan oleh banyak orang.

Mochtar Riady sudah bercita-cita menjadi seorang bankir di usia 10 tahun. Ketertarikan Riady yang dilahirkan di Malang pada tanggal 12 Mei 1929 ini disebabkan karena setiap hari ketika berangkat sekolah, dia selalu melewati sebuah gedung megah yang merupakan kantor dari Nederlandsche Handels Bank (NHB) dan melihat para pegawai bank yang berpakaian parolente dan kelihatan sibuk. Riady adalah anak seorang pedagang batik. Pada tahun 1947, Riady ditangkap oleh pemerintah Belanda dan di buang ke Nanking, Cina, di sana ia kemudian mengambil kuliah filosofi di University of Nanking. Namun, karena ada perang, Riady pergi ke Hongkong hingga tahun 1950 dan kemudian kembali ke Indonesia. Riady masih sangat ingin menjadi seorang bankir, namun ayahnya tidak mendukung karena profesi bankir menurut ayahnya hanya untuk orang kaya, sedangkan kondisi keluarga mereka saat itu sangat miskin.

Pada tahun 1951 ia menikahi seorang wanita asal Jember, oleh mertuanya, Riady diserahi tanggungjawab untuk mengurus sebuah toko kecil. Dalam tempo tiga tahun Riady telah dapat memajukan toko mertuanya tersebut menjadi yang terbesar di kota Jember. Cita-citanya yang sangat ingin menjadi seorang bankir membuatnya untuk memutuskan pergi ke Jakarta pada tahun 1954, walaupun saat itu dia tidak memiliki seorang kenalan pun di sana dan ditentang oleh keluarganya. Riady berprinsip bahwa jika sebuah pohon ditanam di dalam pot atau di dalam rumah tidak akan pernah tinggi, namun akan terjadi sebaliknya bila ditanam di sebuah lahan yang luas.

Untuk mencari relasi, Riady bekerja di sebuah CV di jalan Hayam Wuruk selama enam bulan, kemudian ia bekerja pada seorang importer, di waktu bersamaan ia pun bekerjasama dengan temannya untuk berbisnis kapal kecil. Sampai saat itu, Riady masih sangat ingin menjadi seorang bankir, di setiap kali bertemu relasinya, ia selalu mengutarakan keinginannya itu. Suatu saat temannya mengabari dia jika ada sebuah bank yang lagi terkena masalah dan menawarinya untuk memperbaikinya, Riady tidak menyalahkan kesempatan tersebut walau saat itu dia tidak punya pengalaman sekalipun. Riady berhasil meyakinkan Andi Gappa, pemilik Bank



Kemakmuran yang bermasalah tersebut sehingga ia pun ditunjuk menjadi direktur di bank tersebut.

Di hari pertama sebagai direktur, Riady sangat pusing melihat *balance sheet*, dia tidak bisa bagaimana cara membaca dan memahaminya, namun Riady pura-pura mengerti di depan pegawai akunting. Sepanjang malam dia mencoba belajar dan memahami *balance sheet* tersebut, namun sia sia, lalu dia meminta tolong temannya yang bekerja di Standar Chartered Bank untuk mengajarnya, tetapi masih saja tidak mengerti.

Akhirnya dia berterus terang terhadap para pegawainya dan Pak Andi Gappa, tentu saja mereka cukup terkejut mendengarnya. Permintaan Riady pun untuk mulai bekerja dari awal disetujuinya, mulai dari bagian kliring, cash, dan checking account. Selama sebulan penuh Riady belajar dan akhirnya ia pun mengerti tentang proses pembukuan, dan setelah membayar seorang guru privat ia akhirnya mengerti apakah itu akuntansi. Maka mulailah dia menjual kepercayaan, hanya dalam setahun Bank Kemakmuran mengalami banyak perbaikan dan tumbuh pesat. Setelah cukup besar, pada tahun 1964, Riady pindah ke Bank Buana, kemudian di tahun 1971, dia pindah lagi ke Bank Panin yang merupakan gabungan dari Bank Kemakmuran, Bank Industri Jaya, dan Bank Industri Dagang Indonesia.

Mochtar Riady hampir selalu sukses dalam mengembangkan sebuah bank, dia memiliki filosofi tersendiri yang ia sebut sebagai *Lie Yi Lian Dje*. *Lie* berarti ramah, *Yi* memiliki karakter yang baik, *Lian* adalah kejujuran sedangkan *Dje* adalah memiliki rasa malu. Visi dan pandangan Riady yang jauh ke depan seringkali membuat orang kagum, dia dapat dengan cepat membaca situasi pasar dan dengan segera pula menyikapinya.

Salah satu contohnya ketika dia berhasil menyelamatkan Bank Buana tahun 1966. Saat itu Indonesia sedang mengalami masa krisis karena Indonesia berada pada masa perubahan ekonomi secara makro, ketika itu Riady sedang berkuliah malam di UI, disitu dia dikenalkan dengan beberapa pakar ekonomi seperti Emil Salim, Ali Wardhana, dkk. Riady segera sadar dan segera mengubah arah kebijakan Bank Buana.

Pertama, dia menurunkan suku bunga dari 20 % menjadi 12 %, padahal pada waktu itu semua bank beramai-ramai menaikkan suku bunganya. Karena suku bunga yang rendah tersebut maka para nasabah yang memiliki kredit yang belum lunas segera membayar kewajibannya. Sedangkan para usahawan yang akan meminjam diberi syarat ketat khususnya dalam hal jaminan, namun karena bunga yang ditawarkan Bank Buana sangat rendah dibanding yang lain maka banyak debitur yang masuk dan tak ragu untuk memberikan jaminan. Dengan cara itu Bank Buana menjadi sehat padahal pada waktu itu banyak klien dan bank yang bangkrut. Dengan otomatis orang mengenal siapa Mochtar Riady.



Mochtar Riady yang lahir di Malang, Jawa Timur 12 Mei 1929 adalah pendiri Grup Lippo, sebuah grup yang memiliki lebih dari 50 anak perusahaan. Jumlah seluruh karyawannya diperkirakan lebih dari 50 ribu orang. Aktivitas perusahaannya tidak hanya di Indonesia, tetapi juga hadir di kawasan Asia Pasifik, terutama di Hong Kong, Guang Zhou, Fujian, dan Shanghai.

Sejarah Grup Lippo bermula ketika Mochtar Riady yang memiliki nama Tionghoa, Lie Mo Tie membeli sebagian saham di Bank Perniagaan Indonesia milik Haji Hasyim Ning pada 1981. Waktu dibeli, aset bank milik keluarga Hasyim telah merosot menjadi hanya sekitar Rp 16,3 miliar. Mochtar sendiri pada waktu itu tengah menduduki posisi penting di Bank Central Asia, bank yang didirikan oleh keluarga Liem Sioe Liong. Ia bergabung dengan BCA pada 1975 dengan meninggalkan Bank Panin.

Di BCA Mochtar mendapatkan *share* sebesar 17,5 persen saham dan menjadi orang kepercayaan Liem Sioe Liong. Aset BCA ketika Mochtar bergabung hanya Rp 12,8 miliar. Mochtar baru keluar dari BCA pada akhir 1990 dan ketika itu aset bank tersebut sudah di atas Rp 5 triliun.

Bergabung dengan Hasyim Ning membuat ia bersemangat. Pada 1987, setelah ia bergabung, aset Bank Perniagaan Indonesia melonjak naik lebih dari 1.500 persen menjadi Rp 257,73 miliar. Hal ini membuat kagum kalangan perbankan nasional. Ia pun dijuluki sebagai *The Magic Man of Bank Marketing*. Dua tahun kemudian, pada 1989, bank ini melakukan merger dengan Bank Umum Asia dan semenjak saat itu lahirlah Lippobank. Inilah cikal bakal Grup Lippo. Saat ini Group Lippo memiliki lima cabang bisnis yakni :

1. Jasa keuangan : perbankan, reksadana, asuransi, manajemen asset, sekuritas
2. Properti dan *urban development* : kota satelit terpadu, perumahan, kondominium, pusat hiburan dan perbelanjaan, perkantoran dan kawasan industri.
3. Pembangunan infrastruktur seperti pembangkit tenaga listrik, produksi gas, distribusi, pembangunan jalan raya, pembangunan sarana air bersih, dan prasarana komunikasi.
4. Bidang industri yang meliputi industri komponen elektronik, komponen otomotif, industri semen, porselen, batu bara dan gas bumi. Melalui Lippo Industries, grup ini juga aktif memproduksi komponen elektronik seperti kulkas dan AC merk Mitsubishi. Sedangkan komponen otomotif perusahaan yang dipimpin Mochtar ini sukses memproduksi kabel persneling.
5. Bidang industri yang meliputi industri komponen elektronik, komponen otomotif, industri semen, porselen, batu bara dan gas bumi. Melalui Lippo Industries, grup ini juga aktif memproduksi komponen elektronik seperti kulkas dan AC merk Mitsubishi. Sedangkan

komponen otomotif perusahaan yang dipimpin Mochtar ini sukses memproduksi kabel persneling.



## **PUSPO WARDOYO**

### **SUKSES BERBISNIS DENGAN MANAJEMEN KONFLIK**

Bicara waralaba ayam bakar, ingat Wong Solo. Berdebat tentang Wardoyo, pemilik Rumah Makan Ayam Bakar Wong Solo. Malah dalam banyak hal, nama lelaki ini lebih beken ketimbang rumah makannya. Maklum, keberaniannya membuat acara Poligamy Award di suatu hotel beberapa waktu lalu, menimbulkan pro dan kontra. Apakah ia kebablasan dalam hal *personal branding*? Tunggu dulu. Ternyata, menurut pria kelahiran Solo 46 tahun lalu ini, apa yang ia lakukan memang disengaja. Kok bisa?

“Saya harus menciptakan konflik terus-menerus di benak orang supaya orang membicarakan saya,” ujar Direktur PT Sarana Bakar Diggaya ini blakbalakan. Bahkan ia mengungkapkan, jika perlu, ia membayar orang untuk mendemo dirinya sendiri. Tujuannya, supaya orang selalu membicarakan dirinya tanpa henti dan polemik menjadi panjang. Contohnya, isu poligami.

Bagi Puspo, apakah orang membicarakan hal positif atau negatif, untuk tahap awal bukanlah masalah. Yang penting, setiap saat orang membicarakan dirinya. Hal ini, dikatakannya, penting untuk bisnisnya. “Ketika orang membicarakan Puspo, itu berarti membicarakan Wong Solo,” ujar suami dari empat wanita ini. Ia yakin, jika orang kenal Puspo, yang bersangkutan akan men-*deliver* hal itu ke Wong Solo.

Bagaimana Puspo bisa melakukan ini semua? Diceritakan, ketika pada tahun 1993 memulai bisnis ini, ia belum seterkenal sekarang. Ia memulai perjalanan usahanya dengan modal Rp. 700 ribu. Waktu itu orang mengenalnya hanya sebagai pedagang kaki lima di Bandara Polonia, Medan.

Namun suatu hari pada 1996, Koran daerah Medan, Waspada menulis seputar dirinya. Judulnya, “Puspo Wardoyo, Sarjana Membuka Ayam Bakar Wong Solo di Medan.” Sejak itu, bisnis rumah makannya sukses besar. Omsetnya naik 300%-400%. “Dari sini saya sadar dampak pemberitaan,” ujar mantan guru SMA di Bagansiapi-api, Sumatera Utara ini. Dan ia pun mulai mendekati pers.

Setelah cukup dekat dengan kalangan pers. Puspo mulai memahami cara kerja dunia pers. Antara lain, penting isu dalam pemberitaan. Sejak itu, ia mulai menciptakan isu atau konflik yang berkenaan dengan dirinya. “Isu atau konflik itu penting supaya media mau memberitakannya, tanpa kita memintanya,” ia menjelaskan. Isu-isu yang dibuatnya haruslah mengandung unsur tidak bermasalah. Malah kalau bisa, dengan isu tersebut, ia menjadi



pahlawan. “karena seorang pionir adalah seorang pembuka, dan ia bisa disebut pahlawan,” katanya. Target besarnya adalah bagaimana mempromosikan bisnis.

Tentang sosok pahlawan ini, Puspo mencontohkannya dalam hal poligami. Ia memfigurkan dirinya sebagai pahlawan poligami. Sekaligus sebagai pengusaha rumah makan yang sukses dan andal. Di sini ia ingin meruntuhkan mitos bahwa poligami itu tabu.

Isu yang diluncurkan, antara lain sewaktu mendapat penghargaan Enterprise-50. Lalu, saat menerima penghargaan sebagai Waralaba Lokal Terbaik dari Presiden RI Megawati. Dan terakhir yang bikin geger Poligamy Award. Tak tanggung-tanggung, dana tak kurang dari Rp. 2 miliar dikucurkannya untuk acara ini.

Tentang isu poligami, Puspo berujar, “Ini positif dan paling efektif. Karena ada kebenaran, tapi tak semua orang berani mengungkapkannya.” Toh, ia melihat, dari sisi agama, apa yang dilakukannya tak melanggar aturan. Ia sadar, banyak orang yang setuju dan banyak juga yang tak setuju. “Ketika orang bicara poligami, tak akan pernah tuntas,” ujarnya. Hal itu, ia menambahkan, akan memunculkan konflik di antara mereka.

Puspo mengakui ia sangat terkesan dengan isu Poligamy Award. Karena, setelah acara tersebut diselenggarakan, banyak sekali tanggapan dari masyarakat. “Ini puncak promosi saya,” ujarnya bangga. Diakuinya, ini isu yang paling berat dan seru yang pernah diluncurkannya. “Karena isu ini melawan arus,” tambahnya. Isu-isu tersebut ternyata tidak dibuatnya sendiri. Ia membentuk sejumlah tim. Tim yang terdiri dari para wartawan ini tersebar di beberapa kota, antara lain Jakarta, Bandung, Surabaya, Solo, Malang, Bali dan Medan. Namun, ia tak menyerahkan pembuatan isu begitu saja kepada timnya. “Semua tetap di bawah kepemimpinan saya,” katanya. Dua minggu sekali ia mengadakan rapat untuk menetapkan isu dalam satu bulan.

Hasil evaluasinya saat ini menunjukkan, nama Puspo Wardoyo sudah dikenal banyak orang. Adapun dari sisi bisnis, ia merasa relatif berhasil. Saat ini sejumlah rumah makan di berbagai kota besar dimilikinya. Sejumlah proposal kerjasama juga terus mengalir ke mejanya. Namun, kalau dibandingkan dengan rumah makannya, ia mengakui namanya cenderung lebih populer ketimbang Wong Solo. Itulah sebabnya, agar seimbang, kini ia mengupayakan agar nama rumah makannya kian dikenal. Karena hal itu, beberapa langkah kini digodoknya. Caranya? Membuat sejumlah isu baru! Pertama, isu yang berisikan pesan bahwa dirinya adalah sosok yang baik, sabar, penuh kasih sayang dengan keluarga, dan dermawan. “Saya ingin *colling down* setelah kasus Poligamy Award, untuk meraih simpati,” ujarnya terus terang. Berikutnya, fokus pada *product branding*. Sejumlah produk unggulan Wong Solo akan segera diluncurkan.

Menurutnya, selama ini Wong Solo dikenal sebagai rumah makan biasa. Padahal, usahanya ini memiliki sejumlah produk unggulan. Contohnya, beras terbaik dari Delangga. Juga, kangkung unggulan yang hidup di air panas dari Cibaya, yang karena daya tahannya yang kuat dinamakannya Kangkung Perkasa. Selain itu, ia juga memiliki beberapa produk unggulan yang



namanya nyerempet-nyerempet poligami, seperti Jus Poligami, Jus Dimadu, atau Tumis Cah Poligami. Terlepas dari kontroversi yang ada, suka tidak suka, Puspo adalah salah satu pebisnis yang piawai mem-brand-kan dirinya.



### **SURYA PALOH**

#### **SUKSES ANAK KOLONG DALAM BISNIS MEDIA**

Surya Paloh, 40 tahun, lahir di Tanah Rencong, di daerah yang tak pernah dijajah Belanda. Ia besar di kota Pematang Siantar, Sumut, di daerah yang memunculkan tokoh-tokoh besar semacam TB Simatupang, Adam Malik, Parada Harahap, A.M. Sipahutar, Harun Nasution. Ia menjadi pengusaha di kota Medan, daerah yang membesarkan tokoh PNI dan tokoh bisnis TD Pardede. Aktifitas politiknya yang menyebabkan Surya Paloh pindah ke Jakarta, menjadi anggota MPR dua periode. Justru di kota metropolitan ini, kemudian Surya Paloh terkenal sebagai seorang pengusaha muda Indonesia.

Surya Paloh mengenal dunia bisnis tatkala ia masih Remaja. Sambil Sekolah ia berdagang teh, ikan asin, karung goni, dll. Ia membelinya dari dua orang 'toke' sahabat yang sekaligus gurunya dalam dunia usaha, lalu dijual ke beberapa kedai kecil atau ke perkebunan (PTP-PTP). Di Medan, Surya Paloh mendirikan perusahaan karoseri sekaligus menjadi agen penjualan mobil.

Sembari berdagang, Surya Paloh juga menekuni kuliahnya di Fakultas Hukum Universitas Sumatera Utara dan Fakultas Sosial Politik, Universitas Islam Sumater Utara, Medan. Di kota yang terkenal keras dan semrawut ini, keinginan berorganisasi yang sudah berkembang sejak dari kota Pematang Siantar, semakin tumbuh subur dalam dirinya. Situasi pada saat itu, memang mengarahkan mereka aktif dalam organisasi massa yang sama-sama menentang kebijakan salah dari pemerintahan orde lama. Surya Paloh menjadi salah seorang pimpinan Kesatuan Aksi Pemuda Pelajar Indonesia (KAPPI)

Setelah KAPPI bubar, ia menjadi Koordinator Pemuda dan Pelajar pada Sekber Golkar. Beberapa tahun kemudian, Surya Paloh mendirikan Organisasi Putra-Putri ABRI (PP-ABRI), lalu ia menjadi Pimpinan PT-ABRI Sumut. Bahkan organisasi ini, pada tahun 1978, didirikannya bersama anak ABRI yang lain, di tingkat pusat Jakarta, dikenal dengan nama Forum Komunikasi Putra-Putri Purnawirawan Indonesia (FKPPI).

Kesadarannya bahwa dalam kegiatan politik harus ada uang sebagai biaya hidup dan biaya perjuangan, menyebabkan ia harus bekerja keras mencari uang, dengan mendirikan perusahaan atau menjual berbagai jenis jasa. Ia mendirikan perusahaan jasa boga, yang belakangan dikenal sebagai perusahaan catering terbesar di Indonesia. Keberhasilannya sebagai



pengusaha jasa boga, menyebabkan ia lebih giat belajar menambah ilmu dan pengalaman, sekaligus meningkatkan aktifitasnya di organisasi.

Menyusuri kesuksesan itu, ia melihat peluang di bidang usaha penerbitan pers. Surya Paloh mendirikan Surat Kabar Harian Prioritas. Koran yang dicetak berwarna ini, laku keras. Akrab dengan pembacanya yang begitu luas sampai ke daerah-daerah. Sayang, surat kabar harian itu tidak berumur panjang, keburu di cabut SIUPP-nya oleh pemerintah. Isinya dianggap kurang sesuai dengan Kode Etik Jurnalistik Indonesia.

Kendati bidang usaha penerbitan pers mempunyai risiko tinggi, bagi Surya Paloh, bidang itu tetap merupakan lahan bisnis yang menarik. Ia memohon SIUPP baru, namun, setelah dua tahun tak juga keluar. Minatnya di bisnis pers tak bisa dihalangi, ia pun kerjasama dengan Achmad Taufik Menghidupkan kembali Majalah Vista. Pada tahun 1989, Surya Paloh bekerja sama dengan Drs. T. Yously Syah mengelola koran Media Indonesia. Atas persetujuan Yously sebagai pemilik dan Pemrednya, Surya Paloh memboyong Media Indonesia ke Gedung Prioritas. Penyajian dan bentuk logo surat kabar ini dibuat seperti Almarhum Prioritas. Kemajuan koran ini, menyebabkan Surya Paloh makin bersemangat untuk melakukan ekspansi ke berbagai media di daerah. Disamping Media Indonesia dan Vista yang terbit di Jakarta, Surya Paloh bekerjasama menerbitkan sepuluh penerbitan di daerah.

Pada umurnya yang masih muda, 33 tahun, Surya Paloh berani mempercayakan bisnis cateringnya pada manajer yang memang disiapkannya. Pasar catering sudah dikuasainya, dan ia menjadi *the best* di bisnis itu. Lalu, ia mencari tantangan baru, masuk ke bisnis pers. Padahal, bisnis pers adalah dunia yang tidak diketahuinya sebelum itu. Kewartawanan juga bukan profesinya, tetapi ia berani memasuki dunia ini, memasuki pasar yang kelihatannya sudah jenuh. Ia bersaing dengan Penerbit Gramedia Group yang dipimpin oleh Yakob Utama, wartawan senior. Ia berhadapan dengan Kartini Grup yang sudah puluhan tahun memasuki bisnis penerbitan. Ia tidak segan pada Pos Kota Group yang diotaki Harmoko, mantan Menpen RI. Bahkan, ia tidak takut pada Grafisi Group yang di-*back up* oleh pengusaha terkenal Ir. Ciputra, bos Jaya Group.

Kendati kondisi pasar pers begitu ramai dengan persaingan. Surya Paloh sedikit pun tak bergeming. Bahkan ia berani mempertaruhkan modal dalam jumlah relatif besar, dengan melakukan terobosan-terobosan baru yang tak biasa dilakukan oleh pengusaha terdahulu. Dengan mencetak berwarna misalnya. Ia berani menghadapi risiko rugi atau bangkrut. Ia sangat kreatif dan inovatif. Dan, ia berhasil.

Surya Paloh menghadirkan koran Proritas di pentas pers nasional dengan beberapa keunggulan. Pertama, halaman pertama dan halaman terakhir di cetak berwarna. Kedua, pengungkapan informasi kelihatan menarik dan berani. Ketika, foto yang disajikan dikerjakan dengan serius. Faktor-faktor itulah yang menyebabkan koran ini dalam waktu singkat, berhasil

mencapai sirkulasi lebih 100 ribu eksemplar. Tidak sampai setahun, *break event point*-nya sudah tercapai.

Ancaman yang selalu menghantui Prioritas justru bukan karena kebangkrutan, tetapi pencabutan SIUPP oleh pemerintah. Terbukti kemudian, ancaman itu datang juga. Koran Prioritasnya mati dalam usia yang terlalu muda. Pemberitaannya dianggap kasar dan telanjang. Inilah risiko terberat yang pernah dialami Surya Paloh. Ia tidak hanya kehilangan sumber uang, tetapi ia juga harus memikirkan pembayaran utang investasi.

Dalam suasana yang sangat sulit itu, ia tidak putus asa. Ia berusaha membayar gaji semua karyawan Prioritas, sambil menyusun permohonan SIUPP baru dari pemerintah. Namun permohonan itu tidak dikabulkan pemerintah. Beberapa wartawan yang masih sabar, tidak mau pindah ke tempat lain, dikirim Surya Paloh ke berbagai lembaga manajemen untuk belajar.

Pers memang memiliki kekuatan, di negara barat, ia dikenal sebagai lembaga keempat setelah legislatif, yudikatif dan eksekutif. Apalagi kebesaran tokoh-tokoh dari berbagai disiplin ilmu atau tokoh-tokoh dalam masyarakat, sering karena peranan pers yang mempublikasikan mereka. Bagaimana seorang tokoh diakui oleh kalangan masyarakat secara luas, kalau ia di boikot oleh pers. Dengan demikian, bisnis pers memang prestisius, memberi kebanggaan, memberi kekuatan dan kekuasaan. Dan, itulah bisnis Surya Paloh.

#### **ABDULLAH GYMNASTIAR (AA GYM) SUKSES BISNIS DENGAN AKHLAK**



***“Kalau kita mau sukses, kunci pertama adalah jujur, dengan bermodalkan kejujuran, orang akan percaya kepada kita. Kedua, professional. Kita harus cakap sehingga siapapun yang memerlukan kita merasa puas dengan yang kita kerjakan. Ketika, inovatif, artinya kita harus mampu menciptakan sesuatu yang baru, jangan hanya menjiplak atau meniru yang sudah ada.”***

*K.H. Abdullah Gymnastiar.*

Sosok kyai muda ini sering kali muncul di acara televisi secara langsung yang selalu dihadiri oleh ribuan massa menjadi ciri khas dan fenomena tersendiri. Beliau adalah K.H. Abdullah Gymnastiar



atau biasa dipanggil Aa Gym, pimpinan pesantren Daarut Tauhid Bandung. Aa Gym memulai pendidikan formal awal di SD Damar sebuah SD swasta yang kini sudah dibubarkan. Sekolah ini cukup jauh dari rumahnya, sekitar tiga kilometer. Masa itu, pilihan satu-satunya ke sekolah adalah berjalan kaki. Menjelang naik ke kelas 3 SD, pindah ke KPAD Gegerkalong. Aa Gym pun pindah sekolah ke SD Sukarasa 3. Bakat saya mulai berkembang dan nilai prestasi sekolah pun cukup bagus. Terbukti ketika tamat, beliau terpilih menjadi ranking terbaik II di sekolah dengan selisih satu nilai saja dibandingkan ranking I. Di bidang seni, bakat beliau juga berkembang, seperti menggambar dan menyanyi. Sejak itu pula Aa Gym sering ditunjuk menjadi ketua kelas dan aktif dalam gerakan Pramuka. Jiwa dagang Aa Gym sudah terbentuk sejak TK, terbawa-bawa hingga di Sekolah Dasar. Misalnya, beliau pernah menjual petasan yang memang pada waktu itu belum dilarang seperti sekarang. Alhasil, beliau pernah mendapat teguran dan pengurus DKM masjid. Namun, pada waktu itu beliau belum begitu mengerti ilmu agama dengan baik. Setelah lulus SMA dan memasuki kuliah Aa Gym tidak lulus tes Sipenmaru. Aa Gym mencoba daftar ke Pendidikan Ahli Administrasi Perusahaan (PAAP) Universitas Padjadjaran, yaitu sebuah program D3 di Fakultas Ekonomi. Alhamdulillah beliau diterima. Namun, kuliah di sini hanya bertahan selama tahun. Beliau lebih sibuk berbisnis daripada mengikuti kuliah. Teman-teman kuliah pun lebih mengenal beliau sebagai “tukang dagang”. Selepas PAAP, beliau masuk ke Akademi Teknik Jenderal Abmad Yani (ATA, sekarang Unjani). Kampusnya waktu itu sangat sederhana karena menumpang di SD Widyawan atau kadang di PUSDIKJAS. Maklum, karena pemiliknya adalah Yayasan Kartika Eka Paksi milik Angkatan Darat. Selama kuliah di ATA, beliau mengontrak sebuah kamar di pinggir sawah karena benar-benar ingin melatih hidup mandiri. Soal prestasi, banyak yang telah diraih. Beliau mengikuti lomba menggambar, mencipta lagu, baca puisi, sampai lomba pidato. Allhamdulillah, beliau selalu meraih juara, walaupun yang mengadakannya adalah senat mahasiswa dan kebetulan beliau sendirilah ketuanya. Selain menjadi ketua senat, beliau juga menjadi komandan resimen mahasiswa (Mlenwa) di ATA, maklumlah saingan di kala itu sedikit. Kegiatan berbisnis masa kuliah juga semakin menggebu. Beliau pernah membuat usaha keset dan perca kain. Beliau juga jadi penjual baterai dan film kamera kalau ada acara wisuda. Aa Gym juga sempat menjadi supir angkot jurusan Cibeber-Cimahi sekedar menambah pemasukan. Inti dari semua ini, memang Aa Gym sangat senang untuk membiayai kebutuhan sendiri tanpa menjadi beban siapa pun. Selain itu, beliau juga melatih diri untuk tidak dibelenggu oleh gengsi dan atribut pengekang lainnya. Aa Gym telah menyelesaikan program sarjana muda di ATA walaupun belum mengikuti ujian negara. Berarti, beliau memang tak berhak menyandang gelar apa pun. Bahkan, sampai saat ini ijazahnya pun belum beliau ambil dari kampus. Memang sesudah itu ada upaya untuk melanjutkan kuliah sampai S1, terutama karena dorongan teman-teman dan beberapa dosen yang baik hati. Beberapa kegiatan perkuliahan pun diikuti. Akan tetapi, setelah menelusuri hati, ternyata hanya sekedar untuk mencari status belaka, dan hal itu tak cukup kuat untuk memotivasi menyelesaikan



kuliah. Mungkin hikmahnya untuk memotivasi orang yang belum dan tak punya gelar agar tetap optimis untuk maju dan sukses.

Untuk menyempurnakan ibadah dan melaksanakan sunnah, Aa Gym pun menikah. Tepat dua belas Rabiul Awal tahun 1987 adalah salah satu titik sejarah bagi kehidupan beliau dengan diucapkannya ijab kabul. Gadis yang menjadi pilihan beliau adalah Ninih Muthmainnah. Pernikahan yang dilaksanakan di Pesantren Kalangsari, Cijulang, ini dihadiri oleh banyak ulama karena memang berada di lingkungan pesantren. Beliau menikah dengan resepsi ala kadarnya. Bahkan, untuk menghemat jamuan bagi tamu, digunakan niru (nampan) sehingga satu niru bisa menjamu 8 orang sesudah menikah, kami tinggal di rumah orang tua di Kompleks Perumahan Angkatan Darat (KPAD) Gegerkalong, Bandung. Aa Gym bertekad untuk memberi nafkah kepada keluarga dengan uang yang jelas kehalalannya. Jelas tak mungkin rumah tangga akan berkah dan bahagia jika ada makanan atau harta haram yang dimiliki. Untuk itu, beliau mulai merintis usaha kecil-kecilan. Usaha-usaha yang beliau rintis antara lain :

1. Buku. Setiap pagi beliau berjualan buku di Masjid al-Furqon, IMP Bandung. Sambil belajar tafsir dan ilmu hadits di sana, beliau memikul kardus berisi buku-buku agama untuk dijual. Jadi, sambil menuntut ilmu juga mencari rezeki. Alhamdulillah, usaha kecil inilah yang menjadi cikal bakal toko buku dan sekarang berkembang menjadi supermarket yang saat ini sudah dikelola dan diserahkan kepada Koperasi Pondok Pesantren (Kopontren) Daarut Tauhid.

2. Handicraft. Sambil mengajar di madrasah KPAD, beliau membuat hasil kerajinan bersama anak-anak pada sore harinya. Usaha ini terus berkembang hingga bisa membeli mesin gergaji. Sejak itu kami banyak menerima order plang nama serta order sablonan. Dari usaha sederhana inilah kemudian berkembang menjadi usaha percetakan dan penerbitan buku. Subhanallah, benar-benar semuanya dimulai dari hal yang kecil.

3. Konveksi. Mengingat istri beliau punya keterampilan menjahit, maka untuk menambah penghasilan keluarga, beliau menabung agar bisa membeli mesin jahit bekas. Alhamdulillah, order jahitan berkembang dan bisa mengajak beberapa muslimah untuk ikut bergabung. Kadang seminggu sekali kami berbelanja untuk membeli kain yang dijual kiloan.. Dari kegiatan dan perjuangan inilah cikal bakal lahirnya usaha konveksi.

4. Mie Baso. Menjual mie baso, inilah pekerjaan yang paling mengesankan. Beliau mengelola usaha warung baso kecil-kedilan di Perumnas Sarijadi, bekerja sama dengan pamannya selaku pemilik rumah. Setiap pukul empat subuh beliau sudah pergi ke Pasar Sederhana untuk mencari tulang karena kuah yang enak harus dicampur dengan sumsum tulang. Aktivitas berikutnya dilanjutkan dengan menggiling daging untuk bahan baso, dan pukul sembilan pagi beliau baru bisa melayani pembeli. Karena beliau tak mau ketinggalan shalat berjamaah, setiap kali adzan, warung baso beliau tinggalkan. Beliau pergi shalat berjamaah di sebuah masjid yang letaknya agak jauh dari warung, sementara pembeli beliau tinggalkan dan dipersilahkan memasukkan uang bayarannya ke tempatnya. Memang tampaknya seperti



mengajak pada kejujuran, tapi hasilnya pembeli banyak yang bingung justru yang sering datang adalah yang mau berkonsultasi. Akibatnya, tak jarang saya baru bisa pulang ke rumah sekitar jam sembilan malam. Lelah sekali rasanya sementara hasilnya pun tak seberapa. Rupanya masyarakat tak terbiasa dengan cara baru ini. Belum lagi badan yang selalu bau baso karena seharian bergulat dengan baso. Yang menyedihkan, ternyata istri agak mual dan kurang suka mencium bau baso. Akhirnya, tutuplah warung baso ini dengan segudang pengalamannya.

Menurut Aa Gym seorang wirausahawan sejati sangat dipengaruhi oleh masa kecilnya. Kalau masa kecilnya selalu dimanja, selalu dimudahkan urusan, selalu ditolong, maka bersiap-siaplah menuai anak yang tidak berdaya. Oleh karena itu, bagi yang masih muda jangan bercita-cita melamar pekerjaan, tapi berpikirlah untuk menjadi wirausahawan. Dan bagi orang tua, tanamkan kepada anak-anak kita jiwa wirausaha sejak dini. Didik anak-anak agar mandiri sejak kecil. Latih anak-anak kita untuk selalu bertanggung jawab terhadap apa yang dia lakukan. Orang tua yang memanjakan anak-anak mereka dengan memberikan segala keinginannya maka akibatnya akan kembali juga kepada orang tua. Beliau pun sempat berjualan semenjak di bangku TK dengan menjual jambu tetangga. Begitu juga ketika di bangku SD dan SMP. Dengan demikian, ketika selesai kuliah, sudah hafal bagaimana cara “bangkrut efektif”, bagaimana “tertipu optimal”, dan bagaimana usaha bisa remuk. Selesai kuliah, ijazah tidak diambil sehingga sampai sekarang saya tidak tahu ijazah saya seperti apa. Namun, dengan izin Allah tidak kurang rezeki sampai sekarang. Mencoba mengurus pesantren dengan jiwa wirausaha jadilah pesantren Daarut Tauhid seperti sekarang ini. Hal ini benar-benar membuat sebuah keyakinan bahwa jikalau jiwa kewirausahaan tertanam sejak awal pada diri kita, kita tidak akan pernah takut dengan apa pun. Karena itu, kalau saja bangsa ini dikelola oleh orang-orang yang berjiwa wirausaha, tidak ada satu pun yang perlu kita takuti dan krisis ini. Hal yang paling tak enak didengar beliau adalah kalau ada yang bertanya, “Berapa sih tarifnya kalau manggil Aa Gym ceramah?” Duh, rasanya sedih sekali dengan pertanyaan seperti itu. Alhamdulillah, bagi beliau berdakwah adalah panggilan kewajiban atas amanah ilmu yang ada. Bisa menyampaikan ilmu saja sudah merupakan rezeki yang luar biasa. Kalaupun ada yang berterima kasih, itu karunia Allah yang tak diharapkan, mudah-mudahan bisa bermanfaat bagi banyak pihak. Itulah sebabnya beliau berusaha sekuat tenaga agar memiliki penghasilan sendiri. Apalagi sesudah regenerasi di Yayasan Daarut Tauhid sehingga beliau lebih leluasa dan sungguh-sungguh untuk membangun MQ Corporation, usaha pribadi yang beliau harapkan menjadi sumber rezeki yang halal serta mencukupi untuk keluarga dan biaya dakwah, sehingga dapat menghindari fitnah dan tak menjadi beban bagi umat. Selain itu juga bisa membuktikan bahwa bisnis berbasis moral sangat memungkinkan untuk maju, bermutu, dan bermanfaat banyak. Hal ini juga menjadi laboratorium saya untuk berlatih mengelola bisnis yang profesional sebagai bahan untuk berdakwah dan tentunya juga membuat lapangan kerja yang lebih luas bagi masyarakat, khususnya para tetangga, kaum dhuafa, dan orang-orang cacat. Bagi beliau usaha yang ditekuni adalah sarana



bagi teman-teman yang memiliki rezeki berlebih dan ingin usaha yang halal dan maslahat, untuk bergabung dalam sistem bagi hasil. Oleh karena itu, dan setiap keuntungan, selain disisihkan untuk zakatnya juga dikeluarkan biaya pendidikan bagi saudara kita yang dhuafa agar bisa maju bersama-sama. Alhamdulillah dengan didukung oleh tim yang berakhlak baik, konflik menjadi minimal dan kebocoran pun nyaris nihil. Bahkan, sesudah kemampuan pengelolanya dikembangkan, kinerja perusahaan kian baik dan professional. Dulu beliau berpikir pas-pasan, yaitu pas butuh ada. Tapi kini beliau berpikir sebaliknya. Beliau ingin menjadi orang kaya yang melimpah rezekinya serta halal dan berkah. Mudah-mudahan menjadi contoh bagi orang yang mau kaya dengan tetap taat kepada Allah. Dan juga supaya orang tak memandang sebelah mata karena menganggap kita butuh terhadap kekayaan mereka. Di samping itu juga diharapkan bisa sedikitnya memberi contoh bagaimana memanfaatkan kekayaan di jalan Allah. Semoga terpelihara dari fitnah dunia karena memang luas dunia ini amat menggoda dan melalaikan.

Kebanyakan orang selalu meributkan modal berupa finansial, padahal menurut beliau modal itu adalah: Pertama, keyakinan kepada janji dan jaminan Allah. Kedua, kegigihan meluruskan niat dan menyempurnakan ikhtiar. Ketiga, menjadi orang yang terpercaya (kredibel). Kredibel berarti sikap yang selalu jujur dan terpercaya, selalu berusaha melakukan yang terbaik dan memuaskan, serta selalu berusaha mengembangkan ilmu, pengalaman, wawasan, sehingga bisa tampil kreatif, inovatif dan solutif. Percayalah bahwa sebelum kita lahir, rezeki sudah lengkap disiapkan oleh Allah Yang Mahakaya. Kita hanya disuruh menjemputnya, bukan mencarinya. Yang harus diperoleh justru keberkahan dari jatah kita. Dan semua itu akan datang kalau kita bekerja di jalan yang diridhoi oleh Allah Swt. Adapun keuntungan bukan hanya berupa uang, harta, kedudukan, atau aksesoris duniawi lainnya. Bagi beliau, keuntungan itu adalah ketika bisnis yang dilakukan ada di jalan Allah, bisnis kita jadi amal shaleh yang disukai Allah, dan menjadi jalan mendekat kepada-Nya. Nama baik kita terjaga, bahkan menjadi personal guarantee. Dengan bisnis kita bertambah ilmu, pengalaman, dan wawasan, dengan bisnis bertambahnya saudara dan tersambungny silaturahmi, dan dengan bisnis kita semakin banyak orang yang merasa beruntung.

