



STRATEGI MANAJEMEN BISNIS

INSPIRA RESEARCH CENTER

DISCLAIMER

Hak cipta dilindungi oleh undang-undang.

Tidak ada bagian dalam produk ini yang boleh diperbanyak,disebarluaskan, disiarkan atau diproduksi ulang dalam berbagai cara apapun, termasuk tetapi tidak terbatas secara elektronik atau mekanik. Dilarang keras untuk penggunaan tanpa izin tertulis dari penulis (Inspira Publishing) untuk mencetak ulang, atau menyebarluaskan penerbitan ini.

File PDF ini dibuat dengan embedded binary code unik untuk setiap IP Address. Apabila Anda mengcopy dan membagikan ebook ini tanpa izin, IP Addressmu akan terdeteksi.

UNDANG-UNDANG REPUBLIK INDONESIA
NOMOR 19 TAHUN 2002
Pasal 72

(1) Barangsiapa dengan sengaja dan tanpa hak melakukan perbuatan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2 ayat (1) atau Pasal 49 ayat (1) dan ayat (2) dipidana dengan pidana penjara masing-masing paling singkat 1 (satu) bulan dan/atau denda paling sedikit Rp1.000.000,00 (satu juta rupiah), atau pidana penjara paling lama 7 (tujuh) tahun dan/atau denda paling banyak Rp5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah).

(2) Barangsiapa dengan sengaja menyiarluar, memamerkan, mengedarkan, atau menjual kepada umum suatu Ciptaan atau barang hasil pelanggaran Hak Cipta atau Hak Terkait

sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan/atau denda paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus rupiah).

(3) Barangsiapa dengan sengaja dan tanpa hak memperbanyak penggunaan untuk kepentingan komersial suatu Program Komputer dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan/atau denda paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus rupiah).

PENGANTAR

Dalam memulai sebuah usaha, kemampuan melakukan manajemen mutlak diperlukan. Manajemen yang baik adalah kunci sukses dari suksesnya suatu usaha. Tak hanya itu, manajemen bahkan kerap menjadi faktor penting yang menentukan hidup-matinya sebuah perusahaan.

Dalam ebook ini, kami akan membantu Anda memahami sistem manajemen bisnis yang solid. Mulai dari manajemen Sumber Daya Manusia, manajemen keuangan, hingga manajemen waktu. Semuanya disajikan dengan lugas dan praktikal, ditulis berdasarkan kondisi nyata yang terjadi di lapangan. Semuanya akan membantu usaha yang sedang atau

akan Anda jalankan menuju ke arah sukses.

Selain tips yang disajikan dalam bentuk artikel, Anda juga bisa membaca bagian lampiran di mana di dalamnya akan ada berbagai contoh dokumen-dokumen penting dalam dunia wirausaha. Sebagai tambahan, kami juga menyertakan beberapa tips marketing modern berbasis online yang bisa melengkapi ilmu manajemen yang disajikan.

Semoga usaha Anda sukses!

Tim Penulis Strategi Manajemen Bisnis

Studi Kelayakan Bisnis Usaha

Saat ini kita akan dengan mudah menemukan berbagai jenis usaha yang sebenarnya berawal dari ide-ide untuk berwirausaha. Semakin banyak orang yang memilih untuk berwirausaha saat ini karena memang lebih menyenangkan dan lebih menantang dibandingkan bekerja pada orang lain. Tentunya ketika siapapun dari kalian memutuskan untuk berwirausaha, ada hal-hal yang harus diperhatikan terlebih dahulu demi mencapai hasil yang maksimal nantinya.

Berbagai hal jelas sangat dibutuhkan ketika kalian akan memulai wirausaha apalagi jika kalian sama sekali belum pernah melakukannya meskipun ketika kita melihat diluar sana sepertinya sangat mudah karena memang banyak sekali

usaha yang berawal dari ide wirausaha dan terbukti sukses.

Satu hal yang harus dilakukan adalah mengenai studi kelayakan bisnis disertai dengan analisis lingkungan yang tentunya mendukung usaha yang akan dilakukan. Berikut ini merupakan hal-hal yang termasuk dalam alur usaha dengan menggunakan manajemen otak kiri bagi siapapun yang ingin memulai untuk berwirausaha. Perhatikan!

| | | | | |
|--|---|---|---------------|---|
| Jenis Usaha: Ide baru Yang sudah banyak ada Waralaba Akuisisi | Bentuk Usaha & Perijinannya Perseorangan CV PT Ijin Usaha Konvensional Waralaba | Bangunan & Lokasi Usaha Rumah Toko/Ruko | Nama Usaha | Modal Usaha Bank Konvensional Bank Syariah Join Business Modal Ventura Non Bank/ Pegadaian |
|--|---|---|---------------|---|

1. Jenis Usaha

Dalam bagian ini kalian harus memikirkan jenis usaha yang akan

kalian mulai. Sangat penting untuk memikirkan bagian ini dengan sangat matang agar hasilnya juga maksimal. Beberapa pilihan yang ada dan bisa kalian pilih meliputi ide-ide baru yang merupakan kreasi kalian sendiri, mengikuti ide-ide yang sudah ada namun diterapkan dengan modifikasi dan pengembangan, mengikuti program waralaba dari usaha yang sudah sukses dan terkenal, lalu juga jenis usaha akuisisi.

2. Bentuk Usaha dan Perijinan

Kalian juga harus memikirkan bentuk dari usaha yang akan kalian jalankan nantinya. Bentuk-bentuk usaha yang biasanya ada dan bisa dipilih meliputi perseorangan, CV, PT, Ijin Usaha konvensional , dan juga

Waralaba. Apapun yang kalian pilih tentu kalian harus mengurus masalah perijinannya agar kelangsungan usaha kalian nantinya terjamin karena memang sudah memiliki ijin yang sesuai.

3. Bangunan dan Lokasi Usaha

Selanjutnya adalah mengenai bangunan yang akan digunakan untuk usaha serta juga lokasi dimana usaha itu akan dilakukan. Bagian ini juga tidak kalah penting khususnya jika kalian memutuskan untuk memulai usaha yang langsung berhubungan dengan konsumen di lokasi usaha. Akses yang mudah dari lokasi usaha kalian merupakan hal yang wajib untuk diputuskan sehingga konsumen akan mudah mencari kalian yang tentu akan

menambah kesuksesan usaha kalian kedepannya nanti.

4. Nama Usaha

Nama itu sendiri merupakan sebuah identitas yang kalian wajib cantumkan dalam usaha yang kalian lakukan. Tidak jarang juga nama usaha dibuat unik agar mudah diingat oleh para konsumen. Buatlah nama usaha yang memang sesuai dengan jenis usaha yang kalian lakukan namun memiliki nilai yang membuat orang mudah mengingat dan se bisa mungkin mereka hanya akan mengasosiasikan jenis usaha kalian dengan nama yang kalian buat dan gunakan.

5. Modal Usaha

Bagian terakhir adalah tentu

merupakan modal dari usaha itu sendiri. Jenis usaha apapun membutuhkan modal. Dalam berwirausaha biasanya masalah modal adalah yang sering dibilang paling sulit karena pada dasarnya kalian belum bisa menggunakan usaha kalian sebagai jaminan mencari pinjaman modal. Kalian bisa mengandalkan bank konvensional, bank syariah, join business, modal ventura, atau juga non bank seperti pegadaian untuk modal usaha kalian. Apapun pilihan kalian untuk mencari modal usaha, pikirkan mengenai berbagai hal kedepannya, mana yang lebih mudah.

Selanjutnya hal yang harus dilakukan dalam memulai usaha adalah untuk melakukan analisa SWOT. Apa itu

analisa SWOT? SWOT itu sendiri merupakan kependekan atau singkatan dari Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats. Kalian paham maksudnya? Dalam bahasa Indonesia SWOT tadi berarti kekuatan atau keunggulan, kelemahan, kesempatan, dan ancaman.

Sangat penting bagi kalian yang memutuskan untuk berwira usaha memahami 4 hal dalam SWOT tadi. Karena itu sangat disarankan untuk melakukan analisa SWOT sebelum benar-benar memulai usaha kalian demi kelancaran dan kelangsungan usaha kalian nantinya.

Analisa SWOT berfungsi untuk :

- Membangun Kekuatan**
- Memecahkan Kelemahan**
- Memanfaatkan Kesempatan**
- Menghindari Ancaman**

1. Strengths

(kekuatan/keunggulan)

Dalam bagian ini kalian harus mampu memilah-milah hal-hal yang memang mampu kalian lakukan dengan sangat baik dan juga benar. Ini dapat berupa keahlian kalian atau juga keterampilan yang kalian banggakan lalu juga sangat bisa diunggulkan dibandingkan dengan pesaing anda dalam usaha yang akan anda jalankan. Untuk mengetahui dan merumuskan bagian ini anda perlu menanyakan dua pertanyaan mendasar yaitu “apa keuntungan yang kalian miliki?” dan juga “apa

hal yang kalian lakukan dengan sangat baik?".

Strength

Sesuatu yang Anda lakukan dengan baik atau benar. Bisa berupa keahlian ketrampilan atau keuntungan yang Anda miliki dibandingkan yang dimiliki pesaing. Pertanyaan yang diajukan

- Apakah keuntungan Anda
- Apakah yang Anda lakukan dengan baik

Setelah menjawab dua pertanyaan tersebut tentunya kalian akan mampu menemukan Strengths dalam kaitannya dengan usaha yang akan kalian lakukan.

2. Weaknesses (kelemahan/kekurangan)

Kebalikan dari bagian pertama tadi, bagian ini justru berusaha melihat kelemahan atau kekurangan yang

kalian miliki. Untuk apa melihat kekurangan? Tentu dengan memahami kekurangan yang kalian miliki maka kalian akan mampu mencari cara untuk menyiasatinya demi hasil yang lebih baik kedepannya.

Weaknessess

Kekurangan Anda atau sesuatu yang Anda lakukan dengan buruk dibandingkan dengan yang dilakukan/ dimiliki pesaing. Pertanyaan yang diajukan

- Apakah yang dapat ditingkatkan?
- Apakah yang dilakukan dengan buruk?
- Apakah yang harus dihindari?

Sederhananya adalah kalian harus memikirkan hal-hal yang kalian tidak begitu maksimal dalam melakukannya dibandingkan dengan pesaing kalian. Setelah itu ajukan pertanyaan-pertanyaan seperti

“apakah hal-hal yang harus ditingkatkan?” dan juga “apakah hal-hal yang harus dihindari?”. Jadi bukan hanya mencari sisi lemah dari kalian tetapi juga mencari cara bagaimana menyiasatinya sebisa mungkin.

3. Opportunities (celah-celah kesempatan)

Selanjutnya setelah memahami kekuatan dan kelemahan kalian serta juga cara menanggulangi kelemahan kalian maka kalian harus melihat celah-celah yang bisa kalian masuki sebagai kesempatan untuk memajukan usaha kalian nantinya. Dalam hal ini kesempatan yang dimaksud adalah yang erat kaitannya dengan kekuatan kalian sehingga benar-benar dapat

dimasimalkan hasilnya.

Opportunities

Kesempatan realistik bagi perkembangan bisnis di masa depan. Sesuatu yang digunakan untuk mengembangkan kelebihan.

Pertanyaan yang diajukan :

- Seperti apakah kecenderungan pasar itu
- Bagaimana cara memanfaatkannya?
- Seperti apakah kesempatan yang ada bagi Anda

Pikirkan pertanyaan-pertanyaan seperti “seperti apa kecenderungan pasar saat ini?”, “bagaimana cara memanfaatkan keadaan pasar itu?”, dan juga seperti apa kesempatan yang kalian miliki saat ini?”. Ingat untuk benar-benar mencari celah kesempatan yang benar-benar realistik sehingga hasilnya akan lebih maksimal.

4. Threats

(ancaman-ancaman usaha)

Bagian terakhir ini merupakan bagian dimana kalian harus memikirkan hal-hal atau faktor-faktor yang mungkin akan mengancam kelangsungan usaha kalian kedepannya nanti. Sangat mungkin memang bahwa ada hal-hal yang bisa mematikan usaha-usaha tertentu. Sebagian mungkin terlihat tidak dapat dihindari seperti perkembangan teknologi yang tentunya mematikan usaha-usaha yang berhubungan dengan teknologi jaman dulu.

Threats

Faktor yang mungkin sudah atau belum Anda awasi yang dapat mengarah pada kemunduran usaha. Pertanyaan yang diajukan :

- Rintangan apakah yang Anda hadapi
- Apakah yang dilakukan pesaing Anda
- Efek apakah yang terjadi atas peningkatan teknologi

Ajukan pertanyaan-pertanyaan seperti “rintangan apa yang akan kalian hadapi nantinya?”, “hal-hal apakah yang mungkin dilakukan pesaing kalian?”, dan juga “apakah ada efek dari perkembangan teknologi dari usaha kalian?”.

Dengan benar-benar memikirkan 4 hal dalam analisa SWOT tadi maka kalian sudah lebih mempersiapkan diri untuk benar-benar memulai sebuah usaha. Kalian sudah mengetahui kekuatan kalian

serta juga kelemahan yang ada.

Celah-celah yang bisa kalian masuki juga sudah kalian pahami lengkap dengan kemungkinan ancaman-ancaman yang ada dalam usaha kalian sehingga kalian akan mampu merencanakan semua hal untuk mendukung kelangsungan dan kelancaran usaha kalian nantinya.

Untuk lebih jelasnya kalian bisa menyimak satu contoh lengkap analisa SWOT berikut ini untuk satu jenis usaha yang juga sudah ditentukan.

Nama usahanya adalah Complete Hardware yang bergerak dalam usaha pengadaan perkakas dan berlokasi di kota Denpasar Bali. Nah perhatikan analisa SWOT dari usaha tersebut berikut ini agar kalian lebih memahami bagaimana

membuat analisa yang benar untuk usaha kalian.

1. Strengths

- Tingkat kompetisi yang bisa dibilang tanpa pesaing karena usaha jenis pengadaan perkakas masih sangat sedikit jadi tentu merupakan keuntungan bagi usaha ini.
- Jenis atau varian dari produk yang ditawarkan dari Complete Hardware lebih banyak dan lengkap dibanding pesaing-pesaingnya.
- Harga yang ditawarkan relative lebih murah karena sebagian besar dari produk yang ditawarkan merupakan produk-produk lokal tidak seperti barang-barang yang kebanyakan impor

seperti yang ditawarkan para pesaing.

Strength

1. Tingkat kompetisi yang relatif tanpa pesaing karena usaha penjualan perkakas di denpasar sangat sedikit
2. Varian produk yang ditawarkan lebih lengkap dan banyak
3. Harga yang lebih murah karena sebagian besar adalah produk lokal, bukan impor seperti yang dimiliki pesaing

2. Weaknesses

- Lokasi usaha dari Complete Hardware yang sayangnya jauh dari pusat kota sehingga akses dari pelanggan tidak sebanyak dan semudah di pusat kota.
- Nama dari Complete Hardware itu sendiri yang masih belum dikenal oleh banyak orang karena

merupakan usaha baru dan usaha sendiri dibandingkan nama-nama pesaing yang merupakan franchise sehingga lebih populer.

- Sebagian varian produk merupakan jenis-jenis barang yang tergolong extra ordinary bagi para konsumen di pasar lokal sehingga akan relatif sulit untuk dijual kepada mereka.

Weakness

1. Lokasi usaha yang jauh dari pusat kota
2. Nama usaha yang belum dikenal pasar, berbeda dengan pesaing dengan sistem franchise dan sudah dikenal masyarakat
3. Sebagian varian merupakan extra ordinary product bagi pasar lokal

3. Opportunities

- Pertumbuhan dan perkembangan penduduk serta sector property di Bali untuk saat ini sangat tinggi yang tentu membutuhkan suplai perkakas yang sangat tinggi pula.
- Pertumbuhan usaha properti itu sendiri akan sangat kuat dan tinggi di bagian marginal kota bukan di pusatnya sehingga lokasi usaha dari Complete Hardware saat ini sangatlah representative untuk jangka waktu kedepan.

Opportunities

1. Tingginya pertumbuhan penduduk dan berkembangnya sektor properti di Bali akan menjaga dan meningkatkan kebutuhan pada penjualan perkakas
2. Pertumbuhan khususnya properti akan terjadi di sektor marginal kota, bukan dipusat yang sudah padat, sehingga lokasi usaha sangat representatif untuk jangka waktu depan

4. Threats

- Situasi dan juga kondisi dari makro ekonomi yang semakin hari seakin memburuk jelas mengancam wirausaha.
- Kemungkinan bertumbuhnya jenis-jenis usaha yang sejenis yang akan lebih pesat di tahun-tahun kedepan.
- Perkembangan teknologi yang semakin maju tentu akan lebih

mempermudah produksi berbagai perkakas yang mungkin akan memiliki jalur distribusi yang lebih umum sehingga lebih mudah mencapai konsumen.

Threats

1. Kondisi makro ekonomi yang kian memburuk
2. Bertumbuhnya usaha sejenis dengan lebih pesat di tahun-tahun kedepan
3. Dengan adanya perkembangan teknologi akan memudahkan memproduksi perkakas-perkakas alternatif dengan harga dan jalur distribusi yang lebih umum

Itu tadi merupakan satu contoh lengkap dari analisa SWOT yang memang sangat jelas menggambarkan hal-hal dalam SWOT dari sebuah usaha. Dalam melakukan analisa SWOT kalian sangat

disarankan untuk benar-benar meneliti secara mendalam khususnya mengenai kondisi pesaing dan juga pasar sehingga memang analisa kalian sangat sesuai dengan keadaan yang sebenarnya.

Dengan adanya analisa SWOT yang terperinci dan valid maka kalian akan bisa mencari berbagai cara untuk memaksimalkan usaha kalian kedepannya.

Strategi memulai usaha dan mengelola usaha

Sebelum membahas lebih jauh tentang memulai dan mengelola usaha, pertama kita akan samakan persepsi dahulu tentang orang yang “dianggap pantas” untuk melakoni sebuah usaha. Ya, pengusaha adalah orang yang menjalani suatu usaha, mengelola, dan mengembangkannya. Untuk melancarkan usahanya, pengusaha dibantu oleh karyawan sebagai kaki tangan operasional. Segala mata rantai mulai produksi, packaging, distribusi, dan manajemen keuangan dijalankan oleh karyawan.

Pada bahasan kali ini akan dibahas bagaimana sosok seorang pengusaha sesungguhnya. Pengusaha tentu berbeda dengan karyawan. Seorang pengusaha

cenderung memiliki kehidupan yang bebas dan ketergantungan rendah. Hal ini berdampak pada ritme kerja yang tidak konstan, ada kalanya harus memforsir tenaga, namun di waktu lain bisa santai. Seorang pengusaha juga dihadapkan pada ketidakpastian pendapatan, hal ini tentu saja konsekuensi dari bisnis/usaha yang dijalankan. Bisnis lancar, cashflow juga mengikuti. Dilihat dari segi yang sama, seorang karyawan cenderung memiliki penghasilan tetap dan stabil (gaji bulanan) dengan ritme kerja rutin dan konsisten. Namun seorang karyawan memiliki kebebasan rendah karena segala kebijakan dan SOP sudah diatur oleh perusahaan (pengusaha). Seorang karyawan juga memiliki ketergantungan tinggi terhadap pekerjaan, pendapatan bulanan, serta kebijakan.

Dalam memulai suatu usaha (menjadi

pengusaha), ada beberapa hal yang harus dipenuhi. Hal-hal inilah yang telah membudaya dalam dunia usaha sehingga menimbulkan mindset tersendiri baik dalam kalangan pengusaha maupun non-pengusaha. Jika anda berasal dari keluarga non-pengusaha dan ingin memulai suatu usaha, ubah lebih dahulu mindset yang telah menjadi mitos, diantaranya; bahwa seorang pengusaha haruslah turun-temurun (diwariskan). Hal ini akan menjadi benar jika anda berada di lingkungan yang mendukung. Maksudnya, anda banyak melihat bahwa “kebanyakan” pengusaha mewarisi usaha orang tua/leluhurnya. Akan berbeda jika anda berada di lingkungan dimana orang belajar bersama dari 0 untuk memulai usaha, dan berhasil. Mitos kedua adalah mental kewirausahaan tidak bisa dipelajari (murni insting bawaan).

Pemikiran ini tidak akan hilang jika anda masih berada di lingkungan (dan melihat) pengusaha turun-temurun. Mitos ketiga, bisnis adalah lingkungan kotor penuh intrik. Ya, benar, jika anda melihat bisnis kelapa sawit yang berakibat pada penggundulan hutan, lobi politik, suap, dll. Namun perlu diketahui, bahkan berjualan telur kiloan sudah masuk definisi bisnis. Mitos keempat, hidup seorang wirausahawan tidak tentram. Tidak ada orang yang tentram sebelum jasadnya dimasukan liang lahat. Saya tidak sedang bercanda bung. Bahkan seorang guru SD sekalipun yang tidak menggeluti bisnis/usaha tetap gelisah memikirkan pemasukan awal bulan yang selalu “pas” dengan anggaran belanja bulanan. Mitos kelima, memulai usaha harus modal besar. Seperti yang saya sampaikan tadi, jika kita bicara tentang

seratus hektar kebun kelapa sawit, modal besar sudah pasti. Namun berjualan telur kiloan tentu tidak harus dengan modal terlalu besar.

Jika seseorang ingin memulai usaha (menjadi wirausahawan), hendaknya dia memiliki mindset wirausaha. Kepercayaan diri menjadi modal pertama yang harus dipenuhi. Seseorang dengan keraguan akan sedikit sulit menjalankan bisnis, mengingat keputusan bisnis, mulai dari yang remeh hingga yang bernilai jutaan dolar, membutuhkan ketegasan. Kedua, sukses bisnis sama dengan prestasi. Adapun prestasi secara sempit didefinisikan sebagai omzet yang terus meningkat. Seorang calon wirausahawan memerlukan mindset orientasi prestasi supaya bisnis berjalan dengan keuntungan yang selalu meningkat.

Ketiga, berani mengambil resiko. Seperti yang saya jelaskan diatas, semakin besar sebuah usaha, semakin tidak kompleks pula keputusan bisnis yang harus diambil.

Tidak jarang keputusan besar yang menghasilkan perubahan di masa depan, diambil dengan penuh resiko. Keempat, berjiwa independen. Hal ini dibutuhkan – namun bukan berarti anti kritik- agar objektifitas tetap terjaga saat pengambilan keputusan. Kelima, kreatif dan inovatif. Kedua hal tersebut wajib kiranya menjadi motor penggerak sebuah bisnis. Jika suatu bisnis *stuck* dengan teknik marketing atau produk yang “itu- itu saja”, bisa dipastikan kompetitor akan sudah terlihat beberapa langkah di depan, sedang mentertawakan kita, yang tidak kunjung berubah. Keenam, ulet dan tekun. Pada akhirnya konsistensi keuletan

dan ketekunan yang membawa pada kesuksesan bisnis, dimana hanya yang konsisten yang bisa bertahan.

Jika anda bertanya, “bagaimana menjadi pengusaha?”, maka saya akan kembali bertanya, pertama, “anda punya impian?”. Tentu impian sukses menjadi pengusaha. Sederhana saja, contohnya anda bermimpi meraih kebebasan finansial, memiliki cukup uang untuk investasi dan mengembangkan usaha. Namun hal itu belum cukup. Pertanyaan kedua adalah, “apa yang akan anda jual?”. Jawaban dari pertanyaan ini adalah kemampuan anda melihat peluang pasar atas “apa yang akan saya jual”. Selanjutnya, “bagaimana produk anda akan dijual?”. Hal ini menitikberatkan pada analisis SWOT produk yang akan anda jual. Misalnya,

anda akan menjual bakso. Apa yang membuat bakso anda berbeda dari bakso yang lain, dan mengapa orang harus membeli bakso anda. Pertanyaan keempat, “dengan siapa anda berbisnis?”. Tentu anda mengharapkan manusia mengkonsumsi produk anda. Bahkan dokter hewan sekalipun mengharapkan manusia datang membawa anjingnya yang sakit, dan membayar. Bisnis yang kita jalankan tidak bisa lepas dari pengaruh lingkungan. Pelanggan anda menaruh harapan besar akan pelayanan yang anda berikan. Pelanggan anda ingin kenyang dan puas baik dari segi dompet dan perut setelah keluar dari warung bakso anda. Maka puaskanlah pelanggan dengan produk berkualitas.

Sebagai pengusaha, tentu anda memiliki karakteristik khusus yang tidak dimiliki

oleh mereka yang non-pengusaha, diantaranya; belajar sambil mengerjakan (learning by doing), belajar dari kesuksesan, mampu mengelola kegagalan dan stress, serta selalu berfokus mencari solusi permasalahan dengan metode terbaik. Selain itu seorang pengusaha juga harus pandai melihat peluang tanpa mengabaikan resiko. Agar usahanya terus berkembang, seorang pengusaha tidak boleh terlalu cepat puas dan terus berinovasi. Ingat anda bukanlah satu-satunya pengusaha dengan hak monopoli. Kompetitor bertebaran dimana-mana. Mereka membeli produk anda, mempelajarinya, dan melihat celah kelemahannya.

Seorang pengusaha memiliki “tugas” untuk selalu kreatif mengelola sumber daya. Jika kreatifitas pengelolaan sumber

daya tidak dimiliki, maka yang terjadi adalah selalu *wasting money* atau berpikir modal selalu kurang. Bagi pengusaha, bahkan jaringan pertemanan pun sudah bisa menjadi modal dalam berbisnis. Selain itu kemampuan komunikasi inter-personal juga harus fasih. Bagaimana tidak, bisnis tentu dijalankan dengan penuh lika-liku. Jika tidak pandai-pandai berkomunikasi, mencari teman, dan sumber daya tentunya (dengan harga murah pastinya), bisnis akan sedikit terhambat. Seorang pengusahan juga harus memiliki jiwa kepemimpinan. Pemimpin tidak selalu dilihat dalam konteks kuantitatif yang besar. Memimpin tim kecil berjumlah lima sudah bisa dikategorikan sebagai pemimpin.

Jika kita berfikir bahwa pengusaha turun

temurun, hal itu bisa jadi benar. Bisa dibilang mereka memiliki darah pengusaha yang diwariskan dari leluhur. Salah satu karakter sifat yang “diwariskan” adalah penilaian karakter yang baik. Seorang pengusaha memiliki kemampuan penilaian karakter terhadap seseorang. Hal ini bermanfaat untuk menempatkan seseorang pada posisi yang tepat (right person on right position). Seorang pengusaha juga berorientasi pada kualitas pelayanan. Anda pernah menelpon salah satu operator selular untuk pengaduan?. Anda akan disambut dengan sangat baik, “selamat pagi, dengan, ada yang bisa dibantu?”. Suara khas yang lemah lembut itu terbentuk melalui pelatihan yang memfokuskan pada kualitas. Selain itu sebuah usaha bisnis tentu memiliki porsi anggaran untuk iklan. Ya, agar produknya

dikenal masyarakat. Jika dalam sebuah iklan (asumsi materi iklan dibuat sudah dengan sangat baik menurut standar si pengusaha) ternyata kurang memberikan konversi dalam bentuk uang, maka peluang “haruslah diciptakan”, dan tidak bisa hanya dicari/ditunggu. Penciptaan peluang ini berkaitan dengan karakteristik darah pengusaha yaitu pemikiran yang visioner. Sebuah bisnis haruslah dipikirkan hingga 20-30 tahun kedepan, rencana, inovasi, investasi, dan protokol pengaman seandainya terjadi *collapse*.

Selain darah pengusaha, ada yang dinamakan budaya pengusaha. Budaya ini bisa menjadi karakter diri atau murni dibentuk oleh pengusaha untuk menciptakan lingkungan kerja yang baik. Beberapa budaya pengusaha antara lain; selalu memberikan yang terbaik, baik

untuk konsumen, karyawan, maupun perusahaan. Selain itu pengusaha juga memiliki jiwa sportif yang semangat juang tinggi. Seorang pengusaha, di dalam perusahaannya, akan berusaha menciptakan kader-kader yang mampu berpola pikir pemimpin, dan bukan pembantu. Seorang pangusaha juga memiliki kemampuan menunda kesenangan untuk mengumpulkan sumberdaya lebih banyak. Budaya terakhir adalah selalu antusias tapi tidak ngawur. Hal ini dilakukan pengusaha ketika membuat rencana bisnis, dan sebuah keputusan diambil dengan pertimbangan dari banyak aspek.

Gunakan Formula 20/80

“Saat menghadapi masalah dalam pekerjaan, gunakan 20% waktu Anda untuk meninjau masalah dan identifikasi akar masalahnya, kemudian fokuskan 80% waktu Anda untuk mencari solusinya, jangan sebaliknya.”

Secara umum ada 2 hal yang harus dihindari dan dikuatkan dalam berwirausaha. Pertama, seorang pengusaha harus menghindari negative

Wirausaha dengan Konsep 5 D

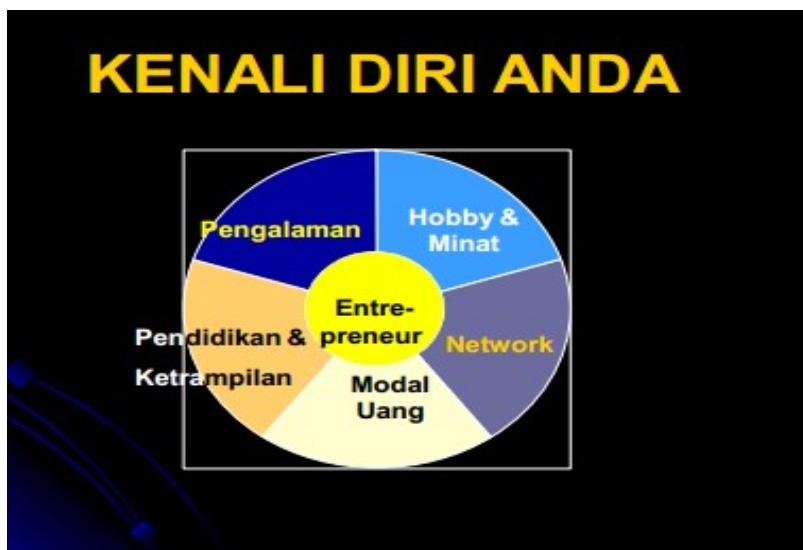


DREAM (IMPIAN) :
HARUS BERANI MIMPI !



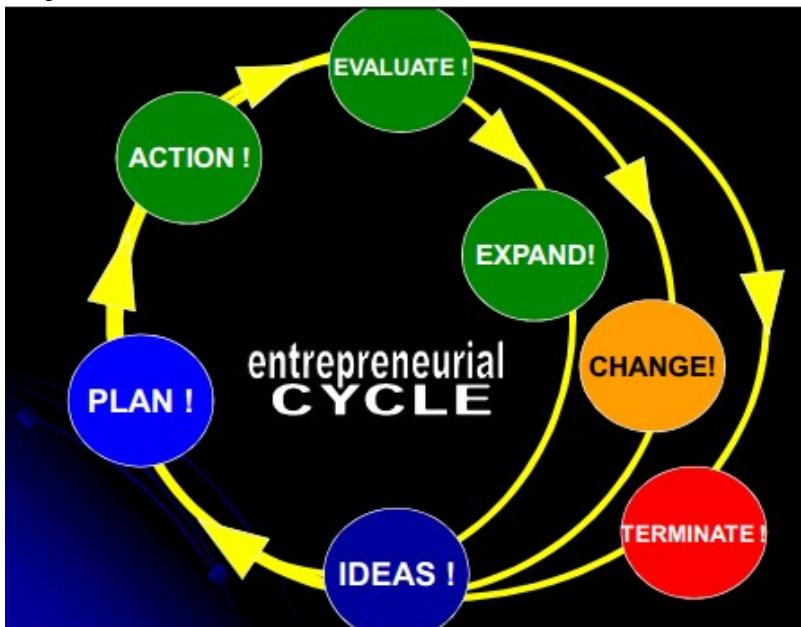
DECISION (KEPUTUSAN) :
BERANI AMBIL KEPUTUSAN !

thinking. Berpikiran negatif akan membawa dampak lesunya sebuah usaha. Pikiran negatif juga tidak membuat perusahaan maju (malah mundur dan bangkrut). Kedua, seorang pengusaha haruslah memperkuat positive thinking. Kekuatan pikiran positif akan selalu memberikan kekuatan. Kelemahan akan dilihat sebagai peluang, kekurangan akan dilihat sebagai tantangan, dan kekalahan akan dilihat sebagai prestasi kecil.



Jika Anda bertanya, “bagaimana menjadi pengusaha?”, maka cara yang pertama adalah dengan mencontoh produk yang sudah ada. Dengan mencontoh anda dapat belajar bagaimana sebuah produk dibuat. Kedua, modifikasi produk. Ini adalah lanjutan dari cara pertama, yaitu dengan memberikan sentuhan berbeda pada produk anda, membuatnya berbeda dengan produk orang lain. Ketiga, anda bisa menciptakan suatu produk/jasa yang sama sekali berbeda dengan yang sudah ada. Jika di lingkungan anda warung bakso dan soto sudah jamak, anda bisa membuat soto-bakso, ditambah layanan antar (delivery) yang memudahkan orang dalam mengakses produk anda. Ingat kemudahan akses adalah salah satu poin *plus* sebuah usaha. Keempat, jika anda punya cukup uang, waralaba bisa menjadi

pilihan bisnis anda. Sistem dan produk sudah mapan, anda tinggal menjalankan saja.



Sumber Ide Bisnis



PERBEDAAN CARA PANDANG WIRAUSAHA



Jika Anda ingin memulai sebuah usaha,

buatlah sasarannya. Sasaran disini bukanlah “untuk siapa produk anda akan dijual”, namun bisnis anda, “untuk apa?”. Pertama, bisnis yang anda rintis hendaknya mampu memfokuskan kekuatan (strength point). Kedua, sebuah bisnis hendaknya bisa memberikan motivasi pada anda untuk terus berinovasi. Selain itu anda hendaknya mampu mengatur ketersediaan sumberdaya yang anda miliki seberapapun banyaknya. Berdasarkan sasaran itu semua, suatu usaha hendaknya menjadi cerminan diri. Sebuah usaha dikatakan berhasil jika memiliki parameter tertentu, misal pencapaian dalam bentuk finansial.

MENCAPAI SASARAN

Menentukan Sasaran

Membangun Sasaran
yang Menantang

Afirmasi :

Merumuskan sasaran
dengan kata-kata positif

Visualisasi:

Membayangkan
sasaran yang sukses
diraih

Menentukan Sasaran

S

Specific : sasaran harus bersifat spesifik dan terfokus
Contoh: "Saya mau buka warung"

M

Measurable: sasaran bersifat terukur
Contoh: "...mencapai omzet penjualan sebesar Rp 60 juta/bulan"

A

Achievable : sasaran yang telah ditetapkan merupakan hal yang realistik dan dapat dicapai (achievable)

R

Relevant : sasaran yang dipilih sebaiknya relevan dan berkaitan dengan kapabilitas Anda

T

Time : waktu untuk mencapai target tersebut / deadline
Contoh: "... harus sudah terealisasi Desember 2009"

Seorang pengusaha hendaknya memiliki keyakinan yang dinyatakan dengan nada

positif, atau yang sering disebut dengan afirmasi.

Afirmasi

Merumuskan sasaran dalam pernyataan yang bernada positif.



*“ Saya akan jadi Juragan Bebek
yang paling sukses di Mojokerto !”*

**Ulangi 3 kali dengan suara keras setiap pagi setelah
mandi pagi di depan cermin!**

Selain itu seorang pengusaha juga hendaknya sudah memvisualisasikan rencana jangka panjang. Untuk membuat visualisasi perencanaan, ada sedikit tips; pertama tenangkan pikiran. Kedua, bayangkan usaha anda sukses, artinya anda telah mencapai kesuksesan. Kemudian anda *breakdown* menjadi rencana kecil jangka pendek untuk

mencapai target-target kecil. Untuk lebih mudahnya perhatikan ilustrasi dibawah ini

Visualisasi

Membayangkan profil kesuksesan yang akan Anda raih dalam pikiran Anda.



Imagination...
Imagine the possibilities!

- Riset menunjukkan efek positif dari visualisasi ini pada tingkat keberhasilan individu
- Tips membangun visualisasi:
 - Tenangkan pikiran Anda
 - Bayangkanlah usaha Anda yang sukses. Sertakan indra Anda sebanyak mungkin dalam imajinasi Anda. Lihatlah rumah makan Anda yang dipenuhi orang, kelezatan rasa makanan yang Anda jual, keramahan pelayan Anda, hingga suara kasir yang terus bergemerincing.....

Pasang Gambar Visualisasi Usaha Anda di tempat yang sering Anda lihat !

Setelah anda menjadi pengusaha, anda akan sampai pada suatu titik jenuh dimana usaha anda stabil, tidak berkembang, dan kurang greget. Maksud saya, usaha anda sudah mapan dengan penghasilan yang besar. Namun jika anda memang bermental pengusaha, keuntungan besar yang stagnan tentu

membosankan. Oleh karena itu diperlukan review perencanaan dan strategi untuk memulai inovasi. Saya akan menyebutnya dengan PLAN, sebuah rencana inovasi agar bisnis anda semakin berkembang –keuntungan besar yang diperoleh tapi stagnan dan dalam jangka waktu lama tetap tidak bisa didefinisikan perkembangan bisnis-. Pertama, anda dapat menantang kembali ide-ide anda. Jika anda menjual bakso di warung, anda mungkin bisa berinovasi dengan konsep *delivery service*. Kedua, memberi sentuhan pada ide. Jika anda sudah berjalan dengan konsep delivery service, berarti anda sudah memberi sentuhan yang “sedikit” revolusioner, dikala penjual bakso lain belum melakukanya. Selanjutnya yang anda perlu lakukan adalah memasang target tinggi pada penjualan. Ketiga, kuasai aspek teknis.

Jika selama ini anda belum berpengalaman dengan konsep delivery, maka matangkan dahulu konsepnya, siapkan instrumen pengaman jika terjadi kendala (umumnya delivery service mengaransi waktu, contoh; “20 menit sampai atau gratis”). Terakhir, jangan terpaku pada rencana formal diatas kertas. Anda perlu dan harus melakukan inovasi terus menerus. Terlebih improvisasi penting untuk mengurangi kekakuan dan memperbesar penemuan celah peluang.

Resep Unggul dalam Bisnis

- To be The First
 - To be The Best
- **To be Different**

(Bob Sadino)



Sebagai pengusaha, tentu ada barang atau jasa yang akan anda pasarkan. Jika anda baru saja memulai bisnis, ada baiknya memikirkan matang-matang produk yang anda buat. Pertama, produk anda hendaknya memiliki nama yang mudah diingat, contoh; BAKSO RUSUK PAK SAM. Kedua, nama hendaknya menjelaskan produk itu sendiri. Seperti contoh produk anda, terlihat jelas apa yang anda jual. Ketiga, mencerminkan

perbedaan produk dengan pesaing. Pada contoh, BAKSO RUSUK mencerminkan perbedaan dengan jenis bakso lain. Saat bakso lain tidak menggunakan komponen RUSUK, anda sudah memakainya. Soal harga, jangan khawatir, konsumen tidak akan mempermasalahkan selama mereka puas.

Dibawah ini ilustrasi bagaimana sebuah usaha dibangun berdasarkan komponen penyusunnya;



Jika anda tinggal di lokasi yang tidak

strategis untuk membuka bisnis (berjualan), anda bisa menggunakan lokasi lain yang sekiranya lebih strategis dan dilewati banyak orang. Namun, lokasi tersebut, apakah akan anda sewa atau beli?. Sebenarnya tidak ada masalah dengan kedua opsi tersebut jika uang/modal juga tidak masalah bagi anda. Namun ilustrasi berikut akan memberikan sedikit gambaran bagaimana konsekuensi dari kemungkinan kedua pilihan tersebut.



Lokasi Usaha : Beli atau Sewa?

| Beli | Sewa |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none">• Tidak tergantung pemilik tempat• Bebas renovasi• Investasi besar di awal• Tidak fleksibel untuk pindah• Mengikat dalam jangka panjang | <ul style="list-style-type: none">• Sangat tergantung pemilik tempat• Tidak bebas renovasi• Investasi lebih kecil di awal• Fleksibel untuk pindah• Tidak mengikat dalam jangka panjang |

Jika anda memilih melakukan usaha di tempat tinggal anda dan bukan di lokasi yang lebih strategis (asumsi tempat tinggal anda tidak strategis), maka ilustrasi dibawah ini bisa memberikan gambaran untung-rugi melakoni usaha di rumah;



Untung Rugi Usaha di Rumah

Untung

- Hemat biaya sewa tempat
- Kontrol lebih mudah
- Tidak perlu meninggalkan keluarga

Rugi

- Image kurang bonafide
- Kemungkinan terganggunya privacy keluarga.
- Pengembangan usaha dapat terganggu masalah aspek legal lokasi

Setelah anda memutuskan tempat di mana anda akan berbisnis, komponen bisnis selanjutnya adalah tenaga kerja. Tenaga kerja/karyawan/operasional adalah salah satu investasi penting sebuah perusahaan. Rekruitmen tenaga kerja dibutuhkan saat skala usaha semakin membesar. Namun tenaga kerja merupakan sumber daya yang paling “sulit diatur”. Namun di sisi lain, tenaga

kerja juga bisa memberikan masukan positif terkait ide perkembangan perusahaan, atau bahkan menyelamatkan perusahaan di saat resesi melalui “ide gila”. Dalam praktiknya, tenaga kerja mendapatkan “upah” hasil kerjanya dalam bentuk gaji ataupun komisi. Gaji biasanya diberikan pada pekerja tetap, sedangkan komisi diberikan pada pekerja tidak tetap sebagai bonus prestasi penjualan barang/jasa. Besaran upah tenaga kerja sesuai dengan trend ekonomi akan selalu naik, tapi tidak pernah turun. Tentu saja kenaikan tergantung dari banyak faktor, perkembangan bisnis salah satunya. Jika anda sebagai pengusaha dan memiliki tenaga kerja trampil maka waspadalah. Anda hendaknya menjaga aset berharga anda bagaimanapun caranya. Investasi kenaikan gaji, promosi, bonus tahunan,

dan segala bentuk insentif merupakan harga yang harus dibayar –tentu saja dengan perhitungan produktivitas dan kinerjanya-. Tidak jarang pembajakan tenaga kerja terampil terjadi karena beberapa faktor; tenaga kerja merasa tidak sejahtera, tidak berkembang, atau memang tawaran upah lebih besar datang menghampiri. Dari kompetitor tentunya.

Bayangkan sekarang anda sudah hidup sebagai pengusaha. Anda sukses?, anda puas?. Tunggu dulu. Anda, sebagai pengusaha tidak hidup sendiri. Anda memiliki kompetitor yang mungkin menjual produk barang/jasa yang sama. Untuk bersaing dengan dengan kompetitor anda, lakukan hal-hal berikut untuk menyelidiki kompetitor anda; pertama, bagaimana keunggulan

produk/jasa yang ditawarkan. Jika anda dan kompetitor sama-sama berjualan bakso, maka buatlah bakso anda berbeda atau lebih unggul dari kompetitor anda. Kedua, apakah kompetitor punya kelemahan. Hati-hati, jika anda berfokus pada pencarian kelemahan, anda akan lupa meningkatkan kualitas anda. Namun pencarian kelemahan juga diperlukan. Ketiga, bagaimana produk mereka dijual, berapa harganya. Hal ini berkaitan dengan kualitas produk anda juga. Anda hendaknya menjual produk dengan harga yang sesuai dengan kualitas. Ada harga untuk kualitas. Keempat, ketahui segmentasi pasar. Anda perlu tahu siapa saja peminat produk anda. Untuk contoh BAKSO RUSUK PAK SAM, penggemarnya kemungkinan anak muda dan dewasa yang hobi *food traveling*. Jika anda bermaksud membidik segmen yang sama

dengan kompetitor, anda perlu berinovasi lebih keras. Namun jika sasaran anda berlainan, kemungkinan peluang anda menjual banyak produk bisa terbuka. Contoh kompetisi bisnis dengan segmentasi pasar yang cukup panas adalah bisnis kafe atau tempat *nongkrong*. Kelima, metode promosi. Metode promosi ini bisa dilakukan dengan kata-kata yang bombastis. Namun metode promosi akan lebih mudah dilakukan jika produk anda memang berkualitas dan menyediakan banyak pilihan pada konsumen. Keenam, anda perlu mengetahui siapa dibalik inovasi kompetitor anda. Contoh bisnis BAKSO RUSUK PAK SAM. Bisa jadi ada bakso jenis lain yang lebih enak karena diolah oleh tukang masak berpengalaman. Orang kunci seperti tukang masak lah yang harus anda temukan.

TAKTIK PEMASARAN



Seorang pengusaha, jika ingin mengalokasikan anggaran untuk iklan tentunya selalu mencari yang paling murah harganya. Salah satu contoh iklan ber-anggaran rendah adalah “dari mulut ke mulut”. Sebuah bisnis jika disebarluaskan melalui rekomendasi –apalagi rekomendasi kawan dekat- terasa lebih efektif. Akan terasa enak jika mendengar rekomendasi seorang teman;

“eh Anda tau nggak BAKSO RUSUK PAK SAM itu enak, satu mangkuk penuh, dikasih rusuk sapi yang banyak dagingnya. Baksonya sih biasa, tapi rusuk sapinya itu besar, kuahnya enak juga, harganya Rp 20.000”.

Ada beberapa hal yang bisa dipetik dari rekomendasi tersebut. Pertama iklan itu gratis dari mulut ke mulut. Kedua, iklan (rekomendasi) tersebut berhasil menciptakan keunikan tertentu, RUSUK SAPI pada komponen bakso. Ketiga, iklan (rekomendasi) tersebut memanfaatkan orang yang bisa dipercaya –secara tidak langsung pengusaha bakso memberikan kepuasan pada teman anda, dan teman anda merekomendasikan kepada anda-. Keempat, konsistensi dan berkesinambungan. Jika setiap orang merekomendasikan BAKSO RUSUK PAK

SAM dengan menitikberatkan pada “rusuk sapi berbalut daging yang banyak”, bukan tidak mungkin pembeli berdatangan ingin mencoba “rusuk sapi” dalam produk bakso tersebut, dan bukan bakso nya. Tentu saja sebagian orang akan bertanya mengenai harga, namun jika “rekomendasi teman” tersebut menyebutkan harga tersebut cukup pantas untuk kelezatan bakso rusuk, pelanggan tentu juga tidak masalah. Namun tentu saja anda sebagai pengusaha harus konsisten menjaga kualitas tanpa mengesampingkan inovasi. Tebel dibawah bisa membantu anda sebagai pengusaha untuk memilih media iklan yang tepat:

Internet (Website/Blog/Milis/Facebook)

| Keunggulan | Kelemahan |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none">• Cocok untuk produk yang menasarkan kalangan "melek internet".• Efektif untuk membentuk komunitas.• Dibanding media iklan lain, terhitung murah | <ul style="list-style-type: none">• Di Indonesia masih terbatas kalangan yang "melek internet"• Biaya koneksi internet di Indonesia masih terhitung mahal• Perlu sarana khusus untuk mengaksesnya |

Setelah anda membuat sebuah produk dan sistem, anda juga harus menentukan harga yang pantas untuk produk anda. Ilustrasi dibawah adalah bagaimana harga sebuah produk ditentukan:



Pedoman Sederhana Menentukan Harga : 3C

1. **Cost**

Dihitung dari harga produksi *plus* keuntungan yang diinginkan

2. **Customer**

Sesuaikan dengan segmen pelanggan yang dituju

3. **Competitor**

Sesuaikan dengan harga pesaing/ harga di pasaran

Jika tadi kita bicara soal bisnis bakso rusuk dengan skala kecil dimana transaksi dilakukan dengan sangat sederhana, sesederhana pesan-konsumsi-bayar. Namun beberapa usaha/bisnis dengan transaksi lebih besar memungkinkan pembayaran dengan cara berbeda. Beberapa jenis pembayaran diantaranya; pembayaran di muka (uang muka/DP). Pembayaran ini dilakukan contohnya

ketika seseorang ingin membeli mobil dengan harga Rp 300.000.000. Uang muka umumnya berkisar antara 30%-50% dari harga, tergantung kesepakatan antara penjual-pembeli. Selain itu ada juga pembayaran dengan cara tunai maupun kredit, dimana pembayaran secara kredit dilakukan untuk menyiasati anggaran yang terbatas saat menginginkan suatu barang/jasa dengan harga tinggi. Transaksi jual beli juga bisa dilakukan dengan konsinyasi. Anda menitipkan barang kepada suatu toko (contoh buku/majalah/makanan) kemudian membagi hasil –biasanya dengan komisi- setelah produk anda laku. Ketika menjalankan bisnis, anda bisa melakukanya sendiri atau berkongsi dengan orang lain. Jika anda memutuskan berkongsi dengan orang lain, waspadailah hal-hal berikut. Pertama, selalu ada

kemungkinan partner anda mengundurkan diri dan likuidasi perusahaan terjadi. Kedua, lebih sulit mengambil keputusan. Tentunya bisnis anda, karena bersistem sharing profit, keputusan bisnis tidak bisa diambil sepihak (meskipun anda benar dengan dukungan data yang mumpuni). Ketiga, adanya kemungkinan partner anda mendirikan usaha serupa (membajak usaha yang anda dan mereka dirikan bersama dengan bisnis yang lebih bagus kualitasnya). Keempat, rahasia perusahaan lebih rentan. Akan ada banyak SOP dan standarisasi kualitas produk yang diketahui oleh partner anda. Kelima, rentan pembajakan sumber daya. Inilah yang menjadi kekhawatiran pelaku usaha dengan sistem kongsi. Partner anda akan membajak “orang-orang kunci” untuk dimanfaatkan secara pribadi.

Seorang calon pengusaha, seperti yang disebutkan diatas, haruslah memiliki mental pengusaha. Namun tentu saja bukan tanpa kendala. Beberapa kendala memulai usaha antara lain; belum siap berwirausaha. Mental pengusaha pantang menyerah diperlukan supaya saat jatuh akan cepat bangkit. Kedua, latah memilih bidang usaha. Akan berbahaya jika anda mengikuti trend, karena yang namanya trend juga akan ada waktu pasang-surutnya. Ketiga, bisnis yang dijalankan tidak memberikan nilai tambah. Hal ini berkaitan dengan inovasi. Semakin banyak inovasi, semakin banyak nilai tambah yang diciptakan. Keempat, meremehkan persyaratan finansial. Sebagai calon pengusaha, meremehkan kekuatan modal finansial sangat beresiko colapse. Kelima, bermitra dengan orang yang salah. Seperti dijelaskan diatas,

mitra anda sedikit banyak mempengaruhi “rahasia dapur” perusahaan. Keenam, pemasaran tidak menjadi prioritas. Bagaimanapun bisnis adalah “soal menjual”. Secara logika jika marketing tidak berjalan, dari mana perusahaan akan mendapat pemasukan. Ketujuh, kurang mampu fokus. Terlalu banyak ide bisa menyebabkan gagal fokus. Lebih baik eksekusi satu ide dengan sungguh-sungguh, lemparkan ke pasar, lihat hasilnya, kemudian evaluasi. Hasil evaluasi akan membantu anda memutuskan apakah ide bisnis tersebut lanjut atau berhenti. Kedelapan, tergoda tawaran menggiurkan. Investor adalah salah satu tawaran menggiurkan untuk calon pengusaha baru. Uang segar dalam jumlah banyak tentu tidak akan diberikan dengan Cuma-Cuma. Akan ada sederet konsekuensi dari suntikan dana tersebut.

Bagi hasil salah satunya.

action !

- Tidak akan pernah ada waktu yang tepat!
- Mulai dari kecil, mulai dari sekarang!
- Berani mencoba, berani gagal, berani bangkit lagi!

Sebuah usaha, apapun bentuknya diperlukan evaluasi untuk pengambilan keputusan lanjut. Evaluasi hendaknya dilakukan secara berkala atau jika ada kasus khusus. Evaluasi baiknya dilakukan setelah selesai sebuah project. Sebuah evaluasi, ada kemungkinan tidak menyenangkan, jika terget yang disusun gagal dipenuhi. Lain cerita jika target

tercapai, evaluasi akan sedikit lebih cepat karena eksekusi rencana selanjutnya tinggal menunggu waktu. Evaluasi keuangan menjadi bahasan pokok, berapa uang masuk dibandingkan uang keluar. Selebihnya adalah masalah teknis operasional. Pada akhirnya evaluasi akan menghasilkan keputusan apakah bisnis berlanjut, berkembang, atau malah berakhir.

Jika evaluasi menghasilkan keputusan ekspansi (perkembangan), ada beberapa hal yang berkaitan dengan perkembangan bisnis. Jika bisnis anda on track, maka ekspansi sudah harus direncanakan jauh-jauh hari. Tentukan jenis ekspansinya, apakah vertikal atau horizontal. Selain itu, untuk calon pengusaha baru lebih memiliki opsi untuk kespansi usaha, misal, waralaba, kemitraan, atau

pembelian lisensi. Bagi anda yang akan memutuskan ekspansi, ada baiknya untuk menghitung kemampuan ekspansi anda. Jangan sampai ekspansi malah merusak bisnis anda yang lain.

Jika evaluasi yang anda lakukan menunjukan data bahwa bisnis anda “kurang sehat”, maka sebaiknya anda berubah, jangan ragu untuk berubah.

Perubahan yang akan anda ambil kerap kali merupakan perubahan mendasar yang memerlukan perombakan sistem bisnis. Tentu untuk memulai perubahan diperlukan keberanian besar. Tidak peduli seberapa sulit usaha, seberapa besar harga yang harus anda bayar, jika konsep perubahan tersebut sudah matang dan anda yakin membawa perubahan maka segeralah mengambil keputusan.

Namun jika yang terjadi adalah evaluasi menghasilkan rekomendasi penutupan bisnis, maka hal itu memang sudah seharusnya terjadi. Evaluasi yang menghasilkan keputusan penutupan bisnis hendaknya berdasarkan pertimbangan dan kalkulasi matang. Sebelum menutup usaha ada baiknya anda melakukan transisi usaha kecil-kecilan sambil merencanakan usaha yang lebih besar. Namun yang lebih penting adalah jangan terburu menyerah. Penghentian bisnis (secara kalkulatif) dengan menyerah karena bangkrut adalah dua hal berbeda. Menyerah karena bangkrut bukanlah mental pengusaha.

Pengelolaan Keuangan Usaha

Pengelolaan Keuangan Usaha sama artinya dengan mengatur arus perputaran uang. Dalam hal mengatur keuangan ini, terlebih keuangan sebuah usaha/ bisnis diperlukan ilmu. Ilmu inilah yang disebut Ilmu Manajemen Keuangan.

Mau bisnis sekala besar atau sekala kecil, atau bahkan hanya tingkat keluarga semuanya membutuhkan ilmu manajemen ini. Mengelola keuangan dalam sebuah bisnis sangat bertolak belakang dengan mengatur keuangan sebuah keluarga. Seseorang dalam mengelola keuangan bisnis, dituntut untuk memiliki keahlian khusus. Hal ini dikarenakan arus perputaran uang dalam dunia bisnis sangatlah kompleks. Mulai dari modal, gaji pegawai, biaya produksi, sampai hutang, dalam pengaturannya membutuhkan pengelolaan yang sangat

detail, terampil, serta teliti.

Beberapa di bawah ini ada cara yang sangat sederhana, yang wajib diketahui dan dipraktekkan oleh para pengusaha baik skala kecil atau skala besar.

“Sederhana” iya sederhana, namun ini sangat efektif. Apakah cara sederhana itu? Silakan simak di bawah ini:

a. Pisahkan keuangan pribadi dengan uang bisnis

Hal ini benar-benar harus dipikirkan, kalau sudah menjadi seorang pengusaha, uang pribadi tidak boleh disamakan dengan uang usaha/bisnis. Kenapa demikian? Jika Anda mencampur uang pribadi dan uang bisnis, kontrol terhadap keuangan akan melemah. Anda bisa dengan sembarangan menggunakan uang bisnis untuk keperluan pribadi dan uang

pribadi untuk keperluan bisnis. Hal ini akan berpengaruh terhadap hasil akhir, karena sudah melenceng dari tujuan dan sistem yang ditetapkan di awal.

b. Tentukan besar uang untuk modal

Uang yang Anda gunakan sebagai modal diwajibkan bernilai tetap dan pasti. Jangan sampai berubah ditengah jalan. Misal, nilai modal awal 5 juta, tapi pada pertengahan karena suatu hal diubah menjadi 2 atau 3x lipatnya. Jelas-jelas ini akan membuat rencana yang Anda buat di awal menjadi tidak berguna. Mulai dari rencana sudah tidak dipakai, akhirnya sistem, target, tujuan, dan hal lainnya tidak akan terpakai.

Setiap pengusaha menginginkan uang modal akan kembali, dan selebihnya akan

menjadi keuntungan, dan itupun masih akan dibagi-bagi jalurnya. Nah, bayangkan saja, modal awal berubah ditengah jalan dan tidak konsisten, untuk merombak semuanya membutuhkan waktu, usaha, pikiran, dan tenaga. Ini akan membuang-buang waktu dan membuat Anda hanya akan berputar pada masalah perusahaan.

c. Pembukuan yang rapi

Hal ketiga yang paling penting adalah pembukuan yang terperinci, jelas, rapi, dan mudah untuk ditinjau ulang. Pembukuan ini sebagai rekam jejak, ketika dipertengahan jalan menemui masalah keuangan. Anda bisa meninjau ulang catatan ketika ingin menganalisa kekurangan atau kejanggalan yang terjadi.

