

MONEY INTELLIGENT

Rahasia Kaya

**JANGAN
CINTAI
UANG**



IR. GOENARDJOADI GOENAWAN, MM.

Penulis Terpopuler di kolom ekonomi bisnis viva.co.id

SERI MONEY INTELLIGENT

**RAHASIA KAYA
JANGAN CINTAI UANG**

Sanksi Pelanggaran Pasal 113
Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014
tentang Hak Cipta

- (1) Setiap Orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf i untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp100.000.000 (seratus juta rupiah).
- (2) Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).
- (3) Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf e, dan/atau huruf g untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).
- (4) Setiap Orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud pada ayat (3) yang dilakukan dalam bentuk pembajakan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 10 (sepuluh) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp4.000.000.000,00 (empat miliar rupiah).

SERI MONEY INTELLIGENT

**RAHASIA KAYA
JANGAN CINTAI UANG**

Oleh:

IR. GOENARDJOADI GOENAWAN, MM.

Penerbit PT Elex Media Komputindo



KOMPAS GRAMEDIA

Rahasia Kaya, Jangan Cintai Uang

Ditulis oleh Ir. Goenardjoadi Goenawan, MM

©2015 Ir. Goenardjoadi Goenawan, MM

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Diterbitkan pertama kali oleh

Penerbit PT Elex Media Komputindo

Kelompok Gramedia—Jakarta

Anggota IKAPI, Jakarta

715061662

ISBN: 9786020263328

Dilarang mengutip, memperbanyak, dan menerjemahkan sebagian atau seluruh isi buku ini tanpa izin tertulis dari Penerbit.

Dicetak oleh Percetakan PT Gramedia, Jakarta

Isi di luar tanggung jawab percetakan

Tidak semua orang punya keinginan dan cita-cita untuk menjadi kaya. Namun, saya yakin banyak juga orang-orang yang ingin menjadi kaya. Bagi mereka, buku ini perlu dibaca. Tentu saja, tidak semua orang serta-merta bisa menjadi kaya setelah membaca buku ini. Yang pasti, bila ada 1001 jalan menuju kaya, buku ini adalah salah satu jalan yang harus dilalui.

Salam,
Bondan Winarno
Founder Oey Kopitiam

Menjadi kaya adalah hak setiap orang. Yang sering dialami oleh sebagian besar orang adalah mereka tidak tahu dan tidak mau ikut caranya. Membaca buku ini akan menguak hal-hal mendasar yang semuanya bisa dilaksanakan untuk menjadi kaya, asalkan mental kita siap berubah dan pikiran terbuka lebar.



Ir. Petrus Gandmana MM
Pemimpin Redaksi BARECA Magazine
www.bakerymagazine.com



Buku ini luar biasa, unik dan terlalu sayang untuk tidak dibaca secara tuntas. Buku ini mengandung banyak inspirasi bahwa sukses membutuhkan sebuah paradigma, sikap dan pola pikir yang *out-of-the box* dan mungkin juga *outlier* (orang asing).

Bapak Goenawan secara gamblang memberikan berbagai ilustrasi bahwa kaya bukan hanya bicara materi tetapi juga bagaimana menjalani sebuah kehidupan dengan pola pikir benar.

Bun Sucento

Founder and Managing Director PT IPDC Consulting
& Advisory

Substansi buku ini sangat bagus dan inspiratif, memberikan cara pandang berbeda bagaimana kita semua berkesempatan menjadi kaya dengan memperhatikan orang lain.

Ardi Nugroho

General Manager Operation
PT Prambanan Kencana

Andai buku ini adalah tokoh Cheshire Cat dalam kisah *Alice in the Wonderland*, mungkin kita bisa berperan sebagai tokoh Alice yang bertanya, “What road do I take?” Dan seperti Cheshire Cat, buku ini pun akan balik bertanya, “Where do you want to go?” Asyiknya, kita tak perlu bertanya lagi. Cheshire Cat yang ini akan terus menjawab dengan saran-saran keuangan yang muncul dan melayang di setiap bagian, menunggu untuk diraih... “Choose the walk zone...” “Kamu harus berani dan optimis...” “Terjunkan dirimu ke dalam danau...” “You need door openers...”

Vanda Parengkuan

Managing Editor at Bobo Magazine

Hidup itu identik dengan tanya jawab. Ada pertanyaan yang singkat tapi membutuhkan jawaban yang panjang dan sebaliknya. Barangsiapa yang bertanya dan mampu menjawab, maka dia akan berhasil. Hasrat ingin tahu dan usaha untuk mengeksekusi keinginan itulah yang membedakan setiap orang.

Demikian juga tulisan terkait “INGIN KAYA? JANGAN CINTAI UANG” Walaupun judulnya singkat namun membutuhkan jawaban yang panjang. Siapa yang memaksimalkan talentanya, maka peluang untuk menjadi kaya sangat terbuka. Tulisan ini membuka wawasan baru dalam memandang hidup dalam berbagai dimensi yang berorientasi kepada hasil. Buku ini mengajarkan Filosofi B-4: Berpikirlah Bijak, Baru Bertindak.

Sangat menarik karena dipaparkan dengan gaya bahasa yang mudah dipahami tanpa mengurangi esensi yang mendalam dan detail. Barangsiapa yang melihat dan tahu akan buku ini akan rugi jika tidak membaca dan memilikinya.

Kemampuan multidimensi tentu sangat dibutuhkan sehingga jangan sampai uang yang kita kejar mengendalikan kita, tapi justru kita yang mengendalikan dan mengembangkannya (investasi).

Simon Petrus Sitanggang

Kepala Operasi Cabang Bank BCA KCU Menara Bidakara

Hidup adalah soal memilih, menjadi kaya atau miskin. Buku ini akan menjadi penerang jalan bagi yang memilih kaya. Ini seperti mata kuliah “mencari rezeki” yang tidak diajarkan di kelas, selamat mempraktikkan.

Muhammad Yusuf, PhD., (Dosen dan Praktisi)

Head of International Affairs and Cooperations,
UNIMUS Semarang

Daftar Isi

KATA PENGANTAR — xi

PENDAHULUAN — xiii

BAGIAN I — 1

Antara Si Miskin dan Si Kaya — 3

Mempelajari Uang — 23

Hakikat Uang — 47

Uang ≠ Rezeki — 61

BAGIAN II — 73

Prinsip Berbisnis — 75

Pilihan Berbisnis — 105

Mengawali Berbisnis — 115

Membangun Bisnis Setinggi Mungkin — 125

PROFIL PENULIS — 137

Kata Pengantar

Dr. Ir. Nur Rahman, MSc.
*Wakil Rektor Universitas Muhammadiyah
Semarang*

Ide dan substansi yang dibahas sangat bagus dan belum pernah ada yang membahas tentang hakikat uang dari sudut pandang bisnis seperti ini. Sebagian besar para penulis tentang uang lebih banyak membahas tentang aspek ekonomi dan nuansanya lebih pada naskah akademik.

Penulis piawai dalam menyampaikan sudut pandang berbeda mengenai gagasan tentang uang yang biasanya dipahami oleh kebanyakan orang. Gaya penulisan enak dipahami bagi orang yang baru pertama kali mempelajari tentang bisnis atau bagi para pelaku usaha yang baru mulai, karena pembaca dibawa mengarungi imajinasi kehidupan sehari-hari. Pembaca seolah-olah sedang duduk bersama dengan penulis dan berdialog. Penulis juga mampu meletakkan diri tidak jauh dari pembacanya. Oleh karena itu, tulisan ini pun cocok untuk para pelajar di perguruan tinggi yang sedang belajar tentang wirausaha.

Tulisan ini mengingatkan saya pada tulisan Resensi Bondan Winarno yang ditulis secara rutin di majalah *Tempo* sekitar tahun 80-an, dengan pendekatan fakta sehari-hari yang terjadi di masyarakat. Beberapa ada yang belum tuntas pembahasannya. Mungkin ini gaya penulis untuk selalu membuka gagasan.

Pendahuluan

Gubernur Basuki Tjahaja Purnama—atau yang akrab disapa Ahok—mengatakan bahwa ada 3 prinsip utama yang dipelajari dari negeri Tiongkok, yaitu: kesetaraan dalam pendidikan, kesetaraan dalam usaha, dan kepemimpinan yang bersih. Setiap orang harus setara dalam menerima pendidikan, oleh karena itu diadakan program Kartu Jakarta Pintar supaya siswa bisa bersekolah.

Menurut beliau juga penting, bahwa setiap orang harus setara dalam memiliki usaha. Bila kesenjangan usaha ini terus muncul, akan mengakibatkan ketimpangan daya kemandirian masyarakat umum. Itu sebabnya pemerintah provinsi banyak mendukung sarana usaha, khususnya berbagai program UKM.

Banyak orang yang saat ini lebih suka mencari jalan pintas untuk menjadi pegawai negeri atau bekerja di lingkup direktorat jenderal pajak, bea cukai, dan lahan ‘basah’ lainnya. Mereka mencari jalan tercepat untuk menjadi priyayi, alias menjadi pejabat. Masyarakat tidak dibukakan akses pendidikan untuk menjadi pengusaha. Alhasil, masyarakat kini menjadi generasi yang tidak mandiri, dan tidak kuat secara ekonomi. Bila ini terus dijadikan acuan,

maka generasi pengusaha bisa menyusut, dan kesenjangan sosial akan semakin besar.

Inisiatif menulis buku “*MONEY INTELLIGENT: Rahasia Kaya, Jangan Cintai Uang*” lahir ketika saya menulis kolom entrepreneur di situs online berita Vivanews. Usai 16 tahun sejak reformasi, dengan banyaknya perubahan yang ada, muncul ide untuk menulis tentang hakikat dan perilaku uang. Hal ini sangat dibutuhkan untuk membuka mata masyarakat tentang makna uang yang sesungguhnya.

Beberapa teman mengatakan kondisi saat ini jauh berbeda dibanding 30 tahun silam. Dahulu, begitu lulus sarjana, orang bekerja, lalu menikah, dan membeli rumah. Sekarang, tak bisa semulus itu. Banyak sarjana kesulitan membeli rumah karena harga rumah meroket, tidak sebanding dengan penghasilan.

Buku ini bukan ingin membahas teori ekonomi seperti pakar ekonomi Hermawan Kartajaya (yang juga dosen saya di MM Universitas Indonesia) atau pakar Philip Kotler. Buku-buku teori ekonomi dan manajemen seperti itu sudah banyak di toko-toko buku. Toh, setiap ilmu, sesungguhnya bisa dijabarkan secara awam, secara sederhana. Buku ini sekadar ingin menggelitik pembaca untuk mencari peluang yang tampak mustahil.

Dahulu kala, untuk menjadi presiden, seseorang haruslah berada di lingkaran elite politik cukup lama untuk berkiprah dan menorehkan jejak, supaya menarik perhatian

banyak orang. Lalu mendadak semua berubah. Seorang pria dari kalangan biasa, bukan selebriti kaum elite politik, mendadak mencuri perhatian khalayak. Lalu dalam waktu singkat, seperti dalam kisah dongeng, pria asal Solo tersebut, Joko “Jokowi” Widodo, bisa menjadi Presiden.

Belajar dari kisah tersebut, saya ingin menggelitik pembaca agar memiliki kesadaran, “Oooh, aku juga bisa!” dalam hal berbisnis.

Presiden Jokowi selalu menegaskan bahwa Indonesia harus mengubah ekonomi konsumtif menjadi ekonomi produktif. “Kita ingin memberi dukungan kepada petani, nelayan, dan UKM untuk bisa maju berkembang. Kita mendorong bank untuk memberi pinjaman pada usaha mikro, dan lain-lain.” Senada dengan harapan Presiden Jokowi, buku ini sekadar meneteskan sedikit air di tengah gurun, di mana rakyat tengah haus akan ilmu tentang uang.

Reformasi pada kenyataannya memberikan beban berat kepada rakyat secara finansial. Banyak sekali karyawan yang ingin merdeka, terbebas dari beban finansial, tapi tidak punya banyak pilihan. Demikianlah, buku ini dihadirkan untuk membuka mata dan pikiran, bahwa ternyata urusan finansial alias uang, tidak serumit yang dibayangkan.

Buku ini berusaha menginspirasi siapa pun yang ingin mengubah nasib dengan menjadi pengusaha, atau para pensiunan yang ingin mendapatkan solusi investasi di

masa tua. Dengan ulasan yang mudah dipahami, buku ini tidak menjejalkan teori-teori. Ibarat film, pelajaran untuk menjadi pengusaha (*entrepreneurship*) itu seperti ilmu silat *Drunken Master*, yang agak berbeda dibandingkan ilmu silat pada umumnya.

Bagian I



*Why join the navy if you can
be a pirate?*

—Steve Jobs

Antara si Miskin dan si Kaya



Hal yang paling misterius di dunia ini adalah uang. Setidaknya sengaja dibuat sangat misterius, supaya sulit ditelusuri. Inilah yang menyebabkan ilmu kewirausahaan seolah menjadi langka. Sebenarnya, ilmu kewirausahaan sama dengan ilmu-ilmu lainnya, mudah dipelajari. Hanya saja, berhubung hasilnya adalah uang yang berjumlah besar, maka ilmu ini jarang dibagikan kepada masyarakat luas. Pebisnis yang sukses lebih memilih membagi ilmunya kepada anak atau keluarga. Dengan demikian, hasil yang berupa uang tadi, sulit didapat khalayak luas, karena sengaja dibuat eksklusif dan keberadaannya menjadi misterius.

Apa itu uang? Definisi umum yang diterima khalayak luas adalah uang merupakan sebuah nilai tukar. Secara konsep, definisi ini juga menyatu dengan definisi yang menyatakan uang sebagai alat bayar. Ini artinya, jika bicara konteks bisnis, pertukaran apa pun seharusnya menghasilkan uang. Termasuk pertukaran dengan jasa.

Definisi lainnya, uang adalah upah. Biasanya ini jika ditukar dengan jasa. Sebagai upah, nilai uang sangatlah kecil. Pasalnya, kita memang cenderung menghargai jasa yang kita berikan dengan nilai yang besar. Maka timbullah ketimpangan antara persepsi dan keinginan kita dengan kenyataan.

Selanjutnya, pemakaian uang menjadi berkembang. Uang dimaknai sebagai profit. Misalnya, untuk bisnis sekelas Rp30 juta, biasanya mencapai profit 10%–15% atau

senilai hampir Rp5 juta. Apakah sudah cukup memaknai uang sampai sejauh ini? Tentu tidak!

Kita mulai mengenal definisi uang di tataran berikutnya. Pada fase ini, takaran uang bukan rupiah maupun dolar. Takaran uang bukan 100K yang artinya 100.000 USD. Uang di level ini maksudnya adalah investasi.

Bagi orang kaya, uang untuk investasi kadang tidak diukur dari omzet atau profit yang akan dihasilkan. Contohnya, orang berinvestasi dengan membeli ruko. Investor tersebut biasanya tidak menghitung omzet dari usaha yang akan dijalankan di ruko itu. Investor yang juga adalah pembeli ruko akan menghitung *capital gain*. *Capital gain* atau keuntungan modal diperoleh dari selisih harga jual yang tinggi daripada harga pembelian. Ini artinya apa?

Artinya, tidak semua orang melihat ruko semata sebagai tempat usaha. Sebagian orang melihat ruko sebagai SEBUAH usaha. Tujuan atas *capital gain* ini, membedakan perilaku ORANG KAYA dan ORANG MISKIN dalam memaknai uang (*Rich Dad and Poor Dad*). ORANG KAYA menganggap uang sebagai investasi yang menghasilkan *capital gain*, sedangkan orang miskin masih berkutat pada profit, atau mungkin malah urusan balik modal.

Mengapa Uang Langka?

Hidup ini terdiri atas dua cara. Cara yang benar dan cara yang salah. Ketika kita hidup dengan menggunakan cara yang benar, maka dengan sendirinya jalan akan terbuka untuk kita. Namun jika selama ini kita seperti jatuh bangun tak berkesudahan, jangan-jangan karena kita menggunakan cara yang salah.

Dalam banyak kasus, orang miskin lebih sering menggunakan cara yang salah daripada cara yang benar.

Orang miskin seperti orang yang tercebur ke dalam danau. Dia tidak bisa berenang sehingga nyaris tenggelam. Ketika dia mencapai permukaan air, dia akan langsung megap-megap menghirup oksigen sebanyak-banyaknya. Berapa pun oksigen yang ada di dekatnya saat itu, tentu akan habis dihirup. Orang miskin cenderung bertindak menghabiskan. Jadi, dalam hal pemasukan dan pengeluaran, orang miskin lebih mudah membelanjakan uangnya.

Kalau sudah begini, berapa pun gaji si orang miskin, akan selalu ada pos pembelanjaan yang sifatnya hura-hura. Alhasil, pemasukan akan menjadi lebih kecil daripada pengeluaran. Pola ini akan bertahan sampai kapan pun, termasuk ketika dia berusaha merambah dunia bisnis.

Ketika berbisnis, katakanlah dia memperoleh pinjaman sebesar satu miliar rupiah. Akibat pinjaman tersebut, pelan-pelan bisnisnya berkembang dan membesar.

Merasa sudah punya uang dan dengan kedok ingin semakin membangun bisnisnya, dia lalu akan mencari pinjaman lagi dengan meningkatkan ambang batasnya, mulai dari sepuluh miliar, lalu jadi tiga puluh miliar, dan bahkan seterusnya. Tentu ini bukan langkah yang sehat dalam berbisnis. Sewaktu-waktu perilaku ini akan berujung pada kerugian.

Berbeda dengan orang kaya. Kelompok ini menemukan jalan untuk menghasilkan produk dengan biaya yang lebih kecil, sehingga timbul untung. Misalnya, seorang pengusaha katering yang mendapatkan order katering seharga Rp11.000. Untuk memastikan agar order kateringnya ini menghasilkan, maka dia akan menghitung biayanya sedetail mungkin. Selisih uang 300 rupiah, menjadi penting. Ini karena orang kaya setia kepada uang. Ketika dia memproduksi katering seharga Rp11.000, maka kertas selebar pun dihargai. Orang kaya menyadari sulitnya melakukan penghematan biaya.

Orang kaya menemukan kunci untuk memperoleh peluang penjualan yang bisa digenjot. Ketika pesanan yang diincarnya datang, dia akan menggunakan kunci yang dipegangnya untuk melakukan penggenjotan. Di samping itu orang kaya juga menemukan jalan untuk menciptakan permintaan yang semakin membesar.

Biasanya orang kaya itu genius. Dia bisa saja mengubah gaya makan seluruh masyarakat. Misalnya, di Indonesia semua makan ayam. Indonesia bahkan identik dengan

ayam. Berbeda dari Jepang yang identik dengan ikan. Dia yang bisa menemukan jalan untuk mengubah pola makan masyarakat umum, dari ayam menjadi ikan, tentulah orang kaya.

Sekali dia menemukan cara dalam skala kecil, maka arus perubahan selanjutnya bisa diperbesar. Dengan kata lain pasarnya—*market share*—diperbesar. Ia membuat pasaran *seafood* meningkat secara terus-menerus.

Kisah Pengusaha Asing

Ada warga negara Seoul yang tinggal di USA. Dia memiliki usaha bidang pendidikan dan sangat kaya. Kekayaannya ini disebabkan oleh mudahnya mengajukan kredit di Amerika Serikat, sehingga dia bisa mencicil mobil, rumah, atau apa pun. Tiba-tiba saja, aset miliknya habis dalam satu malam. Rupanya, ada satu perempuan kepercayaannya yang mengambil segala macam kredit dengan mengatasnamakan dirinya, lalu tidak membayar cicilannya. Akhirnya, semua aset pebisnis Seoul tersebut disita bank. Semuanya hilang dalam satu malam.

Sekarang pebisnis itu tinggal di Indonesia. Sayangnya, dia melakukan kesalahan dengan mengejar bisnis tuna. Oleh rekannya, disarankan membuka pabrik pengolahan ikan di Banyuwangi. Padahal di perairan Banyuwangi tidak ada tuna.

Saking bersemangatnya mencari profit, dia langsung terburu-buru membuat *Letter of Credit* (LC) senilai ratusan juta rupiah demi mendapatkan tuna. Padahal, ekspor makanan termasuk perikanan, apalagi ke Amerika Serikat, memiliki banyak sekali persyaratan terkait kualitas. Kita tidak bisa asal beli hanya karena punya uang untuk modalnya.

Teman saya akhirnya terpepet waktu. Rahasia dapur terpaksa dia ungkapkan, sehingga keuntungan semakin tipis dan dia pun berada dalam kendali tengkulak ikan.

Dalam usahanya untuk berkelit, dia ingin membuka bisnis pemotongan ayam. Alasannya, pabrik pemotongan ayam miliknya di Seoul sudah mengalami *high cost*, sementara harga ayam potong impor lebih murah. Dia mendapatkan saran untuk membuka pabrik pemotongan ayam otomatis di Yogyakarta.

Di Indonesia ada sembilan pabrik pengolahan ayam besar. Dari sembilan itu, hanya satu pabrik yang menggunakan pemotongan otomatis. Nah, di sini Anda bisa berpikir, bila pabrik pengolahan ayam otomatis menguntungkan, kenapa hanya ada satu di Indonesia? Ternyata, ada berita dari Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) yang menyebutkan banyak preman turut campur pada perdagangan ayam potong. Keuntungan yang belum seberapa, bisa habis karena harus membayar preman sana sini. Untungnya dia bertanya pada saya terlebih dulu. Akhirnya, saya mengajaknya ke Kedutaan Besar Korea

Selatan di Gatot Subroto. Selepas itu, barulah sang pebisnis Korsel ini tahu liku-liku kondisi Indonesia.

Apa yang bisa kita pelajari dari kisah tersebut?