Jadi, walaupun keuntungan finansial tak seberapa didapat atau bahkan tak mendapatkannya, apabila keuntungan seperti di atas sudah didapatkan, beliau tetap merasa sangat beruntung. Beliau yakin pada saatnya Allah akan memberikan keuntungan dunia yang sesuai dengan waktu dan jumlahnya dengan kadar kebutuhan dan kekuatan iman beliau.

Berbisnis bagi Aa Gym bukan sekedar urusan duniawi. Jika bisnis dijalankan dengan cara yang salah hanya akan melahirkan kerakusan dan ketamakkan manusia. Sebaliknya bisnis yang dijalankan dengan niat dan cara yang benar adalah ibadah yang besar sekali pahalanya, karena dengan mengokohkan harga diri bangsa. Seperti disampaikan beliau dalam sebuah kesempatan, bahwa perekonomian yang kuat akan berimbans pada tingkat kesehatan yang baik,



sehingga akan meningkatkan kemampuan untuk berkarya dengan mengakses ilmu lebih banyak, hingga melahirkan sebuah bangsa yang cerdas.

Visi Aa Gym dalam membantu Pesantren Daarut Tauhid sekaligus dengan beragam kegiatan bisnisnya, tidak lepas dari konsep dasar pendidikan di pesantren ini menyatukan antara dimensi *dzikir, fikir dan ikhtiar*. Dimensi *dzikir* ini sangat menekankan pada keikhlasan dan penyerahan diri kepada Tuhan. Hal ini merupakan sisi penyeimbang hidup, dimana kita dituntut untuk senantiasa menyempatkan waktu, untuk berkontemplasi dan menjadikan setiap detik kehidupan kita bergantung kepada Tuhan. Dimensi *fikir* menegaskan pentingnya rasionalitas dalam setiap tindakan kesehatan kita, sehingga setiap langkah merupakan bagian dari perencanaan yang matang. Sementara dimensi *ikhtiar* menunjukkan pentingnya etos kerja, melalui hidup penuh kesungguhannya dan kerja keras tanpa kenal putus asa. Ketika dimensi tersebut jika dilakukan secara sinergis akan melahirkan pribadi yang unggul dan tangguh dengan tetap dilandasi oleh nilai kearifan.

Kunci kesuksesan Aa Gym dalam menjalankan roda bisnis di pesantrennya, hingga telah berkembang menjadi 24 bidang usaha dalam 12 tahun, terletak pada pembangunan kredibilitas para pengelolanya yang meliputi tiga aspek utama yaitu, nilai kejujuran, kecakapan (profesionalisme), dan inovatif. Nilai kejujuran yang diajarkan meliputi ketepatan dalam menepati janji, manajemen waktu, memiliki fakta dan data yang jelas, terbuka, kemampuan mengevaluasi, rasa tanggung jawab dan pantang putus asa.

Kecakapan dalam berbisnis ini selain diperlukan pendidikan yang penting juga adalah pelatihan nyata. Seperti ditulis oleh Syafi'i Antonio dalam artikelnya yang menceritakan tentang riwayat Rasulullah yang telah mendapat pendidikan *entrepreneurship* sejak usia 12 tahun, ketika bersama pamannya Abu Thalib melakukan perjalanan bisnis. Pada usia 17 tahun Beliau telah diberi tanggung jawab untuk mengurus seluruh bisnis pamannya, dan mulai merasakan persaingan dengan para pedagang yang lebih profesional. Menginjak usia 25 tahun Beliau mendapatkan dukungan finansial dari konglomerat setempat Siti Khadijah yang kemudian menjadi istri Beliau.

Nilai yang ketika yang dikembangkan Daarut Tauhid yang juga dikenal dengan bengkel akhlak ini adalah inovatif. Beberapa aspek pendidikannya antara lain melatih jiwa *progressive*, dengan menjadikan perubahan ke arah yang lebih baik sebagai kewajiban massal, mengadakan studi banding, melakukan pelatihan-pelatihan dan senantiasa memberikan rangsangan untuk melahirkan sikap kreatif dan inovatif.

Ketiga nilai tersebut telah dilakukan secara integral di Daarut Tauhid. Bisnis bagi Aa Gym akan terasa hambar jika nilai-nilai moral dikesampingkan, hanya akan menjadi materi sebagai dewa yang dikejar dan diagung-agungkan, dan akhirnya akan melahirkan jiwa-jiwa Brutus di setiap pelaku bisnis.





Aspek-aspek modal dalam bisnis sebetulnya telah diajarkan oleh Rasul jauh 15 abad yang lalu, lewat sifat-sifat kerasulan yang dimiliki Beliau yaitu *sidiq* (benar), *amanah* (terpercaya), *fathonah* (cerdas) dan *tabligh* (komunikasi). Nilai-nilai moral ini bersifat *general truth*, melintasi batas waktu, agama dan budaya. Jika disinergikan dengan strategi bisnis yang tepat akan mampu membangun kepercayaan konsumen yang kuat. Kepercayaan konsumen ini merupakan aset yang tidak ternilai.

Kepemimpinan yang berkembang umum di kalangan pesantren pada umumnya masih tradisional, kyai sentries, komando tunggal, dan iklim demokrasi kurang berkembang sehingga seringkali timbul *blind faith* di kalangan santri. Fungsi manajemen yang dijalankan pun kurang mendapat sentuhan bahkan cenderung diabaikan. Pola kepemimpinan Daarut Tauhid tidak lagi menempatkan figur sebagai sentral. Aa Gym sebagai pemimpin pesantren hadir hanya karena nilai khusus yang dimilikinya. Meminjam istilah Max Webber, pola kepemimpinan yang lahir seperti ini karena otoritas karismatik. Kepemimpinan di Daarut Tauhid telah menerapkan system pendelegasian kerja, sebagai pengalihan wewenang formal manajer kepada bawahannya. Pemimpin diajarkan untuk memiliki sikap rendah hati dan mau melayani, seperti pernah dikemukakan oleh A.M. Mangunhardjana SJ. Bahwa pada intinya pemimpin adalah tugas pengabdian mereka menjalankan *the golden rule of leadership* yaitu *knows the way, shows the way and goes the way*. Dari sisi manajemen Daarut Tauhid telah menerapkan system lebih dari hanya sekedar menerapkan sistem manajemen modern. Dimana sistem manajemen modern. Dimana sistem manajemen yang berkembang saat ini tidak menjadikan manusia hanya objek pelaku agar materi dan kapital semakin produktif, tapi juga telah melahirkan aspek-aspek spiritual dan emosi dalam pemikiran manusia. Covey sendiri dalam hal ini telah melakukan terobosan baru dengan mengemukakan gagasannya tentang manajemen berbasis kepentingan yang kental dengan nuansa religius.

Daarut Tauhid sendiri menerapkan inti manajemen dan kepemimpinan sekaligus dalam konsep Manajemen Qolbu (MQ) yang ditawarkannya. Dalam MQ hati adalah fakultas utama dalam diri manusia yang sangat menentukan kualitas manusia itu sendiri, jika dimanajemeni dan dipimpin dengan benar akan melahirkan manusia paripurna dalam kehidupan dunia dan akhirat.

Dalam kesehariannya Daarut Tauhid tidak pernah merengek-rengok meminta sumbangan, apalagi dengan menjangir dana di pinggir jalan. Dilihat dari fasilitas dan asset Daarut Tauhid termasuk pesantren yang maju dalam waktu singkat. DT pada awalnya hanya dikenal sebagai bengkel akhlak tetapi sekarang lebih menonjol di bidang ekonomi. *"Memang kami memiliki strategi tersendiri, oleh karena itu visi dan misi Daarut Tauhid sendiri harus dikenali dahulu. Secara garis besar kami ingin membentuk SDM yang memiliki keunggulan dalam zikir, fikir dan ikhtiar, suatu kesatuan yang tidak bisa dipisahkan,"* demikian penuturan Abdullah Gymnastiar.

*Dzikir, fikir dan ikhtiar* ini merupakan konsep dasar dari MQ yang diajarkan sehari-hari melalui hal-hal kecil. Untuk menerapkan Daarut Tauhid sendiri memiliki lima aturan dasar pelatihan kepada para santrinya yang juga merupakan bagian dari roda perekonomian Daarut Tauhid. *Pertama*, seorang santri dilatih untuk berfikir keras, mengenal diri dan potensinya sehingga ia mampu mengenal kekurangan diri lalu memperbaikinya dan menempatkan dirinya secara optimal. *Kedua*, mereka dilatih untuk mengenal situasi lingkungannya sehingga bisa mendapatkan manfaat dari lingkungannya secara optimal sekaligus memberikan manfaat balik kepada lingkungan secara professional. *Ketika*, mereka dilatih untuk membuat suatu perencanaan yang matang, sehingga segala sesuatunya berjalan dalam jalur yang telah disepakati. *Keempat*, mereka dilatih untuk mengevaluasi setiap hasil karya mereka, bertanggung jawab terhadap tugas yang dibebankan dan senantiasa meningkatkan kinerja mereka. *Kelima*, ciri SDM yang akan dibentuk adalah yang unggul dalam berikhtiar. Kombinasi ibadah yang bagus, strategi hidup yang tepat dan *ikhtiar* dengan bersungguh-sungguh akan menjadikan hidup sebagai mesin penghasil karya.

Pola MQ sampai sejauh ini telah menghasilkan SDM yang unggul, hal ini terbukti dari berkembangnya perekonomian di lingkungan Daarut Tauhid dan meningkatnya kepercayaan masyarakat terhadapnya, diantaranya dengan kepercayaan untuk mengadakan pelatihan dan pendidikan manajemen untuk para eksekutif di PT Telkom, BNI, IPTN dan PT Kereta Api Indonesia. Mereka tertarik dengan konsep manajemen Daarut Tauhid karena diyakini mampu meningkatkan etos kerja dan menurunkan tingkat penyelewengan kerja, seperti korupsi, kolusi dan nepotisme (KKN).



### **ARIFIN PANIGORO**

#### **RAJA MINYAK YANG AKTIF DI POLITIK**

Sebelum Orde Baru tumbang tahun 1998, nama Arifin Panigoro hanya dikenal kalangan terbatas sebagai pengusaha di bidang perminyakan. Lingkaran pergaulannya lebih banyak dengan Pertamina dan pengusaha perminyakan internasional. Namun, ketika reformasi tengah “hamil tua” yang ditandai dengan maraknya aksi demonstrasi mahasiswa, kesadaran politik Arifin bangkit. Ia telah menjadi simbol kebangkitan politik pengusaha. Tidak hanya itu, ia turut serta secara aktif membantu pergerakan mahasiswa, termasuk menyiapkan nasi bungkus untuk dikirim kepada mahasiswa yang tengah menggelar aksi di Gedung DPR Senayan, Jakarta.

Alumni Elektro Institut Teknologi Bandung (ITB) tahun 1973 ini memulai usahanya tidak langsung menjadi bos di Meta Epsi Drilling Company (Medco). Sebelum tahun 1980-an, awalnya ia cuma sebagai kontraktor instalasi listrik door to door. Selanjutnya memulai proyek pemasangan pipa



secara kecil-kecilan. Begitu ada proyek yang berdiameter besar, hal itu bukan porsi pengusaha lokal, melainkan pengusaha asing. Jadi, setiap Pertamina melakukan tender untuk pemasangan pipa besar, maka perusahaan asing yang menang karena untuk pipeline butuh peralatan berat. Peralatan itu umumnya hanya dimiliki oleh perusahaan asing.

Kondisi itu membuatnya berpikir, sebaiknya pengusaha lokal pun diberi kesempatan atau dibantu untuk bisa menangani pemasangan pipa besar dan tidak hanya diberi pekerjaan yang kecil-kecil. Tahun 1981 ia memberanikan diri untuk mulai masuk proyek pipanisasi yang berdiameter besar. Untuk pekerjaan itu, ia bekerja sama dengan perusahaan asing. Deal-nya, bila satu proyek selesai, bagi hasilnya adalah peralatan itu. Mitra setuju, proyek pun selesai. Sejak itu dengan alat tersebut ia mencari proyek ke mana-mana.

Selain menggandeng mitra asing, dukungan dan proteksi dari pemerintah amat diperlukan. Tidak mungkin pengusaha lokal yang baru berdiri dan tidak memiliki pengalaman dapat tiba-tiba bersaing dengan perusahaan asing yang berpengalaman di bidang perminyakan selama puluhan tahun. Menggandeng mitra luar dan dukungan pemerintah itu merupakan cara pengusaha lokal bisa membuka pintu ke bidang bisnis yang lebih luas. Dengan begitu, persaingan dengan perusahaan asing bisa dilakukan.

Semuanya dimulai dari tahapan membiasakan pengusaha lokal mengerjakan proyek besar. Contoh yang dialaminya dengan bendera usaha Medco terjadi pada tahun 1979-1980 ketika terjadi oil boom, Sekretariat Negara mengambil inisiatif untuk membangun kilang minyak karena ada tambahan anggaran. Pada saat itu, pemerintah berkeinginan untuk menyelipkan unsur pembinaan bagi pengusaha lokal, termasuk Medco. Saat itu, dalam pembangunan Kilang Cilacap, Medco dikawinkan dengan satu perusahaan asal Amerika Serikat. Akhirnya, Medco yang tidak tahu apa-apa tentang pemasangan pipa, menjadi mengerti.

Demikian juga saat memulai usaha pengeboran minyak tahun 1981, juga tak lepas dari bantuan pemerintah. Menurut Arifin, tahun itulah titik awal Medco menjadi besar. Pada waktu itu, ia memiliki kedekatan dengan Dirjen Migas Wiharso yang menginginkan ada pengusaha lokal dalam proyek jasa pengeboran. Kebetulan ada penyertaan modal pemerintah ke Pertamina, yang mau melakukan pengeboran gas di Sumatera Selatan.

Pemerintah mendorongnya untuk ikut tender, meskipun tidak punya peralatan ngebor. Pemerintah memanggil perusahaan asing yang berpeluang menang diminta untuk menyewakan alat, atau memakai orang-orang Medco sebagai mitra. Tujuan pemerintah waktu itu adalah untuk membesarkan pengusaha lokal. Namun, tanggapan dari perusahaan asing itu membuat Pak Wiharso tersinggung dan batal. Lalu Pak Wiharso memintanya menggarap proyek itu sendirian. Arifin sama sekali tidak percaya dengan keputusan itu karena ia tidak memiliki pengalaman melakukan pengeboran.

Hasilnya, ia kelabakan karena proyek yang ditenderkan tahun 1979 sudah harus mulai dikerjakan pada tahun 1980. Dengan perasaan yakin, ia pun terima tantangan itu. Tahap awal ia



instruksikan staf yang memiliki kemampuan bahasa Inggris untuk menjajaki pusat penjualan peralatan pengeboran di AS. Baru setelah ada kepastian dan diketahui harganya, ia terbang dari Jakarta ke Houston, AS. Perjalanan itu merupakan pengalaman pertamanya ke AS. Bermodal "bahasa Inggris Tarzan" dan uang 300.000 dollar AS, ia melakukan deal dengan pemilik barang. Hasilnya, deal berlangsung buruk.

Penjual barang meminta dalam waktu dua minggu barang seharga 4 juta dollar AS sudah dibayar, kalau tidak maka uang muka 300.000 dollar AS hangus. Ia terpaksa menerima syarat itu karena posisi tawarannya yang jelek. Setelah itu ia langsung terbang ke Indonesia. Saking panjangnya perjalanan dengan tiket ekonomi, tiba di Indonesia langsung sakit. Namun, dengan kondisi yang berat ia berusaha menemui Gubernur Bank Indonesia Rachmat Saleh, lalu ke Pertamina.

Cara itu merupakan langkah terakhir yang harus dilakukan karena ia masih merupakan pengusaha "bayi". Beruntung, Pak Piet Haryono dan Pak Wiharso memberikan rekomendasi, Medco patut dibantu. Dana pun cair di ambang batas perjanjian. Proyek pun bisa berjalan sesuai waktu yang ditentukan pemerintah.

Terhadap bantuan yang diberikan pemerintah itu, Arifin menilai sangat positif agar pengusaha lokal mampu bersaing. Namun, tetap harus dilakukan secara betul karena kalau tidak bisa, jadi salah arah. Di sinilah sulitnya, kadang proteksi itu memberikan hasil yang sebaliknya. Mumpung dikasih proteksi, pengusaha malah menjadi manja.

Setelah merintis usaha tahun 80-an, Medco memulai kejayaannya pada tahun 1990. Sebelum tahun 1990 Medco selalu bekerja sama dengan pihak ketiga dan untuk masuk ke sana bukan hanya masalah konsistensi ketekunan dan normatif, tetapi juga urusan garis tangan sebagai penentu. Sebab, untuk memburu satu sumur minyak bukan urusan ribuan dollar AS, tetapi jutaan dollar AS dan itu pun belum tentu ketemu minyaknya.

Namun, keinginan untuk bisa mandiri tetap ada, maka tahun 1990 untuk pertama kali Arifin membeli sumur minyak di Tarakan, Kalimantan Timur, seharga 13 juta dollar AS. Ladang itu mampu memproduksi 4.000 barrel per hari (bph). Tahun 1995, beli lagi sumur minyak tertua PT Stanvac Indonesia milik ExxonMobil, yang sampai saat ini total produksi yang dimiliki Medco mencapai 80.000 bph.

Barangkali inilah prestasi paling gemilang dari Arifin dan perusahaannya, Meta Epsi Drilling Company (Medco). Pembelian Stanvac dimenangkan melalui tender yang kemudian namanya diubah menjadi Expan. Dengan pembelian itu, PT Stanvac tidak lagi dikuasai orang asing sebab perusahaan minyak tertua di Indonesia itu sudah dimiliki sepenuhnya oleh Medco.

Keberhasilan itu konon karena ada unsur tekanan dari pemerintah. Atas isu tersebut, Arifin membeberkan bahwa ia membeli perusahaan minyak itu melalui tender internasional. Untuk bertemu langsung dengan orangnya saja tidak bisa. Baru setelah selesai pembelian, mereka bisa benar-benar bertemu. Ia membelinya secara langsung. Waktu itu cadangannya cuma 20 juta.



Kemudian tahun 1996 produksi digenjot. Hasilnya, satu lapangan saja bisa mendapatkan 320 juta barel minyak.

Sukses di bidang perminyakan ternyata membuat Arifin berpikir lain masih dalam sektor tambang. Kenapa orang lokal tidak bisa berjaya di gas, seperti halnya di minyak. Padahal Indonesia kan salah satu produsen gas terbesar di dunia dan banyak industri yang berteriak kekurangan gas? Pernyataan inilah yang kerap membuatnya gundah. Jika kita lihat pada satu sisi, Indonesia menempati posisi nomor satu di dunia dalam ekspor LNG karena cadangan gas jauh lebih banyak dari minyak. Kini, cadangan sudah mencapai 170 triliun kaki kubik (TCF). Jika cadangan itu diproduksi, sampai 50 tahun pun tidak akan habis.

Gas itu ada di luar Pulau Jawa, tetapi tetap harus dibawa ke Pulau Jawa karena berapa pun harganya tetap menarik. Misalnya PLN, jika membeli gas harganya hanya 3 dollar per million metric british thermal unit (MMBTU) sudah sangat mewah. Namun, kalau disetarakan dengan BBM sama dengan 18 dollar AS per barrel. Harga itu sangat murah dibandingkan harga BBM yang harus dibayar PLN sebesar 30 dollar AS per barrel.

Namun, kembali lagi, kenapa gas tidak ada di Pulau Jawa, ini masalah kebijakan pemerintah. Jadi, mestinya Bappenas atau Menteri bidang Ekuin sama memikirkan, apakah terus bergantung minyak yang harganya 30 dollar AS per barrel. Medco menjual ke Pusri 1,8 dollar AS ditambah ongkos pipa 0,5 sen dollar, sudah bisa untung.

Inilah yang ia anggap kebijakan itu keliru. Demikian juga proyek yang dibangun oleh PT Perusahaan Gas Negara, yang berhasil menyambung pipa gas ke Singapura, setelah itu membangun pipa ke Pulau Jawa adalah kebijakan yang salah. Gas di Sumsel sebenarnya tak banyak lagi, jadi seharusnya dibawa ke Jawa saja. Tetapi, barangkali pemerintah memiliki pertimbangan harga di Singapura yang barangkali lebih baik.

Sukses di dunia bisnis membuatnya ikut berpetualang ke dunia politik. Awalnya ia melakukan pertemuan di Hotel Radisson Yogyakarta tahun 1997. Sebenarnya itu adalah pertemuan atau diskusi biasa. Namun, efeknya luar biasa, khususnya buat Arifin. Ia dituduh berupaya menggagalkan Sidang Umum MPR yang akan mengesahkan Soeharto menjadi Presiden ketujuh kalinya.

Ketika aksi mahasiswa semakin memanas, Arifin memberi bantuan konsumsi kepada para demonstran yang melakukan aksi di Gedung DPR. Ribuan kotak makanan dikirim. Tak heran jika kemudian muncul opini bahwa Arifin adalah tokoh di belakang aksi atau cukong para mahasiswa. Namun, Arifin tahu bahwa ia tidak sendiri. Gerakan reformasi merupakan suratan untuk memperbaiki keadaan.

Cobaan terhadap langkahnya di dunia politik masih berlanjut. Di era Presiden BJ Habibie, Arifin Panigoro kembali dijerat dengan tuduhan pidana korupsi penyalahgunaan commercial paper senilai lebih dari Rp 1,8 triliun. Pada waktu itu, sejumlah kalangan percaya dijeratnya Arifin karena kedekatannya dengan gerakan mahasiswa. Bahkan pada masa pemerintahan Megawati,



Arifin kembali dicoba untuk dijerat lewat perkara di Kejaksaan. Sejak awal, dirinya yakin hanya dikerjain karena masih banyak pihak yang tidak senang dengan aktivitas politik yang digeluti.

Pengalamannya sebagai pengusaha membuat dia tidak kaget dengan praktik politik karena di dalamnya ada aktivitas melobi atau menggarap, juga money politics. Baginya, hari-hari uang adalah urusannya. Dari permulaan bekerja sebagai pengusaha, ia tidak pernah buat kesepakatan dengan fasilitas yang diperolehnya.

Demikian juga dengan urusan politik yang juga bagian dari kompromi lintas fraksi, kesepakatan semua kekuatan. Hal-hal begitu tidak selalu pakai uang, cukup pengertian bahwa kita punya sesuatu yang lebih besar, mari kita jalani sama-sama. Namun, perjalanan tidak selalu mulus, godaan banyak. Apalagi kekuatan politik sekarang sesudah zaman Soeharto, relatif pemainnya baru semua.

Meskipun terbiasa bermain dengan uang, namun Arifin mengaku memiliki batasan dalam memainkan uangnya. Sayangnya, proses politik atau proses pengambilan keputusan politik, ternyata uang yang berbicara. Padahal, meskipun ia seorang pebisnis, tetapi ia mau bisnis tanpa uang. Meskipun ia mengaku, cara bisnisnya memang tidak sebersih di AS. Di negara itu, mentraktir makan di atas 100 dollar AS sudah termasuk kategori sogokan. Ia tidak begitu amat, tetapi mendambakan good government and corporate governance, supaya bisa membuat bangsa ini ke depan lebih baik.

Ia berhitung, hari ini, uang dihabiskan untuk apa saja. Ia mau menghitung berapa total uang yang dikeluarkan dalam pemilihan kepala daerah di Indonesia, yang akan membebani APBD setiap daerah. Jangan lupa, itu uang rakyat dari pajak. Kalau pemimpinnya main, tentu menggelembungkan dana proyek, tentu bawahan juga ikut ambil bagian. Dengan demikian korupsi akibat kedudukan bisa menimbulkan efek berantai, jika dana diselewengkan Rp 1 triliun, uang rakyat yang bakal hilang sekitar Rp 10 triliun untuk pemilihan kepala daerah.

Perkenalannya lebih mendalam dengan dunia politik adalah ketika partai-partai baru bermunculan tahun 1998-1999 setelah lengsernya Soeharto dari kursi presiden. Pada awalnya, Arifin menjalin hubungan dengan berbagai tokoh politik, baik tokoh masyarakat yang sudah lama dikenal maupun tokoh yang baru muncul. Saat deklarasi partai baru diluncurkan, Arifin kerap menghadirinya. Namun, akhirnya pilihannya jatuh ke PDI Perjuangan yang dipimpin Megawati Soekarnoputri. Bersama PDIP, Arifin pun melenggang menuju Senayan sebagai anggota DPR/MPR.

Untuk kategori pemain baru di dunia politik, sebenarnya karir politik Arifin terbilang bagus. Ia bisa duduk di jajaran DPP partai peraih suara terbanyak dalam pemilu. Ia pernah memimpin lintas fraksi, juga menjadi Ketua Fraksi PDIP MPR. Namun, dunia politik memang seperti cuaca yang cepat berubah. Arifin yang kerap dikenal sebagai anak "indekos" di partai berlambang banteng merah gemuk itu dianggap sudah kurang loyal kepada partainya dan mulai memihak lawan partai politiknya bernaung.



Arifin Panigoro yang dulu dianggap sebagai inspirator pembangunan jalan mulus Presiden Megawati menuju kursi kepresidenan, kini dianggap sebagai anak yang nakal. Isu pun merebak bahwa Arifin bakal dipecat. Namun, hingga saat ini, isu tersebut tidak berbuah menjadi kenyataan.

Terhadap isu tersebut, ia berpendapat kalau dirinya dikeluarkan, sepertinya ia harus membuat acara perpisahan dengan teman-teman. Tetapi, sebetulnya ia sudah memikirkan untuk keluar. Menurutnya, kalau dikeluarkan dirinya akan lebih senang. Seperti orang kerja, kalau berhenti tidak dapat pesangon, kalau diberhentikan malah dapat pesangon.

Meskipun siap untuk keluar, namun mengenai masa depan politiknya masih belum jelas, dan ia sendiri masih belum bisa mengira-ngira ke mana akan berlabuh. Hal itu terjadi karena dari tahun 1998 ia termasuk non-partisan, meskipun belakangan bergabung ke partai. Awalnya, ia datang pada setiap acara peresmian partai baru, sampai akhirnya bergabung dengan PDIP.

Arifin menganggap dirinya sebagai seorang oportunist yang iseng-iseng. Atau ia hanya ingin ada lima tahun periode yang lain, tidak hanya menjadi seorang pengusaha. Tetapi yang pasti, hematnya, konyol jika berhenti lalu serta-merta melawan PDIP, apalagi mau menggulingkan Megawati.

Jika benar-benar mundur dari dunia politik, kemungkinan ia akan relaksasi dan bermain golf di Paris atau mencari sekolah khusus untuk mereka yang sudah berumur di kota yang mempunyai makanan yang enak-enak. Mungkin enam bulan istirahat dulu.

Ia juga termasuk orang yang respek terhadap cendekiawan muslim Noercholis Madjid (Cak Nur). Menurutnya, Cak Nur itu bukan politikus, tetapi berminat jadi presiden. Ketika pertama kali mengemukakan minatnya jadi presiden Arifin termasuk orang yang awal-awal mendatangi dan bertanya, ternyata jawabannya memang mau. Pikirnya, siapa pun ini, dia dari unsur yang berbeda dibandingkan politikus yang lain. Dengan demikian bisa menjadi ukuran moral, sebab moral juga harus terukur. Paling tidak, politikus ada malu-malu sedikit. Jadi, pencalonan Cak Nur, sebenarnya dapat meningkatkan kualitas pertandingan.

Mengenai kehidupan keluarganya, suami dari Raisis A Panigoro cukup bahagia. Anak-anaknya sudah besar, bahkan yang tertua Maera Hanafiah sudah menikah dan sebentar lagi dikarunia anak kedua. Adapun yang bungsu Yaser Mairi sedang menambah pendidikan di Singapura pada bidang IT. Sekarang, meskipun agak telat, ia sadar, kalau dirinya kurang memberikan perhatian kepada anak-anak, karena jam kerja yang ngawur. Sekarang, sejak sekolah di luar negeri, anak-anaknya seakan-akan lupa dengan orang tua.

Meskipun anak-anak itu bersekolah di luar negeri, namun tidak ada yang secara khusus disiapkan menggantikannya. Anak pertamanya seorang ibu rumah tangga, anak kedua tidak dipersiapkan untuk itu. Prinsipnya, Medco bukan perusahaan keluarga, jadi sebaiknya dijalankan oleh profesional. Kebetulan, adiknya orang minyak. Jadi, Hilmi Panigoro duduk Medco.



Ia juga tidak akan memaksakan anak-anak untuk meneruskan usaha orang tuanya. Jika kapasitasnya sudah dipenuhi, silakan saja kalau mau meneruskan. Ia mengaku tidak takut jika perusahaannya dipegang oleh orang lain, toh semua aset, cadangan tidak ke mana-mana.

Meskipun kini sudah menjadi "raja minyak", suami dari Raisis A Panigoro ini mengaku, kaya itu relatif. Dia mengaku tak pernah menghitung, apakah dirinya kaya atau tidak, sebab semua hidup yang dijalani terus menggelinding. Baginya, disebut kaya itu relatif, kalau di Indonesia, seperti dirinya memang sudah menonjol. Sebagai orang yang beberapa kali dicekal untuk bepergian ke luar negeri, ia pun bertanya untuk apa kekayaan itu.

Sebagai orang yang romantis, ia mengaku merasa benar-benar kaya, kalau berada dalam satu konser musik yang benar-benar disukai. Seperti saat ini, setelah bisa menikmati alunan gamelan Jawa, maka setiap mendengar musik Jawa itu sebelum tidur, dia merasa kaya. Jadi, baginya kaya cukup sederhana, bukan harta melimpah atau kekuasaan.

Arifin juga sadar, suatu saat akan pensiun sebagai orang perminyakan. Namun, tidak berarti ia akan berdiam diri. Ia merencanakan untuk memfokuskan ke Medco yang lain yaitu di bidang agrobisnis. Sekarang ini orang sedang banyak bicara tentang pertanian. Masalah minyak goreng yang masih kurang kelapa sawitnya. Mungkin itu adalah salah satu pelabuhan yang akan ditujunya kemudian.

### **BAMBANG NURYATNO RACHMADI MR. TONNY McDONALD'S INDONESIA**

Suatu malam penghujung 1989, di sebuah restoran McDonald's di kawasan Orchard Road Singapura, seorang lelaki bertubuh subur sedang membersihkan meja. Dengan seragam T-shirt bergaris-garis merah yang agak kesempatan dan topi berlabel M khas McDonald's, lelaki yang tak lain adalah Bambang Rachmadi, mantan presdir Panin Bank tadi tampak serius bekerja. Jatuh miskinkah ia ? Bisa jadi. Karena setelah mengundurkan diri dari kursi puncak Panin Bank pada November 1988, nama Bambang nyaris tenggelam. Tak terdengar lagi apa kegiatannya kemudian. Bila setahun kemudian banyak pengusaha Indonesia melihatnya tiba-tiba menjadi pekerja kasar di jaringan fast-food terbesar di dunia itu, orang pun bertanya-tanya. Repotnya, Bambang pun tak bisa menjelaskan apa yang sedang ia lakukan. "Soalnya saya mesti jaga rahasia. Saya nggak ingin pers Indonesia tahu sehingga membuat MD batal memberikan lisensinya kepada saya," ucap menantu Wapres (ketika itu) Sudharmono, yang kini managing director PT Ramako Gerbangmas, pemilik dan pengelola jaringan restoran McDonald's Indonesia. Kehati-hatian Tonny, sapaan akrab Bambang tampaknya memang wajar. Karena MD adalah satu-satunya taruhan Tonny setelah keluar dari Panin. Apalagi, ia harus menunggu satu





tahun setelah memasukkan aplikasi hanya untuk bisa dipanggil mengikuti pelatihan. Dan pelatihan di Singapura yang disebut On the Job Experience (OJE) itu, bukanlah lampu hijau untuk memperoleh lisensi MD. OJE adalah semacam tes awal bagi pelamar. Tapi itulah tes yang paling berat. Karena dalam latihan kerja pelayan, seperti melap meja, membersihkan toilet serta menjadi tukang parkir, inilah para pelamar banyak yang gugur.

