

IPPHO SANTOSA, DKK

TARGET
ACHIEVEMENT
BRANDING FOR CUSTOMER
SALES TACTICS
NEW INNOVATION
PRICING STRATEGY

WORD OF MOUTH

TIPS LARIS JUALAN

GOAL SETTING
MARKET PENETRATION PRODUCTION PLAN
CREATIVE OFFERING PUBLIC RELATION
DIVERSIFICATION STRATEGY



Tips Laris Jualan

"Rahasia Menjual Lebih Banyak"

Ippho Santosa & Basori 'JOSS'

DAFTAR ISI

BAB 1 JUALAN ITU GAMPANG

BUKA MINDSET

BAB 2 JUALAN LEBIH BANYAK

TRAFFIC GENERATOR

LEMMING EFFECT

DIKIT TAPI BANYAK

BAB 3 JUALAN LEBIH CEPAT

JARING BARU SARING

UUD

BAB 4 JUALAN LEBIH MAHAL

NILAI TAMBAH

RESOLUSI LANGIT

FLEXIBLE STRATEGY

TENTANG PENULIS

BAB 1

JUALAN ITU GAMPANG



Jualan itu gampang. Bener? Bener, kalau ada semangatnya dan paham ilmunya. Insya Allah di sini kami akan share ilmu-ilmunya. Satu per satu. Semoga bisa menjadi motivasi, inspirasi, dan solusi untuk penjualan produk Anda. Sampai laris, sampai habis. Aamiin. Jualan, kalau coba-coba sendiri, jadinya malah lebih lama dan lebih mahal. Nah, ilmu yang tepat akan mempercepat prosesnya.

Gimana supaya jualan jadi gampang? Yah, pahami dulu, penjual itu seperti apa? Catat ya, penjual itu butuh mental baja alias tahan banting. Selain itu, punya segudang ‘ide sinting’. Maksudnya ide-ide yang *out of the box*. Di luar kebiasaan, nggak kepikiran sama orang-orang kebanyakan. Tapi tokcer.

Kenal almarhum Om Bob Sadino, pemilik Kemchicks? Dulu beliau jualan telor kampung dan nggak laku-laku. Bahkan sampai membusuk. Tapi dia nggak gampang menyerah. Mental baja. Daripada telornya membusuk dan bisnisnya ambruk, akhirnya



dia nyari-nyari ide. Ternyata pas banget dengan penerimaan mahasiswa baru di banyak kampus. Lalu, beliau kerjasama dengan salah satu kampus untuk seminar kewirausahaan. Dan ada barter, di mana mabanya (mahasiswa baru) diminta untuk mencari telor busuk. Ya, jadilah akhirnya telor kampung miliknya laku keras. *Out of the box*. Di luar kotak bahkan tanpa kotak.

Ada lagi video seorang bapak-bapak di Turki yang jualan buah-buahan di tengah keramaian. Buahnya segar, alami, dan dia terus teriak-teriak, "Buah segar, buah segar, ayo beli. Mari ke sini." Tapi, tak satupun orang menghiraukan. Hingga akhirnya hujan turun. Lalu, tepat di depan lapaknya sebuah mobil melaju kencang dan membuat percikan lumpur ke seluruh buah-buahan dagangannya. Kena ciprat, ceritanya.

Musibah memang. Namun sang bapak tak menyerah, di mana dia berusaha mengubah musibah tersebut menjadi berkah. Dan membuat banyak orang terperangah. Di tengah buah-buahan yang penuh cipratan lumpur itu, sang bapak membuat tulisan besar di papan, "Buah Langsung Dari Kebunnya. Dijamin 100% Organik". Tiba-tiba saja lapaknya ramai dengan ibu-ibu yang mau membeli dan rela mengantri. *Out of the box*.

Pernah pula kami mengundang Mas Danu, founder Randol alias Raja Cendol. Dia bersama mitra telah membuka 700 cabang di Indonesia. Di masa-masa awal merintis, tidak ada yang mau membeli cendolnya. Karena memang harganya premium. Biasanya cendol dijual Rp3ribu, eh dia malah jual Rp8ribu. Padahal dimahalin begitu karena dikasih nilai tambah, berupa proses



yang higienis, santannya diganti dengan susu kental manis, dan gelas plastik dengan branding yang *kinyis-kinyis* (bagus).

Apakah Mas Danu menyerah? Hari pertama, sepi. Tak ada satupun pembeli. Ada sih mas-mas yang sengaja mampir. Namun pas nanya-nanya, dikiranya jualan kaos distro. Hehehe, karena brand Raja Cendol memang ala-ala distro gitu. Ada juga mobil melipir, kemudian buka kaca. Eh, dikiranya konter cendol itu tempat buat orang-orang bikin tato. Ada-ada saja. Padahal tidak begitu. Lalu mobil itu kembali meluncur. Akhirnya yah gitu, tetep sepi.

Hari kedua, Mas Danu tidak mau menyerah. Diundangnya lima temannya ke minimarket yang memang lokasinya bertepatan di depan konter cendolnya. Lalu pas siang-siang, pas ramai-ramainya anak-anak pulang sekolah, Mas Danu segera naik ke kursi dan sambil menunjuk-nunjuk ke seberang, ke konter cendolnya (ke arah teman dan karyawannya). Lalu dia teriak hysteris, "*Woooii, di situ ada orang jualan cendol yang ueeenak poool, ada topping kejunya. Wajib nyobaaa! Uenaaaaak!*"

Sontak aksi sintingnya itu bikin temen-temennya malu dan mengalihkan muka, "Bukan teman, bukan teman..." kilah mereka. Hehehe, itulah yang terjadi. Demi jualan laku, kadang perlu promosi yang ngeyel dan *out of the box*. Kanan. Sampai akhirnya besok ada juga yang nyamperin konter cendolnya dan beli gara-gara teriakan hysteris Mas Danu kemarin. Keren!