Pertama, ketergesa-gesaan sering kali bukanlah hal yang positif. Dalam konteks apa pun, sebenarnya. Itu sebabnya, jangan suka *grasa-grusu* (terburu-buru—ed) dalam memutuskan bisnis apa yang ingin dilakoni. Ada baiknya untuk selalu melakukan riset sebelum memulai usaha. Hal ini penting untuk mendukung keputusan apa pun yang kita ambil dalam berbisnis.

Kedua, kecerobohan yang dilakukan si pebisnis Korsel semacam itulah yang membedakan sikap antara orang kaya dan orang miskin. Orang miskin biasanya mengutamakan kesempatan meski dengan risiko tinggi. Bahkan meski tampak jelas banyak celah yang dapat merugikan bisnisnya, orang miskin cenderung terburu-buru dalam mengambil keputusan.

Sementara orang kaya selalu mengutamakan keamanan. Mereka selalu ingin mencegah adanya celah yang dapat menimbulkan risiko terhadap bisnisnya. Maka tidak heran kalau orang kaya selalu menunggu waktu yang tepat untuk mengambil keputusan.

Pemaknaan Waktu si Kaya dan si Miskin

Anda tahu film *Interstellar*? Film itu menggambarkan sebuah perbedaan waktu antara di bumi dan di angkasa. Nah, demikian pula di antara orang kaya dan orang miskin, terdapat pemaknaan waktu yang berbeda di antara keduanya.

Orang kaya hidup dengan menggunakan waktu jangka panjang. Hidupnya penuh dengan rencana-rencana yang setengah matang. Kalendernya selama setahun telah terisi jadwal bepergian ke Seoul, ke Tokyo, ke Melbourne, ke New Zealand, liburan akhir tahun, dan liburan tengah tahun. Orang kaya jarang menggunakan hidupnya untuk menunggu. Waktu terasa cepat, karena dia bisa mengendalikan bisnis dan hidupnya secara rapi.

Sebaliknya, orang miskin cenderung merasa kepepet, selalu terburu-buru, serba mendesak. Setiap bulan dikejar-kejar tagihan, entah itu tanggal jatuh tempo maupun tenggat waktu pekerjaan. Ini membuat mereka sangat terpaksa dengan menit-menit yang berlalu. Alhasil hidupnya seperti dalam satuan menit dan waktu terasa berjalan amat sangat lambat.

Oleh karena itu, ketika Anda berinteraksi dengan orang kaya, jangan menunjukkan sikap terburu-buru. Siapkan alokasi waktu untuk menunggu atau menunda, sehingga Anda terkesan tidak terlalu butuh. Bayangkan orang

yang kebetul buang air mencari toilet. Kalau dia bertanya dengan postur dan ekspresi biasa, seolah-olah tidak ada apa-apa, orang yang tahu akan segera memberi tahu letak toilet terdekat. Tapi kalau dia bertanya sambil menyilang-nyilangkan kaki, terbungkuk-bungkuk, dan ekspresi wajah berkerut, bisa saja dia dianggap lucu, sehingga yang ditanya malah usil tidak menjawab atau memberi tahu lokasi terjauh untuk menikmati kelucuan yang ditampilkan.

Jadi, ingatlah bahwa ketergesaan Anda menjadi pertanda yang jelas bahwa Anda sangat butuh uang. Ini membuka peluang bagi lawan bicara Anda untuk cenderung bersikap menunda-nunda atau bahkan untuk membuat Anda semakin *kepepet*. Tapi yang lebih penting, sebaiknya Andalah yang berada di posisi tidak butuh uang.

Ciri-Ciri Orang Kaya

Mari kita cermati ilustrasi berikut.

Warga di daerah Kampung Pulo atau Petamburan sering dilanda banjir. Meski demikian, warga setempat enggan pindah. Alasannya, selain sudah turun-temurun tinggal di lokasi tersebut, mereka juga merasa tidak bisa pindah karena lapangan kerjanya dekat dengan tempat tinggal, dan terakhir penduduk merasa tidak punya pilihan, jadi terpaksa tetap tinggal di situ. Dan mereka pun berdalih bahwa mereka sudah biasa kebanjiran.

Kenapa orang miskin sulit mengubah nasib menjadi kaya? Kira-kira jawabannya seperti warga di daerah banjir tersebut. Pasrah dan sudah merasa terbiasa. Jalan pikirnya kurang lebih seperti, “Biar miskin juga tetap bisa hidup kok.”

Bagaimana agar kesenjangan antara si miskin dan si kaya tidak terlalu mencolok mata? Kita gunakan perumpamaan berikut ini. Ethiopia dulu menjadi negara pilihan para nabi untuk berkontemplasi mengembangkan agama. Sekarang, wilayah itu kering kerontang. Sedangkan di Mesir, tetangga Ethiopia yang dialiri sungai Nil, kini sering banjir. Keduanya bermasalah yang membuat warganya kekeringan atau kebanjiran.

Kalau bisa dirunut, hulu Sungai Nil berada di Ethiopia. Seandainya pemerintah setempat mendirikan bendungan, maka masalah kekeringan di Ethiopia akan selesai, sementara banjir di Mesir juga bisa dicegah. Dengan demikian, masyarakat di kedua wilayah terhindar dari bencana, dan mereka tidak perlu lagi hidup miskin kekeringan ataupun kebanjiran.

Gambaran tentang bendungan tadi sebenarnya yang membedakan orang miskin dan orang kaya. Dengan bendungan, orang tidak akan kekeringan uang atau kebanjiran masalah. Mereka terlindungi.

Ketika kita akan mengajukan kredit, bank akan menanyakan agunan. Bisa disebut, untuk bisa mengajukan kredit, orang harus punya agunan. Akibatnya hanya orang kaya

yang dengan mudah mendapatkan dana cadangan dari bendungan uang di bank. Dana cadangan ini bersifat *low risk* dan *low interest*. Rata-rata bunganya 9 persen per tahun.

Orang kaya mendapatkan dana jangka panjang seperti Kredit Pemilikan Rumah (KPR) atau Kredit Multi Guna (KMG), untuk keperluan investasi jangka panjang. Sebaliknya, orang miskin hanya mendapatkan dana jangka pendek, sehingga tak memiliki cadangan dan perlindungan.

Sementara itu, orang miskin harus menanggung pinjaman dengan bunga mencekik. Mungkin jika dihitung secara cermat, bunganya mencapai 70 persen per tahun. Bunga sebesar itu terpaksa diambil, karena akses pinjaman yang mereka miliki hanya semacam Kredit Tanpa Agunan atau KTA. Akses pinjaman lainnya saat ini adalah pinjaman jaminan ATM. Pinjaman jenis ini didesain agar pinjaman Rp6 juta dibayarkan Rp5,4 juta dengan cicilan bunganya Rp20 ribu tiap hari. Zaman dulu ini disebut lintah darat.

Dengan demikian, bisa disimpulkan bahwa orang kaya mendapatkan pinjaman jangka panjang untuk keperluan jangka pendek. Sementara itu, orang miskin mendapatkan pinjaman jangka pendek untuk membiayai keperluan jangka panjang.

Orang kaya mengelola beban biaya yang dibagi dengan cicilan rendah secara jangka panjang. Orang kaya

menggunakan cadangan tandon persediaan dana, bila sewaktu-waktu ada kebutuhan darurat jangka pendek. Sebaliknya, orang miskin tidak memiliki cadangan. Mereka terjerat oleh dana biaya tinggi.

Masyarakat Indonesia Tanggung Utang Pemerintah Rp12 Juta per Orang

JAKARTA, KOMPAS.com—*Institute for Development Economy and Finance (Indef)* menyatakan bahwa utang pemerintah makin mencemaskan. Ekonom senior Indef mengatakan, meski terjadi penurunan rasio utang terhadap produk domestik bruto (PDB) selama sepuluh tahun terakhir, utang per kapita naik.

“Utang kita 10 tahun lalu, kalau dibagi jumlah penduduk, itu tanggungannya 531,29 dolar AS per penduduk (2005). Tahun lalu menjadi 1.002,69 dollar AS (sekitar Rp12 juta) per penduduk,” ucap Erani, ekonom senior Indef, dalam seminar akhir tahun Indef, Kamis (27/11/2014).

Pembayaran bunga utang menyedot rata-rata 13,6 persen dari anggaran pemerintah pusat, dengan realisasi pembayaran rata-rata 92,7 persen per tahun sepanjang 2005–2013. Menurut catatan Indef, utang pemerintah dan bank sentral sepanjang 2005–2013 meningkat rata-rata 5,84 persen per tahun, sedangkan utang swasta melonjak jauh lebih tinggi, rata-rata 13 persen per tahun.

Sementara itu, total utang Indonesia naik rata-rata 12,26 persen per tahun, dalam kondisi bahwa pangsa utang swasta semakin dominan.

Dalam kesempatan yang sama, Sekretaris Komite Ekonomi Nasional, Aviliani, menambahkan bahwa utang swasta makin mencemaskan. Dia bilang, utang swasta mengisi 53,54 persen dari total utang Indonesia pada 2013.

Berita tersebut sungguh jelas bahwa walaupun mungkin Anda tidak memiliki utang atau pinjaman, namun pemerintah atas nama rakyat terus berutang.

Berutang kepada siapa? Mungkin berutang kepada Jepang misalnya dan negara negara lain. Jadi mau tidak mau faktor utang harus juga dipelajari.

Bahkan lembaran uang rupiah pun adalah surat utang. Misalnya pemerintah mencetak lembaran 100.000 rupiah. Selembar kertas itu juga adalah jaminan kepada bank Indonesia uang atau emas atau rumah Anda dijaminkan atau ditukar dengan kertas Bank Indonesia.

Ilustrasi utang dari artikel tersebut kira-kira begini, ada seseorang yang memiliki rumah senilai Rp5 miliar. Dia memiliki utang antara lain berupa:

Kartu kredit dengan batasan Rp50 juta. Cicilan per bulan terserah, tapi minimum pembayarannya adalah Rp5 juta per bulan.

1. Kredit peminjaman mobil sebesar Rp100 juta dengan cicilan selama tiga tahun sebesar Rp5 juta per bulan.
2. Kredit Pemilikan Rumah KPR sebesar Rp400 juta selama 10 tahun dengan cicilan Rp5 juta per bulan.
3. Kredit Multi Guna selama 10 tahun sebesar Rp1,4 miliar dengan cicilan Rp5 juta per bulan.

Nah, coba Anda perhatikan berapa pun utang Anda, Rp50 juta, Rp100 juta atau Rp400 juta, cicilannya sama, yaitu Rp5 juta per bulan. Dengan demikian, manakah pinjaman yang terbaik? Anda bisa menyimpulkannya.

Nilai Tukar Diri Anda

Dalam sebuah perjalanan bisnis ke Dubai, saya naik pesawat yang hampir seluruh penumpangnya pekerja migran Indonesia. Waktu di bandara, saya mendapati mereka berbaris duduk manis di lantai terminal. Sebagai pekerja, mereka memiliki nilai tukar, yaitu sebagai tenaga asisten rumah tangga.

Berbeda dengan pekerja migran asal Philipina. Biasanya mereka akan bekerja menjadi perawat rumah sakit atau pramusaji restoran. Dengan demikian, nilai tukar mereka adalah sebagai tenaga pelayanan.

Bagaimana dengan nilai tukar diri kita?

Ketika Anda sedang berada di posisi puncak yang ditandai dengan kondisi prima dan situasi yang serba mudah, pikirkanlah masak-masak setiap keputusan yang harus Anda ambil. Momen semacam itu akan menentukan nilai tukar Anda. Keputusan atau pilihan yang salah, bisa berakibat fatal. Namun rahasianya adalah bahwa nilai tukar diri Anda ditentukan dari pertolongan yang Anda berikan.

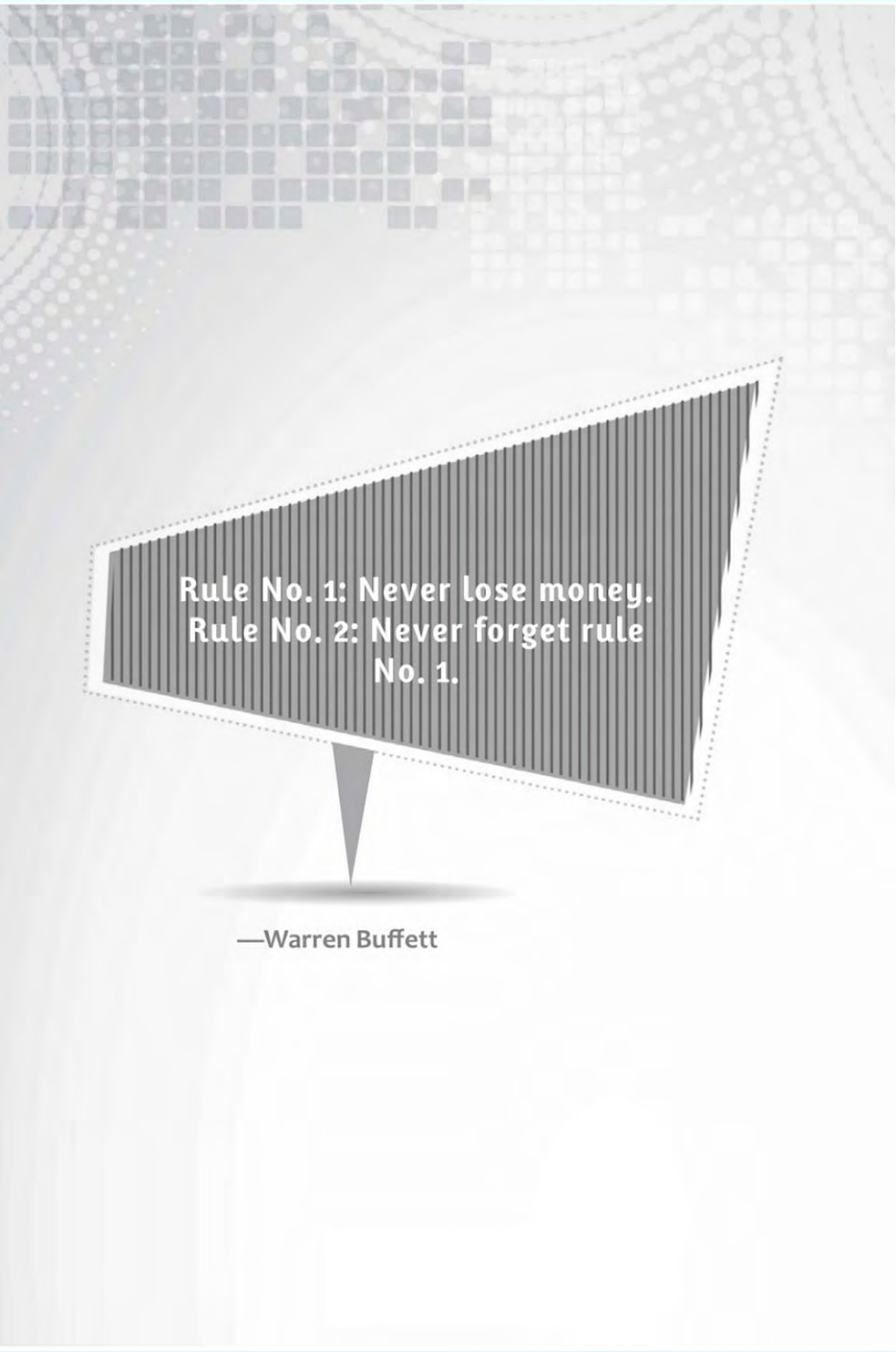
Dalam kondisi pelik, sebaiknya Anda menolong orang yang membutuhkan bantuan Anda. Seperti halnya para buruh migran tadi. Mereka sadar bahwa di negeri asalnya, tenaga mereka kurang dihargai. Alhasil, nilai tukar mereka jadi rendah. Sementara di tempat lain ada yang membutuhkan tenaga mereka dan memiliki kesiapan dana yang lebih besar. Alias berani bayar tinggi. Itu sebabnya mereka melancong jauh-jauh untuk mencari pertukaran yang sepadan. Jadi, nilai tukar diri Anda ada pada siapa yang membutuhkan pertolongan Anda.

Misalnya, Anda berhasil menemukan satu solusi, yaitu cara mudah bisnis kuliner dengan bahan dasar ikan. Berapa nilai Anda secara finansial? Bergantung pada kebutuhan pihak yang bisa menggelontorkan dananya sebagai pertukaran dengan pertolongan dari Anda.

Anda bisa saja berbicara dengan seratus orang kaya tentang apa yang bisa Anda lakukan dan bahwa Anda siap

memberi pertolongan. Tapi kalau mereka semua tidak ada yang membutuhkan pertolongan Anda, maka nilai tukar Anda menjadi nihil. Ketika ternyata salah satu di antara seratus orang kaya yang Anda temui itu memang membutuhkan pertolongan dari Anda, maka ketika itulah Anda sudah menemukan nilai tukar Anda.

Orang Kaya	Orang Miskin
Selalu merasa ada pilihan.	Selalu mencari-cari peluang.
Mengutamakan keamanan.	Mengutamakan kesenangan.
Mencegah <i>exposure</i> dan risiko.	Mengambil <i>exposure</i> dan risiko.
Selalu menunggu waktu yang tepat untuk mengambil keputusan.	Cenderung mengejar-ngejar waktu untuk mengambil keputusan.



**Rule No. 1: Never lose money.
Rule No. 2: Never forget rule
No. 1.**

—Warren Buffett

Mempelajari Uang



Cobalah sejenak menutup mata Anda kemudian berjalan. Dengan mata tertutup, kecil sekali kemungkinan Anda bisa berjalan dengan lurus. Anda mungkin pernah mendengar mitos permainan Masangin (masuk di antara dua beringin) beringin kembar di Yogyakarta. Aturan permainannya mudah saja. Anda tinggal memasang penutup mata lalu cobalah berjalan lurus melewati ruang di antara kedua beringin. Konon katanya, hanya mereka yang berhati bersih yang bisa melakukannya.

Begitu pula gambaran orang awam yang mencari uang. Layaknya berusaha untuk berjalan lurus dengan mata tertutup. Wajar kalau diselimuti perasaan takut. Ketika kita berjalan dengan mata tertutup pun kita pasti takut untuk menyeberang, takut tertabrak, atau takut salah jalan. Begitu pun ketika kita tidak memahami alur uang, maka kita akan dihantui rasa takut terjadi sesuatu pada uang yang kita miliki.

Berbeda kalau Anda bisa memahami alur uang. Semuanya akan terasa lebih jelas dan tidak semenakutkan bayangan Anda. Alur uang itu layaknya hukum gravitasi. Gravitasi adalah kekuatan terbesar di bumi yang menarik setiap manusia ke pusat bumi secara otomatis. Jadi, alur uang setara dengan gerakan otomatis yang dilakukan oleh manusia,

Misalnya, setelah bangun pagi, Anda otomatis ingin sarapan. Nah, gaya gravitasi ini bisa digunakan untuk alur

uang Anda. Bagaimana agar saat orang-orang merasa lapar, mereka memberikan uangnya kepada Anda. Apa yang bisa ditukar dengan uang seseorang yang sedang merasa lapar? Ya apa lagi kalau bukan makanan. Maka Anda tinggal mengarahkan saja.

Bagaimana kalau kebutuhannya adalah mencari pesanan? Katakan Anda seorang pengusaha katering, sehingga pemasukan Anda bergantung pada banyak sedikitnya pesanan yang datang. Sulitkah? Tidak, karena semuanya berkaitan dengan orang.

Itu sebabnya Anda harus selalu berusaha memiliki kenalan, berhubungan baik, dan saling bertukar kebaikan agar perjalanan Anda mencapai tujuan tidak berhenti di tengah-tengah. Bila Anda memasuki sebuah gedung perkantoran, tetapi tidak mengenal siapa pun, biasanya Anda akan ditegur satpam sehingga langkah Anda terpaksa berhenti. Padahal kalau paling tidak Anda mengenal satpamnya, maka Anda bisa terus berjalan. Kenalan yang hubungan baiknya selalu terjaga pada akhirnya akan menciptakan gaya gravitasi juga, sehingga Anda tetap bisa mendapatkan bantuan yang Anda butuhkan.

Jadi, kalau sukses adalah ibarat sebuah istana megah, maka yang menjadi elemen dasarnya adalah kepentingan orang lain. Jika Anda berhasil memahami hal ini, maka Anda bisa lebih mudah mengendalikan kehidupan dan lebih mudah pula mencari cara yang membuahkan uang. Kecerdasan Anda menggerakkan keinginan orang lain.

Kita bisa simak kisah perjalanan Joko Widodo untuk menjadi presiden. Pada tahun 2011, beliau masih menjabat sebagai wali kota Solo. Ketika dicalonkan menjadi gubernur DKI, beliau paham keinginan orang Indonesia. Beliau paham, bahwa orang mengharapkan bantuan. Bantuan yang paling dibutuhkan adalah kesehatan. Itu sebabnya beliau datang dengan program Kartu Jakarta Sehat, KJS. Dulu orang miskin yang sakit kadang tidak tertolong karena tidak bisa berobat ke rumah sakit.

Kecerdasan Presiden Jokowi terhadap keinginan orang lain sangat besar. Begitu menjadi presiden pun langkah pertamanya adalah Kartu Indonesia Sehat, KIS. Rumah sakit harus menerima dulu pasien KIS atau BPJS Kesehatan. Urusan biaya ditanggung pemerintah. Rumah sakit yang menolak pasien KIS akan ditindak.

Tidak hanya itu. Presiden Joko Widodo juga langsung berkunjung, menjemput bola, menjaring investor dari luar negeri. Pulang dari kunjungan luar negeri, menteri perdagangan Singapura bersama pengusaha negara itu langsung berinvestasi ke kawasan industri di Jakarta, termasuk reklamasi pantai Ancol sampai ke Dadap.