Pada Februari 1991, restoran MD milik Tonny resmi dibuka di Gedung Sarinah, Jalan MH Thamrin, Jakarta. Dibukanya outlet MD pertama di Indonesia itu sekaligus menjawab pertanyaan tentang menghilangnya Tonny selama 2,5 tahun dari dunia bisnis Indonesia. Restoran itu juga merupakan buah dari perjuangan Tonny selama hampir tiga tahun. Dia adalah salah satu dari 13 orang Indonesia yang melamar ke MD selama 10 tahun ini. Dan untuk menang, kali ini ia harus bersaing dengan 39 kandidat. Ide menjadi wirausaha bermula ketika ia mulai “bosan” menjadi pucuk pimpinan di bank milik Mu'min Ali Gunawan. Padahal sebagai bankir – ia diangkat menjadi presdir Panin Bank pada usia 35 tahun – karier Tonny tergolong pesat. Sejak 1971 hingga 1974, sembari menyelesaikan kuliahnya di FHUI Extension, kelahiran Jakarta 41 tahun silam ini bekerja di PT Cicero Indonesia. Setahun kemudian ia hijrah ke Bank Duta. Dari bank tersebut ia peroleh kesempatan belajar ke Negeri Paman Sam. Hasilnya pada 1978 ia berhasil menyabet dua gelar: MSc bidang internasional banking & finance dari Saint Mary's Graduate School of Business Moraga, dan gelar MBA dari John F. Kennedy University Orinda – keduanya di California. Dengan dua gelar itu, Tonny kembali ke tanah air dan kembali ke Bank Duta pada 1978. Setelah sempat manajer divisi operasi di kantor pusat, ia kemudian dikirim ke Surabaya sebagai branch manager pada awal 1979. Setahun kemudian ia dipromosikan menjadi kepala divisi pemasaran. Dia meninggalkan posisinya di Bank Duta sebagai managing director International Banking pada September 1986 untuk bergabung dengan Panin Bank. Sebagai orang nomor satu di Panin Bank, ketika itu Tonny sempat melakukan beberapa pembenahan; manakala kondisi Panin dikabarkan lagi tertimpa malapetaka. Menurut harian The Asian Wall Street Journal, Bank Indonesia sampai menggolongkan Panin dalam klasifikasi tidak sehat. Di tangan Tonny, perlahan-lahan bank ini mulai melesat lagi. “Tapi yang lebih penting, bank ini sekarang sudah dinyatakan sehat oleh BI,” ucap Tonny suatu ketika. Kendati boleh dibilang Tonny cukup berhasil dalam mengemudikan Panin Bank, toh kursi presdir malah membuatnya gerah. “Salah satu yang mengganggu pikiran saya adalah karier saya di bank,” ucap Tonny dengan liris. Lho? Sebagai orang muda, ia merasa kariernya di perbankan sudah mentok. Alasan yang lebih klasik lagi adalah sudah tak ada tantangan. Dan ia ingin mencari tantangan di lahan yang lain. Apalagi, selama menjadi bankir, Tonny lebih banyak berperan sebagai penasihat bagi kalangan usaha. “Saya tergugah untuk membuktikan diri sebagai pemain,” ucap lelaki yang bergabung dengan Panin Bank selama dua tahun itu. Tekadnya menjadi pengusaha sudah bulat. “Saya ingin jadi pengusaha yang sukses,” katanya penuh semangat. Sebelum mengundurkan diri dari Panin, ia telah melakukan survei tentang



beberapa bidang usaha yang potensi perkembangannya cukup bagus. Walau dalam benaknya terlintas beberapa bidang usaha, toh industri makananlah, menurut dia, yang paling pas baginya. Dan McDonald's adalah partner yang ia pilih. Alasannya, selama ini restoran MD cukup bagus, dan hampir semua outlet-nya sukses. "Saya berketetapan harus bisa memperoleh lisensi MD," ucap bapak tiga anak yang rambutnya sudah dua warna itu. Memperoleh lisensi MD adalah tantangan yang tak mudah. Paling tidak terlihat dari daftar pelamar dari Indonesia selama 10 tahun terakhir ini, ada 13 ribu orang, dan belum ada satu pun yang berhasil. Dan yang lebih berat, konon, MD tak menginginkan mitra kerja yang tidak memberikan komitmen 100%. Itulah sebabnya pada bulan September 1988 ia memilih mengundurkan diri dari Panin, hanya dengan satu cita-cita: memperoleh lisensi MD. Pada saat itu memang terkesan Tonny mempertaruhkan seluruh kariernya yang hampir 14 tahun di dunia perbankan. Padahal, keinginannya untuk menjadi pemegang lisensi MD Indonesia belum tentu tercapai. "Kalau waktu itu saya nggak dapat MD, ya saya harus siap mulai lagi," kenangnya. Setelah bebas dari Panin, ia mulai mengurus permohonannya ke MD. Setelah itu? "Hari-hari penantian yang menegangkan," ucap Tonny bersemangat. Tentu saja menegangkan, karena ia harus menanti satu tahun sampai diperbolehkan mengikuti pelatihan. Menanti sesuatu yang belum pasti sangat menegangkan bagi Tonny. Karena itu ia selalu berusaha berkomunikasi dengan MD Pusat. "Paling tidak seminggu sekali saya berusaha menelepon mereka sekedar just to say hello," ucap lelaki yang pernah diusir dan diperlakukan kasar ketika mencoba mengunjungi MD Pusat ini. Tersinggung? Tidak. Sebab dia sadar betul bahwa semua yang ia lakukan dengan satu tujuan, "Saya harus menunjukkan bahwa saya sangat menginginkan." Menurut Tonny, MD adalah pemberi lisensi yang cukup ketat dalam menyeleksi calon mitra kerjanya. Konon, sebelum memilih Tonny, pihak MD ingin mengenal secara dekat keluarga besar Tonny. "Mereka ingin tahu bagaimana latar belakang dan kehidupan keluarga kami," jelasnya. Karena, MD menginginkan bisnis ini bisa diteruskan oleh anak-anak Tonny. Bahkan, dalam salah satu kontrak yang harus disepakati – setelah lisensi diberikan – MD mesti mengetahui segala persoalan yang terjadi dalam manajemen PT Ramako Gerbangmas (RG), sekalipun mereka tak memiliki saham di situ. Hal ini disyaratkan, karena pihak MD tak menginginkan kalau tiba-tiba saja saham RG berpindah tangan ke pihak lain yang juga memiliki bisnis fast food merek lain, misalnya. MD juga mensyaratkan bahwa pemilik saham mayoritas RG harus juga pemegang kendali bisnisnya. Maksudnya, supaya orang yang mengambil keputusan di bisnis ini nantinya adalah orang yang benar-benar menguasai bidangnya. Maka, sejak awal pihak MD telah menanyakan kepada Tonny maupun istrinya tentang siapa yang akan menjadi Mr. Atau Miss McDonald's. Begitulah. Setelah satu tahun menegangkan, datanglah keputusan bahwa ia boleh mengikuti pelatihan. Tempat pelatihan pertama sengaja dipilih di Singapura. "Karena di sana banyak orang Indonesia. Sehingga pressure-nya lebih tinggi," kata lelaki yang gemar naik motor gede ini. Dan benar, selama tiga bulan pertama pelatihan – di mana Tonny harus berseragam pelayan – ia selalu bertemu



kenalannya dari Indonesia. Selain pelatihan yang bentuknya non manajerial, Tonny juga diuji bekerja selama 18 jam nonstop. Dari situ akan terlihat seseorang memiliki bakat melayani atau tidak. Karena, pada jam-jam pertama barangkali orang masih bisa bersikap manis. Tapi bila telah masuk jam ke-8 dan seterusnya, maka tingkat kelelahan dan stresnya sudah tinggi, hilanglah sikap manis. “Biasanya banyak yang nggak lulus di sini,” ucap Tonny, lalu tertawa. Dalam pelatihan, Tonny yang sebelumnya tak pernah mengepel lantai, apalagi membersihkan kamar mandi, terpaksa melakukan semua pekerjaan – yang dalam istilah Tonny: pekerjaan tanpa otak – itu dengan hati lapang. Walau sering kali ia harus menerima bentakan dan mengulangi hasil kerjanya lantaran dinilai kurang bersih, misalnya. Hasilnya memang memuaskan. Dia berhasil meninggalkan 39 pelamar dan mengalahkan tiga kandidat. Dari pelatihan “kuli” tadi, baru Tonny digodok di Sekolah milik McDonald’s yaitu: McDonalds Corporation Hamburger University selama 1 tahun. Sekolah itu mendidik para calon store manager MD. Sistem pelatihan yang pernah dialaminya kini ia terapkan bagi semua calon manajer di MD Indonesia. Setiap manajer yang ada di MD adalah orang yang telah dilatih dari bawah. “Jadi nggak mungkin seseorang masuk langsung jadi store manager,” ucap pengusaha yang suka berbusana seadanya ini. Muti Soetoyo adalah salah seorang manajer yang sempat merasakan pelatihan gaya MD. Kelahiran Jakarta 27 tahun silam ini, termasuk karyawan pertama MD yang di-training. Lulusan IKIP Jakarta 1988 itu bergabung dengan PT RG Juli 1990, lalu dikirim ke Singapura untuk mengikuti program pelatihan. Sebelum diterima menjadi karyawan, lajang berpostur sedang ini diperkenalkan dengan program OJE. Dalam program ini ia diberi kesempatan mengenal pekerjaan crew dalam beberapa shift. Dari “latihan” tiga hari itulah diputuskan apakah ia bisa diterima atau tidak, untuk kemudian diperkenalkan mengikuti pelatihan selanjutnya selama lima bulan. “Saya dulu nggak pernah membayangkan kalau training-nya seperti itu,” ucap Muti, first assistant store manager di MD Sarinah, Jakarta, sejak Juni lalu. Ternyata kini Muti justru sangat menikmati pekerjaannya. Bahkan, tak jarang ia harus stand by di kantor sampai pagi hanya untuk menunggu mesin yang sedang direparasi misalnya. Ketika digodok untuk menjadi training manager™ Muti harus melalui tahap pelatihan pelayanan. Setelah lulus, Muti ditempatkan di salah satu outlet MD di Singapura. Dan pada saat MD Jakarta dibuka, single yang hingga kini masih kuliah di FEUI ini telah menjadi second assistant store manager. Selain Muti, masih banyak Muti-Muti lain yang telah tersebar menjadi manajer-manajer di lima outlet MD. Dan selama ini proses pendidikan terus berlangsung. Apalagi, untuk tahun 1992 Tonny menargetkan akan membuka 10 cabang di seluruh Nusantara. Hasil kerja keras Tonny selama 2,5 tahun diuji MD memang cukup menakjubkan. Setidaknya, itu terlihat ketika restoran pertama MD dibuka di Sarinah Jakarta. Begitu menggebrak pasar, Tonny mengklaim bahwa setiap hari rata-rata terjadi 4 ribu transaksi. Bahkan, majalah Fortune edisi Oktober 1991 meramalkan penjualan outlet Tonny akan menempati posisi teratas dari 12 ribu restoran MD di seluruh dunia. Setelah menjadi wirausaha dengan anak buah yang hampir 1.000 orang, masihkah ia berpikir untuk jadi bankir lagi? “Saat ini

sih nggak,” ucapnya serius. Tampaknya, saat ini Tonny lebih suka berkonsentrasi mengembangkan kewirausahaannya ketimbang kembali jadi profesional. Tapi, akhirnya Tonny tergoda juga untuk masuk ke bank lagi. Itu terjadi ketika ia mengambil oper 73% saham Bank IFI pada tahun 1995. “Sebagai pemegang saham, di Bank IFI saya hanya menjadi komisaris. Saya tetap memegang MD. Komitmen saya penuh pada MD,” kata Tonny. Ya, Tonny tentu tidak akan “nekat” menjadi pengelola bank lagi. Dengan 42 outlet yang dimilikinya pada pertengahan 1996, MD memberikan arus kas yang luas biasa bagi Tonny. Transaksi MD selalu tunai. Siapa yang sudi melepas mesin kas seperti itu ? Dengan memiliki usaha sendiri minimal Tonny terbebas dari keharusan berpakaian rapi, berdasi dan wangi. Kini Tonny sudah terbiasa mengenakan pakaian santai, mengendarai Harley Davidson untuk memonitor Kelima outlet yang tersebar di Jakarta. Hadirnya MD di Indonesia, ternyata tak cuma menambah “gemuk” Tonny – yang nyaris menamai kegendutan mascot MD – saja. “Berat badan saya 70 kg,” ucapnya dengan mimik serius. “Itu nggak pakai tangan, kaki dan kepala. Ha...ha...ha...,” sambil tertawa berderai. Yang jelas, Sarinah, gedung pertokoan bertingkat pertama di Jakarta ini juga terimbas kesuksesan MD. Sejak kebakaran pada awal 1980-an Sarinah nyaris hilang dari peredaran. Apalagi munculnya pusat-pusat perbelanjaan yang lain, semakin menenggelamkan nama Sarinah. Namun setelah MD mangkal di situ Sarinah menjadi marak kembali. Itulah Tonny, dia adalah satu diantara segelintir profesional yang berani mengambil resiko. Melepaskan atribut keprofesionalannya, kemudian memulai dari nol untuk menjadi seorang wirausaha. Dan berhasil ! Kini dia peroleh nama baru : Mr. McDonald’s.



### **BOB SADINO**

Bob Sadino adalah salah satu sosok entrepreneur sukses yang memulai usahanya benar-benar dari bawah dan bukan berasal dari keluarga wirausaha. Bob berwirausaha karena "kepepet", selepas SMA tahun 1953, ia bekerja di Unilever kemudian masuk ke Fakultas Hukum UI karena terbawa oleh teman-temannya selama beberapa bulan. Kemudian dia bekerja pada McLain and Watson Coy, sejak 1958 selama 9 tahun berkelana di Amsterdam dan Hamburg.

Setelah menikah, Bob dan istri memutuskan menetap di Indonesia dan memulai tahap ketidaknyamanan untuk hidup miskin, padahal waktu itu istrinya bergaji besar. Hal ini karena ia berprinsip bahwa dalam keluarga, laki-laki adalah pemimpin, dan ia pun bertekad untuk tidak jadi pegawai dan berada di bawah perintah orang sejak saat itu ia pun bekerja apa saja mulai dari sopir taksi hingga mobilnya tertubruk dan hancur , kemudian kuli bangunan dengan upah Rp 100 per hari.



Suatu hari seorang temannya mengajaknya untuk memelihara ayam untuk mengatasi depresi yang dialaminya, dari memelihara ayam tsb ia terinspirasi bahwa kalau ayam saja bisa memperjuangkan hidup, bisa mencapai target berat badan, dan bertelur, tentunya manusia pun juga bisa, sejak saat itulah ia mulai berwirausaha.

Pada awalnya sebagai peternak ayam, Bob menjual telur beberapa kilogram per hari bersama istrinya. Dalam satu setengah tahun, dia sudah banyak relasi karena menjaga kualitas dagangan, dengan kemampuannya berbahasa asing, ia berhasil mendapatkan pelanggan orang-orang asing yang banyak tinggal di kawasan Kemang, tempat tinggal Bob ketika itu. Selama menjual tidak jarang dia dan istrinya dimaki-maki oleh pelanggan bahkan oleh seorang babu.

Namun Bob segera sadar kalo dia adalah pemberi service dan berkewajiban memberi pelayanan yang baik, sejak saat itulah dia mengalami titik balik dalam sikap hidupnya dari seorang feodal menjadi servant, yang ia anggap sebagai modal kekuatan yang luar biasa yang pernah ia miliki.

Usaha Bob pun berkembang menjadi supermarket, kemudian dia pun juga menjual garam, merica, sehingga menjadi makanan. Om Bob pun akhirnya merambah ke agribisnis khususnya hortikultura, mengelola kebun-kebun yang banyak berisi sayur mayur konsumsi orang-orang Jepang dan Eropa dia juga menjalin kerjasama dengan para petani di beberapa daerah untuk memenuhi.

Bob percaya bahwa setiap langkah sukses selalu diimbangi kegagalan, perjalanan wirausaha tidak semulus yang dikira orang, dia sering berjampalitan dan jungkir balik dalam usahanya. Baginya uang adalah nomer sekian, yang penting adalah kemauan, komitmen tinggi, dan selalu bisa menemukan dan berani mengambil peluang.

Bob berkesimpulan bahwa saat melaksanakan sesuatu pikiran kita berkembang, rencana tidak harus selalu baku dan kaku, apa yang ada pada diri kita adalah pengembangan dari apa yang telah kita lakukan. Dunia ini terlampau indah untuk dirusak, hanya untuk kekecewaan karena seseorang tidak ,mencapai sesuatu yang sudah direncanakan. Kelemahan banyak orang adalah terlalu banyak mikir membuat rencana sehingga ia tidak segera melangkah, yang penting adalah action. Keberhasilan Bob tidak terlepas dari ketidaktahuannya sehingga ia langsung terjun ke lapangan, setelah mengalami jatuh bangun, akhirnya Bob trampil dan menguasai bidangnya. Proses keberhasilan Bob berbeda dengan kelaziman yang selalu dimulai dari ilmu dulu, baru praktek lalu menjadi terampil dan professional.

Menurut pengamatan Bob, banyak orang yang memulai dari ilmu berpikir dan bertindak serba canggih, bersikap arogan, karena merasa memiliki ilmu yang melebihi orang lain. Om Bob selalu luwes terhadap pelanggan dan mau mendengarkan saran dan keluhan pelanggan, sehingga dengan sikapnya tersebut Bob meraih simpati pelanggan dan mampu menciptakan pasar. Menurut Bob, kepuasan pelanggan akan membawa kepuasan pribadinya untuk itu ia selalu berusaha melayani klien sebaik-baiknya.

Bob menganggap bahwa perusahaannya adalah keluarga, semua anggota keluarga Kem harus saling menghargai, tidak ada yang utama, semuanya punya fungsi dan kekuatan sendiri-sendiri.



**CIPUTRA**  
**MAESTRO REAL ESTATE INDONESIA**

Ciputra. Dialah pelopor bisnis properti modern di Indonesia dan pendiri sekaligus ketua umum pertama REI (perhimpunan perusahaan real estate Indonesia), sehingga dijuluki Bapak Real estate Indonesia. Ciputra juga orang Indonesia pertama yang dipercaya menjadi World President FIABCI, organisasi pengusaha real estate internasional. Bagi para konsumen properti, nama Ciputra telah menjadi brand yang menjanjikan kualitas produk sekaligus prospek investasi yang menguntungkan. Di kalangan pelaku bisnis properti, Ciputra identik dengan raksasa bisnis yang sering menjadi rujukan sekaligus pesaing.

Karya-karya besar Ciputra begitu beragam, karena hampir semua subsektor properti dijamahnya. Ia kini mengendalikan 5 kelompok usaha Jaya, Metropolitan, Pondok Indah, Bumi Serpong Damai, dan Ciputra Development yang masing-masing memiliki bisnis inti di sektor properti. Proyek kota barunya kini berjumlah 11 buah tersebar di Jabotabek, Surabaya, dan di Vietnam dengan luas lahan mencakup 20.000 hektar lebih. Ke-11 kota baru itu adalah Bumi Serpong Damai, Pantai Indah Kapuk, Puri Jaya, Citraraya Kota Nuansa Seni, Kota Taman Bintaro Jaya, Pondok Indah, Citra Indah, Kota Taman Metropolitan, CitraRaya Surabaya, Kota Baru Sidoarjo, dan Citra Westlake City di Hanoi, Vietnam. Proyek-proyek properti komersialnya, juga sangat berkelas dan menjadi trend setter di bidangnya. Lebih dari itu, proyek-proyeknya juga menjadi magnet bagi pertumbuhan wilayah di sekitarnya. Perjalanan bisnis Ciputra dirintis sejak masih menjadi mahasiswa arsitektur Institut Teknologi Bandung. Bersama Ismail Sofyan dan Budi Brasali, teman kuliahnya, sekitar tahun 1957 Ciputra mendirikan PT Daya Cipta. Biro arsitek milik ketiga mahasiswa tersebut, sudah memperoleh kontrak pekerjaan lumayan untuk masa itu, dibandingkan perusahaan sejenis lainnya. Proyek yang mereka tangani antara lain gedung bertingkat sebuah bank di Banda Aceh. Tahun 1960 Ciputra lulus dari ITB. Ke Jakarta...Kita harus ke Jakarta, sebab di sana banyak pekerjaan, ujarnya kepada Ismail Sofyan dan Budi Brasali. Keputusan ini menjadi tonggak sejarah yang menentukan jalan hidup Ciputra dan kedua rekannya itu. Dengan bendera PT Perentjaja Djaja IPD, proyek bergengsi yang ditembak Ciputra adalah pembangunan pusat perbelanjaan di kawasan senen. Dengan berbagai cara, Ciputra adalah berusaha menemui Gubernur Jakarta ketika itu, Dr. R. Soemarno, untuk menawarkan proposalnya. Gayung bersambut. Pertemuan dengan Soemarno kemudian ditindak lanjuti



dengan mendirikan PT Pembangunan Jaya, setelah terlebih dahulu dirapatkan dengan Presiden Soekarno. Setelah pusat perbelanjaan Senen, proyek monumental Ciputra di Jaya selanjutnya adalah Taman Impian Jaya Ancol dan Bintaro Jay. Melalui perusahaan yang 40% sahamnya dimiliki Pemda DKI inilah Ciputra menunjukkan kelasnya sebagai entrepreneur sekaligus profesional yang handal dalam menghimpun sumber daya yang ada menjadi kekuatan bisnis raksasa. Grup Jaya yang didirikan tahun 1961 dengan modal Rp. 10 juta, kini memiliki total aset sekitar Rp. 5 trilyun. Dengan didukung kemampuan lobinya, Ciputra secara bertahap juga mengembangkan jaringan perusahaannya di luar Jaya, yakni Grup Metropolitan, Grup Pondok Indah, Grup Bumi Serpong Damai, dan yang terakhir adalah Grup Ciputra. Jumlah seluruh anak usaha dari Kelima grup itu tentu di atas seratus, karena anak usaha Grup Jaya saja 47 dan anak usaha Grup Metropolitan mencapai 54. Mengenai hal ini, secara berkelakar Ciputra mengatakan: Kalau anak kita sepuluh, kita masih bisa mengingat namanya masing-masing. Tapi kalau lebih dari itu, bahkan jumlahnya pun susah diingat lagi. Fasilitas merupakan unsur ketiga dari 10 faktor yang menentukan kepuasan pelanggan. Konsumen harus dipuaskan dengan pengadaan fasilitas umum dan fasilitas sosial selengkapnyanya. Tapi fasilitas itu tidak harus dibangun sekaligus pada tahap awal pengembangan. Jika fasilitas selengkapnyanya langsung dibangun, harga jual akan langsung tinggi. Ini tidak akan memberikan keuntungan kepada para pembeli pertama, selain juga merupakan resiko besar bagi pengembang. Ciputra memiliki saham di lima kelompok usaha (Grup Jaya, Grup Metropolitan, Grup Pondok Indah, Grup Bumi Serpong Damai, dan Grup Ciputra). Dari Kelima kelompok usaha itu, Ciputra tidak menutupi bahwa sebenarnya ia meletakkan loyalitasnya yang pertama kepada Jaya. Pertama, karena ia hampir identik dengan Jaya. Dari sinilah jaringan bisnis propertinya dimulai. Sejak perusahaan itu dibentuk tahun 1961, Ciputra duduk dalam jajaran direksinya selama 35 tahun: 3 tahun pertama sebagai direktur dan 32 tahun sebagai direktur utama, hingga ia mengundurkan diri pada tahun 1996 lalu dan menjadi komisaris aktif. Kedua, adalah kenyataan bahwa setelah Pemda DKI, Ciputra adalah pemegang saham terbesar di Jaya. PT Metropolitan Development adalah perusahaannya yang ia bentuk tahun 1970 bersama Ismail Sofyan, Budi Brasali, dan beberapa mitra lainnya. Kelompok usaha Ciputra ketiga adalah Grup Pondok Indah (PT Metropolitan Kencana) yang merupakan usaha patungan antara PT Metropolitan Development dan PT Waringin Kencana milik Sudwikatmono dan Sudono Salim. Grup ini antara lain mengembangkan Perumahan Pondok Indah dan Pantai Indah Kapuk. Kelompok usaha yang keempat adalah PT Bumi Serpong Damai, yang didirikan awal tahun 1980-an. Perusahaan ini merupakan konsorsium 10 pengusaha terkemuka – antara lain Sudono Salim, Eka Tjipta Widjaya, Sudwikatmono, Ciputra dan Grup Jaya – yang mengembangkan proyek Kota Mandiri Bumi Serpong Damai seluas 6.000 hektar, proyek jalan tol BSD – Bintaro Pondok Indah, dan lapangan golf Damai Indah Golf. Grup Ciputra adalah kelompok usahanya yang Kelima. Grup usaha ini berawal dari PT Citra Habitat Indonesia, yang pada awal tahun 1990 diakui sisi seluruh sahamnya dan namanya diubah menjadi Ciputra

Development (CD). Ciputra menjadi dirutnya dan keenam jajaran direksinya diisi oleh anak dan menantu Ciputra. Pertumbuhan Ciputra Development belakangan terasa menonjol dibandingkan keempat kelompok usaha Ciputra lainnya. Dengan usia paling muda, CD justru yang pertama go public di pasar modal pada Maret 1994. Baru beberapa bulan kemudian Jaya Real properti menyusul. Total aktiva CD pada Desember 1996 lalu berkisar Rp. 2,85 triliun, dengan laba pada tahun yang sama mencapai Rp. 131,44 miliar. CD kini memiliki 4 proyek skala luas: Perumahan Citra 455 Ha, Citraraya Kota Nuansa Seni di Tangerang seluas 1.000 Ha, Citraraya Surabaya 1.000 Ha, dan Citra Indah Jonggol. 1.000 Ha. Belum lagi proyek-proyek hotel dan mal yang dikembangkannya, seperti Hotel dan Mal Ciputra, serta super blok seluas 14,5 hektar di Kuningan Jakarta. Grup Ciputra juga mengembangkan Citra Westlake City seluas 400 hektar di Ho Chi Minh City, Vietnam. Pembangunannya diproyeksikan selama 30 tahun dengan total investasi US\$2,5 miliar. Selain itu, CD juga menerjuni bisnis keuangan melalui Bank Ciputra, dan bisnis broker melalui waralaba Century 21. Sejak beberapa tahun lalu, Ciputra menyatakan Kelima grup usahanya – terutama untuk proyek-proyek propertinya – ke dalam sebuah aliansi pemasaran. Aliansi itu semula diberi nama Sang Pelopor, tapi kini telah diubah menjadi si Pengembang. “Nama Sang Pelopor terkesan arogan dan berorientasi kepada kepentingan sendiri,” ujar Ciputra tentang perubahan nama itu.



**DEWI MOTIK PRAMONO**  
**PUTRI AYU BISNIS INDONESIA**

Tahun 1991 adalah tahun penuh arti bagi Dewi Motik. Betapa tidak, tahun inilah dia mendapatkan cobaan yang cukup berat dan sulit. Oleh seorang warga Amerika, ia dituduh anti kenaikan upah buruh. Tuduhan yang diberikan kepadanya, tidak tanggung-tanggung bertanya, fotonya disebar-luaskan di seluruh penjuru dunia sebagai profil wanita penekan buruh dari Indonesia. Akhir-akhir ini Dewi Motik sering menjadi sorotan pembicaraan masyarakat. Selain hal semacam di atas, ia memang termasuk tokoh yang acap kali menjadi pembicara di berbagai forum, juga aktif di berbagai kepanitiaan secara akbar semacam Festival Istiqlal. Yayasan Putri Ayu yang dipimpin dan didirikannya sejak tahun 1981, menjadi perdebatan nasional. Sampai sekarang pemilihan putri ayu sudah terlaksana 11 kali memperebutkan piala Ibu Tien Suharto. Pemerintah pun seperti tidak keberatan kalau Yayasan Putri Ayu, mengirim pemenang tahun 1991 (gadis keturunan Suku Dayak – Kalimantan) pada acara Miss Universe ke Bangkok. Disamping itu, belakangan ini juga, Dewi Motik berhasil melakukan ekspansi bisnisnya. Dia bekerjasama dengan Departemen Transmigrasi membuka areal seluas 5000 ha di Sumatera Selatan. Di sana mereka membuka lahan PIR yang diperbaharui dengan dana dari Bank Dunia. Kesuksesan lain: tahun 1991, Dewi





Motik berhasil merampungkan pembangunan IWAPI berlantai 4 di Kali Pasir, Jakarta, sebagai perwujudan perjuangannya mengembangkan ketrampilan kaum wanita Indonesia. Semua itu dilakukannya demi kesejahteraan kaum hawa itu secara khusus, dan kesejahteraan bangsa secara umum.

Banyak hal yang terjadi pada diri Dewi Motik. Semua itu merupakan hasil dari deposito pengalaman dan perjuangannya bekerja keras sejak masih Remaja. Kesuksesan itu juga, membawa Implikasi tertentu, kasus tuduhan Amerika di atas tadi sebagai salah satu Contohnya. Lepas dari itu semuanya, banyak hal yang perlu dipelajari dari diri seorang wanita Indonesia super aktif ini, setidaknya, sebagai bahan perbandingan bagi Remaja putri khususnya, dan bagi generasi muda umumnya. Sejak umur 14 tahun, Dewi Motik (Sri puspa Dewi Motik) sudah terbiasa mempunyai uang sendiri. Banyak cara yang dilakukannya untuk mendapat uang. Contohnya, main sulap. Ketika beliau masih Sekolah Dasar di Menteng, Jakarta Pusat, bersama teman-teman sebayanya, sangat menggemari main sulap yang dilakukan oleh seseorang Om dekat sekolah mereka. Om pemain sulap itu di mata Dewi Motik, luar biasa. "Sudah disenangi orang dapat duit lagi," katanya mengenang masa-masa indah itu.

Dewi Motik mendatangi rumah Om itu dan meminta diajari main sulap. Rahasia om itu merubah sapu tangan menjadi kucing, bunga jadi uang, akhirnya dengan mudah diketahui Dewi Motik. Dari permainan sulap ini, Dewi Motik yang lahir 10 Mei 1949 itu, bisa menyenangkan orang sambil mendapat uang. "Orang tua saya tidak melarang main sulap, asal kegiatan saya itu tidak melanggar kaidah agama dan tidak menentang norma masyarakat," ujarnya. Masa Remaja Dewi Motik penuh dengan kegembiraan dan kebahagiaan. Bukan saja karena orang tuanya termasuk kelas menengah saat itu, tetapi lebih karena apa saja yang dilakukannya tidak mendapat pengawasan yang berlebihan dari orang tua. Keinginannya untuk mengetahui bermacam-macam hal, termasuk main sulap di atas, menyebabkan banyak temannya menyebutkan over acting.

Sejak usia itu, Dewi Motik memang sudah memperlihatkan jiwa kepemimpinan dan kepeloporan di tengah teman-temannya. Ia disenangi karena ia bisa memperjuangkan kepentingan teman-temannya, juga karena ia relatif bisa meminjamkan uang atau mentraktir kawan-kawannya itu. Tidak sedikit yang membencinya, namun alasan membencinya itu, terutama karena Dewi Motik punya banyak kelebihan. Termasuk kelebihan meraih simpatik banyak teman pria sekelasnya. Seringkali sikap Dewi Motik tidak peduli dengan keadaan, ia melihat laki-laki itu sama saja dengan perempuan, mempunyai otak, punya tenaga, dan berperasaan. Bukan hanya kaum wanita yang sering kalah bersaing dengan dia, tetapi juga teman-teman prianya. Apalagi, Dewi Motik sebagai keturunan orang Palembang, mempunyai kulit putih yang mulus. Sosoknya yang tinggi semampai disertai dengan geraknya yang menarik dan tidak berlebihan, menjadikannya pusat perhatian orang setiap kali ia hadir dalam sebuah pertemuan. Kecantikannya semakin lengkap dengan rambut panjangnya yang sampai sekarang



dipelihara dengan baik. Itulah sebabnya Ikatan Mahasiswa Jakarta pada tahun 1968, memilih Dewi Motik sebagai Ratu Luwes. Wajar kalau kemudian banyak pria yang dekat dan menjajal kemampuan merebut hatinya. Namun, baginya, sikap teman-teman pria itu merupakan peluang emas yang perlu dimanfaatkan. Lalu, ia menawari mereka melakukan kegiatan-kegiatan yang positif. Tentu saja, banyak di antara mereka yang patuh.

Kendati mereka termasuk keluarga kaya, namun ayahnya ingin melihat anaknya hidup mandiri. Bisa melakukan apa saja yang bersifat positif. Ayah Dewi Motik bernama Basyaruddin Rahman Motik, seorang pengusaha ekspor impor yang terkenal di zamannya. Ia tidak melarang Dewi Motik mencari duit. Ia sangat mendukung segala macam kegiatan Dewi Motik asal berkaitan dengan kemajuan dan kemandirian. Praktek semacam inilah yang banyak memberi warna pada diri Dewi Motik, anak ke-4 dari 9 bersaudara itu. Ketika Dewi Motik belajar Bahasa Inggris di Kedutaan Perancis, ayahnya senang sekali. Itulah kelebihan Dewi Motik, di masa remajanya, mampu bicara dalam bahasa Inggris, Walau pengucapannya masih banyak yang salah.

Belajar dari sikap ayahnya itu, Dewi Motik tidak setuju pada orang tua yang melarang anaknya cari duit. "Apa salahnya, sambil Sekolah, juga mencari uang?" Menurut Dewi Motik, anak-anak akan berkembang cepat apabila bidang yang dipilihnya itu sangat disenangi. Ia menyarankan, orang tua sebaiknya memilih bidang kegiatan yang juga disenangi anak-anak mereka. Tatkala Dewi Motik berumur 17 tahun, ia mendapat kiriman majalah Remaja "Seventeen" dari kakaknya (Kemala Motik) yang lagi belajar di Amerika Serikat. Dalam majalah itu, Dewi Motik melihat satu disain sepatu yang sangat menarik. Timbul ide untuk membuatnya, lalu, ia pun mencari tukang sepatu. Kebetulan di belakang gedung SMA-nya (SMA Teladan Setia Budi) ada tukang sepatu. Setelah mengetahui berapa biaya yang diperlukan. Dewi Motik mengambil tabungannya dan memberi modal kepada tukang sepatu itu. Dengan modal Ro. 2.500 sepasang, Dewi Motik sukses menjual puluhan sepatu itu kepada teman-temannya dengan harga Rp. 5.000 sepasang. Ia gembira, karena disain yang dipilihnya disenangi teman-teman SMA-nya. Ia bangga karena perhitungannya tepat dan mendapat untung yang lumayan pula.

Di rumah, Dewi Motik suka membantu ibunya memasak. Mereka memasak kue bersama. Ibu Dewi Motik sering ketemu dengan istri-istri pegawai kedutaan, terutama kedutaan Amerika Serikat. Dari ibu-ibu itu, Ibu Dewi Motik mendapatkan pengalaman dan juga mendapat sebagian bahan-bahan kue yang enak. Suatu ketika, orang Kedutaan minta dibuatkan kue yang enak, Dewi Motik memanfaatkan kesempatan itu. Setelah mendapat modal, ia pun membuatnya. Hasilnya Dewi Motik mendapat uang. Ibunya tidak marah. Kegiatan masak memasak ini dilakukannya terus menerus. Ini pula yang menyebabkan Dewi Motik terpilih sebagai Ketua Sub Konsorsium Usaha Jasa Boga dan Memasak Depdikbud (1984 – 1987 ; 1987 – 1990). Selanjutnya, pada tahun yang hampir bersamaan Dewi Motik terpilih sebagai Ketua Umum Ikatan Ahli Boga Indonesia Pusat (1987 – 1999). Kebiasaan Dewi Motik untuk bekerja dan mencari



uang sendiri, terus berkembang. Ketika pekan raya Jakarta yang kedua, ia menjadi penjaga salah satu stan di pekan raya itu. Orang tuanya membolehkannya.

Pada tahun 1970, Dewi Motik mulai kuliah di IKIP Rawamangun. Ia memilih jurusan pendidikan, karena baginya profesi guru itu adalah profesi yang mulia. Apalagi ayahnya pernah menjadi guru di Taman Siswa. Saat itu guru sangat terhormat di masa masyarakat. Di kampusnya, kebiasaan Dewi Motik tak pernah ketinggalan. Ia menjual kue dan sepatu kepada penghuni dan pengunjung kampus. Setelah menyelesaikan sarjana mudanya, Dewi Motik memperdalam ilmunya ke Amerika Serikat. Ia mengambil Jurusan Seni Rupa Florida International University, Miami, USA (1971 – 1974). Ia merantau ke negeri orang dengan modal *take and give*. Kalau nggak ada uang cukup dengan memberi perhatian atau sapaan. Ketemu Satpam, tak ada salahnya kalau di beri sapaan. Dari Indonesia, Dewi Motik membawa sejumlah souvenir sebagai hadiah kepada roang-orang disana. Ia merasa bahwa ia orang asing di Negara Paman Sam itu. Souvenir yang dibawahnya antara lain: patung Bali, perhiasan dari tulang, manik-manik. Teman-temannya se-asrama sangat suka dan ingin mendapatkan hadiah-hadiah itu. Dibeli dengan harga berapa pun mereka mau. Keinginan orang-orang Bule itu merupakan peluang bagi Dewi Motik. Otaknya mulai berputar. Dia jalan-jalan ke toko-toko yang menjual barang-barang asal Asia yang mirip perhiasan dari Indonesia. Ia melihat di tempat penjualan souvenir Philipina dan Thailand, banyak yang mirip. Dewi Motik membeli barang-barang itu, lalu merubah bentuknya sedikit sehingga mirip dari Indonesia, lalu di jualnya kepada para bule-bule yang “gila” perhiasan Indonesia itu.

Di kampusnya ia buka pameran barang-barang perhiasan. Disebutnya “Oriental Bazar” . Pengunjungnya membludak, order banyak yang masuk. Acara itu sangat sukses. Dari pameran dan bazaar ini Dewi Motik tentu saja mendapatkan banyak uang.

Ketika musim libur tiba. Dewi Motik mencari kesibukannya, dia menjadi pelayan di salah satu keluarga di Amerika Serikat. Ia ingin merasakan bagaimana caranya menjadi pelayan itu. Seumur-umur ia selalu ditemani pembantu. Sekali-sekali ada keinginannya merasakan bagaimana menjadi pelayan. Ia bekerja sebagai baby sitter di salah satu keluarga di sana.

Disamping itu Dewi Motik juga pernah menjadi waitress di Howard Johnson Restoran. Di situ ia mendapatkan pengalaman bagaimana cara orang Amerika menyiapkan makanan. Makanan apa yang sangat mereka gemari, menjadi pengalaman berharga buat Dewi Motik. Lebih dari itu, ia juga mendapat duit. Dengan duit itu, liburan ke Eropa (sesuai anggaran dari Ayahnya), bisa diperpanjang sampai ke Mexico. Ketika ayahnya tahu hal itu, ayahnya tentu saja kaget.

Ada cerita menarik ketika Dewi Motik menjadi pekerja sebagai waitress di Howard Johnson Restoran itu. Ia tidak memiliki Social Security Number (SSN). Mendapatkan itu harus ditest lebih dahulu. Dewi Motik malas mengikuti prosedur itu karena masih diperlukan biaya dan juga belum tentu lulus. Dengan modal postur tubuhnya yang tinggi dan warna kulitnya yang putih



ia mencoba membaur di barisan orang-orang Cuba yang mirip dengan dirinya. Orang-orang Cuba dianggap yang berpengalaman dan pasti sudah punya SSN, itulah yang menyebabkan Dewi Motik lolos dari pemeriksaan, bisa kerja dan mendapat dolar yang lumayan.

Dewi Motik sempat 4 tahun di AS, ia menimba banyak ilmu di sana, ia juga mendapat banyak pengalaman yang berharga. Selang waktu inilah yang banyak memberi pengaruh pada hidupnya sesudah itu. Tahun 1974 ia kembali ke Tanah Air. Ia membantu ayahnya, meneruskan usaha ekspor-impor. Dewi Motik untuk pertama kali menjadi pedagang semen. Saat itu belum ada pabrik semen di Indonesia. Ia juga menjadi agen mobil Merk Datsun dan agen sepeda.

Tahun 1974-1975, Dewi Motik menjadi agen semen. Untuk mengambil semennya, ia mondar mandir menjumpai Pak Onggok dari PT Ratu Salju ke Pluit. Denga pakaian blue jeans dan mengendarai mobil pick up, Dewi Motik masuk ke daerah penjualan semen yang asal Korea itu. Rata-rata yang kesana adalah keturunan Cina. Dewi Motik dianggap Cina. Ia juga memang pura-pura jadi orang Cina. Karena ia pada bulan Ramadhan melakukan ibadah puasa, maka ia dipanggil Mualaf Cina yang masuk Islam. Saat itu ia agak sedih mendengar istilah itu.

Dalam kegiatannya sebagai pedagang itu, Dewi Motik masih menyempatkan dirinya ikut kegiatan persatuan Wanita Indonesia. Juga ikut kadin. Ayahnya kemudian meninggalkan bisnis ekspor-impor, berpindah ke bisnis sewa menyewa rumah. Sehingga Dewi Motik mesti lebih konsentrasi pada bidang eksport-impor itu.

Rupanya kegiatan di atas belum cukup buat Dewi Motik, ia juga menyisihkan waktunya untuk mengajar di lembaga pendidikan milik Ikaran Sarjana Wanita Indonesia. Belakangan, di beberapa tempat lain ia juga mengajar. "Sayang kalau ilmu ini tidak dibagi-bagi buat orang lain," ujarnya.

Dampak dari pikiran dan sikapnya itu. Dewi Motik diminta sebagai pembicara di banyak forum. Ratusan kali ia menjadi pembicara di berbagai seminar. Ia biasanya mengulas masalah kewiraswastaan, kemandirian, etika berbusana, dll. Bahkan pernah sekali ia diminta oleh Kedutaan Belanda untuk menghadiri seminar di Curasao, Amerika latin, bekas jajahan Belanda. Mereka berangkat kesana selama 36 jam perjalanan. Capek sekali. Tiba di Curasao pukul lima pagi waktu setempat.

Sehubungan dengan penampilan Dewi Motik di berbagai forum sebagai speaker, mengharuskan ia memakai pakaian dengan model-model menarik dan maju. Akibatnya ia jadi panutan. Sebelum itu, pada tahun 1974, Dewi Motik pernah dinobatkan sebagai Top Model of The Year oleh sebuah Yayasan pengembangan mode.

Tahun 1976, Dewi Motik bersama kakaknya Kemala Motik, melakukan sebuah terobosan yang sangat penting bagi kaumnya. Mereka mendirikan wadah bagi pengusaha wanita. Mereka sebut Ikatan Wanita Pengusaha Indonesia (IWAPI). Melalui lembaga ini, mereka ingin menjalin kerjasama antara sesama pengusaha wanita Indonesia. Di samping itu, mereka juga mencoba meningkatkan ketrampilan mereka sebagai pengusaha, sambil mengajak lebih



banyak lagi wanita lainnya untuk bekerja dan mencari nafkah serta berusaha memperluas kesempatan kerja bagi orang lain.

Kesibukannya sebagai pengusaha, keaktifannya sebagai pengajar, dan tugasnya sebagai pimpinan organisasi, mengharuskan Dewi Motik selalu berusaha mempersiapkan sesuatu sebelum acara atau peristiwa terjadi. Mulailah ia terbiasa membuat skedul kerja, membuat rencana kerja, membuat tulisan makalah dan penjelasan tertulis. Kebiasaan baru ini, mengantar beliau untuk menjadi seorang penulis. Maka dari tangannya, keluarlah sebuah karya tulis. Yang pertama; Cintaku Tuhanku (kumpulan sajak). Kedua, Yang sopan yang santun. Etika berbusana dan pergaulan pada umumnya, adalah bukunya yang ketiga.