Pembukuan ini juga berfungsi sebagai tolak ukur untung rugi, dan sebagai acuan dalam membuat rencana, target, tujuan, dan sistem.

d. Kurangi risiko utang

Utang selalu dimiliki oleh setiap perusahaan, bahkan keluarga yang tidak memiliki sebuah bisnis pun juga mempunyai utang. Utang dipilih sebagai jalan pintas untuk menyelesaikan masalah. Namun, yang wajib Anda ketahui adalah, ketika melakukan utang, maka akan timbul lubang lain yang harus dipikirkan segera cara untuk menutupnya.

Untuk itu, meminimalisir utang sangat dianjurkan untuk seseorang yang sedang memulai usaha atau bahkan yang sudah

memiliki usaha yang lama.

e. Kontrol kelancaran arus kas usaha

Langkah terakhir yang paling sederhana harus Anda lakukan adalah memantau kelancaran arus perputaran uang dalam bisnis yang dijalankan. Kontrol ini akan sangat berpengaruh terhadap hasil akhir. Kebanyakan perusahaan yang akhirnya bangkrut disebabkan karea utang, tunggakan gaji pegawai, nggak balik modal, dan masalah lainnya, berawal dari kontrol keuangan yang tidak teliti. Oleh karena itu, biasakan kontrol keuangan dimulai dari pengeluaran yang paling kecil.

Seputar Modal

| Seputar Modal | | | |
|-------------------|--|---|---|
| Macam Modal | Pengertian | Contoh Pembelian | Catatan |
| Modal Investasi | Dikeluarkan di awal memulai usaha | <ul style="list-style-type: none">▪ Tanah▪ Gedung▪ Kendaraan▪ Mesin-mesin▪ Promosi awal | Harus dihitung benar sehingga tidak mengganggu arus kas (menjadi uang mati) |
| Modal Kerja | untuk barang & jasa yang akan Anda jual belikan. | <ul style="list-style-type: none">▪ Bahan Baku▪ Bahan Penunjang/ Stok barang jadi | <ul style="list-style-type: none">• Tergantung vol. produksi dan penjualan• Jika menumpuk berarti perputaran modal tidak sehat |
| Modal Operasional | Berupa kas yang harus keluar rutin seiring operasional usaha | <ul style="list-style-type: none">▪ Gaji▪ Listrik, air, telp▪ Pajak& retribusi▪ Dsb | Tetap harus ada meskipun tidak ada penjualan) sehingga ada cadangan modal operasional |

Modal Usaha diartikan sebagai sumber/dasar/ pijakan awal/ pegangan awal seseorang untuk menjalankan sebuah usaha.

Modal Usaha dibagi menjadi 3 kelompok:

1. Modal Investasi
2. Modal Kerja
3. Modal Operasional.

1. Modal Investasi

Modal ini akan Anda keluarkan saat memulai sebuah usaha/ bisnis. Apa saja contoh modal usaha?

- Tanah, bisa digunakan sebagai lokasi memulai usaha
- Gedung, sebagai kantor tempat interaksi bisnis
- Kendaraan, sebagai sarana mengembangkan usaha
- Mesin-mesin, sebagai alat percepatan Anda dalam memproduksi dan mengembangkan usaha.
- Promosi awal, sebagai pengenalan kepada masyarakat, pemasaran, dan langkah awal terjadinya sebuah bisnis.

Modal investasi harus dihitung

benar sehingga tidak mengganggu arus kas (menjadi uang mati).

2. Modal Kerja

Modal ini berupa barang dan jasa yang akan Anda jual belikan. Contoh modal kerja:

- Bahan baku, misal Anda pengusaha meubel, maka yang harus dipersiapkan adalah kayunya.
- Bahan penunjang, berarti yang harus Anda persiapkan adalah gergaji, alat potong, pasah, lem kayu, dan alat lainnya.
- Stok barang jadi, ini harus Anda pastikan selalu ada. Kenapa? Karena jika ada pesanan sewaktu-waktu, Anda siap melayani, fast respon.

Modal kerja ini akan bergantung pada volume produksi dan penjualan. Jika, stok menumpuk padahal produksi terus berlanjut, berarti ada yang tidak beres pada promosi dan penjualan, ini akan berakibat perputaran modal menjadi tidak sehat.

3. Modal Operasional

Bagian ini berupa kas yang harus keluar rutin seiring operasional usaha terus berjalan. Apakah itu?

- Gaji, harus dikeluarkan setiap bulan.
- Listrik, air, telp, ini juga modal bulanan yang harus dikeluarkan untuk menunjang lancarnya kegiatan bisnis.
- Pajak dan Restribusi, memiliki usaha tidak lepas dari membayar pajak dan restribusi.

Modal operasional tetap harus ada meskipun tidak ada penjualan, sehingga ada cadangan modal operasional.

Berguna ketika sewaktu-waktu ada masalah yang terjadi dan membutuhkan penyelesaian dengan segera.

Laporan Kas (1)

Laporan Kas (1)

Laporan paling sederhana dan paling penting sebenarnya adalah **Laporan Kas**

Laporan Kas menjawab pertanyaan, berapa uang yang masuk dan berapa uang yang keluar plus kemana dan darimana uang-uang tersebut

Memilah Kegiatan Pada Laporan Kas

- 1.Kegiatan Operasional
- 2.Kegiatan Investing (Pembelian Aset)
- 3.Kegiatan Financing (Mencari Tambahan Modal)

Laporan paling sederhana dan paling penting sebenarnya adalah Laporan Kas. Laporan arus kas (Inggris: *cash flow statement* atau *statement of cash flows*) adalah bagian dari laporan keuangan suatu perusahaan yang dihasilkan pada suatu periode akuntansi yang menunjukkan aliran masuk dan keluar uang (kas) perusahaan (Wikipedia Indonesia).

Laporan Kas menjawab pertanyaan, berapa uang yang masuk dan berapa uang yang keluar plus kemana dan darimana uang-uang tersebut.

Memilah Kegiatan Pada Laporan Kas

1. Kegiatan Operasional

Kegiatan ini adalah kesatuan kegiatan seluruh fungsi yang ada di perusahaan. Kegiatan operasional ini terdiri dari pengelolaan fungsi dalam menghasilkan barang dan jasa (produksi) serta unsur-unsur yang terkandung di dalamnya. Jadi laporan kas ini harus berdasar pada semua pengeluaran yang terjadi pada kegiatan operasional.

2. Kegiatan Investing (Pembelian Aset)

Dalam pembelian aset ini harus diperhatikan juga pengeluarannya. Catat dengan sedetail mungkin modal yang dikeluarkan untuk hal ini. Catat sekecil apapun itu, bahkan membeli sebuah alat tulis pun itu disebut dengan pembelian aset yang juga harus ada laporan kasnya.

3. Kegiatan Financing (Mencari Tambahan Modal)

Ini hal paling penting yang harus dicatat dengan sejelas-jelasnya. Kenapa? Jika kegiatan mencari modal Anda berhubungan dengan pihak luar (utang), maka ini akan menuntut tanggung jawab yang besar. Maka dari itu, kegiatan dalam mencari modal tambahan ini perlu diperhatikan laur-alurnya agar tidak

mengganggu siklus perputaran kas. Pelaporan dari kegiatan mencari modal tambahan ini harus dipaparkan secara jelas.

Laporan Kas (2)

Laporan Kas (2)

Jumlah Kas yang cukup untuk kegiatan operasional lebih penting dari angka laba rugi.

Banyaknya kas yang Anda punyai menandakan bakal jatuh dan langgengnya perusahaan

Jumlah Kas yang cukup untuk kegiatan operasional lebih penting dari angka laba rugi. Padahal setiap pengusaha memulai usaha dengan memikirkan untung dan rugi diluar modal. Padahal yang paling penting, ketika modal dan uang kas cukup untuk menjalankan operasional dengan sistem yang tepat, maka pengusaha tidak perlu khawatir terhadap untung dan rugi. Banyaknya kas yang Anda punyai

menandakan bakal jatuh atau langgengnya perusahaan. Kenapa demikian? Karena jika sebuah perusahaan di dukung dengan kas yang cukup besar, maka untuk melakukan promosi sangat besar. Kemudian, ketika permintaan meningkat berdasar promosi, maka kas yang besar bisa digunakan untuk melakukan produksi dan perbaikan produk.

LATIHAN

LATIHAN

- Kegiatan 1 : Beli Sayur Mayur Rp.150.000,-
- Kegiatan 2 : Beli Ikan Rp.200.000,-
- Kegiatan 3 : Beli Bumbu-Bumbu Rp.100.000,-
- Kegiatan 4 : Beli Beras Rp.500.000,-
- Kegiatan 5 : Naik Becak Rp.10.000,-
- Kegiatan 6 : Uang Makan Rp.30.000,-
- Kegiatan 7 : Beli Sepeda Rp.450.000,-
- Kegiatan 8 : Dapat Pinjaman dari Ana Rp.1.000.000,-
- Hasil Penjualan : Rp.850.000,-

Berapakah Sisa Kas????

Jumlah total pengeluaran

Rp. 1.440.000,00

Jumlah total pemasukan

Rp. 1.850.000,00

Menghitung Uang Kas

| Pengeluaran | Jumlah |
|-------------------|----------------|
| Beli sayaur mayur | Rp. 150.000,00 |
| Beli ikan | Rp. 200.000,00 |
| Beli Bumbu-bumbu | Rp. 100.000,00 |
| Beli beras | Rp. 500.000,00 |
| Naik Becak | Rp. 10.000,00 |
| Uang Makan | Rp. 30.000,00 |
| Beli Sepeda | Rp. 450.000,00 |

+

Total Pengeluaran Rp. 1.440.000,00

| Pemasukan | Jumlah |
|-----------------|-----------------|
| Pinjaman | Rp. 1000.000,00 |
| Hasil Penjualan | Rp. 850.000,00 |

+

Rp. 1.850.000,00

Jumlah Sisa Uang Kas= Pemasukan-Pengeluaran

Rp. 1.850.000,00

Rp. 1.440.000,00

Rp. 410.000,00

Jadi besarnya uang kas yang masih tersisa adalah Rp. 410.000,00.

Utang Piutang & Uang Muka (1)

Utang Piutang & Uang Muka (1)

Barang-Barang yang bisa dibayar belakangan disebut Utang Dagang atau semua utang yang ada hubungan dengan kegiatan jual beli usaha bukan untuk konsumtif

Dari pihak penjual utang yang diberikan kepada pelanggan ini disebut Piutang Dagang atau pemberian utang yang berhubungan dengan usaha berdagangnya

Barang-barang yang bisa dibayar setelah kita gunakan disebut Utang Dagang.

Semua utang yang ada hubungannya dengan kegiatan jual beli usaha dan bukan untuk konsumtif bisa termasuk ke dalam Utang Dagang.

Contoh:

Peminjam: "Saya pakai kayu ini dulus atau kubik ya untuk produksi saya, nanti kalau barang saya sudah laku saya akan membayarnya."

Dari pihak penjual utang yang diberikan kepada pelanggan ini disebut Piutang Dagang atau pemberian utang yang berhubungan dengan usaha berdagangnya.

Utang Piutang & Uang Muka (2)

Utang Piutang & Uang Muka (2)

Di sebuah perusahaan, besar utang dagang dan piutang dagang bisa mencerminkan dua hal berikut :

1. Tingkat Kepercayaan
2. Kemampuan dan ketidakmampuan perusahaan mengelola kas

Uang muka adalah Kas Masuk

Di sebuah perusahaan, besarnya utang dagang dan piutang dagang bisa mencerminkan dua hal berikut:

1. Tingkat kepercayaan
Semakin besar rasa kepercayaan terjalin, maka sang peminjam bisa mengajukan pinjaman dana yang besar dan sang penjual utang juga dengan senang hati memberikan pinjaman besar.

2. Kemampuan dan ketidakmampuan perusahaan mengelola kas

Yah, ketika sebuah perusahaan ingin mengajukan sebuah permohonan utang, maka harus berdasarkan kemampuan sebuah perusahaan dalam mengelola kas. Apakah pengelolaan keuangannya bagus atau tidak.

Kemampuan pengelolaan keuangan yang baik akan membuat perusahaan berjalan semakin baik. Sebaliknya, jika pengelolan kas buruk, melakukan utang juga sia-sia.

Uang muka adalah Kas Masuk. Namun dalam kenyataan, Uang Muka sering diperaktekkan sebagai uang yang dibayarkan di awal sebagai jaminan kita dalam membeli suatu barang. Besarnya uang muka biasanya tergantung pada kesepakatan.

Laporan Berbasis Akrual vs Kas

Laporan Berbasis Akrual vs Kas

Ada 2 macam laporan keuangan yaitu laporan berbasis akrual dan berbasis kas.

Pada laporan berbasis kas , hanya kas berwujud saja yang dicatat, semua mengacu kepada berapa kas yang keluar dan yang masuk

Pada laporan berbasis akrual semua kegiatan dicatat meskipun dalam transaksi tersebut belum tentu ada kas yang benar-benar masuk atau yang benar-benar keluar

Laporan keuangan ada 2 macam, laporan berbasis akrual dan berbasis kas.

Pada laporan berbasis kas, hanya kas berwujud saja yang dicatat, semua mengacu kepada berapa kas yang keluar dan yang masuk. Jadi lebih jelasnya di sini adalah uang keluar dan uang masuk, jumlah dan kegunaannya.

Latihan Laporan Berbasis Kas

1 januari : Pembelian Komputer Rp.10jt
10 Januari : Bayar Listrik Rp.1jt
12 Januari : Pembayaran Invoice Proyek Budi Rp.25jt
14 Januari : Uang Muka Proyek Cecep Rp.20jt
15 Januari : Uang Muka Pembelian Motor Rp.500ribu
20 Januari : Pembelian Kayu Rp.75jt
21 Januari : Pembelian Supplies Rp.25jt
21 Januari : Penjualan Tunai Rp.15jt
22 Januari : Uang Muka Proyek Amir Rp.45jt
30 Januari : Gaji Karyawan Rp.20jt

Berapakah Sisa Kas???

Pada laporan berbasis akrual semua kegiatan dicatat meskipun dalam transaksi tersebut belum tentu ada kas yang benar-benar masuk atau yang benar-benar keluar. Jelas, ini lebih mirip dengan notulen atas semua kegiatan yang terjadi.

Laporan Berbasis Akrual

- 10 Januari : Bayar Listrik Rp.1jt
- 15 Januari : Penjualan Kredit Kepada Dani Rp.125jt
- 21 Januari : Penjualan Tunai Rp.15jt
- 25 Januari : Penjualan Kredit kepada Endang Rp.30jt
- 30 Januari : Gaji Karyawan Rp.20jt
- 30 Januari : Beban Depresiasi Komputer Rp.415.000
- 30 Januari : HPP Produksi Rp.120jt

Berapakah Laba/Ruginya ???

Laporan Laba Rugi (1)

Laporan Laba Rugi (1)

Yang dilaporkan pada laporan rugi laba adalah semua kegiatan yang berhubungan dengan kegiatan operasional perusahaan. Bukan kegiatan investing bukan pula kegiatan financing

Secara garis besar laporan rugi laba ada 4 bagian :

1. Pendapatan
2. Harga Pokok Pembelian atau Harga Pokok Produksi
3. Biaya umum dan administrasi
4. Biaya lain-lain dan pendapatan lain-lain

Yang dilaporkan pada laporan rugi laba adalah semua kegiatan yang berhubungan dengan kegiatan operasional perusahaan. Bukan kegiatan investing bukan pula kegiatan financing. Secara garis besar laporan rugi laba ada 4 bagian:

1. Pendapatan

Besar kecilnya pendapatan dari segala sektor.

2. Harga Pokok Pembelian atau Harga

Pokok Produksi

3. Biaya umum dan adminitrasi
4. Biaya lain-lain dan pendapatan lain-lain

Laporan Laba Rugi (2)

Laporan Laba Rugi (2)

Yang disebut pendapatan adalah semua transaksi yang invocenya sudah diterimakan ke pelanggan

HPP adalah semua kegiatan yang berhubungan dengan produksi barang atau jasa perusahaan

Biaya Umum & Administrasi adalah semua biaya yang tetap harus dibayarkan meskipun usaha Anda tidak beroperasi dan tidak ada penjualan terjadi

Biaya & Pendapatan Lain adalah semua transaksi yang tidak berhubungan dengan bisnis utama

Yang disebut dengan pendapatan adalah semua transaksi yang invocenya sudah diterimakan ke pelanggan.

HPP adalah semua kegiatan yang berhubungan dengan produksi barang atau jasa perusahaan.

Biaya Umum & Adminitrasi adalah semua biaya yang tetap harus dibayarkan meskipun usaha Anda tidak beroperasi dan tidak ada penjualan terjadi.

Biaya & Pendapatan Lain adalah semua transaksi yang tidak berhubungan dengan bisnis utama.

Laba (Rugi) = Pendapatan – Harga Pokok Penjualan – Beban/Biaya

Pendapatan = Penjualan Kotor – (Retur + Diskon + Dll)

Contoh :

Harga Penjualan kotor 100 unit @Rp.15.000,- = Rp.1.500.000,-

Diskon 10% = Rp.150.000,-

Retur 4 unit = Rp.80.000,-

Penjualan Bersih dari 96 unit yang terjual = Rp.1.500.000 – Rp.210.000,- = Rp.1.290.000,-

Menghitung Laba/ Rugi

Laba/ Rugi = Pendapatan – Harga Pokok

Penjualan – Beban/Biaya

Mengitung Pendapatan

Pendapatan = Penjualan Kotor – (Retur +

Diskon + Dll)

Contoh:

Harga Penjualan kotor 100 unit @Rp.

15.000,- = Rp. 1.500.000,-

Diskon 10% = Rp. 150.000,-

Retur 4 unit = Rp. 60.000,-

Penjualan Bersih dari 996 unit yang

terjual = Rp. 1.500.000,00 – Rp.

210.000,00 = Rp. 1.290.000,00

PENGELOLAAN SDM USAHA

Tim Kerja dan Mitra Kerja

Dalam sebuah perusahaan, dibutuhkan banyak karyawan agar perusahaan tersebut dapat beroperasi. Seorang pemimpin tidak akan dapat menjalankan tugasnya dengan maksimal tanpa bantuan orang lain. Dalam hal ini, karyawan menduduki posisi yang sangat penting. Tanpa karyawan, perusahaan akan cukup lambat dalam mencapai tujuan.

Karyawan atau dalam kata lain Sumber Daya Manusia merupakan sumber daya yang memiliki sifat paling unik di antara sumber daya lainnya. Keunikannya, dibanding dengan modal fisik, peralatan, dan bahan baku, SDM adalah modal yang tidak terlihat. Wujud fisiknya ada namun memiliki kinerja yang tidak terlihat.

Keunikan lainnya, tentu saja karena SDM bukanlah benda mati melainkan makhluk hidup yang bersifat aktif.

Karena keunikan tersebut, perusahaan tidak bisa menyamakan antara SDM yang satu dengan SDM lainnya. Masing-masing individu memiliki kapasitas yang berbeda dalam menunaikan tugas dan kewajibannya untuk perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan tidak bisa memberikan perlakuan yang sama terhadap SDM yang dimiliki.

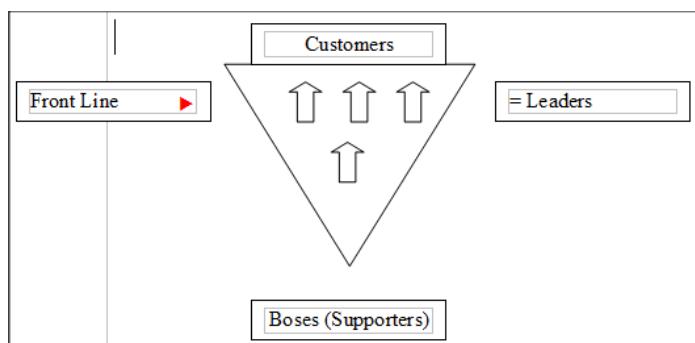
Lalu, sikap bagaimakah yang harus dimiliki agar karyawan merasa betah? Sikap yang benar ialah tempatkan mereka sebagai tim kerja dan mitra kerja. Dengan penempatan sebagai tim kerja dan mitra kerja, tidak akan ada lagi permasalahan mengenai SDM.

Penempatan SDM sebagai tim kerja berarti menempatkan mereka sebagai bagian yang penting dalam perusahaan apapun tugas dan jabatannya. Banyak karyawan yang merasa bahwa jabatan dan tugas yang dimiliki merupakan tugas yang kecil dan tidak memiliki peran penting bagi perusahaan. Akhirnya, mereka merasa kecil hati dan tidak memiliki semangat dalam menyelesaikan tugasnya.

Penempatan SDM sebagai mitra kerja berarti menempatkan mereka bukan sebagai bawahan atau atasan melainkan teman, sahabat, rekan, dan *partner* satu tim. Dengan demikian, batasan-batasan seperti atasan-bawahan akan memudar dengan sendirinya. Suasana kerja yang muncul akan menjadi lebih kooperatif dan nyaman untuk bekerjasama.

Berbagai permasalahan SDM yang muncul salah satunya karena faktor kurangnya kemampuan perusahaan dalam menempatkan SDM sebagai tim kerja dan mitra kerja. Hubungan atasan-bawahan masih terlihat dengan jelas sehingga komunikasi yang terjadi belum maksimal atau bahkan malah tidak ada komunikasi sama sekali.

Faktor internal ini sering berimbang kepada eksternal perusahaan dan kaitannya dengan *customer*. Bagan di bawah menunjukkan bagaimana tim kerja dan mitra kerja mempengaruhi perusahaan dan *customer*.



Dari bagan di atas, terlihat bahwa SDM dalam sebuah perusahaan umumnya dibagi menjadi tiga bagian yaitu *front line employees*, *boses (supporters)*, dan *leaders*.

1. *Front Line Employees* adalah karyawan yang berhadapan langsung dengan customer dan *boses (supporters)*. *Front line employees* tidak berhubungan langsung dengan *leaders*.
2. *Boses (supporters)* adalah karyawan di lini tengah yang menghubungkan *frontline employees* dengan *leaders*. *Boses* tidak berhubungan langsung dengan *customers*.
3. *Leaders* merupakan pemimpin tertinggi yang memimpin perusahaan secara keseluruhan. *Leaders* hanya berhubungan dengan *boses* dan *customer*, tidak

berhubungan secara langsung dengan *front line employees*.

Dalam bagan tersebut terlihat dengan jelas bahwa semua lini SDM adalah bagian yang penting bagi perusahaan untuk menjalin relasi dengan *customer*. Jika hubungan tim kerja dan mitra kerja tidak berjalan dengan baik, relasi yang baik dengan customer tidak akan terjadi.

Penentuan SDM

Penentuan SDM yang tepat dan pas bagi perusahaan bukanlah perkara yang mudah dan tidak bisa disepulekan. Banyak manajer membuang-buang waktu untuk menyeleksi karyawan yang akhirnya berujung pada pemecatan. Hampir 80% seorang karyawan direkrut karena pengetahuan (*knowledge*) dan

keterampilan (*skill*) dan hanya 20% yang direkrut karena sikapnya (*attitude*). Namun berbanding terbalik dengan alasan pemberhentian karyawan lebih dari 70% karyawan dipecat karena sikap. Dalam penentuan SDM atau mitra kerja, ada tiga tahap yang harus dilalui:

1. Rekrutmen karyawan

Rekrutmen karyawan adalah proses pencarian calon karyawan untuk mengisi sejumlah posisi dalam perusahaan. Terjadi komunikasi dua arah dalam proses ini antara perusahaan dengan calon karyawan.

2. Proses seleksi

Proses seleksi adalah proses pemilihan calon karyawan untuk menjadi karyawan. Proses ini didasarkan pada kualifikasi yang dibutuhkan perusahaan kepada

calon karyawan.

3. Masa magang

Masa magang adalah masa orientasi karyawan baru yang sudah berhasil melewati masa rekrutmen dan seleksi. Masa magang biasanya berlangsung selama tiga bulan. Orientasi selama 90 hari dirasa cukup untuk saling mengenal antara perusahaan dan karyawan baru.

Tahap selanjutnya setelah penentuan SDM yang perlu diperhatikan adalah tahap penggajian. Dalam penggajian karyawan perlu diperhatikan hal-hal berikut ini:

1. Tata tertib perusahaan dan kontrak kerja

Kontrak kerja adalah perjanjian secara lisan/tulisan antara

perusahaan dengan karyawan yang berisi hak dan kewajiban yang harus ditunaikan kedua belah pihak.

Termasuk di dalam kontrak kerja adalah besaran gaji, tata tertib perusahaan, dan sanksi.

2. Struktur organisasi

Nominal penggajian harus memperhatikan struktur organisasi. Struktur organisasi yang tidak jelas dan tidak *fair* akan menimbulkan kecemburuhan sosial di antara sesama karyawan.

3. *Job description* dan pembagian kerja

Selain struktur organisasi dan tata tertib perusahaan serta kontrak kerja, faktor lain yang perlu diperhatikan *adalah job description* dan pembagian kerja. Sesuaikan gaji yang diberikan dengan kewajiban yang telah ditunaikan karyawan.

Perhatikan pula ketepatan waktu pemberiannya. Jangan memberikan terlalu awal dan terlalu terlambat.

Rekrutmen karyawan

Halaman di atas sudah sedikit menyinggung mengenai rekrutmen karyawan. Selengkapnya akan dibahas di sini. Rekrutmen karyawan menurut Maltis yaitu merupakan suatu proses atau tindakan yang dilakukan oleh organisasi untuk mendapatkan tambahan pegawai melalui beberapa tahapan mencakup identifikasi dan evaluasi sumber-sumber penarikan tenaga kerja, menentukan kebutuhan tenaga kerja, proses seleksi, penempatan, dan orientasi tenaga kerja. Penarikan pegawai bertujuan menyediakan pegawai yang cukup agar manajemen dapat memilih karyawan

yang memenuhi kualifikasi yang mereka perlukan.

Mencari calon SDM tidak bisa sembarangan dan tidak bisa dilakukan hanya dengan menutup mata saja dan melakukan penilaian sekilas. Penilaian yang cukup teliti saja masih sering luput apalagi hanya dengan melakukan penilaian sekilas.

Ada empat faktor yang perlu diperhatikan dalam proses rekrutmen karyawan.

Empat faktor tersebut yaitu *gender*, waktu kerja, pengalaman, dan daerah asal. Semuanya dibahas secara detail di bawah.

1. Berdasarkan *gender*

Gender menjadi faktor penting yang perlu dipertimbangkan. Bukannya bermaksud untuk membuat perbedaan antara pria dan wanita namun memang ada perbedaan

pekerjaan antara keduanya. Ada beberapa pekerjaan yang hanya bisa dikerjakan oleh wanita. Sebaliknya, ada beberapa pekerjaan yang hanya bisa dikerjakan oleh pria.

Misalnya saja, profesi-profesi yang berhubungan dengan kegiatan lapangan seperti di pertambangan, pelayaran, dan kelautan lebih membutuhkan pria dibanding wanita. Mengapa demikian? Karena pekerjaan di bidang tersebut membutuhkan aktivitas fisik yang berat. Hanya pria yang bisa memenuhi hal ini.

Contoh lainnya, kebanyakan profesi akuntan, *customer service*, *font liner*, dan resepsionis banyak diisi oleh wanita, meskipun ada juga pria yang menempati posisi ini. Profesi tersebut lebih menuntut ketelitian,

kerapian, keramahan, dan kesabaran yang lebih cenderung dimiliki wanita dibanding pria.

Sesuaikan *gender* dengan kualifikasi pekerjaan yang dibutuhkan. Tipsnya, sebelum memutuskan menerima pria atau wanita, identifikasi dulu pekerjaan yang dibutuhkan oleh perusahaan. Kenali *job desc* yang akan dilakukan karena secara psikis dan biologis, pria dan wanita memiliki karakteristik yang berbeda yang akan berdampak pada kinerja.

2. Berdasarkan waktu kerja

Perhatikan waktu kerja yang akan dijalani oleh karyawan. Hendaknya mereka mengetahui terlebih dahulu mengenai pembagian *shift* (jika ada).

3. Berdasarkan pengalaman

Pengalaman adalah guru yang paling berharga. Pepatah tersebut sudah

ribuan kali terdengar dan memang begitulah kenyataannya. Tidak ada guru yang lebih berharga dibanding pengalaman. Begitu juga dengan kaitannya dalam perekrutan SDM. Meskipun tidak terlihat, pengalaman bisa digolongkan sebagai investasi yang tidak ternilai.

Untuk menemukan karyawan dengan pengalaman yang pas, dibutuhkan publikasi yang maksimal dan persebaran informasi yang luas. Perekрутan karyawan yang sudah memiliki pengalaman kerja sebelumnya akan lebih efisien jika dibandingkan dengan karyawan yang belum pernah memiliki pengalaman atau baru saja menyelesaikan pendidikannya.

Efisiensi perekrutan karyawan yang sudah memiliki pengalaman terletak

pada waktu dan biaya yang dikeluarkan perusahaan.

4. Berdasarkan daerah asal

Daerah asal menjadi faktor yang penting bagi kedua belah pihak.

Jangan terlalu banyak merekrut karyawan yang berasal dari daerah yang sama. Akan lebih baik jika berasal dari daerah heterogen.

Selain empat faktor di atas, ada hal lain yang harus diperhatikan yaitu:

1. Hindari merekrut lebih dari satu karyawan yang memiliki hubungan kerabat saudara.
2. Hindari merekrut karyawan dengan orientasi satu etnis atau suku tertentu saja.
3. Hindari merekrut karyawan yang memiliki hubungan kekerabatan dengan Anda sebagai pemilik usaha.

Akan ada beberapa masalah yang muncul

saat merekrut karyawan baru, terlebih jika mereka direkrut tanpa adanya proses seleksi. Beberapa yang umum untuk diketahui adalah sebagai berikut:

1. Karyawan memiliki kebiasaan buruk
2. Karyawan tidak tertarik dengan pekerjaannya
3. Karyawan baru tidak berpengalaman kerja

Proses Seleksi

- Ada beberapa tahapan yang dilakukan dalam proses seleksi:
- Data ulang
- Tes psikologis
- Tes umum
- Wawancara
- Tanyakan latar belakang pendidikannya.
- Tanyakan soal pengalaman kerjanya.

- Tanyakan alasan kenapa berhenti bekerja di tempatnya dulu.
- Tanyakan soal motivasinya bekerja di tempat Anda.
- Tanyakan pendapatnya apa yang diketahui soal produk usaha Anda
- Tes tambahan (analisis SWOT)

Berikut ini adalah tips sederhana yang bisa dilakukan pada proses seleksi karyawan.

1. Lakukan proses seleksi dengan tenggang yang tidak terlalu lama dan praktis.
2. Simpanlah semua formulir atau data karyawan yang tidak lolos seleksi. Siapa tahu mereka akan dibutuhkan di lain waktu. Dan saat itu terjadi anda tidak perlu lagi melakukan tes yang bisa menyita waktu.

Penggajian/upah karyawan

Halaman di atas sudah sedikit membahas mengenai penggajian karyawan. Berikut ini akan disinggung lagi mengenai penggajian dengan materi yang berbeda. Sistem gaji dan kesejahteraan karyawan adalah kumpulan ketentuan yang mengatur mengenai gaji dan kesejahteraan karyawan berdasarkan posisi dan jabatannya dalam perusahaan serta cara menghitungnya dan aplikasinya.

Tidak ada rumus pasti mengenai penyusunan sistem gaji dan kesejahteraan, semua tergantung dari kondisi keuangan perusahaan.

Jenis pembayaran gaji/upah dibagi menjadi dua yaitu:

- Gaji menurut waktu untuk karyawan lepas
- Gaji bulanan

Tata tertib dan panduan upah/gaji bagi karyawan, ada tiga hal yang harus diperhatikan:

1. Izin

Terdapat izin 2 jam bagi karyawan.

Izin ini harus disampaikan setidaknya 1 hari sebelumnya.

2. Cuti

3. *Resign*

Jika mengundurkan diri atas kemauan karyawan maka tidak ada pesangon.

Jika PHK karena kondisi krisis maka dapat pesangon dengan rumus:

$$\text{Pesangon} = \text{Masa Kerja (thn)} \times 2 \\ \text{kali gaji pokok}$$

Peraturan penggajian/upah
Instrumen utama pembayaran upah/gaji:

1. Gaji Pokok
2. Uang Transportasi dan Uang Makan
3. Tunjangan Jabatan
4. Insentif

Instrumen penunjang pembayaran upah/gaji:

1. Bonus Produktivitas
2. Bonus Target
3. Bonus Hari Raya (THR)
4. Bonus Tahunan
5. Bonus Lain-lain

Sedangkan untuk perhitungan lembur, peraturan yang biasa digunakan adalah:

1. Lembur Hari Libur/Tanggal Merah
2. Lembur Per Jam
3. Lembur 1 Shift / 1 hari kerja
4. *Medical Support*/Tunjangan Kesehatan
5. Tunjangan Hari Raya

6. *Cash Bon*
7. *Soft Loan*

Kategori Gaya Karyawan dalam Hadapi Pelanggan

1. Gaya tidak butuh, ada pelanggan atau tidak, masa bodoh.
2. Gaya malu-malu, ada pelanggan malah pura-pura sibuk.
3. Gaya *wait & see*, melayani pelanggan asal ada.
4. Partisipasi 100%, pelanggan manapun dilayani habis-habisan.

Pengelolaan SDM Secara Efektif & Efisien

Berikut ini yang harus dilakukan pemilik perusahaan agar bisa mengelola SDM secara efektif dan efisien:

- Mengelola dengan hati.
- Menanamkan rasa memiliki.
- Membuat sarana pengelolaan

karyawan.

- Visi dan misi usaha.
- Struktur organisasi bisnis yang lengkap.
- Deskripsi pekerjaan karyawan yang jelas.
- Peraturan perusahaan yang dinamis.
- Peraturan disiplin karyawan yang tegas.
- Kontrak kerja karyawan.
- Sistem penghargaan & hukuman.
- Sistem promosi & demosi yang objektif.
- Sistem regenerasi & kaderisasi karyawan.
- Sistem gaji & kesejahteraan karyawan.
- *Standart operating procedure.*
- Mengimplementasikan sarana pengelolaan SDM.
- Sosialisasi program yang cukup.
- Implementasi secara bertahap.
- Penyesuaian dengan tujuan akhir pertumbuhan atau perkembangan.
- Mengawasi pelaksanaan program

pengelolaan SDM.

- Melakukan evaluasi & pengembangan program

pengelolaan SDM.

- Mengembangkan SDM.

- Memilikii kemampuan dalam bidang *leadership*.

- Memiliki daya analitis yang kuat.

- Mampu memainkan peran sebagai *trainer* dan teladan.

- Memiliki motivasi diri di atas rata-rata.

Visi & Misi Usaha

Hal selanjutnya yang tidak kalah penting adalah mensosialisakan visi dan misi perusahaan. Apakah visi dan misi itu?

Visi : Kemampuan menggambarkan masa depan usaha.

Visi dan misi harus dibuat tertulis diberitahukan kepada karyawan pada saat pertama kali mereka bekerja atau

pada saat *training*.

Misi : Apa saja yang dilakukan untuk bisa mencapai sasaran atau tujuan usaha.

Struktur Organisasi Usaha

Mayoritas pengusaha kecil & menengah tidak membuat struktur organisasi ini secara tertulis antara lain:

- Tidak sempat menulis.
- Tidak sempat mempelajari struktur organisasi modern.
- Tidak memahami bahkan tidak mengerti arti pentingnya struktur organisasi usaha.

Struktur organisasi usaha adalah sebuah struktur yang memberikan gambaran secara kasat mata kepada setiap orang (terutama karyawan) yang ingin mengetahui posisinya dalam organisasi usaha yang bersangkutan beserta garis komandonya.

Struktur organisasi usaha berfungsi untuk menata posisi pimpinan dan karyawan dalam suatu organisasi usaha.

Struktur organisasi usaha lazimnya dituangkan dalam bentuk tertulis dan disajikan dalam bentuk bagan, dimana orang dapat melihat posisi mereka masing-masing.

Membuat Struktur Organisasi Usaha

1. Struktur Organisasi Usaha Paling Sederhana

Owner/Pimpinan/Direktur

Karyawan

2. Struktur Organisasi Usaha Sederhana

Pimpinan/Direktur

Karyawan Bagian
Produksi

Karyawan Bag
Adm & Umum

3. Struktur Organisasi Usaha Menengah Sederhana

Direktur

Bag Produksi

Bag Keuangan

Bag Pemasaran

Bag SDM

4. Struktur Organisasi Usaha Menengah



Deskripsi Pekerjaan Karyawan

Struktur organisasi usaha hanyalah gambar mati jika tidak diikuti dengan deskripsi pekerjaan masing-masing posisi yang tercantum dalam bagan struktur organisasi usaha tersebut.

Deskripsi pekerjaan karyawan berfungsi untuk menjadi pedoman bagi setiap karyawan dalam menjalankan tugasnya sehari-hari dan berfungsi pula sebagai pedoman bagi pemilik usaha

untuk mengevaluasi apakah karyawannya sudah melakukan tugasnya dengan baik, dengan cara membandingkan hasil kerja yang dicapai oleh karyawan yang bersangkutan dengan deskripsi pekerjaannya.

Kontrak Kerja Karyawan

Kontrak kerja karyawan adalah perjanjian yang ditandatangani oleh pengusaha dan karyawan yang didalamnya mengatur mengenai hak dan kewajiban pengusaha dan karyawan tersebut dalam hubungan ketenagakerjaan.

Kontrak kerja karyawan biasanya berbentuk tertulis, cukup singkat, antara satu hingga tiga halaman kuarto, dibuat rangkap dua masing-masing dipegang pengusaha dan karyawan.

Lazimnya sebuah kontrak kerja karyawan memuat hal-hal sebagai berikut :

1. Identitas & kedudukan hukum para pihak.
2. Penunjukan kerja & syarat-syarat.
3. Fasilitas & kesejahteraan.
4. Gaji & tunjangan.
5. Ketentuan perundangan & ketentuan perusahaan.
6. Masa berlaku kontrak kerja.
7. Penyelesaian perselisihan.
8. Penutup.

ANALISA USAHA

Gagalnya calon pengusaha atau pengusaha di awal usaha mereka adalah akibat tidak mampu merancang perencanaan bisnis (businessplan) yang baik. Maka, begitu memasuki dunia bisnis, banyak hal yang tak terduga muncul dan tak tahu apa yang harus dilakukan.

Rhenald Khasali

Fungsi Awal Perencanaan Usaha

- Sebagai pedoman untuk mencapai keberhasilan manajemen usaha
- Sebagai alat untuk mengajukan permodalan yang bersumber dari luar.

Dalam perencanaan bisnis ada 9 poin yang harus diperhatikan.

Pertama: memilih bidang usaha

Dalam memilih bidang usaha yang perlu diperhatikan adalah:

- a. bidang usaha tersebut ada pasarnya
- b. bidang usaha tersebut kita senangi
- c. bidang usaha tersebut kita memiliki keahlian atau sumber daya manusia yang ahli di sekitar tempat usaha.

Dalam memilih bidang usaha perhatikan usaha – usaha yang:



1. Resiko kecil
2. Resiko sedang
3. Resiko tinggi

| Jenis-Jenis Usaha dan Perkiraan Besar Modal | | | | Jenis-Jenis Usaha Penjualan Makanan | | | |
|---|-----------------|--------------------|--------|-------------------------------------|-----------------|--------------------|--------|
| Jenis Usaha Dagang | Perkiraan Modal | Kunci Keberhasilan | Risiko | Jenis Usaha Dagang | Perkiraan Modal | Kunci Keberhasilan | Risiko |
| Ayam Goreng | kecil | rasa,bersih,murah | rendah | Ayam Goreng | kecil | rasa,bersih,murah | rendah |
| Bakpao | kecil | rasa,bersih,murah | rendah | Bakpao | kecil | rasa,bersih,murah | sedang |
| Bakso | kecil | rasa,bersih,murah | rendah | Batagor | kecil | rasa,bersih,murah | rendah |
| Batu-Bahan | kecil | murah, kualitas | sedang | Buah-Buahan | kecil | murah, kualitas | sedang |
| Bubur Ayam | kecil | rasa,bersih,murah | sedang | Bubur Kacang ijo | kecil | rasa,bersih,murah | sedang |
| Empek-empek | kecil | rasa,bersih,murah | rendah | Es Campur | kecil | rasa,bersih,murah | sedang |
| Gado-Gado | kecil | rasa,bersih,murah | sedang | Gado-Gado | kecil | rasa,bersih,murah | sedang |
| Goreng-Gorengan | kecil | rasa,bersih,murah | rendah | Goreng-Gorengan | kecil | rasa,bersih,murah | rendah |
| Gulai Kambing | kecil | rasa,bersih,murah | rendah | Gulai Kambing | kecil | rasa,bersih,murah | rendah |
| Karedok | kecil | rasa,bersih,murah | rendah | Karedok | kecil | rasa,bersih,murah | rendah |
| Ketoprak | kecil | rasa,bersih,murah | sedang | Ketoprak | kecil | rasa,bersih,murah | sedang |
| Lontong Balap | kecil | rasa,bersih,murah | sedang | Lontong Balap | kecil | rasa,bersih,murah | sedang |
| Kenipik | kecil | rasa,bersih,murah | sedang | Kenipik | kecil | rasa,bersih,murah | sedang |
| Kue | kecil | rasa,bersih,murah | sedang | Kue | kecil | rasa,bersih,murah | sedang |
| Martabak | kecil | rasa,bersih,murah | sedang | Martabak | kecil | rasa,bersih,murah | sedang |
| Masakan Padang | kecil | rasa,bersih,murah | sedang | Masakan Padang | kecil | rasa,bersih,murah | sedang |
| Sari Laut | kecil | rasa,bersih,murah | rendah | Sari Laut | kecil | rasa,bersih,murah | rendah |
| Mie Ayam | kecil | rasa,bersih,murah | rendah | Mie Ayam | kecil | rasa,bersih,murah | rendah |
| Mie Goreng | kecil | rasa,bersih,murah | rendah | Mie Goreng | kecil | rasa,bersih,murah | rendah |
| Minuman Ringan | kecil | rasa,bersih,murah | rendah | Minuman Ringan | kecil | rasa,bersih,murah | sedang |
| Nasi Goreng | kecil | rasa,bersih,murah | sedang | Nasi Goreng | kecil | rasa,bersih,murah | sedang |
| Nasi Pecel | kecil | rasa,bersih,murah | sedang | Nasi Pecel | kecil | rasa,bersih,murah | sedang |
| Nasi Rawon | kecil | rasa,bersih,murah | sedang | Nasi Rawon | kecil | rasa,bersih,murah | sedang |
| Nasi Uduk | kecil | rasa,bersih,murah | sedang | Nasi Uduk | kecil | rasa,bersih,murah | sedang |
| Roti Bakar | kecil | rasa,bersih,murah | sedang | Roti Bakar | kecil | rasa,bersih,murah | sedang |
| Rujak Cingur | kecil | rasa,bersih,murah | sedang | Rujak Cingur | kecil | rasa,bersih,murah | sedang |
| Sate | kecil | rasa,bersih,murah | sedang | Sate | kecil | rasa,bersih,murah | sedang |
| Siomay | kecil | rasa,bersih,murah | sedang | Siomay | kecil | rasa,bersih,murah | sedang |
| Sop Kaki Kambing | kecil | rasa,bersih,murah | sedang | Sop Kaki Kambing | kecil | rasa,bersih,murah | sedang |
| Sop Kaki Sapi | kecil | rasa,bersih,murah | sedang | Sop Kaki Sapi | kecil | rasa,bersih,murah | sedang |
| Soto | kecil | rasa,bersih,murah | sedang | Soto | kecil | rasa,bersih,murah | sedang |
| Susu Kesegaran | kecil | rasa,bersih,murah | sedang | Susu Kesegaran | kecil | rasa,bersih,murah | sedang |
| Tahu Campbell | kecil | rasa,bersih,murah | sedang | Tahu Campbell | kecil | rasa,bersih,murah | sedang |



| Jenis-Jenis Usaha Jasa | | | | Jenis-Jenis Usaha Toko (Penjualan Bara) | | | |
|------------------------|-----------------|---------------------|--------|---|-----------------|----------------------|--------|
| Jenis Usaha Jasa | Perkiraan Modal | Kunci Keberhasilan | Risiko | Jenis Usaha Dagang | Perkiraan Modal | Kunci Keberhasilan | Risiko |
| Accounting Public | sedang | murah, profesional | sedang | Alat Rumah Tangga | kecil | murah, kualitas | sedang |
| Agen Iklan | sedang | tepat waktu, murah | rendah | Acessoris HP | kecil | murah, kualitas | rendah |
| Agen Koran | kecil | murah, tepat waktu | rendah | Bensin, Oli dll | kecil | kualitas, bukti | rendah |
| Agen Perjalanan | sedang | murah, profesional | sedang | Kelontong | kecil | murah, lengkap | rendah |
| Bantuan Hukum | sedang | bukti, profesional | sedang | Mainan Anak | kecil | murah, menarik | rendah |
| Biro SIM & STNK | kecil | murah, tepat waktu | rendah | Pakaian Bekas | kecil | murah, kualitas | rendah |
| Bengkel | besar | murah, bukti nyata | sedang | Perbaikan Sepatu | kecil | murah, kualitas | rendah |
| Lembaga Pendidikan | sedang | murah, kualitas | sedang | Rental VCD | kecil | murah, lengkap | rendah |
| Event Organizer | sedang | murah, bukti nyata | sedang | Alat Tulis Kantor | sedang | murah, lengkap | sedang |
| Gravir | sedang | murah, kreatif | sedang | Bahan Bangunan | sedang | murah, kualitas | sedang |
| Angkutan | besar | murah, bukti nyata | sedang | Factory Outlet | sedang | kualitas, up to date | sedang |
| Klinik | sedang | murah, profesional | sedang | Studio Foto | sedang | kreatif, kualitas | sedang |
| Konsultan | sedang | murah, profesional | sedang | Foto Copy | sedang | murah, kualitas | sedang |
| Laboratorium | sedang | murah, kualitas | sedang | Furniture | sedang | kreatif, kualitas | sedang |
| Laundry | sedang | bersih, tepat waktu | sedang | Jual Kusen | sedang | murah, kualitas | rendah |
| Notaris | sedang | murah, profesional | sedang | Kaca | sedang | murah, kualitas | sedang |
| Penerbit | sedang | murah, kreatif | sedang | Komponen Listrik | sedang | murah, lengkap | sedang |
| Setting Komputer | sedang | murah, tepat waktu | sedang | Komputer | sedang | murah, kualitas | sedang |
| Percetakan | sedang | murah, kualitas | sedang | Penjualan Lukisan | sedang | murah, seni | sedang |
| Salon | sedang | murah, kreatif | sedang | Perhiasan | sedang | murah, kreatif | rendah |
| Reparasi | sedang | murah, tepat waktu | sedang | Elektronik | sedang | murah, kualitas | rendah |
| Warnet | sedang | murah, modern | sedang | Apotik | sedang | kualitas, lengkap | rendah |
| | | | | Optik | sedang | murah, kualitas | rendah |
| | | | | Wartel | sedang | murah, lancar | sedang |

Kedua: estimasi (perkiraan).

Dalam bisnis ada 3 model estimasi:

- Proyeksi
- Prediksi
- Intuisi

| Contoh Persiapan Memulai Usaha Mandiri Rumahan | | |
|---|--------------------|------------------|
| Ide bisnis : Laundry Kiloan | | Biaya Investasi |
|  | | |
| Biaya Investasi | Keterangan | Nilai (Rp.) |
| Mesin Cuci | 2,000,000 | |
| Pengering | 4,000,000 | |
| Peralatan lain (setrika,hanger,rak tempat baju, alas setrika, ember) | 1,500,000 | |
| Total Investasi: | | 7,500,000 |
| Biaya Operasional perbulan | | |
| Keterangan | Nilai (Rp.) | |
| Biaya Tetap | | |
| Penyusutan mesin cuci 1/60 x Rp. 2.000.000 | 33,400 | |
| Penyusutan mesin pengering 1/60 x Rp. 4.000.000 | 66,700 | |
| Penyusutan peralatan 1/12 x 1.000.000 | 33,400 | |
| Total Biaya Tetap | | 183,500 |
| Biaya Variabel | | |
| Deterjen, pewangi, pelembut, pembersih kimia, kantung plastik | 300,000 | |
| Biaya listrik dan air | 400,000 | |
| Biaya transportasi (jika ada pelayanan antar jemput) | 200,000 | |
| Biaya komunikasi (telepon, sms) | 100,000 | |
| Total Biaya Variabel | | 1,000,000 |
| Total Biaya | | 1,183,500 |
| Penerimaan Rata-Rata Perbulan (tarif perkg Rp.4000) | | |
| - Diambil rata-rata 30 pelanggan @3 kg = $30 \times 30 \times 3 \times 4000 = \text{Rp. } 10.800.000$ | | |
| Keuntungan per Bulan | | |
| - Keuntungan=Total penerimaan-total biaya operasional-persenan gaji karyawan =Rp10.800.000-Rp.1.183.500-(15% \times 10.800.000) =Rp.7.9996.500 | | |
| Pay back period = (Total investasi : keuntungan) x 1 bulan = 28 hari | | |

Ketiga: Studi kelayakan

Studi kelayakan merupakan konsep untuk menentukan apakah suatu usaha layak atau tidak. Banyak usaha gagal karena tidak membuat studi kelayakan.

Manfaat studi kelayakan:

- sebagai pembanding antara rencana dan pelaksanaan
- bahan informasi(company profile)
- pelengkap pengajuan kredit-kerjasama
- pelengkap pengajuan izin usaha

Keempat:kondisi lokal

Dalam perencanaan bisnis perlu dipahami tentang kondisi lokal yang menyangkut:

- a. Sumber daya manusia
- b. Bahan baku tersedia
- c. Keadaan lokal yang spesifik (agama, adat, kepercayaan, budaya)

Kelima: Kapan Memulai

Dalam merencanakan kapan akan dimulai suatu usaha harus diperhitungkan aspek pasar.

Keenam: Membuat Kebijaksanaan

Dalam perencanaan perlu ditentukan kebijaksanaan yang akan diambil, yaitu menyangkut:

a. Jenis usaha yang akan dikerjakan b.

 Modal yang akan digunakan

c. Orang/lembaga yang akan diajak kerjasama

d. Asuransi mana yang akan dipakai?

e. Apa saja yang akan diasuransikan?

f. Kapasitas usaha

Ketujuh: Rencana Pemasaran

a. Memperkirakan penjualan

b. Mengukur kondisi pasar

c. Memilih teknik menjual

d. Membuat rencana penjualan

e. Menentukan harga

f. Rencana distribusi

g. Rencana promosi

Kedelapan: Rencana Produksi

Produksi adalah proses memanfaatkan bahan baku menjadi akhir melalui suatu kreasi
Faktor yang perlu diperhatikan:

- a. Dari perkiraan penjualan dapat ditentukan macam dan jumlah barang yang perlu diproduksi
 - b. Ada 2 model produksi
 - produksi berdasarkan pesanan
 - Produksi berdasarkan perkiraan
- c. Lebih murah memproduksi dalam jumlah banyak
- d. Pembelian mesin/peralatan baru, harus dipikir matang

Kesembilan: Rencana Keuangan dan Anggaran

Tujuan setiap usaha mendapatkan profit dengan menggunakan modal secara efisien. Maka dari itu perlu rencana penggunaan modal dan mengetahui bagaimana hasilnya. Dalam rencana tersebut yang berperan penting adalah :

- 1. Program keuangan
- 2. Anggaran
- 3. Pendapatan, pengeluaran dan laba yang diharapkan

Contoh Analisa Usaha (Usaha Pangkas Rambut)

- Modal :
 - Memasang cermin di beberapa sudut dinding, membeli 3 kursi cukur dan peralatan potong rambut
 - Perkiraan 6-10 juta
- Lokasi : menyewa rumah strategis. Menggunakan 2-3 karyawan yang bisa mencukur pria
- Kelemahan : memerlukan keahlian & banyak pesaing
- Solusi :
 - Merekrut beberapa orang yang mahir dalam mencukur rambut
 - Rutin mengamati model rambut yang tren dan selalu mengomunikasikan pada karyawannya
 - Melatih karyawan untuk mencukur secara hati-hati dan rapi
 - Melayani dan mengutamakan kepuasan pelanggan
 - Memberi nama pada usaha pangkas rambut
 - Membuat brosur dan papan reklame yang menarik
 - Memberi layanan tambahan spt cucku jenggot,jambang, dan pijat kepala

Mendirikan Toko Obat (Analisa Usaha)

A. Persiapan

- 1) Persiapan pengetahuan obat-obatan, terutama kesehatan farmasi
- 2) Persiapan tempat. Melakukan survei lokasi yang strategis
- 3) Persiapan modal untuk persediaan obat-obatan

B. Pelaksanaan

- 1) Melakukan survei lokasi yang strategis, baik di rumah sendiri atau menyewa kios
- 2) Menyebarluaskan brosur usaha di tempat-tempat strategis
- 3) Menetapkan harga obat yang standar dan tidak melebihi standar harga obat
- 4) Mengantisipasi peredaran obat-obatan palsu

C. Promosi dan Pemasaran

- 1) Menyediakan papan nama yang besar dan mudah terlihat oleh orang yang melintas
- 2) Menyediakan kartu nama agar mudah dihubungi jika terjadi masalah dengan obat
- 3) Menyediakan waktu untuk layanan konsultasi kesehatan gratis yang sederhana

D. Hambatan

- 1) Kemungkinan beredar obat palsu
- 2) Tidak terjualnya obat-obatan yang mempunyai tanggal kadaluarsa yang terbatas

E. Analisa Usaha

Modal Awal

Peralatan

| | |
|------------------------|---------------|
| Etalase kaca 2 unit | Rp. 2,000,000 |
| Lemari Kaca | Rp. 1,500,000 |
| Mesin hitung uang mini | Rp. 750,000 |
| Jumlah | Rp. 4,250,000 |

Perlengkapan

| | |
|-----------------------------|---------------|
| Promosi | Rp. 200,000 |
| Persediaan obat-obatan awal | Rp. 1,000,000 |
| Jumlah | Rp. 1,200,000 |

Perhitungan laba/rugi perbulan

| | |
|-----------------------|---------------|
| Pendapatan | |
| Rp. 150.000 x 30 hari | Rp. 4,500,000 |

Biaya-Biaya

| | |
|----------------------------|---------------|
| Listrik | Rp. 200,000 |
| Transportasi+komunikasi | Rp. 300,000 |
| Gaji penjaga toko | Rp. 750,000 |
| Biaya perlengkapan | Rp. 1,200,000 |
| Biaya penyusutan peralatan | Rp. 70,833 |
| Jumlah Biaya | Rp. 2,520,833 |

| | |
|--------------------|---------------|
| Laba/Rugi Bersih | Rp. 1,979,167 |
| Payback Period/ROI | = 2-3 Bulan |

What is Business?...

*Bisnis Sebagai
matapencaharian*

Tidak Perlu BisnisPlan

Business....

Ex-2/3 : Bakso



*Bisnis sebagai
Sumber
Penghidupan*



***Tidak Ngerti
BisnisPlan***

Business....

Ex-3/3 : Microsoft (Bill Gates) – "Technopreneur"



Bill Gates

Kekayaan 500 T



| | |
|----------------------------|--|
| Born | |
| Residence | Medina , Washington, U.S. |
| Nationality | |
| Alma mater | Harvard University (Dropout) |
| Occupation | |
| Years active | 1975–present |
| Net worth | US\$ 59 billion (2011) = Rp. 500 T |
| Board member of | |
| Religion | Agnostic [2][3] |
| Spouse | Melinda Gates (m. 1994–present) |
| Children | 3 |
| Parents | William H. Gates, Sr. , Mary Maxwell Gates |
| Signature | |

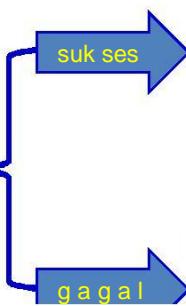


Business....

Sukses & Gagal

Bisnis

PENUH DENGAN MIMPI



Penyebab Kegagalan, a.l. :

1. Tidak dibuat Rencana Usaha (Bisnis Plan, BP)
2. Gagal Membuat Rencana Usaha (tidak mengerti BP)
3. Tidak konsistensi dengan Bisnis Plan

WHAT IS Business Plan ?

