



# FROM ZERO TO HERO



## KATA PENGANTAR

Apakah anda sedang mencari pekerjaan? Atau justru anda sedang mencari ide untuk menciptakan pekerjaan bagi anda sendiri? Kebanyakan orang sangat merasa siap untuk mencari pekerjaan tetapi sangat tidak siap jika harus menciptakan lapangan kerja bagi dirinya sendiri. Mengapa hal itu terjadi? Sangat banyak jawaban yang bisa diberikan, namun umumnya karena kebanyakan sistem pendidikan kita, baik formal maupun tidak formal sudah mengajarkan kepada kita, kalau habis selesai sekolah, ya mencari kerja, bukan menciptakan pekerjaan. Ini fakta, bukan teori !

Jika anda ingin menciptakan pekerjaan sendiri untuk diri anda, berarti anda menjadi seorang entrepreneur. Menjadi seorang entrepreneur sejati berarti harus siap terjun bebas ke dunia yang penuh tantangan dan ketidakpastian. Maksudnya adalah seorang entrepreneur atau wirastastawan harus siap hidup dengan penghasilan yang tidak menentu. Bisa saja suatu saat anda berpenghasilan besar. Bisa juga penghasilan anda kecil, bahkan bisa tidak berpenghasilan sama sekali. Seorang entrepreneur sejati adalah seorang yang memiliki modal, kemampuan dan daya usahanya dengan memperhitungkan resiko dan berani menanggung resiko, dengan melihat berbagai peluang yang ada di depannya, lalu berusaha menjual produk atau layanan jasa kepada pihak lain dengan mengharapkan keuntungan dari hasil jerih payah usahanya.

Buku yang kami susun ini merupakan kompilasi dari beberapa literatur yang berisi tentang kisah sukses wirausahawan dunia yang memulai usahanya dengan "From Zero To Hero" artinya dalam mencapai kesuksesan mereka memulai usaha dari nol. Oleh karena itu kami berharap dengan adanya buku ini dapat menambah wawasan dan menjadi motivasi sendiri bagi pembaca untuk menjadi seorang entrepreneur. Dalam kesempatan ini kami juga ingin menyampaikan terimakasih kepada Dosen Pembimbing Matakuliah Kewirausahaan yaitu Bapak Drs. Mustofa, M.Si atas bimbingan, dorongan dan motivasi dalam membuat buku kompilasi ini.

Kami menyadari bahwa buku ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu kritik dan saran pembaca sangat kami harapkan guna perbaikan pada penerbitan yang selanjutnya. Akhirnya kami mengucapkan banyak terimakasih.

Malang, 10 Desember 2013  
Kompilator,

Mahasiswa Prodi Geografi  
Offering G 2012

**DAFTAR ISI**  
**5 KISAH SUKSES FROM ZERO TO HERO**  
**PRODI GEOGRAFI OFFERING G 2012**  
**UNIVERSITAS NEGERI MALANG**

No.	Nama	Hal.	Judul Kisah Sukses
1.	<i>Achmad Junaidi</i>		<i>Bisnis Telur Asin, Siomay Kang Cepot, Apple Steve Jobs, Kisah Sukses Dahlan Iskan, Purdi E. Chandra</i>
2.	<i>Ahmad Bindar Hasan</i>		<i>I Nyoman Sudi Artawan , Batik Maretta Astri , Sunarno, Bisnis Bengkel Vespa Dudi Purwanto, Bed Cover Unik "Simply Idea"</i>
3.	<i>Anton Bagus N.</i>		<i>Nasi Goreng 69, Abon Lele Sekar Mutiara, Penjahit Jadi Miliyarder, Peternak Sapi Perah, Dapur Solo (DS)</i>
4.	<i>Ayu Rahmawatie</i>		<i>H. Simin, Sun Pertty Laundry, Bisnis Pisang Goreng Pasir, Kisah Sukses Peternak Bebek, Lele Tama</i>
5.	<i>Didit Arif Satriono</i>		<i>Arifdiarto Ambar, Yuliasiane, Rustono, Aghnia Nabila, Made Ngurah Bagiana</i>
6.	<i>Dwi Safitri Silviani P.</i>		<i>Suhandi Wijaya , Firdaus Ahmad, Brownies Singkong, Tahu Pelangi, Bisnis Limbah Kayu Supangkat</i>
7.	<i>Eka Norma Lilitasari</i>		<i>Jamur Kriuk, Kertas Bekas Rhobi Shani, Pt Harfana Halim Indah, Kisah Adi Pemilik Cv Intascus Sport, RM Palapa</i>
8.	<i>Erfin Ardinata</i>		<i>Sukses Mengolah Limbah Menjadi Mebel, Dewi Tanjung Sukses, Basrizal Kot, Susi Airlines, Penjual Bros Ita Yudi</i>
9.	<i>Fahrur Rozi Zuhri</i>		<i>Coffee Toffee, 'Egg Roll' Ubi Ungu , Sayfudin Zuhri , Bisnis Kopi Gayo, Bisnis Jamur Eddy W. Santoso</i>
10.	<i>Faizal Fajar Rosyad</i>		<i>Pengusaha Keripik Sukun, Nellys Juragan Beras, Cokro Tela Cake, Ikan Bakar Babe, Kisah Sukses Aswan</i>
11.	<i>Hafsya as Sajdah</i>		<i>Top Ittipat , Bisnis Kebab Turki Ala Baba Rafi , Duck' Suhendra, Geni Art , Bambang Widi Nugroho</i>
12.	<i>Hatta Nizam</i>		<i>Bakso Ino Pak Tri, Bisnis Sabun Herbal, Bisnis Sandal Gunung, Kue Serabi Keraton, Bisnis Boneka Handmade Nusantara</i>
13.	<i>Ikaf Fajar Maulana</i>		<i>Mittran Sampah, John Peter Penjual Rongsokan, Iwan Sunito Holding Groups, Cv Laksmi Prima</i>
14.	<i>Inggita Cahya Rama</i>		<i>Fotokopi Arta Prima, Waroeng Spesial Sambal (Ss), Salon Kecantikan Mobil Has, Keripik Mujahir Banjarnegara, Erajaya HP</i>
15.	<i>Irlina Priyantini</i>		<i>Eka Tjipta Widjaja, Kisah Dian Pelangi , Brownies Kukus Amanda, Bisnis Gelas Lukis Dyah, Dodol Lidah Buaya Sunani</i>
16.	<i>M. Faqih Hidayatullah</i>		<i>Keripik Pedas 'Maicih', Angkringan Bu Juweni, (Peter Says Denim), Kisah Inspiratif Krisna, Kisah Sukses Bos Cipaganti</i>
17.	<i>Mia Yuli Setyowati</i>		<i>Kisah Sukses: Mantan Pemulung, Aceh Jezz Bubur, Kisah Sukses Juragan Tahu, , Pengusaha Tas Eiger</i>
18.	<i>M. Maulana Habibi</i>		<i>Lean Archer, Robert Nay, Mark Bao, Lizzie Marie Likness, Farrhad Acidwalla</i>
19.	<i>M. Afi Solihudin</i>		<i>Akio Morita , Bakso Malang Cak Eko, Woroeng Steak N Shake , Soichiro Honda, Kisah Sukses: Aqua</i>
20.	<i>M. Akbar Diaz N.</i>		<i>Teh "Kempot", Tahu Kress, Kisah Pemilik Kaskus, Kisah Sukses Juragan Songket, Bisnis Ayam Jet Set</i>
21.	<i>Muhammad Fahri</i>		<i>Suci Utami Olshop, Andika Eprodeco, Sandiaga Uno, Master Bebek, Sergei Brin dan Larry Page</i>
22.	<i>Nur Anggraeni A.W</i>		<i>Kisah Juragan Pasir, Petinggi Sarinah Jimmy Gani, Kisah Martha Tilaar, Bimbel Solusi ala Mantan Pengamen, Ical Bakrie</i>
23.	<i>Nurhayat</i>		<i>Edi S. Kurniawan, Kisah Sukses Sidik, Kisah Sukses Pramono, Bisnis Ice Cream Goreng Bu Susi, Pak Tri Sumono</i>