Ia mengaku bahwa rampungnya tulisan itu, sangat dibantu oleh dua rekan wartawati, Titi Juliasih dari Mutiara dan Mary Zein dari Kompas. Baginya, wartawan sangat bermakna. Ia adalah ibarat ajinomoto dalam makanan kita. Tanpa wartawan dengan karya-karya tulis mereka rasanya kehidupan belum pas. Atas komentarnya, ia mendapat kiriman 1 karung ajinomoto. Dewi Motik masih mampu menyisihkan waktunya untuk menulis di banyak media, di Pelita, Surabaya Post, Famili, Femina dan beberapa media lainnya.

Aktivitasnya sebagai pengusaha, sebagai guru dan penceramah, aktifis organisasi, penulis buku dan kolumnis beberapa media, menyebabkan Dewi Motik dikenal secara luas oleh seluruh lapisan masyarakat. Beberapa tahun kemudian, sebuah lembaga menobatkannya sebagai Wania Karir Ideal tahun 1977. Empat tahun sesudah itu, ia dinobatkan sebagai wanita populer. Kesenangannya memakai busana yang baik dan sopan setiap hari, mendorong dia menulis etika berbusana di atas, dan karena kegiatan itu pula ia terpilih sebagai wanita berbusana terbaik tahun 1983. Enam tahun sesudah itu. Dewi Motik terpilih sebagai wanita executive berbusana terbaik.

Dewi Motik amat menjaga tata kesopanan, ia tahan kerja keras dari pagi hari sampai tengah malam. Kalau sudah capek, ia juga bisa tidur dimana saja, sepanjang tidak mengganggu situasi. Ia mengaku bisa tidur pulas bila sedang dalam penerbangan dari Amsterdam-Singapur.

Kini, ia bersama suaminya tercinta sangat bahagia dengan dua putera puteri mereka. Anak pertama bernama Moza kelas III SMA sedang anak yang kedua adalah Adimza kelas I SMP Al Azhar. Suaminya, Pramono Soekasno, dikenalnya sejak mereka masih SMA, lewat acara Pesta Dansa Barata. Pria kekar turunan Solo itu bekerja di Pertamina. Mereka pacaran selama 9 tahun dan akhirnya kawin 9 Mei 1975.

Tahun 1977, Dewi Motik menjadi Ketua Iwapi Jaya. Kiatnya memimpin wanita pengusaha di DKI adalah dengan pendekatan kebawah. Kalau ada pengurus dan anggota yang sakit. Dewi Motik mengajak yang lain untuk membesuk. Demikian juga kalau ada acara pribadi pengurus dan anggota, yang lain mesti datang. Pendekatan selanjutnya adalah melakukan rapat di rumah atau di tempat usaha pengurus atau anggota. Hal ini penting, yang di datangi mendapat kehormatan karena orang datang ke rumahnya atau ke tempat usahanya. Pengurus langsung



mendapat laporan tentang perkembangan dan kelemahan usaha anggotanya. Keuntungan lain: biaya pertemuan tidak masuk beban organisasi.

Pada umurnya yang ke 33, tahun 1982. Dewi Motik terpilih sebagai Ketua Umum IWAPI. Dalam memimpin organisasi, ia tidak suka marah, tapi sangat sedih kalau generasi muda itu tidak mau belajar dan sukanya santai saja. Banyak generasi muda di mata Dewi Motik agak kurang memberi perhatian untuk merancang masa depan mereka.

Sebagai contoh, ia sedih pada generasi muda yang bekerja sebagai pemborong gedung IWAPI berlantai 4 itu. Gedung bernilai 750 juta itu tidak dikerjakan dengan baik. Tehelnya nggak lurus, plafonnya juga banyak yang bengkok. Sudut-sudut betonnya terlihat kurang rapi, catnya tidak merata.

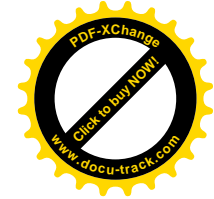
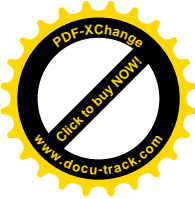
“Padahal gedung ini merupakan pusat kegiatan IWAPI, pusat pendidikan dan latihan IWAPI, juga tempat beroperasi koperasi IWAPI. Kalau mereka tidak sukses mengerjakan gedung ini, bagaimana orang lain bisa mempercayakan mereka membangun gedung baru lagi,” tambah Dewi Motik agak emosi.

Setelah tamat dari IKIP tahun 1985, Dewi Motik langsung ambil S2 tahun 1988 ia terpilih sebagai Wakil Ketua Umum Kadin Pusat. Dia satu-satunya wanita disitu. Ia tidak merasa risih, karena baginya pria atau wanita sama saja. Nilai ini juga berlaku dalam keluarga mereka, posisi laki-laki sama dengan wanita. Tokoh wanita yang jadi idolanya tidak ada. Yang ia kagumi hanya Nabi Muhammad. Kalau pun ada tokoh Kartini, kehebatannya sebetulnya hanya pada penalarannya, ujar Dewi Motik. Menurutnya, Kartini mempunyai kelebihan untuk memprediksi apa yang akan terjadi jauh ke depan, seperti Alvin Tofler si peramal dari Amerika Serikat itu.

Peristiwa penting dalam sejarah kewiraswastaan Dewi Motik, terjadi tatkala Rombongan Delegasi Perdagangan Indonesia berangkat ke Eropa. Dalam rombongan yang dipimpin oleh Menteri Prof. Dr. Soemarin, Dewi Motik ikut melihat pabrik garment di kota Manchester, Inggris. Ia melihat bahan pabrik garmen seperti itu bisa juga dibuat di Indonesia. Sekembalinya dari sana ia langsung membangun pabrik garment di tanah mereka yang kosong di Pulo Gadung (1981), PT Arrish Rulan. Perusahaan yang memproduksi jeans dan jacket ini berdiri di atas tanah seluas 5.000 m<sup>2</sup>, mempekerjakan karyawan 700 orang.

Tujuh tahun kemudian ia juga bersama keluarganya yang lain membangun pabrik garment yang kedua di Tanjung Priok (PT Fauzi Dewi Motik). PT ini memiliki karyawan 300 orang. Bangunannya adalah gudang yang tidak dimanfaatkan sebelumnya. Luas tanahnya 5000 m<sup>2</sup>.

Atas kegiatan usahanya itu, dibarengi dengan keaktifannya sebagai pembicara di berbagai forum, dan tulisan-tulisannya. Presiden RI Jenderal (purn) Soeharto, atas nama pemerintah menyerahkan penghargaan kepada Dewi Motik sebagai “Orang Muda Yang Berkarya”. Tepat pada Upacara puncak HUT Sumpah Pemuda, 28 Oktober 1988 di Balai Sidang Jakarta.



Makin banyak usahanya, makin intensif kegiatannya, ia juga mendapat untung yang semakin banyak, tapi ia merasa ada yang belum beres. Ia berpikir kurang bagus kalau hanya menerima saja, sebaiknya memberi juga diintensifkan. Lalu, pada HUT yang ke 40 tahun 1989, Dewi Motik mendirikan De Mono. Sebuah lembaga pendidikan ketrampilan dan kewiraswastaan yang komplit.

Bersama Arleen Djohan wirawan, SH menyiapkan semua keperluan sekolah itu. Tepat hari ulang tahunnya, 10 Mei 1989, Gedung De Mono yang berlantai IV itu diresmikan oleh Menteri Perdagangan RI, DR Arifin Siregar. Saat itu banyak pengusaha terkenal hadir, seperti Bob Sadiro, dll. Artis juga banyak yang hadir, acaranya sendiri dipandu Koes Hendratmo. Tentu saja, sebagian besar pengurus IWAPI datang.

Mata pelajaran pada lembaga pendidikan ini antara lain: kerja praktek dalam merintis pembukaan usaha di bidang perdagangan dan ekonomi, kepemimpinan, kewiraswastaan, pemasaran, perpajakan, perbankan, psikologi, dll. Mata pelajaran itu, diteruskan acara tatap muka dengan pengusaha nasional terkemuka dan pimpinan bank-bank pemerintah dan swasta.

Nama De Mono adalah singkatan dari namanya dan nama suaminya. De-wi Motik dan Pra-mono. Dan istilah De Mono ini adalah nama Dewi Motik dalam surat cintanya setiap kali mengirim kepada mantan pacarnya Pramono puluhan tahun yang lalu.

Ide pendirian De Mono pada awalnya timbul karena sebelumnya Dewi Motik sering mendapat surat cinta. Banyak sarjana yang minta pekerjaan padanya. Bahkan banyak orang tua yang suka nitip anaknya dicarikan pekerjaan. Awalnya senang bisa bantu cari kerja. "Namun lama-lama nggak enak lagi, kewalahan," ungkapnya kesal.

Dewi Motik pernah memberi ceramah di tengah-tengah 200 sarjana pengangguran. "Saat itu saya tergerak untuk mencari pekerjaan buat mereka, tapi pekerjaan apa, dan mereka bisa apa?" gumam Dewi Motik dalam hati. Di Iwapi punya pengalaman mendidik ibu-ibu untuk menjadi pengusaha kecil. "Kalau ibu-ibu RT saja bisa, masa sih sarjana tak bisa?" bisik Dewi Motik memperkuat sikapnya mendirikan sekolah kewiraswastaan.

De Mono kini telah melepaskan hampir 1000 orang alumninya. Sebagian besar telah berhasil pula membuka usahanya. Mereka sering mengundang Dewi Motik untuk meresmikan pembukaan usaha mereka itu. "Adalah kebahagiaan tersendiri bagi saya ketika saya sedang meresmikan usaha rintisan alumni De mono," ungkap Dewi Motik penuh kebanggan.

Kunci untuk bisa sukses sebagai seorang wiraswasta menurut Dewi Motik, harus mampu merubah mental lebih dulu. Sesudah itu, berani mengambil risiko. Lalu, risiko itu diperkecil. Untuk itu, secara terus menerus harus mencari peluang, dan Action "Bila pipi kiri benjol, kasih pipi kanan. Kalau sudah lihat tembok jangan benturkan kepala. Kalau juga mau, itu namanya goblok," ujar Dewi Motik. Memulai sesuatu dengan positifie thinking dan mempunyai keyakinan sukses adalah nilai-nilai yang selalu diajarkan Dewi Motik kepada anak didiknya.



Akhir September 1991 yang lalu, Dewi Motik diminta oleh Panitia Peringatan HUT HP PLSM yang ke XIV untuk berbicara di depan para pimpinan PLSM di Gedung YTKI. Menurut Dewi Motik, inti kewiraswastaan ada dua. Pertama, harus mempunyai jati diri, yakin akan kemampuan sendiri, tahu ke arah mana mau dituju, tidak malas, tidak cepat marah, dan kerja keras. Kedua, inovasi/kreatif, harus berani memulai, mampu menghasilkan yang baru.

Kalau sudah memiliki kedua inti kewiraswastaan itu, kata Dewi Motik dalam ceramahnya yang dimoderatori oleh Ketua Umum HP PLSM itu, maka turutilah pedoman di bawah ini. Buatlah program yang sederhana, praktis dan jelas. Persiapkan semua strategi dan kiat-kiat. Action secepatnya. Jangan lupa kerjasama dengan orang lain. Sekali-sekali jadi anak buah, mau mendengar orang lain. Learning by doing. Antisipasi semua gejala perubahan, jangan statis. Disiplin diri, konsisten. Untuk memecahkan masalah, berpikirlah secara bergantian dari mikro ke makro atau sebaliknya.

Dalam perjalanan hidupnya, Dewi Motik selalu merasakan kesenangan dan kesedihan silih berganti. "Itulah kehidupan," katanya. Ia mengaku banyak sekali problem yang ia jumpai sehari-hari. Ia selalu mengambil sikap tenang. Lalu berfikir mencari pemecahan yang paling baik. Tapi sehebat-hebatnya risiko yang ia hadapi ia tak pernah gentar, ia hanya takut sama Tuhan.

Ketika ia masih SD, secara terpaksa ia harus membawa jenazah yang berdarah-darah. Karena familinya itu mati dalam kecelakaan perjalanan semobil dengannya. Ia hadapi situasi itu, dan ia sendiri lolos dari musibah itu. Pengalaman yang cukup mencekam itu sangat membekas dalam ingatannya. Dalam situasi apa saja dan dimana saja, sesuatu yang fatal bisa terjadi pada diri kita, katanya. "Yang iri, yang benci, yang marah dan yang ingin mencelakakan kita kemungkinan ada, tapi kalau kita sudah menyerahkan diri kepada Tuhan, mengapa kita mesti takut?" tanya Dewi Motik. Toh kehidupan kita, kemampuan kita ini, adalah pinjaman dari Tuhan, ungkap Dewi Motik agar berkhotbah. "Kalau ada masalah, segera lapor Tuhan dan cepat mengambil keputusan, itulah kebiasaan yang baik," ujarnya.

Dua tahun lalu, kuota ekspor garment dilarang masuk AS, ia menderita kerugian. Lalu bersama pengusaha garment lainnya mereka bekerjasama dengan pemerintah mencari pemecahannya. Sekarang sudah tak ada masalah kuota lagi. "Untuk meraih sukses, kita harus kreatif, lalu menyusun konsep sederhana dan praktis, terus action," ujar Dewi Motik mengungkapkan **kitanya** mencapai keberhasilan. "Jangan bikin ruwet, capek, jangan lama-lama, peluang bisa hilang," pesannya kepada orang yang menanyakan apa yang dibutuhkan untuk memulai berusaha.

Peristiwa yang baru menghadangnya, adalah terbitnya post card dengan kata-kata yang sangat merugikan dirinya. Fotonya ditaruh di post card itu, dituduh sebagai anti kenaikan upah buruh oleh seorang Amerika. Menghadapi ini, Dewi Motik mengambil sikap tenang. Sebab, ia sendiri tidak paham apa maksud orang Amerika itu. Apakah ini persoalan politik global atau persoalan pribadi, tak jelas. Sampai sekarang, Dewi Motik belum bisa mengetahui apa tujuan





pembuatan post card itu, dan siapa yang merekayasanya. Banyak pihak yang menganjurkannya ke pengadilan. Namun, Dewi Motik masih mengambil sikap tenang. “Ini bukan peluang bisnis, jadi tidak perlu actionnya cepat,” ujarnya memberi keterangan.

Akhirnya ia membawa persoalan itu ke pengadilan setelah dipikirkan secara matang. Banyak pejabat mau berdiri di belakangnya namun, karena si Amerikanya minta maaf, Dewi Motik merencanakan pembatalan tuntutan itu. “Orang yang minta maaf perlu dimaafkan,” kata Dewi Motik sambil mengutip ucapan seorang nabi.

Satu-satunya yang paling membahagiaan dalam hidup Dewi Motik adalah melahirkan anak. “Itulah puncak kebahagiaan yang pernah saya rasakan,” ujarnya.

Dewi Motik adalah pribadi yang suka pragmatis, senang yang praktis. Ia kini sedang menggeluti S2 Program Strategi di UI. Dalam kaitannya sebagai praktisi ia berkeinginan mempelajari konsep-konsep yang praktis. Perang gerilya misalnya sebuah konsep keilmuan di bidang militer yang sangat praktis, tidak terlalu teoritis. Sering melakukan Hit and Run. Teman-temannya kuliah, berpangkat Letkol dan Kolonel dari angkatan bersenjata. Tak usah heran kalau kini Dewi Motik bergelut dengan buku-buku Mao Tse Tung, Buku Pak Nasution tentang Perang Gerilya.

Prinsip Dewi Motik, kalau melihat orang lain punya kelebihan jangan iri. “Kita harus belajar untuk bisa mendapatkan; seperti yang mereka dapatkan. Sistem pendidikan di departemen Hankam misalnya, memberi hasil yang baik. Mayoritas pimpinan terbaik bangsa ini lahir dari pendidikan militer. Kita jangan iri. Kita buat yang sama, kita kerja keras dan tingkatkan disiplin,” ujarnya. Pernyataan Dewi Motik memang ada benarnya. Kalau diperhatikan, sistem rekrutmen kepemimpinan nasional, memang banyak muncul dari kalangan militer. Kelebihan mereka antara lain, tidak neko-neko, mampu berpikir sistematis, punya visi, daya tahan fisik cukup kuat, dan memiliki sense of joke (rasa humor). Hari-hari Dewi Motik yang penuh dengan kesibukan itu, selalu diawali dengan baca koran di pagi hari. “Saya gelisah kalau tak baca koran di pagi hari,” ujarnya. Hobby lain: nonton TV dan berenang. Kalau musim libur, Dewi Motik sekeluarga sering berlibur ke luar negeri. Bila ada rapat atau konferensi di Bali misalnya, Dewi Motik juga sering mengajak keluarga ke sana, sekalian liburan.

Dewi Motik mengaku suaminya cukup pengertian. Baginya, sesibuk-sibuk istri, bila selalu menghargai suami dan memberi pengertian, tidak akan ada masalah. Kendati demikian, tokoh wanita yang paling sering muncul di media massa itu, mengungkapkan: tidak ada suami istri yang cocok 100%.

Antara segala macam kegiatan dengan masalah keluarga, sering bertolak belakang. Kadangkala, setiap orang diharuskan untuk menentukan pilihan. Bila kenyataan yang sama ditemui Dewi Motik dalam kehidupannya sehari-hari, ia melakukan dengan skala prioritas. Sebagai contoh, ketika ada pertemuan penting di kantornya, padahal, pada saat yang sama ibunya dikabarkan sakit, dan akan dioperasi, aktivis Muhammadiyah ini harus memilih



meninggalkan pertemuan penting menyangkut kariernya itu. Sebab, posisi orang tua baginya adalah segala-galanya. Sedangkan pertemuan tadi masih bisa terulang, atau resikonya tidak separah kalau ia tidak membesuk ibunya.

Sebaliknya, ketika anaknya sakit, padahal ia harus memimpin delegasi Indonesia yang menghadiri pertemuan pengusaha wanita di India, Dewi Motik memilih Berangkat ke pertemuan yang dibuka oleh Perdana Menteri India, Almarhum Indira Gandhi itu. Bukan karena tega atau tidak sayang anak, tapi hal ini didiskusikan dulu dengan suaminya, setelah setuju ia lalu pergi menunaikan tugas negara dalam memperluas cakrawala pengusaha wanita Indonesia itu.

Alasan Dewi Motik kenapa menekuni dunia pendidikan – mengajar, berceramah, menulis – dan dunia wiraswasta, karena Bangsa Indonesia sangat tertinggal bila dibanding dengan negara maju, dalam berbagai bidang, “Persaingan semakin ketat, dunia pengetahuan dan teknologi berkembang dengan pesatnya. Kita harus berlari semakin cepat,” ujarnya.

Caranya menurut Dewi Motik: pendidikan ditingkatkan dan harus dibuat gratis, agar strata pendidikan masyarakat kita relatif merata. Akhirnya mereka bisa mencari nafkah sendiri tanpa harus menyandang gelar pengangguran lebih dulu, tambahya. Untuk mengatasi pengangguran, katanya, sekaligus meningkatkan pertumbuhan ekonomi, dunia wiraswasta harus digiatkan terus menerus. Rakyat mesti dianjurkan menciptakan lapangan kerja bagi dirinya sendiri dan bagi orang lain, tambah Dewi Motik. Menurutnya, membangun perekonomian dari sebuah bangsa lebih baik dimulai dari yang kecil, lalu didorong menjadi yang besar. Itu semua, lanjut Dewi Motik, sangat tergantung pada political will pemerintah.

Dewi Motik mengambil contoh AS dan Jepang, mereka itu sangat berkepentingan membantu pengusaha kecil mereka, baik bantuan modal, perlindungan hukum dan berbagai insentif lainnya. Dewi Motik mengaku bahwa Indonesia mempunyai kebijakan yang sama, Kredit Usaha Kecil (KUK) misalnya, namun hal itu, harus ada perbaikan dan konsistensinya.

Terpilihnya Indonesia sebagai Pelaksana Konferensi Tingkat Tinggi negara-negara Non Blok, menurut Dewi Motik merupakan pertanda bahwa Indonesia termasuk negara aman di Asia Tenggara. Katanya: itu adalah peluang, sebab banyak negara luar tidak begitu kenal Indonesia, boro-boro mau berinvestasi. Setiap investasi memerlukan perencanaan menyeluruh, selain faktor keamanan di atas, potensi sumber daya alam, pasar, tenaga kerja, dll juga perlu diperhatikan. “Tenaga kerja atau buruh adalah merupakan kekuatan dari sebuah badan usaha atau industri,” ujar Dewi Motik. Karena itu, lanjutnya, buruh harus diberi perhatian seperlunya, kalau tidak perusahaan tempat buruh itu bekerja bisa rusak programnya.

Dewi Motik memang luar biasa sibuk. Dalam kapasitasnya, sebagai Direktur Utama Restoran Manari – restoran **theatrical** pertama dan terbesar di Jakarta – dengan pengalaman jasa boga sebelumnya. Dewi Motik terpilih sebagai Ketua Umum IKABOGA periode 1990 – 1993. Dalam Festival Istiqlal yang baru lalu, Dewi Motik termasuk salah seorang panitia perancang dan pelaksananya. “Nafas Islam adalah nafas yang paling mendasar dalam memberi pengaruh pada



pembangunan di Indonesia,” katanya memberi alasan keterlibatannya pada festival itu. Kegiatan bernafaskan Islam memang menjadi bagian kegiatan yang digeluti Dewi Motik sehari-hari. Bahkan, ia juga termasuk pimpinan Yayasan Motik – sebuah Yayasan yang mengelola Sekolah Al Rahman (TK dan SD Islam di Kuningan). Tujuan Yayasan ini: Syariah Islam di bidang pendidikan bagi bangsa dan negara.

Dalam rangka meningkatkan pendidikan Remaja putri, sekaligus mengembangkan sektor pariwisata dan dunia usaha lainnya. Dewi Motik sejak 1981, mendirikan Yayasan Putri Ayu. Yayasan yang dipimpinnya ini, telah menyelenggarakan 11 kali lomba putri ayu yang memperebutkan piala Ibu Tien Suharto. Pemenang yang ke 11, tahun 1991 ini, adalah seorang mahasiswa sebuah institut ternama di Jakarta. Tahun depan, kalau tidak ada halang melintang, gadis keturunan Dayak itu – suku pedalaman Kalimantan – akan mengikuti Miss Universe di Bangkok.

Sambil menjalankan semua itu, ekspansi dibidang usaha, sebagai praktisi wiraswasta, Dewi Motik terus melaju mencari peluang usaha, mencari uang dan memperluas lapangan kerja. Tahun 1991, Dewi Motik bekerjasama dengan Departemen Transmigrasi mengelola Agro Bisnis di Sumatera Selatan, asal leluhurnya. Bisnis yang dibiayai oleh Bank Dunia ini, mengelola PIR dalam bentuk yang diperbaharui seluas 5000 Ha. Dewi Motik terus berlari, mendidik, mencari peluang bisnis, memberi peluang kerja bagi orang lain, buat pengabdianya bagi ibu pertiwi. Selamat buat BU DEWI.



**FADEL MUHAMMAD**

### **STRATEGI YANG BAIK MAMPU MENCIPTAKAN PASAR BISNIS**

Modal Fadel dalam berusaha adalah haqqul yakin, keyakinan kuat. Tantangan itu bukan hambatan, kalau dihadapi dengan ulet dan tekun, serta kerja keras, tidak ada masalah. Selalu ada problem solving. Salah satu yang paling tidak disukai Fadel adalah, bila ada temannya yang tidak mau berusaha mencari jalan keluar dari persoalan yang dihadapinya sendiri atau problem yang dihadapi bersama. “Allah tidak akan mengubah nasib seseorang jika orang itu sendiri tidak berusaha merubahnya,” (Fadel Muhammad).

Fadel selalu berfikir, kalau orang lain bisa kenapa kita tidak. Ia memang punya watak selalu ingin maju. Sebagai contoh, ketika Bukaka membuat mesin asphalt sprayer (aspal semprot). Percobaan-percobaan di bengkel Bukaka itu selalu gagal. Hasil yang keluar dari mesin adalah bubur, bukan aspal. Fadel penasaran. Mesin yang dikerjakan sehari-hari itu dibongkar. Lalu ketahuan bahwa komponen magnet dan motornya nggak jalan. Begitu komponennya diganti, bagus hasilnya. Bagi Fadel dkk, selama masih bisa dicoba nggak ada kata menyerah.



Fadel berprinsip “Man jadda wa jadda” siapa yang berusaha akan berhasil juga akhirnya. Tetapi semua itu ada batasnya. Kalau semua cara sudah dicoba, masih mentok juga, apa boleh buat, tidak perlu kecewa, Tawakal kepada Allah SWT, ujar Fadel yang menunaikan hajinya tahun 1989.

Keberhasilan seseorang menurut Fadel, disamping kerja keras dan terus menerus, sangat tergantung pada, pertama, kemampuan diri sendiri. Kedua, kesempatan untuk mengembangkan diri. Ketika, strategi untuk mencapai keberhasilan.

Menurut Fadel, setiap orang memiliki potensi untuk menjadi pengusaha. Yang penting, asal mau berusaha mengasah potensi itu. Tetapi tidak setiap orang berpotensi, mendapatkan kesempatan mengembangkan potensinya. Untuk mendapatkan kesempatan ini, jelas dibutuhkan strategi yang tepat. Strategi inilah yang akan menentukan, apakah seseorang akan menjadi ‘risk taker’ (pengambil risiko), atau ‘risk orderer’ (pengatur risiko).

Perbedaan yang tajam antara kedua tipe pengusaha ini adalah: Seorang risk – taker cenderung untuk berspekulasi. Tanpa memperhitungkan secara cermat, ia mencoba setiap kemungkinan. Seorang risk-orderer akan memperhitungkan risiko terkecil sekalipun, terhadap rencana-rencananya. Sesuai dengan prinsip dasar ekonomi.

Menurut Fadel kesuksesan seseorang tergantung pada kemauannya yang kuat, rasa percaya diri yang tinggi, dan kemampuannya menghitung risiko. Kemauan akan mendorong kegigihan untuk berusaha. Hal ini mempengaruhi dan dipengaruhi oleh empat hal yaitu, Pertama, Orang tua, terutama ibu sebagai pendidik masa awal. Kedua, pendidikan, baik pendidikan formal maupun pendidikan agama. Ketiga, lingkungan, dan keberuntungan atas kemampuan membaca kesempatan, Keempat

Rasa percaya diri menurut Fadel, dipengaruhi oleh diberikannya kesempatan untuk maju, sehingga menyadari potensi diri yang sebenarnya. Sedangkan kemampuan menghitung risiko dipengaruhi oleh:

- a. Tingkat kesabaran usaha yang tinggi
- b. Perenungan yang mendalam, sehingga ide itu dapat mengkristal dalam pikiran. Jangan cepat bosanlah.

Syarat-syarat di atas merupakan persiapan mental seorang pengusaha pemula untuk mencapai kematangan. Untuk itu harus ada tiga fase yang dilalui yaitu:

1. Fase New Venture (awal) – tingkatan penemuan ide dan pelaksanaan ide itu sendiri.
2. Fase Puberty – Masa pencarian identitas usaha yang mampan
3. Fase Mature (profesional) – Sudah matang dan mampu mendatangkan keuntungan.

Tingkatan-tingkatan tersebut harus dilalui secara berurutan. Tidak boleh melompat-lompat. Falsafah utamanya adalah: “Jangan dulu memperbesar usaha, sebelum dasar usaha –



yang menjadi tulang punggung perusahaan – diperkuat. Maka jangan heran kalau pabrik Bukaka sampai sekarang tidak nampak mentereng. Sebab yang dipentingkan adalah kekuatan pabrik itu sendiri, baik peralatannya yang lengkap maupun sumber daya manusianya,” tutur Fadel.

Kini, Fadel telah mencapai sukses. Ia mampu menafkahi ibu dan saudara-saudaranya, setelah ayahnya meninggal tahun 1988. ia pun sudah memiliki keluarga yang sejahtera. Apalagi yang ia cita-citakan? “Saya ingin mempekerjakan lebih banyak orang. Ingin membagi keberhasilan ini kepada orang lain. Disamping itu, saya ingin agar “Today is better than yesterday” hari ini lebih baik dari hari kemarin,” ujarnya.

Fadel memang punya nilai di mata bangsa kita. Dengan modal rasa percaya diri yang kuat plus semangat yang keras, Fadel menjadi salah seorang Putra Indonesia yang mampu menjadi kebanggaan bangsanya.



**HARI DHARMAWAN**  
**LEGENDA BISNIS “MATAHARI”**

Saya menyebut Hari Dharmawan sebagai "The Legend". Saya kira ia pantas disebut seperti itu karena prestasi bisnisnya selama 40 tahun lebih. Ukuran yang sederhana bisa kita pakai untuk melihat suksesnya adalah semua orang mengenal Matahari sebagai jaringan ritel raksasa di Indonesia. Kata matahari bukan saja diasosiasikan sebagai sumber cahaya dan energi, tetapi juga sebuah ritel yang ada di mana-mana. Kini, sang legenda sudah 62 tahun, tetapi geloranya dalam menyampaikan gagasannya masih seperti orang yang muda. Saya kira, semangat bisnisnya juga masih menggelora seperti bicaranya.

Saya melihat Hari Dharmawan seperti seorang yang tidak pernah kering energinya. Hal seperti inilah saya kira yang membuatnya sukses, di samping kecerdasan, kerja keras, dan merintis usaha ini dari kecil sekali.

Gelora itu tampak pada karyanya yang terakhir. Ia mendirikan ritel yang sangat unik, Value Dollar dan Rumah Matahari. Value Dollar unik disebut unik karena mereka menjual seluruh barangnya dengan satu harga Rp 5.000 per unit. Kesan kuat dengan konsep ini adalah barang yang ditawarkan di toko ini murah sekali, cuma Rp 5.000. Konsep serba Rp 5.000 mempunyai daya tarik yang luar biasa bagi yang melihat toko Value Dollar dari jauh, atau memunculkan rasa ingin tahu yang besar untuk masuk.



Setelah itu, karena harganya yang Rp 5.000 membuat orang tidak berpikir panjang untuk membeli sesuatu. Sebab, uang Rp 5.000 saat ini bukan sebuah bilangan besar, tidak perlu rencana yang panjang membelanjakan Rp 5.000. Jadi, orang seperti terjebak untuk membeli karena harganya yang dikesankan sangat murah tersebut.

Rumah Matahari juga mempunyai konsep yang kuat, dan harga yang juga murah. Rumah Matahari, secara sekilas seperti ritel Matahari, juga sama-sama tidak menjual sayur. Tapi di sini menjual binatang peliharaan, furniture, perkakas, dan sebagainya.

Menurut saya, ada tiga hal menarik yang bisa dipetik dari pengalaman Hari Dharmawan. Pertama, ia menyebut bisnis sebagai sesuatu yang memberikan manfaat besar bagi semua orang. Bukan untuk memperkaya diri sendiri. Kesimpulan ini saya kira sangat unik dan juga sangat mulia. Prinsip ini saya kira tidak banyak yang menganutnya dan perlu disebarluaskan. Sebab selama ini, ada kesan kuat yang berkembang di mana-mana bahwa bisnis adalah cara yang tepat untuk mengeduk untung sebesar-besarnya. Tetapi, bagi Hari itu saja tidak cukup. Bisnis tersebut harus memberikan kesejahteraan bagi bangsa. Karena alasan seperti itu, Hari tidak melakukan bisnis judi. Dengan perspektif seperti ini, kita bisa melihat semua bisnis ritel yang dikembangkan Hari. Lebih jauh bisa dikatakan bahwa bisnis harus dijalankan dengan memberikan benefit yang besar bagi konsumen dan masyarakat luas, bukan keuntungan yang besar saja bagi pengusahanya. Jika konsumen merasakan benefit yang besar dari transaksi yang dilakukannya, berapa pun harga barang yang ditawarkan akan terasa wajar terdengar. Sebab, dengan cara seperti ini, konsumen merasa bukan hanya membeli barang, tetapi juga membayar untuk mendapatkan benefit yang kadang-kadang tidak bisa diukur dengan uang. Benefit bagi masyarakat luas bisa diartikan bahwa bisnis tersebut menyerap tenaga kerja yang banyak.

Kedua, bisnis harus dijalankan secara bisnis kendati terhadap keluarga sendiri. Hal ini terlihat sejak Hari berusia 18 tahun ketika baru mendirikan toko pertamanya yang bernama Mickey Mouse di Pasar Baru, Jakarta Pusat. Ketika itu, ia baru saja menikah dan diberi tempat oleh mertuanya untuk usaha. Hal yang sangat berarti telah ditanamkan oleh ayah dari istrinya bagaimana memandang bisnis. Pertama, bisnis tersebut harus dimulai dari kecil, dan kedua, segala perhitungan dengan ayahnya berlangsung seperti bisnis pada umumnya. Ajaran yang sederhana tetapi membuat Hari terpacu. Ketika itu, ia hanya diberi sebidang tempat, dan dalam beberapa bulan tempat itu harus dilunasinya. Jadi, bukan fasilitas gratis seperti sering kita dilakukan oleh sebagian orang lain sampai saat ini. Dengan begitu, ia bekerja keras untuk mengembalikan pinjamannya kepada ayahnya. Dan uniknya, Hari harus membangun bisnis di kawasan yang sebenarnya tidak begitu ramah ketika itu karena banyak gangster-nya. Jadi, kendati kepada anak atau kepada ayah sendiri, hubungan bisnis dilakukan secara bisnis. Tentu saja hubungan keluarga harus tetap berlangsung secara keluarga, kendati Hari tidak menceritakannya.

Ketiga, Hari memulai bisnisnya dari kecil, dan kemudian berkembang menjadi raksasa seperti sekarang. Bisnis yang kecil pada awalnya adalah sesuai dengan kemampuannya, dari sini ia belajar membesarkan bisnis.

Pengetahuan dan kemampuannya mengelola bisnis tumbuh bersama bisnisnya sehingga ia tetap bisa mengendalikan bisnis tersebut setelah menjadi raksasa beberapa puluh tahun kemudian. Dengan kata lain, seperti sering yang sering saya sebut sebagai konsep tumbuh dari bawah.

Mengendalikan bisnis yang besar sangat berbeda dengan mengelola usaha yang masih kecil. Karena itu, jika bisnis yang ditekuni "lebih besar" dari kemampuan pengelolanya, bisa dipastikan bisnis tersebut akan hancur. Ini yang sering disebut orang sebagai pengalaman. Coba bayangkan, seorang yang belum pernah bisnis dan tanpa sekolah bisnis pula, lalu diserahkan mengelola Matahari yang sudah raksasa itu?

\*Artikel ini pernah dimuat di harian sore SUARA PEMBARUAN tanggal 15 Agustus 2003



#### **HELMY "SIAPA BERANI" YAHYA SUKSES BISNIS SI RAJA KUIS**

Di tengah kesibukannya Helmy yahya masih menyempatkan diri menulis novel. Triwarsana perusahaan yang kini ditanganinya mungkin adalah Production House tersibuk di Indonesia, akhir tahun ini saja mereka akan menangani 30 program acara televisi.

Tampaknya sulit mencari orang yang tidak mengenal Helmy Yahya. Tokoh pengusaha muda yang akrab dengan dunia hiburan televisi, se-

*abreg* aktivitas kini ditekuninya. Namun kalau boleh memilih antara menjadi seorang *entertainer*, pembawa acara (MC), dosen, manajer, artis, penyanyi atau menjadi seorang pengusaha, Helmy yahya lebih suka jika orang mengenalnya sebagai seorang pengusaha. Karena menurutnya *tercebur*-nya ia ke dunia *entertainment* hanyalah sebuah kebetulan semata. Di tengah kesibukannya Helmy masih tercatat sebagai Dosen STAN (Sekolah Tinggi Akuntansi Negara) untuk mata kuliah Pemasaran, Teori Akuntansi, dan Etika Bisnis, pastilah menyenangkan menjadi salah seorang mahasiswanya. Menjadi dosen adalah salah satu komitmennya yang akan terus ia lakoni, "*Saya berasal dari dunia kampus, jadi saya tidak akan meninggalkannya,*" ujarnya.

Semua berawal dari sebuah pertunjukan musik di STAN, Helmy saat itu bersama teman-temannya mengundang Ireng Maulana. Tampaknya Ireng Maulana sangat terkesan dengan gaya Helmy mememanajementi pertunjukan tersebut, kebetulan saat itu Ireng Maulana All Stars adalah band pengisi acara "Berpacu Dalam Melodi" yang diasuh oleh Master of Quiz Indonesia Ibu Ani



Sumadi. Sejurus kemudian Helmy telah bergabung dengan Ani Sumadi Production, sepuluh tahun lamanya (kurun waktu 1989-1999) ia menimba ilmu dari Ibu Ani Sumadi, merasa dirinya harus lebih berkembang maka pada tahun 1999 ia memutuskan keluar dari Ani Sumadi Production, dan langsung mengibarkan bendera Joshua Enterprise dan Helmy Yahya Production House, keduanya kemudian dilebur dalam satu wadah Triwarsana yang merupakan perusahaan patungan antara Helmy Yahya, Joddy Suherman (ayah Joshua-red) dan Liem Sio Bok.

Redaksi Manajemen berhasil mewawancarai Helmy Yahya, setelah pengambilan gambar *Kuis Siapa Berani*. Wawancara berlangsung di dalam mobil pribadinya, karena satu jam kemudian ia harus menghadiri pertemuan dengan kliennya. Helmy memilih duduk di bangku depan, seolah ia tidak ingin tampak seperti seorang bos yang duduk di kursi belakang, dan tidak akan masuk ke mobil sebelum sang sopir membukakan pintu untuknya. Mobilnya sarat dengan tumpukan buku, sebakul penuh oleh-oleh dari kota kembang buah tangan peserta Kuis Siapa Berani. Di dalam mobil juga ada Reinhard Tawas wakil Helmy di Triwarsana yang dulu pernah dikenal sebagai komentator NBA Games di SCTV. Selanjutnya wawancara mengalir, dan Helmy yahya pun bertutur tentang perjalanan suksesnya.