Kebiasaan lama Pak Presiden sebelumnya, yaitu *blusukan*, juga masih terus dilakukan. Beliau menyambangi Lampung, masuk ke kampung-kampung untuk menolong nenek tua, menemui rakyat. Beliau sering kali bertanya langsung kepada rakyat tentang apa yang menjadi kebutuhan. Sikap semacam ini menunjukkan bahwa

beliau paham keinginan masyarakat, yaitu merasa dekat dengan pemimpinnya.

Nah, bisnis pun demikian. Anda tidak mungkin menyuruh semua pihak tunduk kepada Anda. Mereka semua tunduk kepada kepentingan masing-masing. Apabila Anda bisa memperhatikan hal ini, maka Anda bisa memberikan pertukaran yang tepat, sehingga bisnis pun akan bergulir.

Cara Kerja Uang

Sejak masa Adam Smith, uang sudah didefinisikan sebagai alat pertukaran. Ketika seorang tukang roti ingin mencukur rambutnya, maka dia akan memilih untuk pergi ke tukang cukur. Pasalnya, cara ini lebih efisien daripada dia belajar mencukur dulu, kemudian baru mencukur rambutnya sendiri. Tapi, untuk mendapat jasa dari tukang cukur, tukang roti menukarnya dengan uang. Begitulah prinsip kerja uang.

Meski demikian, bagi si tukang cukur, uang yang diberikan oleh si tukang roti bukan sekadar pertukaran dengan jasanya. Ada pula profit yang dihasilkan dari pertukaran tersebut. Jadi, selain didefinisikan sebagai cara melayani kebutuhan orang lain, uang juga menimbulkan profit bagi kita.

Pada suatu masa, seseorang berhasil mengidentifikasi kebutuhan orang lain terhadap informasi atau berita. Maka muncullah profesi wartawan dari hasil identifikasi

tersebut. Sementara itu, di Tokyo atau Seoul, teridentifikasi kebutuhan akan bento yang sedemikian besar oleh masyarakat di sana. Bento adalah bekal makanan yang memungkinkan kita untuk tetap bisa makan meski dalam perjalanan. Biasanya, konsumen di sana tidak punya pilihan karena hanya satu atau dua merek besar yang bisa melayani masifnya kebutuhan terhadap bento. Oleh karena itu, investasi gerai seperti Haesanmul Gansig® yang memungkinkan anak-anak sekolah membeli bekal seharga di bawah Rp15.000, bisa menjadi peluang besar.

Kebutuhan adalah apa yang dihasilkan dari sebuah hubungan yang terjalin di antara dua pihak. Dengan demikian, kita juga harus memikirkan orang lain. Jika Anda hanya berkutat dengan kebutuhan diri sendiri, maka sulit untuk bisa memahami kebutuhan orang lain. Alhasil, sulit pula bagi Anda untuk menemukan uang.

Memahami uang berarti juga memahami kehidupan. Makna hidup secara luas adalah sebuah peluang untuk berbagi kebaikan dengan orang lain secara ikhlas. Lagi-lagi, poin besarnya adalah orang lain. Sayangnya, banyak orang yang justru salah fokus. Mereka malah merasa bahwa kondisi kekurangan uang itu adalah sebuah beban hidup. Lantas mereka melupakan prinsip bahwa uang bisa ditemukan melalui orang lain. Itu sebabnya, kita harus memperluas pergaulan.

Perhatikan dua cerita berikut ini:

1. *Seorang asisten baru ditugaskan pergi ke Pulogadung, Jakarta Timur. Dia lalu menolak. Katanya, “Maaf Pak, saya nggak ada yang kenal di sana.” “Ah, itu mudah. Kamu naik saja bus kota. Salami penumpangnya satu per satu sambil berkenalan, ‘Saya Susi.’ Nah, kamu jadi punya banyak kenalan setelah itu,” kata saya sembari tersenyum.*
2. *Lain waktu, ada bos perusahaan ekspor yang mengatakan “Saya tidak suka pameran di Dubai, karena di sana tidak ada yang saya kenal.”*

Apa yang bisa kita simpulkan dari kedua cerita tersebut?

Kita menjadi paham bahwa tipe orang-orang di dalam cerita tidak bisa melihat bahwa sesungguhnya uang itu adalah kerumunan. Contohnya begini.

Anak-anak sekolah kini kerap menggelar acara kunjungan wisata. Kita tahu, anak-anak sekolah yang melakukan kunjungan wisata pasti dalam jumlah besar. Ini membuat mereka menjadi sebuah kerumunan tersendiri. Nah, dalam acara seperti itu, tentu dibutuhkan konsumsi yang mudah untuk dibawa-bawa. Dan terutama, mereka butuh yang harganya cukup murah, tapi porsinya cukup dan rasanya enak, sehingga tidak memberatkan bujet mereka untuk menyediakan konsumsi dengan jumlah cukup besar.

Ini berarti, di mana ada kerumunan di situlah ada kebutuhan. Untuk menjawab kebutuhan dari kerumunan

semacam ini, maka Haesanmul Gansig® ada untuk memberikan solusi sekaligus menawarkan pertukaran dengan uang yang dimiliki si kerumunan.

Prinsip Uang

Uang mengalir dari atas, dari para peri yang dinamakan investor.

Uang timbul dari pertukaran antara investor dan pengusaha.

Pertukaran terjadi jika Anda bisa mendapatkan sebuah penemuan. Ada banyak contoh penemuan usaha di Indonesia. Misalnya di bidang makanan saja, ada penemuan kebab, makaroni, ayam yang bumbu pedasnya berlevel, sampai bento Korea, seperti Haesanmul Gansig®.

Jangan Cintai Uang

Apabila kita ingin mengerti aliran uang, langkah pertama yang mesti ditempuh, jangan mencintai uang. Misalnya, Anda adalah seorang pria yang sedang menyukai seorang gadis. Semakin Anda menunjukkan ketertarikan kepadanya, semakin jual mahal dia. Sama halnya dengan

uang. Semakin besar keinginan Anda untuk memilikinya, semakin terasa betapa jauhnya uang itu dari genggamannya Anda.

Langkah kedua adalah membuat aliran yang positif. Keberadaan uang tidak serta-merta meningkatkan kondisi finansial kita. Mau jumlahnya banyak atau sedikit, uang bisa berujung pada kondisi positif maupun negatif. Anda bisa saja memiliki nominal gaji yang relatif besar. Meski begitu, selama Anda tidak mengelola pengeluaran dengan baik, Anda akan selalu merasa kekurangan. Artinya, keberadaan uang justru menghadirkan hasil akhir yang negatif. Artinya, seberapa pun besarnya gaji, bila pengeluaran terus membesar, hasil akhirnya bisa negatif.

Demikian juga dalam berusaha. Anggaplah Anda sedang merencanakan membuat pengairan taman. Bukannya membuat jalur pengairan di dalam taman, Anda justru membuat selokan di luar taman. Alhasil, air justru lebih banyak mengalir ke sana. Taman dan seisinya hanya mendapat sisa aliran. Akibatnya, taman Anda tidak se hijau yang seharusnya.

Jadi, kalau Anda seorang pengusaha katering yang mendapat pesanan seharga Rp15.000 per kotak, Anda harus bisa mengatur agar biaya produksinya (bahan-bahan masakan dan keperluan lainnya) di bawah atau tidak melampaui Rp10.000. Strategi semacam ini memungkinkan aliran yang positif. Atau dengan kata lain, usaha Anda bisa mendapatkan profit. Sebaliknya, jika tidak dilakukan seperti itu, usaha Anda justru merugi. Simpel.

Langkah ketiga adalah setia pada uang. Masih menggunakan contoh yang sama dengan sebelumnya. Katakanlah pendapatan katering Anda hari ini mencapai Rp450.000. Bagaimana dengan pengeluaran pada hari yang sama? Berapa banyak jumlah uang yang keluar? Apa yang menjadi pos pengeluaran Anda? Semua hal tersebut harus dicek. Jika Anda memahami prinsip aliran uang, Anda tidak akan menggunakan hasil pendapatan katering untuk berbelanja yang sifatnya senang-senang.

Jika yang Anda lakukan selagi mengerjakan bisnis katering adalah berbelanja yang tidak penting, berbelanja yang untuk kesenangan semata, sambil menunggu datangnya modal dari investor untuk keberlangsungan bisnis, maka waktu akan seperti berjalan lambat. Kurun setahun saja sudah bisa jadi sebuah penyiksaan keuangan yang berakibat fatal pada sebuah proses bisnis.

Bila setia pada uang, daripada Anda menggunakannya untuk berbelanja yang senang-senang, tentu Anda akan menggunakannya untuk mengembangkan bisnis. Langkah ini tentu akan menghasilkan kondisi yang berbeda dan membuat waktu berjalan cepat. Anda akan melihat dengan gamblang aliran uang dalam bisnis Anda. Uang yang Anda miliki akan menjadi daya tarik bagi uang yang masih belum Anda miliki.

Ketika bisnis Anda menghasilkan profit, maka bisnis Anda akan menciptakan peluang/kesempatan bagi masyarakat umum. Misalnya bisnis makanan yang sudah banyak

terkenal, seperti KFC, McDonald, Hokben, maupun Haes-anmul Gansig®.

Lakukan introspeksi diri bila keuangan Anda hingga saat ini masih belum positif. Jangan-jangan, Anda masih suka mengejar uang. Bila mental Anda masih lebih suka belanja untuk kesenangan, Anda akan selalu kesulitan mengendalikan uang. Pada ukuran tertentu, bisa saja Anda menyerupai orang yang kecanduan, entah itu kecanduan judi maupun obat terlarang. Dalam kasus ini, berarti Anda kecanduan uang.

Untuk bisa terbebas dari kondisi ini, tirulah perilaku seseorang yang sedang berdiet atau yang sedang berusaha berhenti merokok. Jika kecanduan yang sifatnya umum (rokok, minuman soda, dan lain-lain.) saja bisa teratasi dengan baik, maka tentu kecanduan uang bukan merupakan kondisi yang permanen. Bukan hal yang mustahil untuk Anda coba.

Ketika Anda berhasil membebaskan diri dari kecanduan tersebut, konsep aliran uang akan semakin Anda pahami dengan baik. Anda akan merasakan hidup di dunia lain, yaitu dunia di mana Anda menjadi pengendali gaya hidup masyarakat. Dengan kata lain, Anda yang menciptakan tren bagi masyarakat.

Apabila sejak awal keuangan Anda sudah positif, artinya Anda bisa menyelami liku-liku biaya produksi. Anda paham bahwa memperlakukan uang rupiah terkecil seka-

lipun dengan perhitungan yang baik merupakan salah satu langkah penghematan. Menemukan jalan untuk menurunkan biaya hingga separuh atau bahkan sepertiga adalah sesuatu yang Anda kuasai benar. Maka tidak heran kalau dunia akan tertarik dengan gaya hidup Anda.

Perilaku Uang

Orang sering tidak paham dengan perilaku uang. Ke manakah uang mengalir? Uang tidak seperti air yang mengalir pasti dari permukaan lebih tinggi ke permukaan yang lebih rendah. Uang mengalir mengikuti kepentingan orang lain—*other people's interest* (OPI). Jadi, kalau Anda mau memahami perilaku uang, maka Anda juga harus memahami OPI.

Kita bisa melihat perilaku umum uang dari apa yang terjadi dalam dunia bisnis secara nyata. Berikut penjelasannya:

Uang menarik uang lainnya

Pernakah Anda melihat acara peluncuran properti apartemen? Atau mungkin peluncuran sebuah cluster *real estate*? Kalau pernah, berarti Anda sudah melihat kerumunan agen dan spekulan di acara-acara tersebut. Kehadiran agen dan spekulan di sana adalah karena tertarik dengan perputaran uang yang akan timbul di penjualan properti tersebut. Coba tempatkan diri Anda di

posisi mereka. Ketika Anda ingin berinvestasi di properti, maka tentu Anda mencari properti yang banyak diminati orang. Pasalnya, semakin banyak orang yang terlibat, maka semakin besar jumlah uang yang berseliweran.

Contoh lain bisa juga dilihat di bidang bisnis kuliner. Muncul satu jenis makanan yang menjual produknya dengan rasa pedas yang bertingkat-tingkat. Ternyata hasilnya sukses. Masyarakat suka, sehingga banyak yang beli. Kesuksesan ini menunjukkan potensi besarnya jumlah uang yang berputar di bisnis tersebut. Maka, tidak berapa lama pasti akan menjamur jenis-jenis makanan lain dengan konsep rasa yang sama. Ini membuktikan, uang menarik uang.

Uang juga memiliki kutub negatif dan positif

Kira-kira ilustrasinya begini. Ketika dua orang bertemu, ada beberapa kemungkinan yang bisa terjadi di antara keduanya. Pertama, tidak ada hasil yang produktif dari pertemuan keduanya. Katakan kedua orang ini sama-sama membutuhkan uang. Maka umumnya dialog yang terjadi adalah seperti berikut:

"Bro, aku nggak punya duit, nih. Pinjam Rp20 ribu donk untuk ke dokter puskesmas...."

"Wah Bro, gue juga lagi bokek. Nih, gue pinjam Rp5 ribu dulu deh. Cuma ada segitu."

Kemungkinan berikutnya, salah satu orang akan mendominasi yang lainnya. Hal ini bisa terjadi jika rentang antara satu pihak dengan pihak lain terlalu nyata untuk diperhatikan. Umumnya dialog yang terjadi adalah seperti berikut ini:

"Bos, permisi, ada waktu? Saya ingin ketemu."

"Ya boleh saja. Nanti kamu begini, lalu begitu ya."

Itu sebabnya, kalau Anda sedang berhadapan dengan orang kaya, jangan sekali-kali menunjukkan Anda kekurangan uang. Jangan juga menampakkan keinginan atau kebutuhan Anda akan sejumlah uang. Itu akan berakibat fatal.

Kemungkinan terakhir, dan inilah yang seharusnya Anda usahakan sebagai pebisnis, adalah terciptanya peluang yang produktif di antara kedua orang yang bertemu. Seperti yang Anda tahu, pada magnet konvensional, kalau dua kutub positif saling bertemu, justru yang terjadi adalah penolakan. Dalam konteks bisnis, ketika orang yang positif bertemu dengan orang positif lain, maka akan menghasilkan pertukaran. Ketika pertukaran terjadi, maka timbul aliran dari yang berlebih kepada yang

kekurangan. Jadi, pertukaran dengan orang kaya berarti mengalirkan uang, pertukaran dengan orang pintar berarti mengalirkan ilmu, dan pertukaran dengan orang baik berarti mengalirkan kebaikan.

Meski demikian, setiap orang pasti punya kepentingan masing-masing. Kepentingan orang-orang lain selain Anda inilah yang dimaksud dengan *other people's interest*—OPI, sesuatu yang perlu Anda pahami dengan baik. Jadi, apa kepentingannya orang kaya? Bila semua orang membutuhkan uang, maka apa yang dibutuhkan oleh orang kaya, mengingat dia sebenarnya sudah memiliki uang yang banyak.

Orang kaya perlu untuk merasa aman. Kebanyakan orang kaya sadar diri bahwa uang yang dimilikinya selalu menjadi incaran orang lain. Itu sebabnya, dia selalu berhati-hati dan waspada. Orang kaya akan mudah sekali merasa diporoti, dibohongi, atau dikhianati. Oleh karenanya, perbedaan kutub yang positif dan negatif ini harus dinetralisasi dulu agar menjadi positif dan positif.

Anda harus paham terlebih dulu kebutuhan orang kaya. Tujuannya adalah agar Anda dapat dipercaya. Jika pihak lain sudah percaya, maka mereka akan lebih mudah untuk membuka diri dan menyampaikan permasalahannya. Keterbukaan dari mereka bisa diartikan sebagai undangan bagi Anda untuk membantu atau memberikan solusi.

Uang berputar di antara pertukaran kepentingan satu orang dengan orang lain. Pastikan Anda juga tidak menunjukkan sikap serakah terhadap uang. Jangan tunjukkan keinginan Anda untuk mendapatkan, mengetahui, atau merasakan memiliki uang orang lain yang jumlahnya banyak. Jangan terpengaruh dengan hasrat Anda sendiri. Biarkan uang mengalir sendiri, karena begitu Anda memiliki kepentingan di dalamnya, seketika uang akan pergi.

Uang sebagai pengungkit

Pengungkit adalah sebuah alat untuk menaikkan sesuatu. Katakanlah untuk kehidupan sehari-hari, orang harus membalik sebuah lembaran besi. Secara konvensional, mereka melakukannya dengan tangan kosong. Bayangkan tenaga dan waktu yang dibutuhkan untuk itu.

Lalu kemudian, Anda menemukan linggis. Anda tunjukkan bahwa linggis ini bisa digunakan mengangkat pojok lembaran besi. Pojok lembaran yang terangkat membuat Anda jadi lebih mudah mendapatkan bidang pegang untuk akhirnya membalik lembaran tersebut sesuai yang diinginkan. Linggis yang Anda pakai itulah yang dimaksud pengungkit.

Bayangkan betapa berharganya linggis itu. Dengan kebutuhan membalik lembaran besi, siapa yang jadi tidak ingin memiliki linggis untuk memperingan pekerjaan? Mendadak orang jadi butuh linggis, sementara Anda punya

linggis. Ketika terjadi pertukaran, maka linggis Anda bisa berubah jadi uang. Ini bisa menjadi konsep bisnis Anda. Hal yang terpenting dalam sebuah konsep bisnis adalah bisa diduplikasi orang lain.

Selain bisa diduplikasi, pengungkit Anda juga harus bisa dikembangkan. Linggis yang Anda temukan tadi, misalnya, harus bisa dikembangkan untuk penggunaan yang lebih luas. Pasalnya, jika inovasi Anda bisa digunakan untuk keperluan yang lebih luas, berarti hal tersebut juga bisa digunakan untuk skala besar. Kalau dari lembaran besi saja Anda bisa dapatkan 10 uang, bayangkan jika linggis Anda bisa digunakan untuk 10 jenis lembaran yang lain.

Pengungkit juga bisa bermakna lebih luas. Misalnya, harga daging sapi meningkat tajam. Alhasil pedagang bakso kesulitan, sehingga banyak yang terancam tutup. Apa langkah umum yang mereka ambil? Biasanya mereka akan menggunakan bahan alternatif pengganti daging sapi, yaitu daging ayam.

Apakah salah? Tidak. Apakah istimewa? Tidak juga. Apakah tidak boleh memakai daging ayam? Boleh saja. Tapi coba perhatikan betapa kompetitifnya industri makanan berbahan dasar daging ayam. Gerai makanan cepat saji yang menyediakan ayam goreng saja sudah ada berapa. Kompetisi produk daging ayam sudah jenuh.

Di Indonesia hanya ada 9 pabrik pengolahan ayam. Itu pun hanya meliputi 25% lingkup pasar. Dengan demikian,

Anda harus bisa menemukan celah produk berbahan dasar selain daging ayam. Kalau Anda bisa menemukan bahan pengganti daging ayam yang tidak semahal daging sapi, barulah Anda bisa mengklaim menemukan pengungkit. Ketika Anda mampu menciptakan produk berbahan dasar nonayam, bahkan 5% saja dari produksi ayam skala bisnis, maka bisnis Anda telah setara dengan perusahaan raksasa.

Uang dibentuk dalam imajinasi

Ketika Anda bertemu seorang investor, fokus Anda adalah menyampaikan ide bagaimana agar si investor bisa mendapatkan uang sebesar Rp100 miliar. Siap atau tidak siap, ketika kesempatan semacam itu datang, sebaiknya Anda tidak melepaskannya begitu saja. Jelaskan secara spesifik dan detail, meskipun saat itu wujudnya masih berupa imajinasi Anda. Tapi imajinasi selalu bisa diwujudkan. Itulah yang kemudian harus Anda lakukan setelah si investor menyerahkan uangnya.

Ekuivalensi Uang

Ketika sedang tidak memegang uang, kita mudah sekali untuk dipengaruhi bahwa dunia ini terasa berat. Kalau sudah begitu, kita lantas jadi sibuk sendiri sehingga sulit untuk mencari pertolongan. Padahal, di dalam bisnis, banyak hal yang nilainya ekuivalen

dengan uang. Jadi sebenarnya, kalau Anda memiliki atau bisa menjaga hal-hal berikut ini, sama saja dengan Anda memiliki uang.