<b>24.</b>	<i>Rachmat Agumdhana</i>		<i>Juragan Ayam Potong, Pengusaha Krupuk Sukses , Pengusaha Telur Puyuh, Rempeyek Ilham, Juragan Jaringan Swalayan</i>
<b>25.</b>	<i>Rinda Yuli</i>		<i>Sukses Ouval Research , Es Teler 77 , Arla Gift Shop, La Tulipe, Lika Liku Sony Sugema College</i>
<b>26.</b>	<i>Siti Bayatin</i>		<i>Bill Gates, Roti John Bali Fresh, Bob Sadino, Suci Mardiko Si Penjual Bubur, Cerita Penjual Pulsa Keliling</i>
<b>27.</b>	<i>Siti Nurin Nuzulah</i>		<i>Kisah Sukses Rasulullah Saw, Pengusaha Konveksi Lukman, Bapak Sukamto, Chairul Tanjung, Mutiara Siti Fatimah</i>
<b>28.</b>	<i>Susilawati</i>		<i>Sambal Roa Judes, Keripik Tempe Bu Noer, Bakso Kepala Sapi, Burger Klenger, Kopi Rempah - Dewi Kumbi</i>
<b>29.</b>	<i>Tri Adi Nugraha</i>		<i>Just Mine Bisnis Pisang Ijo, Saptuari Owner Kedai Digital, Keripik Singkong Pedas (Karuhun), Lele Lela, Tela Tela</i>
<b>30.</b>	<i>Verdhyan Hardi K.</i>		<i>Kinabalu Glass, Bisnis Donat Madu Cihanjuang, Tas Anyaman “Tas Gendhis”, Pengusaha Kue Lapis Bogor, Kopi Kapal Api</i>
<b>31.</b>	<i>Viqi Zulfikar K.</i>		<i>Villa Kek Pisang, Sambel Pecel Bu Roesmadji , Cupcake Jessica , Batik Bedcover, Cuka Apel Tahesta</i>
<b>32.</b>	<i>Wisnu Khijir Ismail</i>		<i>Sugimun Cahaya Baru, Sasang Bisnis Kreasi Ampas Kopi, Warteg H. Karjo , Sandal “imucu”, FAUZI Bos Properti</i>
<b>33.</b>	<i>Yoga Bayu Aggitama</i>		<i>Kisah Sukses Andi Nata, Annur Budi Utama, Urana Indah Paramita, Fauzan Adhima Efwandaputra, Hamzah Izzulhaq</i>

## **KISAH SUKSES IBU PINIK DENGAN BISNIS TELUR ASIN**



Kisah kali ini adalah tentang pengalaman seorang pebisnis telur asin memulai usahanya. **Ibu Pinik**, pemilik merek telur asin EL ini memulai usaha telur asin rumahan karena terinspirasi dengan banyaknya peminat telur asin, namun masih sedikitnya pebisnis yang melirik bisnis ini, sementara bahan baku di daerahnya yaitu berupa telur bebek segar sangat berlimpah ruah. Walaupun sempat merasa ragu, akhirnya dengan berpikiran positif, ia mencoba merealisasikan bisnis telur asin ini.

Dimulai dari ide tersebut, akhirnya ia mencoba untuk membuat telur asin. Percobaan pertamanya gagal karena telur-telur itu menjadi terlalu asin dan kurang enak untuk di konsumsi. Setelah mengalami beberapa kali kegagalan, akhirnya ia berhasil juga menciptakan resep telur asinnya sendiri dan ia pun mulai memasarkan telur asin itu kepada teman-temannya dan keluarganya. Aspirasi teman dan keluarga yang menyukai telur asin buatannya tersebut membuatnya semakin bersemangat untuk terus mengembangkan bisnis telur asin ini.

Namun masalah baru muncul. Ia tidak pandai berjualan. Ia hanya bisa memproduksi telur-telur tersebut lalu menunggu teman atau keluarganya membeli telur-telur itu. Ia belum pernah mempunyai pengalaman untuk berjualan. Padahal, jika ingin usaha telur asinnya ini berkembang ia harus memasarkan produknya secara luas.

Dari berbagai artikel, dari saran teman-teman dan keluarganya, maka ia harus mencoba menitipkan telur asin buatannya tersebut ke toko-toko kue dan ke depot-depot makan. Mungkin bagi orang yang terbiasa berjualan, hal ini sangatlah mudah. Tinggal membawa telur asin tersebut ke suatu toko atau depot makan, meminta pemilik toko atau depot tersebut menerima titipan telur-telur asin itu dan selesailah sudah.

Tapi apa yang dialami ibu Pinik ini jelaslah tidak semudah yang dibayangkannya. Pemilik toko yang pertama kali dikunjunginya menolak untuk dititipi telur asin itu dengan alasan produknya masih belum dikenal. Padahal ibu Pinik ini dengan rela memberikan bonus telur untuk dicicipi oleh pemilik toko. Begitu pula dengan depot makanan pertama yang dikunjunginya pun menolak karena menganggap telur asinnya itu belum tentu diminati oleh pengunjung depot tersebut. Hari pertama akhirnya dilalui dengan tangan hampa, tidak ada satupun toko dan depot yang dikunjunginya itu mau menerima titipan telur asin-telur asin itu.

Itu berlangsung selama beberapa hari, bahkan hampir dua minggu pertama ia tidak mendapatkan tempat untuk menitipkan produk telur asinnya tersebut. Putus asa? Jelas. Ibu Pinik nyaris putus asa akan usaha ini. Sempat di dalam pikirannya terlintas bahwa bisnis ini tidak akan dapat dipertahankan bahkan ia nyaris menghentikan pembuatan telur asin mengingat telur asin adalah produk makanan yang tidak akan dapat disimpan terlalu lama. Telur asin yang tanpa bahan pengawet hanya bisa bertahan sekitar dua hingga tiga minggu. Jika lebih dari itu, maka rasa dari telur asin itu akan sangat tidak enak dikonsumsi dan menimbulkan bau yang tidak sedap. Dan jelas, telur seperti ini tidak akan bisa dijual dan harus dibuang.