Sekarang kita ke sebuah coffeeshop. Pendirinya mempunyai ide unik dan menggelitik untuk menuliskan nama pembelinya di hiasan



kopi yang dibelinya. Namun seringkali spelling atau ejaan namanya salah. Contoh ANNIE ditulisnya ANY, atau yang lebih parah nama DANU ditulisnya PANU. Sehingga banyak orang komplain dengan memfoto kesalahan itu dan di-upload di social media. Akhirnya jadi viral. Hitung-hitung promosi gratis!

Nggak cukup sampai di situ, coffee shop itu kadang-kadang menuliskan "Selamat Pagi Manis" dengan tulisan tangan setiap ada pembeli yang datang. Bayangkan kalau cowok yang dapat. Pastilah hatinya girang. Eh, pas lihat baristanya (pelayan kopi) ternyata cowok juga, jadinya gimana gitu. Hehehe.

Contoh yang ke-Indonesia-an adalah Pecel Lele Lela. Setiap konsumen datang, secara serempak dan kompak semua pelayan di sana akan berteriak bilang, "Selamat Pagi!" Walaupun lagi sore. Seakan-akan yang datang adalah raja yang harus disambut dengan antusias. Dan ini yang membuat Pecel Lele Lela diceritain ke mana-mana dan buka cabang di mana-mana. Sekarang sudah puluhan cabangnya.



Itulah jualan. Gampang kan? Nggak sesulit persangkaan orang. Di sini terlihat gimana orang-orang malah bantu jualin produk kita dengan menceritakan ke teman-temannya. Yang penting, kita ber-mental baja dan mau berpikir sinting. Gimana pun sedikit sinting itu penting. Di mana kita dituntut mau mencoba sesuatu yang baru dan belum pernah ada, terus *action* dengan segera dan sungguh-sungguh. Semakin unik dan semakin menggelitik, maka semakin banyak orang yang menceritakan, dan ujung-ujungnya semakin gampang jualannya.

Nah, biar jualannya lebih gampang lagi, marilah kita pahami BUSET. Apaan tuh? BUSET itu BUka mindSET. Artinya, Anda mesti membayangkan bahwa betapa jualan itu nggak hanya gampang, tapi juga fun alias menyenangkan. Me-nye-nang-kan.

BUKA MINDSET

Kenapa kalimat pertamanya “Jualan Itu Gampang?” Karena banyak orang di luar sana yang bilang jualan itu susah, ribet, dan merepotkan. Akhirnya itulah yang terjadi. Doa tho? Bener-bener susah closing, ribet ngurusin orang, dan repot sendiri. Sepi pembeli repot, banjir pembeli juga repot. Nah kalau masih begini, mindsetnya perlu dibenerin nih.

Ada lagi yang bilang jualan itu bikin malu. Hehehe, kayak udah jadi artis aja. Pake malu segala. Padahal kan bukan siapa-siapa dan bukan apa-apa. Jualan nggak jualan, toh orang nggak peduli. Kalau gitu, yah mending jualan aja. Dan itu adalah tindakan mulia ketimbang minta-minta dan membebani orang lain. Tambahan, jualan dan laris itu lebih asyik ketimbang bokek 24 jam. *Right?*

Terakhir, ada lagi yang bilang kalau jualan itu menakutkan. Sepertinya dia takut ditolak orang. Hehehe, yang ngomong begini kayaknya sudah sering ditolak calon mertua. Baru ditolak dikit aja, ngambek. Terus sensi dan sakit hati. Penyakit-penyakit mindset kayak gini harus segera diobati, salah satunya dengan membaca buku ini. Mudah-mudahan akan hilang penyakitnya.

Sekarang, cobalah berpikir soal jualan dengan cara yang berbeda. Ber-be-da. Lihat dari kaca mata lain atau dari sisi yang lain. Kalau ini yang Anda ubah kemudian Anda pegang, maka semangat jualan Anda akan membara kembali, persis seperti saat gembiranya Anda mendapat closingan pertama. Wow!

Yang bilang jualan itu susah, memang iya. Itu kalau mau dibuat susah. Padahal bisa dibawa mudah dan menyenangkan. Bukankah jualan itu sebenarnya memudahkan dan membantu orang lain? Mensolusikan. Iya, ini beneran, mensolusikan.

Mau contoh? Ada orang lapar dan butuh sarapan pagi, kemudian dibantu dengan adanya penjual nasi uduk. Ada orang haus di pinggir jalan, kemudian dibantu dengan adanya penjual teh botol. Ada orang capek-capek dan pegel-pegel, kemudian dibantu dengan adanya jasa pijat. Macam-macamlah contohnya. Intinya jualan itu membantu orang. Mensolusikan. Mulia sekali bukan?

Jadi, niatkan jualan untuk membantu orang. Insya Allah akan mendorong kelancaran usahanya. Pastikan produknya bagus, jasanya bagus, harganya bagus, dan mudah diakses. Sediakan produk dan jasa yang sangat bermanfaat untuk banyak orang. Sehingga saat orang beli, mereka tidak menyesal di kemudian hari. Akhirnya mereka puas, beli lagi, dan jadi pelanggan. Ini juga yang kami lakukan.

Ada orang yang butuh ilmu, mental, dan moral sebagai pengusaha. Dia mau belajar. Daripada dia coba berkali-kali sendirian dan nggak jelas gurunya, maka kami tawarkan Kampus Bisnis Umar Usman, dengan slogan "Kuliah Setahun Jadi Pengusaha". Kalau di Google, kampus bisnis ini sangat terkenal. Dan alhamdulillah alumni-alumninya sudah bisa menghasilkan omset hingga ratusan juta. Bahkan sering terjadi, beromset lumayan sebelum lulus. Selama kuliah, amal-amal mereka pun kami pantau. Bukan sekadar kaya, namun juga takwa. Itulah harapannya. Keren banget kan?