1. Sukses berawal dari Business Plan

**2. Dokumen Tertulis Yang
Menggambarkan Secara
Sistematis Suatu Bisnis /
Usaha Yang Akan Dijalankan**

3. Manfaat :

- a. Bahan Pertimbangan Kelayakan Usaha
- b. Dokumen Untuk Mencari Investor
- c. Sebagai Pedoman Arah Bisnis

Agenda

1. Teory & Pemahaman Business Plan

2. Membuat “ Business Plan Sederhana”

3. Presentasi BP dalam 5 Menit Bicara

Format BP (Lengkap)

| DAFTAR ISI | | |
|-------------------|--|--------------|
| 1 | R INGKASAN EKSEKUTIF | Halaman 1 |
| 2 | LATARBELAKANG | 1 |
| 3 | KONSEP BISNIS | 3 |
| 4 | STRUKTUR ORGANISASI | 5 |
| 5 | ANALISA PASAR | 7 |
| 6 | ANALISA PRODUKSI | 17 |
| 7 | ANALISA KEUANGAN | 25 |
| 8 | ANALISA KELAYAKAN USAHA PBP, PI, NVP, IRR, BEP | 40 |
| 9 | LAMPIRAN - Data Perusahaan - Kontrak Penjualan, dll. | 50 |

Format BP (Sederhana)

| | Halaman |
|---|---------|
| 1 LATARBELAKANG 1.1. Latarbelakang motivasi usaha 1.2. Justifikasi pemilihan usaha / produk 1.3. Tujuan usaha / bisnis | 1 |
| 2 Konsep Bisnis 2.1. Dasar ide / peluang usaha 2.2. Nama produk yang ditawarkan 2.3. Keungulan / keunikan produk 2.4. Susunan Organisasi | 2 |
| 3 ANALISIS PEMASARAN 3.1. Gambaran umum pasar 3.2. Wilayah pemasaran 3.3. Permintaan pasar 3.4. Penetapan harga jual | 3 |
| 4 ANALISIS PRODUKSI 4.1. Uraian ciri produk 4.2. Kegunaan produk 4.3. Proses produksi (bagan) 4.4. Kapasitas produksi 4.5. Biaya | 4 |
| 5 ANALISIS KEUANGAN 5.1. Biaya Investasi & besar biaya produksi 5.2. Nilai PBP, PI, NVP, IRR, & BEP | 5 |

Background

LATARBELAKANG

- 1. Latarbelakang motivasi usaha**
- 2. Justifikasi pemilihan usaha / produk**
- 3. Tujuan usaha / bisnis**

Business Concept

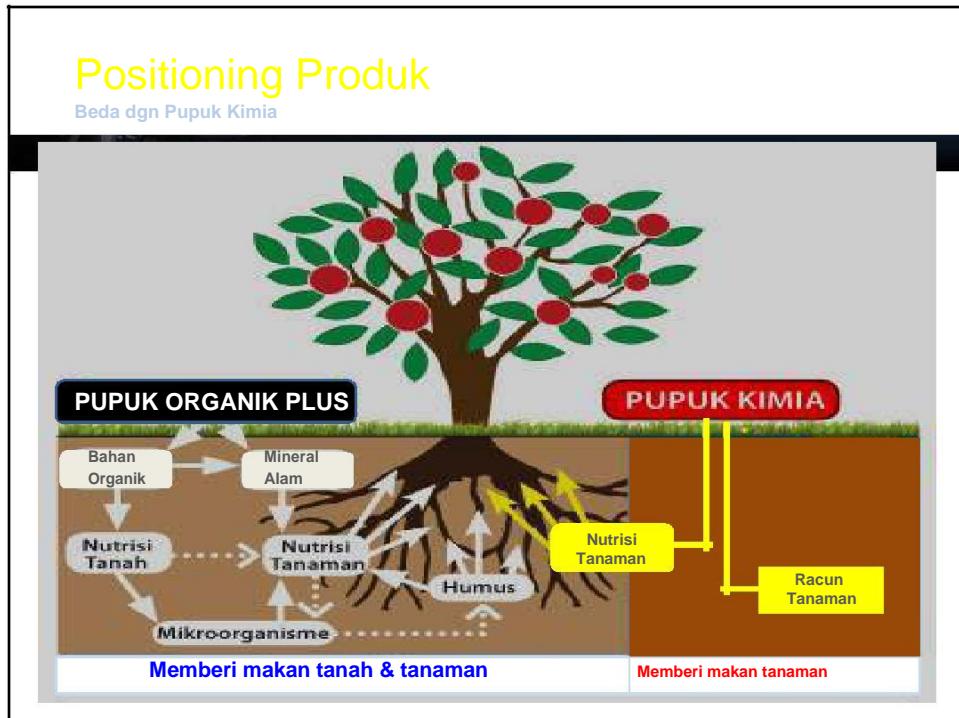
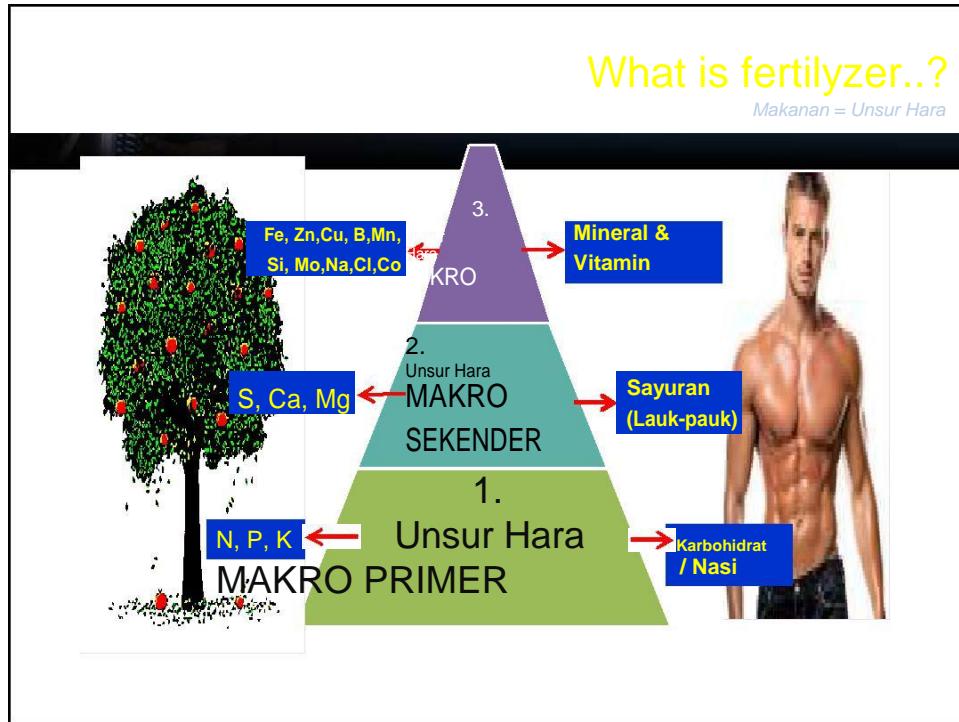
Contoh Ide Bisnis
Ex. Pupuk

BERITA TV

*Dalamrangka Swasembada
pangan,pemerintah
Mengucurkankan 12 Trilyun*

WOW. Bisnis apa ya...?
PUPUK
PUPUK
PUPUK
PUPUK





Packing Produk

3 Produk Unggulan



Organization

- BUAT JOB DESCRIPTION



Direktur / Manajer

Pemasaran



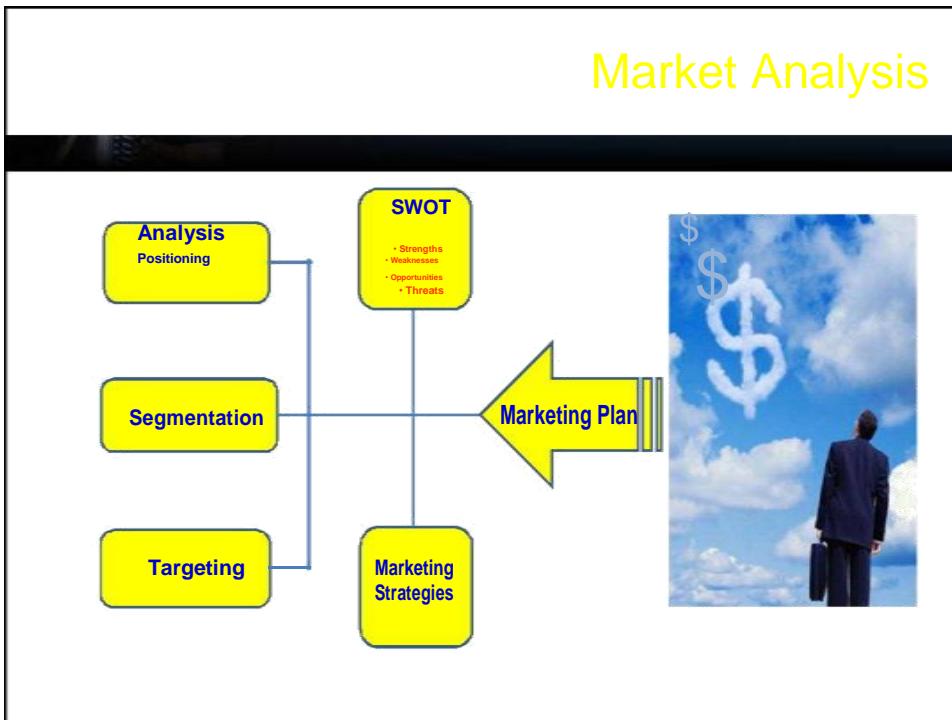
Produksi



**Administrasi &
Keuangan**



Market Analysis



SWOT Analysis

| VARIABEL | URAIAN | CONTOH |
|----------------------------------|---|--|
| S Strength (Kekuatan) | Adalah segala keunggulan yg dimiliki oleh perusahaan | Bangunan megah dgn fasilitas yang memadai Cabang dibbrp kecamatan, kabupaten, pulau, LN Pelayanan cepat dan memuaskan Perbenkelan canggih dgn mekanik yang profesional Kualitas produk terjamin Harga produk bersaing Lokasi strategis dan gampang dijangkau |
| W Weaknesses (Kelemahan) | Adalah segala kekurangan yg menghalangi kinerja yang efektif suatu perusahaan | Menejer tidak menyenangkan dan tidak berpengalaman Tidak ada Seles khusus lapangan Jumlah karyawan kurang Beberapa tenaga kerja tidak jujur Merek dagang belum banyak dikenal masyarakat Modal besar untuk mengembangkan usaha Lingkungan kerja tidak menyenangkan |

SWOT Analysis

| VARIABEL | URAIAN | CONTOH |
|--------------------------------------|--|---|
| O Opportunities (Kesempatan) | Adalah relung atau kesempatan yang harus dicari dan dimasuki karena dapat menguntungkan perusahaan | Potensi pasar sangat bagus Semakin banyak konsumen yang fanatik Kemudahan mendapatkan modal usaha / bank Pertumbuhan permintaan produk tinggi |
| T Threats (Ancaman) | Adalah segala macam bahaya yg sdg dihadapi maupun yang akan dihadapi perusahaan | Daya beli masyarakat berkurang Promosi produk pesaing Inovasi produk pesaing Harga produk pesaing Strategi bisnis mudah ditiru oleh pesaing |

Marketing Strategy

Setelah melakukan SWOT analisis, maka ditentukan strategi pemasaran, MISALNYA sbb:

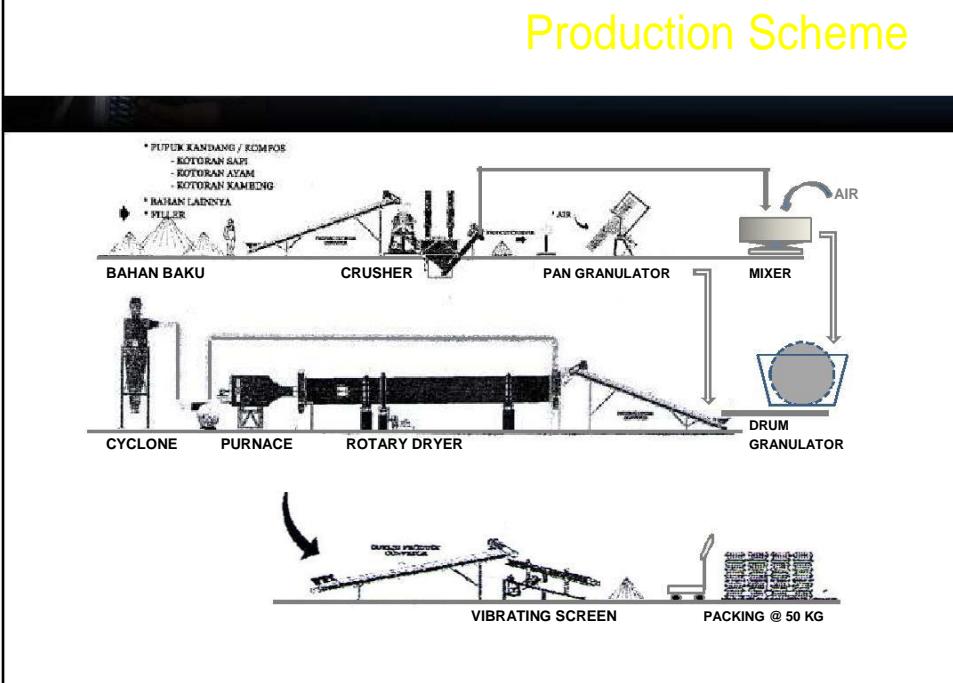
| | | | |
|---|---------------------|---|--------------------------------|
| 1 | Menembus pasar | 4 | Menetapkan Biaya Murah. |
| 2 | Mengembangkan pasar | 5 | Mengembangkan produk |
| 3 | Memfokuskan pasar | 6 | Melakukan DIFERSIFIKASI PRODUK |

Production Analysis

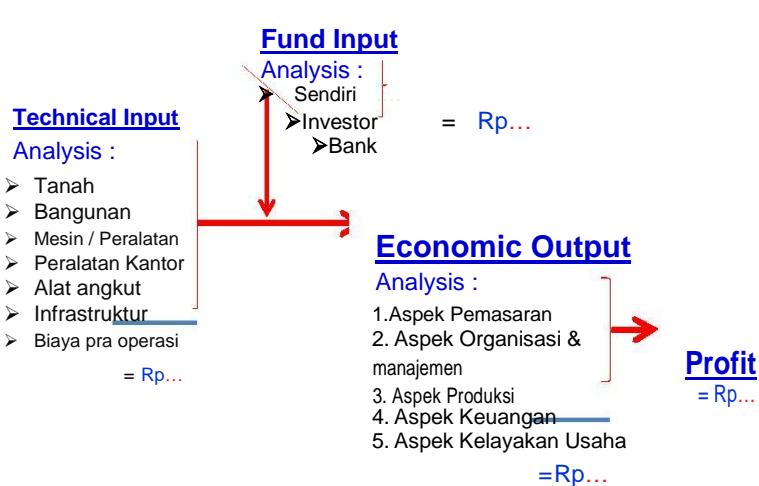


- Kapasitas produksi
- Biaya produksi
- Stok bahan baku
- Stok produk
- Biaya pengiriman

Production Scheme



Financial Analysis



Financial Analysis

Apakah Investasi Layak..?

IRR ➡

Jumlah

Investasi

BEP ➡

Untuk mengetahui berapa bungapinjamanmaksimum

Untukmengetahuiberapalama pinjaman dapat dikembalika

Financial Analysis

KEUANGAN

1. Kebutuhan Modal Investasi
2. Kebutuhan Modal Kerja
3. Proyeksi Rugi/Laba (*Income Statement*)
4. Proyeksi Arus Kas (*Cashflow*)
5. Analisa Investasi
 - Payback Period
 - BEP
 - IRR/ROI

Financial Analysis

Capital & Production Cost

INVESTASI & MODAL KERJA

BAWANG MERAH VACUUM FRYING

| A INVESTASI | SATUAN | JUMLAH |
|---|--------|--------------------|
| 1 : Sewa bangunan dan lahan tempat produksi, 5 th @ Rp. 20 jt | Rp | 100,000,000 |
| 2 : Pembelian / pem buatan Mesin / peralatan produksi | Rp | 220,000,000 |
| 3 : Peralatan kantor | Rp | 25,000,000 |
| 4 : Alat angkut | Rp | 20,000,000 |
| 5 : Biaya m enam bah Infrastruktur & sarana pendukung | Rp | 365,000,000 |
| B MODAL KERJA | | |
| Biaya untuk 3 bulan produksi | Rp | 185,000,000 |
| TOTAL INVESTASI | | 550,000,000 |
| C BIAYA PRODUKSI | | |
| 1 : Upah buruh harian, manajemen bulanan | Rp/ pc | 600 |
| 2 : Bahan baku dan bahan pem bantu | Rp/ pc | 380 |
| 3 : Energy listrik dengan tarif industri dari PLN & Gas LPG | Rp/ pc | 60 |
| 4 : Maintenance Cost & penggantian spare part mesin | Rp/ pc | 50 |
| 5 : Pakaging cost | Rp/ pc | 80 |
| 6 : Over head pabrik (security, cleaning service, dll) | Rp/ pc | 63 |
| HPP (HARGA POKOK PRODUKSI) PER - 250 GRAM | Rp/ pc | 1,233 |

Financial Analysis

CONTOH PROYEKSI LABA / RUGI

| A. MODAL INVESTASI | |
|-------------------------------|--|
| A.1. | Biaya Pra-Operasional |
| A.1.1 | Legitimitas/Perijinan |
| A.1.2 | Transportasi dan Komunikasi Awal |
| A.1.3 | Survey dan Pengumpulan Data |
| A.1.4 | Lain-lain |
| A.2. | Aktiva Tetap (<i>Fix Assets</i>) |
| A.2.1 | Tanah dan Bangunan (<i>jika membeli</i>) |
| A.2.2 | Kendaraan (<i>jika membeli</i>) |
| A.2.3 | Mesin dan Peralatan Produksi |
| A.2.4 | Inventaris Kantor |
| Jumlah Modal Investasi | |
| B. | MODAL KERJA |
| B.1. | Bahan Baku |
| B.2. | Biaya Gaji |
| B.3. | Biaya Sewa Kantor |
| B.4. | Biaya Promosi |
| B.5. | Biaya Listrik, Air, Telepon |
| B.6. | Biaya ATK dan Konsumsi |
| B.7. | Biaya Lain-lain |
| Jumlah Modal Kerja | |
| C. | TOTAL MODAL AWAL |
| | X+Y |

CATATAN
Khusus untuk modal kerja biasanya dicadangkan untuk 3-12 bulan

Financial Analysis

CONTOH PROYEKSI ARUS CASH

Feasibility Analysis

| No | Uraian | Penjelasan |
|----|--|--|
| 1 | Metode Non-discounted Cash Flow (<i>Tanpa memperhitungkan nilai waktu uang</i>) | |
| | Pay Back Period (PBP) | <p>Total Investasi $PBP = \frac{\text{Total Investasi}}{\text{Net Income} + \text{Depres}}$ x 1 tahun</p> <p>Mengukur waktu, berapa lama investasi akan kembali. Kelemahannya : • Tidak dapat menganalisa penghasilan usaha setelah modal kembali. • Tidak mempertimbangkan nilai waktu dari uang yang digunakan.</p> |
| 2 | Metode Discounted Cash Flow (<i>dengan memperhitungkan nilai waktu uang</i>) | |
| a. | Net Present Value (NPV) | <p>NPV = $\frac{C}{(1+i)^n} - C$</p> <p>i = bunga tiap periode n = periode (tahun, bulan) - C = Modal / investasi C = hasil bersih (proceed)</p> <p>Jika : ➤ NPV = 0 -----> Impas ➤ NPV > 0 (positif) -----> untung ➤ NPV < 0 (negatif) -----> rugi</p> |

What is NPV

| Tahun | INVESTASI, R = 16 % | Tahun Ke | | | | | |
|----------|------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|------------|---|
| | | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| | Present Value | | | | | | |
| 0 | 5.000.000 | | | | | | |
| 1 | 5.712.000 | 5.800.000 | | | | | |
| 2 | 5.168.000 | | 7.600.000 | | | | |
| 3 | 4.368.000 | | | 8.400.000 | | | |
| 4 | 3.312.000 | | | | 9.200.000 | | |
| 5 | 2.000.000 | | | | | 10.000.000 | |
| Total PV | 20.560.000 | | | | | | |
| N PV | 15.560.000 | | | | | | |

NPV = TOTAL PV - INVESTASI. NPV = 0, NPV > 0, NPV < 0

Feasibility Analysis

| No | Uraian | Penjelasan |
|-----|---|---|
| b). | <p>Profitability Index (PI)</p> $PI = \frac{PV \text{ of Benefit}}{PV \text{ of Capital Cost}}$ | Jika PI > 1, maka investasi dikatakan layak Jika PI < 1, maka investasi dikatakan tidak layak Jika PI = 1, maka investasi dikatakan BEP |
| c). | <p>Internal Rate of Return (IRR)</p> $IRR = (i_1 + (i_2 - i_1) \left[\frac{NPV_1}{NPV_1 - NPV_2} \right]) \times 100\%$ <p>i₁ = % bunga untuk NPV 1 i₂ = % bunga untuk NPV 2</p> | IRR adalah tingkat suku bunga dimana total pengeluaran (investasi + lain2) = pendapatan atau NPV = 0 |

Financial Analysis

Break Even Point (BEP)

Cost-Volume-Profit Graph



Copyright © 2003 Pearson Education, Canada Inc.

$$BEP \text{ unit} = \frac{FC}{P - VC}$$

FC : Biaya Tetap
 P : Harga jual per unit
 VC : Biaya Variabel per unit

$$BEP \text{ rupiah} = \frac{FC}{1 - \frac{VC}{P}}$$

Business Risk

RESIKO BISNIS

Perencana yang baik adalah yang mampu menginventarisir **RESIKO-RESIKO** dari bisnis yang dijalankannya, kemudian menyiapkan **EXIT STRATEGINYA**

Resiko tersebut diantaranya:
UU/Peraturan, Perizinan, musim/cuaca,
proses produksi, distribusi, penagihan
dan lain-lain

Terima Kasih



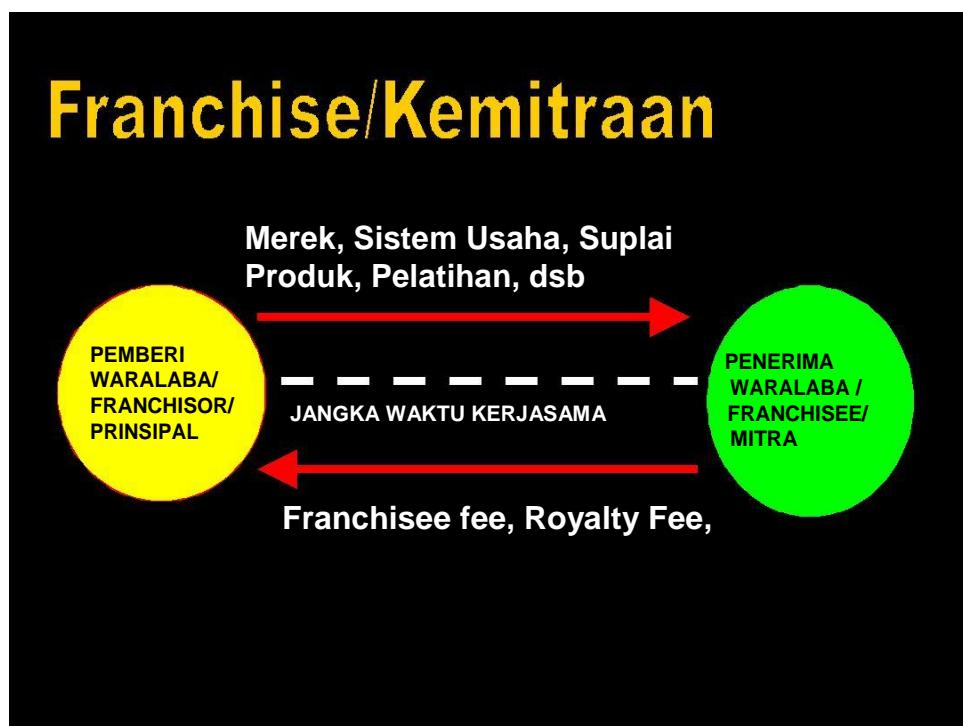
Semoga

Success

Success

Success

Strategi Cepat Memfranchisekan Bisnis



Apa Itu Franchise?

- Ijin penggunaan **FORMAT LEMBAGA**
 - Standarisasi produk, layanan, operasional produksi, manajemen organisasi dan keuangan
- Ijin penggunaan **HAKI**
 - Brand yang terdaftar
 - Prosedur, formula produk, teknologi dan rahasia bisnis
- Memberi **DUKUNGAN** manajemen
 - Dukungan menyeluruh dan berkelanjutan
- Tertuang dalam **PERJANJIAN FORMAL.**
 - Batasan tanggungjawab dalam waktu tertentu
 - Disahkan oleh notaris

Mengapa Difranchisekan?

- **Capital** Limitation
- Span of **Control**
- **Cultural** Barrier
- **Competition** Avoidance.

Syarat Franchise

- **Profitable**
 - Mampu membiayai dan mengembangkan diri sendiri
- **Uniqueness**
 - Memiliki nilai tambah dan manfaat yang berbeda dengan lembaga lain
- **Brand.**
 - Dikenal masyarakat dan memiliki reputasi

Segmentation

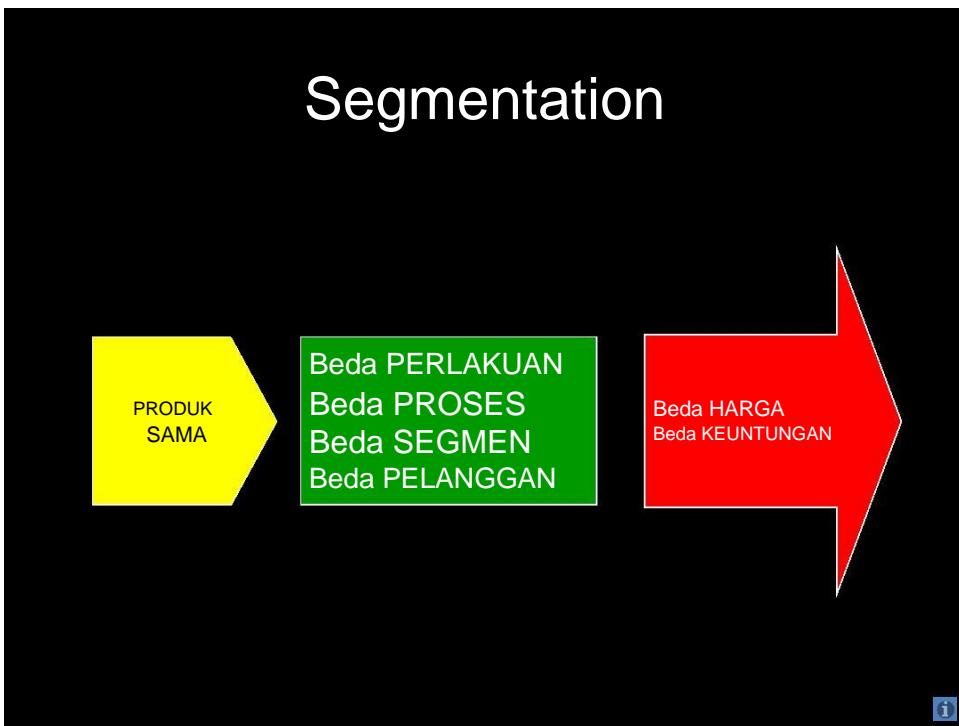


A

B



Segmentation



Segmentation

- Identifikasi secara jelas segmen yang dijadikan target pasar utama:
 - Pilih wilayah CAKUPAN distribusi
 - Pilih kelompok DEMOGRAFIS
 - Pilih tingkat DAYA BELI
 - Pilih kelompok PSIKOGRAFIS
 - Tentukan PERILAKU pasar.

Ketepatan Membidik Calon Konsumen

Uniqueness

- Bagaimana menciptakan?
 - Analisa SWOT dan POSISI dalam peta persaingan
 - Selalu berorientasi pada MANFAAT
- Dimensi keunikan
 - Keunikan KANDUNGAN (ingredients)
 - Keunikan PROSES (Process)
 - Keunikan PENYAJIAN (delivery)

Keunikan content:

- Pilihan BAHAN BAKU
 - jumlah, jenis, kualitas, Originalitas
- Penyusunan KOMPOSISI dan FORMULA bahan baku
- Penyediaan FITUR dan FASILITAS.

Keunikan proses:

- Menggunakan INFRASTRUKTUR yang dirancang secara khusus:
 - PERALATAN, Teknologi, BAHAN PENDUKUNG
- Menciptakan cara PERLAKUAN bahan baku secara khusus dalam tahap:
 - Pra-produksi, Produksi dan Pasca-produksi
- Menggunakan FAKTOR MANUSIA yang memiliki:
 - KEAHLIAN tertentu
 - IKATAN BUDAYA tertentu.

Keunikan delivery method:

- Membuat KEMASAN yang khusus
- Memilih LOKASI spesifik
- Menciptakan SUASANA lingkungan
- Membangun HUBUNGAN
INTERPERSONAL.

Prinsip Terpenting:

- Franchisor harus hidup dari pendapatan atas **ROYALTI**, bukan franchise fee
- Jaringan franchise harus **SELUAS MUNGKIN** untuk menciptakan skala bisnis yang besar
- Franchisor harus **MEMASOK** kebutuhan bahan baku
- Franchisee harus mendapatkan bahan baku **LEBIH MURAH** dari franchisor.

Mengapa Royalti Perlu?

- Perlu bagi Franchisee
 - Hak penggunaan **SISTEM BISNIS**
 - Jaminan **SUPPORT** dari franchisor
- Perlu bagi Franchisor
 - **OPERASIONAL** organisasi
 - **SUPPORT** kepada franchisee
 - Pengembangan **BRAND**
 - **KEUNTUNGAN BISNIS.**

| Proyeksi Perhitungan Balik Modal (BEP) Paket Tipe Gerobak Tenda (20 jt) | | |
|--|-----|-------------------|
| Biaya Operasional | | |
| - Sewa Tempat | Rp. | 500,000 |
| - Gaji Karyawan 2 orang@Rp.500.000 | Rp. | 1.000.000 |
| - Elpiji 3 kg | Rp. | 510,000 |
| - Tisu & Tusuk Gigi @7500 | Rp. | 75,000 |
| - Listrik & Air | Rp. | 40,000 |
| Bahan Baku Perbulan | Rp. | |
| 1. Bumbu Kuning Ayam @10000 | Rp. | 300,000 |
| 2. Ayam Boiler 5 ekor@20000 | Rp. | 3.000.000 |
| 3. Bebek 5 ekor @35000 | Rp. | 5.250.000 |
| 4. Selada 1/2 kg@4000 | Rp. | 120,000 |
| 5. Mentimun 1 kg @5000 | Rp. | 150,000 |
| 6. Kecap 1 botol besar @12000 | Rp. | 360,000 |
| 7. Sambel@20000 | Rp. | 600,000 |
| 8. Minyak goreng 1litr@11000 | Rp. | 330,000 |
| 9. Tomat 1 kg @2000 | Rp. | 60,000 |
| 10. Beras 3 kg@5500 | Rp. | 495,000 |
| 11. Teh botol 2 krat@28000 | Rp. | 1.680.000 |
| Total Pengeluaran Perbulan | | 14.470.000 |
| Asumsi Penjualan perbulan | | |
| 1. Nasi Ayam Dada 10 porsi @10000 | Rp. | 3.000.000 |
| 2. Nasi Ayam Paha 10 porsi @10000 | Rp. | 3.000.000 |
| 3. Nasi Ayam Bebek Dada 10 porsi @15000 | Rp. | 4.500.000 |
| 4. Nasi Ayam Bebek Dada 10 porsi @15000 | Rp. | 4.500.000 |
| 5. Teh Botol 10 botol @ 2500 | Rp. | 3.000.000 |
| Total Pemasukan Perbulan | | 18.000.000 |
| TOTAL KEUNTUNGAN = Rp.18.000.000 - Rp.14.470.000 = Rp.3.530.000,- | | |
| BEP = 20.000.000/3.530.000 = 5 - 6 bulan | | |

Contoh Persiapan Memulai Usaha Waralaba (Franchise)

Franchise adalah : Suatu sistem distribusi dimana pemilik bisnis yang semi mandiri membayar iuran (fee) dan bagi hasil (royalti) kepada penjual waralaba untuk mendapatkan hak menjual produk atau jasa yang umumnya menggunakan format dan sistem bisnis yang sudah standar.

| Tipe Orang Yang Tidak Bisa Jadi Calon Franchisee | Ciri Franchisee Yang Sukses |  |
|---|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> b. Tipe Arogan c. Tipe KerasKepala d. Tipe Tidak Realistik e. Tipe Berantakan f. Tipe Egois g. Tipe Pemalas h. Tipe Panik i. Tipe Kurang Percaya Diri j. Tipe Rakus | <ol style="list-style-type: none"> 1. Mau Belajar 2. Mau Kerja Hingga Larut Malam 3. Terampil Berhubungan 4. Kemampuan Menjual 5. Tahan Banting 6. Bersedia Menerima Pendapat Orang Lain 7. Mempunyai Modal | |
| Tahapan Membuka Usaha franchise | | |
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Evaluasi/Persiapan Diri 2. Seleksi Bisnis 3. Investigasi Perusahaan 4. Start-up (memulai usaha) | | |
| | | |

Untung-Rugi Menggunakan Sistem Franchise/ Kemitraan

| KEUNTUNGAN | KERUGIAN |
|--|---|
| Konsep yang sudah mapan (<i>established</i>) Adanya sarana (<i>tools</i>) untuk sukses Dukungan teknis dan manajerial Kemudahan supply Adanya standar dan <i>quality control</i> Proses belajar lebih cepat Risiko yang minimum Riset, pengembangan, serta promosi terpusat Lebih percaya diri | Ada risiko janji-janji <i>franchisor</i> tidak terpenuhi Hilangnya kebebasan berkreasi (<i>dikontrol franchisor</i>) Kadang investasinya lebih mahal Bahaya ketergantungan berlebihan (<i>overdependence</i>) pada <i>franchisor</i> Penghentian kerja sama wewenang mutlak <i>franchisor</i> Rawan konflik dengan <i>franchisor</i> dan antar <i>franchisee</i> |

MEMILIH FRANCHISE YANG TEPAT:

- Sesuai dengan minat, keahlian, dan tujuan Anda
- Sesuai dengan kekuatan finansial Anda
- Lakukan investigasi mendalam, jangan terburu-buru :
 - a. Produk
 - b. Potensi Pasar ---
 - c. Sistem Kemitraan yang Ditawarkan ..
 - d. Hitungan Finansial
 - e. Profil dan Track Record Franchisor

PAKET PENAWARAN FRANCHISE/KEMITRAAN

Paket/Prospektus Franchise berisi a. I :

- Profil Franchisor
- Proyeksi Keuangan bagi Franchisee
- Apa yang didapat Franchisee?
- Apa yang harus diberikan oleh Franchisee
- Syarat-syarat Umum Franchisee
- Benefit bagi Franchisee

Pastikan Franchisor/Prinsipal mempunyai Prospektus yang representatif.

PAKET PENAWARAN FRANCHISE

Benefit bagi Franchisee a. I :

- Support awal dan berkesinambungan dari Franchisor
- Benefit secara ekonomi
(Lebih menguntungkan daripada buka usaha sendiri)
- Dukungan Promosi secara Nasional
- Benefit personal, a.l :
 - * Persiapan pensiun
 - * Membuka lapangan kerja bagi keluarga
 - * dsb

STANDARISASI SISTEM OPERASI (SOP)

Beberapa hal yang harus diperhatikan :

- SOP harus jelas tujuannya
- SOP harus komprehensif sesuai proses operasi
- SOP harus punya ukuran keberhasilan
- SOP adalah dokumentasi proses operasi, bukan fiktif
- SOP bersifat dinamis → terbuka untuk revisi/improvement
- SOP bagian tak terpisahkan dari perjanjian waralaba

**Pastikan Franchisor/Prinsipal mempunyai
SOP tertulis yang applicable.**

Delapan Tips Mudah Membuat SOP



Contoh Alur Pembuatan SOP Memasak Kuah Soto Yang Baik

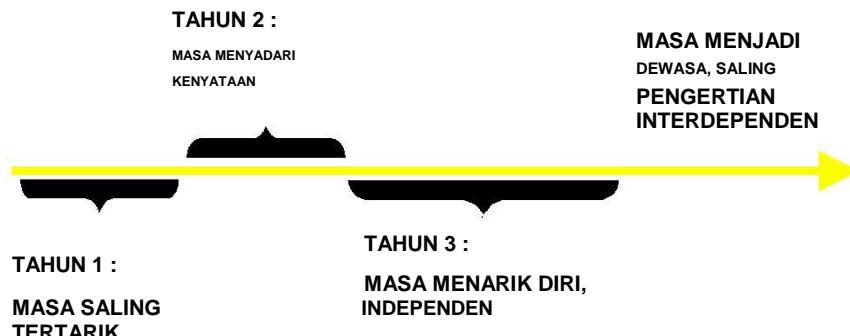


Menjadi Franchisee/ Mitra yang Baik



- Mentaati dan menjalankan semua ketentuan dan perjanjian
- Aktif berinteraksi dan memberikan usul/saran dengan Franchisor
- Mengkritisi Franchisor secara sehat dan profesional
- Jangan mengutamakan ego/keras kepala

Siklus Hubungan dalam Franchise



FRANCHISE YANG TIDAK BAIK!

Tidak ada cabang milik sendiri sebagai *prototype*:

- Fee yang ditetapkan tidak wajar (*reasonable*)
- Terlalu banyak janji-janji keberhasilan usaha
- Tidak ada program pelatihan dan dukungan *franchisee*
- Tidak ada monitoring berkala
- Tidak ada manual operasional (SOP) yang tersistem rapi
- Terlalu banyak komitmen lisan tanpa dituangkan dalam perjanjian tertulis
- Tidak transparan

PERJANJIAN WARALABA

Beberapa hal yang harus diperhatikan :

3. Perjanjian harus jelas dan fair bagi kedua belah pihak
4. Perjanjian harus memuat secara rinci ketentuan-ketentuan waralaba
5. Perjanjian harus melewati proses *legal drafting* oleh pakar hukum, supaya :

Tidak dapat ditafsirkan berbeda
Tepat secara bahasa hukum
Tidak bertentangan dengan
peraturan perundungan yang berlaku

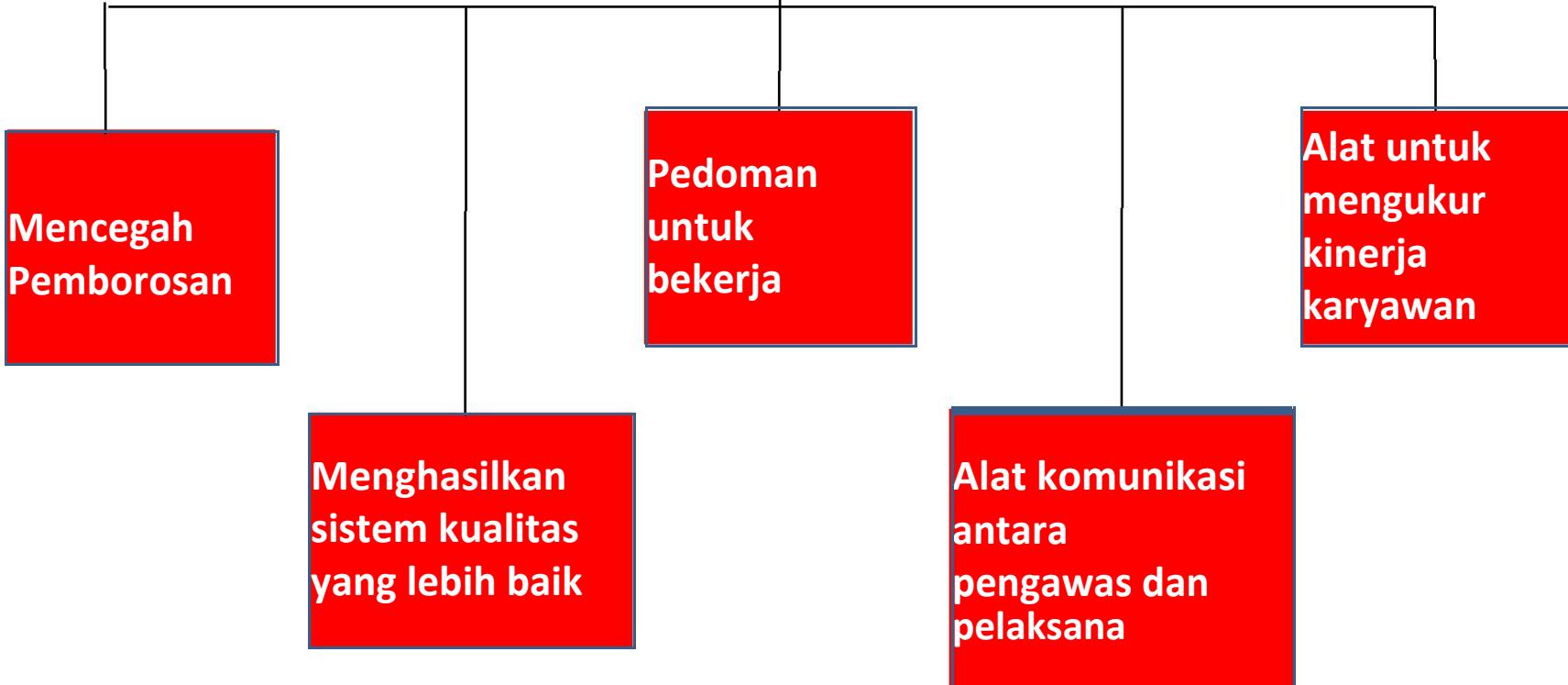
Jadi Franchisor Yang Baik



Sekian Terima Kasih

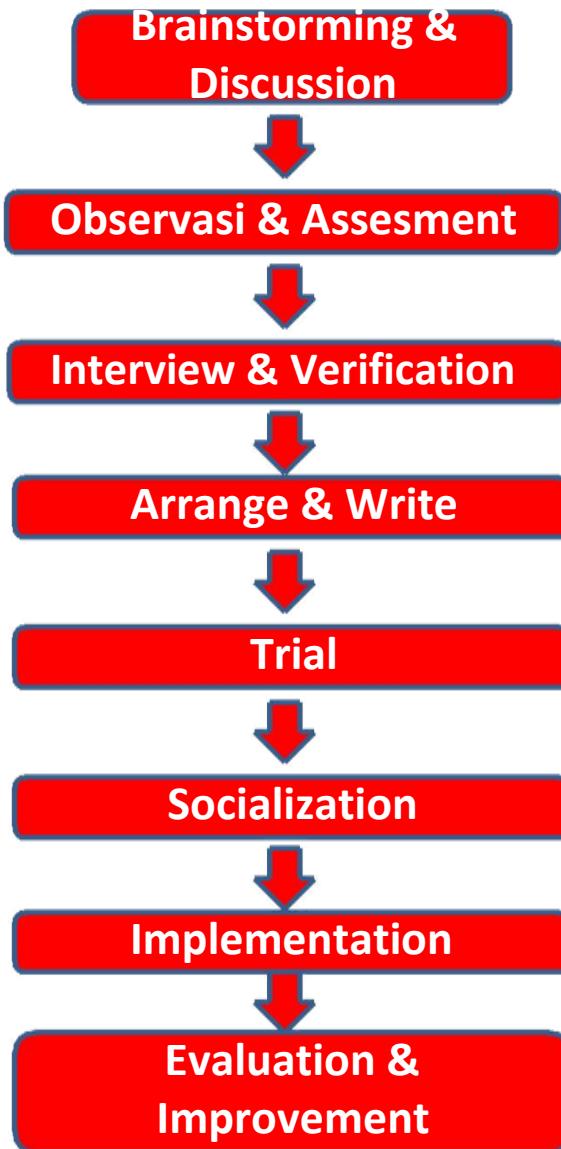
MEMBUAT SOP USAHA

SOP



SOP memuat apa, bagaimana, siapa, dimana, dan kapan, sebuah pekerjaan dilakukan sehingga terlihat jelas tanggung jawab dan wewenang masing-masing bagian

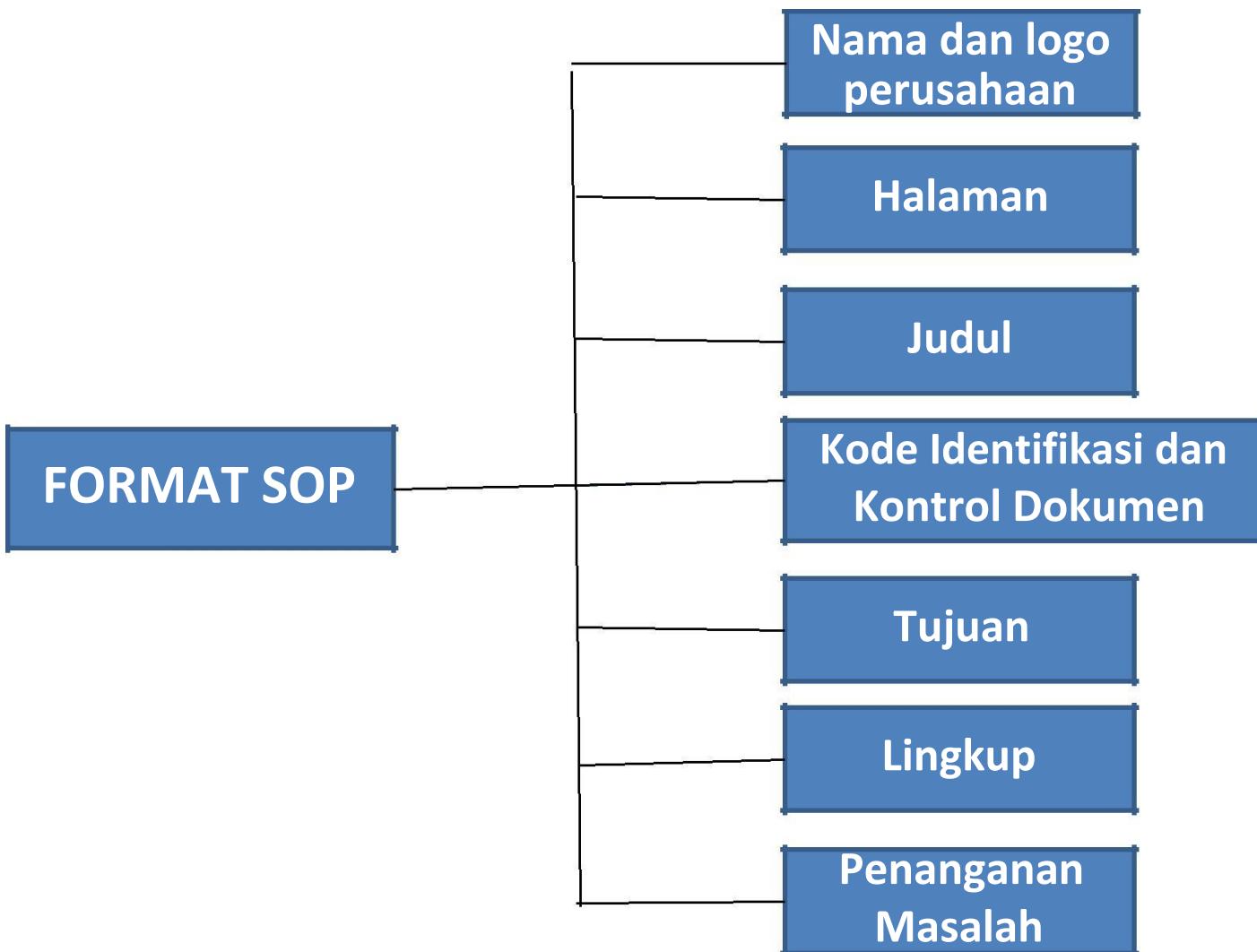
- SOP Merekatkan komunikasi dan teamwork antarpekerja
- SOP mendongkrak percepatan bagi organisasi mencapai target
- SOP memberikan solusi bagi kualitas
- SOP memandu karyawan memenuhi keinginan pelanggan
- SOP dapat mengakselerasi penyelesaian masalah saat ditemukan customer claim
- SOP memberi kontribusi nyata terhadap perbaikan internal organisasi
- SOP berkontribusi ke arah perubahan lebih baik
- SOP menjadi sarana training yang mudah sebagai penakar kinerja karyawan
- SOP menjadi perintah kerja yang bisa diterima dan mudah dijalankan



Panduan terbaik menuliskan SOP Anda sebagai berikut :

- d. Informasi disampaikan secara jelas
- e. Ditulis secara ringkas jelas berurutan, step by step dan formatnya mudah dibaca
- f. Menggunakan kalimat aktif dan berkONSEP sekarang
- g. Menceritakan apa yang telah dilaksanakan
- h. Informasi diberikan secara jelas dan tidak berpersepsi ganda
- i. Menggunakan flowchart untuk mengilustrasikan urutan proses sebelum mendeskripsikannya
- j. Menggunakan konsep 5W+1H
- k. Menambahkan ilustrasi gambar maupun foto
- l. Pelatihan





- Dibuat tanpa catatan waktu, kapan mulai dikeluarkan dan diberlakukan
- Tidak ter-update-tidak aktual lagi apa yang tertulis di dalamnya
- T
- Tidak memuat solusi aksi jika ditemukan abnormalitas
- Tidak disosialisasikan kepada karyawan
- SOP dibuat tanpa melakukan simulasi
- Dibuat berformat naratif semata sehingga ada peluang beda persepsi
- Disusun dan dibangun tanpa diawali format flow chart
- Tidak ada dokumentasi catatan perubahan

- Briefing
- Meeting
- Rahasia kartu pemastian kualitas personal (My quality assurance cards)
- Internal Audit

STRATEGI MARKETING, BRANDING DAN PROMOSI

Kenali dan Kuasai 5 Siklus Marketing

- 1.Dapatkan Pembeli Baru**
- 2.Ubah Mereka Jadi Pelanggan**
- 3.Buat Mereka Belanja Lebih Sering**
- 4.Buat Mereka Belanja Lebih Banyak**
- 5.Dapatkan Referral Dari Mereka**

Kiat Hidupkan Resto Yang Sepi

- 1.Menambah Menu Tertentu di Hari Tertentu**
- 2.Mengubah Suasana Restoran**
- 3.Menambahkan Sudut Khusus**
- 4.Mengubah Gaya Pelayanan**

- 5.Happy Hour yang Unik**
- 6.Memberikan Hiburan Tambahan & Demonstrasi**
- 7.Memanfaatkan Display Makanan-Minuman**
- 8.Mengaitkan Dengan Usaha Lain**
- 9.Menantang Pelanggan (mc'muffin & lumpia mataram)**
- 10.Memanfaatkan Hari-Hari Khusus**
- 11.Menyelenggarakan Kursus Memasak**

PROMOSI

“Makan enak hanya Rp.15.000” “Restoran dengan menu Rp.2.500 setiap jenis”

“Bayar lauk, gratis nasi” “Bayar makan, gratis minuman dingin” “Dengan Rp.50.000 makan sepuasnya”

“Satu-satunya restoran yang tidak gunakan MSG”

“Restoran sehat dengan lemak & kolesterol rendah”

Macam-Macam Promosi:

Pemberian Nama Menu

- 1.Mengandung Unsur Keterangan Tentang Makanan Tersebut**
- 2.Mudah Diucapkan**
- 3.Mudah Dibaca**
- 4.Mudah Diingat**
- 5.Mengesankan yang pantas dan bermutu**
- 6.Sugestif Contoh : Srikaya Pandan Wangi**
- 7.Tahan lewat waktu : Baso ET, Bakmi Nuklir Malvinas**

MEMBERI NAMA PRODUK/USAHA

- Mudah diucapkan dan diingat**
 - Menjelaskan produk itu sendiri**
 - Mencerminkan positioning produk (perbedaan terhadap pesaing)**
- Contoh : Oseng Mercon, Sate Klatak, Soto Dok, Bakso Dinamit, Rawon Setan, dll**

Macam-Macam Promosi

PROMOSI MAKANAN & MINUMAN SELAMA
BULAN JUNI DI THE SULTAN HOTEL JAKARTA
1 Juni – 31 Juni 2010

For further information please contact:
Public Relations & Communication Department
The Sultan Hotel Jakarta
Phone : 021 570 3600
Fax : 021 573 3055
E-mail : pr.officer@sultanjakarta.com

Macam-Macam Promosi

A photograph of a modern hotel room interior. In the foreground, there's a sofa and a small table with a lamp. In the background, there's a double bed with white linens and two bedside lamps. The room has large windows and a balcony. On the left side of the image, there's a vertical banner for "Grand Delta HOTEL" with four stars and some text. There are also icons for "Visit MEDAN YEAR 2012", "Free WiFi spot", and "Grand Delta HOTEL".

Deluxe Special Promo *On April 2012

Wednesday to Sunday Rp. 453.750,- nett / night

Monday - Tuesday only

Rate special Rp. 423.500,- nett / night

Including :

Breakfast for 2 person

Free SPA • Special Discount KTV • Free Parking

For Reservation, Please Call : 061 - 453 3399 or Fax : 061 - 453 3311
Jln. Juanda Baru 3C , Medan 20159

Pemberian Nama Menu

- Mengandung Unsur Keterangan Tentang Makanan Tersebut
- Mudah Diucapkan
- Mudah Dibaca
- Mudah Diingat
- Mengesankan yang pantas dan bermutu
- Sugestif Contoh : Srikaya Pandan Wangi
- Tahan lewat waktu : Baso ET, Bakmi Nuklir Malvinas

MEMBERI NAMA PRODUK/USAHA

- Mudah diucapkan dan diingat
- Menjelaskan produk itu sendiri
- Mencerminkan positioning produk
(perbedaan terhadap pesaing)

Contoh : Oseng Mercon, Sate Klatak, Soto Dok, Bakso Dinamit, Rawon Setan, d

Contoh Menu



Macam-Macam Buku Menu



Macam-Macam Menu

Hanako Sushi & Sashimi

Gunkan
軍艦

Assorted Gunkan
Kacang hijau import
dipadukan dengan bumbu
spesial
Rp. 14.000,-

Chuka Wakame Gunkan
Kacang hijau import
dipadukan dengan bumbu
spesial
Rp. 14.000,-

Kani Mayo Gunkan
Kacang hijau import
dipadukan dengan bumbu
spesial
Rp. 14.000,-

Ebiko Gunkan
Kacang hijau import
dipadukan dengan bumbu
spesial
Rp. 14.000,-

Tobiko Gunkan
Kacang hijau import
dipadukan dengan bumbu
spesial
Rp. 14.000,-

Tuna Salag Gunkan
Kacang hijau import
dipadukan dengan bumbu
spesial
Rp. 14.000,-

Salmon Salad Gunkan
Kacang hijau import
dipadukan dengan bumbu
spesial
Rp. 14.000,-

Chuka Idako Gunkan
Kacang hijau import
dipadukan dengan bumbu
spesial
Rp. 14.000,-

Unagi Gunkan
Kacang hijau import
dipadukan dengan bumbu
spesial
Rp. 14.000,-

Not Include Tax & service 15%

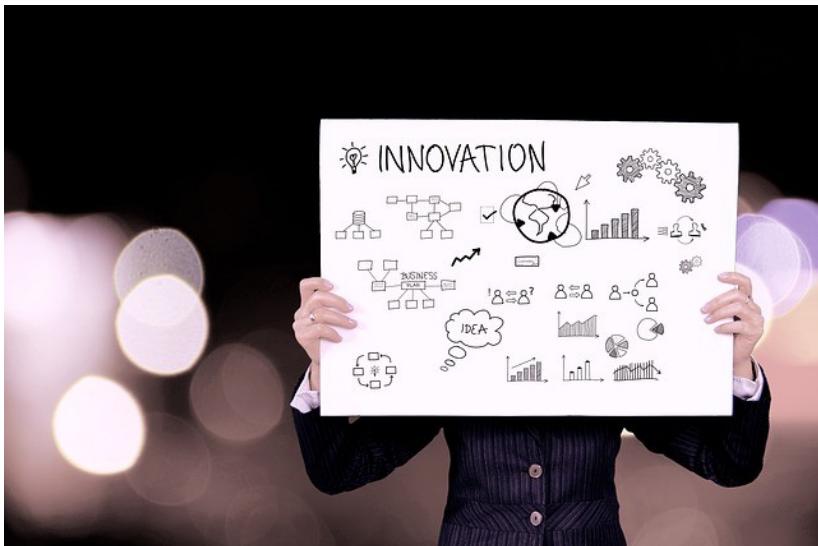
Menu di Hari Tertentu



MEMULAI USAHA



5 Tips Segera Memulai Usaha



Sudah punya modal tapi tidak tahu akan berbisnis apa? Belum punya modal tapi sudah tahu berbisnis apa? Dua hal ini sering kali tidak sinkron bagi para pebisnis pemula. Sebenarnya yang menyebabkan rumit adalah diri sendiri. Jika memang sudah niat berbisnis ya tinggal lakukan saja. Tidak perlu

menunggu ini-itu, takut itu-ini, tinggal jalankan saja. Berikut ini ada lima tips yang bisa dilakukan sebelum melalui usaha.

1. Segera mulai

Untuk segera memulai usaha, pilihlah bisnis dengan jasa yang melibatkan pengetahuan dan keterampilan yang sudah dimiliki. Belajar keterampilan baru membutuhkan waktu, sehingga memulai bisnis berdasarkan apa yang sudah diketahui akan menjadi cara tercepat untuk memulainya. Anda dapat menggunakan keterampilan yang telah dipelajari untuk diterapkan pada pekerjaan. Ketrampilan tersebut bisa diperoleh melalui kerja sukarela atau kegiatan-kegiatan yang sesuai dengan

hobi dan minat. Untuk mendapatkan keuntungan yang lebih besar, Anda dapat bekerja magang di perusahaan lain yang membutuhkan jasa untuk menyewa tenaga profesional.

Anda bisa segera memulai usaha dengan memanfaatkan aset, peralatan dan perlengkapan yang sudah dimiliki. Cara ini tidak hanya akan menghemat uang, tetapi waktu juga karena bisa segera mulai menawarkan layanan. Aset yang langsung dapat dipergunakan adalah dana yang dibutuhkan untuk memperoleh izin usaha. Untuk mencari tambahan dana, Anda dapat mengiklankan layanan secara online. Dengan beragamnya peralatan komputer dan perangkat lunak saat ini, Anda bisa langsung mulai bekerja di rumah dengan mudah.