Dalam keputusasaan, ia tetap berpikiran positif, bahwa suatu saat telur asin buatannya ini akan dikenal oleh masyarakat bahkan akan menjadi favorit. Tapi bagaimana hal itu bisa terjadi jika untuk menitipkan sepuluh butir telur asin ke suatu toko saja ia belum mampu?

Pikiran positif yang masih dimilikinya tersebut ternyata menjadi modal terbesar di dalam usaha yang sedang dirintisnya itu. Ia tetap berkeliling setiap hari untuk mencari toko atau depot yang mau menjualkan produk telurnya itu. Berbagai rencana pemasaran ia coba, target penjualan pun diturunkannya, dari toko makanan dan depot makan menjadi warung-warung kecil di pinggir jalan. Hingga akhirnya, ada sebuah warung kecil mau menerima titipan telur asin tersebut. Berawal dari sepuluh butir telur untuk seminggu. Bertambah menjadi dua puluh butir untuk seminggu hingga akhirnya, di satu warung itu, ia mampu menjual lima puluh butir seminggu.

Sejak itu, ibu Pinik berusaha untuk berpikiran positif, maka akan ada banyak jalan keluar yang bisa dicobanya. Pikiran positif membuatnya kebanjiran ide untuk mencoba berbagai peluang, pikiran positif membuatnya berani mencoba pangsa pasar yang mungkin tidak terduga, pikiran positif pula yang membangun kepercayaan diri untuk terus bangkit dan berusaha tanpa pantang menyerah.

Dari pengalaman ibu Pinik, pengusaha telur asin ini maka kita bisa mengambil kesimpulan bahwa pikiran positif akan mampu membuat kita menghadapi berbagai masalah. Ketika kita berpikiran positif maka :

### 1. Tantangan Tak Lagi Menjadi Masalah

Saat kita berpikiran positif, kita akan melihat dari sudut pandang yang berbeda ketika tantangan menghadang jalan kita. Sudut pandang yang berbeda tersebut mampu membuat kita untuk lebih memikirkan solusi untuk mengatasinya daripada hanya mengeluh dan berputus asa seakan-akan kita telah tertimpa kemalangan tujuh turunan.

### 2. Menjadi Lebih Terbuka

Pikiran positif membuat kita menjadi orang yang sangat terbuka bagi lingkungan kita serta bagi orang-orang di sekitar kita. Kehidupan sosial kita menjadi sangat baik karena kita bisa menyesuaikan diri terhadap siapapun yang kita temui. Pikiran positif pula yang membuka pikiran, hati dan diri kita pribadi untuk menerima berbagai hal-hal baru yang akan mengubah kehidupan kita menjadi lebih baik. Kita akan dengan senang hati menerima kritik atau saran yang bisa membantu kita untuk introspeksi diri dan kemudian bangkit dengan perkembangan diri yang jauh lebih baik. Dan hal ini sangat dibutuhkan untuk menjalankan bisnis apapun.

### 3. Terbiasa Menggunakan Bahasa Positif

Jika kita berpikiran positif maka kita akan terbiasa menggunakan kata-kata dan bahasa positif dalam lingkungan pergaulan kita. Sebuah bisnis sekecil apapun bisnis tersebut akan memiliki peluang menjadi bisnis yang besar jika dijalankan dengan banyak hal positif di dalamnya. Bahasa yang positif akan mampu menimbulkan semangat baik bagi pebisnis itu sendiri maupun bagi orang yang berinteraksi dengannya.

### 4. Lebih Banyak Bersyukur

Kita menjadi lebih banyak bersyukur atas apa yang kita miliki. Pikiran positif akan melatih kita untuk tidak membiarkan diri kita larut dalam keluh kesah akan sesuatu yang tidak kita miliki. Dengan banyak bersyukur maka akan lebih banyak lagi kondisi atau keadaan yang kelak akan datang untuk terus kita syukuri.

## KISAH SUKSES PAK MUDIARJO DENGAN SIOMAY KANG CEPOT

**Siomay Kang Cepot** berdiri sejak tahun 1987, penemu racikan Siomay Kang Cepot sendiri adalah **Bapak Mudiarjo**. Dari tahun ke tahun pak Mudi sapaan akrabnya, selalu mencoba mengolah dan memastikan rasa yang khas untuk Siomay Kang Cepotnya. Namun keberhasilan usahanya itu, tidak diraih tanpa kerja keras.

Sejak kecil, Pak Mudi yang dilahirkan dari keluarga yang sangat sederhana ini sudah membantu keluarganya mencari makan sendiri. Hingga menginjak usia remaja, beliau ikut orang ke Bandung untuk berjualan siomay. Setelah mendapatkan pembelajaran tentang berjualan siomay, pak Mudi kembali ke Purbalingga kampung halamannya pada saat acara pemilihan lurah. Lalu beliau mencoba meminjam modal kepada lurah yang terpilih untuk membuka usaha, alhasil beliau mendapat pinjaman sebesar Rp 250 ribu. Dengan modal pinjaman tersebut, pak Mudi gunakan untuk membeli gerobak lengkap dengan peralatannya.



Dari situlah, pak Mudi mulai berjualan siomay dan usahanya pun mulai berkembang, hingga beliau dapat melunasi pinjaman modalnya. Namun usahanya itu tak jarang pula sepi pembeli, maka untuk menambah penghasilan sesekali pak Mudi menarik becak.

Pada tahun 1987, atas ajakan dari temannya, lelaki kelahiran Banjarnegara 51 tahun ini mencoba peruntungan dari berjualan siomay di Kota Yogyakarta. Di Jogjakarta beliau berjualan siomay sembari menarik becak dan menjadi buruh tani. Semuanya pak Mudi lakukan demi menghidupi istri dan enam anaknya. Selain di Jogja, beliau pun sempat berjualan siomay di Pekalongan, Semarang dan Solo. Namun pada tahun 1994 akhirnya pak Mudi beserta anak dan istrinya mengontrak sebuah rumah di Jogja untuk tempat tinggal sekaligus sebagai tempat berjualan siomay. Mulai tahun 1994 tersebut, beliau tidak lagi berjualan siomay keliling dengan menggunakan gerobak.

Kini kita dapat menjumpai Siomay Kang Cepot di Jl. Kaliurang KM 8,5 Dayu Sinduharjo Ngaglik Sleman. Jika dulu pak Mudi menamai usahanya dengan Siomay Super, setelah memiliki tempat sendiri, beliau memberi nama usahanya “Siomay Kang Cepot”, nama kang Cepot sendiri diambil dari nama salah satu ikon wayang golek dari Bandung Jawa Barat yang sudah sangat khas itu. Untuk meracik adonan dan bumbu siomay, Pak Mudi sendiri yang mengerjakannya, namun apabila beliau sedang sakit, maka karyawannya yang membantu membuatnya. Siomay yang dijual Kang Cepot ada 2 jenis, biasa dan spesial. Dikatakan spesial karena full tengiri yang rasanya sangat yummi.