1. Jejaring. Mayoritas kesuksesan bisnis bergantung pada jaringan—*network* yang Anda miliki. Misalnya ada seorang dosen senior di sebuah perguruan tinggi yang memiliki banyak kenalan dari asosiasi pengusaha. Kalau dia belum benar-benar terjun ke dunia bisnis, dia mungkin tidak sadar bahwa kenalan-kenalan yang dimilikinya itu adalah harta yang berharga, karena hal tersebut ekuivalen dengan uang.
 2. Jabatan di perusahaan. Jabatan yang dimaksud adalah yang membukakan Anda akses ke penyuplai, ke sumber daya manusia, ke tenaga kerja ahli, dan akses-akses lain yang dalam kondisi-kondisi tertentu akan menggantikan nilai uang. Jika Anda bisa mendapatkan penyuplai dengan harga rendah, berarti Anda sudah menghemat uang. Anda bisa mendapatkan undangan untuk masuk ke lokasi titik penjualan di sekolah atau mal dengan harga rendah, itu juga ekuivalen dengan uang.
 3. Kreativitas. Anda tidak cukup hanya mengenal gaya hidup dan tren masyarakat. Anda juga harus punya kreativitas untuk mengolahnya menjadi sesuatu yang bernilai tinggi. Jika selama ini Anda termasuk orang dengan kreativitas yang tinggi, maka Anda sudah memiliki sesuatu yang ekuivalen dengan uang. Keahlian ini sangat bernilai tinggi terutama saat Anda memulai bisnis
-

4. Toleransi terhadap karyawan. Tanpa sikap semacam ini, Anda akan sulit untuk membangun bisnis. Ketidadaan toleransi terhadap karyawan menghilangkan daya tarik bagi calon karyawan untuk bekerja dengan Anda. Membangun bisnis berarti membangun manusia. Anda akan tahu, bahwa referensi calon karyawan sangat penting dan berharga. Sikap memperhatikan karyawan di perusahaan lama menjadi suatu sumber daya bernilai tinggi, dan ekuivalen dengan uang.
 5. Pengalaman. Ya, jangan anggap remeh pengalaman yang Anda miliki. Pengalaman membukakan Anda informasi yang luas sehingga menjadi cakrawala kanvas untuk menemukan ide bisnis.
 6. Dukungan keluarga. Kehadiran orang-orang terdekat selalu kita perlukan dalam hal apa pun, terutama dalam berbisnis. Dukungan keluarga mencerminkan kepercayaan mereka terhadap kesuksesan Anda dalam berbisnis.
 7. Dukungan lingkungan sekitar. Bantuan dari lingkungan sekitar sangat bernilai tinggi. Ini sangat penting, karena tidak mungkin bisnis yang masih baru bisa memiliki tim keamanan atau tim legal. Dengan mengenal lingkungan sekitar, Anda lebih mudah untuk memenuhi kebutuhan bisnis Anda.
 8. Sikap memberi. Kesediaan kita untuk memberi menjadi cermin sikap murah hati yang kita miliki. Dalam sebuah bisnis, sering kali hal ini bukan tanpa balasan. Kita bisa mendapat bantuan atau diberi akses, hanya karena sebelumnya kita bersikap murah hati, dan memberi sedikit pertolongan orang lain.
-

Tahukah Anda bahwa gentong retak sekalipun masih memiliki manfaat bagi sekitarnya? Seorang petani menjadi saksi akan hal itu. Si petani ini setiap hari mengambil air dari sumur yang terletak cukup jauh dari rumahnya. Dia memanggul kedua gentong di pundaknya. Sayangnya, gentong kanan sudah retak. Si gentong merasa sedih. Katanya, “Kasihan Pak Tani, tidak bisa sukses seratus persen karena aku sudah retak.”

Gentong kiri menyahut, “Oh, jangan bersedih. Lihatlah bunga-bunga warna-warni harum mewangi hanya tumbuh di sisi kanan jalan, karena air rembesanmu.”

Inti dari cerita ini adalah kesuksesan bisa terjadi dalam bentuk yang bermacam-macam, tidak selalu sesuai dengan tujuan awal. Tujuan awal si petani adalah membawa air dari sumur ke rumah. Bahwa air yang sampai ke rumahnya tidak sesuai dengan jumlah gentong yang dibawanya karena salah satu gentongnya retak, itu tidak lantas menjadi kegagalan.

Ketika mulai berbisnis, Anda mungkin menetapkan ukuran kesuksesan adalah memiliki rekening bank yang isinya mencapai ratusan miliar. Kenyataannya, Anda sulit mendapatkan lebih daripada ratusan juta. Jangan kira itu artinya Anda telah gagal dalam berbisnis. Mungkin sepanjang Anda lantas merasa sedih karena tidak bisa sukses. Padahal dari sisi orang lain, mereka bisa melihat dan merasakan langsung manfaat yang ada dan mengenali peluang yang tersedia.





*If you have a gun, you can
rob a bank. But if you have a
bank, you can rob everyone.*

—Bill Maher

Hakikat Uang



1. Hakikat Uang adalah Kepemimpinan

Bagaimana hakikat uang bisa dikatakan setara dengan hakikat kepemimpinan? Di titik mana kedua hakikat itu menampakkan persamaan?

Kita tahu, biasanya seorang pemimpin mampu memengaruhi orang lain. Bayangkan kalau pemimpin tidak bisa memengaruhi orang. Tentu akan sulit baginya membuat mereka mengikuti apa yang diperintahkannya. Lalu, bagaimana seseorang bisa menjadi pemimpin sehingga bisa memengaruhi orang?

Untuk menjawabnya, kita harus mengetahui akar dari kepemimpinan. Kalau saya mengajak Anda untuk ikut membuka bisnis gerai makanan Haesanmul Gansig®, apakah Anda akan langsung mengikuti saya? Tentu tidak, kan? Anda akan bertanya ini itu dulu sampai Anda yakin bahwa dengan ikut membuka bisnis gerai ini maka Anda akan mendapat keuntungan yang Anda inginkan. Kata kuncinya adalah 'yakin'. Jadi, akar dari kepemimpinan adalah kepercayaan.

Ketika saya berhasil mengajak Anda ikut membuka bisnis, berarti saya berhasil membuat Anda percaya kepada saya. Secara umum, apa alasan seorang kandidat presiden dipilih oleh masyarakat? Apalagi kalau bukan karena kandidat tersebut dipercaya oleh masyarakat akan mampu membawa perubahan dan perbaikan bagi

masyarakatnya. Berarti, seorang pemimpin adalah orang yang dipercaya baik oleh orang lain maupun oleh para pengikutnya.

Bagaimana akhirnya seseorang bisa percaya kepada orang lain? Apa yang menjadi akar kepercayaan itu sendiri?

Banyak orang sering menyalahgunakan kepercayaan yang sudah diraihinya. Hal tersebut terjadi karena mereka tidak tahu landasan dari sebuah kepercayaan. Dipikirkannya ketika mereka dipercaya, itu karena mereka sedang memenangkan lotre saja. Mereka merasa sedang beruntung saja.

Padahal kepercayaan muncul bukan karena keberuntungan, melainkan dibangun oleh seorang calon pemimpin karena dia tahu dan memahami kepentingan orang lain. Pengetahuan akan kepentingan orang lain dan pemahaman terhadap *other people's interest* (OPI) menjadi landasan yang penting untuk dimiliki kalau kita ingin mencari uang. Perhatikan para pengikut yang memiliki kesetiaan tinggi terhadap pemimpinnya. Biasanya alasannya sederhana, yaitu karena si pemimpin mampu mengerti kepentingannya.

Jika Anda cerdas dalam hal OPI, maka Anda sudah memiliki kunci untuk membuka pintu menuju kecerdasan uang—*money intelligent*. Atau dengan kata lain, *money intelligent* adalah kemampuan memahami OPI—*other people's interest*.

Pemimpin tidak harus yang paling tua, paling senior, atau paling kaya. Parameter yang digunakan untuk memilih pemimpin seharusnya merupakan parameter yang khusus, yaitu kecerdasan OPI. Semakin cerdas Anda dalam hal OPI, semakin dipercayalah Anda. Semakin Anda dipercaya, semakin mudah juga untuk menjadi seorang pemimpin atau *deal maker*.

Jadi, kalau Anda ingin menjadi perangkat RT/RW di masyarakat, atau menjadi pengurus di kumpulan alumni sekolah, atau memiliki peranan di lingkungan investor atau gelar sosial lain yang tinggi, Anda tidak perlu menjadi yang tertua atau yang paling kaya. Kemampuan yang paling menentukan adalah kemampuan Anda memahami kepentingan mereka, sehingga mampu memengaruhi mereka.

Bagaimana kita bisa memahami bahwa hakikat uang itu tidak beda dengan hakikat kepemimpinan? Caranya sama seperti mempelajari ilmu eksakta lainnya, yaitu diawali dengan falsafahnya terlebih dulu. Dengan kata lain, mengenali ilmu dasarnya terlebih dulu, mengetahui elemennya terlebih dulu. Belajar Psikologi, misalnya, maka Anda harus memulainya dengan mempelajari filsafat tentang manusia, hakikat manusia. Maka, hal yang sama juga dilakukan ketika kita ingin memahami hakikat uang.

Sejatinya, Anda tidak perlu mencari uang karena uanglah yang mencari dirinya sendiri. Adalah hal yang tidak sulit bagi orang kaya untuk mencari uang. Mereka layak

mencari jenderal untuk dijadikan sebagai gubernur. Namun, tidak demikian halnya bagi orang miskin untuk memulai langkah menjadi kaya. Mereka layaknya mencari jarum di tumpukan jerami. Sudah tidak ada ilmunya, amat sulit dan butuh waktu lama pula untuk akhirnya menemukan apa yang dicari.

Pandangan awam menyimpulkan bahwa orang butuh uang. Asumsi ini tidak sepenuhnya salah. Banyak kita temui seseorang yang memiliki uang banyak, katakanlah sejumlah Rp100 miliar, biasanya “dikerumuni” orang-orang yang berharap atau bahkan berusaha untuk bisa “kecipratan” sedikit uangnya. Ini menunjukkan bahwa masih banyak orang yang butuh uang.

Kalau orang-orang di sekeliling si kaya butuh uang, lalu si orang kaya tadi butuh apa? Tentunya dia tidak akan membutuhkan sesuatu yang sudah dimilikinya. Dengan kata lain, si orang kaya tentu tidak butuh uang. Nah, di sinilah kuncinya.

Sering kali, orang miskin sulit menjadi kaya karena mereka tidak memahami kebutuhan orang kaya. Padahal, jika mereka memahami hal tersebut, maka pertukaran di antara keduanya dapat mungkin terjadi.

Pertukaran yang terjadi di antara kedua pihak alirannya adalah dari yang memiliki banyak kepada yang memiliki hanya sedikit. Misalnya Anda bertemu seorang rohaniwan. Jika terjadi pertukaran di antara kalian, maka Anda

akan mendapatkan ilmu spiritualitas dari si rohaniwan, karena dialah yang memiliki hal tersebut lebih banyak daripada Anda. Atau ketika Anda bertemu dengan seorang pejabat, maka Anda lebih mungkin diberi jabatan olehnya daripada Anda yang memberi kepadanya.

Jadi, bila Anda bertemu orang kaya seharusnya Anda bisa mendapatkan uang darinya. Agar hal ini bisa terjadi, tentu Anda harus tahu dulu apa yang bisa ditukar dengan uang milik si orang kaya itu.

2. Hakikat Uang adalah Barang Langka

Uang tampak seperti sulit didapatkan karena pada titik tertentu, dia seperti barang langka. Padahal yang namanya permasalahan uang bukan barang baru. Sama seperti permasalahan tanah. Sejak zaman Ken Arok, permasalahan tanah berkulat pada perebutan masyarakat petani melawan tuan tanah kalangan bangsawan.

Banyak hal di dunia ini yang mengalami perubahan. Dalam tatanan sosial saja, terjadi perubahan masyarakat yang awalnya petani menjadi masyarakat industri. Bidang hiburan juga mengalami perubahan besar. Awalnya, pesohor yang muncul di khalayak jumlahnya sangat terbatas dalam setahun. Paling hanya satu dua yang menarik perhatian. Sekarang, hampir setiap hari kita menyaksikan wajah-wajah baru di layar kaca. Produk konsumsi

masyarakat juga begitu. Tadinya kita hanya tahu satu merek untuk jenis minuman ringan. Sekarang, pilihannya sangat luas dan beragam.

Layaknya berbagai hal yang sudah disebut, hakikat uang pun mengalami perubahan. Tidak tanggung-tanggung, perubahan hakikat uang terjadi dalam skala yang revolusioner. Semua berawal ketika pada tahun 1980-an, pemilik Es Teller 77, Sukiarno, diliput oleh media. Kesuksesan Es Teller 77 menjadi indikasi banyaknya uang yang berputar di sana. Dengan tampilnya wajah Sukiarno, ketahuanlah siapa pemilik uang sebanyak itu. Uang menjadi sangat populer.

Jadi, revolusi uang didahului oleh revolusi merek. Meski demikian, rakyat Indonesia berbeda dengan rakyat Singapura yang hampir setiap hari dicekoki merek baru. Kondisi ini bisa jadi dipengaruhi oleh upah. Pada dua puluh lima tahun silam, upah minimum di Kuala Lumpur sebesar 600 ringgit, di Singapura sudah 1.000 SGD, sedangkan di Indonesia masih 150 USD. Bahkan setelah lewat 25 tahun pun, upah minimum di Indonesia 'baru sekitar' 200 USD.

Ini membuka kesenjangan pendapatan yang sangat lebar di masyarakat Indonesia. Minimum upah yang rendah, memudahkan perusahaan untuk merekrut karyawan. Kemudahan mendapatkan lapangan pekerjaan, membuat masyarakat merasa tidak perlu berbisnis.

Ketika upah minimum menjadi semakin mahal dan mahal, pengusaha/perusahaan berpikir berpuluh-puluh kali untuk menambah karyawan. Kesempatan kerja menjadi terbatas. Masyarakat terpaksa banting setir untuk berbisnis. Ini menjadi revolusi tersendiri di kalangan masyarakat. Namun sekali lagi, di mana ada revolusi sosial, berarti ada revolusi uang yang juga terjadi. Bila Anda tidak mengambil bagian, maka Anda ketinggalan kesempatan.

Apa yang harus Anda lakukan ketika satu-satunya pilihan yang harus Anda ambil untuk tetap membuat dapur mengebul adalah beralih menjadi pebisnis? Padahal Anda sudah terlalu nyaman menjadi pegawai, dan tidak benar-benar menguasai ilmu berbisnis. Ini beberapa langkah yang bisa Anda ambil:

- o Anda bisa memilih bisnis yang berbasis transaksi tunai. Berpikirlah secara efektif dan efisien. Cari bisnis yang mudah, sederhana, dan tidak banyak mengeluarkan uang. Contohnya, berjualan sayur dengan lokasi menggunakan halaman sendiri. Ini cara yang pintar. Ide lainnya adalah membuka minimarket atau warung kelontong.
 - o Jika Anda mengalami kemunduran, jangan panik. Anggap Anda sedang berenang. Orang yang berenang pun tidak selamanya berada di permukaan air. Sesekali dia pasti menyelam. Tidak mungkin dia selamanya di atas permukaan, karena akan jadi cepat lelah. Artinya, ketika Anda tidak memiliki uang yang
-

cukup, Anda harus mengantisipasi dengan menimbang kondisi di hadapan Anda.

Salah satu caranya adalah dengan mengelola pembayaran-pembayaran Anda. Dalam bisnis, menunda pembayaran adalah hal yang biasa. Kalau bisa ditunda enam bulan, kenapa harus dibayar segera? Supaya mudah dan lancar, kelompokkan tagihan menjadi 3 bulan, 2 minggu, atau setahun. Kunci bisnis adalah perputaran uang. Artinya, bagaimana Anda bisa mengelola pergerakan uang yang masuk dan uang yang keluar. Bagaimana agar uang yang Anda dapatkan bisa cukup untuk membayar tagihan.

- o Jika memang diperlukan, jangan sungkan untuk mencari bantuan. Selama bisa mendapatkan bantuan, Anda bakal selamat. Menggunakan analogi berenang tadi, kunci dalam mencari bantuan adalah jangan melakukannya saat Anda sedang berada di dalam air. Kalau Anda masih berada di dalam air, orang akan sulit melihat bahwa kecipak Anda itu sebenarnya sinyal meminta tolong. Mereka cenderung akan berpikir Anda sedang berenang saja, tidak sedang membutuhkan bantuan.

Itu sebabnya, ketika Anda sudah mulai merasa kebetatan, segeralah kelola jadwal pembayaran tagihan Anda. Dengan mengelola jadwal pembayaran tagihan, Anda jadi punya kesempatan untuk minta bantuan. Langkah itu juga membuat Anda tidak terlihat

sedang terpepet, sehingga pihak-pihak lain tidak bisa mencari celah untuk memperoleh keuntungan dari kondisi sulit Anda. Jika kondisi Anda dipandang stabil dan mapan, orang akan lebih mudah untuk menawarkan bantuan.

Pahami alasan orang membantu Anda. Benar, bahwa tolong-menolong dan saling membantu adalah konsep dasar dalam kehidupan sosial bermasyarakat. Meski demikian, dalam konteks berbisnis, tetap ada hal-hal yang perlu diperhatikan. Seperti yang sudah disebutkan, dalam perbisnisan, setiap orang membawa kepentingannya masing-masing. Maka, inilah yang harus Anda kuasai. Pahami bahwa di setiap bantuan atau pertolongan, biasanya ada pertukaran yang mengiringi. Tentu pertukarannya seputar kepentingan masing-masing pihak tadi itu, sehingga Anda yang harus jeli dalam mengeksplorasinya.

3. Hakikat Uang adalah Hasrat

Kita memiliki semacam perilaku otomatis mengikuti kerumunan. Sebuah eksperimen sosial untuk membuktikan perilaku tersebut pernah dilakukan. Di tengah lobi sebuah pusat perbelanjaan, dibuatlah jalur antrean seperti kalau Anda mengantre tiket bioskop. Set itu dilengkapi oleh dua aktor, satu aktor bertindak sebagai orang yang berada di antrean paling depan, satu aktor lagi berpura-pura sebagai penjaga keamanan di ujung antrean. Tidak

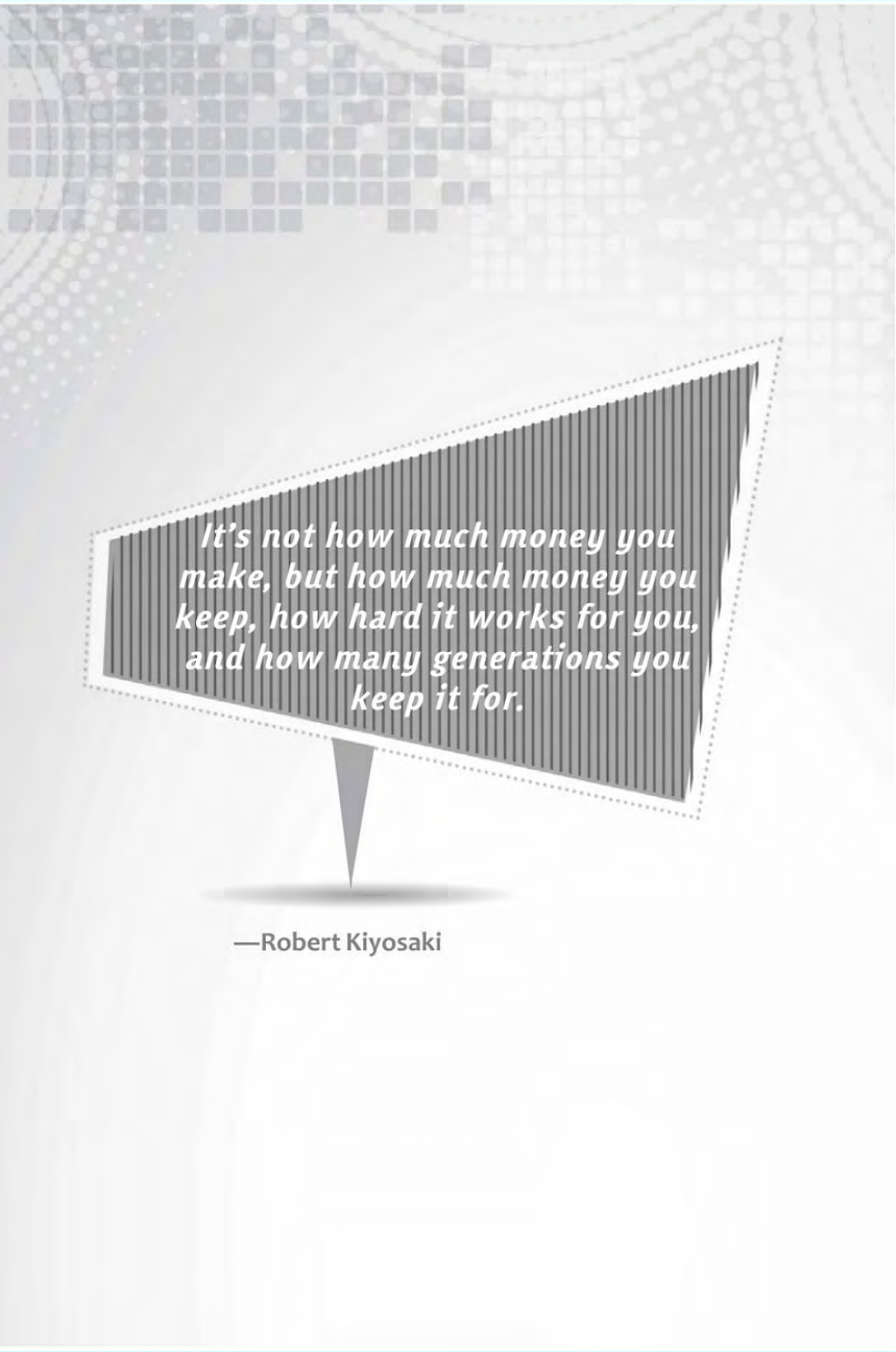
ada keterangan yang jelas jalur antrean itu untuk apa atau mengarah ke mana. Meski demikian, setelah beberapa menit, antrean itu bertambah panjang secara otomatis. Bahkan tidak sampai satu jam, panjang antrean mencapai hampir sepuluh meter.

Kesimpulan dari eksperimen itu adalah bahwa manusia memiliki kecenderungan untuk mengikuti kerumunan. Kerumunan mengundang orang. Apa yang dikerumuni orang-orang menjadi indikator tren apa yang sedang berlangsung di masyarakat. Dengan kata lain, tren di masyarakat membangkitkan hasrat orang untuk turut dalam kerumunan. Dan seperti yang sudah dikatakan, di mana ada orang, di situ ada uang. Semakin banyak orang, semakin banyak pula uang yang beredar.

Bila Anda bisa membuat antrean atau menimbulkan hasrat tertentu di tengah masyarakat, maka Anda bisa mengendalikan uang. Seperti saat Anda melihat ada sebuah toko kue baru dibuka, parkirannya tampak penuh mobil. Anda berpikir betapa ramainya toko itu. Pasti kue yang ada di sana enak-enak, makanya banyak yang datang. Padahal, Anda tidak persis mobil siapa yang parkir di sana. Bisa saja itu semua tamu undangan, bukan pengunjung atau pembeli sungguhan.

Selain di peresmian toko yang baru buka, di mana lagi biasanya orang-orang berkumpul? Dulu Anda bisa menemukan kumpulan orang inspiratif di majalah Gadis atau Hai. Sekarang kebanyakan orang berkumpul di laman

online seperti VIVAnews, detik.com, dan kompas.com. Bila nama Anda bisa dimuat di tempat orang berkumpul, maka Anda bisa mengendalikan uang.