2. Cermati peluang

Anda harus dapat mencermati peluang usaha saat memulai bisnis untuk membuat keuntungan besar. Sebelum mengetahui berbagai peluang yang ada, perlu mengetahui berapa banyak biaya yang akan dihabiskan untuk membeli persediaan, membayar sewa, kompensasi karyawan, dan daftar panjang kebutuhan biaya lainnya. Kemudian dapat mencari tahu persis berapa banyak biaya yang Anda butuhkan untuk penjualan setiap bulan beserta peluangnya di pasaran.

Menganalisa peluang bisnis perlu dilakukan untuk menciptakan keseimbangan pemasukan dan pengeluaran dana. Tidak peduli seberapa

luar biasa produk atau jasa yang ditawarkan, Anda harus mencermati peluang yang ada di sekitar pelanggan. Carilah rekomendasi dari pengusaha yang telah berpengalaman untuk memecahkan komplain dan masalah pelanggan yang dapat merugikan bisnis Anda. Dengan mengenali potensi dan bidang yang Anda kuasai, peluang bisnis dapat dicermati dan direncanakan melalui langkah-langkah pengembangan bisnis selanjutnya yang mencakup rencana keuangan beserta risiko kerugiannya.

3. Jangan takut gagal

Jika selama ini rasa takut gagal adalah masalah utama yang mencegah untuk memulai usaha, Anda harus mengatasinya dan terus maju. Kegagalan

tidak mengubah gen atau kepribadian Anda. Kegagalan dapat mempengaruhi opini negatif beberapa orang, tapi tidak akan berubah menjadi hal negatif dalam diri sendiri jika tidak mengizinkannya. Kegagalan bisnis yang mengakibatkan kehilangan semua uang atau harta Anda kemungkinan sangat kecil.

Banyak struktur bisnis yang dapat dilakukan sedemikian rupa untuk mengurangi risiko kegagalan. Bisnis dengan struktur gabungan dapat meminimalisir keuntungan dan kerugian karena semuanya ditanggung kedua belah pihak. Bahkan jika struktur bisnis adalah kepemilikan tunggal, beberapa properti akan dibebaskan dari penyitaan apabila Anda mengajukan bukti kebangkrutan pribadi. Risiko besar-kecilnya jumlah uang yang mungkin

hilang sebenarnya hanyalah masalah perspektif. Uang tidak pernah sama pentingnya dengan pengalaman usaha yang bisa didapatkan. Dalam kegagalan selalu ada kesempatan untuk maju ke luar batas-batas kemampuan yang sudah biasa Anda lakukan.

Anda juga dapat mempelajari banyak hal yang berharga atau mendapatkan koneksi baru melalui kegagalan. Berfokus pada hal-hal positif saat menghadapi kegagalan akan mengubah sikap tentang kehidupan. Mulai menjalankan bisnis sendiri bisa menjadi salah satu pengalaman yang paling memperkaya hidup. Anda harus mempunyai tekad kuat untuk mengenali kesalahan vital dari setiap kegagalan, tidak peduli bagaimanapun hasilnya. Jangan biarkan rasa takut akan kegagalan membuat kehilangan banyak peluang.

4. Cepat belajar

Hal pertama yang perlu dilakukan untuk memulai bisnis yang sukses adalah belajar bagaimana melakukannya. Anda bisa gagal dengan melakukan hal-hal bodoh. Tapi bagaimana memperoleh keberhasilan? Caranya adalah dengan mencari tahu persis apa yang dibutuhkan untuk menjadi sukses dan memastikan bahwa kebutuhan tersebut dapat terpenuhi.

Misalnya jika Anda ingin memulai bisnis kecil penjualan sabun herbal dan produk-produk mandi, ada tiga hal yang harus diperhatikan:

- Jumlah konsumen yang ingin membeli sabun dan produk-produk mandi yang

Anda jual.

- Kualitas dan harga produk harus cukup kompetitif di pasaran.
- Cara untuk menyelaraskan permintaan konsumen dan harga produk secara bersama-sama.

Jadi ada beberapa kebutuhan dasar yang harus dipelajari dan dipenuhi sebaiknya. Cara terbaik untuk cepat belajar saat memulai bisnis adalah dengan bekerja melalui rencana bisnis. Rencana bisnis pada dasarnya adalah cetak biru untuk mempelajari bisnis dengan cermat. Bekerja melalui rencana bisnis akan mengisi kesenjangan dalam pengetahuan Anda dan memberikan rincian tentang berbagai cara yang perlu dilakukan untuk memulai dan menjalankan usaha untuk mencapai keberhasilan.

5. Tentukan target bisnis dan konsumen

Dalam pemasaran, target bisnis dan konsumen adalah bagian penting dari pertumbuhan bisnis. Banyak bisnis jasa yang dapat segera dimulai melalui kontak dan jaringan mereka saat ini. Perusahaan atau organisasi tempat Anda bekerja dulu dapat dengan sukarela menggunakan layanan Anda. Hubungi teman dan keluarga yang mungkin tahu target bisnis dan konsumen yang membutuhkan jasa Anda.

Pertimbangkan menawarkan layanan melalui situs freelance untuk membangun portofolio dan mendapatkan referensi. Walaupun tidak perlu bergantung pada sumber daya ini untuk membangun bisnis, situs seperti

Elance.com dapat membantu Anda mendapatkan klien pertama dengan cepat dan dapat menjadi referensi acuan dalam pemasaran Anda. Dengarkan konsumen Anda dimanapun mereka berada. Umpan balik konsumen dapat datang melalui email, media sosial, live chat, telepon dan bahkan surat-menyurat melalui pos.

Berbagai umpan balik tersebut dapat digunakan untuk membangun sebuah sistem analisa target bisnis dan konsumen dengan cara menangkap, mensintesis dan menganalisisnya saat perusahaan Anda masih kecil. Apabila terorganisir dengan baik, data ini dapat memberikan wawasan yang sangat berharga yang dapat menginformasikan produk, pemasaran, layanan dan bahkan rancangan bisnis yang mendasar. Adanya

respon terhadap umpan balik konsumen yang ditangani dengan serius cenderung dapat meningkatkan lebih banyak rasa hormat dan loyalitas konsumen terhadap bisnis yang Anda jalankan.

5 Hal Yang Harus Dilakukan Saat Memulai Bisnis



Memutuskan untuk memulai bisnis bisa menjadi salah satu keputusan paling penting dalam hidup Anda. Ada banyak hal yang harus dipertimbangkan dan dilakukan saat memulai bisnis agar usaha Anda memperoleh banyak kesuksesan. Berikut ini langkah-langkah yang harus

dilakukan ketika memulai bisnis. Yuk simak ulasannya di bawah.

1. Pilih bisnis yang benar-benar dikuasai

Semua bisnis mulai dari titik yang sama yaitu ide. Anda mungkin telah bermimpi memulai bisnis sendiri selama bertahun-tahun, atau inspirasi mungkin telah datang secara tiba-tiba. Terlepas dari sumber ide apapun, Anda harus memilih bisnis yang benar-benar dikuasai.

Keyakinan pada potensi diri bisa mendukung sukses dalam bisnis. Menjadi pebisnis yang sukses membutuhkan campuran unik dari kepribadian dan karakter yang dapat membawa bisnis mencapai sukses. Oleh karena itu, pilihlah bidang yang sudah dikenali dan kuasai agar cocok dengan kepribadian dan

karakter dasar yang dimiliki.

Hal yang pertama dapat dilakukan adalah mentukan tujuan bisnis yang disesuaikan dengan hal-hal yang dikuasai. Hal ini dapat memutuskan apakah ide bisnis sudah tepat dan dapat dijalankan. Setelah itu Anda dapat membuat rencana bisnis yang komprehensif. Rencana ini dapat disusun berdasarkan hal-hal yang mencakup investasi, strategi bisnis dan relasi publik. Rencana bisnis dapat menggambarkan peluang bisnis yang telah diidentifikasi berdasarkan berbagai faktor. Dengan mengetahui potensi dan bidang yang dikuasai, Anda dapat merencanakan untuk mengambil langkah-langkah pengembangan bisnis selanjutnya yang mencakup proyeksi keuangan beserta risikonya.

2. Meminta bantuan

Bantuan atau dukungan merupakan hal yang penting dalam memulai bisnis.

Memang bukan merupakan hal yang mutlak ada tapi peran dukungan tetap penting. Dengan adanya dukungan, calon pebisnis akan lebih semangat dalam bekerja. Bentuk dukungan di sini bisa bermacam-macam. Ada dukungan materi dan ada pula dukungan non materi.

Bantuan atau dukungan sangat penting untuk memulai bisnis, baik yang ada di kolaborasi pemasaran, dorongan dalam ekspresi kreatif pribadi, manajemen keuangan. Dukungan memberikan keberhasilan bisnis secara keseluruhan, serta keberhasilan program-program khusus. Segala sesuatu yang Anda

lakukan dalam bisnis pada tahap awal sebaiknya dapat menghemat waktu atau uang. Memiliki tim yang membantu Anda akan menghemat waktu dan bahkan uang dalam jangka panjang.

Carilah orang berpengalaman yang dapat membantu Anda mempersiapkan diri untuk memulai bisnis. Setiap pebisnis yang baik membutuhkan ide yang solid dan meminta bantuan pada orang-orang yang ahli di bidangnya akan memfasilitasi lebih banyak kreativitas dan meningkatkan ide-ide lain. Dunia bisnis terutama dalam perekonomian saat ini adalah tentang kolaborasi, bukan kompetisi. Siapa tahu Anda bahkan dapat menemukan mitra bisnis berikutnya, yang merupakan aset luar biasa yang membantu menyeimbangkan segalanya.

Jika mengelilingi diri Anda dengan orang-orang baik, orang-orang tersebut akan menanamkan nilai terbaik dalam diri Anda. Ide-ide yang baik akan mengalir lebih mudah dan tim Anda akan menemukan cara lebih baik dalam bekerja. Tim manajemen yang baik terdiri dari sekelompok orang yang mampu berbagi kepentingan bersama dan nilai-nilai, dan yang memiliki keterampilan yang unik namun saling melengkapi.

3. Kenali kesalahan

Kegagalan dan kesalahan adalah kata-kata yang tidak pernah ingin didengar hampir semua orang, pemilik bisnis atau pengusaha. Tetapi kesalahan yang dikenali dan dipelajari bisa menjadi pelajaran berharga. Banyak pebisnis yang

berulang kali melakukan kesalahan berulang-ulang sepanjang karirnya. Pada umumnya, kesalahan bisnis yang bodoh tidak akan disadari hingga seorang pebisnis mengalami kerugian besar atau hingga mau mengenali kesalahan-kesalahannya. Beberapa kesalahan bisnis dapat sangat terlihat. Anda harus bertekad kuat untuk mengenali hal vital dari setiap kesalahan, tidak peduli bagaimanapun hasilnya. Pelajaran penting yang harus Anda ingat: Jangan membuat kesalahan yang sama lagi.

4. Pastikan memiliki gambaran ke mana arah bisnis tersebut

Salah satu elemen yang paling penting untuk memulai bisnis adalah rencana bisnis. Anda perlu sebuah rencana untuk

membuat ide bisnis menjadi kenyataan. Jika berniat untuk mencari dukungan keuangan dari investor atau lembaga keuangan, rencana bisnis formal tertulis adalah suatu keharusan. Bahkan jika Anda tidak mengantisipasi mencari dukungan keuangan, rencana bisnis yang sederhana dapat memberikan kejelasan tentang apa yang ingin dicapai dan bagaimana Anda berencana untuk melakukannya.

Setiap bisnis memiliki pelanggan, produk dan jasa, operasional, pemasaran dan penjualan, tim manajemen, dan pesaing. Setidaknya rencana bisnis Anda harus mencakup semua bidang ini. Sebuah rencana yang lengkap juga harus mencakup berbagai aspek tentang industri, khususnya tren industri, seperti jika pasar sedang tumbuh atau menyusut.

Kesimpulannya, rencana bisnis harus mencakup proyeksi rinci keuangan, arus kas dan pendapatan, laporan bulanan, serta neraca tahunan atau setidaknya neraca tiga tahunan.

Secara umum, rencana bisnis harus menggariskan tujuan bisnis dan motivasi di belakang mereka, serta rencana untuk mencapai tujuan dalam hal pemasaran dan pendanaan. Sejauh ini bagian paling penting dari memulai bisnis sendiri adalah validasi ide. Kebanyakan orang salah dengan berpikir bahwa mereka harus memiliki ide pertama, dan kemudian memulai bisnis di sekitar gagasan itu. Struktur bisnis yang direncanakan dan dipilih akan berdampak banyak bagi faktor kesuksesan bisnis. Anda dapat memilih struktur bisnis awal, dan kemudian mengevaluasi kembali dan

mengubah struktur apabila bisnis Anda telah tumbuh dan membutuhkan perubahan.

Sebuah rencana bisnis yang baik menyajikan gambaran bisnis dalam jangka pendek, dan dalam jangka panjang. Namun, rencana itu tidak hanya menggambarkan apa yang tampak seperti bisnis pada setiap tahapan tersebut. Rencana bisnis juga menjelaskan bagaimana Anda akan melewatkannya dari satu tahap ke tahap berikutnya. Dengan kata lain, rencana tersebut menyediakan "peta jalan" untuk bisnis, sebuah peta jalan yang harus dibuat sespesifik mungkin. Rencana bisnis juga harus menjelaskan semua langkah-langkah utama yang Anda butuhkan untuk menyelesaikan untuk mencapai setiap target yang telah ditentukan. Anda dapat

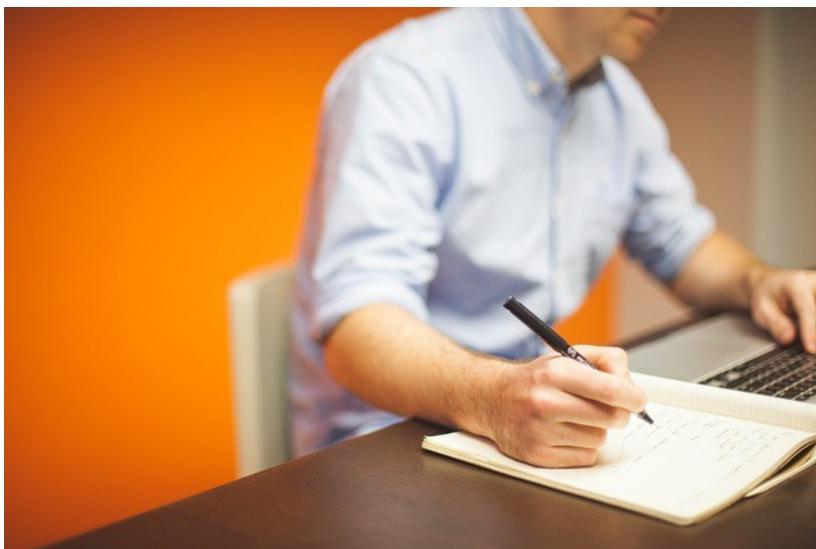
meluangkan waktu untuk mengembangkan sebuah rencana tentang faktor-faktor lain seperti keuangan, pemasaran, dan staf.

5. Nikmati suka duka, naik turun dalam berbisnis

Tentu saja, membuat semua rencana dari fakta-fakta yang diteliti sangat penting dalam membangun bahwa keberanian dan keyakinan untuk memulai bisnis. Tapi pada akhirnya, tindakan nyata merupakan faktor utama dalam keberhasilan bisnis. Setelah bisnis berjalan, Anda perlu untuk mulai menarik klien dan pelanggan. Anda akan ingin memulai dengan dasar-dasar dengan menulis proposisi penjualan yang unik dan membuat rencana pemasaran.

Kemudian, mengeksplorasi banyak ide-ide pemasaran usaha kecil mungkin sehingga dapat memutuskan bagaimana untuk mempromosikan bisnis yang paling efektif. Setelah Anda menyelesaikan hal-hal untuk memulai kegiatan bisnis ini, Anda akan memiliki semua basis usaha kecil dan siap untuk kesuksesan bisnis kecil. Anda harus mempunyai afirmasi positif untuk mengambil satu langkah lebih dekat dengan kesuksesan dengan menikmati setiap suka duka dalam menjalankan bisnis. Anda harus bersedia untuk menghabiskan waktu untuk belajar dalam bisnis.

9 Tips Memulai Bisnis di Usia Muda



Dunia bisnis telah berkembang pesat. Kini banyak bidang yang bisa dimasuki oleh pebisnis muda. Anda tak perlu menunggu tua untuk berbisnis. Jika memiliki kemauan, kepercayaan diri dan kemampuan yang memadai, mengapa tak berbisnis sekarang juga? Anak muda diuntungkan karena masih memiliki fisik prima dan konsentrasi kuat. Selain itu,

biasanya anak muda belum dibebani berbagai permasalahan rumah tangga sehingga dapat fokus sepenuhnya pada bisnis. Tunggu apa lagi? Semakin cepat memulai, semakin cepat pula meraih kesuksesan. Namun perhatikan aturan main dalam berbisnis. Jangan sampai Anda mengalami kegagalan karena kurang pengalaman. Berikut ini adalah tips memulai bisnis di usia muda :

1. Pilih bisnis yang sesuai dengan passion

Usahakan berbisnis di bidang yang Anda sukai. Dengan demikian, Anda akan lebih bersemangat melakukannya. Berbagai masalah dapat dicari solusinya dan berbagai inovasi dapat ditemukan untuk mengembangkan bisnis. Misalnya saja

Valentina Meiliyana, pebisnis muda sukses di Indonesia. Sejak kecil ia menyukai desain. Sejak 2008, Valentina mengembangkannya desainnya dengan bantuan dari penjahit terbaik lulusan sekolah mode. Ia menjual sepatu pesanan dan berbagai pakaian jadi di bawah merk Selkius Maxwell. Kini omzet per bulannya mencapai 50 juta rupiah.

2. Tentukan posisi yang akan dipilih

Setelah menemukan bidang bisnis, tentukan posisi yang akan Anda tekuni. Sadari letak kemampuan diri sendiri. Semua orang memiliki kelebihan, tinggal bagaimana cara memanfaatkannya. Jika Anda pandai membuat rencana, ambil posisi sebagai perencana perusahaan. Sedangkan jika Anda ahli memimpin

orang, tak ada salahnya menjadi manajer. Pastikan memilih posisi yang tepat supaya dapat bekerja dengan maksimal. Pahami dengan baik konsep “right man to the right place”. Anda juga dapat menerapkannya saat menentukan posisi para rekan atau karyawan perusahaan Anda.

3. Perbanyak menjual produk, bukan perbanyak keuntungan

Jangan jadikan uang sebagai tujuan utama. Uang memang dibutuhkan untuk membangun dan mengembangkan bisnis, tetapi jangan lantas mendewakannya. Sadari bahwa masih banyak hal yang lebih penting daripada uang: kesenangan dalam bekerja, kepuasan para konsumen, atmosfer kerja yang baik, dan sebagainya.

Jangan sampai mengorbankan hal-hal itu demi uang. Tak perlu mematok harga produk terlalu mahal. Perbanyak menjual produk, bukan perbanyak keuntungan. Anda dapat berpromosi melalui produk. Semakin banyak produk yang terjual, semakin banyak pula promosi dari mulut ke mulut.

4. Bangun loyalitas konsumen

Salah satu syarat sukses dalam berbisnis adalah adanya kepercayaan antara perusahaan dan konsumen. Supaya dapat meraih kepercayaan konsumen, Anda harus menguatkan perusahaan terlebih dahulu. Buat produk dengan kualitas yang baik. Beri pelayanan dengan tulus. Dengarkan keluhan dan saran dari para konsumen. Dengan demikian, mereka

akan menaruh hormat pada perusahaan Anda. Kepercayaan antara kedua belah pihak pun dapat tercipta. Jangan sampai konsumen Anda beralih ke perusahaan lain karena terjadi ketidakpuasan. Upayakan untuk membangun loyalitas konsumen, lalu jagalah loyalitas tersebut. Usaha Anda akan berjalan dengan lebih lancar.

5. Tanamkan kejujuran

Kejujuran adalah hal terpenting dalam berbisnis. Tak ada artinya jika Anda pandai, sukses dan kaya tetapi tidak jujur. Kebanyakan orang menghargai kejujuran di atas segalanya. Oleh karena itu, sebaiknya hindari melakukan kebohongan atau kecurangan. Mulai bisnis Anda dengan niat yang baik. Tak perlu terlalu

mengutamakan persaingan, sebab hal itu mendorong Anda untuk berusaha dengan cara yang tidak halal. Yakini bahwa kesuksesan Anda tidak tergantung pada usaha orang lain, tetapi tergantung pada usaha diri sendiri. Mari berjuang sepenuh hati. Bangun niat untuk melayani dan membantu konsumen, bukan meraih keuntungan sebanyak-banyaknya.

6. Pilih produk yang spesifik

Supaya usaha Anda cepat terkenal, usahakan untuk memilih produk yang spesifik. Hindari memilih produk yang terlalu umum untuk mengurangi jumlah saingan. Anda dapat memilih produk yang unik, baru, maupun eksotis. Misalnya saja Anda tertarik untuk memproduksi makanan kecil berupa

keripik. Terbuat dari apa keripik tersebut? Anda memutuskan untuk menggunakan jamur. Jenis jamur apa yang akan dijadikan bahan utama? Anda memilih memanfaatkan jamur tiram. Jadilah bisnis Anda: keripik jamur tiram. Anda dapat menjualnya ke berbagai tempat. Saat ini belum banyak perusahaan yang menjual keripik jamur tiram, maka usaha Anda sangat mungkin menjadi populer dalam waktu singkat.

7. Cari supplier yang bisa dipercaya

Supplier mempengaruhi kualitas produk Anda. Jika bahan dasar yang diberi oleh supplier berkualitas buruk, kemungkinan besar kualitas produk Anda akan menjadi buruk. Maka pilih konsumen dengan hati-hati. Tak ada salahnya meminta saran dari

pengusaha yang lebih dulu mulai berbisnis. Pastikan bahwa supplier tersebut kompeten dan memiliki pengalaman yang cukup. Jangan mencoba bertaruh dengan memilih supplier yang tidak jelas, tetapi murah harganya. Anda harus dapat mempercayai supplier. Demikian pula sebaliknya, supplier harus dapat mempercayai Anda. Pastikan perusahaan memperlakukan supplier dengan baik. Bayar tagihan secara tepat waktu dan jaga etika kerja.

8. Pertimbangkan untuk bermitra

Saat hendak mulai berbisnis, hambatan yang dialami anak muda adalah kurangnya modal. Hal itu dapat diakali dengan meminjam uang orang tua Anda.

Jika mereka tidak memiliki cukup uang, Anda dapat mengajukan utang ke bank. Namun apabila Anda belum memenuhi syarat untuk melakukan hal tersebut, cari alternatif lain. Pertimbangkan untuk bermitra. Cari orang yang kompeten dan cocok bekerja sama dengan Anda. Dengan demikian, modal usaha tak perlu ditanggung sendiri. Anda harus membuat perjanjian bermitra dengan jelas. Pastikan kedua belah pihak menyetujui perjanjian tersebut. Hal ini dapat menghindarkan kekacauan di tengah-tengah usaha akibat salah paham dalam pembagian keuntungan dan sebagainya.

9. Jangan takut mengorbankan kesenangan

Anak muda yang memutuskan untuk

memulai bisnis harus siap untuk mengorbankan kesenangan. Hidupnya tak akan sama lagi dengan anak muda kebanyakan. Di saat mereka bersenang-senang, mungkin Anda harus bekerja. Di saat mereka tidur, mungkin Anda harus bangun untuk bekerja lebih banyak lagi. Dibutuhkan mental yang kuat untuk menghadapi hal tersebut. Ingatkan diri sendiri tentang niat Anda. Misalnya saja, Anda memulai bisnis di usia muda karena ingin membantu perekonomian keluarga. Atau Anda melakukannya untuk meraih kesuksesan sedini mungkin. Pegang teguh niat tersebut, jadikan sumber semangat di kala Anda lelah. Tak perlu iri pada kehidupan teman-teman Anda. Di masa depan, mungkin justru mereka yang iri pada kehidupan Anda. Percayai saja hukum karma. Jika Anda mengorbankan sesuatu, Anda akan memperolehnya

kembali dalam bentuk yang berbeda,
tetapi berjumlah sama.

5 Kesalahan Fatal dalam Memulai Bisnis



Memulai bisnis dengan mendirikan sebuah usaha sendiri merupakan hal yang didambakan oleh setiap orang. Menjadi entrepreneur sejati tentunya memerlukan bekal sikap kepemimpinan dan sikap tegas serta produktif yang harus ada pada diri seseorang. Sikap – sikap tersebut tentu ada agar tidak terjadi

kesalahan – kesalahan dalam bisnis, yang berimbang pada lancar atau tidaknya jalannya bisnis anda.

Banyak sekali kesalahan – kesalahan yang buruk yang sekiranya dapat menghambat atau bahkan memberhentikan bisnis anda. Tentu anda tidak ingin apabila bisnis anda menjadi kacau, bukan? Untuk itu, anda memerlukan strategi – strategi khusus agar anda tidak terjebak dalam langkah yang salah untuk memulai bisnis anda. Strategi – strategi tersebut juga ditujukan agar bisnis anda dapat anda rintis dengan baik dan maksimal, sehingga langkah kedepannya pun semakin baik dan target – target dari bisnis anda dapat tercapai.

1. Kurang fokus dan tertata pada satu aspek

Merintis bisnis tentu memiliki banyak sekali langkah yang dipersiapkan untuk mencapai banyak target yang telah ditentukan. Mulai dari proses produksi, pemasaran, perekrutan karyawan, pengadaan sarana dan prasarana, peningkatan kesejahteraan diri sendiri dan lain sebagainya. Untuk memikirkan dan meng – handle hal tersebut, tentu membuat pikiran anda semakin bercabang. Anda harus pintar memutar otak untuk senantiasa menemukan jalan keluar agar seluruh hal tersebut dapat teratasi dengan baik.

Agar tujuan dan target bisnis anda lebih mudah tercapai, sebaiknya anda menentukan fokus dari seluruh hal yang telah anda persiapkan. Tentukan mana hal yang paling menjadi prioritas untuk

segera diselesaikan. Prioritas tersebutlah yang harus anda jadikan sebagai fokus dari pikiran anda dalam berbisnis.

Tentukan pula berapa lama rencana anda untuk menyelesaikan hal yang menjadi fokus anda. Persiapkan langkah – langkahnya, bersama juga dengan estimasi dana serta waktu yang dibutuhkan.

2. Tidak menawarkan produk yang bermanfaat atau bernilai berbeda untuk pelanggan anda

Dalam merintis sebuah usaha, ada baiknya anda memiliki ciri khas dan keunikan tersendiri dalam bisnis anda. Ciri khas dan keunikan tersebut lah yang akan anda menjadi nilai jual dari produk bisnis anda. Pertahankan nilai jual anda

karena hal tersebutlah yang akan mendukung jalannya usaha yang sedang anda rintis. Begitu juga dengan seberapa besar manfaat yang anda tawarkan dari produk bisnis anda. Hal tersebut juga berpengaruh pada dorongan masyarakat untuk memilih produk bisnis anda dibandingkan dengan produk bisnis yang lain atau produk bisnis dari kompetitor anda.

Bila anda cenderung membuat produk bisnis yang tidak inovatif dan tidak berbeda dengan yang dihasilkan oleh kompetitor anda, bisnis anda justru akan tenggelam dalam persaingan ketat yang tak kunjung pernah ada habisnya. Produk bisnis anda tidak akan berhasil mengambil alih perhatian masyarakat. Jika begitu, pemasukan bisnis anda serta target penjualannya pun akan sedikit. Hal

inilah yang sekiranya menghambat laju pertumbuhan bisnis yang sedang anda rintis.

3. Terlalu bergantung pada investor

Memiliki investor sebagai salah satu sumber dana dalam bisnis anda memang merupakan hal yang benar. Investor biasanya memiliki hak atas saham yang dia tanamkan pada bisnis anda sesuai dengan besarnya. Anda tentu senang memiliki sumber dana dalam bisnis anda dengan sistem bagi hasil. Anda untung, investor anda untung, dan bisnis anda tumbuh dan berkembang dengan baik.

Namun adakalanya, anda tidak selalu memerlukan adanya investor pada bisnis anda. Anda perlu berjuang

mempertahankan bisnis anda sendiri, dimana keuntungannya ialah milik anda. Janganlah terlalu bergantung pada investor, apabila bisnis anda tidak ingin dicampuri oleh beberapa tangan – tangan lain. Percayakanlah pada diri anda sendiri bahwa anda mampu menangani bisnis yang anda rintis. Apabila modal penuh sudah bisa anda dapatkan dalam waktu beberapa bulan, segeralah beralih dari investor yang telah menanam saham pada bisnis anda. Putuskan kerja sama anda dengan investor secara baik – baik, namun tetap menjadi jaringan bisnis dalam hal pekerjaan. Terlalu bergantung pada investor akan membuat bisnis yang anda rintis terlalu disetir oleh beberapa tangan dan tidak berkembang sebagaimana mestinya sesuai dengan yang anda harapkan.

4. Stress dan kelelahan

Merintis bisnis pada mulanya memang menyita banyak waktu, perhatian serta pikiran. Anda memang harus mencurahkan semua itu dengan ikhlas, demi pertumbuhan bisnis anda yang baik ke depannya. Namun terkadang, banyaknya pikiran pada hal – hal tersebut cenderung memicu stress pada diri seseorang. Stress yang ditimbulkan pun seringkali berdampak pada kelelahan. Seperti yang kita ketahui, bahwa stress dan kelelahan akan berimbang pada sakit yang diderita oleh tubuh. Bila tubuh sudah sakit, tentu perusahaan yang sedang anda rintis memiliki kemungkinan besar untuk terbengkalai.

Bila anda terlalu lama memelihara stress

yang ada pada pikiran anda karena memikirkan banyak hal dalam merintis sebuah usaha, anda pun akan gegabah dalam mengambil keputusan. Begitu juga dengan langkah – langkah bisnis yang harus anda lakukan dengan cepat, mungkin akan cenderung berjalan lebih lambat. Nah, untuk itu, bila stress dan kelelahan sudah melanda tubuh anda, sebaiknya anda segera melakukan refreshing secepatnya. Lakukan apapun yang menjadi kegemaran anda dan dapat meningkatkan mood anda dengan cepat. Hindari stress, karena bisnis yang anda rintis bergantung pada kondisi pikiran dan tubuh anda yang maksimal dan sehat.

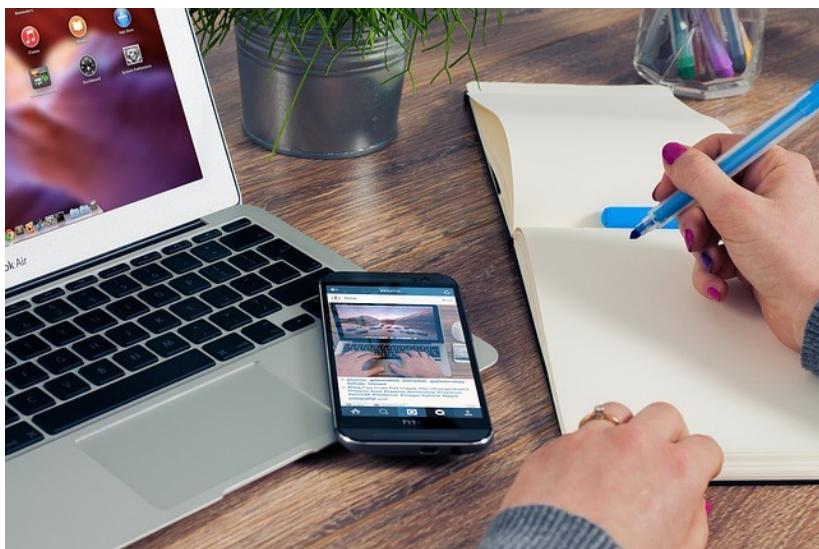
5. Gagal menganalisa keadaan dan situasi pasar

Kondisi dan situasi pasar yang menjadi sasaran anda perlu menjadi hal yang penting untuk diperhatikan dalam merintis sebuah usaha. Anda perlu menganalisa dengan sebaik dan sekritis mungkin bagaimana keadaan dan situasi pasar yang menjadi target sasaran anda. Bila anda memiliki analisa yang benar dan kuat, anda tentu akan dapat dengan mudah menyesuaikan bisnis yang anda kelola dengan kondisi pasar yang ada. Sehingga, anda dapat dengan lancar menjalankan langkah – langkah bisnis anda untuk merintis usaha dan mencapai tujuan – tujuan dari usaha anda.

Yang menjadi ketakutan adalah bila anda gagal dalam menganalisa kondisi dan situasi pasar. Bila hal ini terjadi, akan berimbang pada gagalnya bisnis yang sedang anda rintis. Adanya perbedaan

yang anda temukan di lapangan dengan analisa anda, tentu akan menghambat jalannya langkah – langkah anda dalam mengembangkan bisnis yang telah anda tentukan sebelumnya. Untuk itu, pelajarilah kondisi dan situasi pasar anda sebaik dan seteliti mungkin, agar anda tidak salah menganalisa dan salah menentukan langkah bisnis.

Kiat Memulai Usaha Dari Rumah



1. Menyusun Rencana Bisnis yang Tepat

Setiap hal yang ingin Anda lakukan pasti akan selalu direncanakan dengan matang. Maka dari itu, untuk membangun bisnis yang hebat maka harus dibuat perencanaan yang baik. Anda harus melakukan pengamatan tentang produk yang akan dijual. Berupa barang atau

jasa? Hal ini akan sangat mempengaruhi kesuksesan Anda. Hal terbaik adalah Anda harus fokus terhadap satu produk terlebih dahulu.

Pengamatan yang Anda lakukan haruslah meluas hingga ke pasar. Pastikan bahwa di pasar produk yang Anda jual memang sangat dibutuhkan akan tetapi memiliki stok yang terbatas. Karena dengan stok yang terbatas maka banyak konsumen yang membutuhkan otomatis permintaan akan melambung dan itu menguntungkan Anda. Jika stok barang di pasar sangat banyak maka urungkanlah niat untuk menjual barang yang sama.

2. Apakah Anda Mampu Bekerja Sendirian?

Hal kedua yang perlu ditanyakan kepada

diri Anda adalah mampukah diri Anda bekerja seorang diri? Karena ini berhubungan langsung dengan kemampuan individu Anda dalam menghendel semua bisnis. Jika mampu, maka Anda akan menjadi seorang pemilik tunggal dan berhak atas semua yang Anda hasilkan. Akan tetapi, ketika Anda bekerja sendiri akan memiliki resiko yang cukup berat. Contoh mudahnya adalah, ketika pesanan akan barang Anda sangat banyak dan dalam waktu tetentu harus segera selesai dan Anda tidak dapat menyelesaikan itu semua. Pada akhirnya Anda harus besiap -siap menerima protes ketidakpuasan dari pelanggan Anda.

3. Apakah Anda Membutuhkan Karyawan?

Jika bisnis Anda mengharuskan untuk merekrut karyawan, maka bersiaplah menghadapi jalan yang lebih sulit. Anda harus mencari informasi tentang izin mendirikan usaha, dan membuat lisensi agar produk tersebut terlindungi dari pembajakan. Jika produk Anda berupa makanan, maka pergilah ke laboratorium untuk menguji kelayakan makanan agar mendapatkan ijin depkes terlebih dahulu sebelum produk tersebut beredar luas.

Jika Anda memperkerjakan karyawan tentunya akan bertambah tanggung jawab yang Anda pegang. Anda harus memikirkan gaji karyawan Anda dan membuat karyawan tersebut merasa nyaman.

4. Memastikan Hal Apa Saja yang

Dibutuhkan

Jika rencana bisnis sudah Anda tentukan dengan baik, maka buatlah daftar barang apa saja yang dibutuhkan untuk menunjang kelancaran bisnis yang hendak dijalankan. Misalnya, bisnis laundry otomatis membutuhkan mesin cuci, deterjen, setrika, dan tempat khusus untuk menata cucian kering. Persiapan ini adalah hal yang sangat vital, karena jika tidak dilakukan maka bisnis tidak akan berjalan dengan baik. Jadi, sebelum memulai bisnis, Anda harus mempersiapkan barang-barang apa saja yang dibutuhkan untuk mendukung kesuksesan bisnis Anda.

5. Tabungan untuk Pensiun

Sebuah usaha tentunya bukan direncanakan dan dibuat untuk waktu yang pendek saja. Dalam membuat usaha pastinya Anda memikirkan hari tua Anda. Maka dari itu, dalam sebuah usaha menyisihkan sebagian penghasilan akan sangat berguna untuk hari tua Anda. Sebaiknya hal ini sudah direncanakan sebelum memulai usaha. Orang yang pandai mengatur keuangan seperti ini akan adalah calon- calon pebisnis sukses dimasa depan. Pada akhirnya bisnis yang Anda bangun dapat dijadikan sebagai warisan untuk anak cucu Anda.

6. Menyiapkan Tempat Kerja Khusus

Dalam memulai bisnis dari rumah, sebaiknya mulailah mengatur ruang kerja Anda. Buatlah sebuah ruangan tersendiri

dan terpisah dari ruangan keluarga yang lain. Hal ini akan memungkinkan Anda untuk fokus terhadap bisnis yang dilakukan. Ruang kerja yang tercampur dengan ruangan keluarga akan menyulitkan Anda dalam menyimpan dan mengatur arsip-arsip bisnis. Tentunya memiliki ruang kerja yang nyaman dan kondusif akan menunjang kelancaran bisnis dan terkesan lebih professional.

7. Pikirkan Mengenai Keberadaan Anak-Anak Anda

Suatu saat seorang anak pasti akan membuat orang tua merasa terganggu dengan kenakalannya. Tentunya hal ini tidak diinginkan ketika Anda sedang sibuk berbisnis. Jika tiba-tiba anak-anak Anda datang dan mengacaukan semuanya, apa

yang akan terjadi? Masalah ini dapat diatasi dengan membuat ruang bermain sendiri untuk anak Anda. Membuat anak-anak Anda jauh dari pekerjaan yang sedang dilakukan. Hal ini akan sangat membantu Anda untuk melancarkan bisnis yang sedang berjalan.

8. Pasanglah Telepon Khusus untuk Usaha

Memasang telepon yang dikhususkan untuk usaha yang sedang berjalan akan membuat Anda tampak lebih professional. Jadi Anda akan terbebas dari gangguan suara anak-anak, suara televisi, atau suara bising yang lain. Pilihlah mesin penjawab telefon yang berkualitas, karena ini akan sangat mempengaruhi pemikiran dari seorang

pelanggan.

9. Perlihatkan Bahwa Anda Adalah Seorang Profesional

Jadilah seorang pengusaha yang professional. Kalimat ini sering sekali diucapkan orang lain kepada seseorang yang hendak memulai usaha. Solusi yang kami tawarkan untuk menjadi seorang professional adalah membuat manajemen yang baik. Hal yang akan membuat tampak lebih professional adalah ketika Anda membuat web atau blog dan memasarkan barang Anda melalui internet. Tentunya pelanggan akan merasa yakin dengan usaha Anda. Hal lain yang bisa membuat Anda tampak lebih professional dengan cara memberikan pelayanan yang baik kepada

pelanggan, ramah, cepat tanggap, barang Anda mempunyai label dan ijin, serta selalu menjaga kualitas barang atau jasa. Akhirnya Anda akan menjadi orang yang benar-benar sukses.

10. Asuransikan Bisnis Anda

Resiko buruk dalam dunia usaha adalah bangkrut. Jika seorang pengusaha menemui hal ini pasti akan membuat mereka menjadi stres dan patah semangat. Untuk menanggulangi hal itu terjadi, maka setelah bisnis Anda berjalan buatlah asuransi untuk usaha dan keluarga Anda. Semua ini harus Anda lakukan untuk menghindari hal-hal yang tidak diinginkan.

9 Tips Memulai Usaha Dengan Modal Terbatas



Tak perlu modal besar untuk memulai usaha. Manfaatkan saja modal yang dimiliki saat ini. Jika didampingi oleh niat yang kuat dan usaha yang keras, modal kecil bisa menghasilkan untung yang besar. Maka tak perlu menunda lebih lama untuk memulai bisnis.

Sesungguhnya tak ada waktu yang paling tepat untuk melakukan sesuatu. Maka mulai sekarang juga. Percayai diri Anda. Berusahalah sebaik mungkin dengan modal yang ada, niscaya Anda akan meraih kesuksesan. Berikut ini adalah tips memulai usaha dengan modal terbatas :

1. Mulai dengan menjadi agen atau perantara

Berbisnis tak terbatas pada membuka toko atau menciptakan perusahaan. Dengan modal kecil, sebaiknya Anda mulai dengan menjadi agen atau perantara. Cari perusahaan yang sudah mapan. Tawarkan diri untuk menjual produk mereka. Anda bisa melakukannya dengan mendatangi konsumen satu per satu secara langsung. Atau Anda bisa

memanfaatkan jasa internet. Tawarkan saja produk ke forum jual-beli online. Dengan demikian, Anda bisa menghemat tenaga. Jangan mudah menyerah jika ditolak oleh konsumen. Tenang saja, pengusaha memang harus mengalami kegagalan sebelum meraih kesuksesan. Kumpulkan gaji sedikit demi sedikit. Setelah memiliki modal yang lebih banyak, Anda bisa membuka usaha sendiri.

2. Cermati peluang yang ada

Jika modal terbatas, akan sulit untuk bersaing dengan perusahaan-perusahaan yang lebih mapan. Coba cari bidang bisnis yang masih sedikit saingannya. Cermati peluang yang ada. Lakukan riset pasar. Dengarkan keluhan orang-orang di sekitar

Anda. Ciptakan bisnis yang unik. Misalnya saja, saat ini kebudayaan Korea sedang diminati di Indonesia. Anda bisa membuka salon khusus untuk orang-orang yang menyukai gaya Korea. Gaya rambut ditawarkan adalah gaya yang banyak digunakan oleh artis dari negara tersebut. Karyawan juga sebaiknya mengenakan busana Korea. Bisnis seperti ini akan menarik banyak pengunjung. Selain itu, Anda tak perlu dipusingkan oleh saingan.

3. Minta uang muka terlebih dahulu

Jika modal Anda terbatas, buat kebijakan untuk memberi uang muka. Misalnya saja Anda membuka usaha produksi kaos dalam jumlah banyak. Minta uang muka pada konsumen. Dengan modal uang

tersebut, Anda dapat memproduksi kaos yang dipesan. Sisa uang yang dibayar oleh konsumen bisa menjadi tambahan modal. Dengan menerapkan sistem uang muka ini, usaha Anda bisa berjalan walaupun dengan modal terbatas. Jika usaha sudah lebih sukses dan modal sudah banyak, pertimbangkan untuk menghapus sistem ini. Sebab sebagian konsumen keberatan apabila diharuskan untuk membayar uang muka. Mereka takut jika hasil produk yang dipesan tidak sesuai harapan. Jika sudah memberi uang muka, mereka terpaksa membeli produk tersebut walaupun tidak ingin. Hapus kekhawatiran tersebut. Pastikan kualitas produk Anda selalu terjaga.

4. Ajukan kredit

Modal bisnis tak hanya bisa berasal dari uang Anda sendiri. Jika tidak memiliki cukup banyak uang, coba pinjam pada orang tua atau kerabat Anda. Namun jika mereka tidak bisa meminjamkan, coba ajukan kredit pada bank. Persiapkan semua persyaratan yang dibutuhkan. Supaya kredit disetujui, buat proposal bisnis Anda dengan baik. Buat pihak bank percaya bahwa bisnis tersebut akan sukses, jadi Anda bisa mengembalikan kredit yang mereka berikan. Selain itu, sebaiknya Anda memiliki penjamin utang, misalnya saja orang tua Anda. Pihak bank akan lebih mudah memberikan kredit.

5. Alokasikan keuntungan untuk menambah modal

Kelola keuangan bisnis dengan baik.

Hindari membeli barang-barang yang kurang penting. Jika Anda membuka toko, pertimbangkan untuk membeli perabot bekas. Saat ini cukup banyak tempat yang menyediakan perabot bekas dengan kualitas baik. Anda dapat membeli meja, kursi, lemari, dan sebagainya di sana. Tak perlu gengsi atau malu. Saat penghasilan bertambah, Anda bisa mengganti perabot-perabot bekas itu dengan yang baru. Yang terpenting saat mulai membuka usaha adalah menambah modal. Alokasikan keuntungan untuk menambah modal Anda. Hindari menggunakan modal untuk keperluan-keperluan lain. Apa pun yang terjadi, jangan sentuh uang modal. Sebab modal adalah dasar dari bisnis Anda.

6. Tak perlu menyewa tempat untuk

toko

Hapus anggapan bahwa bisnis harus dilakukan di toko. Kalau modal Anda terbatas, tak perlu memaksakan diri untuk menyewa tempat. Coba pergunakan tempat tinggal Anda. Dengan demikian, Anda tak perlu membayar apa pun. Namun tempat bisnis yang digabung dengan tempat tinggal biasanya kurang nyaman. Anda jadi kekurangan tempat untuk bergerak. Apalagi jika lokasi tempat tinggal Anda tidak strategis.

Pertimbangkan untuk membuat booth sebagai tempat berjualan. Anda bisa meletakkan booth di mana saja: di depan toko, di lokasi acara yang sedang berlangsung, dan sebagainya. Atau Anda bisa menggunakan mobil untuk berjualan. Cara ini menguntungkan karena Anda bisa menjangkau konsumen

di segala tempat. Selain itu, Anda hanya perlu membayar biaya bahan bakar.

7. Manfaatkan promosi dari mulut ke mulut

Promosi tak harus menghabiskan uang. Jika modal Anda kecil, tak perlu memaksakan diri untuk memasang iklan di majalah atau surat kabar. Manfaatkan saja relasi Anda. Coba terapkan promosi dari mulut ke mulut. Misalnya saja Anda menjual kue. Setiap kali teman Anda berulang tahun, hadiahi ia dengan kue tersebut. Atau bawa saja kue Anda ke berbagai acara seperti arisan, syukuran, dan sebagainya. Persilakan orang lain untuk mencoba kue tersebut. Jika mereka tertarik, beri kartu nama Anda. Kelezatan kue yang dicoba secara langsung akan

mendorong mereka untuk melakukan promosi dari mulut ke mulut. Dengan demikian, Anda tak perlu mengeluarkan uang sepeser pun untuk melakukan promosi.

8. Antisipasi kegagalan

Kegagalan selalu mungkin terjadi dalam berbisnis. Jika memiliki modal besar, kegagalan dapat ditanggulangi dengan lebih mudah. Namun jika memiliki modal terbatas, Anda harus pandai-pandai membuat rencana alternatif. Jangan langsung menyerah jika menjumpai kegagalan. Misalnya saja, modal Anda yang terbatas hilang setengahnya karena kecerobohan sendiri. Segera atasi permasalahan tersebut. Anda bisa meminjam modal tambahan ke teman,

keluarga, atau kerabat lainnya. Yakinkan mereka bahwa Anda akan mengembalikannya begitu memperoleh penghasilan. Tindakan ini lebih baik daripada melanjutkan bisnis dengan modal yang semakin sedikit. Bisa-bisa Anda terpaksa menurunkan kualitas produk. Pelanggan akan kecewa karenanya. Yang perlu diingat, gunakan kegagalan Anda sebagai pembelajaran. Jangan sampai mengulangi kesalahan yang sama.

9. Pilih jenis usaha dari hobi

Pertimbangkan untuk memulai bisnis dari hobi Anda. Tindakan ini cocok digunakan bagi pebisnis yang memiliki modal terbatas. Pilih hobi yang tidak terlalu menghabiskan uang. Misalnya saja Anda

hobi berjalan-jalan dan memiliki ketertarikan terhadap hewan. Mengapa tidak membuka layanan mengajak anjing jalan-jalan? Anda tak membutuhkan modal yang besar. Selain mendapat uang dari pelanggan, Anda memperoleh kesenangan karena melakukan hobi.

MANAJEMEN SDM



7 Langkah Dalam Merekrut Pegawai Pertama Anda



Membuka lapangan kerja baik dalam bentuk perusahaan ataupun usaha biasa, secara langsung akan mengharuskan anda menjadi pemimpin usaha yang profesional dan matang. Hal ini tidak dapat dihindari, karena anda tentu akan menjadi orang yang berpengaruh

langsung terhadap pertumbuhan usaha anda sendiri. Untuk memperlancar jalannya usaha anda, tentu anda harus mempekerjakan karyawan pada usaha anda, dengan kriteria dan jumlah tertentu sesuai yang dibutuhkan. Lantas, bagaimanakah langkah – langkah yang perlu diperhatikan dalam merekrut karyawan? Perlukah mengadakan seleksi yang ketat agar kita dapat menemukan rekan kerja yang sejalan pemikirannya dengan kita?

1. Tentukan apa yang Anda butuhkan

Anda tentu memahami apa yang menjadi bidang kerja anda, serta apa yang anda butuhkan dari seseorang untuk mengisi posisi di dalam usaha anda. Anda harus dapat mengidentifikasi kriteria seperti

apa yang anda butuhkan dari seseorang. Misalnya anda membuka sebuah perusahaan travel. Anda tentu membutuhkan orang – orang yang paling tidak bisa menguasai cara mengoperasikan komputer dan internet untuk mengecek ketersediaan tiket dan booking. Anda menginginkan perempuan dengan tinggi dan kriteria fisik tertentu agar terlihat lebih menarik. Tetapi diluar kriteria – kriteria yang telah ditentukan, anda juga perlu memperhatikan psikis dari calon karyawan anda. Anda tentu membutuhkan karyawan yang jujur, memiliki segudang prestasi, bertanggung jawab, bekerja sepenuh hati, inovatif dan lain sebagainya. Carilah potensi pada diri calon karyawan anda dengan metode wawancara mendalam ataupun tes psikologis. Dengan demikian, anda akan mendapatkan karyawan sesuai dengan

apa yang anda butuhkan dalam usaha anda.

2. Pasang iklan dengan spesifik

Sebagai langkah pencarian karyawan, ada baiknya anda mempublikasikan lowongan pekerjaan dari usaha anda di media massa. Koran, majalah dan internet adalah beberapa contohnya. Jangan lupa sertakan syarat – syarat yang wajib dipenuhi calon pelamar pada setiap publikasi anda. Sertakan job description yang mendasar, serta kriteria – kriteria khusus yang memang benar – benar anda butuhkan untuk mengisi posisi pada perusahaan anda. Buatlah publikasi lowongan kerja tersebut sedetail mungkin, agar anda tak perlu lagi menyeleksi dengan proses yang berbelit –

belit karena terlalu banyak pelamar yang tidak memenuhi kriteria harapan anda.

3. Buat standard dan kriteria pegawai yang cocok

Dalam memilih calon karyawan, anda perlu menentukan standard dan kriteria khusus pada calon karyawan anda. Hal ini dapat anda tentukan berdasarkan tujuan perusahaan anda, target penjualan anda, standar dan iklim kerja anda, dan lain sebagainya. Standard dan kriteria tertentu ini bisa ditentukan dari jenis kelamin, usia, latar belakang pendidikan, prestasi yang dimiliki, tinggi badan, status pernikahan, hingga hobi. Dengan menentukan standar dan kriteria khusus, anda akan lebih mudah mengontrol kinerja karyawan anda ketika sudah

bekerja nanti, serta dalam perekrutannya anda tidak perlu membuang banyak waktu dan biaya untuk melakukan seleksi secara ketat dan besar – besaran, kecuali jika jumlah pendaftarnya sangat banyak.

4. Lakukan wawancara setidaknya dengan tiga pelamar terbaik

Dari seluruh berkas persyaratan yang telah masuk ke meja anda, anda perlu mempelajari portofolio masing – masing pelamar dengan singkat dan baik. Untuk mengetahui sejauh mana passion mereka untuk bekerja di bidang usaha anda, ada baiknya anda meluangkan waktu anda khusus untuk wawancara dengan calon karyawan anda. Pilihlah tiga atau setidaknya lima dari pelamar terbaik menurut anda dan perusahaan anda.

Paling tidak, melalui cara ini anda akan dapat menyaring yang paling baik dari kandidat – kandidat terbaik. Anda pun akan dapat mengetahui motif apa yang ada pada diri calon karyawan anda untuk bergabung bekerja bersama perusahaan anda.

5. Jangan sembunyikan fakta tentang usaha yang Anda jalankan dari calon pegawai

Perusahaan yang baik adalah perusahaan yang mampu mengorganisir kondisi apapun yang terjadi, baik positif maupun negatif. Agar tidak terjadi kesalahpahaman yang berlanjut, ada baiknya anda tidak menyembunyikan fakta sedikitpun mengenai perusahaan anda. Bila perusahaan anda pernah mengalami hal yang buruk seperti krisis

misalnya, nyatakanlah hal tersebut di hadapan calon karyawan anda. Termasuk halnya dalam pemberian penghasilan. Apabila usaha anda adalah usaha yang baru saja dirintis, dan faktanya anda hanya mampu membayar karyawan anda dengan standar Upah Regional Minimum (UMR), jangan sungkan untuk menyatakan hal tersebut pada calon karyawan anda. Pastikan anda dapat menggiring calon karyawan anda untuk bersedia berjuang bersama –sama membangun usaha yang anda jalankan saat ini dengan kooperatif dan saling menguntungkan.

6. Libatkan orang lain dari perusahaan dalam proses perekrutan

Sekalipun anda adalah orang yang paling

bertanggung jawab dalam perekrutan pegawai baru, janganlah sekali – sekali anda melakukannya sendiri. Sebaiknya, anda dapat melibatkan orang lain dari dalam perusahaan anda untuk bekerja sama dalam melakukan perekrutan. Hal ini ditujukan agar seleksi penerimaan karyawan baru dapat lebih terkontrol dengan baik. Perlu diingat bahwa membuat sebuah tim kerja adalah hal yang sangat penting karena kesolidan di dalamnya akan berpengaruh pada proses dan hasil kerja nanti. Maka dari itu, perbanyaklah sudut pandang perusahaan anda mengenai seorang pelamar dengan cara melibatkan beberapa orang dengan latar belakang yang berbeda, namun memiliki tujuan yang sama yaitu memajukan perusahaan anda. Katakanlah bila anda adalah pemilik perusahaan, anda perlu melibatkan tim Human

Resource Development (HRD) dari perusahaan anda, atau melibatkan penanggung jawab dari departemen yang akan diisi oleh calon karyawan anda.

7. Bersiaplah jika sewaktu-waktu pegawai Anda meninggalkan perusahaan

Mengatur pola kerja karyawan menjadi hal yang penting dalam kerja sebuah perusahaan. Ada baiknya anda perlu memahami bahwa karyawan adalah aset perusahaan, yang seharusnya anda jaga agar aset tersebut tidak hilang. Jadikanlah karyawan anda dapat bekerja dalam iklim yang sebaik mungkin, sehingga mereka selalu merasa nyaman pada perusahaan anda. Namun, perlu anda sadari bahwa akan ada saatnya karyawan anda meninggalkan perusahaan anda dengan

berbagai sebab yang mendasarinya. Untuk mengatasi hal ini, anda harus siap jika sewaktu – waktu karyawan anda meninggalkan perusahaan anda. Percayalah bahwa ketika satu aset pergi, masih banyak aset – aset lain yang belum anda temukan. Namun, bila anda sudah memiliki kepercayaan dan kecocokan yang tinggi pada beberapa karyawan anda, jagalah aset tersebut dengan sebaik mungkin agar mereka tetap bekerja di perusahaan anda. Menaikkan upah karyawan serta memberikan reward secara rutin adalah salah satu cara untuk mempertahankan karyawan dan mengapresiasi kerja mereka.

10 Langkah Mudah Untuk Menemukan Rekan Bisnis



Hal-hal yang harus Anda cermati dalam memilih rekan bisnis.

1. Tentukan Karakter Rekan Bisnis Yang Anda Butuhkan

Dalam memilih rekan bisnis Anda harus

menentukan karakter rekan bisnis Anda. Anda menginginkan rekan bisnis yang seperti apa. Untuk mengetahui hal ini, Anda harus banyak menyisihkan waktu Anda dan mempelajari calon rekan kerja Anda secara lebih mendalam. Usahakan Anda menemukan rekan bisnis yang memiliki tingkat emosional yang stabil.

2. Mengetahui Latar Belakang Rekan Bisnis Anda

Latar belakang dari setiap orang sangatlah penting untuk menunjukkan siapa diri mereka sebenarnya. Untuk itu, dalam mencari rekan kerja Anda sebaiknya harus mencari dan meneliti secara detail bagaimana latar belakang calon rekan kerja Anda. Anda harus mengetahui darimana asalnya, apa

keahliannya, bagaimana wataknya, bagaimana kesehariannya, dan lain-lain. Hal ini sangat Anda butuhkan untuk kelangsungan hubungan bisnis Anda. Kebanyakan pebisnis tidak melakukan hal ini, sehingga banyak terjadi kasus-kasus penipuan yang mengakibatkan kerugian yang besar.

Mencari rekan bisnis sangat mirip dengan mencari pasangan hidup. Semuanya harus jelas dan rinci. Tidak boleh sembarangan orang dan harus memiliki keahlian yang sesuai. Dan tentunya calon rekan kerja Anda harus memiliki reputasi yang baik, entah itu di dalam pekerjaan ataupun di luar pekerjaan.