Siomay rebus dan goreng ia jual Rp 1000/ biji, sedangkan untuk siomay super / tengiri, ia jual dengan harga Rp 2.500/biji. Selain itu juga ada tahu, kubis/kol, pare, telur rebus yang dijual Rp 1000/bijinya. Pembeli pun dipersilahkan untuk memilih sendiri menu siomaynya. Kini, Siomay Kang Cepot pun mulai dikenal masyarakat Jogjakarta. Pak Mudi pun kini sudah bisa mengkaryakan 15 orang dengan upah Rp 600ribu sampai Rp.900 ribu. Diantara karyawannya bahkan ada yang sudah 11 tahun membantunya membangun usaha tersebut. Siomay Kang Cepot buka setiap hari pukul 9 pagi hingga 10 malam, ia mengaku rata-rata omsetnya mencapai Rp 4 juta/hari. Dari usahanya itu pula, beliau bisa menyekolahkan dua putranya di fakultas Kedokteran di Solo dan Purwokerto.

Dengan latar belakang pendidikan yang hanya kelas 1 SD, pak Mudi mempunyai tekad besar agar dapat menyekolahkan putra-putrinya hingga jenjang yang lebih tinggi. Beliau sangat yakin bahwa

Tuhan-lah yang mengatur rizki, pak Mudi tidak pernah takut bersaing dengan beberapa orang yang membuka usaha sama dengannya. Bahkan ada salah satu mantan karyawannya yang bisa sukses dengan membuka usaha yang sama yaitu berjualan siomay. Namun diakuinya, omset tempat usahanya tetap stabil.

## **KISAH SUKSES PENDIRI APPLE STEVE JOBS**

Cerita sukses tak selalu bermula dari ide besar. Banyak sukses yang justru lahir dari gagasan sepele. Ada juga yang menanggung untung besar lantaran kelihaiannya mengadopsi dan meniru temuan orang lain. Tetapi tak sedikit juga yang meraih sukses karena keberaniannya menanggung risiko dan kreativitasnya dalam melakukan inovasi terhadap sesuatu yang sudah ada.

Dalam bukunya, Emily Ross & Angus Holland mengisahkan hal ini cukup menarik. Ia juga memilah-milah kisah sukses atas dasar sejarah dan kecenderungannya, sehingga mempermudah pembaca untuk memahami. Sebagai contoh adalah kisah-kisah sukses yang diraih karena kekuatan adaptasi modelnya. Ross & Holland menyebutkan Starbucks yang berevolusi dari hanya sebuah toko penjual biji kopi, dan Coca Cola yang berjaya setelah dikemas dalam botol.



Keberanian mengambil risiko oleh para kreator dan inovator juga menjadi kisah tersendiri. Keberhasilan Apple menjadi salah satu contoh besarnya. Sang penemu, Steve Wozniak, sempat ditolak ketika mengajukannya ke Hewlett-Packard (HP). Ia kemudian menyodorkannya kepada Steve Jobs yang kemudian menjadi mitranya. Dengan modal uang dari hasil menjual mobil VW milik Wozniak dan kalkulator HP milik Jobs, mereka membiayai desain

pertama Apple saat Jobs berusia 21 tahun dan Wozniak lima tahun lebih tua. Siapa sangka kalau kini Apple menjelma menjadi sebuah usaha besar di dunia.

Sementara itu banyak juga sukses besar yang bermula dari gagasan sepele. Liquid Paper adalah salah satu contohnya. Produk ini bermula dari kebingungan sang penemunya, Bette Graham. Saat itu, seorang ibu yang bekerja sebagai sekretaris ini kerap stres lantaran pekerjaannya dalam mengetik. Bayangkan, bagaimana pusingnya dia ketika harus membuat hasil ketikannya rapi dan bersih, sementara ketikannya kerap salah.

Suatu ketika tanpa sengaja dia melihat seorang tukang cat tengah mengecat. Tukang cat itu ternyata tak sengaja menodai hasil kerjanya. Untuk membersihkannya, pengecat itu kemudian menimpa noda itu dengan cat putih.

Dari situ, Graham terpikir untuk melakukan hal serupa. Dia mencoba menggunakan cat tempera putih berbahan dasar air dan kuas tipis untuk menutupi kesalahan ketiknya. Ternyata berhasil. Pada tahun 1957 ketika teman-temannya mengetahui hal ini, Graham mulai mengomersialkan, hingga mampu menjual sekitar 100 botol per bulan. Hebatnya, 15 tahun kemudian, perusahaan yang didirikan berhasil menjual sedikitnya lima juta botol per tahun.

Yang tak kalah menarik adalah sukses besar yang terjadi karena kecerdikannya dalam mengadopsi ide orang lain. Contohnya Dietrich Mateschitz yang mengubah tonik menyehatkan asal Thailand, si

kerbau air merah alias Krating Daeng, menjadi manis dan berbuih yang cocok untuk orang-orang Austria. Ia lantas mengemasnya lebih menarik dalam kaleng ramping, dan memberinya merek Red Bull. Dengan klaim sebagai ‘minuman cerdas’ yang mampu meningkatkan kinerja seseorang, Red Bull menanggung sukses besar. Pada tahun 2006, penjualannya mencapai 3,5 miliar dolar AS, dan kini diperkirakan jauh melebihi angka itu.

Sukses juga bisa terjadi pada seseorang yang memiliki kemampuan berinovasi dan melakukan eksekusi lebih baik terhadap ide yang sudah ada. Michael Dell adalah salah satu contohnya. Ia berhasil menembus industri yang memuja inovasi tanpa membuat inovasi dengan tangannya sendiri. Dia mulai membangun komputer rakitan di kamar kosnya dan menjualnya dengan harga relatif murah melalui pos. Kini, siapa tak kenal komputer Dell?

Langkah sama terjadi pada Sergey Brin dan Larry Page. Ia melakukan inovasi yang serupa, sehingga Google-nya kini sukses menyaingi mesin pencari yang lebih dulu ada, seperti Yahoo!, Alta Vista, dan Lycos.

Dalam buku ini juga diungkapkan tentang para penemu yang kurang beruntung. Sebaliknya keuntungan justru dinikmati orang lain. Salah satu contoh adalah Coco Chanel. Ketika parfum pada umumnya dibuat dengan satu jenis bunga, Coco menemukan ramuan parfum yang luar biasa: hasil perpaduan beberapa jenis bunga yang kemudian menghasilkan Chanel No. 5. Tapi sayang, akibat kesulitan modal, Coco harus berkongsi dengan keluarga Pierre Wertheimer, yang mempunyai infrastruktur untuk memproduksi parfum berskala besar. Hasilnya? Keluarga Wertheimer yang justru menikmati kekayaan, bahkan hingga cucunya yang sekarang.