Saya tidak pernah memimpikan keberhasilan ini, karena saya memimpikannya lebih berhasil dari ini, ha...ha..ha... Tidak, saya tidak pernah bermimpi, saya pikir hidup saya akan menjadi seorang professional seperti dokter atau insinyur, saya tidak pernah bermimpi untuk menjadi seorang *entertainer* atau memiliki perusahaan. Saya Cuma bermimpi untuk menjadi kaya. Cita-cita saya sebelumnya adalah menjadi seorang dokter, namun anehnya saya tidak pernah menempuh pendidikan yang seharusnya ditempuh untuk menjadi seorang dokter. Saya malah memilih akuntansi, karena pada saat itu saya harus mencari sekolah yang 'gratis' karena saya yakin kedua orang tua saya tidak akan pernah mampu membiayai sekolah saya. Oleh karena itu saya keluar dari IPB dan masuk STAN.

Saya menyikapi anggapan orang yang menganggap saya sekarang lebih tinggi dari kakak kandung saya Tantowi Yahya secara biasa-biasa saja, saya akui saya banyak belajar darinya. Kami sama-sama memulai dari nol, jadi saya pikir kita sama-sama mensyukuri apa-apa yang telah kami dapatkan. Sekarang mungkin saya sedikit lebih unggul dari Tanto, mungkin lain waktu kembali Tanto yang lebih unggul, bagi saya nggak ada masalah, wong bersaing dengan orang lain saja saya tidak ada masalah apalagi dengan kakak sendiri.

Saya bersyukur kepada kedua orang tua saya yang memungkinkan saya untuk meraih semua ini, ayah saya sudah meninggal dan ibu saya sudah tua dan sekarang sering sakit-sakitan. Kedua saya juga ingin mengucapkan terimakasih kepada istri saya tercinta, Harfansi Yahya, tanpa dukungan darinya saya tidak akan menjadi seperti sekarang, juga kepada ketiga anak saya.

Saya tidak pernah membuat pentahapan dalam mencapai apa yang kini saya dapatkan, saya bukan orang yang begitu *rigid* dan menyusun *planning*, filosofi saya mengalir saja, yang





penting saya berusaha untuk jalan terus, saya berusaha agar setiap hari ada sesuatu yang bertambah. Namun demikian saya tidak pernah terkejut dengan apa yang saya dapatkan, karena apa yang saya dapatkan adalah hasil dari sebuah proses, jadi saya tidak pernah mengenal apa yang dikatakan orang “*aji mumpung*” atau mendapatkan sesuatu dari sebuah ketidak sengaja. Walaupun menurut saya Kuis “Siapa Berani” itu merupakan sebuah *serendipity*, sebuah kebetulan yang kemudian menjadi sesuatu yang sangat luar biasa.

Masa-masa ketika saya hanya menjadi dosen di STAN dengan gaji yang sangat terbatas, dengan tiga orang anak adalah masa-masa yang sulit dalam perjalanan karir saya, saat-saat seperti inilah saya mendapatkan pelajaran kehidupan. Masa kecil saya sangat memprihatinkan, saya tidak pernah minum susu, tidak pernah mengenal sabun mandi, tidak pernah mengenal shampoo, baju pun seadanya, celana saya hanya dua hingga tiga potong saja, seringkali saya bermain dengan bertelanjang dada, tidak ada yang istimewa, saya lebih banyak belajar di jalanan. Itu juga yang dialami oleh keempat saudara saya yang lainnya termasuk Tanto, kehidupan yang sangat memprihatinkan inilah yang kemudian memotivasi kami untuk menggapai kesuksesan. Ayah kami senantiasa mengatakan, “*Jangan keduluan gaya daripada penghasilan.*” Jadi sebelum berhasil jangan gaya-gayaan dulu namun jika sudah sukses mau gaya apapun silakan saja. Satu lagi yang saya ingat, kedua orang tua kami adalah orang tua yang tidak dengan mudah akan memenuhi apa yang kami minta, mereka baru mau memberikan sesuatu, setelah kami anak-anaknya melakukan sesuatu untuk mendapatkannya. Kenyataannya pahit di masa lalu inilah yang kemudian menjadi semacam bekal untuk menghadapi keadaan sesulit apapun, dan saya selalu mengatakan apa yang saja dapatkan sekarang adalah akumulasi dari kerja keras dan keprihatinan yang telah saya lalui selama ini.

Dari setiap kegagalan saya selalu dapat menarik pelajaran darinya, seperti ketika banyak orang yang mengatakan Film “Joshua oh Joshua” gagal, namun menurut saya tidak. Karena ternyata ketika film itu ditayangkan di televisi pada malam tahun baru ratingnya 17, dan itu adalah rating tertinggi, lebih tinggi dari acara yang dikemas secara khusus dengan biaya yang tinggi pada malam yang sama. Produser film Joshua oh Joshua masih kerap menghubungi kami, namun kami sendiri yang merasa *kapok*. Karena kita harus tahu diri, karena di film terlalu banyak menyita waktu. Dan pada awalnya ketika kami menggarap film itu tak lain sebagai bentuk apresiasi kami kepada perfilman nasional, itu saja.

Saya selalu bersiap diri untuk mengantisipasi kegagalan, bersiap diri untuk menghindari kegagalan. Misalnya saya ditunjuk untuk membawakan acara yang sama sekali baru bagi saya, tentunya akan menyebabkan rasa *nervous*, dan untuk menghilangkan rasa itu saya mempersiapkan diri. Contoh lainnya ketika saya beberapa saat yang lalu ditantang oleh Renny Jayusman untuk menyanyikan lagu-lagu rock di Hard Rock Café, jujur saya akui ini adalah sesuatu yang baru bagi saya, dan jika selama ini saya kerap menantang orang di Kuis Siapa Berani, lalu mengapa saya harus mundur jika saya mendapatkan tantangan. Saat itu ada rasa



takut di diri saya jika saya akan gagal. Bahkan Tanto marah besar kepada saya ketika saya menerima tantangan itu, bagi Tanto buat apa saya mempertaruhkan reputasi saya untuk hal yang menurut Tanto tidak patut untuk dilaksanakan. Menurut saya satu-satunya menjawab tantangan itu adalah dengan mempersiapkan diri, bukan malah lari, dan *Alhamdulillah* saya berhasil, setelah pertunjukan itu saya berhasil mendapatkan kontrak, saya langsung kontrak untuk rekaman, saya juga mendapatkan kontrak untuk sebuah acara musik di televisi.

Kita membutuhkan tantangan untuk membuat diri kita menjadi lebih baik, dan jika Anda dihadapkan pada sebuah tantangan jangan mengelak dari tantangan itu, namun cobalah sekeras mungkin untuk menjawab tantangan itu, belajar dan berlatihlah secara terus menerus, dan ini yang saya lakukan.

Jika Tanto dikenal pertama kali lewat Kuis Gita Remaja, maka saya dikenal oleh khalayak luas lewat Kuis Siapa Berani, walaupun sebelumnya saya juga telah terlibat dalam banyak acara olahraga seperti NBA Games. Pengalaman saya membawa acara olahraga juga menarik, karena di sana saya bersama dengan Agus Maulo dan Reinhard Tawas seperti membawa genre baru. Karena kami membawakan acara olahraga tersebut dengan emosi yang baru, kami biasa berteriak, atau melakukan hal lainnya yang tidak pernah kita temui pada acara serupa di waktu-waktu sebelumnya. Saya juga sempat mendapatkan kritik, karena saya berbicara dengan speed yang tidak wajar, namun saya bilang kepada mereka inilah sport, inilah basket ball semuanya berlangsung cepat. Dan Anda lihat sekarang hampir semua pembawa acara olahraga telah berubah, saya senang jika saya bisa membawa sebuah perubahan.

Saya juga butuh sekali tim yang baik untuk mendukung karir saya dan tentunya untuk kepentingan Triwarsana. Saat ini Triwarsana telah menangani 17 program acara televisi, dan di akhir tahun nanti *Insyah ALLAH* akan menjadi 30 program acara. Karena bagi kami melakukan semua ini adalah tuntutan agar kami dapat terus berkembang, dan saya tidak pernah ambil pusing jika ada orang yang kemudian menganggap saya *greedy*. Tim saya kini berjumlah 70-an orang. Anda bayangkan setiap program setidaknya harus ditangani oleh 5-6 orang, ini artinya tim saya telah bekerja dengan baik. *Alhamdulillah* saya tidak pernah dibuat pusing atau frustrasi memikirkan segala sesuatunya agar dapat berjalan seperti yang kami harapkan, karena saya percaya tim saya sangat mengetahui apa yang mereka lakukan. Kepercayaan adalah kata kuncinya, dan saya bersyukur seluruh tim saya adalah anak-anak muda yang dapat dipercaya, dan mereka bekerja selama 24 jam, mereka juga melakukan hal ini dengan hati yang tulus, mungkin saya telah menginspirasi mereka. Uniknyanya tidak ada satu pun dari anggota tim saya yang berlatar belakang dunia broadcast, termasuk saya yang berasal dari disiplin ilmu akuntansi, namun karena kita telah komitmen untuk terus belajar maka kami sebagai *team work* dapat dikatakan berhasil. Tidak berlebihan jika kemudian saya mengatakan, "Jika Anda ingin menyaksikan secara langsung the magic of team work lihatlah bagaimana kami bekerja."

Saya baru bisa tidur jam 12 malam. Biasanya saya menyempatkan diri untuk berenang sebentar antara 10 hingga 15 menit, bagi saya saat seperti ini adalah saat saya dapat melakukan relaksasi, sehingga kepenatan seharian bisa saya tuntaskan. Setelah itu saya lanjutkan dengan membaca buku. Aktivitas saja buka dengan melaksanakan Shalat Subuh. Jam 8 pagi saya harus sudah berada di Indosiar untuk Kuis Siapa Berani. Anda bayangkan dengan 17 program acara, kadang saya harus menyusun waktu sedemikian rupa agar saya bisa menyaksikan proses pengambilan gambar dari ke-17 program tersebut. Belum lagi dengan 6-7 kali *meeting* dalam seharinya. Malam harinya saya juga kerap didaulat untuk menjadi MC pada acara-acara tertentu. Dan saya bersyukur masih dapat mengaturnya dengan baik, sehingga tidak ada satupun yang tertinggal, terutama perhatian saya kepada keluarga saya, bagi saya ini adalah prioritas.



### MARIMUTU SINIVASAN

Marimutu Sinivasan lahir di Medan, Sumatra Utara, 17 Desember 1937. Di kota itulah pria keturunan Tamil India ini menempuh pendidikan dasar hingga universitas. Tetapi, ia tidak lama duduk di bangku kuliah Universitas Islam Sumatra Utara, karena keburu bekerja di sebuah perusahaan perkebunan. Tidak lama di sana, kemudian ia terjun ke dunia bisnis. "Saya merasa tidak cocok jadi pegawai," katanya.

Kakek enam cucu ini mulai berbisnis tekstil pada 1958. Dua tahun kemudian ia pindah ke Jakarta. Pada 1962 ia membuka pabrik pembuatan polekat--bahan sarung--yang pertama di Jakarta. Kemudian pada 1967 ia bisa mendirikan perusahaan batik dan selanjutnya membuka pabrik penyelupan. Pada 1972, Sinivasan membeli pabrik batik di Batu, Jawa Timur.

Pada 1977 ia membangun pabrik poliester di Semarang, selanjutnya pada 1985-1986 ia membangun pabrik polimer lagi. Setahun berikutnya, ia membangun pabrik garmen di Ungaran--sekarang dikelola adiknya, Marimutu Manimaren. Kawasan pabrik Texmaco seluas 1.000 hektare di Subang, Jawa Barat, lengkap dengan sekolah politeknik mesin, diresmikan oleh menteri perindustrian waktu itu, Ir. Hartarto.

Di Serang pulalah pabrik alat berat dan mesin Texmaco dipusatkan. Salah satu produknya, truk Perkasa, dipesan 800 unit oleh TNI. Di Karawang, sebelah timur Jakarta, Texmaco juga membangun kompleks pabrik tekstil seluas 250-an hektare. Produk tekstilnya, merek Simfoni dan Texana, dikenal luas, selain untuk kebutuhan dalam negeri juga banyak dipesan beberapa perusahaan terkenal, seperti Mark & Spencer dari Inggris atau Tomy Helfinger dari Amerika Serikat.



Sinivasan memang termasuk salah seorang pengusaha nasional yang sangat sukses. Penggemar membaca ini masih menempati rumah kontrakan di Jalan Pasuruan 4 Menteng, Jakarta Pusat. Rumah bertingkat dua itu ditinggalinya bersama istrinya. Sementara itu, rumahnya sendiri di Jalan Tulungagung, tak jauh dari rumah kontrakannya, tidak ditempati. Tidak jelas apa alasannya. Di garasi rumah yang lumayan besar itu, terparkir tiga Mercedes Benz tipe 300 E dan satu BMW seri 740 iL. Sinivasan lebih suka mengendarai Volvo 960 hitam nomor B1142NO ketimbang empat mobil lainnya itu.

Ada kebiasaan menarik dari keseharian Sinivasan: ia harus tidur minimal enam jam sehari. "Kalau kurang tidur, konsentrasi saya menurun," katanya. Rupanya, kebiasaan itu sudah "bawaan" sejak remaja. Bahkan, dulu lebih dahsyat lagi. Lelaki yang kini memimpin 30-an perusahaan ini biasa tidur sampai delapan jam sehari. Toh, ia tidak pernah kekurangan waktu untuk menyelesaikan pekerjaannya. "Kuncinya adalah memanfaatkan jam kerja sebaik mungkin," katanya. Pukul 7.30, ia sudah asyik di ruang kerja dan baru pulang setelah larut malam.

Berbagai predikat negatif sudah diberikan kepadanya. Sebut saja pengusaha hitam, pengusaha edan, tukang suap, kriminal, pendiri pabrik rongsokan, dan sebagainya. Tapi, Marimutu Sinivasan, CEO Texmaco Group tampak tetap tegar. Dia tidak terlalu ambil pusing atas berbagai penilaian itu. Karena dia merasa apa yang dia buat adalah untuk kepentingan bangsa dan negara. Sinivasan berobsesi membangun industri enjiniring demi kemajuan bangsa dan negara. Pengusaha yang tak sempat main golf dan tenis ini yakin, suatu saat, bisnis enjiniring yang dibangunnya akan menjadi andalan.

Industri enjiniring, khususnya otomotif di tanah **iir** adalah *killing field*. Manakala Indonesia ingin membangun industri otomotif nasional selalu dibantai. Seperti halnya sedan Timor yang sempat menurunkan harga mobil, tapi dibantai kiri-kanan. Meski ladang pembantaian, Sinivasan tak surut. Jika Jepang dan Korsel mampu mandiri dalam bidang industri barang modal dan otomotif, Indonesia juga bisa. Indonesia tak perlu inferior. "Bung Karno bilang, kita bukan bangsa tempe, dan saya ingin mewujudkan kebenaran pandangan itu," ujar ayah enam anak yang merintis usaha dari nol sejak 39 tahun silam. Tanpa tedeng aling-alang, pengusaha yang tetap tampak energik itu menanggapi berbagai penilaian buruk kepadanya.

Utang Texmaco yang berjumlah Rp 16,5 triliun itu, awalnya sekitar Rp 7 triliun. Karena pinjaman diperoleh dalam dolar pada kurs Rp 2.400 per dolar AS. Waktu itu, bunga pinjaman dolar sekitar 11 persen, sedang rupiah sekitar 22 persen.

Ketika terjadi krisis ekonomi, sebagian pinjaman dolar ditukar pada kurs Rp 10.000 dan Rp 12.000 oleh bank kreditor. Dengan melemahnya nilai rupiah, maka utang Texmaco membengkak menjadi Rp 16,5 triliun. Kredit itu berjangka waktu 7-8 tahun. Tapi, konsultan, yang ditunjuk oleh



BPPN, menilai bahwa kredit ini dapat dibayar kembali dalam waktu 11 tahun. Acuan restrukturisasi adalah cash flow perusahaan. Semua aset Texmaco sudah diserahkan ke BPPN.

Marimutu merasa heran kenapa ada yang mengaku pengamat ekonomi terlalu memandang negatif terhadap Texmaco. Namun dia mengagumi ekonom senior seperti Sumitro Djojohadikusum, Mohammad Sadli, Frans Seda, dan Emil Salim. Karena komentar mereka tentang suatu masalah ekonomi bersih dari unsur kepentingan. Kedekatan dengan Pak Harto dan BJ Habibie. Bahkan bisa merebut simpati Gus Dur dan Megawati. Marimutu tidak merasa ada perlakuan khusus dari para pemimpin itu. “Kalau saya diberi hak monopoli, kemudahan mendapat dana, pembebasan dari proses hukum, dan sebagainya, itu baru namanya perlakuan khusus,” katanya. Tapi, silakan teliti, mana ada bisnis tekstil yang monopoli? Begitu memasuki bisnis enjiniring, apakah Texmaco meminta hak monopoli? “Kami memasuki bisnis dengan kesadaran penuh untuk menghadapi persaingan dan pasar bebas,” ujarnya. Mengenai kedekatan dengan Soeharto? Apakah Texmaco mendapat hak monopoli selama 32 tahun seperti sejumlah perusahaan milik konglomerat tertentu?

“Saya mendapatkan kredit lewat prosedur biasa. Tidak ada unsur KKN dalam proses mendapatkan kredit. Toh, selain dari Bank domestik, Texmaco mendapat pinjaman sekitar 1,3 miliar dollar AS dari lembaga keuangan asing. Pinjaman dari lembaga keuangan asing itu tak bisa diperoleh dengan KKN, tapi berdasarkan pertimbangan bisnis murni,” tegasnya. Sebelum krisis, 1997, Texmaco sudah menjadi nasabah BNI selama lebih dari 30 tahun. Selama kurun waktu itu, tidak pernah terjadi *default* pembayaran bunga maupun angsuran. Bahkan Texmaco membayar kembali 500 juta dollar AS kreditnya kepada BNI dan BRI. Setelah pengembalian uang tersebut, Texmaco memasuki bidang enjiniring dengan mengajukan 1 miliar dolar AS kredit untuk enjiniring dari BNI, BRI dan beberapa bank lainnya dalam suatu konsorsium. Permohonan itu disetujui karena track-record Texmaco dinilai patut dan layak menerima kredit tersebut.

Texmaco hanya mendapatkan penjadwalan ulang. Itu wajar, karena sesuai dengan skala usaha Texmaco dan hasil *due diligence* pihak ketiga. Lagi pula, sebelum krisis, Texmaco mendapat *grace period* sekitar dua tahun dan pembayaran kembali 5-6 tahun. Selain itu, pemerintah kini menguasai 70 persen Texmaco (Newco). Pihak BPPN sudah menjelaskan, porsi kepemilikan 70 – 30 persen di Newco di maksudkan untuk memberikan voting rights kepada pemerintah dalam mengamankan aset-aset Texmaco. Dengan menguasai mayoritas, maka tak ada penjualan aset Texmaco yang diluar persetujuan BPPN. Pola restrukturisasi utang Texmaco lebih tepat disebut *rescheduling* atau penjadwalan ulang. Bukan *debt to equity swap*. Dan itu sangat wajar, mengingat krisis ekonomi yang begitu dalam – yang antara lain disebabkan oleh kebijakan pemerintah – melipatgandakan jumlah utang.



Dengan penjadwalan ulang, utang tetap utang, dan untuk melunasi utang itu diterbitkan *exchangeable bonds*.

Kwik Kian Gie saat menjabat Menko Ekuin pernah menudingnya dengan kata pengusaha hitam. Marimutu menanggapinya dingin. Menurutnya, kata pengusaha hitam itu lebih berkonotasi rasial. “Apa karena kulit saya ini hitam, maka dibilang pengusaha hitam? Mereka kerap menyebut saya pengusaha keturunan India. Padahal, saya sudah generasi ketiga di Indonesia dan sungguh-sungguh merasa sebagai orang Indonesia. tak mode lagi kita bicara soal SARA. Pengusaha hitam dalam arti moral, saya tak mengerti. Karena kita tak bisa dengan mudah menilai moral seorang, apalagi hanya berdasarkan isu,” katanya.

Texmaco dinilai piawai dalam melobi sehingga selalu *survive* dalam setiap rezim, mulai dari rezim Soeharto, Habibie, Gus Dur hingga Megawati.

“Kalau kami jago melobi, maka takkan ada pers yang ngerjain Texmaco. Saya akan melobi konglomerat pers, Jakob Oetama, dan para pimpinan media massa terkemuka di negeri ini,” kata Sinivasan. Dia pun mengingatkan kata-kata Goobels, menteri penerangan dan propaganda masa Hitler. Goobels bilang, kebohongan yang digulirkan terus menerus, suatu saat, akan dirasakan sebagai kebenaran. Begitu juga berita bohong tentang Texmaco.

Pabrik enjiniring Texmaco dibilang barang rongsokan. Stir dan rem truk Perkasa diisukan berkualitas jelek. Mereka tak paham atau pura-pura tak paham bahwa truk Perkasa menggunakan rem angin atau *air brakes* dan stirnya sudah menggunakan *power steering*, dan semua menggunakan lisensi dari jerman dan Inggris. Truk Perkasa sudah masuk kategori Euro I dilihat dari emisi gasnya, dan pada tahun depan menjadi Euro II. Banyak truk dan kendaraan di Indonesia saat ini masih belum masuk Euro I dalam hal polusinya.

“Mereka menyebut saya tukang suap. Ada juga berita yang menyebutkan, Rizal Ramli itu konsultan Texmaco dan [Taufik Kiemas pernah menjadi komisaris Texmaco](#). Sejumlah media terus-menerus menghembus isu pengusaha hitam. Malah sebuah majalah berita mingguan dalam opininya menyatakan, Sinivasan adalah kriminal. Perlu ada poster ‘wanted’ lengkap dengan foto yang disebar ke seluruh pelosok negeri.

Opini media itu menyatakan saya tak kooperatif. Padahal, tak pernah satu kalipun saya menolak panggilan Kejaksaan. Dan saya juga tak meminta pengampunan utang. Utang bukan dosa, dan kami bersedia membayar semua utang itu. Itu semua adalah *trial by the press* yang dilakukan dengan sistematis oleh pers yang berkolaborasi dengan kelompok kepentingan tertentu yang menghendaki Texmaco hancur.

Sejak muda, saya sangat terkesan dengan pemikiran para *founding father* kita. Bung Karno berupaya membangkitkan harga diri bangsa dengan menancapkan pandangan bahwa “ kita bukan bangsa tempe “. Bung Hatta menekankan pentingnya upaya meningkatkan kemampuan



ekonomi rakyat, antara lain, lewat koperasi. Sedang Bung Sjahrir mengemukakan pentingnya industrialisasi, modernisasi, dan mekanisasi mulai dari desa-desa. Saya berupaya melaksanakan gagasan para *founding father* dengan mengembangkan *intellectual capital* serta membangun industri engineering terpadu. Saat ini, ada sekitar 3.000 sarjana yang bekerja di Texmaco. Para sarjana itu mampu mendesain, membuat mesin-mesin yang digerakkan oleh komputer yang seluruh produk elektroniknya dirancang dan dibangun di Indonesia. Mereka bisa membuat 80 persen mesin industri otomotif, traktor, diesel, transmisi, industri tekstil, alat-alat industri baja dan sebagainya. Semua itu dikerjakan putra Indonesia. Mungkin hanya sekitar 20 persen komponen yang masih diimpor.

Berapa besar aset intelektual yang sudah diciptakan Texmaco? Mereka mampu membuat mesin tekstil, mesin perkakas berstandar dunia, dan rancang bangun. Kini mereka juga mulai membuat aneka mesin, komponen otomotif, motor, traktor, truk, hingga mobil penumpang. Inilah *intangible assets* atau aset maya yang tak ternilai harganya.



#### MOORYATI SOEDIBYO

#### KETEKUNAN KERJA PENJUAL JAMU

Soediby, kelahiran Sleman. Yogyakarta, sarjana tekstil pensiunan pejabat tinggi departemen perindustrian. Sedang istrinya, yang mungkin lebih banyak diketahui, cucu Raja Surakarta Susuhunan Paku Buwono X. Pribadi mandiri yang sejak usia tiga tahun telah digembleng neneknya, tinggal bersama di Keputren Keraton. Sebagai wanita pengusaha, Mooryati adalah produsen berbagai ragam jamu dan kosmetika tradisonal, plus sekian banyak usaha bisnis lainnya.

Mooryati sangat bersemangat dalam memajukan usahanya. Sesuatu yang wajar. Bahkan sesungguhnya harus menjadi jati diri setiap pengusaha. Apalagi karena sifat bisnisnya sebuah produk, menjadi tidak relevan tuduhan menerima fasilitas. Sebab dalam hal ini, tingkat keberhasilan justru akan tergantung kepada penerimaan masyarakat pengguna produknya. Sekalipun menikmati fasilitas berlimpah, banyak produk sejenis juga bertebaran di masyarakat. Pandangan masyarakat menjadi batu ujian, kualitas produknya baik atau jelek, punya daya saing atau tidak.

Ada ungkapan klasik. Nabi tidak dikenal di kampungnya sendiri. Tahun lalu. Mooryati meraih penghargaan dari The Asian Institute of Management (AIM) di Manila. Philipina. Mooryati terpilih selaku seorang wanita pengusaha. Asia yang berhasil menerapkan prinsip manajemen modern (meski produknya tradisonal) dalam bisnis. Penghargaan ini membuktikan, sebagai



wanita pengusaha, lewat penilaian para ahli manajemen Asia, Mooryati terbukti telah berada di jalur yang benar.”

Mooryati sekarang ini paling tidak tercatat sebagai direktur utama dari empat perusahaan raksasa. Bisnis utamanya, produsen jamu dan kosmetika tradisional, tetap menjadi andalan. Alumni jurusan bahasa Inggris. Universitas Saraswati Solo dan pemilik ijazah tingkat V Alliance Francaise ini, pada kenyataannya juga memimpin perusahaan yang bergerak dalam bidang gedung perkantoran serta hotel berbintang. Malahan bulan lalu, di tengah kinerja berbagai bank merosot, Mooryati malahan menguasai sebuah bank papan atas. “Ah...tapi bank tersebut tidak saya beli sendirian. Saya tetap hanya dodol jamu, berjualan jamu saja,” katanya berkilah.

Roma memang tidak dibangun dalam sehari. Demikian pula kerajaan bisnis Mooryati tidak tercipta dalam sekejap. Segala macam sukses pada hari ini, bertolak belakang dengan suasana ketika pertengahan tahun 1973 Mooryati dengan modal Rp. 25.000,- merintis bisnis dengan meramu sendiri minuman beras kencur di garasi rumah, bersama dua orang pembantunya. “Saya sengaja membikin beras kencur, karena paling gampang. Bisa dikerjakan malam hari, paginya langsung saya bawa ke arisan atau ditawarkan dari rumah ke rumah...”.

Untuk menjamin mutu, bahan bakunya dibeli dari Solo, Jawa Tengah. Masa itu Mooryati harus pulang balik Jakarta-Solo sekali seminggu naik bis malam, karena modal terbatas. Dia juga harus membawa uang kontan, karena para penjual bahan (jamu) belum mengenalnya. “Semuanya saya jalani dengan ikhlas...”.

Ketekunannya berusaha bisa menjadi teladan. Tanpa menyerah, Mooryati secara cermat terus mengembangkan industrinya, terus memperluas pasar dan menapak ke atas. Dua tahun setelah produk beras kencurnya dimasyarakatkan, dengan pembantu berkembang menjadi sepuluh orang, produknya berjumlah enam macam. Tetapi baru setelah lima tahun berjalan, dengan karyawan sekitar 50 orang, produksinya mulai masuk ke salon-salon kecantikan.

Berkembangnya produksi penyebab munculnya konflik situasi. Para karyawannya harus bekerja sampai malam, mereka ikut tidur di rumah pribadinya yang sempit di Jalan Sawo. “Privacy keluarga mulai terganggu.” Di setiap tempat banyak tumpukan botol atau bahan mentah jamu berserakan, di segala sudut rumah ada orang bekerja. Maka saya segera putuskan, membikin pabrik di Ciracas. Diresmikan pada tanggal 8 April 1987 oleh Menteri Kesehatan Soewardjono Soeryaningrat..”

Berbareng dengan tumbuhnya kesadaran untuk kembali ke alam, jamu dan kosmetika tradisional buatan Mooryati mulai berkembang pesat. Produksinya tidak hanya dikonsumsi oleh masyarakat setempat, namun juga telah diterima luas sejak dari Jepang sampai negara-negara di Timur Tengah. Jamu tradisional tidak lagi sekedar hanya merupakan industri rumah tangga, melainkan sudah tumbuh menjadi industri sekaligus eksportir raksasa.





Lahir di Solo pada tanggal 5 Januari 1928, usianya yang sudah mulai senja sama sekali tidak pernah menyurutkan langkahnya. Mooryati masih selalu tangkas, setangkas tokoh wayang Srikandi idamannya. Apa resepnya meraih keberhasilan?

Matanya langsung bersinar. Cepat sekali jawaban Mooryati, "Singkat saja, tekun dan sabar. Kalau itu bisa dihayati, semua impian akhirnya pasti terwujudkan...".

## **SUKAMDANI SAHID G SI RAJA HOTEL YANG AMBISIUS**

Siapakah raja properti sektor perhotelan di Indonesia? Secara spontan niscaya orang akan menjawab: Sukamdani Sahid Gitosardjono. Ya, meskipun Sukamdani baru saja melepaskan jabatan sebagai direktur utama PT Hotel Sahid Jaya Internasional (HSJI) dan mempercayakan jabatan itu kini kepada mantan Dirut PT Telkom Setyanto P. Santosa, namun tak pantas disangkal Sukamdani tetap pantas dijuluki raja hotel di negeri ini. Lelaki berperawakan tegap dan murah senyum ini kini mempunyai 2.350 kamar hotel. Jaringan hotelnya berjejer mulai dari Lampung sampai Sorong di Irian Jaya. Dan, setelah dua hotelnya yang baru di Senggigi Lombok dan Ujung Pandang selesai, lengkap sudah 2.750 kamar jaringan bisnis hotel Sukamdani. Jumlahnya menjadi 14 hotel, mulai dari bintang tiga sampai bintang lima berlian.

Tak hanya itu. Masih banyak ambisi pengusaha nasional itu di bidang properti. Berdekatan dengan markas besar bisnisnya di Hotel Sahid Jaya & Tower sekarang, segera pula dibangun Grand Sahid Plaza. Hotel bertaraf internasional dengan jumlah lantai 50 itu akan menjadi hotel tertinggi di Indonesia. Belum lagi dua menara Apartemen Istana Sahid, 26 lantai, yang tampak makin mentereng. Hotel dan apartemen itu adalah tiang dari suatu proyek raksasa yang lebih besar: Superblok Sahid. Tak hanya di Jakarta di Ujung Pandang pun Sukamdani tengah menyiapkan superblok pertama di luar Jawa. Di kota ini ia bekerja sama dengan konglomerat Yusuf Kalla.

Begitu proyek-proyek besar Grup Sahid terselesaikan semuanya, akan mengukuhkan Sukamdani sebagai salah seorang raja properti negeri ini. Apalagi, khusus di bidang manajemen hotel, Sukamdani berambisi merambah pasar manajemen hotel di luar negeri. Adalah Sukamdani juga yang gusar, hotel-hotel di Indonesia dikelola oleh manajemen asing, padahal hotel itu dibangun dengan dana dari dalam negeri. Lebih dari 30 hotel ditangani oleh manajemen asing. Kita ini sebagai bangsa bagaimana? Ungkap Sukamdani dengan nada tinggi.

Kita mempunyai modal. Pertama, semangat sebagai bangsa. Kedua, kita sudah punya aset milik sendiri 14 hotel (dari hotel bintang 3 sampai 5 berlian). Ketiga, kita sudah punya organisasi dan pengalaman dalam *me-manage* hotel. Keempat, kita punya kepercayaan dari masyarakat. Kelima, kita punya akses pasar baik di dalam maupun luar negeri. Kita sudah 30 tahun *me-mange*- hotel. Dengan pengalaman itu kan kita sudah punya akses pasar.



Untuk itu, kita juga punya orang-orang yang mampu me-*manage* hotel. Dari 12 hotel yang sekarang ada, yang menyewa tenaga asing hanya Sahid Jaya Hotel. Hotel kita yang lainnya adalah orang Indonesia. Mereka memulai karier, bahkan ada yang dari *doorman*, *office boy* dan *room boy*, kini banyak yang sudah jadi general manager.

Sukamdani lahir di Solo, 14 Maret 1928. Masa kecilnya dijalani di Sukoharjo, Solo. Ketika Sukamdani kecil, kehidupan orangtuanya prihatin. Bapaknya R. Sahid Djogosentono membuka usaha jahitan. Sedang ibunya membuka warung kecil-kecilan yang menjual makanan kecil. Dalam usia 8 tahun, Sukamdani sudah membantu kedua orang tuanya mencari nafkah. Selain membantu bapaknya, ia juga membantu ibunya berjualan. “Untuk menyiapkan keperluan barang dagangan, saya ke pasar berbelanja membeli sabun, teh, rokok, pisang dan kelapa,” cerita Sukamdani. Tiap kali dagangan laku, ibunya memberi persenan. Uang itu ditabung. Kalau sudah banyak Sukamdani membeli ayam. “Kalau ayam sudah banyak, saya jual lalu dibelikan kambing. Setelah kambing saya banyak, saya jual untuk beli kerbau,” kenangnya. Di saat liburan Sekolah Sukamdani membantu menuai padi di sawah.

Tahun 1952, Sukamdani muda merantau ke Jakarta untuk memperbaiki nasib, Waktu turun dari kereta api di Stasiun Gambir, modalnya hanyalah sebuah kopor dan sebuah sepeda. Ia sempat bekerja di Depdagri. Tapi dengan pertimbangan penghasilan, lalu keluar dan bekerja di percetakan NV Harapan Masa. Dengan penghasilan yang pas-pasan, Sukamdani berani menikah dengan Juliah, kekasihnya waktu di Solo. Pasangan itu menyewa rumah berdinding gedeg. Kamarnya hanya satu berukuran 3 x 3.

Karena keuletannya, apalagi setelah membuka usaha percetakan sendiri, Sukamdani berhasil membeli tanah di tempat ia menyewa rumah itu. Dan, tanah itu, tak lain adalah tempat berdirinya Hotel Sahid Jaya sekarang di Jalan Sudirman. “Dulu rumah saya di sini,” kenang Sukamdani.

Kerja keras dan keuletan akhirnya mengantarkannya sebagai raja properti perhotelan. Selain bisnis, Sukamdani aktif di berbagai organisasi. Ia juga penerima 15 tanda jasa dan bintang kehormatan, dari pemerintah RI maupun dari negara sahabat.



## Bagaimana Cara Menghasilkan Uang Melalui Internet ?

Pertama-tama Anda harus mempunyai keyakinan bahwa internet bisa menghasilkan penghasilan yang melimpah bagi anda. Anda harus yakin akan hal ini. Keyakinan inilah yang mendorong anda untuk tetap berusaha ...tetap bertahan...tetap maju, di kala anda mengalami hambatan. Sekali lagi, anda harus mempunyai semangat yang berkobar-kobar untuk dapat mewujudkan impian anda.

Tetapi, ada sedikit kabar buruk untuk anda. Di saat anda dapat menerima berjuta-juta informasi dari internet, anda akan memerlukan waktu berbulan-bulan dan bahkan perut anda akan mual dan kepala anda akan pusing, karena banyaknya informasi yang anda peroleh. Anda harus memilah-milah dan menyaring berjuta-juta informasi yang anda peroleh.

Daripada pusing-pusing, saya punya saran ...

**Manfaatkan [www.BisnisKonglomerat.Com](http://www.BisnisKonglomerat.Com) sebagai pijakan awal di dalam memulai bisnis anda, dalam rangka memperoleh penghasilan yang melimpah dari internet.**

Melalui BisnisKonglomerat.Com, anda akan dapat memulai bisnis di internet, anda akan belajar bagaimana meraih penghasilan melimpah dari internet. Dan, saya punya kabar yang luar biasa, **saat ini...** di saat anda membaca e-book ini, **tanpa anda sadari, anda telah mempunyai fasilitas yang memadai untuk memulai bisnis di internet.**

Kaget.....?? Saya senang kalau anda kaget...

Lalu, fasilitas apa saja yang telah anda punyai saat ini? Sebelum saya jawab pertanyaan ini, ada baiknya akan saya jelaskan terlebih dahulu, bagaimana anda dapat memulai bisnis di internet, konsep dasar dari bisnis di internet, dan bagaimana konsep ini dapat bekerja.



## Menjual Informasi – Profesi Menjanjikan di Era Informasi

Konsep yang saya pakai, adalah menjual informasi melalui internet. “ Menjual informasi melalui internet ? Jangan becanda?? “ begitu respon anda. “Lalu bagaimana caranya?” tanya anda sambil terus menyimpan rasa tidak percaya.

**Ok, lantas bagaimana caranya ?**

Anda bisa menjalankan sebuah bisnis dengan :

- Satu jam kerja sehari
- Modal jauh lebih kecil
- Tanpa banyak tugas kerja
- Tanpa sewa ruang kerja
- Tanpa perlu pegawai
- Dan tanpa menghadapi resiko seperti layaknya bisnis konvensional
- Profit melampaui 1500% dalam waktu yang relatif singkat

Mungkin anda berpikir saya ini gila, mana ada bisnis seperti itu? Namun saya bisa menjawab **“Ada! Yaitu Menjual Informasi melalui Internet !”**

Ini adalah salah satu peluang bisnis terbaru yang bisa anda jadikan profesi kedua jika anda tidak mau meninggalkan pekerjaan utama anda di dunia kerja konvensional.

### Keunggulan Bisnis Menjual Informasi di Internet

Suatu pagi saya terbangun, saya langsung mengaktifkan komputer, tersambung ke internet dan saya akses rekening saya di klikBCA. Saya perhatikan saldonya... saya bergumam, “Hmm saldoku hari ini 400 ribu lebih banyak dari kemarin.”

**Luar Biasa... dan lebih luar biasa lagi, hal ini terjadi setiap hari...**

Ini adalah mimpi yang sangat indah... eit... tapi ini bukan mimpi lagi. **Ini adalah mimpi indah yang telah menjadi kenyataan.** Saya yakin, anda pun pernah mempunyai mimpi indah seperti ini, tapi... mimpi indah anda belum menjadi kenyataan. Itulah bedanya saya dengan anda. Mimpi indah saya telah menjadi kenyataan, karena **saya tahu cara mewujudkannya**, yaitu dengan cara menjual informasi melalui internet.