3. Saling Memiliki Chemistry Yang Sama

Mencari rekan kerja sama saja kita ingin melakukan operan dalam bermain sepak bola. Jika kita tidak mempunyai chemistry yang sama pasti kita akan salah mengoper. Seperti itulah, dalam bisnis harus mempunyai frekuensi yang sama untuk menentukan hasil akhir.

4. Memiliki Visi dan Misi Yang Sama

Rekan kerja kita adalah orang yang akan kita ajak berbagi semuanya tentang pekerjaan dan bisnis. Untuk itu rekan kerja Anda harus memiliki visi dan misi yang sama dengan Anda. Hal ini akan memudahkan Anda dalam menentukan arah dan tujuan bisnis Anda. Dan Anda akan merasa mudah dalam mengambil setiap keputusan yang akan dibuat.

Tentunya Anda sudah membayangkan, jika Anda memiliki rekan kerja yang pas dan sesuai dengan Anda baik fikiran dan kemauannya, akan sangat mudah dalam melangkah beriringan.

5. Pandai Mengelola Keuangan

Rekan kerja Anda haruslah orang yang pandai mengelola keuangan. Mengapa demikian? Bisnis selalu beruhubungan dengan pemasukan dan pengeluaran. Pemasukan dan pengeluaran disini pastilah dimaksudkan dengan uang. Dimana Anda membuat suatu kebijakan yang membutuhkan pengeluaran berlebih, dan pastinya Anda akan membuat rancangan anggaran. Disitu rekan Anda dapat berandil peran. Anda bisa mengajaknya berdiskusi menentukan

berapa jumlah anggaran yang dibutuhkan. Rekan kerja Anda juga dapat berperan sebagai rem jika Anda sudah mulai tidak terkontrol dalam mengeluarkan dana.

Hal ini akan sangat membantu Anda dalam kelancaran Anda berbisnis. Bisnis Anda akan terasa sempurna jika rekan kerja Anda adalah orang yang sangat profesional dalam mengatur manajemen keuangan.

6. Relevansi Dengan Pekerjaan Anda

Rekan kerja Anda sebaiknya adalah orang-orang yang dapat melengkapi kekurangan Anda. Rekan kerja Anda sebaiknya selalu orang yang paham sekali dengan dunia bisnis. Agar Anda tidak

perlu repot dalam menjelaskan hal apapun mengenai bisnis kepada rekan kerja Anda.

Jadi orang yang Anda cari dalam bisnis Anda memanglah benar-benar orang yang sesuai dengan pekerjaan Anda.

7. Tetapkan Periode Percobaan

Jika Anda sudah menemukan rekan bisnis Anda sebaiknya Anda jangan segera membuat kontrak kerja. Anda sebaiknya menerapkan periode untuk melakukan percobaan kepada rekan kerja Anda. Percobaan haruslah didasarkan pada waktu tertentu.

Waktu untuk melakukan percobaan harus dibatasi. Misalnya pada saat ini kebanyakan perusahaan melakukan masa

percobaan selama tiga bulan kerja. Selama itu kita bisa mengamati apakah rekan kerja Anda benar-benar orang yang kompetitif atau bukan.

8. Pembagian Hasil Yang Jelas

Saat kita memperoleh rekan kerja, sebaiknya kita mempertimbangkan satu hal yaitu tentang pembagian hasil ataupun gaji. Dalam pembagian hasil haruslah jelas, karena bagaimanapun juga seseorang menerima tawaran kerja dan seseorang ingin bekerja adalah dengan alasan keuntungan ataupun gaji. Jika gaji dan keuntungan yang ditawarkan sangat menggiurkan maka seseorang itu pasti akan bersemangat. Jangan sampai rekan kerja kita memutuskan kontrak dengan kita hanya karena pembagian hasil yang

tidak jelas. Hal itu akan membuat kredibilitas kita menjadi buruk.

9. Patuh Dengan Aturan Main Anda

Rekan kerja yang Anda ajak kerja sama sebaiknya harus patuh dengan aturan main Anda. Jangan sampai mereka ikut dalam menetukan aturan main atau mereka akan bekerja seenaknya. Hal ini akan membuat anda rugi di kemudian hari. Tentunya Anda tidak menginginkan hal itu.

10. Jujur dan Amanah

Memilih rekan kerja haruslah selektif. Anda harus benar-benar memperhatikannya dengan baik.

Kejujuran dan dapat dipercaya adalah salah satu dasar untuk menentukan itu semua. Hal ini tentunya diikuti dengan kinerja Anda yang benar-benar transparan. Dengan ini mereka akan berkerja dalam keadaan yang nyaman dan tanpa tekanan.

5 Hal Ini Harus Dimiliki Calon Partner Bisnis Anda



Banyak sekali kejadian buruk yang terjadi ditengah proses kerja karena salah memilih partner bisnis. Mencari partner bisnis itu seperti mencari sahabat, sepatu yang pas, masakan sesuai selera dan pasangan hidup. Banyak beberapa yang perlu dipertimbangkan secara detail dan hati-hati. Memang benar jika kita ingin mengenali seseorang dekati untuk

beberapa bulan. Maka semua sifat dan cara kerjanya akan terlihat. Tapi itu adalah waktu yang lama bagi Anda yang ingin segera membangun perusahaan. kenali calon partner bisnis Anda. Setelah dirasa sesuai bangun camistry dengannya. Dengan begitu segala pekerjaan akan mudah untuk terlaksana. Perusahaan dapat berkembang dengan cepat dan bertahan lama. Jangan mudah percaya begitu saja pada calon partner yang mudah mengatakan “gampang.....” itu menandakan dia adalah orang yang mudah menyepelekan masalah kecil. Berikut lima hal yang harus dimiliki calon partner Anda :

a. Karakter yang cocok

Pastinya menyenangkan bila mempunyai teman yang karakternya cocok dengan Anda. Siapa teman tersebut akan menunjukan siapa diri Anda sebenarnya. Hal sama juga terjadi bila Anda mendapatkan partner bisnis yang mempunyai karakter sama dengan Anda. Bagaimanapun karakter dasar manusia tidak bisa dirubah. Untuk mencari karakter partner yang cocok Anda bisa memulai dari perbincangan sederhana. Seperti etos kerja lihat bagaimana dia menuturkannya. Selain itu Anda menilainya melalui cara-cara yang digunakan para psikolog. Tes ini bisa berupa tes tertulis hanya dengan mana yang cocok dengan yang dia suka dan dia tidak suka. Lakukan juga pendekatan secara langsung, memang kecocokan akan terlihat ketika beberapa bulan menjalin kerja sama. Perkenalkan diri

sendiri terlebih dahulu ceritakan pada calon partner bagaimana Anda bekerja, mimpi dan cita-cita, hobi yang disukai, pengalaman-pengalaman yang senang dan menyedihkan, hal-hal yang disukai dan dibenci.

Dari semua hal di atas, lihat respon calon partner kemungkinan besar dia juga akan bercerita mengenai dirinya saat.

Dengarkan dan biarkan dia bercerita, jika ada hal yang bertolak belakang dengan jangan meresponnya dengan menolak atau berdebat. Cukup tanyakan mengapa begitu, pura –pura setuju dan tersenyum. Dari situ Anda bisa menilai karakter calon partner.

b. Kemampuan yang saling melengkapi

Perbedaan keahlian tidak masalah, misalnya Anda ahli dalam mengatur urusan dalam kantor dan calon partner ahli dalam bekerja di lapangan. Atau memiliki keahlian yang sama tapi spesialis dibidangnya masing-masing. Misalnya sama-sama ahli dalam mengelola saham tetapi Anda lebih ahli dalam dibidang menarik para investor untuk menanamkan modal di perusahaan sedangkan dia lebih ahli dalam mengembangkan saham perusahaan. Saling melengkapi ini yang akan membuat perusahaan lebih produktif di waktu yang sama. Tanyakan pada calon partner bidang dan minat mana saja yang dia kuasai. Lalu analisis dengan diri sendiri pada bidang mana Anda merasa tidak menguasainya. Jika dia memang memenuhi syarat dan dapat melengkapi pekerjaan silahkan untuk menjadikannya

partner bisnis. Hal ini dilakukan agar tidak terjadi masalah dikemudian hari. Lakukan persetujuan mana saja tugas yang harus dikerjakannya. Ibaratkan satu tujuan yang sama tetapi otak dan manusianya berbeda.

c. Bisa Saling Menghargai

Inilah salah satu kunci kesuksesan perusahaan besar dimana sedikit pekerjaan yang mereka buat selalu dihargainya. Tidak perlu mencela dan meremehkan. Bagaimanapun mereka mengerjakannya juga menggunakan tenaga, waktu dan pikiran. Jika tidak ada rasa saling menghargai kemungkinan Anda dan partner bisnis tidak bisa menjalankan tujuan perusahaan bersama. Satu sama lain akan merasa iri

karena pada nyatanya pekerjaan mereka sia-sia. Menghargai bisa dituangkan dalam berbagai bentuk seperti memuji pekerjaan meski itu kurang baik setelah memuji beri masukan dengan kata yang santun seperti “ ini akan lebih bagus lagi bila.....” atau “ pekerjaanmu ini sudah bagus sebaiknya adakan perubahan sedikit dibagian..... biar sempurna”. Hindari menggunakan kata “jangan” atau “tidak” ketika melihat pekerjaan seseorang yana tidak sesuai. Tentunya kata-kata yang santun lebih enak didengar. Tidak hanya masalah pekerjaan ketika orang itu memiliki masalah pribadi yang rumit Anda bisa memberinya waktu libur beberapa hari untuk memnenangkan pikirannya. Hargai setiap ide yang masuk, setiap pekerjaan, setiap situasi dan setiap keadaan. Hargai mereka sebagai partner bisnis dan

sebagai teman.

d. Pikiran yang terbuka dan fleksibilitas

Sifat terbuka inilah yang membuat suasana kerja semakin erat. Terbukalah kepada siapa pun terima mereka yang memiliki sifat yang berbeda-beda. Terima semua ide, kritik, rekomendasi dan saran dari siapapun. Pikiran terbuka akan menyelesaikan masalah dan menemukan jalannya. Dengarkan semua orang yang berusaha membantu dengan memberikan ide untuk disaring dan ditemukan mana yang tepat. Terima kritik yang membangun sebagai alarm peringatan untuk memperbaikinya, jangan merespon negatif ketika mendapat kritikan yang tidak menyenangkan.

Tinjau rekomendasi dari beberapa orang, lihat apakah mampu untuk menunjang kinerja Anda. Jadikan saran sebagai jalan keluar untuk yang lebih baik dan perbaikan untuk perusahaan. berfikir fleksibel merupakan kunci untuk bertahan hidup demi keberlangsungan perusahaan. hilangkan segala egois, emosi dan keras kepala Anda untuk tetap bertahan dengan cara kerja sendiri. Partner bisnis, klien, karyawan, teman dan keluarga adalah orang yang membuat Anda bertahan hidup. Jika Anda masih berfikiran tertutup dan tidak mau fleksibel percaya bisnis Anda tidak akan bertambah besar dan sukses.

Bagaimanapun juga membangun perusahaan adalah menjadikan satu orang-orang dengan keahlian dan pikiran yang berbeda.

e. Kesamaan visi dan misi

Kesamaan visi dan misi ini yang membuat pekerjaan berjalan lancar, karena memiliki satu tujuan, dan satu pemikiran. Bicarakan pada calon partner bisnis Anda mengenai misi dan visi perusahaan. Satukan visi dan misi kalian. Pelajari dan pahami sebelum mencapai titik kesepakatan.

Sangat sulit bila Anda dan partner bisnis tidak memiliki pandangan yang berbeda tentang visi dan misi. Maka akan timbul tujuan dan pemikiran yang berbeda. Misalnya Anda ingin membuat bisnis waralaba dibidang laundry diseluruh daerah di Yogyakarta sedangkan partner bisnis menagkap pemikiran dengan membuka bisnis waralaba fokus pada

satu daerah dulu. Jika sudah berhasil baru menyebar keseluruh daerah Yogyakarta. Dari sini saja sudah jelas perbedaannya. Bak kapal pesiar yang mememilki dua kemudi ditengah lautan dengan yang besar dan ganas. Perusahaan hanya akan terombang-ambing tanpa tujuan yang pasti. Bangun visi dan misi Anda karena ini merupakan identitas perusahaan.

Cara Melejitkan Penjualan Dengan Manajemen Karyawan yang Tepat



Dalam suatu titik, seseorang pasti akan mengalami ‘*stuck*’ dalam kehidupannya. Dia tidak bisa berpikir terhadap apa yang akan dilakukan. Hal ini juga pasti dialami oleh para pebisnis. Mereka merasa bahwa semua hal telah dilakukan untuk meningkatkan omset. Namun angkanya masih berada di posisi itu-itu saja. Salah

satu rahasia agar omset naik adalah membuat permainan tim.

Menyusun permainan tim membutuhkan waktu dan analisis cerdas untuk mencapai tujuan bisnis dan melejitkan penjualan Anda. Dengan belajar memahami kebutuhan bisnis secara lebih baik, Anda akan dapat mempersiapkan diri bergabung dalam permainan tim dan menjadi anggota tim potensial ketika saatnya tiba. Pertimbangkan hal-hal berikut ini ketika Anda ingin membuat permainan tim dan memilih anggota tim yang potensial:

1. Ikuti aturan yang ditetapkan dalam permainan tim

Kemampuan untuk mengikuti aturan

sangat penting dalam permainan tim. Anda tidak boleh sewenang-wenang mengikuti kebijakan perusahaan khususnya yang berkaitan dengan jumlah pekerjaan yang sudah dibagi-bagi dalam tim. Jika Anda ingin karyawan perusahaan dapat masuk kerja setiap hari, Anda juga harus mematuhi aturan ini. Untuk menjadi bagian dari tim mana pun, Anda harus mampu menunjukkan kesediaan untuk mengikuti aturan dan memimpin tim dengan contoh yang baik.

Tentukan peran masing-masing anggota tim dan bagaimana masing-masing peran tersebut saling berhubungan satu sama lain. Masing-masing anggota harus memainkan peran integral dalam mencapai tujuan tim secara keseluruhan. Setiap individu harus bergantung pada anggota tim lain untuk menyelesaikan

tujuan akhir. Agar sebuah tim bisa menjadi sukses, setiap anggota tim harus memahami apa tanggung jawab pribadinya dan betapa pentingnya mengikuti aturan yang sudah ditetapkan dalam permainan tim.

2. Hargai setiap usaha karyawan Anda

Manajemen tim yang buruk adalah ketika pemimpin tim hanya memperhatikan keuntungan bisnis dan cepat menyalahkan karyawannya apabila terjadi kerugian. Oleh karena itu, Anda harus mampu membuat karyawan Anda bertanggung jawab atas tindakan mereka tanpa membuat mereka enggan mengambil keputusan sendiri karena takut gagal. Dengan menghargai usaha karyawan dan memberikan penghargaan yang layak atas

usaha mereka, kerja sama tim akan semakin kompak dan sukses. Pilihlah anggota tim yang termotivasi untuk menunjukkan kemampuan terbaik mereka dan mau melakukan inovasi. Setiap individu dalam tim harus memiliki minat dalam tujuan yang selaras dengan yang lain. Mereka harus dapat mempertanggung jawabkan kinerjanya sendiri dan menyamakan kemampuannya dengan kinerja tim secara keseluruhan.

3. Buat suasana kerja tim yang positif dan saling mendukung

Kerjasama tim yang efektif dapat diciptakan dalam susana dan budaya kerja yang positif dan saling mendukung. Pastikan bahwa Anda membuat lingkungan kerja yang nyaman dengan

suasana akrab seperti saling menyapa bertemu, mengatasi masalah tim secara adil dan menjadi pendengar yang baik bagi anggota tim lainnya. Lakukan komunikasi secara pribadi dengan masing-masing anggota tim yang mengalami masalah dalam mengikuti komitmen kerja tim.

Tanyakan apa hambatan yang menghalangi mereka untuk memenuhi komitmen tersebut. Sebagai anggota tim dan pemimpin, Anda harus bertanggung jawab untuk melibatkan diri dalam lingkungan kerja untuk membantu para anggota tim yang masih memiliki kekurangan dan membantu menghilangkan hambatan-hambatan kerja tersebut. Pilih anggota tim yang memiliki beragam pengetahuan dan keterampilan. Jadi secara keseluruhan tim

Anda akan memiliki pengetahuan luas dan siap untuk menangani setiap masalah yang mungkin harus dihadapi.

4. Pisahkan pekerjaan masing-masing anggota tim dengan cermat

Ketika Anda baru memulai bisnis, jumlah karyawan yang terbatas dalam perusahaan harus mampu menangani segala jenis pekerjaan seperti penjualan, perhitungan keuangan, pemasaran, layanan pelanggan dan pengiriman produk. Apabila bisnis perusahaan telah berkembang, Anda akan mampu mempekerjakan karyawan dengan ketrampilan khusus sehingga harus dapat memisahkan pekerjaan masing-masing anggota tim dengan cermat. Sangat penting untuk bertemu dengan karyawan

dari berbagai departemen secara berkala agar dapat mengetahui bagaimana bisnis Anda sedang berjalan saat ini.

Hal tersebut juga akan membuat setiap anggota tim merasa telah memberikan kontribusi yang berharga untuk perusahaan. Sebagai bagian dari tim, Anda harus dapat memastikan bahwa setiap anggota tim mampu termotivasi dengan tujuan dan misi yang telah ditetapkan dalam bisnis perusahaan. Pastikan juga bahwa pemimpin tim sudah memiliki pengetahuan dan keterampilan di atas dan di luar anggota tim lainnya agar dapat menuntun kinerja bisnis ke arah yang tepat. Amanatkanlah bahwa semua anggota tim harus mau bersikap terbuka pada komitmen tim. Komitmen tersebut merupakan tuntunan utama untuk kinerja tim yang sukses. Tanpa

komitmen yang jelas, permainan tim secara keseluruhan tidak akan efektif.

5. Batasi harapan yang ingin dicapai dalam permainan tim

Apabila sudah mengikuti permainan tim, Anda akan menyadari bahwa ada kemungkinan para anggota tim tidak mau peduli dan bekerja sebanyak yang telah Anda lakukan untuk memajukan bisnis perusahaan. Sebelum kecewa dengan perlakuan anggota tim lainnya, Anda harus bersiap menghadapi hal tersebut karena sifat dan motivasi masing-masing anggota tim dapat berbeda-beda. Selama masih efektif bekerja dan melakukan tugas-tugas tim dengan efisien, Anda tidak punya alasan untuk mengeluh mengenai kinerja mereka. Ingatlah untuk

menghormati masing-masing pekerjaan mereka dan tetap memberi ruang untuk kehidupan sosial yang tidak melibatkan bisnis Anda.

Menjadi pemain tim akan memberikan wawasan berharga untuk merencanakan masa depan bisnis Anda. Pastikan bahwa Anda bekerja sama dengan karyawan lain sebagai sebuah tim. Jadilah lebih akrab dengan pekerjaan dan kepribadian masing-masing anggota tim. Amati dan pertahankan karyawan yang bisa memainkan peran penting dalam pengelolaan bisnis Anda di masa depan. Tetapkan tujuan bisnis yang dapat menyatukan visi anggota tim Anda dan pastikan bahwa setiap anggota dapat membantu mewujudkannya.

Ketika sedang membangun tim sukses,

semua anggota harus mengetahui apa saja yang diharapkan keseluruhan tim dan bagaimana tujuan tersebut berkaitan langsung dengan misi perusahaan. Ketika masing-masing anggota tim sudah memahami pentingnya kinerja dan tanggung jawab pribadi, mereka akan termotivasi untuk melaksanakan pekerjaan yang dapat mewujudkan berbagai harapan tim secara keseluruhan.

6 Jurus Menentukan Target Penjualan Untuk Karyawan



Bekerja dengan tenaga penjualan untuk pertama kalinya dapat menjadi pengalaman yang membuat frustrasi para pemilik bisnis. Oleh karena itu, mereka harus dapat memberitahu para karyawannya mengenai target penjualan dengan jelas dan terperinci. Siapa pun yang bertugas mengelola tenaga

penjualan harus mampu menjawab pertanyaan-pertanyaan mengenai cara untuk mencapai target tersebut.

Banyak pemilik usaha yang menghindari penetapan target penjualan sama sekali karena menghindari koordinasi kerja yang berantakan. Target penjualan yang kurang jelas dapat menyebabkan kerugian dan kesalahpahaman di pihak karyawan dan pemilik bisnis. Tidak ada rumus pasti untuk menetapkan target penjualan. Target-target tersebut bervariasi sesuai dengan jenis industri, produk, keterampilan tenaga penjual dan lain sebagainya. Berikut panduan untuk membantu Anda mulai menentukan target penjualan bagi karyawan.

1. Lakukan identifikasi pada siklus

penjualan perusahaan Anda

Setiap produk atau jasa memiliki siklus penjualan tertentu. Secara umum, langkah-langkah dalam siklus penjualan meliputi pendahuluan, percakapan dengan klien, persetujuan untuk melakukan pertemuan, demonstrasi produk, pengajuan proposal dan kesepakatan penjualan. Apapun siklus penjualan dalam bisnis Anda, gunakanlah sebagai dasar untuk menciptakan target penjualan. Oleh karena itu, lakukan identifikasi yang terperinci agar sesuai dengan kemampuan dan produktivitas karyawan. Tuliskan apa saja yang sudah Anda ketahui dalam siklus penjualan perusahaan. Jangan lupa untuk berbicara dengan para karyawan di departemen lain agar dapat mengetahui apakah ide-ide Anda sudah sejalan cara kerja mereka.

Kemudian mintalah staf penjualan dalam perusahaan untuk mulai melacak aktivitas yang terkait.

Jika Anda memiliki sistem penjualan yang dikelola dengan perangkat lunak, mintalah karyawan perusahaan untuk log aktivitas penjualan mereka setelah selesai bekerja. Jika Anda tidak menggunakan sistem penjualan perangkat lunak, berikan lembar kerja kepada staf penjualan perusahaan untuk mulai melacak aktivitas karyawan dengan sistem absen pada umumnya. Setelah beberapa minggu menjalankan absen tersebut, Anda bisa mencari tahu berapa banyak penjualan dan berapa banyak proposal yang dikirimkan karyawan kepada klien selama ini. Jawaban dari pertanyaan-pertanyaan tersebut merupakan gambaran siklus penjualan

sejati dalam perusahaan Anda.

Ketika pemilik perusahaan melakukan identifikasi ini, reaksi karyawan biasanya bervariasi seperti terkejut atau senang. Banyak pemilik perusahaan yang kemudian dapat mengetahui rendahnya tingkat produktivitas beberapa karyawan hingga batas-batas yang merugikan. Mereka biasanya akan marah dengan diri mereka sendiri karena tidak meluangkan lebih banyak waktu untuk memperhatian karyawan-karyawan tersebut. Fakta-fakta tentang tingkat produktivitas karyawan dapat membuat para pemilik perusahaan mulai berpikir tentang penetapan target penjualan yang disesuaikan dengan kinerja mereka.

2. Atur produktivitas karyawan untuk

mencapai target penjualan yang maksimal

Bagaimana pun kondisi karyawan perusahaan Anda saat ini, selalu akan ada kesempatan yang lebih baik untuk meningkatkan kinerja mereka. Anda dapat mewujudkan hal tersebut dengan cara meningkatkan produktivitas target penjualan mereka secara bertahap.

Diskusikan informasi mengenai peningkatan target penjualan sebelum karyawan mulai bekerja sepanjang hari. Luangkan waktu untuk menetapkan aturan produktivitas karyawan yang wajar dan realistik. Biarkan mereka tahu bahwa ada harapan target penjualan yang harus dicapai demi kesejahteraan seluruh perusahaan. Para karyawan yang tidak berkomitmen atau tidak termotivasi untuk melaksanakan target penjualan

akan merasa terancam dengan penetapan aturan baru ini. Sedangkan karyawan yang ingin sukses akan merasa bahwa target penjualan yang baru akan sangat membantu kinerja perusahaan sehingga mereka akan mampu menggunakannya untuk mendapatkan keuntungan lebih.

Jangan lupa untuk memeriksa ulang anggaran perusahaan Anda untuk menentukan berapa banyak penjualan yang dibutuhkan dalam waktu tertentu agar target penjualan dapat terpenuhi. Jika Anda bekerja untuk sebuah perusahaan besar, atasan Anda dapat memberikan keterangan anggaran untuk setiap departemen. Jika Anda menjalankan perusahaan sendiri, tentukan sendiri target pertumbuhan penjualan untuk tahun ini berdasarkan

penjualan tahun lalu. Anda dapat menggunakan anggaran perusahaan tersebut sebagai dasar penetapan target penjualan bagi karyawan lainnya.

3. Bagikan informasi jelas mengenai tugas dan gaji para karyawan

Apabila sudah menetapkan target penjualan dengan baik, Anda harus mempertimbangkan nilai gaji setiap karyawan agar dapat sesuai dengan tugasnya masing-masing. Selain itu, para karyawan baru mungkin perlu mendapat tugas-tugas yang lebih ringan di bawah bimbingan karyawan profesional yang sudah berpengalaman. Cara ini dapat sangat membantu mereka agar tidak melakukan banyak kesalahan ketika melakukan transaksi penjualan dengan

klien.

4. Putuskan bagaimana cara mengukur kemajuan karyawan untuk mencapai target penjualan masing-masing

Anda dapat mengukur keberhasilan karyawan dalam mencapai target penjualan berdasarkan unit penjualan atau jumlah uang yang telah mereka dapatkan. Gunakan kriteria yang adil dan sama untuk setiap karyawan dengan membuat grafik penjualan yang melacak kemajuan keseluruhan tim penjualan dalam perusahaan Anda.

5. Bagilah target penjualan dalam jangka waktu harian dan mingguan

Idealnya, setiap karyawan harus mampu memenuhi target penjualan mereka setiap hari. Namun pada umumnya mereka akan memiliki lebih banyak kesempatan mencari keuntungan saat memenuhi target penjualan mingguan. Oleh karena itu, target penjualan mingguan harus terkait dengan target bulanan. Sedangkan jumlah total target penjualan bulanan harus sama dengan jumlah target tahunan.

6. Berdiskusilah dengan setiap karyawan untuk membantu mereka merumuskan berbagai aktivitas agar dapat mencapai target penjualan dengan baik

Luangkanlah waktu untuk melakukan diskusi dan pertukaran tips penjualan dengan karyawan Anda secara rutin.

Berikan mereka grafik untuk mencatat target penjualan harian dan mintalah mereka agar menyerahkan laporan penjualan tersebut setelah selesai bekerja. Pertemuan karyawan dapat diadakan seminggu sekali untuk membahas kemajuan penjualan tim secara keseluruhan. Jika diperlukan, Anda dapat menetapkan kembali target penjualan tahunan jika beberapa karyawan mampu melebihi target atau terbukti tidak mampu mencapai target mereka.

Semakin membesarnya skala bisnis Anda, menyebabkan mau tidak mau harus merekrut karyawan untuk membantu melakukan pekerjaan. Sebagai seorang pebisnis, memiliki karyawan seperti hal yang mutlak yang pasti akan terjadi. Pada

mulanya, bekerja sama dengan karyawan memang agak sedikit repot bagi mereka yang terbiasa bekerja sendiri. Namun jika mengerti jurusnya, pastilah akan merasa ringan. Semoga enam jurus di atas dapat membantu mengatasi masalah Anda.

6 Cara Memotivasi Pegawai Yang Malas



Mengorganisir kinerja pegawai-pegawai dalam menjalankan bisnis yang anda selami, merupakan kewajiban sebagai seorang pelaku bisnis. Anda tentu akan menghadapi berbagai macam karakter dari pegawai. Ada yang rajin, tepat waktu, bergairah tinggi, bahkan pemalas sekalipun. Ya, menjadi sebuah

permasalahan besar apabila menemukan karyawan anda menjadi karyawan yang pemalas.

Anda tentu perlu memiliki strategi dan cara khusus untuk menghadapi pegawai yang memiliki sifat pemalas. Seperti yang kita ketahui, bahwa adanya rasa pemalas pada diri karyawan, dikhawatirkan dapat memperburuk kinerja perusahaan dan menghambat tercapainya tujuan perusahaan. Bila kita lihat lebih lanjut, karyawan adalah salah satu motor penggerak utama perusahaan, dimana kesuksesan perusahaan tergantung pada kinerja-kinerja karyawan di dalamnya. Untuk itu, bila terdapat rasa malas pada tiap-tiap diri karyawan, anda harus mengantisipasinya dengan cepat melalui langkah-langkah tertentu, misalnya melalui motivasi.

Untuk menyampaikan motivasi tersebut, anda tentu perlu menyampaiannya dengan baik dan tepat agar karyawan tidak lantas merasa tersinggung. Apabila cara menyampaiannya salah, dikhawatirkan pegawai akan merasa tersinggung dan kemalasannya pun semakin bertambah buruk. Bila hal ini terus dibiarkan, dikhawatirkan perusahaan akan semakin bertambah buruk keadaannya.

1. Jelaskan tujuan dan misi perusahaan dengan jelas

Sebagai langkah awal untuk memberikan motivasi pada pegawai-pegawai yang memiliki rasa malas, ada baiknya perlu melakukan pertemuan internal antara

anda dengan pegawai-pegawai.

Pertemuan internal tersebut dapat anda kemas dengan sebaik mungkin, baik dalam bentuk formal berupa pertemuan meeting, ataupun bentuk acara non formal seperti gathering, makan siang bersama ataupun makan malam bersama.

Dalam acara tersebut, anda perlu menyampaikan dengan jelas tentang tujuan dan misi perusahaan yang dikelola. Sampaikan kepada para pegawai untuk kembali menyatukan persepsi mengenai kelangsungan hidup dari bisnis anda. Dengan adanya keterbukaan mengenai persamaan tujuan, visi serta misi perusahaan, anda akan dengan mudah dapat mengarahkan pegawai-pegawai menjadi lebih kooperatif dan rajin dalam melakukan pekerjaannya.

2. Seringlah hadir di tempat para pegawai bekerja

Sebagai seorang pemimpin, anda tentu memiliki kewajiban untuk mengontrol kinerja pegawai-pegawai. Dalam langkah mengantisipasi pegawai-pegawai yang malas, rasanya perlu mendatangi tempat dimana pegawai anda bekerja. Datangilah tempat pegawai bekerja, dan lakukan pendekatan dengan pegawai. Lakukan kontrol sedetail mungkin atas apa yang dikerjakan oleh para pegawai.

Dengan melakukan kontrol secara langsung di tempat para pegawai bekerja, anda akan dapat dengan mudah melakukan pendekatan dengan para pegawai. Di tengah-tengah pedekatan

tersebut, anda bisa menyelipkan motivasi-motivasi yang diberikan guna menyemangati karyawan-karyawan. Selain itu, bila anda selaku pemimpin benar-benar langsung terjun ke tempat pegawai bekerja, para pegawai pun akan merasa segan apabila mereka bermasalah dalam melakukan pekerjaannya. Cara ini menjadi cara yang cukup efektif bagi anda selaku pemimpin untuk mengontrol kinerja karyawan.

3. Bangun kepercayaan dan lakukan pendekatan personal

Pendekatan adalah kunci utama apabila terjadi kerenggangan hubungan antara pemimpin dengan para pegawainya. Untuk itu, pendekatan secara berkala, khususnya dalam ruang lingkup antar

personal (individu dengan individu). Pendekatan antara pimpinan perusahaan dengan tiap-tiap pegawainya haruslah dilakukan. Hal ini ditujukan agar motivasi dari setiap pegawai anda dapat tumbuh dan terjaga.

Dengan pendekatan antar personal yang dilakukan, anda selaku pemimpin juga harus dapat membangun kepercayaan antara anda dengan setiap pegawai. Kepercayaan tersebutlah yang nantinya akan menumbuhkan rasa semangat dalam bekerja, karena pegawai-pegawai anda akan merasa diapresiasi kinerjanya. Dengan begitu, hubungan anda selaku partner kerja sebagai atasan dnegan bawahan pun akan berlangsung harmonis, dengan kinerja pegawai-pegawai juga dapat terkontrol dengan baik tanpa ada rasa malas yang

mengganggu mereka.

4. Berikan event motivasi yang dikemas dengan cara yang berbeda

Sebagai langkah lebih lanjut untuk memberikan motivasi pada karyawan-karyawan, nampaknya juga perlu mengadakan sebuah acara atau event khusus untuk memotiviasi karyawan. Anda memiliki banyak pilihan acara untuk mengemas momen motivasi ini, seperti dengan melakukan outbound bersama untuk melatih kekompakkan dan kesolidan dalam tim.

Mengadakan event dalam bentuk seminar motivasi juga dapat menjadi pilihan yang menarik dalam langkah untuk memotivasi karyawan-karyawan.

Kemaslah acara seminar motivasi tersebut dengan sebaik dan sekreatif mungkin, usahakan jangan monoton. Anda dapat memanggil pembicara atau motivator yang cukup menarik dalam menyampaikan motivasinya. Di samping acara seminar motivasi tersebut, anda bisa menyisipkan berbagai acara menarik lainnya, seperti bakti sosial, bazaar, lomba, dan lain sebagainya.

5. Berikan gaji tambahan sebagai bentuk apresiasi

Menemukan karyawan yang pemalas tentu akan membuat beban dalam mengelola perusahaan semakin bertambah. Setelah melakukan langkah-langkah sebelumnya, nampaknya langkah pada poin kelima ini merupakan langkah

selanjutnya yang harus dilakukan. Ya, anda perlu menambahkan sedikit saja bonus pada gaji karyawan-karyawan anda.

Pada dasarnya, penghasilan akan menjadi motivasi tersendiri bagi karyawan-karyawan. Hal tersebut juga merupakan tanda apresiasi perusahaan terhadap kinerja mereka. Apapun faktornya, berikanlah sedikit apresiasi melalui tambahan gaji yang anda berikan selaku pengelola perusahaan. Bertambahnya gaji diharapkan dapat mendongkrak semangat para karyawan dalam bekerja. Tentu, penambahan jumlah gaji karyawan ini harus disesuaikan dengan kualitas kerja mereka serta kondisi keuangan perusahaan.

6. Jangan mencela tentang kemalasannya, motivasilah dengan pujian

Sedikit hal yang perlu diperhatikan mengenai celaan dan pujian. Ya, selaku pemimpin, hal ini tidak bisa disepulekan untuk mendongkrak semangat karyawan. Mungkin anda kesal dengan kinerja karyawan-karyawan yang buruk karena sikap malas, namun di sisi lain, selaku pemimpin anda harus bijaksana dalam menghadapinya. Anda perlu mengerti situasi ini dengan memberikan pujian dan kata-kata yang dapat membangkitkan semangat karyawan. Bila menanggapinya dengan celaan, hal ini justru akan semakin memperburuk kinerja karyawan karena mereka akan semakin merasa down atas perlakuan terhadap kinerja mereka.

5 Cara Tepat Untuk Mendapatkan Mentor Bisnis



Dibalik suksesnya para pengusaha, ada mentor bisnis yang handal untuk membantunya tetap berhasil dalam perjalannya. Mereka tidak ragu untuk merogoh kantong yang dalam untuk membayar mentor bisnis. Mereka sadar tidak semua keahlian dan pengetahuan dimilikinya. Mentor memberikan banyak

saran baik untuk kinerja diri sendiri maupun kinerja tim. Anda sadar bahwa setiap masalah tidak bisa dihadapi sendiri dan tidak semua orang terdekat bisa secara pasti membantu memberi solusi pada masalah yang sedang dihadapi. Maka dari itu dibutuhkan mentor yang handal dan cerdas. Berikut 5 cara tepat untuk mendapatkan mentor bisnis

1. Bergabung dengan komunitas yang memiliki kegiatan mentoring

Carilah komunitas yang memiliki sifat keanggotaan secara terbuka. Biasanya di komunitas ini banyak ilmu yang bisa didapatkan. Anda juga akan belajar bersama dengan orang lain. Manfaat bergabung dengan komunitas ini adalah akan mendapat teman baru dan bisa

berbagi pengalaman dan cerita. banyak pengusaha sukses maupun yang baru memulai usahanya bergabung dengan komunitas mentoring.

Salah satu manfaatnya adalah siapa tahu Anda bisa bertemu dengan pengusaha yang bergerak di bidang yang sama. Jadikan ia kawan dan terus lakukan kontak dengannya. Ikuti setiap kegiatan yang telah ditetapkan. Akan lebih baik lagi jika tidak pernah ketinggalan mengikuti kegiatan komunitas tersebut. Biasanya setiap pertemuan akan membahas hal yang berbeda.

Dalam membahas setiap topik selalu diadakan sesi tanya jawab. Anggota berkesempatan untuk bertanya. Dalam sesi ini Anda bisa bertanya mengenai masalah yang sedang dialami. Pastinya

mereka akan menjawab dan memberi solusi. Dengan begini masalah akan cepat selesai. Jangan malu untuk bertanya dan jujurlah dengan keadaan yang sedang dialami, misalkan pelanggan yang sepi atau kendala bisnis lainnya. Usahakan untuk sebisa mungkin bergabung dengan komunitas lebih dari satu. Ilmu yang akan didapatkan pasti akan lebih banyak.

2. Mengikuti seminar

Seminar adalah cara lain untuk menambah wawasan. Informasi mengenai seminar bisa didapatkan melalui komunitas yang diikuti. Biasanya salah satu dari anggota komunitas dipercaya untuk mempublikasikan. Manfaatkan media sosial untuk mencari informasi mengenai seminar.

Bergabunglah dengan grup mentor atau sejenisnya di media sosial untuk mendapatkan informasi seminar secara berkala. Ada seminar yang berbayar ada pula yang secara cuma-cuma. Banyak acara seminar yang akan memberikan sertifikat pada peserta. Cari saja acara seminar yang diadakan di tempat terdekat sehingga tidak perlu perjalanan jauh untuk menempuhnya. Biasanya seminar akan memberikan buku kecil dan pulpen sebagai fasilitas tambahan.

Usahakan datang tepat waktu agar mendapat kursi paling depan. Alangkah baiknya Anda mencatat setiap hal penting yang disampaikan oleh pembicara. Kadang dalam satu bulan ada banyak sekali undangan seminar. Namun jangan semua seminar Anda ikuti, cukup beberapa saja yang dirasa penting dalam

bisnis. Jadwalkan seminar yang telah didaftar pada kegiatan harian. Hal ini dilakukan untuk menghindari jadwal yang bentrok. Minimal Anda mengikuti seminar 3 kali dalam satu tahun.

3. Menyewa mentor secara khusus

Menyewa mentor secara khusus jauh lebih baik karena Anda akan didampingi secara privat. Langkah demi langkah untuk memajukan perusahaan akan berjalan lebih lancar. Setiap ada masalah atau sesuatu yang tidak Anda tahu bisa ditanyakan kepada mentor. Mereka juga bisa mencarikan jalan keluar setiap kali mengalami kesulitan. Mengapa perlu menyewa mentor? Karena mereka ibaratkan konsultan pribadi.

Mentor akan memberi motivasi yang bermanfaat. Kemungkinan besar seorang mentor memiliki relasi yang luas dengan para pengusaha. Keahlian yang tidak Anda ketahui bisa ditutup seimbang oleh mentor, karena mereka sudah berpengalaman selama bertahun-tahun dan memiliki pengetahuan yang luas.

Para pengusaha besar membutuhkan mentor tidak hanya untuk bediskusi, memberi arahan, saran dan motivasi tetapi bisa membuat bisnis Anda menjadi sukses. Mereka bisa menjadi alarm Anda ketika melakukan kesalahan. Tim yang kuat dan memiliki motivasi tinggi sangat penting untuk pejalanan bisnis. Carilah mentor yang memiliki kemampuan yang tidak sama dengan Anda sehingga bisa saling melengkapi. Temui mereka dan jadilah murid yang bersahabat.

4. Menjadi follower pengusaha sukses

Menjadi follower para pengusaha sukses sangat penting untuk terus memacu semangat bisnis Anda. Para pengusaha yang sukses tidak akan ragu untuk membagi pengalamannya. Jadilah follower pengusaha sebanyak-banyaknya. Jalin hubungan dengan mereka siapa tahu nantinya mereka akan menjadi rekan bisnis. Anda bisa mendapatkan trik dari mereka pada jejaring sosial. Simak setiap kegiatan terbarunya.

Anda bisa mengambil pelajaran dan manfaat dari pengalamannya. Banyak motivasi yang akan diberikan. Pengusaha yang rendah hati sangat suka membagi pengalamannya dan ide menariknya. Nilai

lebih lainnya, mereka sangat dipercaya karena sudah berpengalaman selama bertahun-tahun. Orang yang sukses kebanyakan berawal dari masa yang sangat sulit dalam hidupnya. Mereka tentunya juga pernah bangkrut, perjalanan bisnis mereka tidak selalu berjalan mulus. Banyak rintangan yang telah dilaluinya dengan susah payah.

Dari mereka Anda bisa memetik pelajaran berharga, mengetahui risiko sebelum bertindak dari cerita kegagalan yang pernah dialami pengusaha sukses. Banyak kalimat motivasi yang bisa menjadi penyemangat. Mereka mudah memberi motivasi pada followernya karena berpengalaman lebih awal dari pada Anda.

5. Membaca

Membaca adalah jendela dunia, membaca adalah kegiatan yang luar biasa. Anda pastinya tahu bahwa membaca akan membawa pengalaman yang berbeda. Perbanyaklah membaca ketika menganggur agar waktu berjalan dengan produktif. Pelajari ilmu yang telah didapatkan, jangan hanya sebagai bahan bacaan saja. Buku yang perlu dibaca bagi pebisnis misalnya buku wirausaha, bisnis, kisah perjalanan pengusaha sukses, kiat-kiat menjadi pengusaha sukses, dan lainnya yang dapat membangun diri menjadi pebisnis sukses.

Zaman sekarang membaca tidak harus dengan buku, bisa dengan koran, majalah bisnis, dan internet. Keunggulan internet yaitu bisa mendapatkan berbagai informasi terbaru. Membaca bisa juga

dilakukan sebelum berangkat ke kantor. Ketika bangun tidur, otak masih berada dalam keadaan yang sangat segar, maka akan lebih mudah untuk menerima wawasan.

Tentunya dengan membaca, hari Anda akan dimulai dengan penuh semangat. Mengapa membaca itu penting? Salah satunya adalah perubahan ekonomi dan politik. Berubahnya kondisi ekonomi penting untuk diketahui agar bisa bertindak lebih cepat terutama yang berhubungan dengan hal-hal yang tidak diinginkan seperti krisis atau kebijakan pemerintah yang baru. Membaca tidak akan merugikan dan membuang waktu. Faktanya membaca dapat mengasah ingatan dengan baik.

8 Pertanyaan Penting yang Bisa Membuat Pegawai Bahagia



Bertanya kepada karyawan dengan intensitas waktu yang sangat sedikit tidak akan membuat karyawan Anda merasa senang. Justru Anda akan terlihat seperti seorang pimpinan yang kurang memperhatikan karyawan Anda, lebih tepatnya mungkin kurang peduli. Kuncinya adalah Anda harus sering bertemu karyawan, mengontrol

pekerjaan mereka secara langsung, dan menanyakan hal-hal yang kiranya dapat membuat mereka lebih produktif.

Apakah Anda sebagai seorang pimpinan sering sekali bertanya kepada karyawan Anda? Jika tidak, Anda telah melakukan kesalahan yang amat besar. Itu berarti Anda tidak memperhatikan karyawan Anda dengan baik. Jika Anda tidak mengetahui apa yang dipikirkan dan diinginkan oleh karyawan Anda, tentunya itu akan menghambat kemajuan bisnis Anda.

Setiap perusahaan harus mempunyai kreatifitas untuk selalu membuat satu kemajuan dalam setiap harinya. Perasaan senang dan nyaman dari setiap karyawan Anda akan selalu mempengaruhi hal itu. Jika karyawan Anda merasa senang dan

nyaman pasti pekerjaan yang dihasilkan akan baik. Tentunya akan menghasilkan keuntungan yang besar untuk perusahaan Anda.

Cobalah untuk lebih detail memperhatikan karyawan Anda. Buat mereka merasa senang. Kesalahan setiap perusahaan adalah biasanya mereka melakukan rapat hanya setiap akhir pekan atau akhir bulan, bahkan ada yang melakukan setiap akhir tahun. Bayangkan Anda melakukan hal tersebut, hanya setahun sekali Anda bertemu dan bertanya kepada karyawan Anda tentang pekerjaan mereka. Tentunya mereka bekerja setiap hari bukan setiap akhir tahun. Perasaan akan selalu berubah setiap harinya mengingat masalah selalu dihadapi setiap kali kita membuka mata. Masalah akan selalu terus muncul.

Ulasan kerja dalam setahun sekali sangatlah tidak cocok untuk dilakukan seseorang yang ingin maju dalam dunia bisnis. Apalagi dalam bisnis evaluasi selalu dibutuhkan mengingat persaingan selalu terjadi dan semakin ketat. Anda seharusnya memperhatikan hal ini. Strategi bisnis harus selalu diubah dan selalu mencoba hal baru jika Anda menemukan masalah yang dianggap sangat berat.

Demi kemajuan bisnis Anda, Anda harus meluangkan banyak waktu Anda untuk berbagi dengan karyawan-karyawan Anda. Lakukanlah pertemuan-pertemuan kecil untuk setiap divisi. Pertemuan bisa dilakukan setiap hari atau dua hari sekali setiap akan memulai pekerjaan dan diakhir pekerjaan. Hal ini akan lebih

efektif, dan pertemuan ini tidak harus memerlukan waktu yang lama.

Seperlunya saja, apa yang dibutuhkan dan apa yang tidak dibutuhkan.

Jika pertemuan-pertemuan kecil sudah Anda lakukan, maka Anda harus segera melakukan pertemuan besar dari seluruh divisi untuk evaluasi seluruhnya. Hal ini sangatlah membantu. Dalam melakukan hal ini tentunya Anda harus mempersiapkan pertanyaan-pertanyaan mendasar untuk semua karyawan Anda. Dan diharapkan karyawan Anda tetap merasa nyaman dengan pertanyaan Anda, bahkan akan merasa senang.

Di bawah ini kami akan berbagi dengan Anda tentang bagaimana Anda sebagai pimpinan harus memberikan pertanyaan yang membuat karyawan Anda merasa

senang.

1. Apakah Divisi Anda Menemui Kesulitan?

Pertanyaan mendasar ini sangatlah berpengaruh untuk menumbuhkan rasa senang karyawan terhadap diri Anda. Mereka akan merasa terbantu dengan pertanyaan yang Anda ajukan. Biasanya karyawan baru akan merasa takut bertanya jika mereka menemukan kesulitan. Dengan Anda bertanya mereka akan berfikir bahwa Anda adalah seorang pemimpin yang peduli.

2. Bagaimana Persiapan Untuk Hari Ini atau Besok?

Pertanyaan ini juga akan sangat berpengaruh kepada besarnya rasa senang karyawan Anda. Mereka akan berfikir bahwa Anda selalu membutuhkan mereka. Karyawan Anda akan berfikir bahwa Anda seorang pemimpin yang baik dan selalu menanti kedatangan mereka dan kesiapan mereka. Ini adalah hal yang baik untuk Anda lakukan.

3. Sebutkan Satu Hal yang Harus Dihilangkan Agar Anda Menjadi Lebih Produktif?

Ini sama halnya Anda menanyakan masalah serius yang sedang karyawan Anda tentang perusahaan Anda. Hal ini harus Anda lakukan karena dapat mengurangi tingkat kesetresan karyawan Anda. Lebih baiknya Anda menanyakan

ini kepada semua karyawan Anda dan mengumpulkan semua jawaban, lalu buatlah daftar masalah mereka. Setelah itu maka segera lakukan apa yang harus Anda lakukan. Hilangkan satu hal atau masalah yang dirasakan oleh kebanyakan karyawan Anda.

4. Apakah Manajemen disini Sangat Transparan?

Pertanyaan ini tidak perlu Anda tanyakan kepada semua karyawan Anda. Cukup beberapa saja untuk menghindari berita-berita yang kurang baik. Jika Anda telalu banyak bertanya kepada semua karyawan, ditakutkan ada kesan bahwa manajemen dalam perusahaan Anda berjalan kurang baik. Akan tetapi pentingnya pertanyaan ini adalah Anda

dapat megetahui pikiran karyawan Anda tentang transparansi dari perusahaan Anda. Hal ini juga bermanfaat untuk karyawan karena dengan mereka menjawab pertanyaan Anda, mereka akan merasa lega jika mereka menemukan satu masalah tentang transparansi manajemen.

5. Apakah Anda Cocok Dengan Menu Makan Siang Disini?

Sangat perlu Anda tanyakan karena tidak semua karyawan Anda suka dengan masakan yang dimasak oleh tukang masak dalam kantor Anda. Selera makan setiap orang berbeda-beda. Ada sebuah anggapan bahwa makanan dapat menumbuhkan rasa senang dan semangat seseorang dalam bekerja. Jadi

kita dapat membuat perubahan daftar menu makan siang dengan mempertimbangkan jawaban dari karyawan Anda demi terciptanya suasana yang kondusif saat bekerja.

6. Apa Pendapat Anda Dengan Kepemimpinan Disini?

Setiap karyawan mempunyai cara yang berbeda dalam menilai suatu kepemimpinan. Mereka mempunyai masing-masing pikiran tentang kepemimpinan dalam sebuah perusahaan. Anda pastinya harus menanyakan hal ini kepada karyawan Anda. Karena bisa jadi karyawan Anda kurang setuju dengan gaya kepemimpinan Anda. Tentunya Anda harus bisa menerima apapun yang

dikatakan karyawan Anda dan selalu mengucapkan terimakasih diakhir jawaban karyawan Anda. Dengan seperti ini karyawan Anda akan merasa nyaman dan tenang.

7. Apakah Anda Nyaman Kerja Disini?

Setiap orang mempunyai tingkat kenyamanan yang berbeda. Anda tidak bisa melihat kenyamanan karyawan Anda hanya dengan mata saja. Akan tetapi Anda harus bertanya kepada mereka. Setelah Karyawan Anda mengungkapkan apa yang mereka rasakan, segeralah memberi solusi. Hal itu akan membuat karyawan Anda merasa senang.

8. Dapatkah Anda Menuliskan Hal Apa

Saja yang Anda Punya Untuk Memajukan Perusahaan Ini?

Dengan Anda bertanya hal seperti ini, karyawan Anda bernerar-benar berfikiran bahwa membutuhkan masukan dan ide-ide dari mereka. Hal ini sangatlah jarang dilakukan oleh seorang pimpinan. Maka jika ingin tetap eksis dalam dunia bisnis. Bertanyalah, berintrospeksilah, dan buat karyawan Anda merasa mereka sangat dibutuhkan. Maka karyawan Anda akan merasa bahagia.

LEADERSHIP DAN MANAJEMEN

KEUANGAN PRIBADI DAN MANAJEMEN

WAKTU



Apakah Anda Seorang Pemimpin atau Manajer? Kenali Perbedaannya!



Kebanyakan orang masih belum mengetahui perbedaan di antara pemimpin dan manajer dan bahkan menganggap keduanya adalah profesi yang sama. Yang menjadi persamaan dari keduanya adalah kegiatan memimpin dan me-manage tidak akan bisa dilakukan tanpa kehadiran orang lain. Namun,

banyak faktor yang membedakan antara pemimpin dan manajer. Apa sajakah itu?

Secara umum, seorang pemimpin atau leader adalah seseorang yang memiliki sifat kepemimpinan, berwibawa, dan disegani oleh orang lain karena kredibilitas dan perilakunya yang baik. Seorang pemimpin lebih menekankan pengaruh atau karisma yang ia miliki sehingga orang lain mau mengikuti arahan yang diberikan. Seorang pemimpin itu menstimulasi, memfasilitasi, dan berpartisipasi dalam setiap kegiatan dan tidak mengandalkan berbagai bentuk ganjaran, baik iming-iming hadiah atau hukuman. Sedangkan seorang manajer adalah pemimpin yang dalam praktiknya didasari oleh kekuasaan atau authority formalnya. Bawahannya akan mengikuti perintah dari seorang

manajer karena statusnya yang lebih tinggi. Tidak seperti pemimpin yang dapat memimpin di organisasi formal dan non-formal, seorang manajer umumnya hanya ada pada organisasi formal.

Lebih lanjut lagi, Warren Bennis menjelaskan beberapa perbedaan antara pemimpin dan manajer dalam bukunya yang berjudul *On Becoming Leader* :

- 1. Seorang manajer bertugas dalam hal mengelola, sedangkan pemimpin berinovasi.**
- 2. Seorang manajer dapat dicetak dalam arti dapat dipelajari, sedangkan seorang pemimpin orisinil, tidak dapat dicetak.**
- 3. Seorang manajer memelihara, sedangkan pemimpin mengembangkan.**

- 4. Seorang manajer berfokus pada sistem dan struktur yang ada, sedangkan pemimpin berfokus pada orang-orang (bawahan).**
- 5. Seorang manajer mengandalkan kontrol, sedangkan pemimpin menumbuhkan kepercayaan.**
- 6. Seorang manajer berorientasi dalam jangka pendek, sedangkan pemimpin memiliki perspektif jangka panjang.**
- 7. Seorang manajer bertanya mengenai “bagaimana” dan “kapan”, sedangkan pemimpin bertanya mengenai “apa” dan “mengapa”.**
- 8. Seorang manajer berorientasi pada hasil, sedangkan pemimpin berorientasi**

pada peluang-peluang masa depan.

**9. Seorang manajer itu meniru,
sedangkan pemimpin menciptakan.**

**10. Seorang manajer menerima status
quo, sedangkan pemimpin menentang
status quo.**

**11. Seorang manajer seperti tentara
yang selalu siap diperintah, sedangkan
pemimpin adalah dirinya sendiri.**

**12. Seorang manajer melakukan hal
dengan benar, sedangkan pemimpin
melakukan hal yang benar.**

Perbedaan antara manajer dan pemimpin juga dapat dilihat dari tiga aspek yang selalu berkaitan dengan dua profesi ini, yaitu :

1. Sumber kekuasaan yang diperoleh

Berdasarkan sumber kekuasaan yang diperoleh, seperti yang sudah dikatakan bahwa pada umumnya manajer hanya memimpin organisasi-organisasi formal, maka dari itu seorang manajer ditunjuk melalui jalur formal dengan dasar yuridis yang dimiliki. Biasanya seorang manajer dipilih oleh komisaris atau direktur. Anda dapat menjadi seorang manajer hanya apabila Anda memiliki dasar yuridis berupa surat keputusan atau surat pengangkatan. Berbeda dengan manajer, pemimpin dipilih berdasarkan kontrak sosial dengan bawahannya. Seorang pemimpin ditunjuk berdasarkan kesepakatan antara semua anggota organisasi dan pemimpin itu sendiri.

2. Bawahannya

Jika membicarakan tentang bawahan, yang menjadi bawahan seorang manajer adalah staf atau karyawan yang memiliki posisi formal di bawahnya dalam struktur hierarki organisasi. Karena perbedaan status ini lah bawahannya harus menuruti perintah-perintah yang diberikan oleh seorang manajer. Sedangkan, bawahan dari seorang pemimpin lebih sering disebut sebagai pengikut. Pengikutnya ini menjalankan perintah yang diberikan oleh sang pemimpin secara sukarela, entah karena atas dasar kekaguman, keseganan, atau yang lainnya.

3. Lingkungan kerja

Dari segi lingkungan kerja, seorang manajer biasanya hanya memimpin di lingkungan kerja atau organisasi formal di mana ia memiliki tanggung jawab terhadap atasannya. Sedangkan seorang pemimpin dapat memimpin pengikutnya itu di mana saja, entah di organisasi formal atau organisasi nonformal, bahkan bisa saja di lingkungan sekitar kita karena pemimpin dipilih berdasarkan kontrak sosial.

Seorang pemimpin memiliki fungsi dasar mengarahkan dan menggerakkan semua bawahannya untuk ikut bergerak untuk mencapai tujuannya yang sama. Sedangkan fungsi dari seorang manajer berhubungan dengan fungsi-fungsi manajemen, yaitu POAC. POAC adalah kepanjangan dari planning

(merencanakan), organizing (mengorganisasikan), actuating (mengimplementasikan), dan controlling (mengontrol atau mengawasi).

Seorang Komandan Angkatan bersenjata Inggris ke-14 dalam perebutan Bumma dari tangan Jepang, Marsekal Sir William Slim, pernah mengatakan bahwa manajer memang dibutuhkan, tetapi pemimpinlah yang dipentingkan. Kepemimpinan berhubungan dengan jiwa, yaitu gabungan antara kepribadian dan visi, sementara manajemen berhubungan dengan pikiran dan lebih memperhatikan kalkulasi akurat, statistika, metode, penjadwalan, serta rutinitas.

Tidak sampai di situ saja, masih ada berbagai pendapat yang menjelaskan tentang perbedaan antara manajer dan

pemimpin. Pertama, dalam hal merencanakan sesuatu, seorang manajer hanya akan merencanakan hal-hal yang bersifat prosedural, teknis, terarah, tegas, dan tidak bertele-tele. Sedangkan seorang pemimpin tidak merencanakan hal yang seperti itu. Seorang pemimpin cenderung lebih memiliki visi, isi, dan pandangan lain terhadap perencanaannya.

Kedua, seorang manajer hanya memiliki pengaruh di dalam lingkungan kerja (batasan formal) saja. Namun, seorang pemimpin akan tetap berpengaruh meskipun status “pemimpin”nya itu sudah tidak ada di dirinya lagi. Posisinya akan terus dihormati dan pendapatnya akan terus dipertimbangkan atau bahkan diikuti oleh bawahannya yang setia. Ketiga, manajer cenderung memberikan

perintah kepada bawahannya dalam hal pengaturan sumber daya manusia di organisasinya. Sedangkan seorang pemimpin lebih memilih untuk membicarakan keinginannya yang berkaitan dengan organisasi dan bawahannya. Kemudian bawahannya secara sukarela akan melakukan permintaan-permintaan dari pemimpin tersebut.