Seratus jurus sukses bisa menjadi inspirasi bagi pembaca, bahwa sukses besar bisa terjadi pada siapa saja dan dengan cara apa saja. Yang penting adalah ketekunan dan keberanian dalam menghadapi risiko.

Anda pasti mengenal produk Mac, iPod, dan yang terakhir iPhone. Ketiga produk itu adalah brand yang sangat terkenal dari perusahaan Apple Inc. Bahkan, Apple saat ini dianggap sebagai salah satu perusahaan paling berpengaruh dalam perkembangan teknologi dunia. Lantas, apa sebenarnya kunci sukses dari Apple dalam menciptakan inovasi teknologi tersebut?

Adalah sosok Steve Jobs, sang pendiri Apple lah yang memiliki visi jauh ke depan sehingga membuat Apple menjadi perusahaan yang sangat disegani hingga kini. Namun, jika menengok kisah Steve, kita sebenarnya bisa melihat betapa ia adalah sosok pengagum kesederhanaan dan keindahan. Inilah dua kunci dasar – selain visinya ke depan – yang membuat Apple berhasil mematahkan dominasi Microsoftnya Bill Gates.

Bagi Anda yang sudah akrab dengan beberapa produk Apple, pasti segera tahu betapa produk Apple sangat sederhana dan user friendly. Namun, meski sederhana, bentuknya sangat elegan. Inilah yang membuat Apple selalu punya penggemar fanatik. Tentu, hal ini tak bisa lepas dari sentuhan tangan dingin sang pendiri, Steve Jobs.

Steve Jobs lahir pada 24 Februari 1955 dari seorang ibu berkebangsaan Amerika, Joanne Carole Schieble, dan ayah berkebangsaan Syria, Abdulfattah “John” Jandali. Namun, saat dilahirkan, ia segera diadopsi oleh pasangan Paul dan Clara Jobs. Sejak kecil, Jobs sudah menunjukkan ketertarikannya pada peranti elektronik. Bahkan, dia pernah menelepon William Hewlett – presiden Hewlett Packard – untuk meminta beberapa komponen elektronik untuk tugas sekolah. Hal itu justru

membuatnya ditawarkan bekerja sambilan selama libur musim panas. Di Hewlett-Packard Company inilah ia bertemu dengan Steve Wozniak, yang jadi partnernya mendirikan Apple.

IQ-nya yang tinggi membuat Steve ikut kelas percepatan. Tapi, ia sering diskors gara-gara tingkahnya yang nakal – meledakkan mercon hingga melepas ular di kelas. Di usianya yang ke-17, ia kuliah di Reed College, Portland, Oregon. Namun, ia drop out setelah satu semester. Meski begitu, ia tetap mengikuti kelas kaligrafi di universitas tersebut. Hal itulah yang membuatnya sangat mencintai keindahan.

Tahun 1974 ia kembali ke California. Ia bekerja di perusahaan game Atari bersama Steve Wozniak. Suatu ketika, Steve Jobs tertarik pada komputer desain Wozniak. Ia pun membujuk Wozniak untuk mendirikan perusahaan komputer. Dan, sejak itulah, tepatnya 1 April 1976, di usianya yang ke-21, Steve mendirikan Apple Computer. Singkat cerita, kisah sukses segera menjadi bagian hidupnya bersama Apple.

Namun, saat perusahaan itu berkembang, dewan direksi Apple justru memecat Steve karena dianggap terlalu ambisius. Sebuah pemecatan dari perusahaan yang didirikannya sendiri. Meski sempat merasa down, karena kecintaannya pada teknologi, ia pun segera bangkit. Steve mendirikan NeXT Computer. Tak lama, ia pun membeli perusahaan film animasi Pixar. Dari kedua perusahaan itulah namanya kembali berkibar. Hal ini bertolak belakang dengan apa yang terjadi pada Apple. Perusahaan itu justru di ambang kebangkrutan.

Saat itulah, Steve kembali ke Apple, hasil dari akuisisi Apple terhadap NeXT. Banyak orang yang meramalkan Steve tak kan lagi mampu mengangkat Apple. Steve menanggapi dengan dingin. “Saya yakin bahwa satu hal yang bisa membuat saya bertahan adalah bahwa saya mencintai apa yang saya lakukan. Kita harus mencari apa yang sebenarnya kita cintai. Dan adalah benar bahwa pekerjaan kita adalah kekasih kita. Pekerjaan kita akan mengisi sebagian besar hidup kita. Dan satu-satunya jalan untuk bisa mencapai kepuasan sejati adalah melakukan apa yang kita yakini,” sebut Steve.

Kecintaan inilah yang mengantarkan Steve kembali mengorbitkan Apple ke jajaran elit produsen alat teknologi papan atas. iPod dan iPhone saat ini menjadi produk yang sangat laris di pasaran. Visinya ke depan juga membuat iTunes, sukses jadi toko musik digital paling sukses di dunia. Ia menjawab keraguan orang dengan kerja nyata dan hasil gemilang. Bentuk indah, elegan, sederhana, namun powerful, menjadi ciri khas produk Apple hingga saat ini.

Kecintaan kita pada apa yang kita lakukan akan menjadi jalan kita menuju kesuksesan. Hal itulah yang dibuktikan oleh sosok Steve Jobs. Bahkan, meski ia sempat terpuruk dan “diusir” dari perusahaannya sendiri, kecintaannya pada teknologi membuatnya kembali. Inilah bukti nyata bahwa jika kita mencintai pekerjaan kita dengan sepenuh hati, hasil yang dicapai pun akan jauh lebih maksimal.

## KISAH SUKSES DAHLAN ISKAN, SI ANAK MISKIN YANG JADI MENTERI

Kisah sukses Dahlan Iskan lengkap sudah setelah ia dipercaya oleh presiden SBY menjadi Menteri BUMN.

**Dahlan Iskan** lahir pada tanggal 17 Agustus 1951 di Magetan, Jawa Timur. Paling tidak inilah yang tertera di ijazahnya karena mengenai tanggal lahir ini ada cerita unik yang melatari munculnya angka ini, ternyata orang tua Dahlan Iskan tidak ingat tanggal berapa Dahlan kecil dilahirkan. Akhirnya Dahlan memilih tanggal 17 Agustus sebagai tanggal lahirnya supaya mudah diingat karena bertepatan dengan peringatan hari kemerdekaan republik Indonesia.



**Dahlan Iskan** kecil dibesarkan di lingkungan pedesaan dalam keluarga dengan kondisi serba kekurangan. Meski demikian desanya kental dengan nuansa religius, dalam bukunya ‘Ganti Hati’ Dahlan Iskan menceritakan bahwa saat ia kecil, ia hanya memiliki satu celana pendek satu baju dan satu sarung.