3T ... Tajir + Takwa = Top

Ya, jualan itu menjawab harapan dan kebutuhan orang. Mensolusikan.



Tinggal sekarang, apa yang dijual? Harus ditanyakan lagi, "Kira-kira keberadaan jasa ini menjawab kebutuhan orang seberapa besar ya?" Nah, kalau sudah tahu jasa dan barang tersebut sangat dibutuhkan orang, maka otomatis semangat jualan akan menggelora. Jangan sekadar melihat apa yang dijual, tapi lihat juga apa manfaatnya buat orang. Seberapa besar manfaatnya. Nah, kata-kata ini bisa menjadi senjata ampuh untuk jualan. A-m-p-u-h. Bahkan kalau bisa menyebutkan manfaatnya lebih dari tiga aja, keren banget tuh.

Sekali lagi, untuk jualan nggak perlu malu. Hei, malu itu karena cara jualan dan hasil akhirnya malu-maluin. Coba deh mati-matian jualan, sampai pol. Nawarin, ditolak. Terus bangkit, nawarin lagi. Begitulah seterusnya. Insya Allah hasilnya nggak malu-maluin.

Seorang motivator di bukunya mencontohkan begini. Saat dia jualan jasa perencaan keuangan di mall-mall besar, yang itu artinya dia ketemu ribuan calon pembeli (prospek) setiap harinya. Yah, pasti

penolakan demi penolakan yang ia hadapi. Ternyata tipsnya sederhana supaya saat ditolak nggak malu dan nggak sakit hati. Gimana tuh?

Saat satu orang menolak, maka dalam hitungan tiga detik dia harus mencari prospek yang lain. Jadi, nggak sempet malu dan sakit hati. Mudah banget kan? Sekali lagi, kalau jualan, yah gitu. Nggak usah malu. Tawarkan aja dulu. Kalau ditolak, yah pindah. Tawarin ke orang yang lain, prospek yang baru. Begitulah seterusnya. Joss!

Terakhir soal BUSET atau BUka mindSET ini, kalau jualan itu nggak perlu takut ditolak. Karena apa? Sudah pasti orang jualan itu, kalau nggak diterima, ya ditolak. Kalau nggak ditolak, ya diterima. Hehehe, hanya ada dua pilihan. Seperti surga dan neraka, hanya ada dua pilihan. Jadi, daripada mikirin takut ditolak, kenapa nggak mikir takut diterima? Maksudnya? Bayangkan mereka yang mau dan kemudi-an beli. Enak tho? Nah camkan saja dalam hati, "Alhamdulillah orang-orang mau beli. Terima kasih ya Allah." Insya Allah doa dan sugesti ini akan meneduhkan hati dari ketakutan-ketakutan yang nggak jelas.

Kalau mau lebih hebat lagi, sekalian install pikiran-pikiran kayak gini.

- ✓ Daripada takut yang tidak-tidak, "*Hadoh, nanti gimana ya kalau orang nggak suka. Hadoh, nanti gimana ya kalau dia nggak jadi beli.*"
- ✓ Mending coba mikirnya seperti ini, "*Hadoh, gimana ya kalau dia beli lagi. Hadoh gimana ya kalau dia suka dan cerita ke teman-temannya semua dan akhirnya saya kebanjiran orderan.*"

Itulah yang harusnya dibangun di mindset atau pikiran. Mau nyoba? Ingat, kata-kata itu doa. Dan kata-kata dalam bentuk doa dapat membelokkan takdir. Intinya, depositifkan dulu. Hati-hati, yang positif-

positif begini kalau nggak di-install, penjualan akan menjadi aktivitas yang melelahkan!

BAB 2

JUALAN LEBIH BANYAK

Orang rata-rata nggak suka jualan. Lalu, apa pendapat kami? Kalau jualan, jangan merasa malu dan tabu. Toh nggak harus tatap muka. Masih bisa online. Nggak harus produksi sendiri. Toh masih bisa reseller. Nggak harus modal besar. Toh masih bisa kecil-kecilan. Yang penting cashflow masuk. Halal dan legal. Terkait reseller, cari produk yang bagus, support-nya juga yang bagus, serta sangat luas pasarnya.

Dan ketika menjual, niatkan untuk membantu. Alias men-solusikan. Ini sudah dibahas sebelumnya. Penjual terkenal yang juga motivator terkenal, Joe Girard, selalu optimis dan antusias dalam menjual. Kenapa? Karena ia merasa dirinya membantu orang lain. Ya, mensolusikan. Bukankah itu pekerjaan mulia?

Kami yakin sekarang mindset atau pikiran Anda sudah tercerahkan. Lebih cerah daripada lotion pemutih, hehehe. Sudah saatnya Anda semangat jualan apapun, kapanpun, dan di manapun. Siap? Bener-bener siap? Nah, ada tiga rahasia bagaimana bisa jualan lebih banyak. Tolong disimak baik-baik.



Traffic Generator

Apaan nih? Mesin generator listrik? Bukan! Maksudnya adalah membuat *traffic* atau lalu-lintas manusia. Dengan adanya *traffic generator* ini, akan mengundang pusaran orang, membesar dan terus

membesar. Yah, mungkin karena beneran perlu atau sekadar penasaran. Apapun itu, akhirnya closing tho?



Lihat McDonald's atau disingkat McD. Dari dulu sejak zaman Orba sampai sekarang zaman toserba, tetap saja di sana harga es krim cone dimurahin. Tak sampai sepuluh ribu perak. Betul khan? Nggak peduli inflasi tinggi, nggak peduli dolar tinggi, harganya segitu-gitu aja. Nggak pernah berubah.