It's not how much money you make, but how much money you keep, how hard it works for you, and how many generations you keep it for.

—Robert Kiyosaki

Uang ≠ Rezeki



Banyak orang membicarakan rezeki setiap hari. Hampir setiap ramalan pasti memuat penerawangan tentang rezeki. Begitu pun peramal, menerawang rezeki orang lain. Tapi tidak ada peramal yang bercerita bagaimana dia bisa memiliki rumah besar, megah, dan mewah. Tidak ada peramal yang berbagi ilmu tentang caranya mendapat rezeki. Ditarik garis sejauh apa pun di sejarah, tidak pernah ada orang yang mengajarkan soal rezeki. Pilihannya berarti cuma dua. Memang tidak ada ilmu tentang rezeki, atau memang rezeki tidak bisa diajarkan sebagai ilmu.

Untuk bisa mengikuti seminar Wealth Management, orang harus mengeluarkan kocek hingga Rp50 juta. Sedangkan seminar Deepak Chopra yang merupakan penasihat spiritual para selebriti di LA, harga satu tiketnya setara dengan harga satu mobil.

Mengapa harus semahal itu? Kenapa kita tidak bisa belajar tentang menjadi kaya dari kitab suci? Kenapa Tuhan tidak mengajarkan tentang bagaimana menjadi kaya?

Jawabannya adalah karena Tuhan lebih memilih untuk mengajarkan tentang keikhlasan. Konsep spiritual tertinggi dalam hidup ini adalah bagaimana kita memberi kebaikan kepada sesama dengan tulus ikhlas.

Jika disebut tulus ikhlas, biasanya orang lantas berpikir angka nol, atau nihil digit. Lalu apa gunanya ada bank yang bisa mencantumkan angka hingga 16 digit alias mencapai 1.000 triliun?

Ketulusan dan keikhlasan itu bukan berarti nol atau nihil digit, melainkan tidak terhingga. Tuhan mengajarkan dengan konsep rezeki. Manusia yang memberi arti dan ukuran terhadap rezeki tersebut. Ini adalah sebuah proses yang dipelajari masing-masing manusia, sehingga hasil akhirnya biasanya tidak akan seragam satu dengan yang lain.

Sebagian akan cukup dengan rezeki sebanyak 6 digit yang ditunjukkan oleh rekening bank, sementara sebagian yang lain perlu untuk melihat 16 digit dulu di rekeningnya baru merasa telah mendapat rezeki. Jadi, bayangkan betapa frustrasinya mereka yang di golongan kedua ketika ilmu tentang bisnis masih langka.

Untunglah manusia berevolusi. Semakin lama semakin pintar belajar dari pengalaman. Bukan hanya pengalaman sendiri, tapi juga pengalaman orang lain. Dahulu kala, untuk belajar bisnis, kita harus terlahir dari orangtua yang kaya. Kalau tidak, sangat sulit untuk bisa menguasai keahlian berbisnis, bahkan nyaris mustahil. Ujung-ujungnya hanya jadi pekerja atau pesuruh. Sekarang, langkah untuk memulai bisnis bisa dibaca dengan menggerakkan jari-jari Anda di ponsel pintar.

Mengapa Kebaikan Itu Ada?

Dalam hal uang, Anda dianjurkan untuk memiliki sikap tidak membutuhkan. Kenapa? Karena uang itu layak-

nya seorang wanita yang sadar bahwa dirinya diinginkan orang banyak, sehingga dia akan pasang sikap 'jual mahal' kepada siapa pun yang menunjukkan ketertarikan terhadapnya.

Tidak begitu halnya dengan berbuat baik. Sering kali, kita tidak perlu menunggu disuruh dulu untuk melakukan kebaikan. Dorongan untuk berbuat baik itu selalu ada. Melakukan kebaikan adalah sebuah kebutuhan. Sebuah makanan bagi jiwa. Orang yang merasa sia-sia menjalani hidup biasanya adalah mereka yang jarang sekali melakukan kebaikan.

Mungkin bagi kita, melakukan kebaikan adalah sebuah rutinitas. Tapi kenapa sepertinya kita sulit sekali menemukan kebaikan dari orang lain? Apakah memang cuma kita yang melakukan kebaikan. Apakah hanya kita yang memberi, sementara orang lain tinggal menikmati dan menerima pemberian kita?

Padahal tidak demikian halnya. Sering kali, kita sudah mendapat kebaikan itu. Tapi kita yang tidak menyadarinya, karena kita lebih cenderung mencari kesempatan atau peluang daripada mencari kebaikan.

Misalnya begini, Anda diberi pilihan untuk bekerja di dua tempat. Tempat pertama adalah milik seseorang yang pernah menolong Anda. Tempat kedua adalah milik seseorang yang berjanji akan menaikkan gaji Anda setiap tahun. Mana yang lebih Anda pilih?

Mayoritas orang akan memilih tempat kedua. Wajar, karena siapa pun ingin mendapatkan penghasilan yang lebih banyak setiap tahunnya. Tapi sering kali, setelah mengambil pilihan tersebut, ada saja yang membuat mereka tidak sreg. Ada saja yang mengganjal perasaan mereka. Ujung-ujungnya mereka hanya bertahan satu atau dua tahun saja di tempat itu. Atau mungkin lebih ekstrem lagi, enam bulan saja sudah henggang.

Ketika ada pilihan semacam ini, kita lebih sering memilih peluang. Ini disebabkan kita cenderung berpikir hidup itu mirip mengadu nasib. Padahal Tuhan tidak pernah mengajak umatnya bermain dadu.

Kalau kita mengandalkan lowongan pekerjaan di koran atau laman pencari kerja, paling banter kita hanya akan dapat jabatan junior. Pencarian general manager di sebuah perusahaan biasanya tidak akan diumumkan, karena dianggap membahayakan prinsip rahasia perusahaan (*confidential*). Ini berarti, untuk jabatan yang benar-benar berarti, perusahaan akan lebih memilih orang-orang yang direferensikan ketimbang orang biasa yang baru dikenal.

Orang yang direferensikan artinya dia mendapat garansi, paling tidak secara jangka panjang memiliki kualitas yang baik.

Nah, bagaimana agar orang yakin untuk mereferensikan kita? Tentu harus ada ikatan pahala dulu sebelumnya. Adanya ikatan pahala akan membentuk ikatan

kepercayaan. Ikatan semacam ini di level manajerial atas sering kali sifatnya sangat menentukan.

Jadi, kalau mau direferensikan untuk sebuah pekerjaan yang berarti, Anda bisa mulai dengan berbuat baik kepada orang, sehingga pada saatnya nanti, dia akan perlu memberikan referensi bagi Anda sebagai pertolongan atas kebaikan yang lalu.

Ini membuktikan, bahwa secara jangka panjang akan lebih bagus mengikuti jejak pertolongan orang daripada mendasarkan pada kesempatan atau peluang.

Mengapa Kebaikan Sulit Dicari?

Sudah disebut sebelumnya bahwa kebanyakan orang merasa sulit menemukan kebaikan. Mereka kebingungan harus mencari di mana. Rahasianya begini.

Orang baik akan bertemu orang yang baik juga. Mereka lalu melakukan atau menciptakan kebaikan bersama-sama. Maka, terbentuklah lingkaran kebaikan. Kalau Anda merasa sulit mencari orang baik, jangan-jangan Anda berada di lingkaran yang salah. Bukannya berada di lingkaran kebaikan, Anda malah justru bergelut di lingkaran dendam, lingkaran saling mengeksploitasi, lingkaran tanpa sejarah kebersamaan, dan lingkaran materialistis.

Bagaimana kita bisa tahu apakah kita sudah berada di lingkaran yang baik atau belum? Caranya adalah dengan melihat reaksi spontan kita saat menghadapi kesulitan. Biasanya, dalam periode kesulitan, kita dihadapkan pada tiga pilihan reaksi:

- Menjadi marah—*getting mad*
- Balas dendam—*getting even*
- Bersikap cerdas—*getting smart*

Kecuali kita mengambil pilihan terakhir, maka kita akan lebih condong bertemu dengan lingkaran jahat dibanding lingkaran baik. Coba perhatikan, banyak orang yang pergi ke rumah ibadah saat mendapat musibah. Artinya apa? Bahwa mereka sedang berusaha mendekatkan diri pada pertolongan.

Dalam relasi hubungan horizontal, alias antarmanusia, sering kali lebih mudah mendapat pertolongan dari pihak yang derajatnya kurang lebih sama. Antara si miskin dan si kaya, misalnya. Banyak orang miskin yang merasa sulit mendapat pertolongan dari orang kaya. Banyak faktor dari keduanya yang bisa menyebabkan hal tersebut. Mungkin karena persepsi orang kaya yang menganggap orang miskin sekadar mau enakunya saja. Orang miskin dipandang cuma meminta-minta tapi tidak mau usaha oleh orang kaya. Padahal bisa saja sebenarnya si miskin sedang mencari pekerjaan yang menghasilkan uang. Tapi lantaran kurang cakap menyampaikan maksudnya tersebut, maka timbullah persepsi yang salah tadi.

Itu sebabnya kita nyaris tidak pernah mendengar anjuran untuk mencari kebaikan atau orang-orang baik. Anjuran umum di masyarakat adalah agar kita terus dan selalu berbuat kebaikan. Jangan sibuk mencari lingkaran kebaikan yang bisa kita susupi. Kita ciptakan saja lingkaran kebaikan sendiri, sehingga otomatis kebaikan yang kita lakukan akan mendekatkan kita pada lingkaran orang-orang baik yang sudah ada lebih dulu.

Pada masa sekarang, iktikad baik sudah menjadi semacam kebutuhan hidup, baik bagi yang menerima maupun yang memberi.

Kita lihat saja dalam keadaan banjir, misalnya. Korban pascakebanjiran biasanya menghadapi situasi di mana mereka tidak mendapatkan listrik selama sehari-hari. Rumah berantakan tidak keruan, sampah dan lumpur berserakan, barang yang berhasil diselamatkan di tingkat yang lebih tinggi menumpuk tidak jelas.

Sementara orang di luar sana mengumpulkan sumbangan berupa kebutuhan dasar paling tidak pangan dan sandang. Sumbangan berupa makanan dan pakaian biasanya paling mudah dikumpulkan. Tapi tetap saja ada korban yang seperti tidak tersentuh bantuan atau sumbangan tersebut.

Mereka yang seperti itu letak masalahnya bukan pada ada atau tidaknya sumbangan, melainkan ada tidaknya persepsi bahwa iktikad baik itu ada. Sebagian korban merasa bahwa sudah tidak ada lagi orang baik di dunia ini.

Mereka merasa nelangsa oleh derita hidupnya sendiri. Alhasil, mereka lebih memilih untuk mengurung diri, enggan mencari bantuan, dan tenggelam dalam bayangan bahwa dia tidak dipedulikan oleh orang lain.

Iktikad baik memang banyak dibutuhkan dalam hidup ini. Tanpa iktikad baik, hidup seperti tidak lengkap. Seorang teman, Pak Agus Rizal mengirimi saya tulisan bagus, “Semua orang punya definisi kebahagiaan, tetapi sedikit sekali yang mengatakan hidup dalam kasih dan rasa syukur adalah kebahagiaan!”

Untuk bisa menimbulkan rasa kasih dan syukur seperti disebutkan dalam kalimat sahabat saya itu, satu-satunya jalan adalah menolong orang lain atau dengan kata lain memiliki iktikad baik. Menolong orang lain adalah perkara yang mudah sekali. Mendengarkan *curhatan* atau sekadar memberi pendapat, kadang sudah menjadi pertolongan tersendiri. Ada banyak cara lain untuk memberi pertolongan secara mudah, misalnya dengan memberikan referensi atau mempertemukan pihak-pihak yang saling membutuhkan.

Tapi dalam memberi pertolongan sederhana, kerap kali kita dihadang perasaan ‘dimanfaatkan’. Seolah-olah kita seperti sedang diambil sari tebunya lalu nanti sepahnya dibuang. Padahal saat itu sesungguhnya kita juga menerima pertolongan dari orang lain. Saat kita sedang menolong sebaiknya kita bangun optimisme bahwa akan ada orang lain juga yang menolong kita. Hanya butuh kesabaran untuk menunggu, agar bisa merasakannya.

Orang Kaya	Orang Miskin
Paham soal <i>cost saving</i> . Dia tahu lika-liku mendapatkan efisiensi <i>cost</i> , karena memang itulah yang menjadi fokusnya.	Masih berfokus pada harga konsumen. Alhasil, <i>cost</i> -nya cenderung masih tinggi, sementara omzetnya berjalan secepat siput. Omzet tempat belanja retail, misalnya, dikalkulasi dengan harga eceran, sementara omzet pabrik dihitung dengan harga grosir.
Setia dengan uang. Dia mampu meredam hasrat berbelanja dan lebih suka mengamati lika-liku aliran profit.	Senang belanja. Dia ingin merasakan menjadi raja. Salah satu jalannya adalah dengan menjadi pelanggan, karena konon pelanggan adalah raja. Maka dia suka dilayani atau diiming-imingi barang bermerek.
Mengutamakan barang-barang fungsional. Ketika harus membeli jam tangan, misalnya, maka pertimbangannya adalah pada kegunaan atau manfaat, bukan pada model.	Mengutamakan gaya hidup. Dia harus selalu merasa kelasnya lebih tinggi daripada orang lain. Padahal, kalau Anda punya saldo di bank sebesar Rp5 miliar, maka Anda tidak terlalu ambil pusing dengan model jam tangan atau sepatu Anda, kan?

The background is a light gray with a subtle gradient. On the left side, there is a partial view of a dark gray gear. On the right side, there is a dark gray curved line that resembles a stylized 'S' or a path. The text 'Bagian II' is centered in the middle of the image.

Bagian II



There is only one boss. The customer. And he can fire everybody in the company from the chairman on down, simply by spending his money somewhere else.

—Steve Jobs

Prinsip Berbisnis



Banyak orang kewalahan kalau disuruh berbisnis. Baru langkah pertama saja, mereka sudah terbelengong-bengong. Padahal dalam memulai segala hal, apa pun itu, termasuk berbisnis, semuanya harus dimulai dari langkah pertama. Dalam berbisnis, yang menjadi langkah pertamanya adalah mencari ide bisnis.

Jika diibaratkan, mencari ide bisnis sama dengan mencari jodoh. Laki-laki *jomlo* sibuk mencari wanita yang juga *jomlo*. Segala usaha sudah dicoba berkali-kali, tapi hasilnya masih nihil. Padahal, tanpa diketahuinya, wanita *jomlo* pun banyak yang sedang sibuk mencari. Walaupun demikian, keduanya tetap menganggap bahwa menemukan jodoh itu adalah hal yang sulit dan misterius.

Ada kisah lucu di sebuah pameran besar di Dubai, Gulf Food Expo. Sebuah kios memerlukan suatu barang. Demi kelancaran acara yang sedang diikutinya, maka kios ini pontang-panting mencari barang tersebut. Usut punya usut, ternyata sebenarnya barang yang dicari ada di kios lain yang lokasinya tidak jauh dari kios tersebut. Hanya saja, keduanya tidak saling mengenal. Makanya kios yang membutuhkan itu sampai mengeluarkan usaha yang sedemikian besar.

Bisnis memang lucu. Ada orang yang kesulitan cari kemasan plastik untuk produk kotak makan siangnya, sementara stok di toko sedang terbatas. Padahal ada tenaga penjualan sebuah pabrik plastik yang sedang lesu karena produknya kurang laku. Bayangkan jika keduanya

bertemu pada saat yang bersamaan dan berkenalan di toko langganan mereka. Atau bayangkan kalau toko langganan tersebut berinisiatif mempertemukan dan memperkenalkan keduanya. Alhasil yang akan untung bukan cuma dua pihak, si pencari plastik dan si penjual, tetapi juga toko langganan.

Banyak orang menganggap ide bisnis itu langka dan bersifat rahasia, seperti mencari jodoh yang disebutkan tadi. Padahal seperti yang diceritakan, mudah sekali mendapatkan ide bisnis. Ketika Anda menemukan ide brilian seperti mempertemukan kedua pihak yang saling membutuhkan tadi itu, sensasi yang akan dirasakan sama seperti saat menemukan kekasih impian.

Pernahkan membicarakan tentang seseorang yang sedang Anda suka kepada teman-teman, lalu bukannya ikut senang dan memberikan komentar yang mendukung, teman Anda malah bertanya keheranan, “Lho kok kamu bisa suka yang seperti itu?” Hal tersebut terjadi karena setiap orang memiliki preferensinya masing-masing mengenai apa pun, baik jodoh maupun ide bisnis. Oleh sebab itu, tak perlu membicarakan ide bisnis Anda kepada banyak orang kalau hasilnya cuma membuat Anda ciut untuk melakoni bisnis.

Untuk menggali ide bisnis yang sederhana, Anda cukup memikirkan gambaran besarnya mulai dengan masalah dalam masyarakat. Misalnya Anda memperhatikan bahwa tren sekarang adalah kenaikan harga daging sapi.

Alhasil, pedagang bakso akan kebingungan mencari pengganti bahan baku tersebut. Jika mereka orang baik, tentu mereka enggan mengganti dengan daging celeng atau daging tikus untuk menekan biaya produksi. Salah-salah, mereka bisa masuk bui karena melanggar hukum. Mau ganti menggunakan daging ayam, juga tidak bisa, karena daging ayam sulit untuk dijadikan bakso. Kalau sampai gulung tikar, lantas mereka mau makan apa? Jadi apa penggantinya?

Presiden RI saat ini, Pak Joko Widodo, sedang ingin memasyarakatkan produk maritim. Jadi, bisnis apa yang gambaran masa depannya akan besar? Apa lagi kalau bukan olahan seafood. Apabila bisnis Anda bisa meliputi hajat hidup orang banyak, maka pelakunya juga banyak. Jika pelakunya banyak, maka banyak pula kenalan yang bisa Anda dapatkan. Semakin banyak kenalan, semakin besar lingkaran kebaikan yang bisa Anda ciptakan.

Sebagian orang memang akan kesulitan mengidentifikasi ide bisnis karena tidak menggunakan alat yang tepat. Menjalankan bisnis itu seperti memainkan piano, dibutuhkan otot-otot jari yang paling sensitif dan paling akurat. Sementara kita terbiasa menggunakan tangan untuk tugas-tugas bertenaga. Kita lebih mudah melatih otot-otot besar di pangkal lengan untuk main tenis atau golf, misalnya, tapi kesulitan untuk mempertajam kepekaan jari kelingking.

Mendeteksi ide bisnis itu bisa seperti Picasso atau Michael Angelo atau Beethoven yang menggunakan kepekaan tinggi, mampu mengamati secara sensitif dan halus, untuk menghasilkan karya. Oleh karena itu, banyak pengusaha yang meskipun uangnya banyak, namun tak bisa mengidentifikasi bisnis. Banyak pihak yang sering kesulitan mengendalikan permintaan masyarakat umum. Masyarakat lebih sering melihat dari sisi selera. Sementara pebisnis banyak memandang dari sisi produksi. Kepekaan tidak tampak pada sisi ini.

Agar lebih piawai lagi, berikut beberapa prinsip bisnis yang patut Anda perhatikan.

Berbisnis berarti berproses

Sebuah pusat perbelanjaan pernah memiliki program bagi pengunjung yang berbelanja hingga dua juta rupiah dalam satu waktu, maka akan mendapat 20 bibit tanaman gratis. Segala macam bibit pohon ada, mulai dari pohon durian, jambu, bahkan sampai pohon trembesi. Apakah memang bibit itu bernilai dan berharga, sampai harus disetarakan dengan pembelian sebesar dua juta rupiah?

Bagaimanapun, saya tanam bibit pohon trembesi itu. Saya melakukan proses yang umum, yaitu menyemai bibit, menyirami setiap hari, memupuk, dan merawat pohon tersebut sampai tingginya mencapai tiga meter.

Setelah tumbuh demikian, kalau saya jual sekarang, harganya sudah pasti akan mahal. Padahal, berapa modal saya mendapatkan bibit itu? Nol.

Seorang teman saya adalah *general manager* untuk sebuah minimarket. Suatu kali dia bercerita, bahwa bosnya, alias si CEO minimarket, tidak berani mengambil keputusan terkait lokasi baru. Si CEO beralasan data yang dibutuhkan kurang lengkap. Dia ingin membuat perbandingan berdasarkan minimarket terdekat yang sudah buka duluan di lokasi tersebut.

Padahal, siapa yang bisa menjamin lokasi baru bisa sukses? Para pengusaha tahu meskipun lokasinya strategis, tidak lantas jadi jaminan bahwa minimarketnya akan laku. Sama seperti kisah bibit tadi. Bibit yang saya dapat secara cuma-cuma itu apakah bisa menjadi besar dan bernilai atau tidak, bergantung pada usaha saya untuk membuatnya tumbuh secara layak atau tidak. Demikian pula dengan minimarket teman saya. Sukses atau tidaknya di lokasi baru itu bergantung pada bagaimana dia mempromosikan, merawat layanan yang baik, dan lain-lain.

Sukses gagalnya sebuah bisnis tidak selalu ditentukan oleh data, atau pengoperasian, atau sistem manajemen, atau survei pasar, melainkan pada aspek kepercayaan. Dalam sebuah bisnis besar, selalu ada pihak penyandang dana. Dalam mengambil segala keputusan, para pemegang saham akan memercayakan intuisinya. Pergerakan intuisinya ini sebagian besar dikendalikan oleh rasa percayanya terhadap pihak manajemen.