Keempat, manajer cenderung tidak memberikan perhatian yang lebih ketika sedang mengontrol bawahannya. Manajer lebih sering mengatur hal-hal yang berifat prosedural. Sedangkan seorang pemimpin justru memberikan kepedulian terhadap bawahannya. Kelima, manajer memiliki tujuan yang bersifat jelas dan memiliki target yang kuantitatif, yaitu mendapatkan hasil yang

sudah dijadikan target oleh perusahaan atau organisasi tersebut. Sedangkan seorang pemimpin lebih memilih untuk memperbaiki sistem di organisasinya apabila ia masih merasakan ada hal-hal yang kurang.

Berdasarkan penjabaran di atas, memang terdengar subjektif. Manajer bukanlah profesi yang buruk dan pemimpin pun belum tentu baik. Baik atau buruknya suatu pekerjaan tergantung pada Anda sendiri sebagai individu. Secara garis besar, perbedaan antara manajer dan pemimpin hanya berada pada cakupan kekuasannya, di mana manajer berada di organisasi formal, sedangkan pemimpin bisa di mana saja. Nah, setelah mengetahui perbedaan antara manajer dan pemimpin, ada di posisi manakah Anda?

5 Tips Untuk Menjadi Manajer Yang Baik



Manajer yang tidak bersikap dengan baik dan lebih mementingkan dirinya sendiri akan merusak dunia bisnis. Hal ini dapat beresiko menimbulkan kesenjangan dan membuat produktivitas pekerjaan karyawan menurun.

Alasan yang paling banyak dipakai

seseorang untuk keluar dari dunia kerja mereka adalah bos yang buruk atau atasan yang tidak peduli kepada bawahan. Kebanyakan karyawan merasa bahwa atasan yang buruk akan mempengaruhi karir mereka. Mereka tidak dapat bekerja secara maksimal dan itu akan berpengaruh terhadap hasil pencapaian mereka.

Banyak penelitian menunjukkan bahwa hubungan yang terjalin baik antara manajer dan karyawan Anda akan menghasilkan kepuasan kerja. Dan itu sama-sama menguntungkan untuk kedua belah pihak.

Anda sebenarnya tidak asing dengan dunia manajemen, karena Anda sudah mengenalnya sejak Anda memasuki dunia pendidikan pertama kali. Sebenarnya

Anda adalah seorang manajer untuk diri Anda sendiri. Selama ini Anda mengatur waktu dan aktivitas Anda sendiri. Ini pun dapat disebut sebagai manajemen dan pelakunya disebut manajer. Dalam dunia bisnis jika Anda sebagai manajer ingin tim Anda berprestasi dan berkembang maka Anda harus bersedia mencari pengalaman secara terus menerus dari berbagai sumber. Lebih baik lagi Anda harus mengerti kapan waktunya Anda belajar dan kapan waktunya Anda mempraktikkannya sebagai seorang manajer.

Kini kami akan memberikan tips bagaimana menjadi manajer yang baik.

1. Pahami Apa Arti dan Tugas Manajer

Ketika seseorang beralih ke dunia yang baru tentunya mereka juga akan beradaptasi dan berusaha menyesuaikan diri dengan lingkungan yang baru. Sama seperti Anda, jika Anda diangkat menjadi manajer yang baru maka Anda akan beradaptasi yang biasanya Anda bertanggung jawab pada pekerjaan Anda sendiri, pada akhirnya Anda harus bertanggung jawab dan berwenang dalam mengawasi pekerjaan bawahan Anda agar mencapai target yang ditetapkan oleh perusahaan Anda.

Dari sini dapat kita lihat secara jelas. Sebagai manajer yang baru harus mempunyai keterampilan baru, pengetahuan yang baru dan tentunya lebih luas dan perilaku yang baru. Anda harus bisa memastikan bahwa pekerjaan

bawahan Anda dikerjakan sebagaimana mestinya.

2. Pilihlah Gaya Menejemen Yang Sesuai Dengan Karakter Anda

Ada berbagai gaya manajemen di dalam dunia bisnis. Gaya-gaya manajemen ini terjadi dari perpaduan berbagai tiga perilaku utama.

Pertama adalah seberapa banyak Anda melakukan latihan dalam memberikan intruksi dan tugas terhadapa bawahan Anda. Tidak sembarang manajer bisa memberikan intruksi atau perintah dengan baik kepada semua bawahannya. Ada yang dengan cara otoriter, ada yang keras, ada yang meminta dengan sopan, dan masih banyak contoh lainnya. Jika

Anda ingin menjadi seorang manajer yang baik, maka Anda benar-benar harus banyak belajar bagaimana cara memberikan intruksi agar bawahan Anda tetap nyaman dalam menjalankan intruksi Anda. Karena tidak semua bawahan dapat menerima intruksi yang dirasa tidak berkenan dihati bawahan Anda.

Kedua adalah seberapa banyak Anda memberikan kebebasan kepada karyawan Anda untuk mengusulkan pendapat mereka. Hal ini menyangkut dengan pemberian hak dan bagaimana cara manusia menghargai orang lain. Sebagai menajer kita harus berusaha mengerti akan itu semua. Kita harus memberikan waktu dan ruang kepada mereka untuk mengutarakan pendapat. Maka karyawan Anda akan merasa sangat dihargai.

Ketiga seberapa banyak Anda menginvestasikan waktu Anda dalam menjalin hubungan dengan karyawan dan relasi bisnis Anda secara langsung. Seorang manajer adalah orang yang harus mempunyai kemampuan komunikasi yang baik. Komunikasi yang baik akan menghasilkan hubungan yang baik. Tentunya hal ini akan membuat Anda tampak lebih baik dari hari ke hari. Orang lain akan mempunyai pandangan yang bagus terhadap diri Anda.

3. Mampu Mengambil Sikap Yang Tegas Mengenai Hak Dan Kewajiban

Setiap manusia mempunyai hak dan kewajiban masing-masing. Tentunya, Anda dan bawahan Anda juga

mempunyai hak dan kewajiban sesuai dengan apa yang telah ditetapkan. Anda harus memastikan bahwa bawahan Anda dapat menyelesaikan kewajiban mereka dengan penuh rasa tanggung jawab. Anda juga wajib memberikan apa yang sudah menjadi hak bawahan Anda. Contoh yang mudah adalah memberikan waktu untuk berpendapat, istirahat, berfikir, belajar, dan lain-lain.

Sebagai seorang manajer Anda sebaiknya juga dapat menjalankan kewajiban Anda dengan baik, tidak hanya memerintah dan memberikan tugas saja. Memanglah benar jika itu adalah hak Anda sebagai seorang manajer, akan tetapi Anda juga bekerja dibawah pimpinan Anda. Sehingga Anda juga harus melaksanakan apa yang menjadi kewajiban Anda dengan penuh tanggung jawab.

4. Mencoba Untuk Lebih Persuasif

Menjadi seorang manajer yang baik harus bisa berbicara menggunakan kata-kata yang dapat meyakinkan bawahan Anda. Membuat seseorang yakin kepada apa yang Anda bicarakan bukan hal yang mudah. Anda harus mencari kata-kata yang pas, sehingga seseorang tersebut dapat mengikuti Anda tanpa diikuti rasa penasaran atau pertanyaan dalam otak mereka.

Seorang manajer yang baik haruslah lebih persuasif dibandingkan karyawan lain. Anda harus bisa mengajak bawahan Anda untuk selalu bekerja dengan baik, lebih memiliki motivasi yang kuat sehingga mampu menyelesaikan tugas sesuai tanggung jawab. Jika bawahan Anda

sudah merasa yakin terhadap diri Anda, maka jalan menjadi manajer yang baik sudah mulai Anda temukan.

5. Selalu Berinteraksi Dengan Pegawai

Kunci lain untuk menjadi manajer yang baik adalah Anda harus selalu menjaga komunikasi dengan bawahan Anda, sehingga dapat terjalin hubungan yang baik. Anda harus menjadi lebih supel, mudah bergaul, dermawan dengan semua informasi, dan bisa dikatakan Anda juga harus siap menjadi seorang pembimbing.

Seorang manajer pasti akan mempunyai tim dalam bekerja. Manajer bertindak sebagai seorang pemimpin dalam tim, dan selalu mengatur semua pekerjaan tim agar berjalan dengan baik. Maka

untuk mewujudkan komunikasi yang baik Anda bisa melakukannya dengan membuat pertemuan-pertemuan kecil. Lakukanlah selalu evaluasi di akhir pekerjaan. Hal ini akan membantu Anda dalam mewujudkan interaksi yang baik dengan pegawai Anda.

6. Dapat Menyelesaikan Konflik Antar Departemen

Dalam sebuah perusahaan besar, pastilah mempunyai tim-tim khusus dalam setiap bidang. Bidang yang sangat banyak tersebut berisikan orang-orang berlatar belakang yang berbeda. Setiap tim pasti akan dipimpin oleh seorang manajer. Dalam menjalankan pekerjaan Anda menjadi seorang manajer pasti Anda akan menemukan masalah-masalah yang

terjadi antar tim. Mereka akan berlomba satu sama lain menjadi tim terbaik agar mendapatkan apresiasi dari atasan mereka.

Dalam hal ini peran Anda sangat dibutuhkan. Manajer yang baik harus mampu menyelesaikan konflik-konflik yang terjadi antar tim, bahkan konflik juga bisa terjadi dalam tim Anda sendiri. Maka dari itu, Anda harus pandai menelusuri masalah apa yang terjadi. Kemudian Anda harus mencari solusi atas masalah tersebut, dan menyelesaiannya dengan segala kebijaksanaan Anda. Kuncinya dalam hal ini adalah sebuah kebijaksanaan yang benar-benar Anda terapkan, akan membawa kepada Anda dan tim Anda jauh dari masalah.

11 Tips Manajemen Waktu Efektif



Merasa tidak punya waktu sering dialami oleh banyak orang. Namun sebenarnya tidaklah demikian. Waktu 24 jam sehari merupakan jumlah yang ideal. Manusia diberikan waktu untuk dikelola dan diatur. Bukan sebaliknya. Banyak yang tidak sadar justru mereka yang diperbudak waktu. Jika dibiarkan terus-

menerus, Anda hanya akan terjebak pada pekerjaan dan rutinitas. Tidak ada waktu bersama keluarga, tidak ada waktu untuk teman, bisa jadi tidak ada waktu untuk diri Anda sendiri.

Lalu apa kuncinya agar tidak kehabisan waktu? Menambah waktu atau mengurangi pekerjaan? Adakah cara yang lain? Masalahnya bukan terletak pada banyaknya waktu dalam satu hari. Bahkan misal dalam satu hari ditambah menjadi 30 jam, kekurangan waktu tetap akan terjadi. Intipermasalahannya ada di skala prioritas. Jika Anda pandai membuat sakla prioritas, lakukan agenda-agenda paling utama. Setelah itu agenda-agenda kecil akan menyusul untuk diikuti. Berikut ada lima tips manajemen waktu efektif.

1. Buatlah Skala Prioritas

Pertama, kenali dulu apa yang dibutuhkan, bukan apa yang diinginkan. Pengertian kebutuhan dan keinginan sangatlah berbeda. Kebanyakan orang belum bisa membedakan mana yang dibutuhkan dan mana yang diinginkan. Setelah itu, dahulukan hal-hal penting. Dengan demikian hal-hal kecil lainnya akan mengikuti.

2. Kurangi Rapat

Tidak akan ada hasil maksimal yang dapat dicapai dari sebuah rapat. Bagi sebagian orang, rapat merupakan tempat untuk bersembunyi atau berpura-pura menjadi penting. Justru sebaliknya, rapat mengurangi waktu Anda. Waktu dua jam

untuk rapat bisa dimanfaatkan untuk menyelesaikan pekerjaan lain. Undangan-undangan untuk rapat sebaiknya dikurangi. Kirimkan wakil untuk menghadiri rapat. Jika terpaksa Anda harus memimpin rapat, lakukan dan selesaikan secepat mungkin.

3. Catatlah Hal-Hal Penting

Buatlah tiga catatan dan tandai dengan warna berbeda. Pertama, catat hal-hal yang ingin dilakukan di bulan ini. setelah itu, catat hal yang ingin dilakukan di bulan depan. Warna ketiga, catat hal-hala yang akan dilakukan pada dua bulan setelahnya. Membuat catatan seperti ini juga berguna agar tidak lupa.

4. Buatlah Daftar Kegiatan

Buatlah empat daftar kegiatan yang mencakup kegiatan harian, mingguan, bulanan dan tahunan. Meskipun sedikit merepotkan, daftar kegiatan akan sangat membantu. Waktu Anda menjadi lebih terorganisasi. Bahkan hingga 10 tahun ke depan, hal apa yang harus dikerjakan sudah diketahui dari sekarang.

5. Selesaikan Pekerjaan Secepat Mungkin

Jika skala prioritas dan daftar kegiatan sudah dibuat, lakukan eksekusi kegiatan secepat mungkin. Misalkan Anda mengalokasikan waktu untuk persiapan kerja selama satu jam, dengan mengerjakan lebih cepata, Anda bisa

menghemat menjadi 30 menit. 30 menit sisanya bisa digunakan untuk pekerjaan lain.

6. Manfaatkan Sela-Sela Waktu

Biasanya orang-orang menggunakan sela-sela waktu untuk menelepon, mengirim email, atau menulis pesan singkat. Ketika menunggu pesawar, ketika mendengarkan seminar, atau bahkan ketika menunggu lalu merah. Secara tidak sadar mereka telah melakukan sesuatu yang salah. Paling tidak ada tiga kesalahan mengapa hal tersebut kurang tepat. Pertama, komunikasi yang dilakukan akan terburu-buru. Hal ini dikarenakan sebagian manusia tidak bisa fokus pada dua hal. Kedua, komunikasi yang terburu-buru berdampak tidak baik.

Lawan bicara Anda mungkin merasa sedikit diabikan. Anda kehilangan waktu yang seharusnya bisa digunakan untuk melihat, membaca, dan mendengar.

7. Konsisten

Konsisten dari segi bahasa berarti tetap atau sesuai. Lakukanlah daftar kegiatan sesuai dengan yang sudah direncanakan. Berjanjilah pada diri sendiri untuk selalu mengikuti jadwal. Seringkali jadwal sudah dibuat namun pelaksanaannya tidak sesuai rencana. Hal ini karena tidak adanya konsistensi dari pembuat jadwal untuk menaatinya.

8. Disiplin

Konsisten dan disiplin erat kaitannya. Disiplin merupakan sikap taat dan patuh pada hal yang sudah menjadi tanggung jawabnya. Jika konsisten sudah bisa diterapkan , disiplin secara otomatis akan terbentuk. Namun tanpa disiplin, konsisten tidak akan tumbuh.

9. Jangan Biasakan Menunda-Nunda

Lakukan yang bisa dilakukan sekarang. Sekali menunda maka akan seterusnya menunda. Jangan biasakan meremehkan hal kecil. Biasanya yang muncul dalam benak seseorang ketika akan mengerjakan sesuatu adalah perkataan ‘Ah nanti masih bisa, dikerjakan nanti saja’. kalau sudah seperti ini, niat untuk segera selesaikan pekerjaan akan hilang. Karena bisa dikerjakan nanti, Anda

memilih untuk mengerjakannya nanti. Satu kali nanti, dua kali nanti, lama-kelamaan ‘nanti-nanti’ terus.

10. Tepat Waktu

Salah satu cara mengelola waktu adalah tepat waktu. Lakukan rencana-rencana Anda dengan tepat waktu. Jangan biasakan terlambat. Sepertinya sepele karena sudah sering dilakukan. Sadarkah Anda bahwa terlambat memiliki dampak yang kurang baik? Terlambat akan merusak jadwal dan mengacaukan suasana. Agenda yang sudah terjadwal dengan rapi namun karena suatu keterlambatan, semua rencana menjadi berantakan. Kalau sudah seperti itu, semangat untuk melanjutkan aktivitas juga akan hilang karena tidak lagi sesuai

dengan harapan.

11. Penghargaan dan Hukuman

Agar lebih seru, buatlah sistem penghargaan dan hukuman untuk diri sendiri. Tidak usah muluk-muluk.

Terapkan saja target tertentu lalu beri penghargaan bagi diri sendiri jika bisa menyelesaiannya. Sebaliknya, jika tidak sesuai target, berilah hukuman untuk diri sendiri juga. Sistem seperti ini sering berhasil diterapkan. Adanya penghargaan dan hukuman akan menumbuhkan semangat tersendiri untuk berkompetisi.

Lima tips di atas semoga dapat membantu. Kembali lagi kuncinya ada pada diri sendiri. Niat untuk mendisiplinkan waktu dan mengelola

waktu dengan baik membutuhkan tekad yang besar juga. Sepuluh tips di atas dapat dijadikan sebagai acuan. Ada dua poin yang bisa digarisbawahi dari 11 tips di atas. Prioritas, konsistensi, dan disiplin. Dengan menentukan prioritas, Anda akan mengetahui hal apa saja yang harus dan tidak harus dilakukan saat itu. Konsisten dan disiplin membantu mewujudkan prioritas tersebut. Tanpa dua hal itu, agenda hanya tinggal agenda. Semoga berhasil.

4 Cara Membagi Uang untuk Investasi



mengontrol sistem keuangan yang dimiliki.

Sama halnya dengan sistem pendirian bisnis atau usaha yang memerlukan modal. Investasi ini juga tergantung pada jumlah modal serta penggunaan modal yang tepat. Sebagai pelaku ekonomi dan bagian dari perekonomian maka mulai dari sekarang Anda perlu memahami berbagai hal yang dapat dilakukan untuk membagi modal atau uang yang Anda miliki, sehingga dapat menghasilkan investasi yang menjanjikan di masa depan.

Berikut beberapa cara yang ditawarkan untuk meningkatkan kemampuan membagi uang untuk modal investasi :

1. Mencari tahu tentang diri Anda

Mengenali diri sendiri bukanlah hal yang mudah untuk dilakukan, namun itu menjadi hal penting yang harus kita lakukan. Mengenali diri sendiri dapat berawal dari mengenali pola pikir kita dalam merespon suatu kondisi yang terjadi, baik yang menyenangkan ataupun menyedihkan. Dari respon yang kita berikan tersebut dapat berupa perasaan, perkataan maupun perbuatan. Sehingga ini harus kita pahami dengan baik sebagai bentuk dari jati diri kita, dari hal itu nantinya kita mampu memahami setiap hal yang kita lakukan sehingga respon yang kita berikan akan tetap sejalan dan konsisten.

Potensi adalah hal utama yang harus Anda pahami sebelum memulai untuk melakukan kegiatan apapun termasuk

investasi. Mencari tahu tentang hal yang menyangkut diri sendiri menjadi hal yang sangat penting, karena dunia investasi harus didukung kemampuan yang dimiliki investor. Mengenali diri bisa dimulai dengan mengetahui apa kesukaan atau passion yang dimiliki. Sehingga saat memulai melakukan bisnis, Anda akan merasa nyaman dan santai.

Dunia investasi sangatlah beragam dan dekat dengan kegiatan sehari-hari. Contohnya, jika mempunyai ketertarikan dibidang fashion maka bisa berinvestasi untuk barang-barang yang menyangkut kecantikan, pakaian atau apapun itu. Jadi hobi bisa menghasilkan uang tidak hanya menghabiskan uang. Mulai dari sekarang pahami diri sendiri dan kembangkan potensi yang dimiliki.

2. Menambah penghasilan

Tidak bisa dilepaskan lepas dari modal itulah investasi. Pelaku ekonomi atau bisnis memang harus rasional memandang keberadaan modal yang menjadi salah satu penunjang utama menggeluti dunia bisnis begitu juga investasi. Dalam proses untuk memulai investasi maka mulailah menambah penghasilan.

Jika saat ini Anda bekerja sebagai pegawai dengan jam kerja delapan jam perhari dan dengan gaji di antara dua sampai tiga juta atau dibawahnya, maka harus dipikirkan bagaimana mencari pintu lain yang akan menambah penghasilan. Membuka usaha kecil ataupun mencari pekerjaan yang bisa dikerjakan setelah

jam kerja utama bisa menjadi pilihan.

Saat ini banyak tawaran kerja sampingan yang bisa dikerjakan di rumah dan hal itu patut menjadi pilihan untuk menambah penghasilan. Selain kerja sampingan, sangat berpotensi jika Anda memiliki kemampuan atau skill lain seperti membuat kerajinan dan sebagainya. Mengapa menambah penghasilan ini penting untuk memulai investasi? Karena dengan modal yang cukup, investasi akan besar sehingga yang dihasilkan pun juga akan besar.

3. Mengurangi pengeluaran yang kurang penting

Mengontrol pengeluaran atau dengan kata lain berhemat adalah hal yang patut

dilakukan. Mengurangi pengeluaran yang kurang penting ini harus dilakukan sejak dini, sehingga keuangan Anda benar-benar akan terkontrol dengan baik dan uang yang dimiliki pun akan berfungsi semaksimal mungkin.

Ini penting melihat masyarakat saat ini berperilaku sangat konsumtif, sehingga sebagai calon investor harus mampu menggunakan uangnya secara maksimal. Berhemat atau mengurangi pengeluaran.

Langkah yang dapat dilakukan untuk mengurangi pengeluaran seperti membuat skala prioritas kebutuhan, menempatkan hal-hal yang tidak terlalu penting sebagai kebutuhan sekunder. Jika bisa sebaiknya menempatkan kebutuhan tersebut di kebutuhan tersier yang sifatnya tidak harus terpenuhi.

Selain skala prioritas, menghemat pun bisa dilakukan dengan merinci pengeluaran yang selama ini dilakukan kemudian mencari cara agar pengeluaran itu tidak dilakukan secara monoton. Memanfaatkan barang yang sudah ada sebelumnya atau masih layak pakai agar tidak tergantung kepada barang-barang baru secara terus menerus.

4. Mulai membagi penghasilan

Sebaiknya Anda mulai memikirkan bagaimana mengatur penghasilan yang Anda peroleh saat ini. Melakukan manajemen keuangan yang baik sangat diperlukan. Dalam mengatur keuangan, Anda harus memikirkan alokasi keuangan untuk investasi, pendidikan, simpanan,

pensiun, hidup, kesehatan, dan hiburan.

Delapan hal tersebut merupakan hal yang dibutuhkan dalam hidup dan harus dibagi sedemikian rupa agar sesuai dengan porsinya masing-masing. Contoh membagi penghasilan Anda apabila memiliki penghasilan berkisar sepuluh juta per bulan. Rinciannya adalah sebagai berikut :

- 1 juta untuk tabungan pensiun
- 1 juta untuk tabungan pendidikan
- 3 juta untuk investasi
- 1 juta untuk bayar cicilan
- 1 juta untuk kebutuhan listrik
- 2 juta untuk uang belanja
- 1 juta untuk hiburan

Pembagian keuangan seperti diatas dapat disesuaikan dengan penghasilan setiap bulannya. Sehingga keuangan Anda

menjadi benar-benar terkontrol dengan baik seperti halnya rincian diatas. Mulailah memikirkan efisiensi penggunaan penghasilan Anda, jangan sampai terjebak dalam situasi ekonomi yang menjadikan Anda komsumtif.

Keempat cara di atas diharapkan mampu memberikan solusi bagaimana cara membagi uang yang Anda miliki untuk investasi, baik investasi jangka pendek maupun jangka panjang. Mulailah berani memikirkan tentang kondisi keuangan yang Anda miliki sehingga nantinya dimasa tua kekhawatiran tentang kondisi finansial tidak lagi menjadi masalah besar.

MOTIVASI BISNIS DAN MARKETING



Hal-hal yang Harus Dilakukan Pebisnis Sukses di Usia 20-an tahun



Sukses bisa datang di usia berapapun,
bisa datang tanpa memperhatikan Anda
tua atau muda. Sukses itu datang ketika

Anda siap menyambutnya setelah bekerja keras penuh semangat. Yup...banyak kok orang-orang sukses di luar sana yang meraih kesuksesannya di usia yang masih sangat muda.

Bagaimana ya cara meraih sukses di usia muda? Apa saja yang harus kita lakukan supaya sukses menghampiri di usia kita yang masih muda? Tentu tidak mudah untuk mendapatkan sukses di kehidupan kita tapi bukan berarti tidak mungkin terjadi. Karena itulah ada baiknya kita belajar dari mereka yang sudah membuktikannya. Yuk, kita belajar dari

apa yang dilakukan para pebisnis sukses ini di usia 20 tahun!

Mark Zuckerberg

Sang pemilik Facebook ini dikenal banyak orang setelah menemukan media sosial yang kini digunakan lebih dari 300 juta pengguna. Ia mengerjakan proyek Facebook ini sejak usianya 20 tahun dan selesai lima tahun kemudian. Tujuannya mendirikan facebook adalah karena ia ingin menghubungkan semua orang, ia ingin memberi kemudahan kepada semua

orang untuk berhubungan.

Marissa Mayer

Ia adalah CEO dari Yahoo yang pernah menjadi karyawan Google kedua puluh di usianya yang menginjak 24 tahun. Di perusahaan ini, dengan usianya yang masih muda, Mayer disebut sebagai engineer wanita pertama. Namun 13 tahun kemudian Mayer menemukan jalannya di Yahoo dan menempati jabatan sebagai CEO.

Richard Branson

Siapa yang menyangka bahwa di usia 20 tahun Richard Branson sudah mendirikan sebuah toko rekaman? Yup...dia membuktikan bahwa usia muda bukanlah halangan untuk mulai membangun usaha. Tidak berhenti di toko rekaman, ia melanjutkan usahanya saat menginjak usia 22 tahun dengan membuka sebuah studio. Branson tidak berhenti sampai di situ, ia tidak mudah puas dan ini sangat penting untuk dimiliki oleh Anda yang ingin sukses di usia muda, setelah memiliki studio rekaman ia meluncurkan label rekaman sendiri. Usaha keras

Branson tidak sia-sia karena usahanya ini telah berhasil go internasional setalah 10 tahun ia rintis dengan penuh semangat.

Mertha Steward

Kamu pernah dengen sebuah acara kuliner dengan judul The Martha Steward Show? Inilah dia si pemandu acara, Mertha Steward. Ia adalah seorang wanita yang sangat mencintai dunia kuliner dan mulai berkreasi dengan berbagai jenis makanan yang dipublikasikan lewat acara TV yang dipandu olehnya. Tapi lihatlah, sebelum

dia sukses memandu acara TV ini ia sempat menjadi pialang saham di Wall Street ketika masih berusia 20-an. Apa yang dialami oleh Mertha Steward ini adalah sebuah contoh bahwa sebuah hobi jika ditekuni dengan baik akan menjadi sumber pendapatan dan bisa mengantarkan kita pada gerbang kesuksesan.

Warren Buffet

Dikenal sebagai investor terkaya di dunia, Warren Buffet ternyata pernah bekerja sebagai investment salesman di Buffet-

Falk & Co. di awal usia 20-an. Kini ia telah berubah menjadi seorang milyarder dunia dan sempat menempati posisi pertama orang terkaya di dunia yang dirilis oleh majalah Forbes.

Sekarang percaya kan kalau sukses bisa datang di usia muda? Seperti para pebisnis sukses ini, yang mulai membangun bisnis mereka sejak usia 20-an. Semua bergantung pada dirimu sendiri, pada usaha dan kerja keras serta semangat untuk meraih kesuksesan.

Biar lebih mantap lagi, saya akan membagikan sedikit tips tentang “cara menjadi kaya di usia muda”. Jangan salah, ternyata *nggak* susah untuk meraih hal ini.

Cara-cara Menjadi Kaya di Usia Muda



Kenapa harus menunggu tua kalau di usia muda saja kita bisa menjadi kaya? Yup... ini harusnya menjadi satu pertanyaan yang wajib direnungkan oleh generasi muda. Sebagai golongan muda yang

masih memiliki tenaga dan semangat yang membara harusnya generasi muda mampu melakukan lebih banyak hal untuk memulai usaha demi menyiapkan masa depannya. Ditambah lagi generasi muda memiliki banyak pemikiran segar dan ide-ide kreatif. Semua potensi ini akan membuat kesempatan kaya di usia muda menjadi semakin terbuka lebar.

Apa saja sih yang dibutuhkan untuk menjadi kaya? Apa saja yang harus dilakukan seseorang supaya bisa menjadi kaya tanpa harus menunggu tua? Nah

simak yuk langkah-langkah berikut ini yang akan menuntunmu untuk menjadi kaya di usiamu yang masih muda.

1. Bangunlah mimpimu.

Mimpi adalah kunci utama kesuksesan seseorang. Meskipun sederhana tapi mimpi adalah awal dari segalanya. Mimpi adalah sebuah tujuan yang akan membuatmu mulai bergerak untuk sampai ke tujuanmu itu. Mimpi itu bebas, bisa dilakukan siapa saja dan Anda bisa bermimpi apa saja tanpa ada yang berhak mengaturnya. Tetapi ada satu syarat

yang harus Anda penuhi, yaitu kerja keras untuk meraihnya. Ketika memiliki sebuah mimpi maka berjanjilah untuk meraihnya dengan kerja keras dan semangat pantang menyerah.

2. Pelajari bidang yang sesuai dengan minat dan bakatmu.

Menjadi sukses di bidang yang menjadi minat dan bakatmu pasti akan sangat menyenangkan. Untuk itu maka pilihlah pendidikan yang sesuai dengan minat dan bakatmu.

Ini akan membuatmu lebih fokus

dan jauh lebih semangat untuk mencari bekal demi membangun masa depanmu nanti.

3. Sisihkan pendapatanmu.

Ketika Anda sudah memperoleh pemasukan tetap dari hasil keringatmu sendiri maka belajarlah untuk menyisihkannya sedikit demi sedikit. Iya...singkatnya adalah cobalah untuk menabung sedini mungkin. Jangan habiskan uang hasil kerja kerasmu untuk bersenang-senang saja, tapi sisihkan sebagian dan simpanlah. Biarkan uangmu

terkumpul sedikit demi sedikit
hingga Anda tidak menyadari kalau
Anda sudah menjadi jutawan.

4. Belajar berinvestasi.

Dengan pemasukan yang sudah
Anda miliki, tidak ada salahnya
untukmu mulai belajar berinvestasi.
Ada banyak bentuk investasi yang
bisa Anda lakukan seperti investasi
di pasar modal atau bisa juga
investasi di bidang properti yang
menjanjikan. Hal terpenting sebelum
menginvestasikan uangmu adalah
Anda harus paham betul apa yang

bisa Anda dapatkan dengan berinvestasi di sana. Pastikan Anda untung besar bukannya malah rugi setelah berinvestasi.

5. Mulai memilih asuransi.

Lindungilah dirimu sendiri dengan memilih jasa asuransi yang tepat. Asuransi bisa memberikan perlindungan kesehatan untukmu. Dengan memiliki asuransi Anda juga bisa menyisihkan sedikit demi sedikit penghasilanmu untuk antisipasi hal-hal yang tidak diinginkan di masa depan.

6. Berani memulai usaha sendiri.

Meskipun masih muda, jangan ragu untuk memulai bisnismu sendiri.

Bangunlah usaha yang sesuai dengan bidang yang Anda senangi.

Misalnya Anda membangun bisnis pakaian karena Anda menyukai fashion, atau bisa juga Anda membuka kedai kopi karena hobimu di bidang kuliner. Untuk membangun sebuah usaha, Anda bukan hanya butuh modal yang cukup tetapi juga Anda butuh semangat yang tinggi dan sikap pantang menyerah.

7. Belajar untuk tahan godaan.

Hidup di kota besar dan sudah punya penghasilan sendiri biasanya membuat seseorang tanpa sadar mengikuti gaya kehidupan yang boros. Tahanlah dirimu sendiri untuk tidak mengeluarkan banyak uang hanya untuk mengikuti gaya kehidupan orang-orang di sekitarmu.

Dan satu lagi, cobalah untuk tahan terhadap godaan teknologi yang semakin canggih dari waktu ke waktu karena bisa menguras lebih banyak isi dompetmu.

8. Belajar untuk hidup sederhana.

Jangan takut untuk hidup sederhana dan terbatas. Jika penghasilanmu memang belum seberapa Anda harus rela untuk hidup susah dan menahan diri untuk tidak berfoya-foya dulu. Lebih baik Anda gunakan uangmu untuk disimpan demi masa depan daripada harus Anda habiskan sekarang untuk sekedar bersenang-senang.

9. Selalu bekerja keras dan bekerja dengan otak.

Jangan pernah menyerah,

kerjakanlah semua hal dengan usaha keras yang tidak pernah kendur meskipun sesekali ada banyak rintangan yang datang. Selain bekerja keras, biasakan dirimu untuk selalu bekerja dengan otak.

Berpikirlah dengan cerdas supaya semua yang Anda lakukan adalah hal yang tepat dan supaya Anda selalu melangkah dengan penuh pertimbangan.

10. Bangun relasi seluas mungkin. Untuk menjadi orang yang sukses, Anda tidak bisa melakukannya

seorang diri. Contohnya adalah ketika Anda membangun sebuah bisnis, Anda butuh relasi yang akan membantumu. Oleh karena itu belajarlah untuk memulai membangun relasi mulai dari sekarang.

Jangan takut untuk mencoba selama Anda mampu melakukannya. Dengan usaha, kerja keras, sikap pantang menyerah, dan semangat yang tinggi Anda pasti bisa menjadi kaya di usia muda. Bukan hal yang mustahil kok,

selama Anda benar-benar yakin bisa
meraihnya.

Dari tokoh-tokoh terkaya dunia yang sudah dibahas di atas, semua memiliki persamaan. Yap, mereka semua adalah wirausahawan, pebisnis yang sukses menjalankan usahanya sendiri. Jadi, kalau Anda ingin kaya raya seperti mereka, berwirausahalah! *Well*, pasti banyak pertimbangan di pikiran setiap orang ketika mereka ditantang untuk berwirausaha. Yang paling utama adalah risikonya yang cukup besar.

Jangan khawatir, di bagian berikut saya berikan tips jitu untuk menjadi wirausaha

sukses.

Cara Menjadi Wirausaha Sukses di Usia 30 Tahun



Menjadi sukses adalah impian semua orang. Tujuan setiap orang ketika membangun sebuah usaha adalah agar usahanya menjadi sukses di masa depan. Sekarang ini banyak kita temukan generasi muda yang mulai merintis usaha mereka di usia 20-an. Mereka

memulainya dari nol demi mempersiapkan kehidupan yang lebih baik di masa depan. Lalu bagaimana ya nasib orang-orang yang memulai bisnis mereka di usia 20-an setelah sepuluh tahun kemudian? Apa saja yang harus dilakukan mereka yang berwirausaha supaya sukses di usia yang menginjak 30 tahun? Simak uraian berikut ini.

1. Konsentrasi pada pemasukan.

Di usia 30 tahun, bukan saatnya lagi bagi seseorang untuk bersenang-senang dan melakukan usaha hanya untuk sekedar coba-coba. Di usia ini

pendapatan adalah hal yang menjadi prioritas. Berusahalah untuk mendapatkan pemasukan yang sebesar-besarnya dan mengeluarkan seminimal mungkin.

2. Tunjukkan kualitas kerja.

Hal yang paling penting dalam berwirausaha adalah menunjukkan kualitas diri. Jangan terlalu bangga dengan semua hasil yang sudah dicapai hingga lupa untuk terus menjaga kualitas kerja. Selalu tingkatkan performa kerja karena ini akan mempengaruhi peningkatan

pemasukan.

3. Berorientasi pada investasi.

Di usia 20 tahun mungkin seorang wirausaha akan berorientasi pada menabung uang untuk simpanan masa depan. Akan tetapi, ketika menginjak usia 30 tahun, orientasi seseorang akan berpindah bukan menyimpan uang untuk menabung tetapi untuk berinvestasi.

4. Menghindarkan diri dari hutang.

Ada kalanya hutang diperlukan untuk tetap menjaga kestabilan usaha, akan tetapi di usia 30 tahun

sebaiknya seorang pengusaha menghindarkan diri dari hutang. Hutang akan menghambat pemasukan dan membuat pengeluaran menjadi jauh lebih besar.

5. Perhatikan pemasukan.

Di usia 20 tahun mungkin seseorang yang berwirausaha akan lebih berorientasi pada kepuasan diri dalam membangun usaha. Berbeda dengan wirausaha ketika menginjak usia 30 tahun, pemasukan akan menjadi prioritas utama. Oleh

karena itu penting sekali bagi pengusaha di usia 30 tahun untuk selalu memperhatikan pemasukan mereka.

6. Bekerja keras tanpa mengenal waktu.

Untuk menjadi wirausaha yang sukses, seorang pengusaha harus terus bekerja keras tanpa mengenal waktu. Tak ada kata lengah bagi pengusaha yang ingin sukses di usia 30 tahun. Terus berikan usaha yang terbaik supaya usaha yang dibangun selalu mengalami peningkatan dan

kemajuan.

7. Tanamkan pada diri sendiri bahwa hidup miskin itu tidak baik.

Takutlah untuk menjadi miskin.

Seorang pengusaha di usia 30 tahun perlu mendapatkan motivasi supaya terus memacu semangatnya dalam bekerja. Salah satunya adalah dengan mengatakan pada diri sendiri bahwa hidup miskin itu tidak menyenangkan sehingga akan terus terpacu untuk bekerja keras dan memperoleh pendapatan yang maksimal.

8. Belajar dari teman-teman lain yang sukses.

Belajar dari orang lain adalah cara yang tepat untuk menjadi sukses.

Pelajari apa yang orang sukses lakukan dan coba terapkan pada kehidupan diri sendiri sehingga kesuksesan yang sama akan menghampiri.

9. Targetkan pendapatan.

Buatlah target pendapatan sehingga akan memacu semangat kerja untuk memenuhi target tersebut. Buat target yang terus meningkat dari

waktu ke waktu sehingga usaha yang dibangun akan terus mengalami peningkatan. Adanya target ini juga akan membuat seorang pengusaha untuk bekerja lebih teratur.

10. Pandai berinvestasi.

Pandai-pandailah dalam berinvestasi. Cerdas berinvestasi akan mengantarkan seorang pengusaha pada kesuksesan yang lebih baik dari sebelumnya. Lakukan pertimbangan dan pemikiran yang matang sebelum memilih untuk berinvestasi. Pastikan investasi yang

dilakukan akan menghasilkan keuntungan bukan malah mendatangkan kerugian.

Sukses berwirausaha di usia 30 tahun bukan menjadi mimpi jika ada kemauan dan usaha keras. Semua bisa terjadi asalkan selalu ada keinginan untuk lebih baik dari sebelumnya. Selain itu yang perlu diperhatikan adalah prioritas terhadap pemasukan karena ini akan sangat berpengaruh pada kemajuan usaha.

Nah, itu tadi prinsip-prinsip untuk menjadi seorang wirausahawan yang sukses. Jangan takut untuk berusaha, apapun alasanmu. Saya sering menemui beberapa orang yang tidak berani untuk memulai usahanya sendiri dengan alasan “miskin” atau “tidak mampu”. *Well*, saya rasa faktor ekonomi bukanlah hambatan. Ada banyak orang yang awalnya miskin, justru berhasil menjadi sosok yang kaya-raya karena usahanya. Siapa sajakah mereka? Berikut ini ceritanya:

Cerita 10 Orang Miskin yang Sukses Menjadi Miliarder



Menjadi sukses dan kaya adalah mimpi semua orang. Ada yang bilang bahwa kaya atau miskin itu adalah sebuah pilihan. Kaya atau miskin seseorang di masa depan itu bergantung pada apa

yang dilakukan di masa sekarang. Tapi ada juga yang berpendapat bahwa kaya atau miskin itu adalah takdir yang tak bisa dilawan dan tak bisa dihindari. Kaya atau miskin adalah sebuah jalan yang sudah dituliskan sejak seseorang lahir dan tak akan pernah bisa berubah karena itu adalah nasib turun temurun dari keluarga.

Bagi Anda yang sejutu dengan pemikiran kedua, sepertinya pemikiranmu akan segera berubah setelah membaca cerita-cerita berikut ini. Kumpulan cerita dari mereka, orang-orang yang hidup penuh

keterbatasan tetapi akhirnya berhasil meraih mimpi menjadi miliarder. Mereka mampu mengubah jalan hidup mereka dengan kerja keras dan sikap pantang menyerah.

John Paul DeJoria

Pria ini sudah dibekali bakat bisnis sejak masih anak-anak dibuktikan dengan pengalamannya menjual kartu ucapan natal dan surat kabar. Pria yang mendirikan Patron Tequila ini sempat tinggal di rumah penampungan dan hidup serba terbatas. Kini ia dikenal sebagai

miliarder dengan perusahaan yang ia dirikan ditambah lagi dengan segala macam investasi yang dia tanamkan di bidang industri lainnya.

Larry Ellison

Pria kelahiran Brooklyn yang ditakdirkan tumbuh besar tanpa ayah ini awalnya mengais uang dengan bekerja serabutan. Selama delapan tahun lamanya ia harus bekerja keras mengumpulkan uang demi kelangsungan hidupnya. Kini ia dikenal sebagai pendiri perusahaan Oracle yang merupakan salah satu perusahaan

teknologi terbesar di dunia.

Harold Simmons

Pria ini merupakan seorang master di bidang ekonomi. Ia memanfaatkan masa mudanya untuk mempelajari ilmu ekonomi dan kemudian merintis usaha dengan menjual toko obat. Kini ia dikenal sebagai pakar jual beli perusahaan dan berhasil menjadi miliarder meskipun dulu sempat hidup miskin tanpa listrik dan minim air bersih.

Li Ka-Shing

Pria ini harus tegar menghadapi hidupnya setelah ayahnya meninggal ketika usianya masih 15 tahun. Karena merasa bertanggung jawab atas kelangsungan hidup keluarganya, ia memutuskan berhenti sekolah untuk merintis bisnis. Ia mendirikan perusahaan plastik Cheung Kong Industries pada tahun 1950 dan kini telah menjadi seorang miliarder kelas dunia.

George Soros

Pria ini sempat hidup susah dan harus bekerja sebagai pegawai di kementerian

perdagangan Hungaria. Perjalanan hidupnya yang susah sempat diwarnai dengan bekerja sebagai pelayan dan poter di stasiun demi lulus dari London School of Economics. Kini ia menjadi miliarder karena telah bekerja sebagai banker di New York City.

Leonardo Del Vecchio

Dibesarkan di panti asuhan karena sang ibu terlalu miskin membuat ia tumbuh menjadi seseorang yang kuat dan cerdas. Pria ini sempat bekerja di pabrik pembuat bingkai kacamata, hingga kemudian

membuka toko sendiri yang mereknya dikenal di seluruh dunia, Ray Ban dan Oakley.

Francois Pinault

Pria yang sempat merasakan berhenti kuliah karena kekurangan biaya ini sekarang adalah seoarang miliarder dunia. Ia dikenal sebagai orang yang berkecimpung untuk membangun merek-merek barang kelas dunia seperti Gucci, Balenciaga, dan Puma.

Krik Kerkorian

Pria ini sempat putus sekolah karena

memilih bekerja demi memenuhi kebutuhan keluarganya. Sebelum menjadi miliarder dengan kepemilikan beberapa hotel dan resort, Kerkorian pernah menjadi petinju dan bekerja di angkatan udara Inggris. Kini hotel dan resort yang ia bangun dikenal sebagai yang terbesar di Las Vegas dan membuatnya menjadi miliarder dunia.

Ralph Lauren

Desainer asal Amerika ini mengawali kariernya dengan bekerja di sebuah perusahaan ritel. Ia kemudian mendirikan

Polo yang sampai sekarang berkembang pesat sebagai merek yang ia bangun sendiri. Sekarang ia dikenal sebagai miliarder dunia karena menguasai beberapa perusahaan yang mengeluarkan berbagai produk seperti parfum, furniture, dan pakaian.

Do Won Chang

Sebelum menjadi miliarder seperti sekarang, ia pernah bekerja sebagai petugas kebersihan, pengaga warung kopi, dan petugas pom bensin. Usahanya dimulai dengan membuka toko pakaian

yang kemudian berkembang menjadi Forever21. Lewat Forever21 inilah ia mengumpulkan kekayaannya yang sampai sekarang sudah mencapai miliaran dollar. Itulah kisah mereka yang tidak kenal lelah untuk mengubah nasib mereka sendiri. Terbukti kan kalau dengan kerja keras dan pantang menyerah Anda akan bisa memperbaiki jalan hidupmu. Jadi jangan takut untuk bermimpi besar mulai sekarang karena tidak ada yang tidak mungkin selama Anda memiliki usaha keras untuk meraihnya.

Keren-keren kan ceritanya? *Nggak* cuma
di luar negeri, di Indonesia pun ada
banyak jutawan muda yang punya cerita-
cerita menarik yang bisa
menginspirasimu.

Para Jutawan Muda Indonesia



Sukses di usia muda tampaknya sudah menjadi hal biasa di negara kita. Hal ini tidak mengherankan karena sekarang ini banyak kita temui generasi muda mulai mengeluarkan ide-ide kreatif mereka untuk membangun sebuah bisnis. Ingin tahu siapa saja yang sudah memulai

bisnis dan meraih kesuksesan mereka di usia muda? Simak yuk uraian tentang orang-orang yang telah menjadi jutawan di usia yang masih muda dan ambil pelajaran berharga dari mereka.

Handy Setiono

Pria asal Surabaya ini adalah pemilik kedai Kebab Baba Rafi. Ia mengaku memulai usaha di bidang kuliner ini karena ia sangat mencintai dunia kuliner. Awalnya Handy hanya ingin coba-coba namun karena dirasa menguntungkan dan memberinya penghasilan yang

memuaskan maka Handy mulai serius menggeluti bisnis ini. Berkat kedai kebabnya ini, pada usia 23 tahun Handy pernah memperoleh penghargaan sebagai pengusaha yang mengubah Indonesia yang diberikan oleh majalah Tempo. Penghargaan lainnya adalah Handy pernah dinobatkan sebagai pengusaha sukses se-Asia under 25 yang diberikan oleh majalah Business Week International. Kesuksesannya ini menjadi contoh bagi kita bahwa memulai usaha dari bidang yang kita senangi akan membuat kita lebih mudah untuk

mengembangkannya menjadi lebih besar lagi.

Teguh Wahyudi

Pria ini memanfaatkan kesempatannya tinggal di luar negeri untuk berbisnis. Ya, ia menjual makanan khas Indonesia di negeri bunga sakura, Jepang. Cita-citanya adalah ingin mendirikan sebuah perusahaan di Jepang. Untuk meraih cita-citanya itu, Teguh Wahyudi memulainya dengan memasarkan tempe buatannya lewat sebuah toko yang dinamai Halal Food. Ini adalah awal dari kesuksesannya

berjualan tempe. Berkat semua kerja keras, cita-citanya untuk mendirikan perusahaan di Jepang akhirnya terwujud. Perusahaan ini diberi nama Sariraya.

Merry Riana

Siapa yang tidak mengenal nama ini? Ia adalah seorang motivator wanita yang kisah hidupnya dituliskan dalam sebuah buku berjudul Mimpi Sejuta Dollar dan sudah didokumentasikan dalam bentuk film berjudul sama. Merry Riana adalah seorang pejuang keras di masa kuliahnya karena harus hidup di Singapura dengan

mengandalkan beasiswa dan uang jajan yang terbatas. Keadaan yang sulit ini membuat Merry kemudian terpacu untuk berusaha mengumpulkan uang. Ia kemudian menjadi konsultan keuangan di bidang asuransi yang memberinya penghasilan satu juta dollar.

Bong Chandra

Nama motivator ini juga sudah dikenal oleh banyak orang. Bukan hanya sebagai motivator, ia juga dikenal sebagai pebisnis sukses. Bong Chandra menemukan bakatnya sebagai motivator setelah ia

memutuskan berhenti dan tidak menyelesaikan sekolahnya di bidang desain grafis. Pada awalnya Bong Chandra membangun bisnis di dunia kuliner dengan berjualan kue. Bukan hanya itu Bong Chandra juga pernah mencoba bisnis pakaian hingga akhirnya ia membuka pelatihan motivasi bersama teman-temannya. Kemampuannya memotivasi membuat Bong Chandra kemudian banyak mendapatkan panggilan untuk menjadi motivator di berbagai kesempatan.

Victor Glovan Raihan

Satu lagi generasi muda yang membangun bisnis di dunia kuliner. Victor adalah pengusaha teh kempot dan bakso mercon. Teh kempot ini merupakan hasil uji cobanya mencampur teh dengan yoghurt. Minuman hasil coba-coba ini ternyata menarik minat banyak orang sehingga membuat Victor berani memasarkannya lebih luas. Menyusul teh kempot, Victor meluncurkan bakso mercon. Kini Victor menjalankan dua bisnisnya ini secara bersamaan dan yakin kalau dua bisnis ini akan sama suksesnya.

Profil para pebisnis muda ini sudah cukup memotivasiimu? Mereka membuktikan bahwa meskipun di usia yang masih muda mereka mampu meraih kesuksesan. Mereka tak pernah membiarkan semangat mereka padam karena itulah yang menjadi modal utama mereka dalam membangun sebuah bisnis. Ingin sukses seperti mereka? Mulailah dari sekarang, dari hal-hal sederhana yang bisa Anda lakukan. Siapa tahu itu bisa menjadi bisnis yang membuat namamu dikenal banyak orang.

Mindset



Apa sih perbedaan pola pikir orang kaya dan orang miskin?

Seorang pengusaha media raksasa di Amerika Serikat, Steve Forbes pernah berkata, “sumber kekayaan dan modal terbesar manusia adalah pikiran, semangat, imajinasi, dan keyakinannya untuk masa depan.” Setiap orang tentu memiliki hal-hal tersebut. Tak ada batasan bahwa pikiran, semangat, imajinasi, dan keyakinan hanya dimonopoli oleh orang-orang sukses. Dengan kemampuan mengeluarkan hal-hal tersebut dari dalam diri manusia, setiap orang baik si kaya dan si miskin memiliki kesempatan yang sama untuk mengubah masa depannya. Pengertian kaya dan miskin seperti dua wajah uang yang berbeda tetapi saling mengisi.

Takkan ada orang kaya tanpa kehadiran orang miskin. Lalu apa perbedaan keduanya?

1. Orang kaya berpikir seberapa keras usaha mereka untuk mengubah hidup. Mereka berpikir bahwa segalanya harus diperjuangkan dengan keras dan ulet. Semangat itu disandingkan dengan rasa tanggung jawab besar untuk terus memperbaiki diri dan menambah ilmu serta pengetahuan. Sementara orang miskin kerap meneri apa yang telah diguratkan pada kehidupannya. Mereka kurang keras mendorong diri untuk memperbaiki kehidupan mereka sendiri. Orang miskin pun kerap menyalahkan kesulitan hidup mereka yang pada dasarnya menjatuhkan semangat perubahan

yang seharusnya diperjuangkan tanpa menyerah.

2. Steve Siebold, seorang penulis buku motivasi ‘How Rich People Think’ mengatakan “Orang miskin berpikir untuk menabung agar hartanya melimpah, tetapi terus merasakan kekurangan.” Siebold berpendapat bahwa itu bukanlah cara untuk membuat diri Anda kaya. Ya benar bahwa setiap orang kaya tentunya seorang penabung ulung. Tetapi pola pikir mereka adalah bagaimana cara meningkatkan pendapatan agar jumlah tabungan dapat bertambah lebih banyak.
3. Untuk menjadi orang kaya, Anda harus berani menanggung resiko, termasuk kegagalan dalam

usahaanya. Di sisi lain, Anda pun tidak boleh mudah terlena dengan kesuksesan kecil yang dapat dicapai. Orang kaya selalu fokus untuk menciptakan peluang dan membesarkan usahanya. Oleh sebab itu, banyak orang kaya yang berwirausaha agar menjadi kaya. Sementara orang miskin menganggap berwirausaha adalah usaha yang sangat beresiko. Hal ini biasanya disebabkan karena sikap mereka yang cenderung mencari sekadar rasa aman, terutama dalam hal finansial.

4. Kamu pasti sudah tidak asing lagi dengan kalimat “beranilah untuk bermimpi besar.” Pada dasarnya setiap manusia memiliki hasrat untuk terus berubah dan

berkembang menjadi pribadi yang lebih baik. Itulah mengapa mereka terus menciptakan peluang dan inovasi. Itulah keberanian yang biasa ditemukan pada orang miskin. Sedangkan orang miskin cenderung menerima keadaan dan berpikir bahwa berpikir besar hanyalah mimpi di siang bolong belaka. Mereka cenderung malas, bahkan merasa nyaman atas segala kesulitan hidup sehari-hari yang dihadapinya. Lebih parahnya, orang miskin kerap menyimpan prasangka negatif atas semangat dan ketekunan orang kaya sebagai keserakahan.

5. Cara menilai uang antara orang kaya dan orang miskin menentukan pula perubahan yang akan dihadapi mereka di masa mendatang. Siebold

kembali mengatakan, orang miskin sangat perhitungan dengan cara mereka menggunakan uangnya. Sementara orang-orang kaya ternama banyak yang mengatakan bahwa mereka tidak khawatir kehilangan uang. Apa sebab mereka berani berpikir seperti itu? Pada dasarnya orang kaya menggunakan uang yang dimilikinya untuk melipatgandakan pendapatan mereka di masa mendatang. Jika dianalogikan, orang kaya senang melakukan berbagai investasi di banyak bidang tanpa memikirkan resikonya terlalu mendalam. Maka, orang kaya selalu melihat uang dengan logika. Sedangkan orang miskin melihatnya dengan cara emosional.

Berkaca Pada Orang Terkaya di Dunia



Nah, berikut ini ada cerita yang *nggak* kalah menarik dari Bill Gates, Bapak Pendiri Microsoft yang beberapa kali sempat menyandang predikat sebagai “orang terkaya di dunia”.

Jangan terjebak dengan cara mencontoh secara gamblang bagaimana Bill Gates berproses sebagai orang terkaya di dunia.

Banyak fakta yang berbicara bahwa orang-orang yang mencoba meniru sosok Bill ternyata gagal total. Pasalnya mereka hanya terpaku pada satu sosok saja. Padahal di luar sana banyak sekali motivasi yang bisa Anda dapat dari bermacam-macam orang sukses. Lalu apa yang perlu Anda lakukan? Simak penjelasan berikut.

1. Jadikan profil orang-orang terkaya di dunia sebatas panutan saja. Anda bisa memulainya dari membaca perjalanan hidupnya dan membayangkan apabila Anda berada di posisinya.
2. Bangun dan buka peluang pergaulan dengan orang-orang yang memiliki pandangan tentang bisnis yang sama. Tetapi bukan berarti Anda harus memilih teman. Hal ini

dimaksudkan agar Anda dapat fokus dalam mencapai impian kesuksesan di masa mendatang. Artinya Anda memerlukan panutan yang dapat mengatakan bahwa “masa depan berada di tangan Anda sendiri, bukan orang lain.”

3. Raih impianmu. Impian memang terdengar klise di Andas kesuksesan karir. Setiap orang tentu punya mimpi yang berbeda. Dan impian Anda dan salah satu orang terkaya di dunia tentu memiliki perbedaan. Tetapi Einstein pernah berkata, “kesuksesan berisi 99% impian dan 1% kerja keras.” Anda percaya itu?

4. Lagi-lagi soal klise. Setelah mimpi, yang Anda butuhkan adalah berdoa. Anda memang bisa mengusahakan 150% kerja keras bertahun-tahun untuk mengapai impian. Tetapi Anda bisa jadi telah

tersesat. Doa adalah pemberi arah yang tepat untuk membimbing Anda ke jenjang kesuksesan yang lebih baik dan dicapai dengan cara positif.

5. Pepatah lama mengatakan bahwa semakin rajin seseorang bersedekah, seakin bertambah rezekinya. Bersedekah adalah salah satu cara untuk menghindari pikiran-pikiran negatif. Seorang yang kaya akan selalu berbagi kebahagiaannya dengan orang lain yang membutuhkannya. Maka ketika kaya mereka tidak akan menjadi kikir atau pelit. Hal tersebut telah dibuktikan oleh Warren Buffet, salah satu orang terkaya di dunia. Buffet menyumbangkan dana sekitar \$30 miliar kepada yayasan milik Bill Gates. Beberapa orang menilainya sebagai usaha membuang-buang uang tanpa maksa besar. Padahal, sedekahnya

tersebut dapat membuat kekayaannya bertambah sebanyak dua kali lipat.

6. Selalu ada perempuan tangguh di balik kesuksesan seorang pria. Ya, bagi mereka yang telah memiliki persyaratan untuk berumah-tangga, bergegaslah untuk mewujudkan pernikahan. Kesuksesan pun butuh dukungan total dari orang yang Anda percaya. Terlebih istri adalah orang yang akan ada di setiap waktu ketika Anda butuhkan. Ia adalah penetralisir hal-hal negatif yang bisa timbul kapan saja. Selain itu, tidak sedikit pula bukti yang telah terjadi bahwa istri menjadi salah satu motivasi utama agar dapat meraih kesuksesan. Jika Anda belum memiliki pasangan hidup, maka bergegaslah. Calon istrimu memotivasmu ke gerbang kesuksesan.

Bagaimana sih pola pikir orang kaya saat

membangun usaha?