Apa tujuannya? Ternyata itulah *traffic generator*-nya McD demi mengundang hadirnya pembeli. Dia pilih satu barang yang disukai banyak orang. Lalu, dia murahin dan dia ekspos tuh barang. Ini untuk memancing pembeli. Biasanya mereka yang datang, belinya nggak hanya es krim saja, tapi beli yang lain-lain juga. Belum lagi kalau mereka datang sama temen-temennya. Laris manis! Begitu juga dengan retail-retail besar sekelas Matahari dan Ramayana. Pernah lihat etalase depannya? Banyak baju yang diobral dan didiskon besar-besaran. Sehingga terkesan murah dan bikin orang penasaran.

Dan nggak berhenti sampai disitu, masih ada terusannya. Maksudnya? Nggak semua ukuran dan warna baju ada di situ. Jadi, yang diobral dan didiskon, hanya *item-item* tertentu. Kalau Anda terus masuk ke dalam, baru deh Anda tahu, diskonnya sudah stop. Baju-baju di bagian dalam, semua ukurannya ada. Puas milih-milihnya. Lihat, yang di-*display* di depan dan diobral, itulah *traffic generator*-nya Matahari dan Ramayana.

Mas Danu, owner Raja Cendol juga sama. Dia punya cendol premium yang harganya Rp 25



ribu. Mahal banget khan? Nah, supaya nggak kelihatan mahal, ada cendol original yang dijual hanya Rp 8 ribu. Di Depok juga ada sop duren yang melakukan hal sama. Ada harga premium yang mencapai belasan ribu rupiah, namun ada juga yang murah yakni duren original yang dibandrol sembilan ribu rupiah.

Dalam setiap bisnis, pastikan ada produk yang bisa dimurahin. Dengan kata lain, produk tidak boleh tunggal. Selanjutnya, produk yang dimurahin inilah yang dijadikan *traffic generator* buat bisnis Anda. Yang penting, murahnya ini diekspos. Misalnya filter oli murah bagi yang mengisi oli di bengkel Anda. Atau servis murah. Atau apalah. Nah, nanti untungnya bisa diambil dari jualan barang-barang lain yang harganya dipremium atau normal juga nggak apa-apa.

Retail besar seperti Alfamart dan Indomart pun memakai strategi ini. Yang dipromokan adalah barang-barang yang sudah dimurahkan harganya. Dan barang-barang itu beneran ada. Bukan sekadar ngecap. Bahkan mereka siap dan sengaja rugi untuk *item-item* tertentu. Ini hanya untuk menarik pembeli. Misal, untuk minyak goreng atau susu. Kalau orang sudah datang dan banyak, biasanya belinya kan nggak hanya satu barang, tapi belinya sekalian sama barang-barang lainnya. Di situlah mereka mencetak keuntungannya. Silakan dicoba.

Lemming Effect

Hm, apaan lagi nih?
Sabar, itu bahasa kerennya saja. Gampangnya begini. Keramaian mengundang keramaian yang lebih ramai lagi. Beneran.



Kalau Anda mau jualan makanan, maka carilah lokasi yang di sebelahnya sudah jualan makanan sejak lama dan enak tenan rasanya. Biasanya ramai tuh. Dompleng aja di situ atau di sebelahnya. Insya Allah akan ketularan ramainya. Supaya nggak saingen-saingen banget, ya bikinlah sesuatu yang beda atau sesuatu yang baru.

Makanya tak heran, banyak orang jualan di sekitar mesin ATM terutama BCA atau di halaman retail-retail modern. Karena apa? Karena perusahaan-perusahaan besar itu sudah survey duluan dan nggak asal milih tempat. Jadi, kita nggak perlu survey lagi, toh mereka sudah teruji dan sudah terbukti. Kita tinggal ngikuti aja.

Pernah lihat orang jualan buah berjejer? Di sepanjang jalan malah. Perhatikan baik-baik, semua jualan buah-buahan yang sama. Atau mungkin jualan DVD atau jualan tas atau apalah. Yang pasti jualannya sama. Tengok juga pusat kuliner di daerah Tebet, Jakarta. Berjejer. Semuanya kuliner. Nah, kira-kira laku nggak?

Ah, pertanyaan macam apa itu? Ya lakulah, karena keramaian mengundang keramaian, termasuk di tempat usaha Anda. Di benak orang, kalau rame, pasti enak atau pasti murah. Ya sudah, pola ini tinggal dijadikan rumus sukses. Makanya kami pilih satu tips buat Anda, jika jualan di samping kanan-kiri Anda pada sama semua. Tips apa itu? Ajak saja teman Anda, saudara Anda, atau siapa saja yang Anda kenal untuk berlama-lama di situ. Entah sekadar ngobrol, nongkrong, ngopi, atau ngeteh. Buat apa? Yeee, pake nanya! Supaya tempat Anda terlihat ramai. Nah, orang-orang baru yang lewat, akan cenderung memilih tempat yang sudah ramai orangnya.

Atau Anda tebar voucher diskon yang hanya bisa dipakai, misalnya hari Senin jam 12.00 sampai jam 13.00, pas lagi ramai-ramainya. Otomatis, mereka akan menukar vouchernya pada jam segitu.

Berbondong-bondong. Sekali lagi, orang-orang baru yang lewat, akan cenderung memilih tempat Anda, karena sudah ramai duluan.