Bisnis adalah kolam tempat bertemunya kepercayaan di antara pemilik konsep, pelaksana, dan penyandang dana atau investor. Kepercayaan sangat penting untuk menjaga harmoni, kestabilan, dan arah bisnis tersebut. Tanpa rasa percaya, unsur-unsur yang ada di dalamnya akan kebingungan. Jadi, jika bisnis Anda tidak jalan, bisa jadi akar masalahnya adalah ketiadaan rasa percaya.

Bisnis berarti berbagi pasar

Dulu kala, pertama kali kompleks Kelapa Gading dijual, harganya mahal. Kenapa bisa dijual mahal? Sebab saat itu permintaan masih sangat tinggi. Selama ada yang beli, maka harganya naik. Pengembang tentu harus menggunakan momen semaksimal mungkin. Layaknya roda, setiap yang di atas pasti akan sampai di bawah pula. Demikian juga dengan penjualan Kelapa Gading yang mulai merosot ketika banjir terjadi pada tahun 2004, kemudian berulang lagi pada tahun 2009.

Kemudian si pengembang berpindah lokasi ke Serpong. Di areal baru ini, harga kembali melonjak. Saya sendiri pernah mengalaminya. Pertama saya membeli tanah di Serpong harganya Rp1,5 juta per meter. Tanah tersebut kemudian saya jual lagi dengan harga tiga juta rupiah. Kali berikutnya saya membeli, harganya sudah menjadi tiga juta rupiah per meter. Bahkan sekarang harganya sudah mencapai delapan juta rupiah. Demikianlah,

selama masih ada yang beli, harga tanah di Serpong akan terus naik. Lalu peristiwa di Kelapa Gading menular ke Serpong.

Inilah yang disebut dengan ukuran pasar. Pada suatu titik, pasar bisnis kita akan mencapai puncaknya, lalu meluncur turun. Bukan hanya pasar *real estate*. Penjualan sepeda motor pun ada batasnya. Kalau produksi tidak dihentikan suatu saat, lalu nanti yang mau pakai siapa? Jaringan kebab pun demikian. Begitu mencapai 1.000 gerai, pasar pasti akan jenuh. Dengan demikian, jangan harap bisnis Anda bisa naik terus.

Meski begitu, untuk mencapai keuntungan yang signifikan, bisnis Anda harus mencapai level tertentu dulu. Di sinilah seni berbisnis yang harus Anda pahami sebagai penguasa. Bagaimana Anda bisa mencapai level puncak yang memberi keuntungan signifikan, sebelum grafik bisnis Anda tertarik gaya gravitasi dan mulai meluncur. Jangan sampai Anda keburu terjun bebas sebelum mendapatkan keuntungan yang signifikan. Apa syaratnya agar Anda bisa mendapat keuntungan yang signifikan? Yaitu semakin banyak orang yang mengenal dan melakukan transaksi dengan bisnis Anda.

Jaringan Lotteria, misalnya. Di Vietnam, Lotteria hanya tumbuh lima cabang dalam lima tahun. Ini adalah pertumbuhan yang sangat lambat. Lima cabang belum memadai untuk memberikan edukasi yang masif kepada konsumen. Namun, begitu mencapai 80 cabang, orang

mulai *ngeh*. Orang mulai memperhatikan dan tertarik. Orang mulai berdatangan untuk bertransaksi. Bisnis pun meledak. Jadi, dalam berbisnis, Anda memang harus mencari perkiraan titik puncaknya.

Membangun bisnis juga seperti membangun gedung bertingkat. Waktu pembangunan gedung baru mencapai tiga lantai, tentu belum ada profit yang dihasilkan. Untuk bisa mencapai gedung berlantai lima puluh, misalnya, tentu Anda harus bersabar. Lahan untuk membangun harus digali dulu sampai dalam, bahkan hingga mencapai minus empat lantai.

Kalau bicara minus dalam bisnis, pasti artinya rugi. Bahkan ketika lahan minus empat lantai itu sudah terisi, gedung Anda sebenarnya baru mencapai level basemen atau paling tinggi lantai dua dari tanah. Artinya lagi-lagi Anda belum bisa dapat profit. Itulah kesabaran. Namun begitu jadi keseluruhan lima puluh lantai, barulah gedung itu bisa jadi berharga dan segala kerja keras Anda terbayar pada saat itu.

Berbisnis berarti berstrategi

Strategi dalam hal ini juga berarti daya. Bayangkan daya atau kekuatan seperti daya listrik. Daya listrik bermacam-macam, mulai dari listrik rumahan 2.200 watt, listrik ruko 10.000 watt, sampai listrik supermarket yang mencapai 100.000 watt. Anda harus pandai-pandai memilih daya

mana yang cukup untuk menerangi bisnis Anda secerah mungkin, tapi tidak sampai membuat Anda tersetrum karena dayanya terlalu besar untuk Anda pegang.

Sudah dijelaskan bahwa berbisnis tidak lepas dari lingkaran orang dan kebaikan. Namun adakalanya saat Anda memberi bantuan, meskipun niatnya sekaligus berbisnis, pada akhirnya bantuan itu diberikan secara gratis alias “proyek *thank you*”. Ini terjadi karena Anda tidak berada di posisi yang dominan. Dengan kata lain, daya yang Anda miliki masih terlalu kecil untuk memberi setitik cahaya bagi bisnis Anda. Selama daya Anda tidak cukup kuat, maka bantuan yang Anda berikan nilainya tidak akan berubah menjadi nilai bisnis.

Saya akan ceritakan pengalaman pribadi. Saya menjual kemitraan Lotteria seharga sekian miliar kepada pemilik toko. Sebagai pebisnis, si pemilik toko juga punya rekanan, si pemegang dana. Saya yakin rekanan pemilik toko akan bersedia membayar harga yang saya ajukan, meskipun ada juga pebisnis merek lain yang bersedia membayar sewa kepadanya. Kenapa bisa begitu?

Ketika Anda melakoni bisnis kemitraan dengan uang Rp100 juta hanya dari pelanggan, berarti Anda hanya sedang mencari profit. Namun, jika kemitraan yang dipilih punya omzet miliaran, maka yang dicari oleh investor bukan profit, melainkan *capital gain*. Pemilik gedung seluas 2.000 meter persegi akan berhitung bahwa tanpa ada Lotteria, atau vendor yang sudah bernama, bisa jadi

gedungnya malah kurang cepat laku. Maka Lotteria berfungsi sebagai umpan pancingan untuk menarik investor lain agar ikut menyewa gedung.

Saya punya banyak kenalan pemilik lahan dengan 40 ruko. Banyak dari mereka yang menggunakan trik serupa. Sebagian besar rukonya, bahkan hingga separuhnya, akan disewakan kepada vendor-vendor yang sudah dikenal masyarakat. Setelah itu sisanya akan cepat laku dijual. Daya semacam inilah yang membuat pemilik ruko atau akhirnya mau “membayar” terhadap pemegang merek.

Jika Anda penyuka film, Anda tentu tidak asing dengan film *Godfather*. Film tersebut menjelaskan daya yang saya maksud di sini sebagai “*an offer that customers can not refuse*”. Marlon Brando di film itu mencontohkan bahwa daya terjadi ketika Anda sudah diberi uang, tetapi Anda masih bisa memberi ancaman. Jadi, pantaslah semua orang tunduk. Penjelasan umumnya adalah ketika Anda bertemu pelanggan yang membutuhkan A, tetapi Anda lantas memberinya A, B, C, dan D. Saat itulah bantuan Anda berubah nilai menjadi sebuah bisnis.

Etika Bisnis

Dalam bidang profesional apa pun, Anda akan selalu dihadapkan pada rambu-rambu tentang integritas, norma, dan etika. Hal yang menentukan bagaimana rambu-rambu ini dimaknai dan dijalankan adalah kredibilitas, jabatan, dan otoritas. Penjelasan tentang ini akan dihadirkan melalui pertanyaan reflektif.

Pertama, salahkah jika Anda melakukan perbuatan yang menyimpang demi memenuhi kebutuhan dasar hidup? Ada sebuah hukum di Jerman yang mungkin dipandang agak unik oleh masyarakat kita, yaitu pencuri yang mengambil makanan untuk dimakan sendiri lantaran sudah sangat lapar, maka ia tidak melanggar hukum. Bagaimana dengan di Indonesia? Berhubung belum ada aturan formal mengenai itu, maka Anda bisa pakai ukuran hati nurani.

Kedua, makanan apa yang akan Anda pilih ketika sedang makan dengan seseorang yang otoritasnya di atas Anda? Apakah Anda akan mengikuti suara hati, sebagai bentuk kejujuran dan setia pada integritas, untuk memilih makanan yang Anda sukai? Lucunya, dalam konteks bisnis, hal tersebut tidak selalu tepat,

Ada kaidah yang harus lebih diutamakan dalam situasi seperti itu, yaitu kaidah kongsi. Kaidah kongsi adalah sikap untuk menghormati rekan bisnis, terutama yang

otoritasnya di atas Anda. Maka, pilihan yang terbaik adalah memilih makanan yang sama dengan pilihannya. Ini menjadi simbol bahwa Anda punya kemampuan yang setara dengannya.

Pertanyaan berikutnya, ketika makanan sudah tersaji di meja, siapa yang sebaiknya makan duluan? Apakah Anda? Atau rekan bisnis Anda? Dalam hal ini, pilihan terbaiknya adalah makan belakangan atau paling tidak, Anda makan bersamaan dengannya. Ini merupakan gestur penghormatan.

Terakhir, apakah Anda harus selalu menerima bayaran untuk setiap bantuan yang Anda beri? Tentu adalah hal yang wajar, ketika kita membantu, apalagi kalau persepsi kita adalah membantu secara bisnis, maka kita akan mengharap sebuah kompensasi, atau bayaran. Meski demikian, dalam kaidah kongsi yang berlaku, klien Anda tidak wajib membayar, kecuali Anda benar-benar mampu menjadikan posisi Anda dominan.

Bisnis berarti menghasilkan uang

Poin utama dalam berbisnis adalah bagaimana Anda bisa menghasilkan uang. Kalau Anda ingin mendirikan sebuah perusahaan, misalnya, fokus Anda seharusnya bukan mencari ruang atau gedung kantor yang bagus, membeli perlengkapan kantor yang berkelas, atau urusan lain yang sebenarnya justru membuat Anda mengeluarkan

uang. Untuk urusan tempat bisnis, pada masa modern ini sebenarnya sudah ada solusinya, yaitu kantor virtual.

Ini penting supaya usaha Anda tidak bertindak mengeluarkan uang, tetapi justru menerima uang. Anda pasti pernah membeli burger yang misal harganya Rp32.000. Padahal biaya produksi sesungguhnya hanya delapan ribu rupiah. Bagaimana harga jualnya bisa sampai membengkak empat kali lipat?

Meskipun biaya pembuatan burgernya hanya delapan ribu rupiah, tapi yang dimaksud biaya produksi bukan hanya itu. Harga sewa ruangan, biaya perawatan perlengkapan, sampai gaji karyawan juga termasuk di dalam unsur biaya produksi yang dibebankan kepada konsumen dalam bentuk harga jual.

Anda bisa jadi pebisnis yang lihai kalau bisa mengatur agar selisih antara tiga puluh dua ribu dan delapan ribu tersebut bisa menutupi seluruh biaya produksi sekaligus menghasilkan aliran uang bagi kocek Anda. Bagaimana caranya? Dengan selektif dalam memilih lokasi berjualan, misalnya, atau dengan mencari tenaga operasional yang semurah mungkin. Dengan kata lain, mencari cara agar kios burger Anda menjadi alat untuk menerima uang dari margin setiap burger yang Anda jual, dibanding COGS.

Ketika saya masih menjadi karyawan pada tahun 2007, bos saya berkata bahwa bisnis bukan mengenai kapital atau modal, karena tiap perusahaan punya banyak uang.

Bisnis juga bukan tentang mesin, sebab ada banyak mesin yang tinggal dibeli. Dia menekankan pada kata marketing, yaitu bagaimana membelanjakan uang, terutama dana marketing. Ini biasa dikenal sebagai *brain assets*.

Masih menurut orang yang sama, *brain assets* bukan hanya untuk mengetahui cara membelanjakan dana marketing, namun juga mendapatkan dana marketing tersebut. Kami lalu memiliki pandangan yang berbeda mengenai besarnya. Bos saya mengatakan dana marketing paling besar sekitar 5%. Sementara saya menyebut dana marketing bisa mencapai 40%.

Ternyata, bila kita mengetahui bagaimana cara membelanjakan dana marketing, maka principal akan menurunkan dana marketing tersebut dengan senang hati. Dalam hal ini, dana marketing yang kita butuhkan akan dibayar dengan menggunakan *other people's money*—OPM.

Contoh nyatanya tampak pada jaringan makanan kebab yang gerainya mencapai 1.000 buah. Dana marketingnya tidak ditanggung oleh 1.000 pemilik gerai itu masing-masing, melainkan investor jaringanlah yang melakukannya.

Perlu diingat, bahwa Anda tidak bisa memerintahkan uang untuk mengalir begitu saja ke kantong atau rekening bank Anda. Uang mengalir dari tempat tinggi ke tempat rendah, seperti air. Kalau Anda ingin uang mengalir ke rekening Anda, maka rekening Anda haruslah

berada di permukaan yang lebih rendah, atau hilirnya. Bagian produksi dari apa pun bisnis Anda, bisa menjadi hulunya. Sebagai pebisnis, hal yang perlu Anda lakukan adalah membuat jalur aliran yang tepat dari hulu ke hilir, agar uang bisa masuk dengan lancar ke rekening Anda.

Kalau Anda berbisnis burger seperti yang disebut sebelumnya, bagaimana agar Anda bisa menjual 200 buah per hari, misalnya. Apakah cukup hanya dengan satu kompor. Bagaimana agar bisa menjual hingga 6.000 buah per bulan. Apakah cukup hanya dengan buka selama enam hari seminggu, atau perlu setiap hari. Apakah cukup hanya dengan buka dari pukul 10 pagi sampai pukul 9 malam, atau perlu 24 jam.

Dengan kata lain, untuk memastikan uang tetap mengalir ke rekening Anda, ada dua hal yang perlu dilakukan. Pertama, menjalankan produksi secara berkelanjutan, dan kedua adalah mengatur jalur aliran uang agar hilirnya adalah rekening Anda.

Anda juga bisa memperoleh uang dari selisih harga. Selisih harga dapat terjadi karena beberapa hal, yaitu:

- Musim panen
Misalnya, pada musimnya, harga satu buah mangga adalah lima ribu rupiah. Namun ketika musimnya berakhir, harga sebuah mangga naik jadi sepuluh ribu. Selisih harga ini timbul dari ketersediaan stok di pasaran. Tentu pada musimnya, stok mangga banyak di pasaran.
-

Itu sebabnya, beberapa pebisnis kemudian memakai strategi mengolah dan menyimpan. Jadi, ketika musim panen, mereka membeli mangga dalam jumlah yang banyak, mumpung sedang murah. Mangga ini kemudian diproses menjadi sari buah berkonsentrat. Sari buah yang disimpan dalam kemasan ini memungkinkan si pengusaha untuk menjual produk mangga sepanjang tahun, tanpa harus memikirkan ketersediaan buah mangga di pasaran. Ini juga memungkinkan mereka untuk memperoleh profit dari selisih harga yang ada antara musim panen mangga dan tidak.

- Jumlah pembelian

Jika hanya ingin membeli sebuah sendok plastik, Anda pasti akan memilih pergi ke pusat perbelanjaan, minimal minimarket. Di tempat-tempat seperti ini, sebuah sendok plastik akan dihargai, katakanlah, lima ratus rupiah. Padahal jika Anda membeli sekaligus banyak di toko grosir, harga sebuah sendok plastik bisa hanya seratus rupiah. Berarti ada selisih empat ratus perak atau sebesar 80%. Selisih inilah yang menjadi profit bagi penjual sendok plastik.

- Proses produksi

Kita ambil contoh kentang. Kentang yang masih dalam bentuk aslinya, harga eceran untuk kemasan kecil mungkin hanya sekitar lima ribu rupiah per lima puluh gram. Namun begitu sudah diolah menjadi kentang tumbuk, harganya bisa mencapai seratus lima puluh ribu per kilogramnya. Selisihnya, atau profitnya, mencapai 50%.

- **Lokasi**
Apabila kita membeli kue bika ambon di Medan atau pempek di Palembang, tentu harganya menjadi lebih murah. Ketika dibawa ke Jakarta, misalnya, harganya jadi lebih tinggi. Selisih harga dari perbedaan lokasi inilah yang menjadi profit incaran banyak importir. Cara yang sama juga dilakukan untuk cokelat dan wafel dari Belgia.
- **Gaya hidup**
Perbedaan harga minyak goreng, misalnya. Di Seoul, harga minyak goreng dari sawit seperti yang umumnya berada di Indonesia sangat mahal. Pasalnya, masyarakat biasa di sana lebih terbiasa menggunakan minyak goreng dari jagung atau buah canola. Harga minyak goreng dari sawit mencapai 50%–60% lebih murah daripada minyak goreng dari jagung.
- **Kelangkaan**
Barang yang stoknya di pasar lebih sedikit daripada permintaan konsumennya, bisa dipastikan harganya lebih mahal daripada barang yang jumlah stok dan permintaannya seimbang. Banyak cara untuk membuat satu barang menjadi langka. Kita ambil contoh properti. Triknya adalah dengan cara seolah-olah properti tersebut dijual hanya pada saat peluncuran. Itu pun dengan menggunakan nomor undian. Mereka yang tidak ikut undian, tidak bisa membeli. Maka timbulah kesan seolah-olah ada perburuan properti.

Kita juga bisa perhatikan jajanan di sekolah. Jajanan paling sederhana sekalipun, semisal telur dadar yang digulung dengan tusuk sate, bisa jadi rebutan anak-anak. Kenapa? Sebab jumlah siswa ada lima ratus orang, sementara telur gulung yang dijual hanya berjumlah lima puluh tusuk.

Namun cara yang paling mudah untuk membuat barang menjadi langka adalah dengan membangun hasrat konsumen untuk memilikinya. Anda bisa melakukan itu melalui media. Begitu Anda atau bisnis Anda diliput oleh sebuah media, maka akan muncul hasrat untuk memiliki hal serupa, entah bisnisnya, entah keuntungan di bisnisnya, atau kesempatan untuk masuk medianya, akan terbangun dalam diri masyarakat yang melihatnya.

Bisnis berarti membuka jaringan dan akses

Ketika Anda mencari berbagai macam orang dengan berbagai peran untuk menciptakan cakupan bisnis Anda, maka tentu Anda membutuhkan *network*—jaringan dan *access*—akses. Katakanlah Anda sedang mencari seorang kontraktor untuk sebuah bisnis. Biasanya, kontraktor cenderung mengulur-ulur waktu hingga menit-menit akhir, supaya ada alasan untuk membuat tagihan ekstra. Maksudnya tentu saja agar mendapat profit ekstra. Maka untuk menghindari kondisi semacam itu, baiknya kita pandai-pandai mencari pembeding.

Bisnis memang memiliki sisi gelapnya. Selain kejam, kesetiaan kadang menjadi barang mewah. Dalam menjalankan bisnis, Anda harus selalu mencari yang terbaik dari segala aspek di setiap langkah yang Anda jalankan. Itu sebabnya, Anda harus memperluas jaringan. Jangan terbiasa mengandalkan segalanya hanya pada satu orang. Itulah bisnis.

Meski demikian, pendekatan yang berbeda haruslah Anda terapkan jika Anda seorang pemimpin. Hindari mencari aspek terbaik dari setiap karyawan, yang dengan kata lain, membandingkan mereka. Berikanlah apresiasi kepada mereka yang paling mudah untuk Anda ajak kerja sama.

Salah satu cara yang bisa Anda tempuh adalah dengan mengadakan dialog filosofis dengan para karyawan kunci. Perhatikan bagaimana mereka menanggapi atau bereaksi dengan topik filosofis yang Anda angkat. Orang yang memiliki karakter taat, jujur, dan patuh, adalah mereka yang bisa memahami suatu filosofi dari sebuah topik. Jika bisa membuat jaringan karyawan yang akan mendukung Anda, maka tentu Anda akan lebih mudah untuk menjalankan bisnis apa pun.

Selain jaringan, hal lain yang Anda perlukan dalam berbisnis adalah akses. Bagaimana Anda bisa menembus perusahaan penyuplai, misalnya, apabila Anda tidak punya akses? Ingat, melakoni sebuah bisnis berarti bersosialisasi dengan banyak orang. Jadi, kalau Anda ingin tahu di

mana bisa mendapatkan akses, carilah pada orang-orang di sekitar Anda.

Konon Anda bisa menemukan akses dari setiap orang hingga derajat keenamnya. Apa maksudnya derajat keenam? Tentu Anda saat ini punya seorang atau beberapa orang rekan atau teman. Mereka itu adalah akses derajat pertama Anda. Teman, rekan, atau kerabat mereka kemudian menjadi akses derajat kedua Anda. Kemudian teman, rekan, atau kerabat dari derajat kedua Anda menjadi akses derajat ketiga Anda. Dan begitu seterusnya. Jadi, mustahil kalau Anda katakan mencari akses itu sulit. Semakin banyak akses yang berhasil Anda hubungi, semakin meningkat pula cungkulan bisnis Anda.

Setiap jaringan waralaba yang ada pasti memiliki unsur akses untuk meninggikan cungkilannya. Ketika membuka gerai Haesanmul Gansig®, saya melakukannya di supermarket Giant. Alasannya mudah saja, saya perlu kolaborasi, saya butuh cungkulan untuk usaha saya. Jika saya nekat membuka gerai Haesanmul Gansig® di ruko sendiri, pasti hasilnya akan berbeda dari berkolaborasi dengan Giant. Dengan membuka sendiri di sebuah ruko, misalnya, maka saya harus bertanggung jawab memperkenalkan restoran tersebut kepada masyarakat dan meyakinkan mereka untuk membeli produk yang ada. Ini berarti menambah beban biaya.