**Dahlan Iskan** memulai karirnya sebagai reporter pada surat kabar kecil di Samarinda (Kalimantan Timur) pada tahun 1975. Tahun 1976 ia kemudian menjadi wartawan majalah Tempo. Karirnya terus berkembang hingga pada tahun 1982, Dahlan Iskan berhasil memimpin surat kabar Jawa Pos hingga sekarang.

**Dahlan Iskan** menjadi sosok pemimpin yang mampu merubah wajah Jawa Pos lama yang terpuruk dan hampir mati dengan hanya menghasilkan oplah 6.000 eksamplar, dengan tangan dinginnya dalam waktu 5 tahun Dahlan Iskan merubah Jawa Post menjadi perusahaan besar dengan oplah 300.000 eksamplar, 5 tahun setelah itu terbentuklah Jawa Pos News Network (JPPN), salah satu jaringan surat kabar terbesar di Indonesia, dengan lebih dari 80 surat kabar, tabloid dan majalah, serta 40 jaringan percetakan di Indonesia. Ia pun berhasil mendirikan Graha Pena, salah satu gedung pencakar langit di Surabaya dan kemudian gedung serupa di Jakarta. Pada tahun 2002 ia berhasil mendirikan stasiun televisi lokal JTV di Surabaya, yang kemudian diikuti Batam TV di Batam dan Riau TV di Pekanbaru.

Akhir tahun 2009 Dahlan Iskan diangkat menjadi direktur utama PLN menggantikan Fahmi Mochtar. Dahlan juga merupakan presiden direktur dari dua perusahaan pembangkit listrik swasta: PT Cahaya Fajar Kaltim di Kalimantan Timur dan PT Prime Electric Power di Surabaya.

Berdasarkan pada laporan harta kekayaan penyelenggara negara (LHKPN) terhitung sejak 30 Maret 2011, Dahlan Iskan yang merupakan pemilik Grup Media Jawa Pos ini memiliki harta sekitar Rp.48,8 miliar. Harta ini terdiri dari harta tidak bergerak berupa tanah dan bangunan senilai Rp 8,6 miliar, harta bergerak senilai Rp.2.5 miliar serta surat berharga, giro dan kas lainnya

## KISAH SUKSES PENGUSAHA KECIL - PURDI E. CHANDRA

Kisah sukses pengusaha kecil pendiri sebuah lembaga pendidikan yang awalnya hanya mempunyai satu atau dua murid saja, kini telah memiliki ratusan ribu murid yang hampir tersebar dari Sabang sampai Merauke. Bahkan di tangan beliau, lembaga pendidikan ini berhasil meraih penghargaan dari Museum Rekor Indonesia (MURI) sebagai Bimbingan Belajar Terbesar di Indonesia.

Pasti anda tak habis pikir karena bisnis yang besar dimulai dari bisnis yang kecil, yang hanya satu cabang, dan yang paling parah cuma dua orang murid saja. Tokoh yang satu ini patutlah diangkat kisah perjalanan usahanya sebagai inspirasi kita semua. Namun siapa sangka, keberhasilannya merintis usaha ini ternyata penuh dengan jatuh bangun. Ia sering dihadapi dengan cobaan dan rintangan. Tetapi berbekal kerja keras dan semangat pantang menyerah, akhirnya ia mampu untuk memperluas kesempatan kerja bagi semua orang yang ingin berkarya bersama beliau. Buktinya beliau kini memiliki berbagai bisnis yang banyak dan tersebar di seluruh nusantara. Selanjutnya dengan harapan bisa membagi pengetahuan tentang kisah sukses pengusaha kecil hingga menjadi seorang milyader, marilah kita simak artikel pengusaha sukses berikut ini.



Purdi E Chandra lahir di Lampung 9 September 1959. Secara “tak resmi” Purdi sudah mulai berbisnis sejak ia masih duduk di bangku SMP di Lampung, yakni ketika dirinya beternak ayam dan bebek, dan kemudian menjual telurnya di pasar.

Bisnis “resminya” sendiri dimulai pada 10 Maret 1982, yakni ketika ia bersama teman-temannya mendirikan Lembaga Bimbingan Test Primagama (kemudian menjadi bimbingan belajar). Waktu mendirikan bisnisnya tersebut Purdi masih tercatat sebagai mahasiswa di 4 fakultas dari 2 Perguruan Tinggi Negeri di Yogyakarta. Namun karena merasa “tidak mendapat apa-apa” ia nekad meninggalkan dunia pendidikan untuk menggeluti dunia bisnis.

Dengan “jatuh bangun” Purdi menjalankan Primagama. Dari semula hanya 1 outlet dengan hanya 2 murid, Primagama sedikit demi sedikit berkembang. Kini murid Primagama sudah menjadi lebih dari 100 ribu orang per-tahun, dengan ratusan outlet di ratusan kota di Indonesia. Karena perkembangan itu Primagama akhirnya dikukuhkan sebagai Bimbingan Belajar Terbesar di Indonesia oleh MURI (Museum Rekor Indonesia).

Mengenai bisnisnya, Purdi mengaku banyak belajar dari ibunya. Sementara untuk masalah kepemimpinan dan organisasi, sang ayahlah yang lebih banyak memberi bimbingan dan arahan. Bekal dari kedua orang tua Purdi tersebut semakin lengkap dengan dukungan penuh sang Istri Triningsih Kusuma Astuti dan kedua putranya Fesha maupun Zidan. Pada awal-awal berdirinya Primagama, Purdi selalu ditemani sang istri untuk berkeliling kota di seluruh Indonesia membuka cabang-cabang Primagama. Dan atas bantuan istrinya pula usaha tersebut makin berkembang.

Kini Primagama sudah menjadi Holding Company yang membawahi lebih dari 20 anak perusahaan yang bergerak di berbagai bidang seperti: Pendidikan Formal, Pendidikan Non-Formal, Telekomunikasi, Biro Perjalanan, Rumah Makan, Supermarket, Asuransi, Meubelair, Lapangan Golf dan lain sebagainya. Walaupun kesibukannya sebagai entrepreneur sangat tinggi, namun jiwa organisatoris Purdi tetap disalurkan di berbagai organisasi. Tercatat Purdi pernah menjabat sebagai Ketua Himpunan Pengusaha Muda Indonesia (HIPMI) cabang Yogyakarta dan pengurus Kamar Dagang dan Industri Daerah (Kadinda) DIY. Selain itu Purdi pernah juga tercatat sebagai anggota MPR RI Utusan Daerah DIY. (sumber: purdiechandra.com)

## **ANAK DESA YANG SUKSES BANGUN SEKOLAH PARIWISATA “MONARCH BALI”**

Banyak kiat sukses yang diciptakannya untuk menginspirasi banyak orang. Berasal dari keluarga peternak kambing, kini mampu mengajak ribuan orang keliling dunia. Siapakah sosok itu?