Itulah *lemming effect*. Orang suka mengikuti kerumunan. Memang ada sih orang-orang yang anti *mainstream*, nggak mau ikut-ikutan. Tapi itu jumlahnya nggak banyak. Abaikan saja. Terlepas dari itu, jualan apapun pasti ada musimnya. Trend fashion, trend jajanan, atau apalah, pasti ada masanya. Dan biasanya masa itu kembali lagi, berputar lagi. Yang dulu jadul (jaman dulu), nge-hits lagi. Yang sekarang trendy, belum tentu tahun depan masih trendy. Begitu seterusnya. Membaca trend ini bisa digabungkan dengan teknik *lemming effect*.

Sekali lagi, manfaatkan itu untuk bisa jualan lebih banyak. Siap?

Dikit Tapi Banyak

Apa maksudnya nih? Begini, kalau mau jual banyak, juallah pada penjual. Namanya macam-macam. Distributor, grosir, agen, reseller, franchisee, licensee, dan kemitraan. Jadi, nggak bisa beli satuan. Memang untung per item relatif kecil. Namun berhubung belinya banyak, ya untungnya tetap banyak juga. Istilahnya, juallah pada penjual.



Dalam dunia online ini marak sekali terjadi. Sistem reseller. Kalau mau jadi reseller, harus beli sekian puluh item. Dan cukupkah sampai di situ? Nggak juga. Nanti dibimbing cara jualannya, *tool* promosinya, dan

di-*mentoring* langsung sama *owner*-nya. Nah, sekali laku khan langsung banyak tuh.

Pastikan saja, kalau memang mau jualan banyak, persediaan juga banyak. Jangan malah *stock*-nya sedikit alias cepat habis. Satu hal lagi,

perhatikan juga kualitas barangnya. Jangan sampai kuantitas mengorbankan kualitas. Dalam jangka panjang ini akan nyusahin diri sendiri.

Kami juga pernah melakukan jualan buku, yang menggunakan sistem keagenan. Setiap kota wajib bayar sekitar Rp5juta dan akan dapat 100 buku. Agen hanya dibuka per kota. Lalu merekalah nanti yang mengecer langsung ke lapangan atau jual-beli satuan ke pelanggan. Agen pun diuntungkan. Margin lumayan, produk pun bagus.

Sistem ini hanya akan berjalan kalau sistem produksinya sudah kuat dan tingkat kepercayaan terhadap mutu juga kuat. Sehingga pasar akan mudah menyerap. Makanya sebelum jualan, banyak-banyak perbaiki mutu. Karena dua hal itulah yang akan jadi bahan bakar marketing yang tokcer, tanpa perlu promosi banyak-banyak.

BAB 3

JUALAN LEBIH CEPAT



Bagaimana agar bisa menjual lebih cepat? Berikut cara-caranya,

Jaring Lalu Saring

Pernah lihat corong? Ya, kalau zaman dulu kan kompor pakai minyak tanah. Jadi, minyak tanahnya dituangin dari jerigen ke kompor pakai corong. Atasnya lebar, tapi makin ke bawah makin mencuat. Bentuknya seperti kerucut.

Nah, dalam menjual Anda juga bisa melakukan hal yang sama. Saring dulu orang-orang yang kemungkinan minat alias berpotensi membeli produk. Kami di Kampus Umar Usman juga melakukannya. Tanpa spanduk, tanpa baliho, tanpa brosur, alhamdulillah kami bisa menjaring calon-calon mahasiswanya. Full!

Kami mengadakan berbagai seminar *entrepreneurhip*, mulai dari internet marketing sampai mental pengusaha. Ya, tujuannya cuman satu,

menyaring orang-orang yang minat menjadi pengusaha untuk mendapatkan ilmunya dan dibuatkan komunitasnya. Sehingga mereka senang, nyaman, dan sangat terbantu. Tentunya dengan harga yang terjangkau alias sesuai daya beli mereka.

Kemudian, dari sekian ribu orang yang kejaring, barulah disaring. Kira-kira siapa yang bisa diajak "Kuliah 1 Tahun Jadi Pengusaha" dengan membayar program yang senilai Rp 29 juta ini. Dicari yang sesuai dengan segmen, target, dan daya beli mereka. Tentunya nggak "dijualin" tapi yang lebih penting adalah "diberi solusi" dan "diberi edukasi". Manfaatnya apa saja jika ikut program tersebut.

Bahkan kami menawarkan lima hal sekaligus yang bisa dinikmati dengan mengikuti program ini,

1. Dibimbing puluhan mentor
2. Langsung menekuni bisnis dengan porsi 70% praktik dan 30% teori
3. Ada sistem *reward* dan *punishment* dalam setiap kompetisi. *Reward*-nya ke luar negeri.
4. Kegiatan lapangan yang banyak dan variatif seperti campreneur, hikingpreneur, english camp, dan Bandung survival.
5. Praktek amalan-amalan rezeki untuk bisnis yang dievaluasi dan dimonitor secara rutin dan rapi.



Sehingga mereka benar-benar merasakan manfaatnya jauh lebih besar daripada yang mereka bayarkan. Dan terbukti cara seperti ini sangat ampuh.

Nah, untuk lebih mudah memahami "Jaring Lalu Saring" ini, akan kami berikan perumpamaan seperti ini. Mana yang lebih cepat dapatnya:

1. Pemancing pertama langsung datang ke sungai dengan segala perlengkapan alat pancing, dan buru-buru memancing.
2. Pemancing kedua, ikan-ikan diarahkan masuk ke kolam kecil. Lalu ikannya dibiarin lapar. Dan akhirnya mancing deh di kolam kecil itu.

Hahaha, pasti Anda menjawab pemancing yang kedua. Begitulah, jualan kalau mau lebih cepat, langsung datangi tempat mereka biasa ngumpul dan ketemu. Datangi komunitasnya, datangi organisasinya, datangi tempat yang biasa mereka berkerumun. Kemudian pastikan kehadiran Anda bermanfaat di sana, di mana Anda memberikan sesuatu yang benar-benar dibutuhkan oleh mereka. Maka akan ada ikatan batin, kenyamanan, dan kepercayaan mereka kepada Anda. Baru deh Anda jualan setelah itu. Sebenarnya bukan jualan sih, melainkan menawarkan solusi bagi mereka. Dijamin langsung dilahap.