Berikut ini adalah beberapa keunggulan bisnis online dengan menjual informasi melalui internet :

1. **Modal yang anda perlukan sangat kecil.** Relatif kecil dibandingkan bisnis konvensional manapun.
2. **Bisa anda operasikan sendiri.** Karena seluruh sistem telah dipersiapkan untuk berjalan secara otomatis, tugas kerja anda menjadi semakin sedikit. Artinya, anda bisa melakukan ini tanpa perlu merekrut pegawai



3. **Produk informasi menghasilkan profit tanpa henti.** Dengan bantuan internet dan reseller, anda bisa menjalankan bisnis ini tanpa henti.
4. **Waktu operasional jauh lebih sedikit** Anda tidak perlu menggunakan 8 jam dalam sehari jika anda tidak suka. Cukup gunakan 1-2 jam per hari untuk mengurus bisnis ini.
5. **Pengiriman produk ke konsumen secepat kilat.** Tidak membutuhkan waktu sehari-hari untuk menunggu kiriman
6. **Anda tidak membutuhkan inventaris mahal,** cukup dengan satu komputer yang terhubung dengan internet, meja, kursi dan alat tulis.
7. **Bisa anda jalankan kapan saja.** Jika anda harus 'bekerja paksa' di siang hari, anda bisa jalankan bisnis ini saat malam hari.
8. **Bebas dari pajak dan pungutan liar.** Bercanda? Tidak! Orang pajak tidak akan menjangkau bisnis model begini.
9. **Bisa dioperasikan dari mana saja.** Di manapun anda berada, yang dibutuhkan hanyalah akses internet untuk menjalankan bisnis anda.
10. **Bebas dari iklim politik.** Tidak peduli kondisi politik saat ini, anda bisa menjalankan bisnis.
11. **Bebas dari kondisi cuaca dan lalu lintas.** Kemacetan lalu lintas biasanya menghambat kemajuan bisnis konvensional, namun tidak untuk bisnis model ini.
12. **Pasar yang sudah menunggu di luar sana.** Anda tinggal mencarinya dan membuatkan produk informasi yang dibutuhkan mereka.
13. **Bebas dari birokrasi perijinan.** Anda bisa langsung berkonsentrasi pada produk dan bagaimana cara pemasarannya. Lupakan birokrasi yang hanya merepotkan anda.
14. **Tidak membutuhkan kantor besar.** Sebagian besar alat dan sistem sudah tertanam di internet. Anda hanya perlu ruangan seadanya untuk menjalankan bisnis ini.
15. **Produk informasi mudah diproduksi dan diperbanyak.** Sebanyak apapun anda ingin menggandakan produk informasi, bisa dilakukan dalam hitungan detik.
16. **Profit bersih mencapai 100%.** Anda tidak membutuhkan biaya untuk produksi, pengiriman produk ataupun membayar pegawai. Semua nilai pemasukkan adalah keuntungan anda.
17. **Ide baru datang silih berganti.** Setelah anda meluncurkan produk informasi pertama, anda bisa beralih ke produk informasi berikutnya.
18. **Bisnis anda bisa berjalan dengan otomatis.** Dari melakukan pemasaran, sampai anda harus mengirim pemesanan, hampir seluruhnya bisa anda lakukan secara otomatis.
19. **Anda memegang kontrol sepenuhnya.** Anda bisa mengendalikan bisnis ini tanpa campur tangan birokrasi dan gangguan dari orang lain.

Wow... sebenarnya saya bisa menulis lebih banyak lagi. Tapi saya khawatir anda nanti menganggap ini terlalu mengada-ada. Jadi cukuplah 19 point di atas saja.

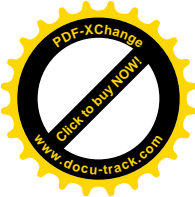
Perhatikanlah satu persatu. Jika saat ini anda sedang menjalankan bisnis konvensional, atau jika saat ini anda sedang terperangkap dalam roda pekerjaan yang membosankan,



temukan berapa keunggulan di atas yang masih dimiliki oleh bisnis atau pekerjaan konvensional anda!

Dan saat ini... anda akan saya ajak untuk mulai mempelajari bagaimana cara mengawali bisnis di internet...

Sudahkah anda siap ...!!!



## Konsep Reseller

### Miliki **50%** dari Setiap Penjualan yang Terjadi Melalui Website Anda !

Anda telah membeli ebook ini, dengan berbagai macam alasan. Dua alasan utama anda adalah karena anda ingin mengetahui bagaimana cara konglomerat menjadi konglomerat dan bagaimana cara menghasilkan uang melalui internet.

Sadarilah... dua hal inilah yang paling banyak diinginkan oleh masyarakat. Inilah **“barang dagangan”** yang **paling gampang dan laku dijual** di bisnis internet.

Lalu... kenapa anda tidak berusaha untuk menjualnya, dan memperoleh penghasilan melimpah darinya... ???

Saya menawarkan komisi 50% (jumlah komisi yang luar biasa besar bukan ...??) bagi anda yang dapat merekomendasikan kepada orang lain untuk membeli ebook ini, melalui **website anda sendiri**.

### Website anda... ya... melalui website anda sendiri ...

Di dalam melakukan bisnis di internet, memiliki sebuah website adalah suatu faktor yang sangat penting. “Tapi ... saya ngga bisa bikin website sendiri... aku orang yang awam di bidang pemrograman... apalagi membuat website... bagaimana ini?”, begitu yang ada di dalam benak anda khan...??

Saya punya kabar baik untuk anda...

Saat ini, tanpa harus susah payah mendesain dan merancanganya, anda telah memiliki sebuah website milik anda sendiri. Tampilan dan bentuknya sama persis dengan BisnisKonglomerat.Com. Nama website anda adalah <http://www.bisniskonglomerat.com?id=useranda>

Ingat kembali, user id yang anda pakai untuk masuk ke member area di [www.BisnisKonglomerat.Com](http://www.BisnisKonglomerat.Com) , itulah yang akan menjadi identitas website anda. Misalkan user id yang digunakan adalah ‘bisnis’, maka nama website anda akan menjadi <http://www.bisniskonglomerat.com?id=bisnis> Cukup jelas bukan...??

Dan... itu terjadi secara otomatis, tanpa anda harus melakukan pendaftaran. Setiap orang yang membeli ebook ini secara otomatis akan menjadi member BisnisKonglomerat.Com, dan secara otomatis akan mempunyai sebuah website, dengan tata cara seperti yang telah saya jelaskan di atas.

Bagi bisnis di internet, website bisa diibaratkan sebagai sebuah toko, di mana anda akan menjual produk anda. Tetapi, website adalah sebuah toko yang teramat istimewa. Sekarang bayangkan anda sedang membuka toko di kota anda. Menurut anda, siapakah



yang akan menjadi konsumen anda. Yap... betul, orang-orang di kota anda. Bagaimana misalnya jika anda ingin orang-orang di kota lain mengunjungi toko anda... anda harus membuka sebuah toko lagi di kota tersebut bukan. Anda akan dibebani biaya untuk membeli/menyewa tanah dan bangunan, gaji pegawai, dan biaya lain-lain. Bayangkan jika anda akan membuka cabang toko anda di seluruh Indonesia, berapa biaya yang harus anda keluarkan...??

Tetapi dengan website, maka anda akan terbebas dari semua biaya-biaya di atas, dan anda cukup mendirikan satu website saja, maka seluruh orang di seluruh Indonesia.. bahkan seluruh dunia... dapat mengunjungi toko (website) anda...

Tahukah anda... berapa jumlah penduduk di Indonesia sekarang... lebih dari 220 juta jiwa... Lihat, betapa besar pangsa pasar yang anda punyai... jika anda mau sedikit berusaha dengan cara-cara yang akan saya tunjukkan... maka anda dapat meraih penghasilan melimpah...

Anda dapat memasang target pribadi anda sendiri. Hal ini cukup penting, agar anda cukup mempunyai dasar kerja dan motivasi di dalam memulai bisnis di internet. Mungkin anda memasang target agar anda dapat meraih 2 orang saja setiap harinya. Ajak mereka mengunjungi website anda dan membeli produk ini... Dua orang perhari, jika dibandingkan jumlah seluruh penduduk di Indonesia... angka 2 adalah angka yang sangat kecil... dan tentunya bukan hal yang cukup sulit. Anda pasti bisa, dan itu artinya, rekening anda siap dibanjiri uang...

Ingat... potensi bisnis di internet... sangat...sangat besar....!!! Anda nanti akan mengamini kata-kata saya ini, setelah anda selesai membaca ebook ini..

**Anda bisa memulai bisnis online anda... tanpa anda harus online setiap saat ke internet.**

Bagaimana kondisi anda sekarang ini? Apakah anda sudah siap untuk memulai bisnis online..?? Apakah anda sudah siap dengan peralatan yang dibutuhkan untuk memulai bisnis online..?? Saya senang jika anda telah siap...

Tetapi, jika anda saat ini belum mempunyai cukup uang untuk membeli komputer dan semua perangkat yang telah saya paparkan di atas, jika selama ini anda tidak bebas melakukan koneksi internet... mungkin karena anda harus melakukannya di kantor, atau mungkin anda selama ini melakukannya di warung internet, tentunya anda memiliki keterbatasan-keterbatasan.

Saya katakan... “Anda tetap akan dapat memulai bisnis online anda...”

Jangan kuatir... saya akan tunjukkan kepada anda, agar anda tetap dapat memulai bisnis online, agar anda tetap dapat mulai merasakan aliran dana ke rekening anda. Jika dana anda sudah mencukupi... anda dapat memakainya untuk membeli seperangkat komputer dan perlengkapan lainnya... agar anda dapat mengakses internet dari komputer pribadi...





Ada sebuah bab tersendiri yang khusus membahas hal ini, tunggu saja...

Anda... **mulai saat ini juga... dapat membangun bisnis online anda...** dengan memanfaatkan website yang telah saya bangun untuk anda...

Inilah yang dinamakan konsep reseller... secara otomatis setiap member dari BisnisKonglomerat.Com, adalah reseller kami. Manfaatkan fasilitas yang saya berikan, untuk mulai mendapatkan penghasilan melimpah dari internet.

Dengan membeli produk informasi ini, anda berkesempatan untuk mempromosikan produk ini ke orang lain. Dan anda berhak atas 50% dari setiap penjualan yang terjadi melalui website anda!

Berikut ini adalah hak-hak anda, setelah anda menjadi member di BisnisKonglomerat.Com:

1. Anda memperoleh hak akses tanpa batas ke Produk Informasi kami dengan setiap updatenya !
2. Anda berhak menjual produk informasi ini dengan komposisi bagi hasil 50% !
3. Anda memiliki website persis seperti ini dengan username anda sendiri!  
Website anda akan seperti ini <http://www.bisniskonglomerat.com?id=useranda>
4. Setiap penjualan anda langsung menghasilkan Rp 45.000,-
5. Tidak perlu mengkhawatirkan pembayaran komisi... uang langsung masuk rekening anda.
6. Anda akan diberitahu melalui email secara otomatis begitu terjadi penjualan.
7. Data nama dan rekening anda langsung diketahui calon pembeli.
8. Hanya dengan 1 (satu) penjualan per hari, anda bisa menghasilkan Rp 1.350.000,- per bulan !



## Pangsa Pasar yang Terus Berkembang

Karena bisnis kita adalah menjual informasi melalui internet, tentu saja pangsa pasar kita adalah pengguna internet. Untuk saat ini pangsa pasar kita adalah masyarakat pengguna internet di Indonesia. Dan tahukah anda, bahwa saat ini baru 2% dari seluruh penduduk Indonesia yang menggunakan internet. Ini artinya dari sekitar 220 juta penduduk Indonesia, baru 14 juta yang menggunakan internet. Tertinggal jauh dari Jepang. Hampir 50% penduduk Jepang adalah pengguna internet.

Tetapi jangan kuatir, saya punya keyakinan kuat bahwa pengguna internet di Indonesia akan semakin berkembang dan akan terus berkembang. Keyakinan ini pula yang harus anda miliki. Yakinlah bahwa anda tidak akan rugi memilih internet sebagai salah satu ladang penghasilan anda.

Tidak percaya...??!!

Mari kita tengok beberapa tahun ke belakang. Ketika saya SMP (tahun 1994), internet adalah barang yang sangat asing. Bahkan komputer pun adalah barang yang sangat mewah. Kursus komputer masih langka, kalau pun ada, hanya mengajarkan program-program yang sangat mendasar, seperti DOS, Wordstar, Lotus, dll. Bahkan pertama kali saya mengenal komputer, ketika saya sudah duduk di bangku kuliah semester 2.

Tapi bandingkan dengan kondisi sekarang. Anak-anak sekolah dasar pun sekarang telah diberikan pelajaran dasar-dasar komputer. Anak-anak setingkat Sekolah Menengah Pertama, telah diberikan dasar-dasar pengoperasian internet. Alangkah jauh kondisinya jika dibandingkan saat saya masih sekolah. Dan hal ini masih akan terus berkembang. Entah apa yang akan terjadi di tahun-tahun mendatang. Tetapi yang pasti jumlah pengguna internet di Indonesia akan semakin meledak. Akan muncul user-user baru, dan jumlahnya semakin bertambah setiap saat.

Tahukah anda, ini adalah **pangsa pasar yang sangat gemuk**, dan **sangat potensial** untuk anda, agar anda dapat memperoleh penghasilan yang melimpah dari internet. Nanti, saya akan berikan caranya supaya **anda dapat menarik sebanyak mungkin pengunjung ke website anda**, baik mereka yang selama ini telah rutin menggunakan internet, atau pun mereka yang jarang menggunakan internet. Bahkan anda akan dapat menarik mereka yang tidak mengerti akan internet, untuk mau belajar menggunakan internet.

Dan itu berarti, anda akan mempunyai andil yang besar di dalam perkembangan internet di Indonesia. Masyarakat Indonesia akan menjadi 'melek' informasi. masyarakat Indonesia tidak akan ketinggalan informasi jika dibandingkan dengan negara-negara lain. Masyarakat Indonesia akan semakin cerdas, terbuka pikirannya, semakin menguasai teknologi, dll... dll... dll...



Terlalu idealis... mungkin iya...

Tetapi yang pasti, anda tetap mempunyai sebuah keuntungan, yaitu memperoleh penghasilan yang melimpah dari internet. Bukankah ini adalah salah satu motivasi utama anda ketika memutuskan untuk membeli e-book ini....??

OK, sekarang kita kembali kepada kondisi saat ini, dimana pengguna internet di Indonesia baru 14 juta. Dan tahukah anda, dari 14 juta pengguna internet itu, apakah yang mereka lakukan jika mereka mengakses internet? Mungkin anda akan memberikan daftar jawaban sebagai berikut :

- Ø Kirim dan terima email
- Ø Chatting
- Ø Browsing, mencari informasi untuk memenuhi kebutuhan mereka, baik di bidang pendidikan, bisnis, serta informasi-informasi lain, bisa berupa lowongan pekerjaan, berita, hiburan, jodoh, dll. Bahkan ada yang mengakses internet hanya untuk browsing di situs-situs jorok (hayoo... ngaku aja..)
- Ø Dst... dst... dst....

Dan tahukah anda, dimanakah mereka biasa mengakses internet, di rumah, di kantor, di kampus, di sekolah, atau di warnet. Dulu, sebelum anda membaca e-book ini, anda pasti mengerti dan merasakan bahwa akses internet itu mahal... sekarang anda tahu, bahwa bayangan itu keliru. Itulah kelebihan anda dibandingkan mereka.

#### **Manfaatkanlah kelebihan itu ....**

Katakan kepada mereka bahwa mereka mempunyai **kesempatan untuk memperoleh penghasilan yang melimpah dari internet**. Dengan demikian, maka anda akan mempunyai **pangsa pasar yang sangat besar... sudah kodrat manusia** untuk selalu mencari-cari keuntungan, dan sebagian besar keuntungan **yang dicari adalah uang...**

#### **Manfaatkanlah kodrat itu...**

Du Yu Andersten...?

Lalu... bagaimana caranya ...???



## Menarik Sebanyak Mungkin Pengunjung ke Website Anda !

Sekarang anda sudah menjadi member dan reseller dari BisnisKonglomerat.Com. Anda telah memiliki sebuah website, tanpa harus susah-susah merancang halaman web, menyewa domain, dan tetek bengek lainnya. Sekarang yang harus anda lakukan adalah mendatangkan pengunjung ke website anda. Semenarik apapun tawaran website anda ([www.bisniskonglomerat.com?id=useranda](http://www.bisniskonglomerat.com?id=useranda)), jika tidak ada orang yang mengunjunginya, anda tidak akan dapat memperoleh penghasilan dari internet bukan?

### Traffic.... Yang anda perlukan adalah traffic !

Traffic di sini adalah para pengunjung website anda. Yang harus anda pikirkan pertama kali adalah perolehan traffic. Sekali anda memiliki traffic, dengan didukung kekuatan [www.bisniskonglomerat.com](http://www.bisniskonglomerat.com), maka penghasilan melimpah secara otomatis masuk ke rekening anda.

Langkah yang paling penting, adalah menarik pengunjung ke [www.bisniskonglomerat.com?id=useranda](http://www.bisniskonglomerat.com?id=useranda), kemudian sistem sales letter kami akan menanganinya. Tapi darimana mereka datang, bagaimana mereka datang, dan apa saja yang membuat mereka datang, harus anda pelajari.

Ingat, anda akan mendapatkan komisi sebesar 50%, dan itu adalah prosentase yang sangat besar. Jika di dalam sehari anda bisa mendatangkan pengunjung dan minimal 2 orang melakukan pembelian, maka di dalam sehari anda akan mendapatkan penghasilan sebesar **2 x Rp 45.000,- = Rp 90.000,-**. Jika demikian, maka penghasilan anda di dalam sebulan adalah **30 x Rp 90.000,- = Rp 2.700.000,-**.

Angka ini adalah angka yang paling pesimistis, nanti anda akan melihat bahwa potensi untuk memperoleh penghasilan di internet tidak hanya sebesar ini saja. Tetapi walaupun demikian, 2,7 juta/bulan, cukup lumayan bukan, melebihi gaji pegawai kantor.

Dan ingat, materi yang terdapat di [www.bisniskonglomerat.com](http://www.bisniskonglomerat.com) adalah materi yang paling gampang dijual. Siapa yang tidak akan ngiler mendengar para konglomerat Indonesia mau membuka langkah demi langkah dan rahasia mereka kepada semua orang dan bisa mendapatkan penghasilan dari internet hanya dengan bekerja 1- 2 jam/hari dan dengan sedikit usaha tambahan.

Sulit... saya kira tidak...

Anda akan tahu, bahwa menarik pengunjung bukanlah hal yang sulit, silakan ikuti terus apa yang akan saya paparkan, maka mata anda akan terbuka, bahwa anda mempunyai peluang yang sangat besar untuk mendatangkan pengunjung, dan itu



berarti anda akan dapat merasakan nikmatnya aliran dana yang dengan deras mengalir rekening anda.

Tetapi, seberapa besarkah potensi yang anda miliki untuk meledakkan bisnis anda dan mendatangkan aliran dana di rekening anda..??

Pertanyaan yang bagus...

## Pembagian Pengguna Internet

OK, saya akan kembali mengingatkan anda akan pembahasan tentang pangsa pasar [www.bisniskonglomerat.com](http://www.bisniskonglomerat.com). Secara lebih spesifik, saya membagi pangsa pasar kita menjadi 3 (tiga) bagian, yaitu :

- Ø Pengguna internet aktif (*active user*)
- Ø Pengguna internet pasif (*passive user*)
- Ø Pengguna internet terpendam (*hidden user*)

Apa itu, pengguna internet aktif, pengguna internet pasif, dan pengguna internet terpendam... ?? Kita akan bahas hal ini satu demi satu.

## Pengguna Internet Aktif

Pengguna internet aktif adalah mereka yang saat ini selalu bergelut dengan internet, baik di dalam pekerjaan mereka, di dalam bisnis mereka, ataupun di dalam studi mereka. Kalau dilihat dari lamanya mereka mengakses internet, pengguna internet aktif ini adalah mereka yang menggunakan internet lebih dari 3 jam setiap harinya. Jumlah pengguna internet aktif di Indonesia mungkin belum terlalu banyak. Mungkin angkanya tidak sampai 1 juta orang. Golongan ini mungkin terdiri dari para professional, bisnisman, mahasiswa jarak jauh, karyawan, dll.

Melihat waktu yang mereka gunakan untuk mengakses internet setiap harinya, mereka adalah pangsa pasar yang sangat potensial. Bayangkan... 1 juta orang. Tahukah anda... jika anda dapat menarik 0,5% saja pengguna internet aktif ini untuk datang ke website anda dan membeli e-book ini, maka anda akan mendapatkan keuntungan sebesar :

$$\text{Rp } 45.000.- \times (1.000.000 \times 0,5\%) = \text{Rp } 225.000.000.-$$

Sungguh **angka yang sangat fantastis** bukan.... 225 juta??? Padahal angka itu muncul dari perhitungan yang cukup **pesimistis**, yaitu 0,5%. Jika anda cukup memiliki keyakinan yang kuat, anda akan **optimis** untuk mengganti angka 0,5% di atas menjadi 1%, 2%, atau lebih dari itu. Silakan anda hitung-hitung sendiri berapa besar aliran dana yang masuk ke dalam rekening anda, jika anda ganti angka 0,5% di atas dengan target angka yang akan anda raih... tentu saja dengan penuh rasa optimis.



Anda puas dengan angka 225 juta....?? Saya harap belum... karena angka ini adalah angka yang mungkin dapat anda peroleh dari pengguna internet aktif saja. Ups... sori, saya ralat pernyataan saya...saya katakan bahwa anda pasti dapat mencapai angka ini... yakinlah akan usaha anda, jangan takut... kerja keras anda akan membuahkan hasil yang nyata....

### **Pengguna Internet Pasif**

Pengguna internet pasif adalah mereka yang saat ini sudah sering bergelut dengan dunia internet, tetapi intensitas mereka tidak sebesar pengguna internet aktif. Kalau dilihat dari lamanya akses internet yang dilakukan, mereka adalah orang yang menggunakan internet tidak lebih dari 2 jam setiap harinya.

Jumlah pengguna internet golongan ini sekitar 13 juta orang. Sekali lagi anda akan saya ajak untuk berhitung-hitung. Sekali lagi, kita akan pakai angka yang lebih pesimis, yaitu sebesar 0,1%. Mari kita hitung, jika dari 13 juta jiwa ini, anda dapat menarik 0,1% dari mereka untuk mengunjungi website anda dan membeli e-book ini, berapakah angka yang akan muncul....??

$$\text{Rp } 45.000,- \times (13.000.000 \times 0,1\%) = \text{Rp } 585.000.000,-$$

Wuaahhh... Anda bisa pingsan melihat angka ini... bayangkan... lebih dari setengah milyar....

Apa yang ada di dalam pikiran anda jika anda mempunyai uang sebanyak ini... membeli sebidang tanah, membeli rumah, mobil mewah, atau akan anda gunakan untuk hal-hal lain yang lebih berguna...investasi misalnya...???

Mari kita cari aman saja. Misalkan uang yang anda peroleh dari bisnis online anda ini anda depositokan dengan bunga 10% per tahun, berapa bunga yang anda peroleh?

$$(\text{Rp } 225.000.000 + \text{Rp } 585.000.000) \times 10\% = \text{Rp } 81.000.000,-$$

Setiap bulannya anda akan memperoleh  $\text{Rp } 81.000.000 : 12 = \text{Rp } 6.750.000,-$ . Cukup lumayan bukan... bisa dijadikan sebagai jaminan hidup anda. Dan ingat, apa pun yang anda lakukan, walaupun anda sedang berlibur, makan, bahkan tidur sekalipun, uang tersebut akan tetap anda terima. Sungguh luar biasa...

Tetapi... saran saya... gunakan waktu luang anda untuk menekuni bisnis... terutama bisnis di internet ...

Hmmm... saya tidak tahu apa yang ada di dalam pikiran anda saat ini... Tetapi apapun yang ada di dalam pikiran anda, mudah-mudahan hal ini akan membangkitkan kepercayaan diri dan motivasi anda untuk selalu berusaha dan berusaha, karena tanpa usaha, angka tersebut hanyalah sebuah angka hasil hitung-hitungan di atas kertas saja.



Dan, satu lagi kabar gembira bagi anda, angka itu muncul dari perhitungan, dengan asumsi pengguna internet pasif saat ini sejumlah 13 juta jiwa. Padahal... semakin hari... **jumlah pengguna internet di Indonesia semakin bertambah... Betapa besar potensi bisnis di internet...**

### **Pengguna Internet Terpendam**

Pengguna internet terpendam adalah mereka para pengguna internet, yang intensitas penggunaan internetnya sangat kecil. Mungkin mereka hanya mengakses 1 kali dalam seminggu, bisa kurang atau bisa lebih. Atau bahkan mereka adalah orang-orang yang 'mengerti' tentang cara mengakses internet, tetapi minat untuk melakukannya tidak begitu besar.

Hal ini bisa terjadi karena mahalnya biaya akses internet, dan mereka tidak melihat bahwa mereka bisa mendapatkan manfaat dari internet. Kira-kira ... siapakah mereka...?? Yap... betul, mereka adalah golongan orang-orang yang mempunyai pendidikan dan pengetahuan cukup, tetapi saat ini mereka belum memiliki pekerjaan yang tetap, atau sudah memiliki pekerjaan, tetapi pekerjaannya tidak bisa diandalkan di dalam menjamin kelangsungan 'dapur' mereka.

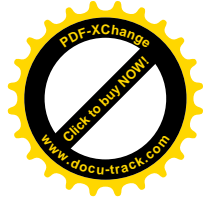
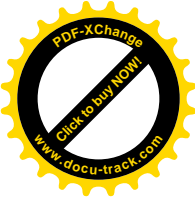
Bisa anda bayangkan, saat ini jumlah **unemployment terdidik** di Indonesia sudah lebih dari 15 juta jiwa. "Mencari lapangan pekerjaan semakin susah... duit susah dicari... lalu... untuk apa menghambur-hamburkan uang hanya untuk akses internet yang tidak ada gunanya", begitu mungkin yang ada di dalam pikiran mereka.

Melihat fenomena ini, apa yang ada di dalam pikiran anda... **"Hmmm... sebuah pasar yang sangat potensial..."** dan saya sependapat dengan anda.

Bayangkan, jika anda dapat memberitahu mereka, bahwa mereka bisa memperoleh penghasilan yang melimpah dari internet, apa mata mereka tidak menjadi 'hijau' mendengarnya. Tariklah mereka untuk membeli e-book ini melalui website anda, maka rupiah akan mengalir tanpa henti ke rekening anda.

Golongan pengguna internet terpendam tidak hanya orang-orang ini saja. Mari kita klasifikasikan orang-orang yang termasuk di dalam golongan pengguna internet terpendam ini :

- Orang-orang yang suka bisnis. Mereka biasanya akan melakukan apa saja untuk bisa meraih peluang-peluang bisnis yang menguntungkan.
- Mahasiswa dan pelajar. Mungkin mereka menggunakan internet, tetapi hanya untuk keperluan tertentu saja.
- Karyawan/pekerja yang bekerja dengan sistem BP8 (Berangkat Pagi-Pagi Pulang Petang-Petang Penghasilan Pas-Pasan).
- Orang-orang yang mempunyai banyak waktu luang dan mereka bingung bagaimana cara memanfaatkan waktu luang mereka. Golongan ini bisa berupa ibu-ibu rumah tangga, karyawan paruh waktu, dsb.



- Dst... dst...dst... anda bisa mencari klasifikasi sendiri, jadilah kreatif..!!

Jika naluri bisnis anda cukup tajam, anda akan dapat melihat peluang-peluang pasar yang bisa anda masuki. Ingat, konsep yang di dalam e-book ini, yaitu konsep tentang langkah-langkah dan rahasia yang dilakukan konglomerat dan konsep tentang bagaimana cara menghasilkan uang melalui internet, adalah **“barang dagangan”** yang paling gampang dijual.

Marilah kita perkirakan, berapakah orang-orang yang termasuk di dalam golongan pengguna internet terpendam ini? 10 juta... 20 juta atau 30 juta ??? Bisa jadi angkanya lebih besar lagi. Lagi-lagi saya akan berkata, “ Mereka adalah **pasar yang sangat potensial untuk anda.**

Saya tidak akan memberikan estimasi, berapa yang akan anda dapatkan dari golongan pengguna internet terpendam ini. Hasilnya sangat bervariasi, tergantung usaha anda, dan juga kondisi di sekitar anda. Semakin kreatif anda, semakin besar hasil yang akan anda terima. Tapi bisa anda bayangkan, jika anda dapat membawa 1.000 saja diantaranya untuk dapat membeli e-book di [bisniskonglomerat.com](http://bisniskonglomerat.com) ini melalui website anda, berapa duit yang akan anda terima...? Luar biasa bukan ..?? Anda akan dapat mengubah pengguna internet yang terpendam menjadi pengguna internet aktif, karena mereka kini tidak lagi takut akan biaya akses yang mahal, dan tahu bagaimana cara memperoleh penghasilan melimpah dari internet.

**“Tapi, bagaimana caranya menarik mereka untuk mengunjungi website saya?”**

Bingung...?? Saya senang kalau anda bingung...

Jangan kuatir, nanti akan saya jelaskan pada sebuah bab tersendiri. Sebuah bab yang sangat penting, yang berisi tentang cara-cara mendatangkan pengunjung ke website anda, tidak peduli apakah mereka adalah pengguna internet, aktif,pasif maupun terpendam. Anda akan dapat menarik mereka untuk mengunjungi website anda untuk membeli e-book ini, dengan berbagai teknik yang saya berikan. Dan itu artinya, rupiah akan terus mengalir ke dalam rekening anda.

Bersiap-siaplah....!!!





## Strategi Ampuh Berpromosi

Sobat.. anda sudah tahu bahwa agar dapat menghasilkan uang, anda membutuhkan pengunjung (traffic) yang mengunjungi website anda, dan kemudian membeli e-book ini. Lalu, bagaimana cara menarik pengunjung ke website anda.

**Promosi...** yang perlu anda lakukan adalah **melakukan promosi...**

Dengan promosi, anda dapat memperoleh traffic di website anda. Dengan melakukan promosi anda dapat memberitahu calon-calon konsumen anda akan keberadaan website anda. Anda dapat memberikan apa yang akan mereka dapatkan jika mereka datang mengunjungi dan membeli produk e-book yang ada di dalam [www.bisniskonglomerat.com](http://www.bisniskonglomerat.com)

Anda bisa bayangkan, sebuah produk tanpa promosi... apa yang terjadi ?? Produk tersebut tidak akan dikenal oleh masyarakat... dan pada ujung-ujungnya tidak ada yang akan membeli produk tersebut. Sebagus apa pun sebuah produk, jika tidak didukung dengan promosi yang baik, sia-sia saja. Di dalam marketing, promosi menduduki tempat yang sangat penting. Karena itu, mau tidak mau anda harus melakukan promosi. Dan lagi-lagi saya katakan, produk informasi di dalam e-book ini adalah “**barang dagangan**” yang sangat mudah dijual. Jika anda aktif di dalam melakukan promosi, saya jamin, anda akan puas merasakan hasilnya.

Du Yu Andersten....??

Bab ini akan khusus membahas tentang hal ini... silakan simak baik-baik apa yang saya paparkan di sini, karena di sinilah terletak kunci utama, agar anda dapat berhasil menjalankan bisnis di internet.

Strategi promosi yang akan saya paparkan, dibagi menjadi dua bagian, yaitu :

1. **Strategi Promosi Virtual**
2. **Strategi Promosi Manual**

Strategi promosi virtual, digunakan untuk menjangkau para pengguna internet aktif dan pengguna internet pasif. Sementara strategi promosi manual dapat digunakan untuk menjangkau pengguna internet terpendam.

Apa dan bagaimana strategi promosi virtual dan manual, silakan simak ulasan saya berikut ini.



## Strategi Promosi Virtual

Secara umum, saya mendefinisikan promosi virtual sebagai sebuah kegiatan promosi yang dilakukan di dunia maya (virtual), yaitu kegiatan promosi yang dilakukan melalui media internet.

Dengan melakukan promosi virtual, diharapkan website anda akan dapat memperoleh traffic, terutama dari para pengguna internet. Seperti anda tahu, pengguna internet ini dibedakan menjadi dua yaitu pengguna internet aktif dan pengguna internet pasif. Lalu strategi apa yang harus anda miliki, agar dapat mendatangkan traffic?

### Konsep Dasar Perolehan Traffic

Bagaimana cara membangun traffic? Adakah langkah-langkahnya? Ada, tentu saja ada, bahkan ada tahap-tahapnya.

Jika sebelumnya anda berpikir mendatangkan traffic/pengunjung adalah suatu kegiatan monoton, anda keliru! Ada banyak hal yang harus anda lakukan di dalam melakukan promosi. Tetapi hal yang paling penting adalah konsistensi... ya betul... anda harus konsisten untuk selalu melakukan promosi.

Ada beberapa strategi promosi yang dapat anda lakukan. Simak baik-baik, lakukan dan anda akan memperoleh hasilnya.

### Strategi 1 : Gunakan fasilitas URL Redirect di [www.cjb.net](http://www.cjb.net)

Fungsi URL redirect adalah untuk menyembunyikan URL asli anda. Ini digunakan biasanya karena URL asli terlalu panjang, susah diingat, atau banyak yang menyamai. Jika seseorang mengakses URL redirect, dalam beberapa detik akses akan diteruskan ke URL asli sesuai rancangan.

#### Cara pembuatan URL redirect:

1. Akses <http://www.cjb.net>
2. Isi ide nama URL redirect anda. Misal **sukses**. klik "Register it"

Ini akan menghasilkan URL redirect <http://sukses.cjb.net>

3. Jika nama tersebut belum dipilih orang lain, pendaftaran bisa dilanjutkan. Jika sudah ada yang memilih, cobalah dengan nama lain.
4. Anda akan diantar ke form isian selanjutnya. Isiannya seperti ini:
  - **What is your real web site address?**  
Isi alamat URL bisniskonglomerat.com anda, misalkan id yang anda gunakan adalah sukses, maka yang harus anda isikan adalah



<http://www.bisniskonglomerat.com/?id=sukses>

Artinya, setiap pengunjung mengakses URL redirect yang telah anda buat (<http://sukses.cjb.net>), dia akan diteruskan ke URL ini.

- **What is your e-mail address?**  
Isi alamat email anda
- **Forward Mail?**  
Pilih NO
- **POP3/Web Mail?**  
Pilih NO
- **Cloack URL?**  
Pilih YES (**penting!** Pilih YES!)
- **Forward Subdomains?**  
Pilih NO
- **Title:**  
Isi dengan judul website anda.  
Jangan hanya terpaku pada contoh title berikut. Jadilah kreatif! Sebagai panduan, gunakan judul yang mengandung kata kunci (keywords) yang anda pilih!  
Misalnya:  
Title “Bisnis Konglomerat” dengan keywords “konglomerat, duit, bisnis, bisnis internet”  
Title “Peluang Bisnis di Internet” dengan keywords “peluang, usaha, peluang usaha, peluang bisnis, peluang bisnis internet”
- **Keywords:**  
Kata kunci yang akan dicari orang. Misal:  
“duit, bisnis, peluang, usaha, peluang usaha, pekerjaan, lowongan, e-book, uang” dan sebagainya. Usahakan anda memasukkan 5 s/d 10 kata kunci dan dipisah dengan tanda koma. Pastikan beberapa kata kunci tersebut juga masuk ke dalam title di atas. Ambil beberapa (5 s/d 10) kata kunci/keywords berikut yang menurut anda terbaik menggambarkan web bisniskonglomerat. Anda dapat memilih kata kunci dari bank kata kunci yang saya berikan di bawah ini.