Mencerminkan Sikap dan Mindset Pengusaha

Menjadi orang kaya bukanlah hal instan. Dibutuhkan proses panjang untuk mewujudkannya. Selain itu, setiap orang pun harus memiliki sikap dan cara berpikir yang tepat ketika akan atau telah mewujudkan impiannya tersebut. Tak dapat ditampik bahwa cerminan ini dapat Anda lihat dari sikap dan mindset para pengusaha, baik di tingkat lokal ataupun internasional. Ingin tahu bagaimana cermin sikap dan mindset mereka?

Tersenyumlah Seperti Orang-orang Kaya

Perhatikanlah para pengusaha sukses ketika sedang berbicara. Anda pasti menemukan senyum kharismatik di wajah mereka. Senyuman menawan itu

hadir dari pikiran positif yang pada akhirnya mampu menghailkkan ekspresi wajah menawan. Dengan senyuman, orang-orang akan menilai Anda sebagai orang yang terbuka dan sopan. Orang kaya pun dikenal mampu menjadi seorang pendengar yang baik. Artinya mereka tidak menghalangi lawa bicaranya untuk berbicara berbagai hal kepadanya. Semakin akrab dan terbukanya seseorang, semakin besar rasa hormat yang akan didapatkannya.

Etika Berpakaian

Perhatikan etika berpakaian para orang kaya. Sulit dipungkiri, sebagian besar dari mereka akan tampak selalu rapi dengan pakaian yang sopan. Memang sebagian kecil pengusaha akan tampak cuek dengan penampilannya, tetapi nilainya di mata orang lain bisa jadi tak begitu baik.

Anda tak perlu khawatir dengan merk pakaian apa yang biasa mereka gunakan. Karena jika dipaksakan membeli pakaian sama persis seperti yang mereka gunakan, bisa jadi dompet Anda sudah terkuras sebelum akhir bulan. Etika berpakaian para pengusaha adalah rapi dan sopan. Itu lebih dari cukup. Karena pada dasarnya pakaian adalah cermin pribadi seseorang. Oleh karena itu, Anda bukan berpakaian untuk sendiri saja, tetapi juga untuk orang lain.

Menjalin Relasi

Semua orang setuju bahwa relasi berperan penting dalam liku kehidupan perusahaan. Dan memiliki relasi luas dan kuat dengan para pengusaha adalah salah satu kunci penting untuk meraih kesuksesan. Anda tak perlu khawatir kehabisan stok pengusaha. Mereka akan

terus berkembang biak, dan menyebar dimanapun kesempatan berada. Anda dapat menemuinya di organisasi-organisasi keprofesian, seminar-seminar, dan ajang lainnya. Tetapi tetaplah berhati-hati. Banyak pula orang yang mengaku pengusaha tetapi kenyataannya adalah berusaha menipu Anda.

Membaca Adalah Gerbang Dunia

Buku sudah tidak menjadi media satu-satunya sebagai gerbang dunia. Malahan peran utamanya telah digeser dengan teknologi informasi yang berada di media internet. Pengusaha yang baik adalah mereka yang selalu haus akan pengetahuan di segala bidang, khususnya dunia bisnis. Sedangkan buku dan internet adalah media untuk mendapatkan pengetahuan yang mereka

butuhkan. Dan untuk saat ini, gerbang utamanya adalah dengan cara membaca. Semakin banyak Anda membaca semakin banyak ilmu dan pengetahui yang dapat Anda manfaatkan. Tetapi ingat, membaca saja tak cukup. Anda perlu memahaminya secara mendalam.

Manfaatkan Pinjaman Bank

Banyak pengusaha yang berpikir cara berbisnis tanpa menggunakan modal sendiri, melainkan dengan uang orang lain. Tak ada yang salah dengan keduanya. Sebagai solusi, bank dapat membantu bisnis Anda dan mewujudkan impian menjadi pengusaha sukses.

Memiliki Tokoh Panutan

Setiap pengusaha selalu memiliki tokoh panutan mereka sendiri. Setiap tokoh dipercaya mampu menyalurkan energi

positif kepada mereka walaupun tokoh tersebut sama sekali tak kenal pada mereka. Dengan hadirnya tokoh panutan, Anda akan tergerak untuk mengikuti jejaknya di dunia bisnis. Mengikuti bagaimana gaya, cara bekerjanya, hingga prosesnya menghadapi permasalahan bisnis yang pelik.

Setelah pola pikir terbentuk, poin yang *nggak* kalah pentingnya adalah mentalitas. *Nggak* mungkin kita bisa kaya kalau punya mental lemah. Ingat, usaha untuk menjadi jutawan penuh jalan berliku-liku. Tanpa mental yang kuat, siapapun pasti menyerah di tengah jalan. Ok, berikut sedikit bahasan tentang mentalitas orang-orang kaya.

Mentalitas Orang Kaya



Banyak cerita-cerita pengalaman orang-orang yang telah sukses dalam karir dan memiliki kekayaan berlimpah yang dapat kita pelajari. Beberapa hal positif yang mereka tularkan pada kita setidaknya mampu mengurangi kadar “mental miskin” kita. Lalu sering muncul pertanyaan tenang nasib, “Kekayaan dan karir yang sukses datang dari mana? Takdir? Keberuntungan? Atau memang diusahakan dalam bentuk kerja keras?” mungkin Anda sering melontarkan pertanyaan klasik itu dan belum juga mendapatkan jawaban pasti. Yang harus

diutamakan terlebih dahulu untuk menjadi kaya dan sukses adalah memperbaiki mental, mindset, dan perilaku. Karena jika Anda telah kaya dan sukses tetapi tidak memiliki tiga hal tersebut, niscaya kekayaanmu takkan bertahan lama.

1. Buatlah nilai-nilai tambahan (added value) dalam kehidupanmu. Setiap orang kaya tidak hanya memikirkan cara menambahkan nilai pada produk yang akan ia jual, tetapi nilai bagi dirinya sendiri pula. Ia selalu memikirkan bagaimana cara menambahkan nilai pada banyak hal di dunia secara positif.
2. Bagaimana caranya agar nilai-nilai di atas dapat menghasilkan kekayaan? Banyak orang kaya manfaatkan faktor leverage atau faktor perkalian. Ia selalu

menginginkan agar kekayaannya bertambah. Contohnya: jika Anda memiliki produk yang dipasarkan di satu daerah saja, Anda harus memikirkan bagaimana cara memasarkan produk tersebut untuk pasar domestik dan juga internasional.

3. Orang kaya tak pernah menyerah. Camkan itu. Anda harus percaya mimpi-mimpi harus diwujudkan dan hadapi dengan berani segala rintangan. Umumnya, banyak orang miskin menghadapi rintangan hidupnya dengan berkilaht dan mencari-cari alasan.
4. Orang kaya adalah orang yang mampu mempertanggung-jawabkan kekayaannya. Mereka bari mengambil resiko atas tindakan yang diambilnya dan tidak mencari pihak lain untuk disalahkan jika mengalami kegagalan.

5. Orang kaya adalah sosok yang berkomitmen. Mereka bersaing mendapatkan uang untuk menjadi pemenang dan mempunyai komitmen kuat agar menjadi kaya. Seorang pemenang tentunya ialah sosok yang tak mudah menyerah.

6. Hasil besar tentunya hadir dari pikiran yang besar. Anda harus selalu berpikir sesuatu yang besar dan berusaha terus untuk dapat mewujudkannya. Berpikir besar pun harus diimbangi dengan fokus pada kesempatan-kesempatan yang datang. Terkadang kesempatan besar tidak datang dua kali.

7. Orang kaya pantang untuk merasa iri atau cemburu kepada orang kaya lainnya. Sebalinya mereka akan mengagumi pola

pikir, sikap, dan mental orang kaya lainnya dalam mewujudkan kesuksesannya.

8. Dengan siapa Anda bergaul, menentukan bagaimana sikapmu. Untuk menjadi sosok orang kaya, Anda perlu menjalin relasi dengan orang sukses lainnya. Tentunya Anda perlu menjalin relasi yang positif agar Anda dapat mengambil nilai-nilai baik dari mereka. Orang kaya selalu berpikir dan bertindak secara positif.

9. Orang kaya pun selalu fokus pada hasil. Mereka memilih untuk mendapatkan uang sesuai hasil kerja yang mereka kerjakan.

10. Anda harus berusaha bagaimana cara agar uang dapat bekerja keras untuk Anda, bukan sebaliknya. Mereka yang

bekerja keras untuk uang tidak akan mendapatkan banyak hasil yang memuaskan.

11. Sebagai orang kaya Anda harus mampu melawan rasa takut dan gelisah. Hindari tindakan yang ditimbulkan karena rasa takut. Oleh sebab itu, Anda harus terus belajar dan tumbuh sebagai pribadi yang lebih baik. Hindari sikap “sok tahu” dan teruslah mempelajari berbagai hal di dunia. Dengan begitu, Anda dapat menumbuhkan mental, mindset, dan prilaku orang kaya di dalam diri.

Cara mencari pembeli



Di tahap ini, saya akan mulai masuk ke hal-hal teknis. Kita sepakat, berwirausaha adalah jalan yang paling masuk akal untuk kaya di usia muda. Yang namanya wirausaha, tentu tidak bisa lepas dari yang namanya “pembeli”. Nah, di beberapa halaman ke depan saya akan membahas tentang interaksi dengan pembeli. Mulai dari cara-cara mendapatkan pembeli, cara membuat mereka senang, dan cara agar mereka menjadi setia dan berulang-ulang membeli produkmu.

Cara Cerdas Mencuri Hati Pelanggan

Kelancaran dari bisnis yang sedang Anda jalani saat ini, kurang lebihnya banyak dipengaruhi dari pelanggan yang Anda miliki. Kehadiran pelanggan akan menjadi penentu angka penjualan dalam bisnis Anda, apakah meningkat atau turun. Pelanggan berarti mereka yang secara konsisten membeli produk Anda, setidaknya mereka melakukan transaksi pembelian lebih dari sekali. Semakin banyak pelanggan, maka akan berdampak pada semakin tingginya angka penjualan dan tentunya akan meningkatkan pendapatan dari bisnis Anda. Oleh sebab itu, Anda perlu untuk berusaha untuk mencuri hati pelanggan agar mau loyal kepada produk yang Anda tawarkan. Berikut ini adalah beberapa cara yang

bisa Anda terapkan guna mencapai tujuan Anda tersebut.

Biarkan pelanggan mengetahui info bisnis Anda

Istilah tak kenal maka tak saying bisa juga berlaku dalam kondisi penjualan produk. Bagaimana seorang pelanggan akan tertarik kepada produk yang Anda tawarkan jika mereka memiliki keterbatasan informasi mengenai apa yang Anda jual. Berikan keleluasan kepada pelanggan untuk bertanya apa saja yang ingin mereka ketahui. Dengan mengetahui kondisi produk yang ingin dibeli secara mendetail, maka mereka akan semakin mudah memutuskan untuk membeli apa

tidak. Jika mereka menemukan lebih banyak keuntungan yang bisa diperoleh dengan membeli produk tersebut, tentunya mereka akan menjadi pembeli yang setia alias menjali pelanggan dalam produk Anda.

Potongan harga: begitu menggiurkan !

Siapa tak tergiur dengan potongan harga? Anda semua pasti menyadari dan mengalami sendiri bagaimana diskon atau potongan harga menjadi daya tarik yang tak bisa dipungkiri ketika terjadi penjualan sebuah produk. Meski kadang apa yang dijual tersebut kurang dibutuhkan, namun kalo sudah melihat dan mendengar kata ini, banyak orang

yang kalap dan tak bisa menahan diri. Potongan harga memang begitu meggjurkan. Namun sayangnya beberapa potongan harga hanya terjadi sesekali waktu saja atau justru benar-benar hanya sekali di awal pengenalan produk.

Sebagai langkah jitu mencuri hati pelanggan, Anda bisa memberikan potongan harga khusus kepada mereka yang memiliki member card. Cara ini dinilai cukup efektif dalam menarik pelanggan untuk tergabung dalam member dan melakukan transaksi berulang ke depannya dengan memanfaatkan adanya potongan harga khusus pemilik member card. Adanya fasilitas seperti ini sangat baik bagi bisnis Anda untuk jangka depan.

Jangan lupa ucapkan terima kasih

Bagaimana cara Anda memperlakukan pembeli produk Anda akan sangat mempengaruhi apakah ia akan kembali pada Anda lagi atau tidak. Dalam dunia jual-beli ada istilah pembeli adalah ratu atau raja. Maka sudah menjadi kewajiban Anda sebagai penjual untuk melayani “ratu dan raja” tersebut dengan sebaik-baiknya.

Dengan memberikan pelayanan yang ramah, pelanggan akan sangat senang dan puas. Setiap akhir transaksi Anda dengan pelanggan, jangan lupa untuk mengucapkan terima kasih. Cara simpel ini mampu

membuat pelanggan merasa dihormati dan diperlakukan istimewa.

Coba Dengarkan apa yang menjadi keluhan mereka

Salah satu cara untuk memperoleh kepuasan pelanggan adalah Anda harus tau apa yang mereka inginkan. Cobalah belajar untuk mendengarkan apa yang mereka inginkan. Di sela-sela waktu transaksi, Anda bisa mengajak pelanggan Anda untuk berbincang-bincang membicarakan apa saran mereka terkait produk maupun pelayanan terhadap bisnis yang Anda jalani. Jika Anda mampu untuk memenuhi kebutuhan para pelangganmu, niscaya mereka akan

memberikan loyalitas mereka kepada produk Anda.

Cintai pelanggan Anda

Perlakukanlah pelanggan Anda sebagai salah satu yang Anda cintai. Jadikan mereka sebagai sahabat setia produk Anda, jangan hanya fokus pada keuntungan yang Anda dapatkan saja. Selayaknya seorang sahabat, berikan yang terbaik untuk mereka dari apa yang Anda punya. Anda juga harus bisa menjaga komunikasi dengan pelanggan Anda untuk menjaga hubungan baik yang sudah terjalin.

Nah, setelah berhasil mendapatkan pelanggan, tahap selanjutnya yang harus dilakukan adalah membuat mereka

menjadi sosok yang “setia”, “loyal”, dan secara rutin membeli produkmu.

Cara Membuat Pembeli Menjadi Pelanggan Loyal



Bagi Anda yang terjun ke dunia jual-beli, kesetiaan pelanggan terhadap produk yang Anda tawarkan merupakan harapan besar bagi kemajuan bisnis Anda. Jika Anda tidak memiliki usaha-usaha khusus dalam mempertahankan mereka, maka bisnis yang sedang Anda jalani tersebut lambat laun akan sepi ditinggalkan

pelanggan Anda, sehingga hal ini akan mengancam keberlangsungan bisnis Anda tersebut. Buat apa Anda memiliki produksi yang besar-besaran jika tidak ada yang membeli produk Anda. Hal tersebut hanya akan menjadi sia-sia. Tentunya Anda tidak ingin berada pada kondisi seperti itu, bukan?

Untuk mencegah hilangnya pembeli produk Anda, Anda perlu untuk membuat mereka yang sudah membeli menjadi naik levelnya menjadi pelanggan loyal. Mereka inilah yang ke depannya akan setia terhadap produk Anda dan tak ragu lagi untuk melakukan transaksi pembelian kedua, ketiga, dan seterusnya. Ada beberapa hal yang bisa Anda terapkan pada setiap tahapan penjualan produk Anda, guna membuat pembeli menjadi pelanggan yang loyal. Berikut ini merupakan penjelasan lebih lanjut

mengenai cara mencapai tujuan tersebut.

Tahap pertama: Mencari calon pembeli. Apa yang harus dilakukan?

Yang menjadi permasalahan pada tahap ini adalah bagaimana kemampuan Anda untuk mencari calon pembeli sebanyak-banyaknya. Banyak cara yang bisa Anda lakukan untuk mendapatkan calon pembeli misalnya dengan mengadakan promosi atau iklan, penjualan secara langsung atau door to door, mengadakan sebuah event, dan lain sebagainya. Yang terpenting adalah Anda harus mampu menyampaikan dan melayani segala hal terkait produk yang Anda tawarkan dengan didasari kejujuran hati. Begitupun dalam beriklan, gunakan cara yang baik dan benar semuanya dengan hati.

Bagaimanakah iklan yang baik? Iklan yang baik adalah yang benar-benar menggambarkan kondisi real dari produk Anda sehingga informasi yang disampaikan berdasarkan kenyataan yang sebenar-benarnya. Jangan sampai karena hanya ingin menarik minat pembeli, kelebihan yang dimiliki produk Anda terlalu mengada-ada, tidak sesuai dengan fakta yang terjadi pada produk Anda. Dikhawatirkan hal ini nantinya akan membuat konsumen justru kecewa ketika sudah membeli produk Anda, karena ekspektasi mereka dari iklan yang Anda buat terhadap produk Anda tidak sesuai dengan kenyataan ketika mereka sudah membelinya.

Mengingat dampak dari sebuah iklan akan sangat luar biasa bagi konsumen dan bisnis Anda ke depannya, Anda harus berhati-hati dalam membuat iklan. Iklan

mampu membangun citra dari produk yang Anda miliki, dan melekat menjadi karakteristik atau ciri khas yang mungkin akan membekas dalam jangka waktu yang relative lama. Satu orang memiliki pengalaman buruk mengenai iklan, akan berdampak pada opini publik lainnya. Sehingga ketika Anda ingin membuat iklan, buatlah yang menarik namun juga harus didasari kebenaran isinya dengan hati.

Tahap Kedua: Menawarkan produk kepada calon pembeli. Apa yang harus dilakukan?

Setelah berhasil menarik calon pembeli, kini Anda berada pada tahap menawarkan produk tersebut kepada mereka. Pada tahap ini Anda dituntut untuk persuasive secara langsung, menyampaikan segala sesuatu yang

berhubungan dengan produk Anda. Sama seperti pada tahapan sebelumnya, pada tahapan menawarkan produk kepada calon pembeli juga harus didasari dengan hati agar apa yang Anda sampaikan memang sesuai dengan kenyataan produk yang Anda miliki.

Lalu bagaimana menawarkan produk kepada calon pembeli dengan hati? Berikut ini adalah beberapa hal yang bisa Anda persiapkan sebelum melakukan penawaran penjualan.

- Pelajari informasi mengenai produk yang Anda tawarkan.
- Pahami segala sesuatu yang berhubungan dengan produk tersebut.
- Tanamkan dalam pikiran Anda bahwa dengan menyampaikan kebenaran mengenai produk

Anda, akan ada keuntungan yang baik bagi Anda ke depannya.

- Selalu berpikir bahwa dengan membuat orang lain senang, akan memberikan pahala dan kebaikan kepada Anda.
- Ingatlah bahwa apa yang Anda lakukan, Tuhanmu akan mengawasimu sehingga tak akan ada keberanian Anda untuk berlaku tidak jujur.

Tips Mendapatkan Klien untuk Bidang Usaha Baru

Memiliki pelanggan merupakan keuntungan tersendiri bagi sebuah bisnis yang sedang dijalankan. Tentunya tidak mudah untuk mencapai hal tersebut. Apalagi jika Anda merupakan pelaku yang baru memulai bisnisnya. Oleh karena itu, guna mendapatkan klien untuk bidang usaha baru yang Anda jalani tersebut, berikut ini adalah beberapa hal yang bisa Anda lakukan.

- Tentukan sendiri caramu. Yang perlu ditekankan ketika memulai bisnis pertama kali adalah Anda harus menahan ego Anda untuk selalu berorientasi mendapatkan yang yang banyak, karena pasti akan banyak pengorbanan dulu yang harus Anda lakukan, yang

membutuhkan uang juga. Sehingga Anda harus pandai mengamati kondisi di sekitar Anda. Dalami jenis bisnis yang Anda lakukan dan cari tahu bagaimana memasarkan produk Anda dengan tepat sesuai dengan karakteristik yang Anda miliki.

- Diskusikan dengan orang lain. Demi perkembangan bisnis yang Anda lakukan, tidak ada salahnya Anda mendiskusikan berbagai kendala atau kondisi yang ada dengan orang sekitar Anda. Dari sanalah Anda bisa mendapat banyak masukan dan ide-ide yang lebih variatif dan berguna bagi kelancaran bisnis Anda ke depannya.
- Manfaatkan komunitas yang

ada. Jika Anda tergabung dengan suatu komunitas tertentu, manfaatkan kesempatan ini untuk mempromosikan bisnis Anda. Anda bisa membawakan tester sebagai awal pengenalan dan perlahan mulai menjualnya kepada semua anggota dalam komunitas tersebut. Anda juga bisa melebarkan promosi ke komunitas lainnya yang belum Anda ikuti. Dengan begitu, akan semakin banyak orang yang mengenal produk Anda.

- Menjalin kerja sama. Cara lain untuk mendapatkan klien adalah dengan cara Anda bisa menjalin kerja sama dengan pebisnis lain. Misalnya ketika ingin mengikuti sebuah event,

Anda bisa mengajak rekanan Anda untuk “share” stand. Selain akan menghemat biaya sewa, pembeli stand rekanan Anda juga bisa sambil “melirik” produk yang Anda jual.

- Speak up. Buat apa memiliki komunitas yang banyak, menjalin network, mengikuti berbagai event, kalau Anda tidak bisa mempromosikan secara langsung produk yang Anda tawarkan. Saatnya Anda banyak bicara, berkomunikasi dengan orang lain agar mereka mengenal produk Anda tersebut.
- Manfaatkan teknologi. Tak bisa Anda pungkiri bahwa kehidupan orang-orang modern saat ini tidak bisa lepas dari

teknologi. Social media seperti youtube, facebook, twitter, path, instagram, dan lain sebagainya sudah menjadi teman akrab yang menemani hari-hari Anda kemana saja dan kapan saja. Anda bisa mempromosikan produk Anda melalui fasilitas seperti ini. Selain itu, jika Anda aktif menulis di blog, Anda bisa membuat artikel marketing produk Anda. Atau jika memang dibutuhkan Anda bisa menyewa jasa khusus pembuatan website sebagai media promosi Anda. Dengan memanfaatkan dunia internet, pasar yang Anda ciptakan juga lebih luas. Akan lebih banyak orang yang mengenal produk Anda!

- Buatlah iklan. Iklan memang masih menjadi hal paling krusial dalam menjaring klien dan menjual produk Anda. Anda bisa menuliskan sebuah artikel yang Anda promosikan di Facebook atau blog. Anda juga bisa memanfaatkan fasilitas pasang iklan di internet atau membagikan brosur. Yang terpenting adalah bagaimana Anda harus menciptakan sebuah iklan yang menarik dan juga informatif bagi yang membaca atau melihatnya.
- Jangan bosan untuk melakukan perbaikan. Ketika sudah berhasil menjual dan mendapatkan klien memang menjadi hal yang menyenangkan. Namun Anda

harus tetap melakukan evaluasi dari apa yang sudah Anda lakukan selama ini. Anda bisa meminta kritik dan saran dari klien Anda demi hasil yang lebih maksimal ke depannya.

Tips Agar Bisnis Kecil Bisa Mendapatkan Klien Besar



1. Memancing di tempat yang tepat

Nah, pilihlah pasar Anda secara tepat. Jika Anda ingin memancing paus maka pergilah ke laut jangan ke sungai karena tidak ada paus yang akan terdampar di sungai. Begitu pula dengan bisnis, Anda tidak perlu memiliki nama perusahaan yang besar dan terkenal untuk bisa mendapatkan klien besar. Anda hanya

perlu masuk dan menjajaki tempat mereka, maka Anda akan bersinggungan dengan mereka dan bisa mulai mempelajari kebiasaan mereka lalu Anda bisa melakukan jurus selanjutnya untuk membuat mereka melirik Anda.

2. Memancing dengan umpan yang tepat

Pastikan bahwa Anda memancing menggunakan umpan yang tepat, jika Anda memancing ikan kecil di sungai, maka Anda bisa menggunakan cacing, ulat sebagai umpan tapi Anda tidak bisa memancing ikan lele jumbo sebesar 3 kg dengan umpan cacing. Percaya deh,kail pancing Anda juga bakalan habis ditelan. Dalam bisnis, Anda juga harus menggunakan umpan yang tepat untuk memancing si buaya keluar dari sarangnya (jika Anda ingin memancing buaya maka gunakan daging sebagai

umpan, bukan brokoli, kubis, atau malah kangkung). Jadi jika Anda ingin menargetkan mangsa bisnis Anda adalah klien yang besar dan kelas kakap, maka ikutilah cara bermainnya dan berikan apa yang mereka mau dan mereka butuhkan. Jangan menawarkan produk yang tidak menarik minat mereka.

3. Fokus menangkap ikan

Kenapa harus fokus? Karena kalau Anda a,i,u,e,o alias tidak konsisten maka bisa-bisa Anda menjadi salah tangkap, bukan ikan yang tertangkap tapi katak (huahuahua). Kalau Anda ingin menangkap paus, maka Anda harus konsisten untuk menangkap paus jangan menjadi goyah ketika melihat lumba-lumba meskipun keduanya sama besarnya (apalagi dengan kerang dan keong, jangan pernah tertipu).

Dalam standar bisnis untuk menangkap informasi penting dalam setiap berinteraksi dengan calon pelanggan Anda yang kelas kakap. Anda perlu mengumpulkan informasi yang berguna untuk mengajukan penawaran bisnis yang dapat menguntungkan mereka.

4. Siap menangani klien

Untuk melayani klien kelas kakap (besar), Anda harus memiliki infrastruktur yang ketat. Jika Anda menjual produk, Anda harus bisa memenuhi pesanan yang signifikan. Di sisi lain, jika Anda menawarkan jasa, maka karyawan Anda harus siap untuk menyelesaikan tanggungjawab apa pun yang telah Anda sepakati. Anda harus teliti menganalisa cara kerja dari bisnis Anda dari A-Z dan jangan mengabaikan apa pun. Karena

seorang klien besar akan membawa harapan besar. Anda harus siap untuk memuaskan pelanggan yang lebih besar. Sebelum Anda mampu mendapatkan klien yang besar, Anda harus terlebih dahulu bisa membuktikan kepada colon klien Anda jika Anda memiliki kemampuan untuk menyediakan produk dan layanan yang sangat baik untuk klien Anda.

5. Percaya pada diri dan bisnis Anda

Banyak pemilik usaha kecil yang merasa seperti terintimidasi ketika bernegosiasi penawaran potensial kepada klien yang besar. Jadi, jangan biarkan diri Anda untuk mundur dan menjadi takut bahwa Anda akan ditolak. Tegaslah dan percaya kepada produk Anda. Anda harus menunjukkan sedikit keberanian untuk membuat CEO untuk membuat pembeli

dari perusahaan besar percaya bahwa bisnis Anda sepadan dengan resikonya. Jika Anda adalah seroang perempuan dan bisnis yang Anda miliki adalah bisnis yang minoritas, perusahaan besar mungkin berpikir bisa mendapatkan potongan pajak tertentu untuk bekerja sama dengan Anda.

Well, lakukan sebaik mungkin.

Marketing

Nah, ini dia bagian paling seru dalam ebook ini. “Marketing” atau “teknik pemasaran” adalah kunci suksesmu dalam meraih penghasilan 30 juta per bulan. Sebagus apapun produkmu, jika tidak ditunjang dengan strategi marketing yang matang, Anda nggak akan bisa menghasilkan uang. Sebaliknya, produk yang biasa-biasa saja, kalau ditunjang dengan strategi marketing yang matang akan menghasilkan pundi-pundi Rupiah yang sangat banyak.

Di bagian ini, saya membagi penjelasan marketing ke berbagai bagian. Mulai dari konsep awal dan tips umum marketing, berbagai strategi marketing khusus yang bisa Anda terapkan, hingga strategi marketing modern yang belum banyak dipakai di Indonesia dan bisa Anda gunakan untuk menjual produkmu.

Tips dan trik menyusun strategi pemasaran secara umum

Bagi Anda yang baru memulai bisnis dan masih mengalami kesulitan mengenai bagaimana cara mempromosikan dan memperkenalkan produkmu pada khalayak, berikut beberapa tips dan trik yang patut Anda jadikan referensi:

Konsistensi

Konsistensi merupakan suatu upaya yang dilakukan secara terus menerus/ajeg terlepas dari berbagai hambatan ataupun rintangan yang akan menghadang. Konsistensi ini harus diterapkan saat Anda menjalankan bisnis termasuk dalam melakukan strategi pemasaran. Misalkan konsistensi dalam menentukan area pemasaran, terlebih dahulu disusun perencanaan pemasaran mengenai

lokasi-lokasi target pemasaran dan selanjutnya pada realisasi pemasaran dilakukan secara konsisten. Konsistensi dapat memberikan keuntungan pada cost atau biaya yang digunakan dalam pemasaran, serta meningkatkan efektivitas dari penciptaan merek.

Perencanaan

Seperti yang telah diuraikan sebelumnya, perencanaan itu perlu diprioritaskan dalam suatu usaha atau bisnis termasuk kegiatan marketing-nya. Kegiatan pemasaran yang dilakukan serta-merta tanpa mempertimbangkan strength, weakness, opportunity, serta threat pada akhirnya akan memberikan hasil yang sia-sia. Perencanaan atau planning dalam pemasaran dapat meliputi beberapa hal

misalnya mengenai anggaran marketing, strategi marketing, jangka waktu marketing (pendek/menengah/panjang), dan hal-hal penting lainnya yang berhubungan dengan marketing.

Strategi

Setelah Anda menyusun perencanaan mengenai berbagai hal yang diperlukan dalam kegiatan pemasaran produk atau usahamu, hal yang selanjutnya perlu dilakukan ialah menyusun strategi yang sesuai. Strategi dalam pemasaran ini ialah upaya yang digunakan untuk mendukung perencanaan agar berjalan baik saat realisasi. Beberapa hal yang dapat diterapkan untuk strategi pemasaran misalnya ialah penentuan target khalayak yang dituju, bagaimana cara menangkap

hati para konsumen, bagaimana cara mempertahankan dan meningkatkan loyalitas konsumen, dan beberapa hal-hal penting yang bertujuan untuk meningkatkan keuntungan perusahaan.

Target Market

Dalam menyusun strategi pemasaran satu hal yang harus diingat ialah menentukan dan mendefinisikan mengenai khalayak atau market yang menjadi target. Dalam hal ini misalnya menentukan segmentasi dari market dengan mengkategorikan berdasarkan status ekonomi sosial (SES), atau berdasarkan kategori lainnya.

Penentuan target market ini bisa juga berdasar pada kluster atau area yang akan disasar, ataupun berdasarkan hal-hal lain yang sejalan dengan tercapainya

target market. Dengan menentukan serta menedefinisikan target market yang dituju akan memberikan kemudahan pada realisasi kegiatan pemasaran.

Anggaran

Rencana anggaran merupakan hal yang harus direncakan dalam menyusun strategi marketing. Dalam menyusun anggaran memerlukan ketelitian serta keakuratan sehingga dapat memberikan rincian yang akurat mengenai alokasi yang digunakan untuk strategi pemasaran.

1. Marketing Mix

Penyusunan strategi marketing menerapkan pula marketing mix. Marketing mix meliputi hal-hal yang berkaitan dengan produk, harga,

tempat, dan promosi. Hal ini misalnya mengenai pertimbangan ulang produk atau jasa yang ditawarkan, harga yang sesuai, area distribusi dan target market yang dituju serta bagaimana upaya promosi yang tepat untuk diterapkan.

2. Website

Salah satu media pemasaran yang paling efektif saat ini ialah media online misalnya website, Twitter, Facebook ataupun Instagram. Hal ini dikarenakan di era saat ini media online khususnya website merupakan sumber utama referensi konsumen dalam menentukan preferensi dalam mengonsumsi. Dengan memiliki website sebagai sarana utama pemasaran produk akan meningkatkan jumlah

penjualan produk.

3. Branding

Branding merupakan suatu upaya untuk menjadikan produk atau jasa dari suatu bisnis menjadi lebih dikenal khalayak atau konsumen.

Secara sederhana branding merupakan cara untuk membuat konsumen aware terhadap produk dari usaha bisnis yang Anda miliki. Besar ataupun kecil skala usaha yang Anda miliki alangkah lebih baik apabila memiliki brand yang dapat membedakan dengan produk lainnya.

4. Promosi dan Iklan

Salah satu kegiatan dalam menyusun strategi marketing yakni melakukan promosi dan iklan. Dengan menerapkan strategi promosi dan iklan yang efektif akan mampu

meningkatkan penjualan dari produk.

5. Customer Relationship Management

Selain hal-hal tersebut dalam strategi marketing, pengelolaan hubungan dengan pelanggan pun menjadi hal yang patut diperhatikan. Pengelolaan konsumen ini berkaitan dengan penjagaan loyalitas dan konsistensi konsumen. Upaya-upaya ini dapat diwujudkan dengan memberikan benefit kepada konsumen misalnya dengan member card, diskon, doorprize dan hal-hal menarik lainnya.

Tips dan trik tersebut patut Anda jadikan rujukan dalam pengelolaan bisnis Anda. Kecil ataupun besar skala usaha yang Anda miliki bukan menjadi alasan untuk tidak menerapkan strategi pemasaran

yang baik. Dengan menerapkan strategi pemasaran dapat membuat usaha Anda berkembang ke arah yang lebih baik.

Ok, setelah ini kita akan masuk ke teknis pelaksanaan strategi marketing, mulai dari teknik-teknik marketing yang cocok diterapkan oleh pemula.

5 Prinsip Dasar Marketing Untuk Pemula



Anda adalah marketer pemula? Belum tahu apa yang harus dikerjakan? Lakukan saja hal-hal sederhana berikut. Walaupun terkesan simpel, jika dilakukan secara terus-menerus dan konsisten, Anda bisa memetik keuntungan yang signifikan.

1. Mengenali produk

Marketing hampir sama dengan presentasi atau berpidato, sebelum naik ke podium Anda harus mengetahui tema dan menguasai isi naskah, dengan begitu Anda tidak akan mengalami kesulitan menjawab berbagai pertanyaan yang diajukan. Begitu pula halnya dalam marketing, sebelum mencari pelanggan untuk memasarkan produk, Anda harus sudah tahu apa yang akan Anda pasarkan dan Anda juga harus sudah siap dengan berbagai serangan pertanyaan dari calon konsumen. Jadi kenalilah produk Anda (kamu bisa bertanya kepada senior atau mencari di internet jika ada informasi yang kurang jelas), dengan begitu Anda sudah siap untuk memasarkan produk Anda.

2. Jangan emosional dan mudah marah saat melakukan presentasi produkmu

Jika Anda adalah tipe orang yang gampang tersulut emosinya atau temperamental, sebaiknya Anda menahan diri Anda ketika sedang memasarkan produk. Bukan tidak mungkin beberapa calon konsumen yang Anda temui adalah tipe orang yang sangat menjengkelkan, bertele-tele dan akhirnya tidak membeli apa pun. Jadi kuasai dan kendalikan diri Anda terhadap orang-orang seperti ini dan perbanyaklah bersabar. Ini adalah cobaan terberat dalam marketing, jika mereka bertanya maka jawablah pertanyaan mereka (bagus atau tidaknya jawaban Anda juga bisa mempengaruhi calon konsumen). Meskipun Anda merasa sebal dengan konsumen yang terus bertanya, sebaiknya Anda tetap bersikap sopan dan tersenyum. Bagaimana pun juga, mereka adalah target. It's ok?

3. Jangan hanya mementingkan hasil akhir

Ini sangat penting bagi Anda para pemula. Kenapa? Karena ketika interview kerja Anda pasti ditanya “apakah Anda siap bekerja dengan target?” kemudian “Jika Anda tidak mencapai target apakah Anda siap mengundurkan diri?” ini akan menjadi pertanyaan yang sangat menakutkan karena Anda pasti menjawab “Ya” agar bisa diterima bekerja. Bukan begitu?

Dan ketika diterima bekerja akhirnya ini menjadi sebuah beban yang harus ditanggung karena Anda takut dipecat jika penjualan tidak mencapai target.

Banyak orang yang salah kaprah dengan hal ini sehingga seringkali mereka

menghabiskan energi pada pertanyaan “Apa yang akan saya lakukan jika tidak mencapai target?” dan hasilnya yang muncul adalah energy positif. Sedangkan pertanyaan yang harus Anda jawab sebenarnya adalah “Bagaimana saya bisa mencapai target?”

Jadi fokuskan diri Anda pada strategi untuk mencapai target bukan hasil akhir yang kita semua juga tidak tahu jawabannya. Dan jangan takut pada target yang harus dicapai, buang semua pikiran negative yang ada di otak Anda dan berproseslah secara maksimal. Karena hasil yang Anda dapatkan adalah sesuai dengan usaha yang Anda lakukan saat proses.

4. Mindset

Kalau Anda adalah seorang telemarketer pemula, maka Anda wajib merubah mindset Anda terhadap penolakan. Kenapa?

Karena kita harus memiliki pola pikir bagaimana merubah penolakan atau tidak jadi membeli menjadi menunda pembeli. Contohnya, Anda sedang menawarkan sebuah produk kepada teman Anda dan kemudian dia menolaknya, maka biarkan dia menolak tapi Anda jangan pernah melupakannya begitu saja karena dia tidak membeli produk Anda, Anda harus tetap berhubungan dengan teman Anda, misalnya lewat sms, email, telepon dll. Karena mungkin dia akan berubah pikiran dan membeli produk Anda. Siapa tahu?

Jadi jika ada yang menolak produk Anda,

maka Anda harus tetap oprimis pada calon konsumen yang datang selanjutnya guys.

5. Komunikasi

Ini adalah prinsip paling dasar dalam marketing, sebagai marketer Anda diharuskan bisa melakukan komunikasi dengan pelanggan Anda agar produk Anda terjual. Jadi ketika Anda bertemu dengan banyak orang, Anda bisa langsung menghampiri mereka dan berbasa-basi tentang produk Anda, jangan hanya duduk diam dan menunggu ada orang yang akan menghampiri Anda, karena itu mustahil kecuali Anda sudah membuka toko di tepi jalan.

Nah, simpel kan? Eits, tunggu dulu.

Dalam marketing, ada pula berbagai metode yang nggak boleh dilakukan. Metode-metode tersebut keliatannya ampuh, tapi ternyata udah kuno dan nggak cocok lagi diterapkan di masa kini. Seperti apa metode tersebut? Ini penjelasannya:

Tinggalkan Teknik Marketing yang Sudah Kuno ini

Jaman sudah berubah, pola pikir konsumen juga sudah berubah. Dan ini adalah saatnya Anda juga harus berubah, ganti strategi marketing Anda yang sudah kuno dan temukan cara baru untuk menarik pelanggan. Di bawah ini saya akan menuliskan beberapa teknik marketing yang sudah harus Anda tinggalkan.

1. Tinggalkan brosur

Kenapa saya katakan seperti ini? Karena kebanyakan orang yang menerima brosur pasti akan membuang brosur yang Anda berikan ke tong sampah. Apalagi jika Anda memberi brosur dengan cara sedikit memaksa, seperti mengejar pelanggan yang tidak mau menerima brosur Anda (saya banyak menemui kejadian seperti

ini di mall). Jadi mulai sekarang, tinggalkanlah brosur Anda, selain untuk menghemat uang untuk membuat brosur lebih baik Anda memikirkan teknik yang lain untuk membuat orang lain merasa tertarik dan membeli produk yang Anda tawarkan. Catatan, tinggalkan juga cara lama dengan menempel brosur di tiang listrik, dinding dan di dekat lampu lalu-lintas. Percayalah, tidak akan ada yang membacanya apalagi dengan brosur yang kecil seperti itu. Jadi sebaiknya simpan uang dan tenaga Anda untuk memikirkan cara yang lebih efektif tapi membawa hasil.

2. Menjebak, memaksa konsumen untuk datang ke website-mu

Jika konsumen online di masa lalu lebih mudah tertipu dengan arahan Anda sehingga Anda lebih mudah mengarahkan

mereka ke halaman toko online Anda dan Anda bisa menjebak mereka dengan kebutuhan palsu untuk membeli barang-barang yang sebenarnya tidak terlalu mereka butuhkan. Maka hari ini adalah berbeda, konsumen hari ini lebih pandai melihat dan menilai cara pemasaran Anda. Jadi sebaiknya hindari cara ini dan mulai melihat apa yang benar-benar mereka butuhkan.

3. Mengirim e-mail tentang produk Anda secara acak dan asal-asalan

Kenapa?

Karena cara ini benar-benar tidak efektif kecuali jika Anda tahu atau mengenal mereka, kebiasaan membeli mereka, dan barang apa yang mereka butuhkan (karena sangat tidak mungkin Anda bisa

mengetahui kebiasaan orang lain, kecuali Anda memang ditakdirkan untuk menjadi peramal dan sayangnya tidak ada orang yang percaya dengan ramalan). Jika Anda mengirim e-mail, pastikan itu dalam bentuk surat bukan kartu pos dan pastikan jika Anda memang menawarkan sesuatu yang memiliki nilai dan dibutuhkan. Misalnya, memberikan sampel gratis dank upon yang masih berlaku (bukan kupon kadaluarsa). Apakah Anda sudah mengerti?

4. Terlalu berpatokan pada statistik

Jangan pernah mengandalkan data statistic dari sebuah lembaga dan blah, blah. Karena orang yang tidak menguji dan melakukan analisis sendiri terhadap produk yang mereka pasarkan adalah orang yang ditakdirkan untuk gagal (mungkin kata-kata ini terlalu kejam, tapi

memang begitulah realita yang ada). Jadi untuk mendapatkan hasil yang memuaskan Anda perlu fokus dan mencoba sendiri sebuah cara untuk membuktikan apakah strategi tersebut berhasil atau tidak, bukan mengandalkan kata dari orang lain.

5. Jangan memberikan testimoni palsu
Biasanya banyak orang yang menggunakan testimony palsu untuk menarik perhatian konsumen agar memberi produk mereka, kalau tidak terstmoni hasil karangan Anda sendiri makan itu adalah testimony dari orang yang sengaja dibayar atau dari tetangga dan teman sendiri. Sebaiknya Anda tidak menggunakan strategi seperti ini lagi sekarang.

Kenapa? Karena pelanggan sudah lebih pintar memilih produk yang sudah

terbukti dan hanya abal-abal, yang parahnya lagi Anda bisa dituntut dan mendekam di penjara jika ada konsumen yang melaporkan jika produk yang Anda jual palsu. Oleh karena itu, sebaiknya tunjukkan kualitas produk Anda dan biarkan mereka membuktikan sendiri. Ini penting untuk kredibilitas pihak ketiga dan membangun kepercayaan konsumen Anda.

Nah, sekarang kita coba masuk ke teknik-teknik marketing yang sebenarnya. Seperti yang kita tahu, ada sangat banyak teori marketing di dunia ini. Saya mencoba merangkum 51 di antaranya, yang kira-kira masih relevan dan cocok untuk diterapkan. Berikut kira-kira penjelasannya:

51 Teknik Marketing Sakti di Dunia Bisnis



1. Cause Marketing

Coba berikanlah alasan lebih bagi para pelanggan supaya mereka bersedia membeli produk Anda. Langkah awal, coba renungkan apa inti dari bisnis Anda. Kemudian, cari hal bermanfaat apa yang bisnis Anda dapat salurkan bagi masyarakat yang membutuhkan sambil

melibatkan para pelanggan Anda secara langsung dalam kampanye produkmu.

Contoh sebuah bisnis yang telah menerapkan teknik marketing ini adalah Toms Shoes. Tidak seperti bisnis lainnya yang melakukan promosi beli 1 gratis 1 untuk setiap pembelian produk, Toms Shoes menyelenggarakan acara amal di setiap transaksi pembelian sepatu. Jika pelanggan membeli 1 pasang sepatu, maka secara langsung mereka turut menyumbangkan 1 pasang sepatu juga untuk orang membutuhkan. Tentu saja lewat teknik ini, pelanggan akan lebih rela membeli produk Anda karena turut membantu orang lain.

2. Close Range Marketing

Pergunakanlah SMS, wifi atau bluetooth untuk mengirimkan promosi produk

maupun servis ke setiap ponsel atau gadget lain kepada para pelanggan atau calon pelanggan dengan jarak terdekat. Ini akan membuat pesan tersebut lebih personal dan langsung mengenai target market yang sesuai. Nama lain dari Close Range Marketing juga biasa disebut dengan Proximity Marketing.

3. Relationship Marketing

Daripada Anda terus berjualan produk saja, cobalah untuk membangun relasi lebih dalam dengan pelanggan.

Pelanggan yang merasa menjadi bagian dari perusahaan Anda akan merasa senang mengeluarkan uangnya untuk membeli produk-produk terbaru dan lebih mencintai brand tersebut. Banyak sekali pebisnis tradisional menyadari fakta ini.

Tidak jarang pelanggan tersebut akan senantiasa membeli produk Anda secara online tanpa datang ke tempat tersebut, serta mengikuti perkembangan brand. Selain itu, seringkali pelanggan akan merekomendasikan brand Anda ke teman-teman terdekatnya. Jadi, selalu jaga hubungan baik dengan para pelanggan ya.

4. Transactional Marketing

Menaikkan penjualan merupakan sebuah perjalanan menantang bagi setiap sales atau penjual, terutama bagi bisnis dengan produk yang sudah stabil penjualannya di masyarakat. Agar penjualan tersebut terus stabil dan bahkan meningkat, maka pebisnis harus berpikir lebih kreatif agar bisa memenangkan hati pelanggan.

Salah satu cara umum adalah dengan

memancing para pelanggan untuk membeli menggunakan kupon dan diskon. Mengadakan promo pembelian serta acara pada waktu tertentu juga merupakan ide bagus. Umumnya, para pengusaha berskala besar mengadakan acara promosi secara rutin untuk mengundang para pelanggan lama agar selalu mengunjungi toko mereka.

5. Scarcity Marketing

Dalam beberapa pasar, sangat penting untuk mengontrol berapa banyak produk tersebut dapat diedarkan di masyarakat pada waktu tertentu. Biasanya, produk buatan tangan dan produk berkualitas tinggi menerapkan cara ini karena sulit untuk mendapatkan bahan mentah sebagai bagian dari produksi. Hanya pelanggan tertentu saja yang memiliki akses untuk membeli produk ini.

Terkadang, para marketer juga menerapkan teknik ini untuk membuat para pembeli lebih penasaran terhadap produk mereka. Sehingga, permintaan akan semakin meningkat dan harga ditawarkan juga lebih bagus. Rolls-Royce telah menerapkan cara ini dengan meluncurkan sebuah mobil edisi China dengan nama Phantom secara terbatas dan membuat mobil ini langsung terjual dengan cepat.

6. Word of Mouth Marketing

Teknik ini adalah sebuah pembagian informasi secara langsung pada saat para pelanggan bertemu dengan orang-orang terdekatnya. Umumnya, orang-orang sangat menyukai untuk berbagi kabar terbaru tentang produk favorit mereka. Banyak sekali pelanggan yang dapat

mendapatkan informasi berharga melalui aktivitas tersebut. Ciptakan juga sebuah keunikan atau topik yang dapat dibahas saat bergosip ria di café, kampus, maupun tempat kerja.

Dalam Word of Mouth, para pelanggan dapat belajar satu sama lain serta mengetahui dengan pasti kualitas dari produk tersebut bukan dari iklan, namun dari orang yang telah menggunakannya. Konon, testimonial atau pendapat langsung dari pelanggan lebih terpercaya daripada iklan di televisi atau billboard.

7. Call to Action (CTA) Marketing

Metode ini berupa konversi jumlah kunjungan website dalam bentuk angka, kalimat, atau grafik untuk mempermudah pengunjung melihat statistik website tersebut secara langsung. Semakin

banyak kunjungan tertera, tentu saja membuat kredibilitas sebuah website meningkat dimata pelanggan dan membuat mereka percaya dalam bertransaksi. Buatlah pelanggan yang bergerak untuk mendapatkan produk tersebut.

8. Viral Marketing

Teknik ini dapat dilakukan dengan membuat sebuah video yang sangat unik dan membuat para pelanggan ingin membagikan video ini kepada orang lain. Jika video tersebut terkenal, akan banyak orang yang membahas tentang produk tersebut dan produk Anda menjadi pusat perhatian banyak orang. Buatlah arti tersendiri dengan citra diri produk Anda.

Setiap peluncuran produk baru, coba buatlah ciri khas tersendiri dari produk

tersebut dan ciptakan sebuah momen dimana pelanggan wajib memilikinya. Contohnya saja iklan Coca Cola dengan tema share with happiness, yang mewajibkan setiap pembeli untuk membuka botol Coca Cola dengan bantuan botol lainnya untuk menciptakan komunikasi di dunia digital ini.

9. Diversity Marketing

Ciptakan sebuah produk yang dapat memenuhi segala kebutuhan pelanggan dari berbagai segmen, budaya, rasa, kepercayaan, dan lainnya. Jangan mengkotak-kotakkan pelanggan karena hal ini akan menghambat perkembangan bisnis Anda pula. Contoh yang paling mudah adalah brand air mineral. Apabila produk Anda diperlukan oleh semua orang, tentu saja penjualan akan sangat tinggi.

10. Undercover Marketing

Terkadang, menyimpan beberapa informasi rahasia tentang spesifikasi produk yang sebenarnya dapat menimbulkan rasa penasaran dan membuat pelanggan ingin mencoba produk tersebut. Contohnya saja, trailer film bioskop umumnya dapat membuat penonton penasaran dengan keseluruhan kisahnya dan pergi ke bioskop untuk menyaksikan film secara langsung.

11. Mass Marketing

Perusahaan besar umumnya membutuhkan volume penjualan yang besar pula agar mereka bisa terus berkibar dengan megah di industrinya. Penggunaan mass marketing juga dapat menurunkan biaya variabel barang secara keseluruhan karena diproduksi dalam

jumlah sangat besar. Jadi, keuntungan lebih banyak dan barang terdistribusi lebih merata.

Perusahaan Walmart telah menerapkan sistem ini. Walmart adalah sebuah channel supermarket terbesar dan sangat ahli dalam menerapkan mass marketing agar produk lebih murah dan volume penjualan menjadi besar. Sehingga para pembeli tidak pernah kehabisan barang dan selalu mendapat harga terbaik.

12. Seasonal Marketing

Setiap tahun, pasti terdapat bulan tertentu dimana Anda dapat menggaet pelanggan baru. Contohnya saja bagi usaha pariwisata dan perhotelan dapat mengeluarkan diskon pembelian tiket pesawat maupun akomodasi untuk acara seperti natal, lebaran, dan lain

sebagainya. Meskipun hanya sesaat, teknik ini dapat meningkatkan penjualan secara drastis.

13. Public Relation Marketing

Salah satu teknik marketing paling utama adalah hubungan masyarakat atau humas. Para marketer dapat bekerja sama dengan berbagai media untuk meningkatkan pengetahuan masyarakat kelebihan seputar produk mereka. Serta, apabila terdapat saat-saat genting dimana terjadi kesalahan dalam peluncuran produk, seorang humas berperan sangat penting untuk mengubah keadaan dalam waktu singkat. Sebagai seorang humas berkualitas, bertemanlah dengan seluruh media yang ada.

14. Online Marketing

Inilah salah satu teknik marketing yang paling banyak digunakan sekarang. Dimulai dari teknik iklan banner sampai iklan pop up yang membuat para pengunjung sebal, para marketer selalu berusaha mencari cara untuk mendapatkan perhatian pelanggan. Apapun teknik online marketing anda, selalu tujukan kepada target market yang tepat dan jangan asal-asalan dalam memilih sebuah forum.

15. E-mail Marketing

Adanya dunia internet membuat para pelanggan semakin sering mengecek e-mail daripada membaca surat berupa kertas yang dikirim melalui pos. Oleh karena itu, sekarang banyak sekali perusahaan menggunakan e-mail sebagai media dalam mengirimkan brosur serta informasi produk terbaru. Cara ini juga

lebih cepat dan efektif untuk berhubungan secara langsung dengan pelanggan.

16. Evangelism Marketing

Ketahui siapa para pelanggan yang betul-betul mencintai produk Anda dan rela memberikan apa saja agar bisa mendapatkan produk tersebut. Cari orang tepat dan cocok untuk merepresentasikan ciri khas produk Anda kepada orang lain. Gambarkan bahwa produk tersebut dapat melebur dengan ciri khas pribadi para pelanggan melalui foto atau video agar tampak lebih nyata.

17. Event Marketing

Membuat sebuah acara pada saat tertentu adalah cara efektif untuk meningkatkan penjualan. Seringkali para pelanggan mencari alasan untuk

menunggu acara tertentu sebelum memutuskan untuk membeli produk yang diinginkan. Contohnya saja, jika ingin membeli barang bermerk, maka mereka akan menunggu pada saat awal bulan dan ada diskon 50%.

18. Offline Marketing

Offline marketing tidak berarti tergusur atau punah kedudukannya karena munculnya teknik online marketing. Sebaliknya, banyak perusahaan besar memanfaatkan hal unik dari offline marketing digabungkan dengan teknologi terbaru. Biarkan pelanggan merasakan secara langsung produk yang ditawarkan daripada sekedar melihat gambarnya saja di internet.

19. Outbond Marketing

Hal utama dan tidak boleh dilupakan oleh

pebisnis adalah memberikan informasi bagi calon pelanggan potensial agar mereka tahu bahwa Anda serius dalam menjalankan bisnis tersebut meskipun tergolong baru. Ketika Microsoft melakukan penjualannya untuk pertama kali, mereka mengidentifikasi setiap calon pelanggan potensial sebelum akhirnya menghubungi masing-masing dari mereka untuk bertemu secara langsung. Giatlah mencari pelanggan potensial di masyarakat sampai bisnis Anda benar-benar diketahui banyak orang.

20. Direct Marketing

Agar pelanggan senantiasa mengingat anda, selalu berkomunikasi dengan pelanggan maupun calon pelanggan secara langsung melalui e-mail, pesan, pembagian brosur, dan lain sebagainya.

Pasarkan produk secara langsung dengan metode terbuka agar semua orang dengan mudah melihatnya. Melalui pesan langsung, pelanggan juga merasa lebih diperhatikan serta menaikkan nilai produk Anda.

21. Inbound Marketing

Tidak jarang pelanggan akan menghubungi perusahaan Anda untuk menanyakan kepentingannya masing-masing. Nah, saat inilah merupakan kesempatan tepat bagi Anda untuk menawarkan produk lain agar pelanggan dapat menambah total belanjaan atau servis tambahan. Tentu saja jangan menyerang pelanggan dengan langsung menawarkan produk atau jasa tersebut, biarkan pembicaraan mengalir dengan sempurna.

22. Freebie Marketing

Apabila produk Anda tergolong baru, coba terapkanlah Freebie Marketing.

Buatlah sebuah promosi bagi-bagi produk gratis agar pelanggan dapat mencoba produk tersebut. Apabila produk bagus, maka tentu saja pelanggan akan mencari Anda untuk pembelian kedua dan seterusnya. Coba juga menjual produk dengan harga dibawah rata-rata selama periode waktu tertentu untuk menaikkan kunjungan pelanggan. Cara ini juga dapat diterapkan oleh produk lama untuk mengembalikan kedudukan bisnisnya ke tempat semula.

23. Newsletter Marketing

Cara seru untuk mempromosikan sebuah bisnis adalah dengan menulis sebuah artikel surat kabar yang menggambarkan betapa berkualitasnya performa dari

bisnis Anda. Melalui surat kabar, maka pencitraan yang baik akan terbentuk serta membuat produk lebih terpercaya karena diliput secara langsung. Kirimkan surat kabar (surat kabar) secara rutin untuk para pelanggan Anda.

24. Article Marketing

Bagi industri dimana keahlian sangat dihargai, artikel dapat menjadi salah satu alat paling berpotensi untuk menonjolkan pengetahuan dan keahlian perusahaan. Beberapa inovasi dapat dibagikan dalam bentuk artikel lalu dibagikan untuk pelanggan. Pelanggan akan lebih yakin karena mereka percaya Anda mengetahui seluruh seluk beluk mengenai produk atau jasa yang Anda tawarkan.

25. Content Marketing

Tulis dan terbitkanlah sebuah konten

untuk mengedukasi para pembeli potensial mengenai produk serta servis yang ada. Sadarkanlah bahwa mereka memerlukan perusahaan Anda untuk memenuhi apapun kebutuhan mereka. Cara ini dapat menjadi efektif untuk mempengaruhi alam bawah sadar pelanggan tanpa memperjual belikan produk secara langsung.

26. Tradeshow Marketing

Banyak sekali produk yang harus dicoba terlebih dahulu sebelum pembeli mau melakukan pembelian terhadap produk tersebut. Contohnya saja, tentu Anda tidak mau membeli sebuah mobil keluaran terbaru tanpa merasakan performa mobil tersebut secara langsung. Oleh karena itulah, umumnya perusahaan mobil menyediakan fasilitas uji coba menyetir atau test drive agar pelanggan

dapat merasakan terlebih dahulu sebelum akhirnya memutuskan membeli.

Sebuah acara perkumpulan dimana para pelanggan akan diundang untuk mencoba beberapa sampel produk juga merupakan opsi tepat. Ford Motor Company telah mengorbankan begitu banyak waktu, biaya serta tenaga untuk menyelenggarakan sebuah event peluncuran produk secara rutin setiap tahunnya. Perjuangan inipun terbayar karena pelanggan dapat mendapat keuntungan menjadi orang pertama untuk mencoba mobil tersebut dan akhirnya melakukan pembelian.

27. Search Marketing

Belakangan ini, apabila ada beberapa pertanyaan, Anda tidak akan bertanya ke orang-orang disekitar, melainkan

langsung membuka halaman Google. Serta, Google jauh lebih baik dalam menjawab pertanyaan tersebut serta menyediakan berbagai tipe jawaban yang bisa dipilih sesuka hati. Maka, manfaatkanlah hal ini dan merangkaklah menjadi halaman teratas di mesin pencarian Google.