Di Kampus Umar Usman, kami bikin seminar-seminar rutin bulanan. Alhamdulillah dari sana kami dapat database sampai puluhan ribu. Kemudian kami layani kebutuhan dan keinginan mereka dengan berlanjut ke workshop-workshop. Memang lebih sedikit sih, tapi menjadi pasar yang sangat potensial. Bahkan kami bikinkan komunitasnya dan pertemuan-pertemuan rutinnya.

Akhirnya mereka *trust*. Mereka senang. Mereka merasa terbantu. Mereka merasa keberadaan kami sangat bermanfaat bagi mereka. Kalaupun mereka tidak jadi masuk Umar Usman, maka mereka akan menjadi agen yang dengan senang hati menceritakan bagaimana Umar

Usman sudah sangat membantu dan bermanfaat bagi bisnis mereka.
Elegan tho cara-caranya?

Inilah contoh "Jaring Lalu Saring" yang kami lakukan. Anda juga bisa melakukannya sesuai dengan karakter bisnis Anda. Kadang kita menghabiskan waktu dengan memikirkan segmentasi dan targeting. Jelas, kedua-duanya diperlukan. Tapi kalau dipakai berlebihan, itu bisa memperkecil pasar. Jadi mestinya? Jaring dulu, baru saring. Nah, segmentasi dan targeting adalah proses menyaringnya.

UUD

Apaan tuh? UUD itu singkatan dari Ujung-Ujungnya Database. Insya Allah kalau databasenya banyak, UUD akan berubah menjadi Ujung-Ujungnya Duit. Hehehe...

Ini beneran. Siapa yang menguasai database, dia akan menguasai duitnya. Bukankah Facebook itu mengumpulkan banyak-banyak database. Bahkan menjadi *big data*. Dari situ mereka bisa mendatangkan iklan, pengiklan, dan banyak hal lainnya.



Nah, memang yang baru-baru merintis usaha, database-nya belumlah sebesar mereka-mereka yang kampiun. Namun kesadaran untuk mengumpulkan, memelihara, dan meng-*optimize* database ini

menjadi sangat penting. Database itu perlu di-*maintain*. Yang punya social media dan punya banyak follower sudah pasti merasakan manfaatnya. Tapi, harus diingat, tidak boleh juga dari social media kemudian menjadi sales media. Harus tetap ada komunikasi dan sosialisasi yang saling menguntungkan.

Misal memberi tips-tips praktis, berita-berita kekinian, atau apapun yang menjadi kebutuhan pelanggan mereka. Camkan baik-baik, sekiranya mereka tidak pernah membeli, tetapi saja mereka harus beroleh manfaat nyata dari komunikasi kita.

Pelan tapi pasti, teruslah mengumpulkan database. Dari lingkungan terdekat, dari teman sekolah atau kuliah, dari kenalan selama ikut seminar. Terus tambah pergaulan, tambah komunitas, tambah organisasi, sehingga semakin banyak lagi orang-orang yang kita kenali. Sekali lagi, kita kenal mereka dan mereka pun kenal kita. Jangan salah satunya saja.

Sebenarnya database itu adalah buah dari silaturahim. Sesuai hadisnya, silaturahim bisa menambah rezeki dan usia. Jadi, dalam konteks bisnis, database itu di-*convert* (diubah) menjadi pembeli dan secara tidak langsung menambah usia bisnis Anda. Kami yakin sampai di sini pikiran Anda mulai terbuka dan tercerahkan terkait peran database ini.

Networking istilah lainnya. Dan unilah ringkasnya:

- Tanpa network, artinya not work (tidak berhasil).
- Network artinya net worth (kekayaan bersih).
- Network memang nice word (kata yang indah).

Terakhir, mencari pelanggan baru itu ternyata lebih susah. Bukankah begitu? Nah, kami akan menawarkan cara-cara bagaimana pelanggan itu selalu datang. Baik pelanggan lama maupun pelanggan baru. Mau tahu caranya? Rawatlah sungguh-sungguh pelanggan lama Anda. Ini artinya apa? Dengan menjalin hubungan yang baik dengan mereka (pelanggan lama), maka mereka akan datang lagi dan mereka dengan senang hati menceritakan kepada teman-temannya, sehingga bisa mendatangkan pelanggan-pelanggan baru bagi Anda, di mana Anda tidak perlu bersusah-payah memberitahu.

Kalaupun Anda tetap berusaha mencari pelanggan baru, jangan pernah melupakan pelanggan lama. Perlakukan mereka sebagai "raja".



BAB 4

JUALAN LEBIH MAHAL



Emang bisa, lebih mahal tapi tetap laku dijual? Harusnya bisa kalau tahu ilmunya...

Sekarang kami mengajak Anda mencermati dan mengamati lebih dalam. Sebotol minuman soft drink yang kecil, berapa kira-kira harganya kalau dijual? Ya betul, Rp 5 ribu saja. Namun kalau ditaruh di gelas yang cantik, dikasih lemon squash di sisi gelasnya, dikasih es dari freezer, dikasih nama yang keren, hm, kira-kira harganya jadi berapa ya? Betul sekali, bisa dijual Rp 15 ribu.