Bisnis konglomerat  
Bisnis praktis  
Cari duit  
Cariduit  
Bisnispraktis  
Pulsa murah  
Pulsamurah  
Bisnis pasti  
Duit otomatis  
Duit gampang  
Rahasia kaya  
Rahasiakaya  
Gempar  
Heboh



Kaya mendadak  
Kayamendadak  
Kaya cepat  
Kaya dengan cepat  
Bisnis mudah  
Bisnis cepat  
Mudah cepat  
Lowongan  
Lowongan kerja  
Lowongan pekerjaan  
Situs lowongan  
Info lowongan  
Situs lowongan kerja  
Lowongan kerja Indonesia  
Lowongan bank  
Cari lowongan  
Info lowongan kerja  
Lowongan it  
Lowongan kerja it  
Lowongan kerja di Indonesia  
Lowongan dosen  
Cari lowongan kerja  
Informasi lowongan kerja  
Lowongan kerja di Jakarta  
Bursa lowongan  
Lowongan Indonesia  
Lowongan kerja di Surabaya  
Lowongan kerja Surabaya  
Lowongan kerja di bandung  
Lowongan kerja terbaru  
Lowongan kerja bank  
Lowongan pertamina  
Lowongan kerja di bank  
Lowongan kerja bandung  
Lowongan kerja part time  
Lowongan Surabaya  
Lowongan programmer  
Lowongan kerja Jakarta  
Lowongan kerja di Batam  
Bursa lowongan kerja  
Lowongan pns  
Lowongan guru  
Lowongan kerja 2005  
Iklan lowongan kerja  
Lowongan kerja di malang  
Lowongan dokter



Karir lowongan  
Lowongan departemen  
Situs lowongan pekerjaan  
Lowongan kerja hari ini  
Lowongan kerja  
Kerja  
Pekerjaan  
Lowongan pekerjaan  
Tenaga kerja  
Cari kerja  
Lamaran kerja  
Bursa kerja  
Surat lamaran kerja  
Lamaran pekerjaan  
Departemen tenaga kerja  
Keselamatan kerja  
Kesehatan kerja  
Tenaga kerja Indonesia  
Undang-undang tenaga kerja  
Contoh surat lamaran kerja  
Kerja paruh waktu  
Peluang kerja  
Kerja part time  
Kerja it  
Situs lowongan kerja  
Surat lamaran pekerjaan  
Pencari kerja  
Lowongan kerja Indonesia  
Lapangan kerja  
Info lowongan kerja  
Kerja sama  
Kepuasan kerja  
Kerja praktek  
UU tenaga kerja  
Kesempatan kerja  
Pekerjaan umum  
Info kerja  
Lowongan kerja it  
Lowongan kerja di Indonesia  
Etos kerja  
Kerja sambilan  
Peraturan tenaga kerja  
Cari lowongan kerja  
Motivasi kerja  
Informasi lowongan kerja  
Modal kerja



Lowongan kerja di Jakarta  
Lowongan kerja di Surabaya  
Program kerja  
Kerja sampingan  
Kontrak kerja  
Prestasi kerja  
Contoh lamaran kerja  
Budaya kerja  
Produktivitas kerja  
Lowongan kerja terbaru  
Lowongan kerja bank  
Perjanjian kerja  
Mencari kerja  
Lowongan kerja part time  
Kesehatan dan keselamatan kerja  
Undang undang tenaga kerja  
Undang undang ketenagakerjaan  
Bisnis  
Bisnis Indonesia  
Etika bisnis  
Peluang bisnis  
Komunikasi bisnis  
Hukum bisnis  
Bisnis internasional  
Mitra bisnis  
E bisnis  
Proposal bisnis  
Strategi bisnis  
Info bisnis  
Bisnis mlm  
Majalah bisnis  
Studi kelayakan bisnis  
Harian bisnis Indonesia  
Rahasia uang  
mesin uang  
mesin uang otomatis  
uang otomatis  
kaya cepat  
kaya dengan cepat  
bisnis mudah  
bisnis  
bisnis indonesia  
peluang bisnis  
etika bisnis  
komunikasi bisnis  
hukum bisnis



bisnis internasional  
mitra bisnis  
e bisnis  
proposal bisnis  
strategi bisnis  
info bisnis  
bisnis mlm  
majalah bisnis  
studi kelayakan bisnis  
harian bisnis indonesia  
bisnis com  
bisnis di indonesia  
artikel bisnis  
ekonomi bisnis  
bisnis kecil  
manajemen bisnis  
koran bisnis indonesia  
bisnis plan  
rencana bisnis  
bisnis internet  
informasi bisnis  
lingkungan bisnis  
agro bisnis  
ekonomi dan bisnis  
bisnis online  
perencanaan bisnis  
bisnis warnet  
pengantar bisnis  
peluang bisnis  
rahasia uang  
usaha  
usaha kecil  
peluang usaha  
usaha kecil menengah  
usaha kecil dan menengah  
persaingan usaha  
proposal usaha  
sewa guna usaha  
wira usaha  
modal usaha  
usaha sampingan  
usaha mandiri  
kredit usaha kecil  
perusahaan  
daftar perusahaan  
alamat perusahaan



profil perusahaan  
perusahaan indonesia  
nama perusahaan  
perusahaan di indonesia  
perusahaan minyak  
laporan keuangan perusahaan  
perusahaan asuransi  
misi perusahaan  
perusahaan jasa  
perusahaan listrik negara  
manajemen perusahaan  
data perusahaan  
perusahaan gas negara  
perusahaan pelayaran  
kinerja perusahaan  
perusahaan multinasional  
budaya perusahaan  
perusahaan farmasi  
sejarah internet  
internet indonesia  
internet cafe  
jaringan internet  
internet ceria  
akses internet  
belajar internet  
koneksi internet  
istilah internet  
billing internet  
internet billing  
tentang internet  
internet gratis  
sms lewat internet  
perkembangan internet  
warung internet  
pengenalan internet  
pengertian internet  
sms via internet  
artikel internet  
internet kabel  
manfaat internet  
kejahatan internet  
teknologi internet  
kamus internet  
pengaruh internet  
cari uang di internet  
pelatihan internet





apa itu internet  
dampak internet  
majalah internet  
definisi internet  
kirim sms lewat internet  
bca internet banking  
internet murah  
internet provider indonesia  
internet listrik  
makalah internet  
internet adalah  
beasiswa  
alamat  
telkomsel  
jodoh  
mandiri  
pemasaran  
biro jodoh  
cari jodoh  
kontak jodoh  
manajemen pemasaran  
ramalan jodoh  
telkomsel com  
beasiswa s2  
strategi pemasaran  
alamat website  
daftar alamat  
www telkomsel  
alamat bank  
alamat situs  
alamat artis  
alamat kedutaan  
beasiswa indonesia  
beasiswa luar negeri  
bursa efek surabaya  
jodoh indonesia  
telkomsel indonesia  
jurnal pemasaran  
info beasiswa  
beasiswa jepang  
simpati telkomsel  
pemasaran produk  
beasiswa jerman  
riset pemasaran  
beasiswa s1  
komunikasi pemasaran



manajemen  
daftar  
kesehatan  
kartu  
indosat  
undang undang  
ramalan  
keuangan  
jepang  
psikologi  
usaha  
peraturan  
laporan  
organisasi  
mahasiswa  
produk  
kantor  
bni  
strategi  
daftar harga  
ramalan bintang  
laporan keuangan  
bisnis indonesia  
menteri  
kartu ucapan  
indosat m3  
informasi manajemen  
sistem informasi manajemen  
peraturan pemerintah  
kartu lebaran  
departemen keuangan  
bank bni  
indosat net  
peluang usaha  
struktur organisasi  
indosat im3  
departemen kesehatan  
mahasiswa baru  
bintan  
manajemen pemasaran  
ramalan jodoh  
indosat net id  
bahasa jepang  
daftar perusahaan  
manajemen keuangan  
manajemen sumber daya manusia



dunia kartu  
strategi pemasaran  
kartu undangan  
manajemen qalbu  
menteri keuangan  
jurnal psikologi  
ramalan cinta  
penerimaan mahasiswa baru  
akuntansi keuangan  
daftar alamat  
usaha kecil menengah  
akuntansi manajemen

- **Description**  
Isi dengan deskripsi website. Misalnya:  
“Raih Penghasilan Melimpah dari Konglomerat Indonesia dan Jutaan rupiah setiap bulan dari Internet! Klik di sini!”
- **Guestbook?**  
Pilih NO
- **Forum?**  
Pilih NO
- **IP Address:**  
Kosongkan
- **Mail server**  
Kosongkan
- **DNS Server**  
Kosongkan
- **Password**  
Pilih password
- **Verify Password**  
Ulang password
- **KLIK “I Agree...”**

Setelah anda klik agree, URL redirect anda akan tercipta. Biasakan tes url tersebut, dengan cara mencoba mengaksesnya.



## Gunakan strategi ini untuk menambah traffic dari URL redirect!

Percaya atau tidak, anda bisa menambah traffic dengan menggunakan cjb.net! Yang anda fokuskan adalah pemilihan kata kunci/keywords pada saat pendaftaran.

Pemilihan kata kunci ini sangat penting. Jika anda mau menambah traffic, cobalah buat 5-10 account redirect URL dari CJB.net (yang mengarah ke URL BisnisKonglomerat.Com anda) dengan menggunakan title dan kata kunci yang berbeda-beda.

### Misalnya:

sukses1.cjb.net  
sukses2.cjb.net  
sukses3.cjb.net  
sukses4.cjb.net  
sukses5.cjb.net  
sukses6.cjb.net  
sukses7.cjb.net  
sukses8.cjb.net  
s/d  
suksesn.cjb.net

Agar pendaftaran tersebut bisa cepat, klik BACK pada browser anda setiap selesai pendaftaran, dan ubah hanya pada isian:

- pemilihan nama (form teratas) : **nama.cjb.net**
- title yang berbeda
- keywords yang berbeda, 5 s/d 10
- password anda

Lalu klik tombol **agree** lagi, back lagi, dan seterusnya.

Anda akan memiliki banyak URL dengan satu tujuan. Ingat, setiap URL memiliki title dan keywords yang berbeda satu sama lain. Gunakan [bank keywords](#) yang saya sediakan untuk menjalankan ide anda.

Jangan daftarkan satupun URL redirect tersebut ke google.com! Tapi cukup **pasang link URL redirect** tersebut pada halaman sitemap.html yang dulu anda download di halaman strategi promosi utama. Setelah file sitemap.html anda update (menggunakan frontpage) dan upload, URL sitemap.html itulah yang harus anda daftarkan ke google.com!

Jika anda sudah pernah mendaftarkan URL sitemap.html, jangan lakukan lagi. Cukup upload sitemap anda.

Selesai, dan dalam beberapa hari website redirect anda akan tampil di google.com. Ini bisa menjadi tambahan traffic abadi untuk anda hanya dengan sekali usaha!



## Strategi 2:Gunakan Iklan Mini Secara Rutin

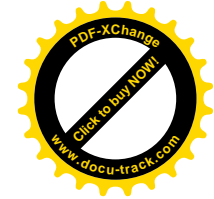
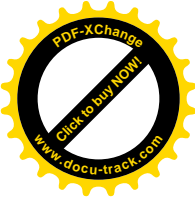
Sarana yang paling sering dan paling akrab digunakan oleh para pengiklan adalah **iklan mini**. Di Internet Indonesia,... iklan mini meraih posisi nomor satu dalam kemampuan fungsinya mempermudah promosi dan pemasaran produk dan website kita. Apabila kita pandai memilih situs iklan gratis... akan lebih mudah bagi kita untuk menerima hasil dari posting iklan yang kita lakukan beberapa waktu yang lalu.

**Berikut daftar situs iklan mini Internet yang memiliki pengunjung terbanyak:**

<http://www.bekas.com>  
<http://www.iklaniklan.com>  
<http://www.iklanbandung.com>  
<http://www.iklanbaris.co.id> (diutamakan!)  
<http://iklan88.virtualave.net>  
<http://www.jubelindo.co.id>  
<http://www.iklan kita.com>  
<http://iklanbaris.pameranoke.com>  
<http://adhoo.i-p.com>  
<http://www.iklan-25.co.id>  
<http://www.iklanaja.com>  
<http://www.iklaneka.com>  
<http://www.jualbeli.com>  
<http://www.iklanlaris.com>  
<http://www.iklanet.com>  
<http://www.iklanpojok.com>  
<http://www.iklanmini.com>  
<http://www.iklanmini.co.id>  
<http://www.jual-beli.com>  
<http://www.iklanbaris.com>  
<http://www.globaliklan.most.cc>  
<http://www.iklanumum.com>  
<http://www.iklan-gratis.cjb.net>  
<http://www.iklanpr.com>  
<http://www.bursaiklan.com>  
<http://www.e-klan.net>  
<http://www.iklansolo.com>  
<http://www.i-klik.com>  
<http://iklan.situsmedia.com>  
<http://www.koinku.com>  
<http://www.mediaiklan.com>  
<http://iklanmini.kemana.com>  
<http://www.gadogado.com>  
<http://www.iklaninternet.com>

Anda bisa mencari website baru lagi dengan melacaknya melalui <http://www.google.com>.Masukkan kata kunci "iklan mini" atau sejenisnya.

Pemasangan iklan di iklan mini Internet tidak lepas dari strategi untuk membuat iklan yang menghasilkan respon dari pembaca.



Di sini, saya prioritaskan bagaimana memanfaatkan iklan mini Internet secara optimal. Anda akan temukan bagaimana cara mengefektifkan pemasangan iklan sehingga bisa menghemat tenaga dan waktu anda dengan hasil yang maksimal.

## Bagaimana **Cara Pintar** Memperoleh Manfaat Besar dari Pemasangan Iklan Mini di Internet?

Walaupun iklan mini memiliki beberapa kelebihan dan kepraktisan, dia juga memiliki satu kekurangan. Anda harus memasang ulang iklan anda pada situs-situs gratis tersebut, kadangkala anda tidak bisa memasang iklan yang sama pada waktu yang bersamaan. Anda tidak bisa memasang iklan dengan sekali kerja.... sepuluh atau dua puluh iklan anda terpampang pada situs iklan gratis tersebut.

Padahal... bisnis di Internet tidak lebih dari sekedar **permainan angka** saja. Semakin banyak orang yang melihat iklan kita... akan semakin banyak orang tersebut yang mengunjungi website kita. Hal ini berarti... semakin sering website kita dilihat orang, maka akan semakin besar jumlah kemungkinan adanya pembeli untuk produk yang kita tawarkan.

Ini berarti, anda harus menampilkan promosi anda ke sebanyak mungkin sarana iklan. Di sini anda akan mempelajari bagaimana kita bisa berpikir **sedikit lebih pintar** untuk mencermati setiap persyaratan yang diberikan oleh suatu iklan mini berkaitan dengan **jumlah** tampilan kita.

Ada beberapa aturan secara terurut yang harus anda penuhi untuk meningkatkan efektifitas iklan anda berkali-kali lipat.

### 1. **Selalu berusaha mengotomatiskan pemasangan iklan anda.**

Apa maksudnya? Anda pasti memasang iklan secara berulang-ulang pada beberapa kegiatan yang sama. Anda juga lakukan pemasangan tersebut secara terus menerus, misalnya: mengisi form isian dengan nama, alamat, email, alamat URL, judul iklan, naskah iklan anda, password dan sebagainya....

Jika dihitung, kegiatan ini akan menghabiskan waktu anda sekitar 5 sampai 10 menit untuk setiap kegiatan pengisian form posting iklan yang dilakukan. Jika anda hanya memasang iklan sebanyak satu kali selama satu minggu dan itupun hanya satu iklan... tentu tidak akan menjadi masalah bagi anda. **Tapi apa yang bisa anda harapkan hanya dari satu iklan?**

Dilemanya, jika anda memasang sebanyak mungkin iklan, berarti anda harus melakukan kegiatan mengetik secara berulang-ulang.



Apa yang harus anda lakukan? Manfaatkan software khusus. Yaitu **TypeIt in** dan **Ad-Wizard**.

Kedua software ini akan sangat membantu pekerjaan anda.

### **Software pertama adalah TypeIt in**

TypeIt In memiliki fungsi menyimpan data isian anda seperti nama, alamat, email, iklan, naskah iklan dalam bentuk **tombol**.

Jika anda berniat mengisi form nama, silakan anda klik tombol **nama...** jadilah form isian nama anda. Jika anda ingin mengisi form naskah iklan, klik tombol **naskah iklan...** jadilah naskah iklan anda terisi pada form tersebut.

Saya selalu menggunakan software ini untuk mengisi form-form panjang dan menjemukan yang ada di hadapan kita. Pekerjaan saya lebih cepat 450% dengan software ini.

Nama Software: TypeItIn

Website sumber software: <http://www.wavget.com/typeitin.html> Langsung download di sini: <http://www.wavget.com/dltypeitin.html>

### **Software kedua adalah... Ad-Wizard**

Software ini memiliki kemampuan yang sama dengan TypeIt in. Hanya saja dia khusus digunakan untuk mengisi satu halaman form sekaligus. Sepuluh kali lebih cepat dari pada TypeIt in.

Misalnya anda menjumpai satu halaman yang berisi **50 box isian** mengenai data tertentu yang harus diisi dan anda memiliki kegiatan rutin untuk mengisinya. Jika anda mengisi secara manual, akan membutuhkan sekitar **30** menit untuk melengkapi form tersebut... dan itupun harus mengulangnya jika suatu saat anda ingin mengisinya lagi.

Jika anda menggunakan Type It in, anda hanya cukup merancangya dalam tombol-tombol khusus, dan setiap box yang harus anda isi cukup anda lakukan dengan meng-klik tombol bersangkutan. Apabila suatu saat anda harus mengisi lagi form tersebut, anda tinggal menggunakan tombol-tombol yang sudah anda rancang sebelumnya. Sampai kapanpun anda lakukan... Anda **tidak perlu mengetik ulang lagi!**

**Ad Wizard** mampu berbuat jauh lebih baik lagi. Dari 50 box pada form tersebut, anda rancang terlebih dahulu daftar isian 50 box. Ini



membutuhkan waktu sekitar 15-30 menit. Setelah anda selesai merancang **AdWizard**, dengan sekali klik... seluruh 50 box tersebut akan terisi.

Apabila suatu saat anda harus mengisi ulang form (50 Box) tersebut, anda cukup menggunakan **AdWizard** rancangan anda. Dengan sekali klik saja... seluruh box akan penuh terisi dengan data anda. Hanya memerlukan waktu dua detik untuk melakukan ini. Anda tidak perlu melakukan pengetikan ulang... satu huruf pun!!

Bayangkan... berapa banyak iklan mini yang bisa anda isi dalam satu jam jika anda menggunakan alat ini.

Nama Software: **AdWizard**

Website sumber software <http://www.wavget.com/adwizard.html>

Langsung download di sini <http://www.wavget.com/dladwizard.html>

Tata cara pemakaian kedua software tersebut bisa anda ketahui pada bagian **help** masing-masing software.

## 2. Selalu berusaha meningkatkan nilai iklan anda.

Apa maksudnya? Kalau dalam bahasa Internet disebut dengan **Ads Conversion Rate**. Yaitu ratio perbandingan dari jumlah orang yang melihat iklan anda dengan keputusan dia untuk meng-klik iklan anda.

Misalnya **CR 10%** berarti dari 100 orang yang membaca iklan anda, ada 10 orang yang mengklik iklan untuk mengetahui informasi anda lebih jauh. Semakin besar rasio iklan anda, maka akan semakin besar jumlah pengunjung yang akan anda miliki.

Prinsip dasar penulisan iklan ini sama dengan prinsip yang digunakan dalam penulisan headline sales letter. Silakan pelajari di bab tersebut untuk meningkatkan nilai iklan anda. Anda akan menemukan strategi dasar untuk membuat setiap iklan yang anda tulis mampu menghasilkan respon yang memuaskan.

## 3. Selalu berusaha meningkatkan nilai waktu anda.

Gunakan teknik di atas untuk mempromosikan bisnis anda. Hanya membutuhkan waktu beberapa menit untuk pemasangan **10 iklan setiap hari**.

**Bagaimana caranya?** Gunakan teknik strategi pemasangan iklan di atas. Pakai softwrenya, dan manfaatkan email dan sebagainya. Kemauan anda untuk sedikit lebih repot akan menghasilkan imbalan yang sangat besar di kemudian hari.

Yang paling penting dalam pemasangan iklan di Iklan Mini Internet adalah:  
**JANGAN PERNAH MELAKUKAN SPAM!!**





## Aktif di Newsgroups dan Forum

Jika anda adalah pemain baru di dunia bisnis Internet, anda perlu aktif menunjukkan keberadaan anda serta website anda kepada orang lain. Anda bisa beriklan, atau menulis artikel tertentu yang berkaitan dengan topik website anda.

Salah satu cara yang bisa anda lakukan adalah aktif di newsgroup atau forum di Internet. Ada berbagai macam newsgroup dan forum. Anda bisa menemukannya dengan menggunakan fasilitas search engine dengan memasukkan kata kunci newsgroup ataupun forum mengenai topik tertentu. Misalnya “Internet marketing forum”.

Newsgroup yang saya maksud saya sebut dengan istilah milis. Jika anda adalah pemasar indoensia, sarana milis yang terbanyak bisa anda manfaatkan adalah milik yahoogroups.com.

Konsep sederhana newsgroup atau milis adalah begini: sekelompok orang dengan minat yang sama berkumpul dalam satu komunitas di mana setiap orang di dalamnya bisa melakukan kontak ke seluruh member lainnya. Misalnya, jika suatu milis beranggotakan 1000 orang, dan anda adalah salah satu anggotanya, maka anda bisa mengirim pesan tertentu ke 999 member lainnya dengan menggunakan fasilitas newsgroup.

Untuk bisa aktif di milis/newsgroup, sebelumnya anda harus mendaftarkan alamat email kemudian mengkonfirmasi pendaftaran. Setelah keanggotaan diaktifkan (biasanya secara otomatis) kemudian anda sudah bisa ikut nimbrung berdiskusi mengenai topik tertentu.

Silakan anda akses <http://www.yahoogroups.com> dan ketikkan kata kunci tertentu yang berkaitan dengan topik pembahasan website anda. Atau jika anda ingin beriklan menggunakan milis, silakan ketikkan kata kunci “iklan” di form pencarian. Anda akan menemukan ratusan bahkan ribuan daftar milis yang berkaitan dengan topik anda.

Jika anda aktif menulis, berbicara dan berperan serta di suatu newsgroup, maka nama anda akan semakin dikenal. Mereka akan lebih mudah mengunjungi website anda setelah mengenal anda.

Anda juga bisa langsung beriklan di beberapa newsgroup tertentu yang mengizinkan periklanan.

Tapi yang perlu diperhatikan, jangan melakukan pengiriman pesan yang sama berkali-kali dalam kurun waktu singkat. Anda akan dianggap spam dan keanggotaan anda bisa dihapus oleh pengelola.

**Jika anda merasa kesulitan mencari pengunjung.... gunakan saja dua metode di bawah ini secara rutin!**



Saya sering memperoleh email dari para pemula di Internet yang mengeluhkan kesulitan mereka dalam menghasilkan pengunjung untuk website mereka. Pendapat saya tentang mereka adalah: IRONIS.

Di satu sisi, sebagian dari mereka memberi tanggapan menyenangkan dengan berhasilnya mereka menghasilkan pengunjung-pengunjung baru hanya dalam beberapa hari sejak aktifnya website mereka. Namun di sisi lain, ada juga yang mengeluhkan mengapa mereka tidak memperoleh hasil sebaik yang "dijanjikan".

Saudara... bisa jadi bisnis di Internet sebenarnya hanyalah permainan angka. Semakin banyak waktu awal yang anda beriklan, akan semakin besar peluang anda untuk bisa mengembangkan bisnis, termasuk menghasilkan pengunjung baru.

Logikanya seperti ini:

- Semakin banyak iklan anda pasang, semakin banyak yang akan membaca iklan anda.
- Semakin banyak orang membaca iklan anda, semakin banyak yang akan mengunjungi website anda.
- Semakin banyak orang mengunjungi website anda, maka semakin banyak orang yang menjadi customer anda.

Jika anda masih dalam taraf permulaan menghasilkan traffic, tidak ada cara lain untuk meraih pengunjung secara mudah kecuali dengan memperbanyak tampilan iklan anda. Kunci keberhasilan anda terletak pada KOMITMEN dan RUTINITAS!

Dan ingat, pencarian traffic seperti ini hanya perlu anda lakukan pada tahap pertama. Setelah ini, kegiatan promosi anda akan jauh lebih ringan.

Nah... di halaman ini saya ingin memberikan **dua teknik sederhana** yang saya harap bisa anda jalankan dengan benar dan rutin. Kami tidak berani memberi garansi jika anda tidak pernah menerapkannya dengan benar. Juga, kami merasa anda perlu tahu bahwa, **KOMITMEN dan KETEKUNAN** anda dalam berpromosi merupakan sisi terpenting di bisnis INTERNET. Bahkan untuk bisnis lainnya!

Setelah anda menggunakan dua teknik ini, anda akan menemukan ternyata mencari pengunjung itu mudah... asal kita tahu bagaimana caranya.

Sebelum dua metode ini saya jelaskan, kita pegang SATU asumsi, yaitu:



**Anda mau memakai minimal satu jam per hari untuk secara rutin berpromosi melalui Internet. SETIAP HARI!!**

Kedua metode yang kita pakai adalah:

### *Milis dan Iklan Mini*

#### **Gambaran UMUM**

Di Indonesia, Milis dan iklan mini merupakan dua sarana periklanan Internet yang masih bisa memberi hasil menguntungkan untuk bisnis anda. Mengapa? Karena mereka memiliki jumlah pengunjung yang sangat banyak! Misalnya <http://www.iklanbaris.co.id>, dia memiliki 5000 hingga 10.000 pengunjung per hari!

Dengan memanfaatkan situs iklan seramai itu, untuk setiap pemasangan iklan, anda akan memperoleh peluang dibaca oleh ribuan pengunjung situs iklan mini dan milis setiap harinya. Namun, anda harus tahu bagaimana membuat pemasangan iklan anda menjadi lebih efektif.

Seperti yang kita ketahui, pada saat kita mengirim iklan ke iklan mini ataupun milis, menit-menit pertama iklan tersebut akan berada pada urutan pertama. Artinya, kemungkinan iklan anda akan dibaca oleh para pengunjung iklan mini atau milis masih sangat besar.

Namun, jika ada orang lain juga memasang iklan setelah anda, maka iklan anda yang tercantum pada situs tersebut akan bergeser turun dan kedudukannya diganti oleh pemasang iklan yang lebih baru. Begitulah seterusnya.

Hal ini terjadi baik untuk fasilitas iklan mini maupun milis. Semakin banyak orang yang memasang iklan setelah anda, akan semakin turun tampilan iklan anda. Artinya... akan semakin kecil kemungkinan bagi iklan anda untuk dibaca oleh orang lain (pengunjung)

### *STRATEGI*

Strateginya adalah... anda **harus mengupayakan agar tampilan iklan selalu berada pada urutan pertama!**

Satu-satunya cara agar iklan anda tetap berada pada urutan pertama adalah dengan melakukan pemasangan iklan secara berulang dan rutin setiap hari. Misalnya 6 kali dalam sehari. Hasilnya akan berbeda dengan jika anda melakukan bombardir puluhan iklan dalam satu waktu sekaligus!

Lebih baik anda memasang 3 iklan dalam 6 kali waktu pemasangan yang berbeda daripada anda memasang 18 iklan dalam satu waktu secara bersamaan.



Lebih baik anda menggunakan 10 menit pemasangan iklan sebanyak 12 kali dalam sehari, daripada menggunakan 2 jam sekaligus dalam satu waktu untuk memasang iklan.

Pukul	Iklan Mini	Milis	Keterangan
07.00	3 iklan	3 iklan	10 menit kegiatan
09.00	3 iklan	3 iklan	10 menit kegiatan
11.00	3 iklan	3 iklan	10 menit kegiatan
13.00	3 iklan	3 iklan	10 menit kegiatan
15.00	3 iklan	3 iklan	10 menit kegiatan
17.00	3 iklan	3 iklan	10 menit kegiatan
Jumlah	18 iklan/hari	18 iklan/hari	60 menit promosi

**Apakah anda tahu perbedaannya?**

Kasus ini sama dengan contoh berikut:

Mana yang menurut anda lebih baik? (walaupun waktu yang digunakan sama)

**Menggosok gigi 10 menit setiap hari, 30 kali dalam satu bulan...**

atau

**menggosok gigi selama 300 menit (10 X 30), 1 kali dalam sebulan!**

Sekali lagi mana yang lebih baik memberi hasil? Hal yang sama bisa anda terapkan dalam pemasangan iklan. Baik itu iklan mini ataupun milis. Jika anda ingin memakai iklan mini sebagai sarana iklan, gunakan situs iklan mini di atas untuk secara rutin mengiklankan bisnis anda:

Dan jika anda ingin menggunakan milis sebagai sarana periklanan anda, gunakan software pengirim iklan otomatis. Anda bisa mencari software macam ini di Internet. Caranya, akses [www.google.com](http://www.google.com) terus ketik "email mass sender". Tapi pesan saya, jangan gunakan software tersebut untuk melakukan spam. Cukup gunakan untuk mengirim pesan anda ke alamat milis yang sebelumnya sudah anda lakukan pendaftaran.

Gunakan waktu 10 - 20 menit setiap kali melakukan submisi!

Ingat... metode periklanan apapun yang anda gunakan... IKLAN MINI atau MILIS... iklan anda akan digeser kedudukannya dalam satu jam setelah pemasangan. Anda harus membuat posisi iklan anda tetap berada pada urutan pertama! Lakukan ini dengan cara melakukan submisi dalam 6 - 10 kali waktu yang berbeda dalam sehari.



## Jadwalkan secara teratur!

Baiklah... Anda punya dua kegiatan di sini! Yaitu pemasangan iklan di iklan baris dan di milis. Buat jadwal secara teratur setiap hari dengan kegiatan rutin pemasangan iklan, misalnya seperti ini:

Dan inilah yang kami maksud dengan kegiatan **promosi 1 jam per hari!!**

Ingat contoh kasus **gosok gigi** yang kami berikan di depan? Cobalah strategi ini, dan dijamin anda dapat dengan mudah menghasilkan member baru!! Gunakan beberapa software gratis yang telah kami tunjukkan kepada anda.

Gunakan **Type It In** dan **Ad Wizard** untuk mempercepat pemasangan iklan! Gunakan waktu anda sebaik mungkin! Jika anda belum mendapat hasil... berarti anda belum menerapkan dengan baik dan benar semua strategi yang ada di sini! Bisnis di Internet bukan program cepat kaya! Dia membutuhkan KOMITMEN dan KETEKUNAN untuk meraih hasil yang besar!

## Pakai Software Pemasang Iklan Otomatis!!

Bagaimana memangkas seluruh kerja promosi anda menjadi jauh lebih ringan dan memberi hasil berlipat dari yang biasa anda terima?

Saya yakin anda telah mengenal tiga cara berpromosi di Internet. Antara lain: **Iklan Mini, Search Engine dan Mailing List atau Milis**. Di Indonesia terdapat sekitar 100 iklan mini, namun hanya 40 situs yang memiliki pengunjung cukup banyak. Juga terdapat 50 search engines, dan 200 Milis bisnis.

Dari seluruh sarana iklan tersebut, anda bisa memanfaatkannya secara manual, yaitu dengan memasang iklan satu demi satu! Ya... memang cukup melelahkan!! Dan bisa ditebak, respon iklan anda sangat sedikit.

Berita baiknya adalah...

Baru-baru ini beberapa putra Indonesia telah membuktikan kemampuannya merancang suatu program untuk meringankan tugas promosi di Internet menjadi puluhan kali lebih ringan. Namanya <http://www.onmarketing.com> ! Ada tiga jenis software yang mereka buat, antara lain:

### **ID SUBMIT**

Program untuk mendaftarkan situs anda ke semua search engine Indonesia dan dunia dalam sekali klik.

**Catatan:** khusus untuk pendaftaran website ke 10 search engine populer, saya tetap menganjurkan anda melakukan secara manual.



### **ID CLASSIFY**

Program untuk mengiklankan situs/produk/jasa anda ke semua situs iklanbaris Indonesia dalam sekali klik. Bayangkan anda bisa beriklan ke 40-an situs iklanbaris dan iklan anda dibaca oleh lebih dari 7000 pengunjung setiap hari dan itu dapat dilakukan secara gratis.

### **ID MAILIST**

Program untuk mengiklankan situs/produk/jasa anda ke semua mailing list Indonesia dalam sekali klik. Total ada 200-an mailing list Indonesia di yahoogroups.com yang memperbolehkan pemasangan iklan dan dengan jumlah subscribers melebihi 10.000 alamat email.

### **Yang ingin saya anjurkan kepada anda adalah:**

Jika anda ingin pekerjaan promosi anda menjadi jauh lebih ringan, jika anda ingin meraih pengunjung baru per hari hanya dengan kegiatan 30 menit per hari... gunakan alat-alat tersebut untuk menggantikan tugas anda!

Silakan anda sisihkan dana sedikit untuk membeli program-program tersebut. Anda bisa mempelajari fungsinya masing-masing secara lebih detail di websitenya. <http://www.onmarketing.com> .

Investasi anda yang sangat ringan ini akan memberi penghasilan rutin dan otomatis jutaan rupiah setiap bulan!! Jangan sia-siakan kesempatan ini!

### **Strategi 3: Daftarkan homepage website anda ke beberapa website berikut.**

Selanjutnya setelah mendaftar ke google.com, lakukan pendaftaran **homepage anda** ke beberapa **website lain**, seperti: search engine, direktori, forum, newsgroup, buku tamu dsb.... Saya akan tunjukkan websitenya secara detail dan apa yang harus anda lakukan di website lain tersebut.

Ingat, tujuan pemasangan ini bukanlah untuk promosi langsung. Namun sekedar menanamkan link anda di tempat lain. Walaupun nanti saya mengarahkan anda ke newsgroup atau iklan mini, jangan berpikir ini adalah promosi rutin, nanti ada bagiannya sendiri. Untuk saat ini anda hanya menanamkan link anda di web tersebut **dengan kata kunci tertentu.** Itu saja!

Website lain yang saya maksud adalah website yang sudah terdaftar di search engine google.com dan sudah memiliki peringkat cukup tinggi. Tujuan pendaftaran ke website lain adalah untuk menciptakan link yang tertuju ke website anda. Ini akan meningkatkan peringkat web anda di hasil pencarian search engine.

Homepage yang anda daftarkan adalah:

<http://www.bisniskonglomerat.com/?id=idanda> ,atau URL redirect yang telah anda buat sebelumnya.



Berdasarkan observasi, website lain yang anda tuju adalah:

### Search engine dan direktori

Biasanya yang perlu anda isikan di pendaftaran search engine adalah data anda beserta url saja. Beda dengan direktori yang harus memilih kategori website dan mengisi deskripsi website anda. Contoh materi yang anda isikan pada direktori adalah:

#### **Info penting Bisnis Konglomerat** (judul web)

Informasi **bisnis konglomerat** untuk anda, tentang **rahasia kaya konglomerat Indonesia, peluang usaha, bisnis internet, mesin uang**. Klik di sini dan anda akan tahu isinya. (deskripsi singkat).

Kata/frase merah adalah kata kunci utama yang harus ada di deskripsi dan judul. Anda bisa menggunakan bank kata kunci yang telah saya berikan di atas. Silakan buat kalimat deskripsi baru yang mengandung kata-kata kunci tersebut. Cara termudah, gunakan kalimat berikut dengan beberapa modifikasi kata kunci.

---

#### **Info penting key1** (judul web)

Informasi **key1** untuk anda, tentang **key2, key3, key4, key5**. Klik di sini dan anda akan tahu isinya. (deskripsi singkat)

---

Lakukan berulang-ulang dengan mengubah setiap 5 kata kunci di kode key1 s/d key5. Pilihlah kata kunci yang menurut anda bagus dan berkaitan secara langsung ataupun tidak langsung dengan website kita.

Kemudian, copy dan paste materi deskripsi tersebut, ubah URL sesuai alamat web anda, dan daftarkan ke website berikut:

<http://www.searchindonesia.com>  
<http://www.incari.com>  
<http://indonesia.asiaco.com>  
<http://www.catcha.co.id>  
<http://indonesia.asiadracons.com>  
<http://www.endonesia.com>  
<http://www.irfamedia.com>  
<http://indonesia.asiannet.com>  
<http://members.lycos.nl/linkindonesia>  
<http://www.promosi-web.com>  
<http://www.nahlo.com>  
<http://indonesia.start4all.com>  
<http://www.komputerera.com>  
<http://www.eastjava.com/furniture>



<http://www.naver.co.id>  
<http://www.pande-bali.com>  
<http://www.indo-web.com>  
<http://www.pandawa.com/arjuna>  
<http://situs.web.id>  
<http://www.geocities.com/CollegePark/4100>  
<http://www.yellowpages.web.id>  
<http://www.netcepat.com>  
<http://direktori.keluarga.org>  
<http://www.startindonesia.com>  
<http://www.alfiannoer.i-p.com>  
<http://www.geocities.com/pristoid>  
<http://www.anekaragam.com>  
<http://enjoyat.hypermart.net>  
<http://www.indotop10.com>  
<http://www.bookmarks.web.id>  
<http://nusadata.master.com>  
<http://www.dunia-internet.com>  
<http://1searchindonesia.virtualave.net>  
<http://search.pandawa.com>  
<http://surabaya.hypermart.net>  
<http://www.netkreasindo.com>

Lakukan beberapa kali, setiap pendaftaran, ubah materinya sesuai kreativitas anda. Usahakan setiap kalimat deskripsi yang anda tulis mengandung beberapa kata kunci utama untuk BisnisKonglomerat.Com.

Anda bisa mencari website baru lagi dengan melacaknya melalui <http://www.google.com> Masukkan kata kunci "search engine indonesia", "direktori indonesia", "mesin pencari" atau sejenisnya.

### **Newsgroup**

Newsgroup adalah media promosi melalui email. Lakukan hal yang sama untuk newsgroups/milis. Langkahnya sama dengan yang di atas namun dengan contoh materi seperti ini:

#### **Info penting key1** (subyek pesan)

Informasi **key1** untuk anda, tentang **key2, key3, key4, key5**. Klik di sini dan anda akan tahu isinya. (deskripsi singkat). Bagaimana konglomerat Indonesia menghasilkan jutaan rupiah hanya dengan langkah sederhana ?. klik

<http://www.bisniskonglomerat.com/?id=sukses> (materi pesan)

Kemudian pasang di newsgroup berikut ini: (perhatian, anda harus mendaftarkan email anda terlebih dulu ke milis tersebut agar bisa memasang pesan

- [iklan@yahogroups.com](mailto:iklan@yahogroups.com)
- [gempar@yahogroups.com](mailto:gempar@yahogroups.com)





Anda bisa mencari website baru lagi dengan melacaknya melalui <http://www.google.com> Masukkan kata kunci "key1 yahoogroups", "key1 milis", "key1 papan diskusi" atau sejenisnya.

### **Buku tamu**

Apapun website yang anda temui, jika dia memiliki buku tamu... isilah. Tapi utamakan website yang sudah tercantum di search engine. Berikut contoh materinya:

---

Saya menyukai tampilan website anda dengan materi yang dibahas di dalamnya. Saya akan kunjungi beberapa waktu lagi untuk melihat informasi baru dari anda.