Google telah membantu banyak perusahaan untuk mengembangkan bisnisnya ke arah yang lebih baik. Sekecil apapun lingkup bisnis anda, peluang menjadi bisnis internasional dalam waktu singkat sangatlah besar. Dibandingkan dengan iklan biasa di buku telepon, lebih baik beriklan di Google karena Anda dapat menggaet seluruh orang di dunia untuk melihat produk yang ditawarkan. Internet memang metode sangat efektif sekarang ini.

28. Direct Marketing

Beriklan dan promosikanlah produk dan servis kepada pelanggan dengan menggunakan berbagai peralatan digital termasuk komputer, ponsel, dan tablet. Digital Marketing bisa dibilang memiliki ciri khas sama dengan Internet Marketing. Ketika Anda sudah mendapatkan daftar siapa saja target pelanggan, maka buatlah perjanjian kerjsama dengan beberapa kurir surat untuk mendistribusikan katalog secara langsung di rumah pelanggan.

Direct Marketing adalah salah satu cara efektif agar setiap informasi terbaru dapat diperoleh secara langsung bagi para pelanggan lama serta calon pelanggan potensial. Terdapat banyak isu negatif tentang metode ini karena

pelanggan tidak ingin diganggu dengan surat tidak penting yang hanya memenuhi kotak surat mereka. Tetapi, sebagai pebisnis cerdas Anda dapat mencari cara lain yang lebih menarik sehingga pelanggan selalu menanti-nanti kabar terbaru dari langsung dari perusahaan Anda.

29. Niche Marketing

Menemukan sebuah market terselubung dan memenuhi segala kebutuhannya dapat dideskripsikan sebagai salah satu dari sekian banyak resep rahasia untuk memperlebar sayap bisnis diantara pesaingan ganas dari kompetitor. Mari mencoba mengambil satu contoh tipe bisnis, yaitu bisnis sepatu. Terdapat banyak sekali permintaan sepatu dari seluruh penjuru dunia dan banyak perusahaan kelas atas berlomba-lomba

menciptakan desain paling baru dan unik.

Diantara persaingan yang sungguh padat dan penuh sesak tersebut, terdapat sebuah kelompok masyarakat yang masih tidak terpenuhi kebutuhannya. Vans, sebuah perusahaan sepatu ternama di dunia, mengetahui hal ini, yaitu kebutuhan para pemain skateboard untuk sepatu yang cocok digunakan di papan skateboard masih belum tersedia.

Dengan berfokus untuk memenuhi pasar khusus ini, Vans mengembangkan bisnisnya keseluruh dunia.

30. Drip Marketing

Drip Marketing juga termasuk dalam strategi komunikasi yang akan mengirimkan sebuah pesan yang sudah disiapkan sejak awal secara rutin dan dalam waktu tertentu yang akan diatur

oleh perusahaan. Pesan ini umumnya disebarluaskan dalam bentuk e-mail serta melalui social media. Tujuannya, agar pelanggan selalu ingat dan tahu bahwa Anda masih berada dalam bisnis tersebut.

31. Community Marketing

Ajaklah para pelanggan untuk ambil bagian dalam sebuah percakapan antar pelanggan. Melalui fasilitas ini, mereka akan mendapatkan kenalan dan komunitas baru, serta selalu teringat pada produk Anda. Selain itu, sediakan tempat khusus dimana pelanggan dapat menyalurkan aspirasi serta kritik untuk memperbaiki kinerja perusahaan secara keseluruhan.

Daripada Anda selalu membombardir pelanggan dengan iklan mengenai produk, lebih baik Anda juga menerapkan

pendekatan lain yaitu berkomunikasi secara langsung dengan mereka. Cara ini dipercaya lebih efektif dan meningkatkan rasa loyalitas pelanggan. Selain itu, Community Marketing dapat menjadi langkah awal untuk word of mouth marketing.

32. Social Media Marketing

Seiring perkembangan teknologi dan menjamurnya penggunaan internet ponsel, bisa dikatakan bahwa mayoritas masyarakat mengenal dan memiliki minimal satu akun social media. Selain menghemat banyak biaya, iklan di social media dapat memperkenalkan bisnis dengan sangat cepat dan luas. Tidak diperlukan banyak orang untuk mengatur iklan ini, satu orang saja sudah cukup untuk berinteraksi dengan seluruh pelanggan.

Bagi pebisnis yang masih awam dan baru menerbitkan akun social media untuk usahanya, dapat memancing pelanggan untuk mengikuti atau menjadi teman di social media dengan cara membagikan produk gratis untuk sekian pengikut awal, atau memberikan hadiah khusus bagi pelanggan beruntung apabila telah mencapai pengikut sebanyak 1 juta.

33. Cross-Media Marketing

Integrasikan beberapa media yang Anda miliki menjadi satu dan berikan kelengkapan informasi tersebut kepada pelanggan. Maka, Anda dapat membuktikkan pada pelanggan bahwa bisnis tersebut memang bisnis besar dan juga transparan dalam memberikan informasi. Pelanggan tentu akan lebih percaya serta lebih yakin dalam

menggunakan produk maupun jasa Anda.

34. Business to Business (B2B) Marketing

Didalam teknik B2B Marketing, antara individu satu dengan lainnya atau organisasi satu dengan lainnya akan bekerja sama. Jadi, kerja sama ini memperbolehkan bisnis tersebut untuk menjual produknya di tempat bisnis rekannya yang kebetulan dapat saling melengkapi satu sama lain atau mungkin menjual produk serupa.

Disini, mereka dapat memakai produk tersebut sebagai pelengkap atau menggunakannya sendiri. Contoh produk sebagai pelengkap adalah ayam KFC di Indonesia. Selain menjual ayam, KFC juga menjual berbagai produk minuman ringan. Nah, produk minuman inilah yang merupakan salah satu bentuk B2B dan

telah bekerja sama dengan KFC untuk mendistribusikan produk mereka ke seluruh gerai KFC.

Sedangkan contoh produk untuk digunakan secara pribadi sesuai kepentingan perusahaan adalah IBM atau International Business Machines. Mereka menawarkan produk komputer untuk digunakan di berbagai perusahaan dan kantor pemerintahan diseluruh dunia. Produknya pun berguna untuk memperlancar aktifitas di dalam organisasi tersebut.

35. Promotional Marketing

Ini adalah salah satu strategi bisnis marketing yang didesain untuk menstimulasi keinginan pelanggan membeli sebuah produk. Terdapat beberapa teknik dari promotional

marketing untuk membantu stimulasi tersebut, diantaranya adalah:

1. Kontes. Setiap pelanggan tentu akan merasa senang jika memenangkan sebuah hadiah. Adakan sebuah kontes dimana pelanggan tertarik untuk berpartisipasi didalamnya. Kontes akan memberikan kesadaran serta pengetahuan seputar produk Anda kepada pelanggan. Selain itu, Anda dapat memperoleh sederet pelanggan baru melalui acara kontes ini.

2. Kupon. Berdasarkan survey, kupon dengan nominal tertentu dan syarat pembelian khusus dapat membantu perusahaan Anda menaikkan jumlah penjualan produk serta tingkat kesadaran pelanggan menjadi semakin tinggi. Penggunaan kupon mengurangi biaya promosi karena kupon yang diberikan

nantinya akan kembali ke Anda. Ditambah lagi, pelanggan wajib membeli produk lain untuk menggunakan kupon tersebut. Jadi, hal ini tidak ada ruginya bagi bisnis, terutama bisnis baru.

3. Sampel. Memberikan beberapa tester produk kepada pelanggan mungkin dianggap tindakan yang merugikan perusahaan. Namun, coba bayangkan saja, dengan memberi tester, pelanggan akan melakukan pembelian dalam jumlah besar apabila produk tersebut benar-benar berkualitas dan sesuai kebutuhan. Beberapa perusahaan makanan secara rutin memberikan tester makanan bukan untuk memperkenalkan produk, tetapi agar pelanggan selalu membeli lagi dan lagi saat menjumpai produk mereka.

36. Ambush Marketing

Para pengiklan menggunakan strategi marketing ini untuk menghubungkan produk mereka dengan acara-acara menarik tanpa perlu mengeluarkan uang untuk membayar biaya sponsor atau kerjasama. Tentu saja, acara yang diselenggarakan harus selaras dengan karakteristik usaha Anda. Disini, para pebisnis dapat memanfaatkan acara untuk memperkenalkan bisnis mereka kepada target market yang tepat.

37. Business to Customer (B2C) Marketing

Tujuan utama dari B2C Marketing adalah untuk membuat para pembeli umum menjadi seorang pelanggan. Para marketer didalam B2C akan memanfaatkan metode seperti tampilan menarik, pembelian khusus, diskon, kupon dan aneka model lainnya untuk

membuat para pembeli mau membeli produk tersebut. B2C marketing berfokus pada transaksi dalam jangka pendek serta ingin mendapatkan perhatian lebih dari pelanggan secepat mungkin.

38. Cloud Marketing

Ini adalah metode terbaru dalam dunia marketing. Disini, seluruh aset dan peralatan marketing akan dipindahkan secara online sehingga para pelanggan dapat menggunakan, merubah, mempersonalifikasi dan membagikan informasi tersebut kepada orang lain dengan mudah. Amazon.com telah menerapkan cara ini untuk memancing pelanggan membeli buku digital, film, dan juga acara televisi didalam sebuah rak digital yang hanya dapat diakses oleh pelanggan tersebut melalui gadget pribadi mereka.

39. Mobile Marketing

Marketing melalui ponsel sudah menjadi wabah didalam dunia bisnis. Terutama, semenjak penggunaan smartphone telah meraja lela di berbagai kalangan dalam masyarakat. Mobile Marketing dapat memberikan informasi seperti waktu, lokasi, serta informasi pribadi. Marketer dapat dengan mudah membagikan informasi seputar produk kepada seluruh pelanggan dengan sekali klik.

40. Alliance Marketing

Sebuah kerjasama antara dua bisnis serupa atau betul-betul berbeda namun saling melengkapi dapat membawa pengaruh besar dalam mempromosikan sebuah produk. Jadi, bisnis tersebut akan meraup keuntungan dari dua market berbeda dengan kerjasama ini.

41. Reverse Marketing

Didalam teknik marketing ini, tujuan utama bukan supaya marketer mencari lebih banyak pelanggan. Sebaliknya, teknik ini bertujuan agar pelanggan giat mencari bisnis atau produk Anda.

Biasanya, cara marketing ini dilakukan melalui iklan tradisional di televisi, billboard, brosur, dan juga social media. Perbedaannya, marketing biasa membuat iklan sedemikian rupa yang cocok untuk target market mereka, sedangkan reverse marketing menyediakan informasi menarik dan membuat pelanggan mencari dimana mereka bisa memperoleh produk tersebut melalui agen terdekat.

Pada tahun 2004, Dove pernah meluncurkan Dove Campaign for Real

Beauty, berfokus pada inti dari kecantikan wanita daripada berusaha menjual produknya. Kampanye ini membuat lonjakan tinggi terhadap penjualan mereka dan membuat Dove membangun ulang image dari brand Dove itu sendiri. Pelanggan lebih suka melihat tipe iklan yang unik dan mencolok daripada lainnya.

42. Telemarketing

Hampir setiap orang yang pernah dihubungi oleh telemarketing tidak menyukai cara atau metode mereka dalam menawarkan produk ke pelanggan. Bagaimanapun juga, telemarketing dapat berperan penting dalam penjualan produk Anda. Telemarketing adalah sebuah metode penjualan secara langsung dimana penjual atau pegawai Anda menghubungi calon pelanggan

potensial untuk membeli produk atau memesan jasa tersebut.

Biasanya, cara pendekatan dilakukan melalui telepon pribadi atau bertemu secara langsung dengan para pelanggan setelah membuat janji khusus.

Telemarketing juga dapat berupa sebuah rekaman suara yang akan diputar secara otomatis di telepon melalui panggilan otomatis. Sayangnya, telemarketing telah diremehkan kemampuannya dan dianggap sebagai salah satu teknik marketing paling menyebalkan yang pernah ada.

43. Free Sample Marketing

Berbeda halnya dengan Freebie Marketing, disini tester produk akan diberikan secara gratis melalui pembelian produk serupa yang berhubungan dan

dibawah satu perusahaan. Contohnya saja, produk shampoo pantene memberikan sebuah kondisioner gratis setiap pembelian 2 botol shampoo pantene ukuran 500ml. Jadi kedepannya, pelanggan akan terpengaruh untuk turut membeli kondisioner setiap kali mereka membeli shampoo.

44. Direct Mail Marketing

Perusahaan akan berkomunikasi melalui SMS, E-mail, brosur, katalog, dan lain sebagainya. Tujuannya, agar bisa mendapatkan data seputar data diri pelanggan dan juga bagaimana aktivitas atau sejarah pembelian mereka.

Komunikasi yang dibangun bersama dengan pelanggan akan membuat mereka lebih mengenal seputar produk tersebut.

Berikut adalah beberapa karakter utama dari direct mail marketing. Pertama, seluruh pesan yang dibuat ditujukan secara langsung untuk para pelanggannya. Direct marketing menyediakan sebuah layanan pelanggan gratis dimana pelanggan dapat menghubungi nomor telepon tertera pada website ataupun produk. Selain itu, cara ini merupakan cara umum digunakan oleh semua tipe bisnis, mulai dari bisnis kecil sampai perusahaan berskala global.

45. Database Marketing

Disini, data diri serta kebiasaan pelanggan dapat terlihat dengan jelas oleh para marketer. Jadi perusahaan bisa mengetahui dengan jelas produk favorit pilihan pelanggan dan apa yang sedang laku dipasaran. Kemudian, dengan mengelompokkan pelanggan ke kategori

tertentu, perusahaan juga dapat memberikan iklan atau katalog sesuai dengan kepribadian masing-masing.

Tentunya, pembagian katalog secara tepat akan meningkatkan frekuensi pembelian karena produk yang ditawarkan selalu pas dengan selera pelanggan. Sebagai konsekuensinya, dibutuhkan sebuah tempat penyimpanan atau memori komputer cukup besar agar dapat menampung data setiap pelanggan.

46. Personalized Marketing

Setiap pelanggan tentu memiliki hobi dan kebutuhan berbeda-beda. Mengetahui hal ini, beberapa perusahaan seperti Nike telah memberlakukan Personalized Marketing, dimana para pelanggan dapat merancang sendiri sepatu Nike kesukaan

mereka dengan memilih warna serta model sepatu melalui website. Pelanggan pun akan merasa senang karena dapat memperoleh produk sesuai dengan bayangan didalam pikiran mereka.

47 Affinity Marketing

Bangunlah sebuah hubungan rekan bisnis dengan perusahaan yang saling menguntungkan antara satu sama lain. Dengan metode ini, perusahaan satu dapat memperoleh penjualan lebih banyak sedangkan lainnya dapat memperoleh pelanggan baru serta lebih memperkenalkan bisnis mereka kepada pelanggan.

48. Cult-tural Marketing

Lebih dikenal sebagai cult marketing, disini para marketer akan mengaplikasikan sebuah prinsip ilmu

sosial yang dapat meraih berbagai karakteristik pelanggan tanpa membeda-bedakan atau mengelompokkan mereka kedalam kategori tertentu. Disini, setiap pelanggan dianggap setara dan memiliki kebutuhan serupa.

49. Humanistic Marketing

Setiap manusia tidak akan pernah merasa puas dan selalu merasa kurang dengan apa yang dimiliki sekarang. Teknik marketing ini memisahkan antara kebutuhan utama seperti makanan, tempat tinggal, baju, kebutuhan social dan juga kebutuhan pribadi. Jadi, para marketer dapat menyampaikan fungsi produk secara tepat kepada setiap target market mereka.

50. Guerrilla Marketing

Teknik ini memanfaatkan kerumunan

banyak orang serta kreatifitas agar biaya marketing yang dikeluarkan tidak besar dan terjangkau. Disini, para marketer berusaha membuat para calon pelanggan baru merasa kaget dengan produk, jasa, dan lainnya yang mereka luncurkan. Contohnya saja melalui fashion show secara mendadak ditengah pusat perbelanjaan untuk memperkenalkan tas keluaran terbaru.

51. Brand Lover Marketing

Konsep ini bertujuan untuk menggantikan cara marketing tradisional yang sudah lama. Brand Lovers dapat menyelamatkan sebuah produk lama yang ketenarannya mulai pudar. Coba cari sebuah cara agar brand Anda dicintai oleh para pelanggan. Tidak mudah dalam menciptakan Brand Lover ini, namun hasil yang akan didapatkan sepadan dengan perjuangan

Anda. Rasa loyal dari para pelanggan akan membuat mereka merasa memiliki brand tersebut dan tidak akan melirik brand lainnya.

Secara keseluruhan, 51 teknik marketing tersebut dapat diterapkan oleh setiap perusahaan. Sebelum memutuskan teknik marketing mana yang cocok untuk perusahaan, coba telitilah kembali apa sebetulnya tujuan perusahaan tersebut dibentuk. Kemudian, baru adaptasikan teknik marketing dan sesuaikan dengan kebutuhan perusahaan Anda. Ingatlah bahwa bisnis tidak akan laku teknik marketing yang baik.

Nah, sekarang saya akan mengangkat beberapa metode marketing yang bener-bener sakti, yang bisa Anda terapkan

untuk meningkatkan penjualan produk hingga berkali-kali lipat.

Teknik Marketing Revolusioner: menguasai indera konsumen

Teknik marketing dengan menggunakan kekuatan indera merupakan cara pemasaran yang saat ini tengah populer diterapkan di negara kita. Bagaimana sih cara kerjanya? Simple to say, banyaknya usaha di berbagai bidang khususnya kuliner mau tidak mau telah memaksa produsen untuk lebih kreatif dalam berinovasi serta menciptakan terobosan-terobosan baru. Adanya inovasi dan terobosan baru ini tentu saja tak hanya sekedar untuk menjaga serta mempertahankan keberlangsungan usaha akan tetapi juga meningkatkan omset dari usaha yang dirintis ini.

Dalam hal ini cara yang ditempuh yakni dengan menerapkan teknik pemasaran yang sesuai. Anda mungkin mengenal

berbagai teknik pemasaran baik yang standar maupun kompleks untuk menunjang penjualan misalnya saja teknik pemasaran blue ocean, teknik pemasaran marketing mix, dan lainnya.

Berbeda dengan sistem pemasaran tersebut, kali ini akan diulas lebih mendalam mengenai teknik pemasaran revolusioner yang memfokuskan pada penguasaan indera. Mungkin pada awalnya Anda akan bertanya-tanya apa sih maksudnya teknik marketing revolusioner dengan penguasaan indera? Apakah sulit dan kompleks untuk diterapkan? Jawabannya sama sekali tidak sulit.

Teknik pemasaran ini mengedepankan pengusaan atau pemaparan produk kepada target yang dituju melalui indera

yang dimiliki manusia. Indera yang bisa menjadi sasaran dalam teknik marketing ini biasanya indera penciuman, indera pengecap, indera penglihatan maupun indera pendengaran. Hal ini misalnya ketika Anda sedang berjalan-jalan di department store kemudian tiba-tiba Anda mencium aroma roti yang sangat harum dan menggoda, nah ternyata aroma tersebut berasal dari salah satu outlet pastry atau toko roti yang ada disitu. Pada awalnya, Anda menyadari keberadaan outlet tersebut kemudian muncul ketertarikan setelah mencium aromanya, dan kemudian memiliki niat untuk mencoba setelah melihat display-nya serta sampel kue-kue lainnya, hingga akhirnya mendorong Anda untuk membeli kue tersebut. Pada akhirnya prinsip marketing revolusioner ini memang terdengar simpel dan sederhana

namun terbukti efektif untuk meningkatkan awareness, interest, desire, and action (AIDA).

Secara tidak langsung, teknik pemasaran ini mensyaratkan kombinasi dari indera yang dimiliki customer untuk membeli produk yang ditawarkan. Mengapa dikatakan kombinasi indera? Hal ini dikarenakan bisa saja Anda melakukan pemasaran melalui poster atau pamflet namun ini tidak akan seefektif jika menggunakan cara mengaktifkan beberapa panca indera untuk akhirnya membuat konsumen melakukan aktivitas pembelian.

Seiring dengan perkembangan zaman, pemasaran bukan hanya sebagai aktivitas untuk meningkatkan penjualan dan memperoleh profit, melainkan sebuah

kegiatan seni. Pemasaran merupakan kegiatan seni memiliki makna untuk mengeksplor kemampuan, daya kreativitas, dan inovasi dari pemilik usaha dalam menggunakan teknik nonverbal untuk ‘membujuk’ konsumen.

Selanjutnya pemikiran kreatif ini haruslah diterjemahkan dalam bentuk sinyal-sinyal yang mampu membuat konsumen jatuh hati dan berpaling pada produk yang Anda miliki. Apabila Anda memiliki produk yang unik, packaging yang menarik namun tanpa disertai teknik pemasaran yang sesuai sama saja tidak akan menghasilkan target seperti yang diharapkan. Sama halnya dengan ketika di outlet kue tersebut Anda hanya menyajikan display makanan dalam menu tanpa menghadirkan proses pembuatan yang akan menghasilkan aroma dan menstimulus indera penciuman maka

produk tersebut akan memiliki daya tarik yang kurang maksimal dan kurang tereksplor. Produk yang bagus memang merupakan inti dari segalanya, namun tanpa membuat keseluruhan indera konsumen merasakan apa yang Anda tawarkan tidak akan berarti apa-apa. Ingatlah prinsip bahwa konsumen tidak hanya membeli produk yang Anda miliki melainkan membeli semuanya, keseluruhan dari produk itu termasuk proses, packaging, dan lainnya. So, buatlah semua indera konsumen merasakan produk apa yang Anda tawarkan.

Buzz Marketing

“Buzz” diambil dari bahasa Inggris yang dalam bahasa Indonesia bisa kita artikan sebagai “dengung”. Ya, dengung seperti lebah. Ada sebutan lain untuk buzz marketing seperti grassroot marketing, centrifugal marketing, guerilla marketing, world of mouse dan lain-lain. Intinya Buzz Marketing adalah sebuah teknik pemasaran secara viral yang dilakukan untuk mempromosikan atau menyebarkan informasi dari mulut ke mulut.

Lebih lanjut tentang Buzz Marketing

Ketimbang menyewa seorang profesional untuk berpromosi, teknik ini lebih mudah dan murah. Metode ini memanfaatkan kebiasaan unik seorang individu yang seringkali secara spontan mengirimkan

informasi yang mereka terima kepada relasi atau jaringan di bawahnya. Intinya buzz adalah upaya menciptakan kondisi agar produk, layanan atau perusahaan yang Anda jalankan menjadi perbincangan banyak orang. Dengan memanfaatkan jaringan internet tentunya.

Cara kerja Buzz Marketing adalah:

Pengiklan menginformasikan produk, layanan atau apapun yang hendak dipromosikan kepada beberapa orang pilihan mereka.

Orang-orang pilihan ini biasanya berasal dari kalangan yang sudah dikenal banyak orang atau berpengaruh di masyarakat. Sekaligus ia juga harus mengerti dengan baik tentang apa yang sedang ia promosikan.

Buzz marketing menciptakan prospek pemasaran dari mulut ke mulut. Para marketer sudah mulai meningkatkan kemampuan mengenali orang-orang berpengaruh untuk membantu menyebarkan informasi tentang produk atau layanan terbaru. Orang yang bertugas untuk menyebarkan informasi tentang hal ini biasanya dikenal sebagai “Buzzer”.

Buzz Marketing sebenarnya bukanlah sesuatu yang benar-benar baru. Sebelumnya juga Anda terbiasa berbagi informasi produk atau berpromosi dari mulut ke mulut kan? Keberadaan internet hanya memberikan kemudahan untuk menjalankan metode ini. Kita bisa memanfaatkan perkembangan instant messenger, layanan chat atau media sosial untuk menyebarkan informasi

tentang produk atau layanan.

Kini marak praktik buzz marketing melalui jejaring sosial Twitter. Para pemilik perusahaan bekerja sama dengan para pengguna Twitter yang memiliki follower banyak tapi hanya mem-following sedikit orang (biasanya dikenal sebagai selebtwit) untuk membantu mereka dalam menyebarluaskan informasi terbaru mengenai produk. Ini adalah salah satu bentuk simbiosis mutualisme antara pemilik perusahaan dengan public figure. Seorang public figure membangun personal brandingnya dalam jangka waktu yang tidak sebentar, dan inilah saatnya ia memanfaatkan popularitasnya di masyarakat untuk mendapat penghasilan tambahan. Di sisi lain, perusahaan juga mendapat keuntungan karena tidak perlu

mengeluarkan banyak biaya dalam menentukan target pemasaran yang loyal dan terintegrasi.

Efektifitas Buzz Marketing akan kelihatan dalam jangka panjang dengan ketertarikan penerima informasi untuk mencoba produk atau jasa yang dikampanyekan. Tidak peduli para buzzer (tokoh berpengaruh yang menyebarluaskan informasi marketing) telah memakai produk tersebut atau belum, para follower akan serta merta tertarik untuk menggali informasi lebih lanjut produk tersebut.

Efek Buzz Marketing akan terlihat dalam jangka panjang ditinjau dari ketertarikan para penerima informasi untuk mencoba produk yang dipromosikan kemudian meneruskannya pada orang lain. Contoh

nyata keberhasilan buzz marketing adalah penjualan buku Harry Potter. Sebelum resmi diluncurkan, semua orang pada heboh membicarakannya di mana-mana dan bahkan mereka rela memesannya jauh-jauh hari atau berjubel mengantre di toko buku saat hari peluncurannya.

Bagaimana proses buzz marketing bisa terjadi?

Buzz marketing menitikberatkan pada cara untuk menarik perhatian konsumen atau bahkan media agar membuat produk Anda sebagai bahan perbincangan di masyarakat. Untuk mencapai hal tersebut, produk yang ditawarkan harus berkualitas, inovatif, unik dan lain-lain. Jika itu terpenuhi, ditambah keberadaan para “buzzer” yang mempromosikannya

maka akan terjadi kehebohan. Kemudian bukan tidak mungkin, berita akan menyebar dengan sendirinya. Setiap orang akan membicarakannya. Konsumen dengan senang hati akan mengabarkan kepada orang-orang di sekelilingnya. Yang jelas, kalau metode buzz marketing yang Anda terapkan berhasil, sudah pasti pertumbuhan penjualan produk atau layanan bisnis internet yang Anda jalankan juga akan meningkat dengan sangat cepat.

Contoh-contoh viral marketing dalam bisnis



Viral marketing adalah teknik pemasaran yang menyebarluaskan informasi sebuah produk dari satu orang ke orang lain memanfaatkan jaringan internet, layaknya sebuah virus menyebar. Cara ini kadang memiliki keunikan tersendiri dalam penggunaan media serta cara penyampaiannya. Sah-sah saja karena

semakin unik biasanya akan semakin membuat penasaran orang dan menarik minat mereka. Kreativitas cara promosi viral dari beberapa perusahaan kadang membuat kita berdecak kagum. Tidak jarang cara pemasaran viral membuat produk naik nilainya (value), dan menarik minat orang untuk membelinya. Berikut ini contoh viral marketing dalam bisnis yang bisa Anda jadikan inspirasi untuk cara menyebarkan produkmu di masyarakat.

1. **Video viral marketing**

Salah satu media yang sering digunakan dalam viral marketing adalah video. Anda masih ingat sama video lip sync ‘Keong Racun’ ala Sinta dan Jojo yang beberapa waktu lalu ramai dibicarakan orang? Sekarang Anda tahu kan betapa kekuatan

viral marketing bisa mengubah hal sederhana menjadi perbincangan di masyarakat. Selain itu viral marketing dengan video banyak digunakan perusahaan besar seperti yang dilakukan Citos dan Coca Cola. Iklan yang mereka gunakan dalam strategi viral marketing tergolong menarik bagi banyak orang, berikut kisahnya:

Coca cola happiness machine

Video berdurasi 2 menit 4 detik ini menampilkan mesin penjual Coca Cola istimewa yang diletakkan di sebuah sekolah. Bagaimana tidak, seseorang memasukkan koin untuk membeli satu botol Coca Cola, tapi mesin tersebut malah terus mengeluarkan botol tanpa henti. Semua orang di ruangan bahagia karena mereka bisa mendapat Coca Cola

gratis dari sang pembeli pertama. Bahkan tidak hanya Coca Cola yang keluar dari mesin tersebut melainkan juga bunga, balon bahkan pizza. Inti dari video ini adalah untuk selalu berbagi kebahagiaan bersama, seperti semboyan dari Coca Cola.

Video malaikat di CITOS

Video ini cukup pendek dan hanya menampilkan malaikat bercahaya yang turun di halaman gedung pusat perbelanjaan tersebut. Mungkin ini strategi CITOS untuk memasarkan lokasi mereka. Orang-orang yang melihat video ini akan dibuat penasaran mengenai kebenaran cerita tersebut dan membuatnya tertarik untuk mengunjungi CITOS

Video bidadari Axe

Video ini hanya menampilkan bidadari yang jatuh dari langit. Cukup menarik karena mereka jatuh di kerumunan masyarakat. Awalnya hampir tidak ada iklan yang ditampilkan melainkan hanya adegan bidadari cantik berjatuhan dari langit. Ini jelas membuat orang penasaran dan pasti akan membicarakannya dengan orang lain.

2. Situs web viral marketing

Salah satu contoh website untuk viral marketing adalah subservientchicken.com. Situs ini merupakan situs viral marketing yang dibuat oleh Burger King ketika mempromosikan menu chicken burger.

Situs ini meraih hit yang mencapai 40 juta dalam seminggu pada saat itu. Situs Subservient Chicken ini menghadirkan seseorang berkostum ayam lucu yang bisa Anda suruh untuk melakukan apapun hanya dengan mengklik tombol tertentu. Strategi viral marketing ini terbukti berhasil karena tidak sekedar menciptakan tren di Amerika Serikat namun bahkan topeng ayamnya juga sempat menjadi merchandise yang paling dicari!

3. Kampanye lewat avatar/foto profil jejaring sosial

Masih ingat masa-masa pemilu ketika orang-orang menunjukkan dukungannya kepada para pasangan capres-cawapres dengan menggunakan avatar untuk menyimbolkan pasangan pilihannya.

Tidak hanya itu, penggunaan avatar sebagai wujud dukungan terhadap sesuatu juga marak digunakan tidak hanya terbatas pada aksi sosial melainkan juga yang sifatnya lebih komersil seperti dukungan untuk produk-produk tertentu.

Faktor sukses yang menentukan keberhasilan viral marketing

Lantas apa saja faktor yang diperlukan untuk kesuksesan viral marketing? Berikut ini kami bagikan 5 faktor khusus untukmu. Simak baik-baik ya:

1. Produk yang ditawarkan haruslah bernilai inovatif dan dibutuhkan masyarakat

Dalam mengawali strategi viral marketing, Anda jangan buru-buru untuk pengen nikmatin hasilnya. Strategi awal viral marketing adalah memastikan produk tersebar luas di masyarakat. Hal tersebut pastinya tidak akan berguna jika produk yang Anda tawarkan biasa-biasa saja alias pasaran. Mulailah memikirkan untuk membuat sesuatu yang lebih inovatif, karena dengan begitu orang akan tertarik

pada produkmu. Setelah banyak orang ‘terinfeksi’ produkmu barulah Anda memainkan peran untuk membuat produkmu seolah-olah dibutuhkan masyarakat.

2. Informasi mudah untuk disebarluaskan kepada orang lain

Ini juga tidak kalah penting. Intinya jangan jadi terlalu ribet. Kalau Anda sudah bisa memastikan bahwa seseorang pasti akan menyukai produkmu, maka di saat yang sama Anda juga harus mempertimbangkan bahwa ia harus memberitahukan produk tersebut pada orang lain. Gunakan fasilitas ‘share’ atau berbagi yang mudah. Jangan ribet-ribet mesti masukin email dan sebagainya karena Cuma bikin orang malas buat memberitahukannya pada orang lain.

3. Manfaatkan media sosial untuk viral marketing

Seorang marketer yang baik adalah orang yang pandai melihat peluang serta apa yang sedang menjadi tren di masyarakat. Kini hampir semua orang punya akun di media sosial. Manfaatkan hal ini untuk mulai menyebarluaskan produkmu. Media sosial memiliki fitur serta karakter yang bisa memudahkanmu menyebarluaskan informasi dari satu orang ke orang lainnya.

4. Membangun jaringan yang terpusat dan mudah diakses

Setiap orang yang menyukai hal yang sama cenderung berpikir untuk berkumpul sekedar saling bertukar pikiran tanya jawab dan lain-lain. Anda juga harus mempertimbangkan hal ini dalam viral marketing. Mulailah membuat

perkumpulan, bisa berupa website, forum, komunitas, grup dan lain-lain. Ini digunakan untuk bertukar pikiran antara penjual dan pembeli atau berbagi informasi sesama pembeli.

5. Beri nilai motivasi pada produk yang Anda jual

Suatu produk harus memiliki nilai tawar agar dilirik masyarakat. Beri kesan pada produkmu seperti apabila seseorang yang membelinya akan merasa keren atau meningkatnya status sosial mereka. Sehingga orang-orang akan mendapat motivasi tambahan dalam belanja produk yang Anda tawarkan itu.

Berikut ini beberapa media yang bisa Anda gunakan untuk mengubah teknik marketingmu menjadi viral marketing. Semua media ini dapat Anda terapkan

dalam berbagai kegiatan promosi termasuk promosi situs, promosi produk dan lain-lainnya. Ini dia kelima media tersebut:

1. Ebook

Tren Ebook makin meningkat dewasa ini di masyarakat. Hal ini membuatmu bisa memanfaatkannya secara optimal untuk berpromosi. Buatlah ebook dengan tema menarik dan informatif sekaligus mendidik bagi orang banyak. Setelah itu kita bagikan secara gratis kepada calon konsumen. Tentunya siapa saja suka dengan yang gratis bukan? Nantinya keuntungan dari penerapan ebook sebagai media viral marketing adalah penyebarluasan nama startup-mu atau keterangan mengenai produk yang tercantum di dalam ebook. Pastikan topik yang Anda angkat di ebook buatanmu

berhubungan dengan produk atau bidang yang sedang Anda promosikan. Calon konsumen yang mengunduh, menyimpan kemudian berbagi ebook buatanmu dengan teman-temannya secara tidak langsung akan membuat produkmu dikenal oleh banyak orang. Adapun manfaat lain yang bisa Anda peroleh adalah konsumen yang merasa terbantu dengan ebook tersebut diharapkan nantinya akan memberikan balas jasa kepadamu.

2. Video

Selain ebook, media yang sering digunakan dalam viral marketing adalah video. Prinsipnya sama dengan penggunaan ebook yaitu, materi yang disampaikan harus menarik dan mendidik bagi para calon konsumen. Anda juga bisa memanfaatkan layanan situs tertentu

untuk mengupload video seperti Youtube, Vimeo (RIP) atau situs komunitas video lainnya guna meningkatkan potensi kunjungan.

3. Gambar.

Penggunaan gambar sebagai media viral marketing juga tidak kalah efektif. Syarat utama sebuah gambar yang dijadikan media viral adalah gambar tersebut harus menarik dan menggoda calon konsumen untuk memilikinya kemudian berbagi dengan orang lain. Penerapannya hampir sama dengan jika kita membuat sebuah poster atau billboard promosi produk. Keberadaan identitas produk di gambar tersebut harus jelas.

4. Artikel berlangganan.

Penggunaan fasilitas artikel berlangganan (feed post) di blog atau situs bertujuan

agar hubungan kita dengan para konsumen tetap terjaga dengan baik. Pemanfaatannya bisa dilakukan dengan selalu memberikan informasi terbaru dan terupdate seputar produk yang kita pasarkan langsung lewat email mereka masing-masing. Dengan begitu mereka akan merasa diperhatikan karena terus mendapat arus informasi terkini.

5. Jejaring sosial.

Nah ini yang banyak dimanfaatkan oleh para pengusaha dalam menerapkan strategi viral marketing. Masyarakat kini menggunakan jejaring sosial secara besar-besaran. Layaknya sebuah ‘dunia’ baru, cara terbaik menangkap peluang ini adalah dengan tergabung di tengah-tengah komunitas jejaring sosial agar kita dekat dengan mereka. Dengan begitu peluang pemasaran produk kita akan

semakin efektif. Media sosial juga sangat memungkinkan untuk digunakan sebagai sarana berbagi antar penggunanya. Dengan kata lain ia memiliki efek viral secara tidak langsung, jadi kenapa tidak memanfaatkan kemudahan ini?

Viral marketing merupakan strategi pemasaran yang dianjurkan bagi bisnis online yang sedang berkembang dan ingin produknya dikenal oleh masyarakat. Viral marketing tidak memerlukan biaya besar namun efek yang ditimbulkan bisa sangat besar terhadap produk yang Anda tawarkan. Dalam viral marketing, kejujuran dan integritas penting adanya. Jangan sampai bisnis online Anda hancur karena konsumen kehilangan kepercayaan kepadamu. Kita bisa saja melakukan promosi besar-besaran, namun apa yang tertuang di dalamnya

harus berdasar pada kenyataan dan tidak perlu mengada-ada.

Teknik Pemasaran Blue Ocean



Pemasaran merupakan suatu kegiatan untuk mempromosikan produk usaha dengan cara yang efektif dan efisien. Salah satu teknik yang populer dalam pemasaran yakni teknik pemasaran Blue Ocean. Teknik Pemasaran Blue Ocean merupakan teknik pemasaran yang pada umumnya digunakan oleh pengusaha pemula untuk meningkatkan jumlah

penjualan. Teknik pemasaran ini muncul sebagai terbosan baru kreatif dan inovatif dalam menghadapi persaingan bisnis yang semakin kompetitif. Teknik pemasaran blue ocean ini tak hanya sebatas strategi pemasaran biasa melainkan menggunakan upaya sekreatif dan semaksimal mungkin yang belum pernah digunakan oleh kompetitor lainnya. Inti dari teknik pemasaran ini ialah mengeksplorasi ide-ide kreatif, unik, dan paling berbeda yang belum pernah diterapkan oleh kompetitor dan usaha-usaha lainnya.

Teknik pemasaran Blue Ocean pertama kali dinyatakan oleh W. Chan Kim dan Renee Mauborgne, menurut mereka strategi ini mengajak pelaku usaha agar mencari dan menggunakan pangsa pasar yang belum pernah dilirik ataupun disentuh oleh kompitetor atau orang

lainnya. Dibanding harus terjun ke dalam dunia persaingan usaha yang sangat kompetitif, teknik blue ocean ini mengajak para pemilik usaha agar menghindari masuk ke dalam kompetisi yang penuh persaingan tersebut. Secara implementatif, ada beberapa tips yang dapat Anda terapkan saat akan menggunakan teknik pemasaran blue ocean. Berikut ini merupakan ulasannya:

1. Menciptakan pangsa pasar yang berbeda

Dalam teknik pemasaran blue ocean ini kuncinya ialah tampil beda atau menjadi berbeda dari lainnya. Saat akan membuka usaha atau berkecimpung di dunia usaha pastikan agar memilih tema usaha yang unik dan berbeda dari lainnya. Contohnya ialah Anda dapat memilih hobi atau passion Anda tentang

sesuatu menjadi tema bisnis yang menarik perhatian. Misalnya Anda memiliki passion terhadap dunia otomotif lalu memiliki ide untuk membangun kafe atau restoran yang berbasis otomatif. Konsep atau ide bisnis seperti ini dapat menarik perhatian karena berbeda dengan restoran pada umumnya serta akan memberikan hasil banyaknya jumlah pengunjung dari tempat tersebut.

2. Ciptakan produk-produk unik dan berbeda

Setelah membuat konsep bisnis dan usaha yang berbeda dengan lainnya, langkah selanjutnya yakni membuat menciptakan produk yang berbeda dengan lainnya. Menciptakan produk yang baru dan unik dapat dihasilkan melalui proses brainstorming atau riset terhadap produk-produk yang

ada di pasar. Misalnya yakni jika konsep bisnis Anda ialah restoran berbasis otomotif maka ciptakanlah produk makanan yang unik misalnya kue sajian yang diberi nama otomotif serta penyajiannya yang menggunakan barang-barang otomotif dan hal-hal menarik lainnya. Dengan berani tampil beda dibanding produk lainnya, maka konsumen atau target pasar yang dituju akan semakin tertarik untuk melakukan kegiatan konsumsi pada produk yang Anda miliki.

3. Langkah ketiga yang bisa diterapkan dalam teknik pemasaran blue ocean yakni melakukan branding atas usaha atau produk yang Anda miliki. upayakan membuat brand yang unik, memorable, dan berbeda dibanding lainnya. Brand ini bisa saja meliputi

slogan, kemasan produk, atau hal-hal lainnya yang mampu meningkatkan awareness target market yang dituju terhadap produk yang Anda miliki. Misalnya saja Anda dapat menerapkan penggunaan tagline iklan yang menarik, easy listening atau eyectching dari segi tampilan. Pembuatan tagline bisa direncanakan dan digunakan untuk jangka panjang hingga dapat tertanam di benak khalayak yang dituju. Contoh tagline yang begitu menempel erat di pikiran konsumen yakni *I'm lovin' it* yang langsung diasosiasi dengan restoran siap saji McDonald.

Ketiga tips tadi patut dijadikan referensi saat Anda ingin menggunakan teknik pemasaran blue ocean. Inti dari teknik ini alah menciptakan usaha

maupun produk yang benar-benar berbeda, memiliki kreativitas tinggi dan mau berinovasi. Selamat mencoba!!

Nah, sekarang saya ingin membahas metode marketing yang sangat saya suka. Namanya “affiliate” marketing. Dalam affiliate marketing, Anda meminta bantuan orang lain untuk memasarkan produk-produkmu. Sebagai imbalan, jika barang tersebut terjual, orang tersebut nantinya akan mendapatkan komisi.

Konsep ini sangat banyak diterapkan di dunia bisnis modern, terutama bisnis online. Mulai dari Amazon, eBay, sampai Lazada; semuanya mengadopsi strategi ini. Bagaimana penjabarannya? Ini dia penjelasannya!

Konsep dan tips affiliate marketing



Apa sih itu *affiliate marketing*? Affiliate marketing merupakan suatu sistem bisnis dengan membayar jasa seseorang ketika orang tersebut mampu menjual produk atau jasa seorang affiliate merchant. Pada dasarnya kegiatan affiliate marketing ini telah ada sejak dahulu kala. Lantas muncul pertanyaan bagaimana sih cara affiliate marketer tersebut memasarkan produk affiliasi tersebut? dalam hal ini,

ada banyak strategi, metode, ataupun jurus yang bisa diterapkan, akan tetapi masalah yang sering dijumpai ialah seorang affiliate marketer tidak mampu menerapkan metode atau strategi yang sesuai untuk mencapai hasil yang maksimal melainkan semakin bingung terhadap beragam metode yang digunakan. Dengan banyaknya permasalahan seperti itu, tidak ada salahnya Anda mencoba menerapkan tips dan langkah-langkah untuk memasarkan produk affiliasi yang benar-benar berbeda dibanding yang pernah Anda gunakan sebelumnya. Berikut ini merupakan beberapa tips yang dapat Anda terapkan untuk dapat memasarkan produk affiliasi secara maksimal:

1. Affiliate marketer kebanyakan selalu menutupi link situs affiliasi web mereka.

Dalam hal ini affiliate marketer dapat menggunakan teknik cloaking. Pada umumnya, pengunjung tidak akan mengklik link yang ada di website Anda yang menagarah pada program affiliasi di situs yang Anda miliki. dibanding dengan cara tersebut, pengunjung lebih tertarik untuk mengungi situs yang Anda promosikan secara langsung. Solusi yang perlu diterapkan ialah dengan cara menutup URL Anda, dengan menggunakan teknik cloaking.

Teknik ini akan menyamarkan kode affiliasi di situs Anda sehingga pengunjung akan tetap bisa memasuki situs affiliasi Anda tanpa harus mengklik link situs affiliasi di laman tersebut.

2. Distribusikan artikel atau tulisan Anda melalui website/forum

direktori artikel seperti goarticles.com, ezinearticles.com, dan lainnya.

Mempromosikan situs Anda melalui artikel atau tulisan Anda yang memiliki genre atau fokus akan tema tertentu dapat memperluas reputasi Anda di dunia online. Dengan rutin mendistribusikan artikel Anda, Anda akan mendapatkan manfaat berupa adanya link back dari situs web lainnya yang bermanfaat pada jumlah kunjungan yang meningkat.

3. Fokus dan konsisten terhadap pasar yang dituju

Salah satu upaya yang dapat ditempuh seorang affiliate marketer yakni dengan fokus pada target market yang dituju dengan tema-tema yang konsisten. Dengan cara ini, maka akan mampu

meningkatkan jumlah pengunjung di situs Anda. Selain itu, apabila Anda terus konsistem menyajikan tema yang sesuai dengan kebutuhan target market yang Anda tuju maka akan tercipta bonding sehingga mereka akan cenderung untuk tertarik dan penjualan menjadi meningkat.

4. Memiliki autoresponders

Hal wajib yang harus dimiliki oleh affiliate marketer yakni autoresponders. Autoresponders merupakan salah satu alat untuk memfollow up prospek pengunjung situs yang Anda miliki.

Autoresponders mampu memberikan kemudahan bagi Anda agar mengirimkan serangkain pesan email kepada orang-orang yang mau mendaftarkan alamat email mereka.

Metode ini merupakan metode yang sesuai untuk membangun daftar list email, serta memungkinkan Anda untuk menghubungi pelanggan potensial guna menawarkan produk afiliasi. Dengan memiliki daftar pembaca pada laman yang Anda miliki, hal ini akan memudahkan Anda untuk mengontak mereka kapan saja untuk memberitahukan produk-produk baru.

5. Halaman website menjadi sarana pra-penjualan produk affiliasi. Salah satu cara yang dapat Anda terapkan untuk menghasilkan penjualan yang optimal ialah dengan membangun halaman website untuk pra-penjualan produk affiliasi. Upaya yang dapat dilakukan dalam hal ini yakni membuat halaman testimonial

atau halaman review dalam situs Anda. Halaman testimonial atau halaman review tersebut bisa berisi mengenai produk atau jasa yang akan Anda promosikan.

Dengan menerapkan kelima tips tersebut akan mampu membuat Anda menjadi affiliate marketer yang sukses dan memiliki penghasilan yang optimal.

Satu lagi, konsep affiliate marketing ini tidak bisa lepas dari yang namanya “faktor kali”. Apa definisi dari “faktor kali” tersebut? Berikut penjabarannya:

Strategi Faktor Kali dalam Marketing



Kalau kita jeli sedikit saja, peluang besar pasar global tidak hanya bisa diraih oleh bisnis berskala besar saja, tetapi justru yang berskala menengah dan kecil mempunyai potensi untuk berkompetisi

sumber daya otak yang mengelola pemasaran setiap bisnis. Dalam realitasnya harus kita akui bahwa cara berbisnis kita masih jauh dari bisnis global. Untuk memasuki era global seringkali kita melakukannya hanya dengan coba-coba, nah inilah tugas kita dalam membenahi arena perbisnisan kita, agar dapat lebih berbobot dalam menata strategi bisnis agar siap memasuki era global.

Nah menurut Tung Desem Waringin yang dimaksud dengan faktor kali dalam dunia

bisnis adalah dimana saat kita melakukan suatu bisnis dan mempunyai efek domino. bila menggunakan faktor kali maka sekali promosi bisnis terjadi, maka efek yang dihasilkannya begitu besar.

Maka dari itu kita sangat perlu memperhatikan faktor kali yang bisa menambah keuntungan dari hasil penjualan produk bisnis kita.

Anda bisa melihat, banyak orang yang meraup untung besar dan menjadi kalangan eksekutif dari bisnis mereka.

Mengapa? Karena mereka menggunakan nilai tambah yang mereka punya dan faktor kali dengan maksimal. Nah ada pula orang yang mempunyai bisnis menjanjikan tetapi dia biasa-biasa saja.

Mengapa? Karena dia punya faktor tambah tetapi lupa dengan faktor kali sehingga dia gagal mendapatkan untung yang besar tapi juga tidak merugi.

Nah Anda juga bisa melihat ada banyak sekali orang-orang yang merugi diluar sana, sekali lagi, mengapa? Tidak lain adalah karena dia menggunakan faktor

kali tetapi lupa dengan nilai tambah yang bisa menopang bisnis mereka.

Faktor kali adalah faktor yang membuat keuntungan kita berkali kali lipat tanpa kita harus melipatgandakan diri dan tenaga kita.

Karena dari faktor kali kita memanfaatkan orang lain untuk melipatgandakan keuntungan kita.

Jadi jika Anda ingin menjadi pebisnis profesional dengan omset yang besar setiap bulannya, Anda harus mempelajari

menggunakan nilai tambah dan faktor kali ini dengan semaksimal mungkin.

Contoh sederhana dari faktor kali adalah jika Anda memilih bisnis jual beli online misalnya, tetapi Anda menjadi distributor dengan banyak reseller dimana mana.

Kamu mematok keuntungan 10.000 untuk satu produk yang dijual reseller, jika satu orang reseller bisa menjual 100 barang perharinya maka Anda bisa menghitung sendiri keuntungan Anda setiap harinya, yaitu berkisar 1.000.000 perhari.

Nah jika Anda mempunyai banyak reseller bahkan puluhan misalnya, Anda dapat memperkirakan sendiri omset yang bisa Anda dapatkan perharinya.

Contoh lainnya adalah jika Anda menjadi penyedia tenaga outsourcing, seperti pembantu rumah tangga yang saat ini banyak dibutuhkan konsumen. Anda bisa meminta fee 50 ribu/bulan dari klien anda, jika Anda hanya memasok 3 atau 4 pembantu maka keuntungan Anda tidak akan terasa, tetapi bagaimana jika Anda bisa memasok sampai tembus ke angkar

ribuan?

Bisa Anda kalikan sendiri ya hasilnya, yang sudah pasti membuat Anda tergiur dengan jumlahnya. Tetapi sekali lagi Anda harus ingat, faktor kali harus diiringi dengan nilai tambah agar hasilnya maksimal

Apa saja yang bisa dijadikan faktor kali?

Media Sosial

Kamu bisa menjadikan media sosial sebagai faktor pengali anda, kenali

konsumen dan pilih media sosial yang tepat untuk Anda mempromosikan bisnis Anda.

Misalnya target Anda adalah ibu rumah tangga, maka Anda bisa memasang iklan di facebook, televisi, atau radio

Jika target Anda adalah pengusaha, Anda bisa memasang iklan di koran koran ternama, di majalah atau media berita elektronik seperti yahoo atau detik

Jika target Anda adalah remaja, Anda bisa

menggunakan Instagram, twitter, dan radio untuk menjadi faktor pengali Anda.

Sales, member bisnis MLM

Salesman produktif merupakan faktor pengali, sama halnya dengan member bisnis MLM yang produktif.

Nilai ekonomis suatu jaringan adalah = jumlah pengguna² .

Dalam kasus ini, jika Anda masih bekerja sendiri maka tidak ada hasilnya.

Semakin banyak Anda merekrut orang untuk ikut bergabung dengan Anda maka jaringan yang Anda bentuk akan semakin besar dan menimbulkan efek domino yang besar pula yang berpengaruh dengan keuntungan Anda.

Misalnya jika Anda berhasil merekrut dua orang, maka dua orang akan merekrut dua orang lagi sehingga jaringan Anda baru menjadi 4 dan begitu seterusnya.

Joint Venture

Ini adalah faktor kali yang digunakan oleh Bill Gates walaupun telah kita ketahui sendiri produk Windows banyak pembajakannya.

Bill gates melakukan kerja sama langsung dengan produsen komputer raksasa dunia seperti DELL, Toshiba, HP, SONY dan sebagainya.

Yang mana para produsen itu memiliki konsumen yang besar pula, sehingga membuat Bill Gates tetap meraup

keuntungan yang besar meskipun produknya telah digandakan secara illegal.

Tetapi tentu saja sebelumnya Bill membuat nilai tambah terlebih dahulu untuk produknya seperti Ms.Office yang banyak dipakai semua kalangan dan sangat bermanfaat dalam segala aspek.

Popularitas

Popularitas bisa menjadi faktor kali yang menjanjikan, bisa Anda temukan

misalnya "Baju Ala Syahrini" , "Kemeja Ala Jokowi Dodo", atau "Dasi Ala Cak Lontong"

Misalnya tokoh tokoh diatas menggunakan suatu produk tertentu maka itu akan menarik keuntungan yang besar pula. Karena sang produsen tidak perlu repot untuk mempromosikan produk mereka, karena sudah dipakai oleh tokoh tokoh ternama.

Konsep ini juga digunakan oleh Perusahaan raksasa seperti Adidas, Nike,

Emirates, yang memasang nama produk mereka di kostum para pemain kelas dunia, sehingga walaupun kostum itu dibajak, nama produk mereka tetap akan ada di kostum tersebut.

Cara Menciptakan Sistem Faktor Kali dalam bisnis Anda



Mungkin Anda bertanya tanya mengapa saat ini ada banyak orang yang bisa sukses padahal baru saja memulai bisnisnya. Mengapa? Itu karena mereka memanfaatkan faktor kali atau multiplier effect mereka dengan semaksimal mungkin. Usaha yang masih menggunakan faktor tambah biasanya berjalan lebih lambat atau kurang mendapatkan keuntungan. Coba saja

Anda bandingkan $2+2 = 4$, $4+4= 8$, $8+8= 16$ dengan $2\times 2 = 4$, $4\times 4 = 16$, $16\times 16 = 256$ hasil perkalian jauh lebih fantastic bukan?

Apa saja yang yang menjadi faktor kali?

Publikasi

Ingat dengan produk Maicih? Yang sekarang bahkan sudah banyak di eksport?

Padahal itu hanya produk singkong kering biasa yang ditambahkan bumbu pedas tapi menghasilkan keuntungan begitu fantastic.

Tidak lain karena publikasinya dilakukan secara "jor - jor" an sehingga membuat orang penasaran.

Tahu produk The Body Shop? Yang peduli lingkungan seperti tidak melakukan tester pada hewan dan kemasannya dibuat agar ramah lingkungan?

Dan produk Ice Cream yang begitu Fenomenal yaitu Magnum? Apalagi kalau bukan karena publikasi mereka yang sangat "wah" dan eksklusif sehingga membuat banyak orang penasaran.

Iklan

Seperti produk Magnum diatas, Anda ingat bukan bahwa mereka membuat iklan ice cream ini sangat fenomenal dulunya?

Mereka membuat iklan yang begitu spektakuler hanya untuk produk ice cream, sehingga membuat kita bertanya

tanya apakah rasanya se spektakuler
rasanya?

Ini adalah faktor kali dari pemilihan ide
iklan yang mereka tayangkan.

Menggunakan Salesman

Menggunakan sales tentu saja akan membantu Anda dalam mempromosikan bisnis atau produk anda, karena Anda tinggal membayar orang untuk mempromosikan karya Anda tanpa harus Anda terjun langsung kelapangan. Anda bisa melihat peran sales sangat besar saat Anda berbelanja kosmetik di Mall biasanya, maka sales akan berusaha membujuk Anda membeli produk mereka dengan iming iming bahwa Anda akan terlihat cantik setelah mengenakan produk tersebut. Atau jika Anda sedang

melihat lihat mobil, Sales akan menjelaskan kepada Anda dengan riang gembira spek spek pada mobil tersebut dan mengatakan bahwa sedang ada promo dengan kelebihan kelebihan mobil tersebut.

Menggunakan Model

Kamu tahu bukan model yang digunakan produk Clear Men? Ya. Christiano Ronaldo.

Tentu saja ada banyak penggemar CR7 ini diseluruh dunia yang ingin menyamanyamakan dirinya dengan CR7 sehingga membeli produk tersebut.

Ada pula Honda yang menggunakan Dani Pedrosa sebagai icon mereka, tentu saja

membuat konsumen tertarik menggunakan produk mereka karena ingin secepat Pedrosa.

Pemilihan model yang tepat akan membuat omset Anda semakin cepat naik dan perlu disesuaikan dengan budget Anda juga ya.

Membuka cabang

Seperti Mc. Donald, Carrefour, Alfa mart, Gramedia, Matahari yang telah membuka cabang mereka diseluruh Indonesia menambah nilai kali bisnis mereka, karena semakin banyaknya cabang, berarti orang akan semakin sering melihat produk tersebut sehingga gampang di ingat dan gampang ditemukan. Orang akan berasumsi,

semakin banyak cabang suatu bisnis maka akan semakin bagus kualitasnya karena berarti produk tersebut telah dipercaya banyak orang.

Memanfaatkan media internet

Tidak dapat dipungkiri lagi bahwa bisnis online makin menjamur di Indonesia saat ini. Kita bisa membeli apapun lewat internet seperti baju, mobil, handphone, aksesoris, tiket pesawat dan produk elektronik lainnya lewat web web kaskus, olx, lazada, traveloka dan banyak lagi.

Memanfaatkan media internet tentu saja banyak manfaatnya, selain

mempermudah konsumen, juga karena dia tidak membutuhkan dana yang besar.

PENUTUP

Setelah membaca semua artikel di ebook ini, langkah selanjutnya adalah menjalankan semua strategi dengan seksama. Satu demi satu, sedikit demi sedikit. Jika dijalankan dengan konsisten dan konsekuensi, strategi-strategi bisnis tersebut pasti bisa meningkatkan omset bisnis Anda.

Selamat menjalankan, semoga sukses!
Tim Inspira Research Center