Atau yang paling mudah Anda amati, berapa harga mie goreng? Yup, hanya Rp 2 ribu saja. Tapi kalau dibikinin, dimasakin, sampai dikasih telur, keju, kornet, plus dikasih sayur-mayur seperti sawi, wow, kira-kira harganya jadi berapa? Betul, bisa sampai Rp 12 ribu. Bahkan ada satu restoran yang menjual mie goreng instan persis sama dengan yang

tertera di bungkusnya, tapi per porsinya Rp 25 ribu. Bayangkan, bahannya tetap sama, namun harga bisa bertambah dua kali lipat, lima kali lipat, bahkan sampai sepuluh kali lipat.



Apa yang bisa Anda cermati di sini?

Ini soal nilai tambah. Begitulah, nilai tambahlah yang membuat harga jual produk Anda bertambah. Ini artinya, Anda bisa menjual lebih mahal daripada yang lainnya. Apa dan bagaimana membuat nilai tambah? Yuk lanjut membaca.

Nilai Tambah

Sebut juga, *value added*. Kalau produk bisa diberikan nilai tambah, maka jangan heran harganya bisa bertambah-tambah. Nah, bagaimana membuat nilai tambah ini? Dibutuhkan kreativitas dan inovasi sebagai pengusaha. Terobosan, bukan sekadar pemborosan.

Kami melakukan ini di Kampus Bisnis Umar Usman, dengan tagline "Kuliah 1 Tahun Jadi Pengusaha". Kalau orang-orang ikut seminar dan workshop, biasanya tidak dapat dipastikan apakah dia praktek ilmunya apa tidak, maka di sini kami memastikan seluruh mahasiswa kami yang

hari-hari kami panggil "Boss" untuk mempraktekkan ilmu-ilmu dari guru-guru dan mentor-mentor ter-sebut.

Kami yakin, kalau praktek ilmunya akan ngefek, kalau bertindak omset akan menanjak. Dan inilah nilai tambah kami. Makanya walaupun setara Diploma 1 atau D1 namun karena pengelolaannya profesional, maka bisa bernilai "mahal". Untuk biaya kuliah setahun di sini sekitar Rp 29 juta. Hampir sama dengan biaya S2 selama dua tahun di sebuah kampus swasta di Jakarta. Belum lagi yang masuk di kampus kami sekitar 60-70% ternyata lulusan D3 dan S1 dari berbagai kampus dan perguruan tinggi ternama. Sebut saja UI, IPB, ITB, UGM, ITS, Binus, UIN dan kampus-kampus lainnya. Dari luar negeri juga banyak.

Kira-kira, apa yang mereka cari? Lingkungan yang mendukung usaha mereka, pelayanan yang profesional, serta bantuan secara teknis untuk menjadi pengusaha yang *smart* dan takwa. Kok ada takwa segala? Karena di Kampus Umar Usman ini tidak saja diajarkan ilmu-ilmu bisnis semata, namun di-*push* juga untuk melakukan amalan-amalan yang bisa membuat kaya. Seperti sholat dhuha, sedekah, berbakti kepada orang tua, dan tilawah. Adakah kampus yang seperti itu saat ini? Langka!

Bahkan di tahun keempat berdirinya kampus ini, jumlah mahasiswanya melonjak dua kali lipat dari tahun-tahun sebelumnya. Nah, apa rahasia sukses menjual lebih mahal ini namun tetap dicari-cari dan dinanti-nanti? Karena dulu di awal berdiri, biaya kuliah setahunnya hanya Rp 13 juta saja. Kalau saat ini? Selain harganya lebih tinggi, kami terpaksa me-*waiting-list*-kan dua puluh mahasiswa lagi yang tidak bisa diterima tahun ini dan harus menunggu tahun depannya lagi. Btw, mereka sudah DP, sebagai tanda keseriusan.

Hal itu kami lakukan karena kami tidak sekadar mengejar profit (untung) belaka, namun juga benefit (manfaat) yang benar-benar nyata.

Kami tidak sekadar mengejar kuantitas saja namun tetap sungguh-sungguh menjaga kualitas agar tetap di atas rata-rata. Karena dengan adanya customer yang tingkat kepuasannya tinggi akan menjadi amunisi marketing yang ampuh di masa-masa mendatang.

Berikut ini yang kami lakukan untuk menjual lebih mahal namun yang mencari tetap berjejal-jejal.

Resolusi Langit

Pasti yang pertama kali yang dipikirkan dan ditakutkan itu, "*Kalau jualan mahal, ada yang beli nggak sih?*" Kami yakin semua juga pasti kepikiran kayak gini.

Sebenarnya, kalau sudah yakin produknya berkualitas bagus, nilai tambahnya banyak, dan testimoni puasnya banyak, maka menjual lebih mahal tidak terlalu masalah. Nanti sebagian keuntungannya bisa digunakan untuk mengembangkan bisnis lebih besar lagi atau untuk mempertahankan kinerja karyawan tetap tinggi dengan insentif lebih tinggi pula. Sehingga mereka tetap semangat dan tetap kreatif. Karena kalau tidak diapresiasi, yang ada malah demotivasi atau penurunan motivasi.

Nah, keyakinan semacam ini harus diimbangi dengan 'merawat iman'. Kami di tim manajemen Umar Usman bahkan "mengharuskan" semua karyawan baik level atas maupun level bawah, baik dari pengajar sampai *office boy* dan *driver* untuk melakukan amalan-amalan berikut ini,

1. Sholat Dhuha (bahkan dijadikan absen harian)
2. Tilawah harian (yang penting, tiada hari tanpa tilawah)
3. Sedekah mingguan (bebas berapa saja, setiap hari Selasa)
4. Puasa Sunnah Senin (sekalian buka bersama di kantor)

5. Sarapan bersama setiap Jum'at pagi (dinamakan Jum'at berkah)

Semata-mata kami lakukan itu agar Allah mendatangkan pertolongan-Nya untuk kami semua. Alhamdulillah ini menambah keyakinan kami dan konsistensi kami dalam meraih target yang lebih tinggi. Bahkan dengan kesadaran bersama, kami siap dipotong gaji Rp 100 ribu jika ada satu item tidak dilakukan atau tidak dilaporkan. Makanya setiap hari kerja plus ditambah hari libur, amalah-amalan tadi tetap kami kerjakan juga laporkan via Whatshapp Group.