I Nyoman Sudi Artawan adalah putra ketiga dari pasangan suami istri dari Ketut Merta dan Wayan Kenak dari Desa Pelapuan Kecamatan Busungbiu Kabupaten Buleleng. Kedua kakaknya meninggal karena sakit sejak kecil. Tentu ini pukulan berat bagi kedua orang tua Sudi, sehingga orang tua Sudi memutuskan untuk pindah ke desa Bongancina ketika Sudi lahir. Sudi dan orang tuanya yang bekerja harian di tetangganya tinggal di rumah sederhana yang bisa mengakrabkan Sudi sekeluarga dengan susunan kedingin.

Tak ada yang istimewa dari pendidikan kelahiran 1 Desember 1975 \di Desa Mungil Pelapuan ini. Kakak dari Ketut Pariasa ini bersekolah di SMP PGRI 3 Kemoning dan lulus dari SMAN 2 Singaraja yang saat itu memang merupakan sekolah unggulan. Fasilitas dan biaya yang tidak memadai, membuat Sudi harus tetap sekolah sambil bekerja. Tidak ada yang luar biasa pula dalam riwayat prestasinya. Sudi terhitung sebagai anak yang biasa saja di sekolah, bahkan pernah hampir tidak naik kelas. Akan tetapi, karena niatnya untuk maju begitu keras, Sudi berhasil menekuni bahasa Inggris dan bahasa Jepang.

“Salah satu cara saya melatih keterampilan berbahasa adalah ketika setiap pulang kampung ke Desa Bongancina karena tidak memiliki sepeda motor maka saya naik angkutan bus (Bus Manis), begitu pula di kembalinya, saya selalu duduk di barisan depan dan jikalau ada tamu (turis) yang ikut menumpang, saya akan pindah duduk di dekat tamu tersebut dan di sanalah saya memberanikan diri untuk bertanya dan melatih bahasa Inggris dan bahasa Jepang,” ungkap Sudi yang terus berlatih dan menyukai bahasa Inggris.

Keadaan yang memungkinkan untuk Sudi melanjutkan ke Universitas, tidak membuatnya menyerah. Pria yang berprinsip, belajar dengan membaca adalah sumber keberhasilan ini mengikuti kursus bahasa Inggris di ILC Anugrah Denpasar dan menjalani program D1 di BLKP. Untuk membiayai pendidikannya, Sudi berjualan kelapa hampir setiap malam di Pasar Badung yang saat itu dibantu pamannya yang memang seorang penjual kelapa. “Saya tinggal di rumah kotrakan paman, di Jalan Kemuda No.46 Tonja Denpasar. Saya dan paman jualan di pasar hampir setiap malam dari jam 1.00 dini hari sampai jam 7.30 pagi. Setelah itu, saya kursus bahasa Inggris dengan jalan kaki,” kisahnya yang dilakukannya selama delapan bulan. “Melihat kerja keras saya, ayah membelikan sepeda motor Vespa. Saya pakai untuk mempraktikkan kecakapan bahasa inggris di kawasan pariwisata Denpasar seperti Museum Bali dan Art Centre,” tambah Sudi yang juga sempat menjadi salesman dan pembantu rumah tangga ini.



Karier pertama Sudi dimulai dari Restaurant di Nusa Dua sebagai Bartender. Saat itu, Sudi dan kawannya tinggal berdua di sebuah kamar kecil dan kamar mandi luar. “Harga kost pada waktu itu Rp75 ribu/bulan. Gaji saat itu Rp 120 ribu/bulan ditambah uang makan Rp 15 ribu/hari. Jadi, kira-kira dari tanggal 1-10 saya baru bisa beli nasi dengan harga Rp 1.000 dengan lauk yang enak dan porsi

yang cukup banyak. Setelah tanggal itu, saya hanya bisa makan dengan uang Rp 500 setiap hari,” tutur Sudi yang akhirnya memilih kerja sampingan sebagai guide liar/unofficial Guide. “Kalau kehabisan uang, saya kerap kali minta nasi di restaurant atau tuan rumah. pernah suatu hari saya menahan rasa lapar sampai beliau pingsan dan sadar di klinik Nusa Dua karena maag yang berkepanjangan,” kenangnya saat itu hampir putus asa dan pulang ke desa karena keadaan yang sangat kritis.

Surat lamaran kerja ke hotel-hotel atau restaurant untuk mendapatkan gaji yang lebih baik selalu ditolak. Akhirnya berkat jalan yang diberikan Tuhan Yang Maha Esa serta karena rajin sembahyang dan tekun, Sudi diterima di salah satu hotel bintang 5 yang terfavorit pada saat itu yaitu Hotel Nikko Bali di Nusa Dua sebagai Bartender. Setelah satu tahun, Sudi pulang dengan bangganya membawa Sepeda kaze baru dari hasil jerih payah sendiri.

Selama bekerja di Hotel Nikko beliau melanjutkan kursus bahasa Jepang. Kurang lebih satu tahun bekerja di Hotel Nikko, Sudi diterima di Hotel Ritz Calton Bali tetapi tidak lama karena panggilan di salah satu hotel terkenal pada saat itu yaitu Hotel Four Season Resort Bali sebagai Bartender. Bekerja di Four Season Resort Bali dengan gaji pada waktu itu terbesar dibandingkan dengan hotel-hotel lainnya, mampu membuat Sudi membantu orang tua untuk memperbaiki rumah orang tuanya di Desa Bongancina.

Selama di Hotel Four Season Jimbaran Bali, Sudi mendapatkan pelajaran dan berbagai training hospitality yang bermanfaat bagi kariernya ke depan. Akan tetapi, sifat Sudi yang sangat menyukai tantangan dan mencoba hal yang baru, membuatnya mencoba melamar di perusahaan kapal pesiar. Saat itu, Sudi terinspirasi oleh menantu tuan rumahnya. “Beliau menyarankan untuk berangkat ke kapal pesiar dan beliau memberikan bukti pada waktu itu setiap liburan beliau bisa beli mobil baru, beli tanah, dan bantu keluarga,” ungkap Sudi. Akhirnya, pada tanggal 1 Desember 1999, tepat hari ulang tahun ke-24, Sudi meninggalkan Bali bersama temannya yaitu Nyoman Dauh dari Karangasem untuk bergabung ke Kapal Celebrity Zenit milik Apollo pada waktu itu. “ini bagaikan hadiah ulang tahun yang tidak ternilai harganya bagi saya,” ungkapnya. Setelah berhasil menset-up Martini Bar di Millennium Ship, Sudi dipercaya untuk membuka kapal Class Millennium lainnya seperti: Infinity, Submit, Constellation dan Century. Berbagai penghargaan diperoleh dari perusahaan kapal pesiar Celebrity.