Johan sebastian (nama anda)

<http://www.bisniskonglomerat.com/?id=sukses> (website bisniskonglomerat anda) info tentang **key1, key2, key3, key4, key5**. (kata kunci harus dimasukkan)

---

Anda bisa mencari website berisi buku tamu dengan melacaknya melalui <http://www.google.com> Masukkan kata kunci "buku tamu" atau sejenisnya

### **Iklan mini**

Masukkan judul dan naskah iklan anda ke iklan mini. Sekali saja untuk setiap satu jenis naskah. Misal:

---

**Info penting key1** (judul iklan)

Informasi **key1** untuk anda, tentang **key2, key3, key4, key5**. Klik di sini dan anda akan tahu isinya. (naskah iklan)

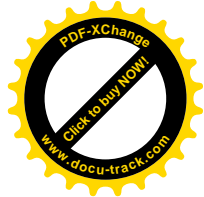
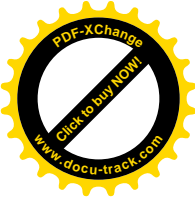
Alamat website:

<http://www.bisniskonglomerat.com/?id=sukses> (website bisniskonglomerat anda)

---

Ulangi untuk kata-kata kunci yang lainnya. Iklan mini yang bisa anda gunakan:

<http://www.bekas.com>  
<http://www.iklan.i-p.com>  
<http://indoadvert.dk3.com>  
<http://www.iklaniklan.com>  
<http://www.iklanbandung.com>  
<http://www.iklanbaris.co.id>  
<http://iklan88.virtualave.net>  
<http://www.jubelindo.co.id>  
<http://www.iklankita.com>  
<http://iklanbaris.pameranoke.com>  
<http://adhoo.i-p.com>  
<http://www.iklan-25.co.id>  
<http://www.iklanaja.com>  
<http://www.iklaneka.com>  
<http://www.jualbeli.com>  
<http://www.iklanlaris.com>  
<http://www.iklanet.com>  
<http://www.iklanpojok.com>



<http://www.iklanmini.com>  
<http://www.iklanmini.co.id>  
<http://www.jual-beli.com>  
<http://www.iklanbaris.com>  
<http://www.globaliklan.most.cc>  
<http://www.iklanumum.com>  
<http://www.iklan-gratis.cjb.net>  
<http://www.iklanpr.com>  
<http://www.bursaiklan.com>  
<http://www.e-klan.net>  
<http://www.iklansolo.com>  
<http://www.i-klik.com>  
<http://iklan.situsmedia.com>  
<http://www.koinku.com>  
<http://www.mediaiklan.com>  
<http://iklanmini.kemana.com>  
<http://www.gadogado.com>  
<http://www.iklaninternet.com>

Anda bisa mencari website baru lagi dengan melacaknya melalui <http://www.google.com> Masukkan kata kunci "iklan mini" atau sejenisnya. Pekerjaan ini tidak akan selesai dalam satu hari. Anjuran saya, anda lakukan ini setiap hari. Tidak masalah jika anda hanya memasang sekali dalam sehari, yang penting anda melakukan satu langkah setiap waktu. Lambat atau cepat tidak jadi masalah, yang penting KONSISTENSI!

Sekali lagi....

**Tidak masalah jika anda menjalankan strategi promosi sekali dalam sehari, yang penting anda melakukan satu langkah setiap waktu. Lambat atau cepat tidak jadi masalah, yang penting KONSISTENSI!**

#### **Strategi 4 : Gunakan Software Pemasang Iklan dan Pengirim Email Otomatis!!**

Jika anda masih menganggap semua strategi promosi di atas terlalu merepotkan anda, saya masih mempunyai sebuah strategi yang sangat mujarab untuk anda, yang dapat anda gunakan setiap saat dan promosi anda akan 50 kali lebih efektif.

Rekan saya, seorang putra Indonesia yang bernama **Elwin HG**, telah berhasil membuktikan kemampuannya merancang program yang akan sangat membantu kegiatan promosi anda, menjadi ratusan kali lebih ringan. Program tersebut adalah **MailMaster** dan **Classify Master**.



**MailMaster** adalah sebuah program yang digunakan untuk mengirim email ke ribuan alamat penerima dengan hanya sekali kirim saja. Email anda dikirimkan secara personal kepada setiap penerima untuk menghindari kesan **SPAM**. Dengan menggunakan software promosi MailMaster ini, maka kegiatan Email Marketing anda jauh lebih efektif dan murah.

Banyak sekali kelebihan dan keunggulan dari program MailMaster ini, diantaranya adalah:

1. Mengirim langsung kepada penerima karena MailMaster dilengkapi dengan smtp server sendiri (Built in SMTP Server).
2. Proses pengiriman Multi-threaded sehingga mempercepat proses pengiriman.
3. Mendukung SMTP Server jika anda ingin menggunakan SMTP server untuk mengirimkan email.
4. Mendukung format HTML dan Text, Template dan Signature.
5. Mendukung multi-attachments.
6. Konfigurasi tersendiri untuk setiap file/proyek.
7. Sanggup membuka beberapa file/proyek sekaligus dan mengirimkannya sekaligus.
8. Bisa diinstall ke Hard disk maupun disket karena ukurannya yang relative kecil.
9. Mengirimkan email secara personal walaupun dalam jumlah yang banyak.
10. Dilengkapi Manual / Help File berbahasa Indonesia.



**Classify Master** adalah sebuah program kecil tetapi handal yang akan mengirimkan iklan ke seluruh situs iklan baris dan iklan mini di Indonesia hanya dengan sekali klik saja. Classify Master dirancang sesederhana mungkin namun memiliki keunggulan setinggi mungkin. Databasenya bisa di Update (Ditambah, dikurangi atau dirubah), sehingga Classify Master bukan hanya bisa mengirimkan iklan ke situs iklan baris yang ada di Indonesia saja, melainkan ke seluruh website yang menyediakan fasilitas iklan baris yang ada di dunia. Ini dimungkinkan karena adanya sebuah program tambahan **Classify Builder** yang membantu anda meng-update data iklan baris untuk Classify Master.

Di Indonesia, setiap harinya ada ratusan ribu orang menggunakan jasa internet. Dan salah satunya adalah anda. Pertanyaannya:” Apa anda memakai komputer sendiri akses ke internet?”. Nah, jika saat ini anda belum mempunyai akses internet pribadi dan masih menggunakan warnet untuk akses internet, Classify Master sangat cocok untuk anda.

Classify Master dirancang bagi anda-anda yang sementara ini menggunakan jasa warnet untuk akses internet. Karena Classify Master bisa dibawa kemanapun anda pergi. Anda hanya perlu membawa sebuah disket saja di kantung anda. Mungkin jika anda sudah punya komputer di rumah dan bisa akses internet tidak masalah punya program yang besar. Tetapi bagi yang tidak? Classify Master lah jawabannya.

Dengan Classify Master, untuk memasang iklan ke 50 sampai 55 iklanbaris hanya perlu 3 sampai 5 menit.

Nah... silakan luangkan sedikit waktu dan dana anda untuk mendapatkan MailMaster dan Classify Master. Anda dapat memperoleh kedua program tersebut di <http://mgmaster.com/index.php?satwa>. Tata cara pemakaian kedua program tersebut, dapat anda baca di file help (berbahasa Indonesia) pada masing-masing program.



## Strategi Tambahan

Untuk strategi tambahan disini anda bisa memakai 3 metode lagi yang saya gunakan. Metode ini pun bisa menghasilkan ribuan pengunjung setiap harinya.

### 1) SOFTWARE BERKELAS

Pada website ini menjual bermacam-macam software yang bisa anda pergunakan dalam memasarkan secara efisien dan cepat. Harganya yang terjangkau dan mudah digunakan membuat para marketer indonesia mempercayai keampuannya. Saya sarankan anda memanfaatkan software yang dijual ini semaksimal mungkin sebab hasil yang didapat nantinya amat sangat memuaskan, sebagai pengalaman saja dalam seminggu saya berhasil memperoleh traffic hingga 15000 pengunjung dengan software ini.

**Klik Disini** <http://www.geocities.com/softwareberkelas>

### 2) E-BOOK PROMOSI GRATIS

Dengan e-book promosi gratis anda nantinya akan membagikan e-book gratisan untuk meningkatkan traffic anda. Pada website ini jika anda membeli hak jual pemasarannya, maka pekerjaan berpromosi anda menjadi lebih efektif sebab dalam 1 website ini bisa memuat 5 iklan untuk memasarkan website anda sekaligus, bahkan anda bisa memberikan pengunjung lain ebook gratis dan tentu saja ini merupakan kesempatan anda juga dalam memperoleh penghasilan jutaan rupiah. Metode pemasaran seperti di website ini memberikan keuntungan 2 buah, anda mendapatkan traffic sekaligus anda mendapatkan uang. Saya sarankan anda membeli hak jualnya dan buktikan.

**Klik Disini** <http://www.geocities.com/gratisebook>

### 3) BONANZA

Jika anda menggunakan iklan baris yang satu ini, maka anda punya 2 kesempatan besar, yaitu iklan anda akan terbaca ribuan orang dan juga anda akan mendapatkan penghasilan tambahan. Saya sarankan anda membeli hak jualnya dan harganya pun sangat murah, anda bisa buktikan kegunaan pemasangan iklan di bonanza.

**Klik Disini** <http://felsat.tripod.com/bonanza.htm>



## Strategi Promosi Manual

Anda telah mempelajari cara-cara mempromosikan website anda melalui media internet. Anda dituntut untuk selalu konsisten di dalam melakukan promosi. Dan, hal ini bukanlah masalah besar bagi anda, karena anda sudah tahu, ternyata akses internet itu tidaklah mahal.

“Tapi... saya belum punya komputer... selama ini saya akses internet melalui warung internet. Saya juga belum punya duit untuk membeli handphone GPRS... Kalau saya harus rutin berpromosi melalui warung internet, berapa biaya yang harus saya keluarkan untuk melakukannya...??”, begitu kira-kira yang ada di dalam benak anda, tul ndak?

**Jangan kuatir... saya punya solusinya untuk anda...** anda tetap bisa melakukan bisnis online....

Bahkan, anda akan tahu caranya untuk **melakukan bisnis online, tanpa anda harus online...**

Tetapi sekali lagi... Anda harus mempunyai **kemauan yang menyala-nyala** untuk meraih impian anda.

Yakinlah bahwa semua yang anda lakukan tidak sia-sia, dan rekening anda pun akan segera dialiri uang. Jika uang anda sudah terkumpul, belilah komputer dan semua peralatan yang dibutuhkan.

Sobat...solusi ini bukan hanya bagi anda yang ‘belum mampu’ mengakses internet dari komputer pribadi anda, saya sangat menganjurkan bagi anda yang telah melakukan promosi virtual, untuk tetap melakukan promosi manual.

Why..??

Karena pangsa pasar promosi manual adalah para pengguna internet terpendam, dan pangsa pasarnya masih sangat besar. Anda ingat, saat ini dari sekitar 220 juta penduduk di Indonesia, baru sekitar 14 juta yang merupakan pengguna internet. Lalu bagaimana dengan sisanya...??

Itulah pangsa pasar anda... sangat gemuk bukan...?! Jangan sia-siakan pangsa pasar segemuk itu...

Lalu apakah yang dimaksud dengan strategi promosi manual...??

Secara umum, saya mendefinisikan promosi manual sebagai sebuah kegiatan promosi yang dilakukan di dunia nyata, yaitu kegiatan promosi yang dilakukan bukan melalui media internet, agar dapat menarik orang untuk mengunjungi website anda.



Tujuan akhir dari strategi promosi manual ini sama dengan strategi promosi virtual, yaitu agar orang mengunjungi website anda, dan membeli e-book ini, dan uang pun akan mengalir ke rekening anda.

## Konsep Dasar Perolehan Traffic

Lalu apa yang harus anda lakukan...?? Promosi dari mulut ke mulut...?? Apakah anda harus katakan kepada setiap kolega anda, betapa indahnya bisnis di internet...?? Anda ngomong panjang lebar dari A sampai ke Z...bla... bla... bla... sampai mulut anda berbusa..??

Hmmm... saya tidak melarang anda melakukan hal itu... tapi anda akan merasa lelah dan bosan melakukannya... Berapa orang yang dapat anda bujuk untuk mendatangi website anda dengan cara-cara kuno seperti ini?? Berapa banyak waktu yang harus anda habiskan untuk melakukan promosi dengan cara seperti ini... kemungkinan besar anda akan merasa frustrasi... lalu putus asa...

Marilah kita kerja dengan **cara yang cerdas** bung ...!!!

Saya punya sebuah strategi ampuh yang dapat anda pakai di dalam melakukan promosi manual, di mana anda tidak akan membuang banyak waktu dan tenaga, tetapi anda akan tetap dapat menarik orang untuk mengunjungi website anda.

### Sales letter... ya betul... gunakan sales letter...

Apa itu sales letter, bagaimana konsep dasarnya, bagaimana cara membuatnya agar dapat menarik perhatian orang...?? Akan kita bahas bersama-sama...

### Merancang Sales Letter Yang Menjual

Yang saya maksud dengan sales letter adalah serangkaian tulisan yang dirancang untuk mengantarkan setiap orang yang membacanya untuk mengunjungi website anda, kemudian membeli produk e-book ini. Tugas utama sales letter adalah melakukan penjualan. Sales letter adalah salesman anda. Anda tidak akan dapat menjual barang dagangan anda kalau anda tidak mempunyai salesman bukan...??

### Bagaimana Cara Merancang Sales Letter?

Sebelum kita mulai, ada satu poin penting yang saya harap diingat baik-baik dalam pikiran anda: Selalulah berpikir dari kaca mata customer anda. Mengapa? Karena satu-satunya hal yang ada di dalam pikiran customer saat mereka membaca sales letter adalah: **“Apa manfaat yang dapat saya peroleh?”**. Simpan terus poin ini dalam pikiran anda dan mulailah merancang sales letter yang menonjolkan manfaat produk anda bagi customer anda.

### Komponen Kunci Merancang Sales Letter



Satu hal yang harus anda pelajari di dalam merancang sales letter adalah: **Rancang seluruh sales letter anda dengan proses penjualan di dalam ingatan anda.**

Anda paham? Saya katakan sekali lagi...

**Rancang seluruh sales letter anda dengan PROSES PENJUALAN di dalam ingatan anda.** Sales letter anda harus dapat mengajak setiap orang mengunjungi website anda, kemudian mereka akan membaca sales letter di website anda (sales letter di website sudah saya persiapkan untuk anda), dan pada akhirnya mereka akan membeli produk anda, yaitu ebook ini.

Yang juga harus anda perhatikan, sales letter berbeda dengan brosur. Kalau brosur hanya menampilkan informasi-informasi saja, tetapi sales letter lebih dari itu. Di dalam sales letter, anda harus melibatkan faktor **emosional** dari pembacanya.

**Karena itu begini:**

### **1. Sebuah Surat Penjualan Harus HIDUP dan PERSONAL.**

Hal itu harus memberi kesan seolah-olah Anda duduk di hadapan calon pembeli sedang membicarakan suatu transaksi bisnis. Jadi tantangan bagi Anda adalah bagaimana menulis seolah-olah anda bicara kepada seorang teman, bukan kepada makhluk asing yang anda tidak kenal. Teman yang baik akan mendengarkan kepada Anda apabila Anda memiliki sesuatu yang penting untuk dikatakan, begitu juga sebaliknya.

### **2. Sebuah Surat Penjualan Harus EMOSIONAL**

Anda harus dapat menggunakan emosi anda di dalam surat penjualan. Tentu anda tidak dapat melakukan hal itu hanya dengan katalog atau brosur-brosur saja bukan?

Sales letter yang anda buat harus bisa:

- Ø Mendapatkan **perhatian** setiap orang yang membacanya.
- Ø Membangkitkan **minat (rasa ingin tahu)** setiap orang yang membacanya.
- Ø Membangkitkan **hasrat** setiap orang yang membacanya sehingga mereka **melakukan tindakan**, yaitu dengan mengunjungi website anda.

Selanjutnya, ketika mereka melakukan tindakan dengan cara mengunjungi website anda (URL redirect anda) mereka akan ditangani oleh sales letter yang telah saya pasang di BisnisKonglomerat.Com. Anda bisa lihat, betapa ampuhnya sales letter yang saya pasang, terbukti anda bersedia untuk membeli ebook ini. Tul ndak...??

Berikut ini akan saya paparkan **poin-poin penting di dalam membuat sales letter.**





## ATTENTION (PERHATIAN)

### 1. Judul / Headline

Kita asumsikan bahwa setiap orang yang anda bidik sebagai pangsa pasar anda adalah:

- Orang awam, yang tidak tahu apa-apa mengenai bisnis di internet. Tetapi minimal mereka sudah pernah mendengar apa itu internet, dan bahkan mungkin pernah merasakan bagaimana rasanya mengakses internet.
- Mereka adalah orang-orang yang sibuk dengan kegiatannya masing-masing dan tidak ada waktu untuk membaca sales letter yang anda buat.

Maka anda **HARUS** memperoleh perhatian mereka. Anda hanya memiliki waktu 10 detik untuk menangkap perhatian mereka. Ketika anda mulai menyebarkan sales letter anda, anda tidak mempunyai gambaran yang cukup baik tentang pembaca sales letter anda.

.... tapi ada satu hal yang harus anda ketahui:

Saat mereka membaca sales letter anda, lalu membaca headline di halaman sales letter anda, mereka **harus** memiliki paling tidak **sekilas perhatian** dan **ketertarikan** akan isi sales letter anda.

Buatlah mereka bertanya, “Headlinenya menarik... apa sih isinya..??”

Headline anda harus mampu membangkitkan perhatian mereka. Jika tidak, maka anda akan gagal menahan mereka agar tetap membaca sales letter anda. Anda hanya memiliki waktu beberapa detik sebelum mereka pergi meninggalkan anda dan mengacuhkan sales letter anda, dan mungkin mereka tidak akan dapat anda raih kembali.

**Poinnya adalah: Sales letter anda mungkin menakjubkan, tetapi jika headline anda tidak menarik mereka... maka sales letter anda tidak akan pernah terbaca!**

Anda harus mengerti betapa kuat dan pentingnya peranan headline. **80%** kekuatan dan keefektifan sales letter anda terletak pada kata-kata headline yang anda pilih. **Headline yang baik** bisa menghasilkan respon **1500% lebih banyak** daripada headline biasa.

Headline yang manjur harus mampu meneriakan manfaat terbesar yang bisa diterima pembaca. Anda harus menunjukkan kepada pembaca anda dan membuatnya mau membaca lebih jauh lagi, sampai akhirnya tujuan akhir anda akan tercapai.

**Di sini terdapat beberapa tipe dan contoh headline...**



- **Headline Berita (the News Headlines)**  
“ Anda Bahkan Dapat Mulai Meledakkan Kekuatan INTERNET Untuk Meningkatkan Secara Dramatis Taraf Hidup Anda !”
- **Headline Pertanyaan ‘Ya’ (the ‘Yes’ Question Headlines)**  
“Maukah Anda Menemukan Rahasia Sukses Bisnis Online Yang Bahkan Tidak Akan Pernah Diberikan Pesaing Anda?”
- **Headline “Bagaimana Cara” (the ‘How-To Headline)**  
“Bagaimana Anda Dapat Meraih Penghasilan Melimpah Dari Internet, Dengan Biaya Akses Hanya Rp 278,-/Jam.

Banyak buku yang berubah menjadi best seller ketika penerbitnya dengan cerdas mengganti judul (headline) dan memperbaharainya. Padahal, isi buku tersebut sama persis dengan sebelumnya. Hanya judulnya saja yang berbeda.

## 2. Sub-Heading

Ini tidak mutlak harus anda berikan. Anda bisa gunakan sub judul untuk memperdalam perhatian pembaca anda. Sekali lagi, kuncinya adalah untuk tetap membuat mereka membaca dan buatlah tulisan anda mengalir.

## INTEREST (MINAT)

### 3. Pembukaan

Sekali anda telah mendapatkan perhatian mereka untuk meneruskan membaca isi sales letter, anda perlu membangun minat mereka. Ini adalah paragraf pertama sales letter anda. Di sinilah anda mulai membangun minat mereka. Salah satu cara yang bisa digunakan adalah mengawali kalimat sales letter dengan pernyataan **“jika..., maka...”**. Cara ini sangat efektif untuk membangkitkan minat. Hal tersebut membangun minat karena mereka akan berpikir, **“Oh, informasi ini kelihatannya bisa memecahkan masalah saya. Mungkin inilah jawabannya”**.

Cara lain yang bisa anda gunakan adalah dengan mengatakan kepada mereka problem utama yang dapat anda pecahkan atau kebutuhan mereka yang dapat anda penuhi. Tapi jangan tawarkan dulu solusinya, biarkan mereka mengunjungi website anda dan menemukan solusinya di sana.

Jadi, pikirkanlah kalimat atau pernyataan apa saja yang bisa anda sampaikan kepada mereka pada 10 detik pertama yang membuatnya mau membaca keseluruhan isi sales letter anda.

## DESIRE (HASRAT)



#### 4. Daftar Manfaat

Sekarang anda mendapatkan minat mereka untuk terus membaca sales letter anda. Tugas anda selanjutnya adalah mengalihkan minat mereka menjadi sebuah keinginan. Anda tahu bahwa mereka memiliki kebutuhan, keinginan dan masalah yang harus dipecahkan.

Lakukanlah dengan cara menunjukkan kepada mereka keuntungan dan manfaat dari tawaran anda. Jangan katakan kepada mereka semua bagian menarik dari tawaran anda. Biarkan mereka memendam rasa penasaran di dalam hatinya.

Katakan pula pada mereka, bahwa tawaran anda dapat meningkatkan taraf hidup mereka.

Sebagai contoh, sebagian mobil memiliki *anti-lock brakes* sebagai sebuah keunggulan. Lalu apakah anda mau membeli sebuah mobil hanya karena iklan yang mengatakan bahwa mobil itu memiliki sistem *anti lock brakes*?

Tentu tidak!

Sebaliknya, anda akan tertarik jika mereka mengatakan betapa amannya keluarga anda saat melakukan perjalanan dengan mobil mereka yang memiliki *anti-lock brakes*. Mereka menjual keuntungannya, manfaatnya, bukan hanya sebatas bagian menarik dari produk atau jasa tersebut.

Cara terbaik untuk menyampaikan maksud ini adalah dengan menulisnya dalam bentuk daftar manfaat. Gunakan bullet list untuk membuatnya mudah dibaca. Buatlah seluruh poin daftar anda terfokus pada manfaat.

Contoh poin daftar manfaat:

- Ø “Bagaimana cara....”
- Ø “Rahasia Konglomerat Indonesia”
- Ø “Memperoleh penghasilan melimpah dari internet”
- Ø “Kerja hanya 1 jam per hari”
- Ø “Mudah, bisa dilakukan siapa saja”
- Ø Dsb...dsb...

Pastikan anda memasukkan beberapa manfaat terbaik dan terbesar di daftar pertama ini.

#### ACTION (TINDAKAN)

#### 5. Informasi Pemesanan

Setelah anda membangkitkan hasrat orang yang membaca sales letter anda, tugas anda selanjutnya adalah **menunjukkan jalan agar mereka dapat memenuhi**



**hasratnya.** Katakan kepada mereka apa yang harus dilakukan selanjutnya. Jangan pernah sekalipun menganggap mereka sudah tahu apa yang harus dilakukan, katakan pada mereka!

OK, ingat kembali... untuk apa anda susah-susah merancang sebuah sales letter. Tentu untuk mendatangkan traffic ke website anda bukan...?? Dan ujung-ujungnya mereka membeli e-book ini, dan rekening anda akan dialiri dana yang melimpah.

Sekarang, anda harus mengajak mereka memenuhi hasratnya dengan cara **mengunjungi website anda.**

Caranya.... Sodorkan alamat website anda...!!!

Katakan, bahwa jika mereka mengunjungi website anda, maka mereka akan menemukan jawaban dari masalah mereka. Anda dapat menggunakan kata-kata seperti di bawah ini:

- Ø Temukan solusinya di ... (URL redirect anda).
- Ø Kunjungi .... (URL redirect anda) segera !
- Ø Jawabannya ada di .... (URL redirect anda)
- Ø Dsb... dsb...

Sekali lagi, **sodorkan alamat website anda...!!!**

Saya sangat menganjurkan agar anda mencantumkan alamat URL redirect anda (<http://namaURLanda.cjb.net>), dan bukan alamat website reseller anda ([www.bisniskonglomerat.com?id=idanda](http://www.bisniskonglomerat.com?id=idanda)). Alamat website reseller anda mungkin akan terdengar terlalu panjang dan susah diingat bagi para pembaca. Karena itu cantumkan alamat URL redirect anda. Apalagi jika nama URL redirect anda cukup unik, gampang diingat dan mempunyai “nilai jual” yang tinggi. Bandingkan dengan nama yang saya gunakan, “BisnisKonglomerat”. Cukup unik, gampang diingat dan mempunyai nilai jual tinggi bukan...??

## 6. Menghilangkan Keraguan

Anda sudah menunjukkan jalan kepada pembaca sales letter anda, agar dapat memenuhi hasratnya. Tetapi seringkali timbul keraguan, terutama akan kemampuan diri mereka.



“Wah... saya ngga paham bener mengenai komputer dan internet... apa mungkin saya bisa melakukan bisnis online...?” Begitu kira-kira yang ada di dalam benak mereka.

Karena itu, anda perlu untuk menghilangkan keragu-raguan mereka. Salah satu caranya adalah mencantumkan syarat-syarat atau spesifikasi apa saja yang harus dipenuhi agar dapat melakukan akses internet murah dan memulai bisnis online. Tentu saja, spesifikasi tersebut harus dibuat seminimal mungkin. Jangan sampai, spesifikasi yang anda cantumkan terlalu tinggi, sehingga akhirnya malah membuat pembaca sales letter anda takut untuk mencoba dan akhirnya membatalkan niatnya untuk mengunjungi website anda. Fatal akibatnya...!!

Anda bisa menggunakan kalimat sebagai berikut:

**“Tidak peduli siapapun anda, apakah anda seorang pengusaha, karyawan, pelajar, mahasiswa, ibu rumah tangga, atau bahkan anda saat ini sedang tidak bekerja, asal anda bisa mengakses internet, anda sudah mempunyai bekal yang cukup...”**

### Contoh Sales Letter

Saya akan mencontohkan sebuah sales letter untuk anda. Anda tidak harus terpaku pada contoh-contoh yang saya berikan. Semakin kreatif anda, semakin deras aliran uang yang mengalir ke dalam rekening anda... **jadilah kreatif..!!** Tentu saja anda harus tetap berpedoman pada poin-poin penting di dalam pembuatan sales letter yang telah kita bahas bersama.

Anda boleh memperindah tampilan sales letter anda dengan gambar-gambar atau ilustrasi-ilustrasi yang menarik. Tapi ingat, jangan sampai gambar dan ilustrasi yang anda cantumkan justru **mengalihkan perhatian pembaca dari headline dan isi sales letter anda**. Fokuslah pada tujuan anda di dalam membuat sales letter, yaitu **untuk menghasilkan uang! Dengan cara menarik pengunjung ke website anda!** Betul.... untuk menarik pengunjung ke website anda, itu saja cukup...

Kebanyakan orang melakukan kekeliruan di dalam membuat sales letter. Mereka membuat sales letter mereka demikian indah, sehingga pembaca akan terkagum-kagum dengan tampilan sales letter mereka. Tetapi, bukan itu tujuan kita membuat sales letter, ingat tujuannya adalah menarik pengunjung ke website anda. Jadi di dalam merancang sales letter anda harus tentukan :

- Ø Apa tujuan merancang sales letter?
- Ø Apa respon yang paling anda inginkan dari pembaca sales letter anda?
- Ø Fokus pada tujuan anda.



OK, inilah contoh sales letter untuk anda:

**Bagaimana Anda dapat menjadi KONGLOMERAT dengan Langkah Sederhana dari Konglomerat-Konglomerat Indonesia Dan Bahkan, anda dapat Memperoleh PENGHASILAN MELIMPAH dari internet.**

Jika **tahu** apa yang dilakukan oleh konglomerat, maka siapapun bisa menjadi **konglomerat** dan jika tahu bagaimana memperoleh penghasilan melimpah dari internet, maka bulan depan anda pun menjadi konglomerat baru di negeri ini. Teknik-teknik yang digunakan dijamin **100% legal, tidak ada satu pun unsur pelanggaran hukum di dalamnya.**

Segera kunjungi [www.bisniskonglomerat.com](http://www.bisniskonglomerat.com)

Jika anda :

- Ø Ingin memiliki mobil, rumah dan barang mewah lainnya tetapi dana yang anda miliki belum mencukupi untuk mewujudkannya.
- Ø Ingin memulai bisnis di internet dan memperoleh penghasilan melimpah secara rutin tiap bulan dari internet, dengan kerja hanya 1 jam setiap hari, tetapi anda tidak tahu caranya.
- Ø Ingin menjadi konglomerat, namun tidak tahu apa dan bagaimana menjadi konglomerat.

Segera kunjungi [www.bisniskonglomerat.com](http://www.bisniskonglomerat.com) , saya akan **tunjukkan caranya** kepada anda agar dapat meraih semua mimpi anda. **Tidak peduli siapapun anda**, apakah anda seorang pengusaha atau wiraswastawan, karyawan atau pekerja, pelajar atau mahasiswa, ibu rumah tangga, atau bahkan anda saat ini sedang tidak bekerja, asal **bisa mengakses internet**, anda sudah mempunyai bekal yang cukup, untuk mulai mengubah taraf hidup anda, menjadi lebih baik.

Meraih penghasilan melimpah dari internet dan rahasia langkah demi langkah yang dipaparkan oleh konglomerat Indonesia bagaimana mereka menjadi konglomerat seperti sekarang, ternyata sangat mudah dan bisa dilakukan siapapun dengan catatan : **Anda Tahu Caranya!!** Segera raih semua impian anda di :

[www.bisniskonglomerat.com](http://www.bisniskonglomerat.com)

**PESAN:**

*Jika anda tidak tertarik dengan informasi ini, tolong berikan atau edarkan kepada orang lain yang mungkin tertarik untuk mengetahuinya.*



Lihat sales letter saya, sangat sederhana. Tanpa ada ornament-ornamen yang mempermanis tampilannya. Pilihan huruf yang digunakan pun tidak bermacam-macam. Saya hanya mengkombinasikan besar kecilnya huruf dan tebal tipisnya huruf. Tetapi, sales letter ini cukup singkat dan mengena bukan...???

Anda bisa melihat dan mengamati, semua poin-poin penting di dalam pembuatan sales letter, telah digunakan dan dimaksimalkan.

Cantik....!!

Ada satu hal lagi yang harus anda perhatikan, yaitu produk yang ingin anda jual melalui sales letter anda. Dan seperti telah anda ketahui, produk itu adalah ebook yang sedang anda baca ini. Materi utama ebook ini adalah:

- Ø Bagaimana dapat menjadi seorang konglomerat dengan langkah langsung dari Konglomerat-Konglomerat Indonesia.
- Ø Bagaimana dapat memperoleh penghasilan yang melimpah dari internet.

Well.... Ketika anda pertama kali melihat mendengar tentang 2 hal luar biasa di atas, apa yang ada di dalam pikiran anda? Perasaan curiga... ya betul... curiga... Tidak bisa disangkal, pasti timbul perasaan curiga...

Karena itu, anda perlu menghilangkan perasaan curiga itu. Lihat pada contoh sales letter yang saya buat, saya mencantumkan kalimat **“dijamin 100% legal, tidak ada satu pun unsur pelanggaran hukum di dalamnya”**.

Sebuah kalimat yang brilian bukan... ??

Sebuah kalimat yang mengubah perasaan curiga pembaca menjadi perasaan penasaran... yang pada akhirnya akan menimbulkan hasrat mereka, untuk membaca sales letter anda sampai tuntas, dan akhirnya mengambil tindakan untuk mengunjungi website anda.

Ada lagi sebuah kalimat lain yang saya tambahkan, dan mungkin ini akan berguna bagi penyebaran anda. Lihat pesan yang saya tambahkan di akhir sales letter. Bagaimana menurut anda, apakah kalimat itu cukup berguna...?? Betul... kalimat itu akan membuat orang akan menyebarkan sales letter anda, walaupun mereka mungkin tidak merasa tertarik dengan sales letter anda. Anda bisa terapkan sistem ini.



## Pendistribusian Sales Letter

Kini anda telah memiliki sebuah sales letter yang luar biasa...!! Tapi sales letter anda tidak akan terbaca oleh para pembaca jika anda tidak mendistribusikan sales letter tersebut. Bagaimana cara mendistribusikannya??

Perbanyak sales letter anda, dan sebarkan...

Oke sobat... di sini anda dituntut untuk mempunyai kejelian di dalam membidik pangsa pasar. Karena saya tidak tahu bagaimana kondisi kota tempat tinggal anda, maka kejelian anda akan memegang peranan penting di dalam kesuksesan anda.

Tetapi mungkin, ada beberapa hal yang biasa dilakukan orang untuk menyebarkan sales letternya.

### 1. Menyebarkan Langsung Kepada Orang Banyak (Selebaran)

Anda pasti pernah mendapatkan selebaran-selebaran... entah itu di kantor, di perempatan jalan, di acara wisuda, atau di manapun. Inilah yang akan anda lakukan. Anda bisa mencetak sales letter anda, kemudian diperbanyak (fotocopy), dan mulai anda sebarkan.

Lihatlah kondisi kota anda (kalau mungkin kota tetangga yang berdekatan dengan kota anda), anda harus menentukan tempat-tempat di mana anda dapat menyebarkan sales letter anda. Yang harus anda perhatikan adalah traffic. Ya... sama dengan konsep pengunjung di website, anda pun harus menyebarkan sales letter anda di tempat-tempat yang memiliki traffic tinggi, dan setiap orang yang melewati tempat itu mempunyai kesempatan untuk dapat menerima selebaran sales letter anda.

Mungkin anda bisa menyebarkan selebaran sales letter anda di :

- Perempatan jalan
- Gerbang-gerbang kampus dan sekolah
- Acara wisuda
- Lembaga bimbingan belajar
- Toko-toko komputer
- Tempat kursus komputer
- Counter-counter handphone
- Pameran-pameran (pameran komputer)
- Di mana saja yang menurut anda potensial...





Jika anda terlalu sibuk untuk melakukannya, anda bisa mengupah orang untuk melakukannya. Lihat... banyak pengangguran di sekeliling anda, beri mereka sedikit uang lelah, dan dengan senang hati mereka akan bersedia menyebarkan sales letter anda.

Untuk dapat menghemat uang anda, anda dapat memperkecil ukuran sales letter anda. Tidak perlu sebuah sales letter berukuran 1 halaman folio. 1 Lembar folio dapat anda bagi menjadi 6 atau 8 bagian, maka kantong anda tidak akan terkuras terlalu banyak.

## **2. Memperbesar Sales Letter Anda dan Memasanginya di Tempat-tempat yang Mudah Dilihat Umum (Poster)**

Prinsipnya sama dengan membuat selebaran. Hanya di sini anda akan memperbesar sales letter anda, dan kemudian anda akan menempelkannya di tempat-tempat yang bisa dibaca oleh umum.

Ingat, di dalam membuat poster ini, headline anda akan memegang peranan yang paling vital. Headline adalah yang akan membuat orang tertarik untuk membaca keseluruhan sales letter anda.

## **3. Memasang Sales Letter Anda di Harian Lokal (Iklan)**

Jika di kota anda terdapat sebuah harian local, anda dapat memasang sales letter anda di harian tersebut. Jika harian tersebut memiliki pembaca yang cukup banyak, anda akan mempunyai kesempatan yang cukup besar untuk dapat menarik pengunjung ke website anda.

Yang menjadi pertimbangan utama di dalam memasang iklan di sebuah harian adalah:

### **Ø Jumlah Pembaca**

Semakin banyak jumlah pembaca yang membaca harian tersebut, maka sales letter anda akan semakin banyak dibaca oleh orang, dan ini merupakan keuntungan bagi anda.

### **Ø Segmen Pembaca**

Perhatikan juga segmen pembaca harian tersebut. Anda harus jeli melihatnya. Sebuah harian/tabloid yang hanya memuat tentang misteri, mungkin hanya dibaca oleh orang-orang yang menyukai misteri. Silakan pertimbangkan, apakah segmen pembaca semacam ini dapat anda tarik untuk dapat mengunjungi website anda.



Walaupun sebenarnya, sudah kodrat manusia untuk selalu mengambil keuntungan dari setiap hal yang mereka lakukan, dan keuntungan itu biasanya berwujud uang. Nah... website anda adalah website yang menawarkan keuntungan tersebut...

Memang, anda harus berusaha sedikit keras. Tidak ada keberhasilan tanpa usaha dan kerja keras. Tetapi ingat, jerih payah anda tidak akan sia-sia. Anda akan merasakan nikmatnya aliran dana yang masuk ke rekening anda.



## PENUTUP

Sudah lebih dari 210 halaman anda bersama saya di sini. OK... apa yang sudah anda peroleh? Apakah pengetahuan anda tentang internet sudah lebih baik daripada yang dulu? Apakah anda sudah mengetahui bagaimana cara mengakses internet dengan cara yang paling murah? Apakah anda sudah mengetahui cara paling gampang untuk menghasilkan uang dari internet?

Saya sama sekali tidak tahu apa yang ada di dalam pikiran anda sekarang. Tetapi satu hal yang ingin saya katakan kepada anda... dan mohon selalu anda ingat, yaitu: Kita tidak akan pernah sampai ke mana pun jika kita tidak mengambil langkah pertama!

Ambilah langkah pertama walaupun jalan yang harus anda tempuh ribuan mil jauhnya. Untungnya, di dalam menerapkan semua yang saya paparkan di dalam ebook ini, anda tidak perlu berjalan sejauh itu. Cukup ikuti seluruh panduan yang saya berikan di dalam ebook ini, dan anda akan segera sampai ke tempat tujuan anda.

Suatu saat, anda akan mengerti... bahwa menjalankan bisnis di internet ternyata sangat mudah. Awali bisnis internet anda melalui BisnisKonglomerat.Com. Mulailah memiliki akses internet pribadi, jualah e-book ini melalui website dan cara-cara yang telah saya persiapkan untuk anda, setelah itu jelajahilah internet... nikmati dunia tanpa batas. Saya yakin, pikiran dan ide anda akan terbuka, bahwa ternyata banyak hal yang dapat anda lakukan, agar rekening anda dialiri oleh uang, tidak peduli di mana pun anda berada.

Bayangkan anda memiliki penghasilan berlimpah-limpah dari internet, dengan kesibukan kerja hanya 1 jam sehari. 23 jam waktu sisanya dapat anda gunakan untuk bekerja, membangun bisnis yang lain, bisa anda gunakan untuk berlibur, bersenang-senang, dan mencurahkan waktu dan pikiran anda untuk orang-orang yang anda cintai.

Internet yang saat ini anda kenal adalah sebuah teknologi baru. Lahirnya user-user internet di Indonesia merupakan pangsa pasar anda yang sangat luar biasa. Jika sekarang jumlah pengguna internet di Indonesia baru dalam hitungan beberapa juta... lihatlah satu, dua, tiga, sepuluh tahun lagi.

Satu hal saya minta anda berpikir... Bayangkan jika teknologi internet semakin menjamur seperti menjamurnya handphone sekarang ini. Jika anda tidak mengambil kesempatan yang menggiurkan sejak sekarang ini, jika anda tidak memulai mengenal bisnis di internet sejak saat ini... jangan menyesal jika tahun depan saya dan rekan-rekan lain mulai menikmati hasilnya.



Salam Sukses,

**Felix Satwika, S.Ked**

<http://www.bisniskonglomerat.com>