Intinya, setiap pencapaian yang besar, butuh perjuangan yang besar dan tentunya ibadah yang besar juga.



Flexible Strategy

Saat menjual lebih mahal, begitu berhasil, omset pun membuat kantong lebih tebal. Betul apa betul? Dalam menentukan target, harus terukur jumlahnya dan caranya. Kalau berani menentukan target yang besar berarti keyakinannya juga harus besar dan keyakinan inilah yang akan menuntun tindakan-tindakan yang besar.

Biasanya target mahasiswa 60 orang, maka sekarang dilipat-gandakan menjadi 180 orang bahkan digenapkan 200 orang. Nggak apa-apa. Target yang tinggi, kalaupun jatuh tetap di ketinggian. Setiap hari kami yel-yel seperti ini,

- Teriak : "200 mahasiswa?"
Dijawab : "Bisa!"
Teriak lagi : "200 mahasiswa?"
Dijawab : "Mudah!"
Dan teriak terakhir: "200 mahasiswa?"
Dijawab : "Alhamdulillah."

Sebenarnya target maksimal adalah seratus mahasiswa. Bolehlah dibikin dua ratus. Supaya adrenalin terbakar dan menyala-nyala. Sehingga pikiran dan tindakan juga lebih bersemangat. Biasanya tiga tahun berjalan, rata-rata mahasiswa per tahunnya tak sampai 100 mahasiswa.

Nah, kalau target sudah dipancangkan, maka strategi harus diterapkan. Strategi ini boleh berubah-ubah, namun target tetaplah harus sama. Strategi biasa yang kami lakukan adalah *roadshow* ke sekolah-sekolah. Namun hasilnya tak terlalu menggembirakan. Toh pesaing juga melakukannya. Membuat spanduk dan brosur dimana-mana, sudah pula kami jalankan namun hasilnya tak terlalu optimal. Lagi-lagi, pesaing juga melakukannya.

Baru kerasa saat iklan di Facebook dan optimasi SEO (*Search Engine*). Ya, barulah membuatkan hasil seperti yang diharapkan. Makanya semua usaha diarah untuk strategi yang satu ini. Biaya iklan di Facebook bisa jutaan rupiah per bulan. Optimasi di berbagai social media lebih digencarkan lagi. Makanya tak heran jika sesuatu yang terfokus maka hasilnya akan bagus dan mulus.

Banyak calon mahasiswa yang berminat karena melihat informasinya di internet, tepatnya di Facebook dan Google. Tim di internet marketing ini juga kami tambah, dari semula dua orang menjadi beberapa orang. Semua ngutak-ngutik di sana saja. Mereka memusatkan

perhatian bagaimana caranya Kampus Umar Usman yang keren di dunia nyata juga keren di dunia maya. Alhamdulillah akhirnya berubah. Di TK dan SD Khalifah, kami mulai menerapkannya.

Strategi ini juga dilengkapi dengan jurus seribu bayangan. Kami dekati tokoh-tokoh yang banyak followernya baik di Instagram maupun di Facebook, atau mereka yang banyak reseller-nya. Kami ajak mereka bekerjasama untuk mempromosikan Kampus Umar Usman dengan benefit *Member Get Member* yang cukup menjanjikan. Jadi, setiap ada yang closing mahasiswa, mereka langsung dapat *cash* dari kami. Tidak hanya itu, mereka kami fasilitasi alias dibolehkan menggunakan kampus kami yang lokasinya strategis di Jakarta Selatan, gratis selama satu tahun.

Dengan begini, lebih berasa hasilnya, alhamdulillah. Jadi jualan lebih mahal itu bisa-bisa saja, asalkan yakin bahwa produknya bagus dan punya nilai tambah. Nggak cuma yakin, namun juga teruji dan terbukti dengan adanya testimoni yang asli tidak mengada-ada. Terus, tahu caranya. Maka hasil yang luar biasa sudah menanti di depan mata.



TENTANG PENULIS

Iphho Santosa adalah International Trainer dan Mega-Bestselling Author dengan prestasi-prestasi langka:

- Seminar motivasi di belasan negara di 4 benua.
- 1 dari 24 tokoh pilihan 2013 versi RCTI.
- 1 dari 20-an mentor pilihan Kementerian Pendidikan.
- Penulis inspiring 2013 versi Ikatan Penerbit se-Indonesia.
- Penulis dengan total penjualan lebih 1 juta eksemplar.
- Bintang iklan dan narasumber di berbagai TV.
- Pendiri SD dan TK Khalifah dengan 70-an cabang.
- Pendiri SD Cerah Hati di pelosok-pelosok Indonesia.
- Pendiri Kampus Umar Usman.

Mr Joss adalah panggilan akrab Akhmad Basori, SE, MSi. Ia seorang author dan Wakil Rektor di Kampus Bisnis Umar Usman, “Kuliah 1 Tahun Jadi Pengusaha”. Adapun JOSS itu kepanjangan dari Jujur-Optimis-Semangat-Simpatik.

IG : @motivatorjoss
FB : Akhmad Basori
WA : 0818-0952-0065

Iphho Santosa dalam waktu dekat akan membuka peluang usaha bagi teman-teman di WA dan Telegram. Produknya apa? Salah satu suplemen terbaik dari Inggris, insya Allah. Selain peluang usaha, ini juga kesempatan bagi teman-teman yang ingin belajar langsung dan lebih intens bersama beliau.