Dengan menempatkan Haesanmul Gansig® di Giant, secara otomatis saya sudah melakukan promosi. Di sam-

ping itu, secara tidak langsung saya juga menyejajarkan merek Haesanmul Gansig® dengan Giant. Haesanmul Gansig® akan sedikit terangkat ke atas. Untuk itu saya berusaha mencari akses ke Giant, dan berhasil.

Kolaborasi yang dilakukan juga menghasilkan keuntungan bagi kedua belah pihak, atau biasanya dikenal dengan istilah *mutual benefit*. Giant adalah jaringan terbesar supermarket di Indonesia. Membuka gerai di Giant berarti memungkinkan persebaran yang efektif karena tentu Giant akan membuka usahanya di lokasi-lokasi yang sudah teruji strategis. Ketika saya membayar sewa lokasi di Giant, maka saya langsung mendapat tempat, promosi yang terjadi secara otomatis, serta pasar potensial dari pengunjung Giant. Sementara Giant juga menjadi lebih hidup karena pengunjung yang datang bisa saja awalnya datang untuk makan, tapi kemudian sekaligus berbelanja juga.

Bisnis juga membutuhkan akses. Akses ada sejauh enam derajat dari orang-orang di sekitar Anda. Sebagian orang mungkin hanya bisa mendapatkan akses derajat pertama. Sementara yang lain bisa berhasil menjangkau akses sampai derajat kelima atau bahkan keenam. Apa yang membedakan?

Pembedanya adalah pembuka pintu, atau *door-opener*. Pembuka pintu yang baik berfungsi seperti kunci master, yaitu mampu membuka akses dari pihak mana pun yang memiliki peran.

Lotteria, misalnya, adalah pembuka pintu yang paling ampuh bagi saya. Pasalnya, Lotteria sudah dikenal dan diterima dengan baik oleh pebisnis lain. Jadi, saya tak perlu susah payah meyakinkan tentang segala prospek dan hal-hal lain tentangnya. Orang sudah tahu bahwa Lotteria adalah usaha rumah makan. Maka, ketika dia mengetuk pintu, orang menyambutnya dengan baik.

Memang di dalam bisnis itu ada pintu-pintu. Kalau Anda pegang kuncinya, maka pintu seharusnya selalu terbuka untuk Anda. Tapi, jangan lupa, sering kali untuk membuka pintu ada petunjuknya, “Dorong” atau “Tarik”. Beberapa pintu hanya bisa dibuka kalau petunjuknya diikuti. Jadi, kalau petunjuknya “Tarik”, tapi yang Anda lakukan adalah mendorong pintu tersebut, maka pintu tidak akan terbuka seperti yang Anda harapkan. Meskipun kunci sudah Anda pegang, pastikan Anda membuka pintu sesuai dengan petunjuk yang seharusnya.

Berbisnis berarti memperkenalkan

Ketika memulai bisnis gerai Lotteria, saya memutar otak, dari mana saya akan mulai. Saya lalu memutuskan untuk menggelar acara icip-icip dengan media. Setidaknya saat itu, ada majalah Cleo, Cosmopolitan, Femina, Bakery Magazine, Her World, dan Kompas.com. Saya bahkan mengundang majalah Bobo.

Untuk aksi itu, saya terpaksa makan burger ala wanita, yaitu burger dipotong menjadi empat setelah dibuka dari bungkusnya, lalu dimakan menggunakan garpu sedikit demi sedikit. Ya, saya menyebutnya itu cara wanita, karena cara makan burger yang dilakukan pria umumnya buka bungkus burger, lalu langsung *hap*.

Usaha awal ini cukup berhasil. Ulasan Lotteria diangkat oleh majalah Cosmopolitan dan Cosmo Pregnancy. Saya tetap menganggap bahwa ini adalah hasil yang bagus, meskipun gara-gara itu, saya didatangi pihak Lotteria pusat yang lantas bertanya apa hubungan burger dengan kehamilan. Bagi saya hal ini tidak masalah, karena tujuan utamanya adalah memperkenalkan Lotteria kepada masyarakat. Kalau lantaran dimuat di majalah tersebut, orang lantas menghubungkan Lotteria dengan kehamilan, itu adalah persepsi mereka yang dibangun sendiri. Bukan klaim dari Lotteria sendiri.

Langkah saya memperkenalkan Lotteria tidak berhenti sampai di situ. Saya masih melanjutkan ke berbagai media lain, mulai dari berbagai macam majalah, koran, media online, media lokal, sampai radio. Sampai sekarang, saya masih terus mencari berbagai media promosi untuk memperkenalkan Lotteria. Kalaupun Lotteria sudah dimuat oleh 100 koran di Indonesia, saya tidak akan puas diri dengan mudah. Saya ingin meneladani Kubilai Khan yang saat sudah berhasil menguasai Gurun Mongol pun, masih terus mencari penaklukan lain sampai ke Majapahit dan Sriwijaya, lanjut ke India sampai Istanbul

melalui Persia, yang kini namanya menjadi Iran, dan bahkan melanjutkan langkahnya hingga ke Mesir melalui Alexandria. Intinya, ketika Anda melakukan suatu usaha bisnis, maka Anda bertanggung jawab untuk memperkenalkannya kepada masyarakat.

Berbisnis berarti memberdayakan diri

Saat memulai bisnis, bisa jadi Anda akan berhadapan dengan bisnis yang tidak berjalan lancar. Setiap kali melihat satu peluang, Anda juga dihadapkan pada seratus tantangan. Setiap kali ingin membuat lingkaran bisnis, rangkaian Anda yang baru setengah jadi mendadak bubar jalan. Semua ini bisa terjadi kalau Anda memakai pendekatan yang salah. Seolah-olah Anda ingin membuat gelombang di danau, tapi yang Anda lakukan adalah meniup-niup airnya. Jangankan gelombang, riak pun belum tentu berhasil Anda wujudkan.

Jadi bagaimana agar ada gelombang di dalam danau bisnis Anda? Anda harus siap menyebarkan diri ke dalamnya. Anda tidak bisa hanya berdiri di pinggir, menjaga baju dan celana Anda agar tidak terpercik air. Dalam masa teknologi sekarang ini, banyak orang menyepelkan pertemuan langsung *face to face*. Kebanyakan orang bergantung pada dunia virtual untuk memangkas waktu dan jarak. Ingat, Anda butuh untuk membangun jaringan, menyusun kolaborasi, dan memupuk balas budi

dengan orang-orang lain. Maka cara paling efektif adalah dengan menemui mereka secara langsung. Ceburkan diri Anda.

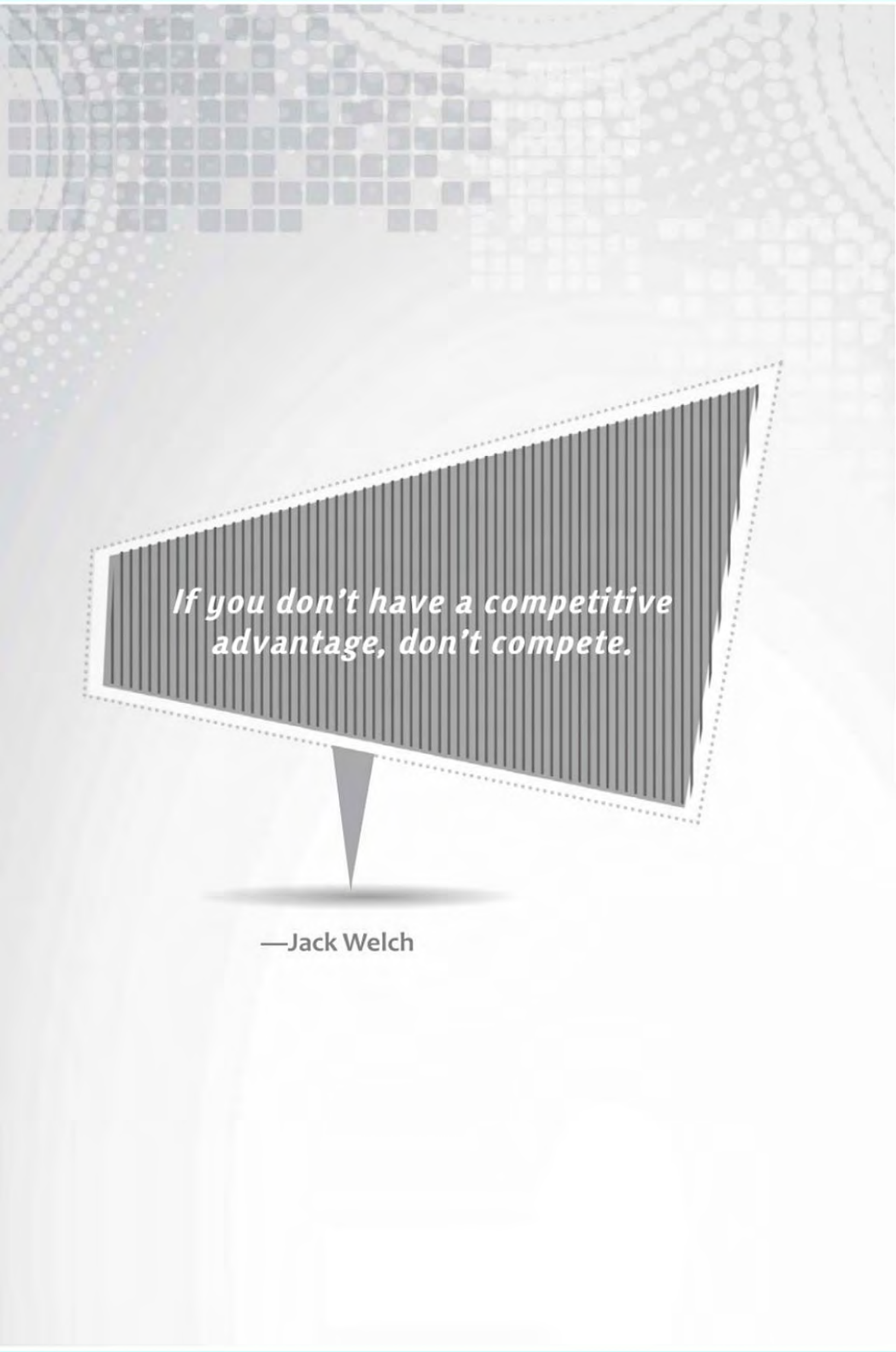
Jika bisnis Anda digambarkan sebagai sebuah danau, bayangkan apa yang terjadi ketika Anda terjun ke dalamnya. Betul. Terciptalah gelombang di sana. Gelombang ini mungkin mulainya dari ukuran kecil, tapi sebenarnya bisa terus membesar. Bagaimana cara memperbesarnya? Yaitu dengan tidak berhenti bergerak dan terus-menerus menciptakan riak dan gelombang selama di dalamnya.

Jika Anda hanya menciptakan gelombang kecil, maka jangan heran kalau bisnis Anda tetap kecil. Misalnya, warung makan di sebuah pengkolan. Meski telah dikelola secara turun-temurun, jika pada turunan ketujuh warung tersebut masih menjadi warung sederhana di pengkolan, maka gelombang bisnisnya memang tidak pernah diperbesar. Contoh nyata dari sebuah gelombang besar adalah seperti yang dilakukan oleh Kolonel Sanders. Dia menciptakan gelombang yang begitu besar, sehingga bisnisnya bisa mendunia dan bertahan untuk waktu yang panjang.



Jika Anda bisa mengasah kepekaan dengan baik hingga menemukan ide bisnis yang layak untuk diujak, maka bisa dikatakan Anda sudah semakin siap untuk menekuni sebuah bisnis.





*If you don't have a competitive
advantage, don't compete.*

—Jack Welch

Pilihan Berbisnis



Bisnis dapat dikategorikan berdasarkan modal yang dibutuhkan, perputaran uang yang terjadi, serta profit yang didapatkan. Bagi pebisnis mana pun, kombinasi yang ideal adalah modal sedikit, perputaran uang stabil, dan profit yang didapatkan banyak. Namun sebagaimana hal yang ideal lainnya, nyaris tidak mungkin mendapatkan kombinasi yang dimaksud.

Maka kategori yang disajikan di sini adalah yang umum ditemukan di dunia perbisnisan, dan sifatnya hanya berupa usulan. Anda bebas untuk memilih jenis bisnis mana yang ingin digeluti. Satu hal yang pasti, setiap bisnis yang dijalankan pasti ada unsur risikonya. Ada baiknya Anda melakukan identifikasi risiko terlebih dulu sebagai bentuk persiapan.

Bisnis padat modal dengan perputaran uang yang tinggi

Contoh pebisnisnya adalah pengepul palawija atau pengepul tembakau. Praktik yang terjadi adalah banyak di antara mereka yang menggunakan sistem ijon kepada petani. Jadi, mereka akan membeli dari petani ketika tanaman belum siap panen. Berhubung keberhasilan panen sifatnya masih spekulasi, maka pengepul ini bisa memainkan harga dari petani, berusaha membeli dengan harga semurah mungkin. Ketika akhirnya masa panen tiba, mereka tinggal memboyong hasilnya dari petani untuk disetor kepada pabrik yang membutuhkan.

Pabrik bisa menimbun pasokan untuk dua tahun. Bisnis semacam ini jelas mengandung risiko yang sangat tinggi. Meskipun hasilnya memang bisa sangat besar, tapi masyarakat sepakat bahwa ini menyalahi moral jual beli yang seharusnya.

Contoh lain yang masih dalam kategori ini adalah bisnis *manufacturing*. Bisnis *manufacturing*-nya juga bisa berbentuk kombinasi dengan bisnis pengadaan, misal pabrik tepung, pabrik bumbu, pabrik bubuk cokelat, dan lain-lain. Bayangkan, untuk mampu membiayai omzet Rp10 miliar per bulan, Anda butuh investasi mesin dan pabrik sangat besar. Risiko jenis bisnis ini berada di kisaran sedang hingga tinggi. Tapi satu hal yang pasti, Anda butuh modal hingga ratusan miliar.

Bisnis rendah modal dengan perputaran uang yang tinggi

Contohnya adalah bisnis keagenan atau distributor. Risiko bisnis semacam ini relatif sedang saja. Namun demikian, Anda akan harus mengelola perputaran uang yang sangat besar. Katakanlah jual beli mobil. Anda mungkin saja berpeluang mendapatkan keuntungan sampai dua puluh persen dari hasil penjualan. Meski begitu, uang Anda yang masih terus berputar dan sebagian tertahan sebagai harta jumlahnya juga besar. Bisnis ini membutuhkan gebrakan yang kuat, sehingga risiko stresnya juga sangat tinggi. Saya tahu ada beberapa agen showroom sepeda

motor yang harus menyerahkan agunan ruko mobil dan rumahnya untuk menanggung jaminan bank bagi stok sepeda motor yang dijual.

Contoh lainnya adalah keagenan real estate yang biasa bertindak sebagai perantara dan bisnis ritel. Bisnis ritel yang banyak ditemui adalah seperti toko-toko di mal atau pusat perbelanjaan lain. Bisnis jenis ini membutuhkan ketekunan tinggi, sebab durasi operasionalnya sangat panjang. Bahkan bisa dibilang, Anda tidak pernah libur. Jika menggunakan tenaga bayaran pun, Anda harus pandai-pandai mengelolanya.

Bisnis modal menengah dengan perputaran uang yang tinggi

Contohnya adalah bisnis jasa serupa jasa penjualan tiket travel, jasa agen real estate, agen asuransi, bahkan agen SPBU. Untuk menikmati profit dua persen, Anda membutuhkan perputaran uang yang besar. Agen SPBU misalnya, keuntungan mereka hanya satu persen, tapi perputaran uangnya dalam satu jam bisa mencapai ratusan juta.

Bisnis modal ringan dengan profit besar

Contohnya adalah bisnis pengadaan atau penyuplai barang. Misalnya, bisnis pemasok bahan baku, bahan

kemasan, dan bahan tambahan, termasuk di antaranya adalah kontraktor. Dengan profit besar yang bisa dihasilkan, tentu bisnis ini menjadi bisnis yang baik. Hanya saja, besaran profit yang bisa Anda dapatkan sangat bergantung pada pelanggan yang Anda miliki. Semakin banyak pelanggan yang bisa Anda jangkau, semakin besarlah profit yang bisa Anda dapatkan.

Contoh berikutnya yang masih dalam kategori ini biasanya berada di sektor kuliner. Seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya, dengan modal yang tidak terlalu tinggi, Anda tetap berpeluang meraih profit yang besar, dengan catatan Anda mampu berstrategi untuk meningkatkan penjualan.

Bisnis lainnya adalah sebagai konsultan, baik konsultan kreatif, konsultan finansial, atau konsultan pemasaran. Modalnya mungkin ringan, tapi Anda harus memiliki kualifikasi dan kemampuan yang memadai untuk meraih kepercayaan orang sehingga bersedia memakai jasa Anda.

Bisnis padat modal dengan perputaran uang yang stabil

Contohnya adalah bisnis sarang burung walet. Untuk pengadaan pertama, Anda memang harus merogoh kocek cukup dalam. Namun setelah sekali panen, selanjutnya Anda tinggal panen rutin. Pasarnya pun sejauh ini masih cukup potensial. Contoh lainnya adalah bisnis

pembangkit listrik tenaga surya. Sekarang banyak pemasok energi listrik yang berbisnis dengan cara ini.

Bisnis lain yang berada di antara kesemua poin tersebut misalnya adalah bisnis perantara individu. Contohnya adalah perantara jual beli orang ke orang, agen asuransi, atau pembiayaan pinjaman. Usaha semacam ini jelas tidak membutuhkan modal yang banyak. Meski demikian, margin profitnya juga tidak besar. Di samping itu, usaha semacam ini juga membutuhkan ketekunan tingkat tinggi, kontrol, dan sistem manajemen yang ketat. Pasalnya, Anda relatif bekerja sendiri. Jadi, Anda hanya bisa mengandalkan diri sendiri.

Bisnis yang berpotensi tinggi memiliki tiga ciri:

- Bisnis padat modal dengan profit besar. Dengan kriteria semacam itu, siapa pun yang terjun sebagai pelaku, akan cepat dikenal karena artinya dia ber-modal. Contohnya adalah bisnis real estate.
 - Bisnis badan usaha yang memiliki sistem dan kontrol manajemen tinggi. Contohnya adalah lembaga keuangan.
 - Bisnis per orangan yang memiliki sistem dan kontrol manajemen baik. Baik di sini dalam arti memiliki prosedur operasi standar, Jadi, meskipun bisnisnya tidak berbadan hukum, namun dengan ketersediaan SOP, bisnis yang dilakukan tetap profesional dan terpercaya. Contohnya adalah kemitraan.
-





*If opportunity doesn't knock,
build a door.*

—Milton Berle

Mengawali Berbisnis



Ketika Anda mulai terpikir untuk berbisnis, hal apa yang segera terlintas dalam benak Anda? Kebanyakan orang yang berbicara dengan saya akan menjawab, modal.

*"Saya mau usaha A, butuh modal sekian.
Ke mana saya harus mencari?"*

Begitu kira-kira pertanyaan pebisnis pemula. Apa modal memang sungguh-sungguh diperlukan jika ingin memulai bisnis?

Orang selalu mempersoalkan modal untuk memulai bisnis. Mereka menganggap modal adalah unsur yang paling penting untuk membangun usaha. Padahal bukan demikian adanya. Modal dalam bisnis ibarat pelek mobil. Jika peleknya bagus atau mahal, mobil memang jadi tampak lebih menggoda. Tapi dengan pelek biasa pun mobil sebenarnya tetap bisa jalan.

Modal utama dalam bisnis sebenarnya adalah sikap optimis. Bayangkan Anda menyetir mobil melalui rute baru. Kalau Anda menyetir dengan penuh percaya diri, sopir mobil-mobil lain tidak akan ada yang tahu kalau Anda sebenarnya baru pertama kali melalui jalan itu. Tapi kalau Anda menyetir dengan lambat, berpindah-pindah lajur, koordinasi kecepatan dan arah Anda berantakan, maka Anda bisa jadi bulan-bulanan sopir lain karena dianggap mengganggu.

Ketika Anda, sebagai pelaku bisnis, merasa optimis dalam melakukan apa pun yang diperlukan untuk membuat bisnis berjalan, maka hasil bisnis Anda pasti menjanjikan. Rekan-rekan bisnis Anda akan mudah percaya pada Anda. Sebaliknya, jika Anda pesimistis, penuh keraguan, sering lambat dalam mengambil keputusan, maka jangan heran kalau bisnis Anda berantakan di tengah jalan. Optimisme dan keberanian ternyata bisa dipelajari. Oleh karena itu, calon pebisnis pun sebaiknya memiliki ilmu yang memadai tentang perbisnisan agar tidak mudah takut.

Bicara rasa takut, ada sebuah penelitian yang menarik. Penelitian ini dilakukan pada hewan menyusui yang bisa berenang. Normalnya, anak-anak hewan ini menyusu pada induknya selama 3–4 bulan. Namun pada minggu ketiga, sebagian anak hewan dipisahkan dari induknya, untuk disusui secara terpisah.

Ketika anak-anak hewan ini dirasa sudah cukup usia untuk bisa dilepas sendiri, tampaklah ada perbedaan perilaku di antara kedua kelompok yang disusui oleh induknya dan yang tidak. Kelompok pertama, ketika dilepas ke dalam air gerakan berenang mereka lebih natural, dan dalam waktu yang tidak terlalu lama, mereka bisa menemukan pijakan yang memang disediakan untuk mereka. Bahkan ketika diulang, mereka bisa menemukan pijakan yang sama dalam waktu yang lebih cepat dari sebelumnya.

Sementara pada kelompok kedua, yang dipisahkan dari induknya setelah minggu ketiga, gerakan berenang mereka sangat kacau. Mereka tampak panik, sehingga tidak bisa bergerak dengan terkendali seperti kelompok pertama. Alhasil, mereka harus selalu diselamatkan karena mereka tidak bisa menemukan pijakan yang sudah disediakan. Berkali-kali dicoba, hasilnya tetap sama. Ini menunjukkan bahwa binatang pun butuh dukungan orangtua agar tumbuh kembangnya bisa berjalan dengan baik.

Begitu pun manusia dalam hal berbisnis. Penting sekali untuk memiliki dukungan keluarga terdekat, terutama orangtua, agar sukses menjalankan bisnisnya. Anda boleh sehat, segar bugar, tanpa masalah tanpa utang. Tetapi bayangkan bila keluarga Anda tidak ada yang mendukung bisnis Anda. Bayangkan kalau pasangan tidak mampu melihat masa depan pada diri Anda sebagai pebisnis. Tentu Anda akan sulit menjaga motivasi dan pandangan optimis dalam menjalankan bisnis. Ini artinya Anda kehilangan segalanya.

Apabila Anda cukup beruntung mendapatkan dukungan dari orang-orang terkasih, maka yang harus Anda hindari adalah mengalami serangan panik ketika mengawali berbisnis. Apalagi kalau sebelumnya Anda bekerja kantoran. Keluar dari zona nyaman, di mana tempat, waktu, dan kompensasi kerja adalah sebuah kepastian, menuju kondisi yang semuanya serba tidak pasti, dapat menimbulkan serangan panik. Seperti penelitian pada hewan tadi.

Jika tidak diatasi dengan baik, pergerakan Anda akan kacau, dan bukannya menemukan pijakan, Anda justru jadi tenggelam.

Pijakan yang harus Anda cari adalah arah aliran uang. Mau mencari modal, misalnya, ke mana Anda harus pergi? Ada tiga pihak yang bisa Anda dekati untuk menyokong modal bisnis, yaitu warisan, dukungan keluarga, dan dukungan sahabat. Soal warisan, jika memang ada, pastikan Anda mendapatkan bagian Anda sesuai ketentuan dan bebas sengketa.

Untuk sumber kedua, sampaikanlah proposal atau rencana bisnis Anda kepada mereka, lalu lihat reaksi dan tanggapannya. Apabila keluarga terdekat Anda tidak ada yang tertarik dengan proposal Anda, sebaiknya Anda tidak mencoba peruntungan ke bank. Logikanya, jika 'Bank Keluarga' saja tidak yakin dengan prospek bisnis Anda, apalagi bank yang sesungguhnya. Kalau begitu, mari kita lihat sumber modal lainnya.

Anda tentu punya lingkaran sahabat, teman, atau rekan. Atau bahkan sahabat, teman, atau rekan pasangan Anda, mungkin. Cobalah dekati mereka. Barangkali peluang Anda ada pada lapis ketiga tersebut. Lapisan mana pun yang Anda pilih untuk didekati, satu hal pasti yang tidak boleh tidak Anda lakukan adalah menjaga sikap optimis setiap saat.

Suatu saat saya pernah diramal. Kata si peramal, “Tahun ini Anda susah, tapi tidak usah khawatir, tahun depan Anda akan sukses!” Saya tidak merasa takut menghadapi tahun yang oleh peramal disebut tahun kemuraman saya. Sebaliknya, saya berusaha membangun optimisme. Pasalnya, saya lebih memilih untuk meyakini bahwa tahun berikutnya saya akan sukses. Jadi, kenapa saya tidak segera bersiap untuk menyambut kesuksesan tersebut.

Pada 5 Maret 2013 yang merupakan tahun baru Imlek, seorang teman menelepon saya. Dia adalah President Director Lottemart. “Goen, ada teman sekolah kita cari Marketing Director Lotteria. Bagaimana?” tanyanya. Bukan sulap bukan sihir, saya lantas menjadi Marketing Director PT Lotteria Indonesia pada tahun yang kata si peramal seharusnya menjadi tahun kemuraman bagi saya. Saya bahkan tidak harus susah-susah mengeluarkan modal untuk mulai berbisnis dengan Lotteria.

Terbukti, sikap optimis mengalahkan modal dalam bisnis. Oleh karena itu, anggapan umum bahwa aspek terpenting dalam berbisnis adalah kesediaan modal, seharusnya sudah mulai dikikis sejak sekarang. Anggapan lain tentang bisnis adalah kesuksesan bergantung pada hoki. Ini jelas juga tidak benar. Sukses datang dari usaha. Tapi yang pasti benar karena sudah teruji kelayakannya adalah pendapat yang menyatakan bahwa hal terpenting dalam bisnis adalah keberanian dan optimisme.

Perlukah Keahlian Berbisnis?

Banyak orang merasa ragu untuk beralih menjadi pebisnis karena merasa dirinya tidak punya keahlian yang memadai untuk melakukan hal tersebut. Apakah memang tanpa keahlian yang memadai, maka membuka bisnis menjadi hal yang sulit untuk dilakukan? Apakah memang jalan sukses dalam berbisnis hanya melalui sebuah keahlian tertentu? Sebenarnya tidak demikian. Keahlian dalam berbisnis perannya kecil saja, hanya sebagai faktor pendukung.

Kenapa saya bisa yakin bahwa keahlian bukanlah penentu kesuksesan dalam berbisnis? Di perusahaan yang sudah berumur lebih dari 30 tahun, pasti ada karyawan yang masa kerjanya tidak jauh berbeda dengan usia perusahaan. Dengan kata lain, karyawan tersebut sudah bekerja di perusahaan yang sama sedari awal. Bayangkan keahlian yang dimiliki si karyawan setelah berpuluh-puluh tahun menekuni pekerjaannya. Tentunya tidak diragukan lagi, bukan. Tapi nyatanya, belum tentu dia kemudian banting setir menjadi pebisnis. Padahal logikanya, kalau memang keahlian menentukan kesuksesan berbisnis, lalu karyawan tersebut banting setir menjadi pebisnis, maka dia pasti akan sukses, kan. Nyatanya, tidak selalu demikian yang terjadi.

Bisnis tidak harus selalu bergantung pada keahlian. Bisnis tidak selalu soal proses, tidak selalu soal produksi, dan bahkan tidak selalu soal produk itu sendiri. Bisnis adalah

soal mengidentifikasi permintaan, lalu berusaha memenuhinya.

Tantangannya memang ada pada bagian mengidentifikasi. Ini adalah hal yang susah-susah gampang untuk dilakukan. Pasalnya, dalam mengidentifikasi segala sesuatu, kita cenderung bergantung pada pikiran kita sendiri. Jadi, ketika harus memetakan apa sebenarnya yang menjadi permintaan sehingga bisa dijadikan ladang bisnis, jawabannya justru berasal dari apa yang dipikirkan oleh calon pebisnis, bukan permintaan riil yang ada di lapangan.



*If you can't see a more
profitable way to do
something, you're not
looking!*

—Richard R. Hibbard

Membangun Bisnis Setinggi Mungkin



Katakanlah Anda berbinis gerai burger. Pada titik tertentu, Anda memutuskan lokasi gerai yang ada sekarang sudah cukup jenuh, sehingga Anda perlu mencari lokasi baru. Jika Anda berniat untuk memindahkan bisnis ke lokasi yang baru, tentu ada pertimbangan yang akan dilakukan. Pertimbangan utamanya adalah apakah lokasi baru tersebut merupakan lokasi yang tepat?

Bagaimana Anda bisa tahu bahwa suatu lokasi tepat atau tidak untuk bisnis Anda? Indikator utamanya adalah seberapa bagus prospek penjualan bisnis Anda. Tentu akan menjadi sia-sia kalau Anda sudah susah payah memindahkan gerai ke lokasi baru untuk menjaring pelanggan lain, tapi ternyata prospek penjualannya tidak cukup cerah. Oleh sebab itu, Anda perlu menghitung berapa penjualan potensialnya.

Bagaimana cara menghitungnya? Cara yang paling mudah adalah dengan menghitung potensi kunjungan pelanggan dalam sehari. Pertama, tentukan dulu rata-rata jumlah antrean di kasir yang Anda buka. Katakanlah Anda membuka sepuluh kasir. Rata-rata antrean di setiap kasir adalah lima orang. Asumsikan setiap orang akan berdiri di depan kasir selama lima menit. Gerai Anda buka dari pukul sepuluh pagi sampai pukul delapan malam. Maka potensi jumlah pengunjung adalah sebagai berikut:

A = Jumlah rata-rata orang mengantre di satu kasir = 5

B = Jumlah kasir yang dibuka = 10

*C = Total orang yang ada di depan kasir dalam satu jam
= 12 (60/5)*

D = Jumlah waktu operasional gerai = 10 (10:00–20:00)

$$A \times B \times C \times D = 5 \times 10 \times 12 \times 10 = 6.000$$

Ini artinya, potensi jumlah pengunjung gerai Anda sebanyak 6.000 orang per hari. Tapi ini bukan hasil perhitungan final. Ingat, Anda sedang ingin menghitung potensi penjualan, bukan potensi pengunjung. Belum tentu enam ribu orang yang datang dalam sehari ke gerai Anda itu semuanya melakukan pembelian. Maka, perhitungan Anda masih harus dilanjutkan terlebih dulu. Katakanlah Anda menyasar potensi penjualan sebesar tujuh persen dari prospek pengunjung. Nilai minimal pembelian yang Anda harapkan dalam sehari adalah sebesar Rp20.000. Maka, potensi penjualan per harinya adalah:

$$E = \text{Jumlah pembeli dari potensi pengunjung} = 7\% \times 6.000 = 420$$

$$F = \text{Nilai minimal pembelian} = 20.000$$

$$E \times F = 420 \times 20.000 = 8.400.000$$

Untuk mengetahui estimasi potensi penjualan dalam sebulan, maka kalikan dengan jumlah hari operasional dalam sebulan. Anda juga bisa membedakan proyeksi pendapatan saat akhir pekan dan hari biasa.

Meneruskan contoh perhitungan yang ada, anggaplah potensi penjualan Anda dalam sebulan berarti Rp 150.000.000. Jika jumlah ini Anda anggap cukup atau terbukti sebagai perbaikan dibanding penjualan di lokasi yang lama, maka Anda bisa yakin bahwa lokasi baru ini memang menjanjikan.

Meski begitu, tentu saja jumlah perhitungan tersebut tidak bisa langsung dicapai. Jika penjualan bulan pertama mencapai sepertiganya saja, alias Rp50 juta, Anda tetap bisa bernapas lega. Mencapai penjualan hingga Rp150 juta per bulan adalah target jangka panjang gerai Anda di lokasi tersebut.

Pertimbangan dalam memilih lokasi baru juga tidak berhenti pada perhitungan kuantitatif saja. Anda juga harus memperhatikan faktor-faktor kualitatif yang ada. Berikut hal-hal yang perlu Anda perhatikan dalam memilih lokasi baru untuk bisnis Anda:



Arah menghadap kios. Tentu yang paling baik adalah jika kios menghadap ke jalan raya, bukan jalan kecil. Ini membuat kios Anda mudah terlihat oleh calon pelanggan yang melalui jalan tersebut. Perhatikan juga arah datangnya pelanggan.

Pastikan kios Anda menghadap ke *walk zone* (arah jalan pelanggan) dan bukan ke *dead zone* (area yang dipunggungi pelanggan). Lakukan juga perhitungan lebar kios. Lebar minimal ideal sebuah kios adalah 4–5 meter.



Posisi kios. Perhatikan di mana posisi kios terletak. Strategis atau tidak. Mudah dijangkau atau tidak. Apa-apa saja yang ada di sekitarnya. Apakah dekat dengan galeri ATM, dekat dengan toilet, dekat dengan eskalator, atau dekat dengan tempat lain yang sekiranya efektif untuk menarik kerumunan orang.



Ukuran kios. Seberapa besar atau seberapa luas kios yang tersedia. Cukupkah untuk memenuhi kebutuhan operasional gerai Anda? Bagaimana dengan biaya perawatannya. Apakah terjangkau atau tidak. Pada dasarnya, tentu ruang yang luas atau besar akan memberikan kenyamanan gerak, baik bagi pengunjung maupun pekerja Anda. Meski demikian, Anda tetap harus memperhitungkan biaya perawatan ruangnya. Jadi paling tidak ukurannya harus pas, tidak terlalu luas dan tidak terlalu sempit.



Lalu lintas pengunjung dan pembeli. Jika kios Anda terletak di sebuah pusat perbelanjaan, perhatikan bagaimana lalu lintas pengunjung yang datang ke pusat perbelanjaan. Bagaimana lalu lintas pengunjung yang mengarah ke kios Anda. Per-

hatikan juga lalu lintas di dalam kios. Berapa yang hanya berkunjung, berapa yang melakukan pembelian, dan lain-lain.



Bagaimana daya beli konsumen yang datang. Apakah lebih banyak yang dari golongan utama, menengah, atau biasa. Apakah sesuai dengan target yang Anda harapkan.

Bisnis di Menara Gading

Dalam dunia kepemimpinan, adalah hal yang tabu bagi seorang pemimpin untuk berada di menara gading. Pemimpin yang dianggap baik dan berkarisma bukanlah yang menonjol sendiri. Bukan seseorang yang berada di tempat begitu tinggi sehingga orang lain harus mendo-ngakkan leher untuk memandangnya. Pemimpin sejati adalah dia yang berada di tengah-tengan masyarakat, melebur dan menjadi satu dengan mereka yang dipimpinnya.

Hal semacam itu memang sangat patriotik. Sayangnya, ketika diterapkan pada dunia bisnis, Anda harus menggunakan sudut pandang yang berbeda. Bisnis terbaik justru adalah yang berada di menara gading. Bisnis terbaik adalah yang menjadi acuan bagi bisnis-bisnis lain. Anda memang harus bermimpi tinggi untuk bisnis Anda, karena kalau tidak, Anda harus siap ikut berdesak-desakan dengan gerobak gorengan di depan minimarket.

Jika Anda memiliki bisnis yang menjulang, katakanlah seperti Giant, maka bisnis Anda akan selalu dinaungi oleh lampu sorot. Bisnis Anda akan diberitakan oleh banyak media seperti majalah, tabloid, dan koran bisnis, bahkan mungkin media online. Banyaknya liputan media mengindikasikan banyaknya ketertarikan masyarakat terhadap bisnis Anda. Mereka selalu ingin tahu apa yang ada di balik sebuah bisnis besar. Suatu ketika ada yang bertanya kepada saya, “Bisnis Bapak, bagaimana resepnya?” Saya jawab singkat, “Hmm itu dari *suppliers*.” Jadi apa rahasia bisnis besar saya? Tidak ada sebenarnya. Tapi orang selalu ingin mengulik dan mengulas karena bisnis saya dianggap megah.

Memang bukan perkara yang mudah untuk bisa mencapai posisi selayaknya menara gading. Butuh kerja keras. Bahkan tidak jarang kita harus melalui ‘penderitaan’ yang banyak. Seperti kisah kerang berikut ini.

Kerang mencari makan dengan menggerakkan cangkangnya, membuka dan menutup. Suatu ketika, seekor kerang muda sedang asyik mencari makan. Di tengah gerakan cangkangnya yang membuka dan menutup, terseliplah sejumlah pasir ke dalamnya. Sang kerang muda menangis sambil memanggil ibunya, “Ibu, sakit Bu, ada pasir masuk ke dalam tubuhku.”

Sang ibu menjawab, “Sabar ya Nak, jangan pedulikan rasa sakit itu, bila perlu berikanlah kebaikan pada sang pasir yang menyakitimu itu.”

Kerang muda pun menuruti nasihat ibunya. Ia menangis, tapi air matanya ia gunakan untuk membungkus pasir yang masuk ke dalam tubuhnya. Hal itu terus-menerus dia lakukan. Dengan baluran air mata itu, rasa sakitnya pun berangsur berkurang bahkan hilang sama sekali.

Setelah beberapa waktu, kerang-kerang itu dipanen. Kerang yang ada pasirnya dipisahkan dari kerang yang tidak ada pasirnya. Kerang tak berpasir dijual secara obral di pinggir jalan menjadi kerang rebus. Sedangkan kerang yang berpasir dijual ratusan bahkan ribuan kali lipat lebih mahal. Mengapa begitu? Butiran pasir berbalut air mata yang ada di dalam kerang itu, telah berubah menjadi inti mutiara.

Sama dengan kita, bila dalam hidup ini kita tak pernah ditempa oleh kesulitan, maka kita tidak akan punya nilai tinggi dan akan bernasib seperti kerang rebus yang dijual secara obral di pinggir jalan. Sebaliknya, kalau kita mampu menghadapi tiap kesulitan, bahkan mampu memberi manfaat kepada orang lain ketika mendapat kesulitan, maka kita akan menjadi kerang mutiara yang sangat dibutuhkan orang.

Kita kerap mengajukan banyak pertanyaan atau protes. Mengapa harus ada beban berat untuk kita tanggung dalam hidup? Mengapa pertolongan untuk kita sangat langka? Mengapa tidak ada orang yang mau menolong kita?

Jika didera pemikiran seperti ini, cobalah untuk berpikir jernih. Kalau Anda saja butuh pertolongan, maka pada dasarnya semua orang butuh pertolongan. Jadi, daripada Anda mengharapkan pertolongan orang lain, mengapa Anda tidak memilih untuk berinisiatif memulai pertolongan bagi orang lain? Bila semua orang membutuhkan pertolongan, maka sungguh mudah untuk fokus pada mencari orang yang butuh pertolongan, daripada berkebutuhan memikirkan tindakan sebaliknya, yaitu mengharap pertolongan orang lain.

Ingatlah, dunia tidak bekerja menurut keinginan Anda. Coba Anda lihat bumi ini. Pada dasarnya, bumilah yang membutuhkan sinar matahari. Tapi apakah matahari yang lantas datang dan memberikan seluruh sinarnya untuk bumi? Ternyata tidak demikian yang terjadi, bukan? Bumilah yang mengitari matahari. Dia yang membutuhkan, tapi dia sendiri yang bekerja mencari jalan untuk memenuhi kebutuhannya.

Oleh karena itu, lebih baik Anda memfokuskan diri untuk mencari orang yang butuh pertolongan dan bekerja atas dasar itu. Mungkin Anda akan bertanya, “Pak, kalau kita memberi pertolongan kepada orang lain, lalu kita dapat apa?” Percayalah, di dunia ini berlaku hukum timbal balik. Ketika Anda mencari orang yang butuh pertolongan, maka Anda pun akan memperoleh hasil.

Masalahnya, ketika kita mencari orang yang butuh pertolongan, kita suka memilah-milah. Padahal jika memilah-

milah, justru kita akan makin sulit menemukannya. Kita akan membutuhkan energi, waktu, dan lain-lain untuk memberikan sebuah pertolongan. Padahal di depan Anda mungkin ada yang membutuhkan pertolongan Anda, dan Anda sebenarnya bisa langsung memberikan pertolongan tersebut. Jadi, jika ingin menolong, lakukanlah segera tanpa perlu banyak pertimbangan. Ketika Anda melakukan hal tersebut, dengan sendirinya pertolongan bagi Anda juga akan datang.

Profil Penulis



IR. GOENARDJOADI GOENAWAN MM.

- 1990 Lulus Universitas Indonesia Magister Management
- 1988 Lulus Institut Pertanian Bogor Fakultas Teknologi Pertanian Jurusan Teknologi Pangan

Penulis buku-buku manajemen terbitan PT Elex Media Komputindo

Money Intelligent: Rahasia Kaya Jangan Cintai Uang
Money Intelligent: Rahasia Kaya Mari Mulai Berbisnis
Leadership by Trust
Marketing Management
Pelangi Kehidupan Entrepreneur
Mata Air Dahaga Jiwaku
Menjadi Kaya dengan Hati Nurani

Bersama Ir. STEFANUS INDRAYANA MBA:

The World is Not Enough
Secret of Better Life
Best Life
Manajemen Berbasis Nurani

goenardjoadi@gmail.com

MONEY INTELLIGENT

Rahasia Kaya

JANGAN
CINTAI
UANG



"Tidak semua orang punya keinginan dan cita-cita menjadi kaya. Namun, saya yakin banyak juga orang-orang yang ingin menjadi kaya. Bagi mereka, buku ini perlu dibaca. Tentu saja, tidak semua orang serta-merta bisa menjadi kaya setelah membaca buku ini. Pastinya, bila ada 1001 jalan menuju kaya, buku ini adalah salah satu jalan yang harus dilalui."

—**Bondan Winarno**, Founder Oey Kopitiam

"Menjadi kaya adalah hak setiap orang. Yang sering dialami oleh sebagian besar orang adalah, mereka tidak tahu dan tidak mau ikut caranya. Membaca buku ini akan menguak hal-hal mendasar yang semuanya bisa dilaksanakan untuk menjadi kaya, asalkan mental kita siap berubah dan pikiran terbuka lebar."

—**Ir. Petrus Gandmana MM**, Pemimpin Redaksi BARECA Magazine www.bakerymagazine.com, Pendiri JIPA Jakarta International Pastry Academy

"Buku ini luar biasa, unik dan terlalu sayang untuk tidak dibaca secara tuntas. Buku ini mengandung banyak inspirasi bahwa sukses membutuhkan sebuah paradigma, sikap dan pola pikir yang *out-of-the box* dan mungkin juga *outlier* (orang asing). Bapak Goenawan secara gamblang memberikan berbagai ilustrasi bahwa kaya bukan hanya bicara materi tetapi juga bagaimana menjalani sebuah kehidupan dengan pola-pikir benar."

—**Bun Suento**, Founder and Managing Director PT IPDC Consulting & Advisory,
Dosen Master of Management Universitas Bina Nusantara

PT ELEX MEDIA KOMPUTINDO
Kompas Gramedia Building
Jl. Palmerah Barat 29-37, Jakarta 10270
Telp. (021) 53650110-53650111, Ext 3201, 3202
Webpage: <http://www.elexmedia.co.id>

gramediana

BUSINESS & ECONOMICS
Bisnis

ISBN 978-602-02-6332-8



9 786020 263328

715061662