Beliau juga merintis segala bisnis seperti jualan tanaman hias, eksporter, dan Agent Tour (BTO) Bali Tour Operational. Akan tetapi semuanya belum begitu lancar karena modal yang sedikit. Akhirnya, Sudi berangkat ke kapal lagi dan menyelesaikan kontrak selama enam bulan. Kemudian melanjutkan bisnis eksporternya. “Keuntungan yang begitu besar saat itu membuat saya bisa membangun kost-kostan di Renon,” kenang Sudi yang selalu ingat dengan ibunya sebagai sumber inspirasi berbisnisnya.

Maret 2008, Sudi dipanggil ke Miami office untuk menset-up bar untuk solstice kapal baru milik Celebrity dan bertemu dengan petinggi/ management dari Celebrity dan RCCL. Sudi tidak menyia-nyaiakan kesempatan ini untuk membicarakan masalah membuka sekolah bar di Bali. Sudi menamai tempat pelatihan bartendernya adalah FBC ( Flair Bartender Course ) pada Mei 2008 di rumah mertuanya di daerah Dalung yang sebenarnya merupakan tempat peternakan. Tempat pelatihan itu berkembang menjadi agen keberangkatan ke kapal pesiar Agent PT.Ratu Oceania Raya Bali yang telah memberangkatkan ribuan orang dan kini menangani tujuh perusahaan Kapal Pesiar seperti RCCL, CELEBRITY, AZAMARA, PULLMANTUR, REGENT, OCEANIA, dan DISNEY CRUISE LINE.

Bagi ayah dua orang anak ini, tahun 2008-2009 adalah tahun yang benar – benar penuh perjuangan di dalam kariernya. Hingga kini, Sudi mengembangkan sebuah sekolah yang dinamai Monarch yang mempunyai 5 cabang di Bali. Sampai saat ini Monarch Dalung/Badung, Singaraja, Gianyar, Karangasem, dan Negara.

Dengan kesibukan yang padat sebagai pimpinan agen dan pemilik Sekolah Pariwisata Monarch, kini suami Ibu Lilik ini masih bisa menyisihkan waktu untuk menuntut ilmu di sebuah universitas swasta di Denpasar dengan jurusan Sastra Inggris. “Dengan pengalaman hidup dapat keliling dunia dan melihat betapa indahnya dunia ini dapat saya simpulkan bahwa kita harus mensyukuri apa yang kita miliki, dan jangan merasa berkecil hati jikalau kita miskin, gagal, bersedih dan banyak lagi perasaan negatif lainnya. Begitu pula jangan merasa angkuh, sombong, arogan, karena di dunia sana masih ada orang lebih miskin atau lebih kaya. Kesimpulannya, “di atas langit ada langit”. Maka bersyukurlah dan berkarya yang pada akhirnya kita patut mensyukuri karya kita,” tegas Sudi.

Sudi sangat mengharapkan generasi Indonesia khususnya Bali selalu belajar dan selalu memiliki keinginan untuk maju memperbaiki tatanan hidup keluarga masing masing sehingga negara yang mempunyai masyarakat dengan ekonomi yang merata maka negara tersebut akan sejahtera karena bangsa yang sejahtera dimulai dari keluarga sejahtera. Sugilastini- [www.monarchbali.com](http://www.monarchbali.com))

- See more at: <http://kisahsukses.info/anak-desa-yang-sukses-bangun-sekolah-pariwisata-monarch-bali.html#sthash.n9C6ZmLi.dpuf>

## **KISAH SUKSES SUNARNO, DARI PEMULUNG MENJADI MILYARDER**

Bapak Sunarno namanya, ia adalah mantan pemulung yang sekarang menjadi orang kaya berkat ketekunannya menjalankan bisnis MLM Forever Young Indonesia. Dulu ia mencari nafkah dengan mengais-ngais sampah. Kini ia jadi jutawan MLM karena mensukseskan orang lain.



Jangan sekali-kali meremehkan profesi seorang pemulung. Lewat bisnis MLM nya, pemulung ini bisa jadi jutawan. Setidaknya begitulah yang dialami Sunarno. “Saya sendiri tidak membayangkan, setelah menemukan usaha ini ternyata kok lebih cepat daripada rekan-rekan yang lebih mapan dan berpendidikan,” tutur pria kelahiran Solo, 5 Agustus 1961 ini. Tentunya berkat satu hal. Kerja Keras.

Prestasi yang diraihinya memang paling cepat dibanding yang lain. Hanya dalam kurun 27 bulan, ia berhasil menempati peringkat Senior Network Director, posisi tertinggi di Forever Young MLM. Jaringannya kini sudah lebih dari 100 ribu orang, tersebar di seluruh Indonesia. Seiring dengan itu, penghasilan di atas Rp15 juta per bulan, sepeda motor, mobil, rumah, dan berbagai bonus wisata ke luar negeri telah dinikmatinya.

Lantaran lahir dari keluarga miskin, Sunarno hanya bisa menamatkan SD. Lebih prihatin lagi, sejak kecil ia sudah yatim piatu. Terpaksa ikut orang ke beberapa kota, jadi kacung untuk sekedar bisa hidup. Tapi itu tidak lama dilakoni. Ketika kembali ke Solo, akhirnya ia memilih profesi pemulung. Kok jadi pemulung? “Saya bosan jadi kacung yang selalu disuruh-suruh orang. Jiwa saya ingin kebebasan,” jawabnya.

Tinggal di daerah kumuh yang berjarak 500 meter dari tempat pembuangan sampah. Pekerjaannya mengais-ngais sampah, mengumpulkan barang bekas. Plastik dan kardus jadi incarannya. Setiap hari ia bersama teman-teman menanti datangnya truk sampah. Begitu mobil pembawa rejeki tiba, mereka berlarian mendekat, lalu berebut barang-barang bekas – siapa cepat, dia dapat. “Apalagi yang namanya balung (tulang sapi). Itu ibarat emas bagi kami. Nilainya tinggi kalau dijual,” jelas ayah dua anak ini.

Ia sendiri pernah merasa amat bahagia sewaktu mendapatkan bonggol kubil (kol). Soalnya “benda berharga” itu didapatnya setelah mengalahkan beberapa saingan. Lewat “kompetisi” yang ketat ia berhasil mendapatkannya. “Hati saya bangga dan puas karena itu suatu prestasi,” katanya tersenyum. Ada satu hal lagi yang membahagiakan hatinya, yaitu saat menyetel radio tatkala masih hidup di kolong jembatan. “Sayangnya tak terkira, sama bahagiannya dengan orang naik Mercy atau Volvo,” tambah ayah tiga anak ini.

Sinar terang perubahan hidup mulai tampak pada 1994, ketika tetangganya memperkenalkan bisnis MLM. Hampir tiap hari tetangga sebelah bercerita, walau kadang-kadang ia tidak menangkap maksudnya. Maklum cuma lulusan SD. Jangankan ngerti, untuk hafal nama MLM yang berbahasa Inggris itu saja susah banget. “Seminggu belum hafal,” katanya tertawa. “Tadinya saya nggak mikirin. Tapi lantaran sering dengar dan lihat, lama-lama hafal juga.”

#### *Kuncinya Yakin*

Setelah belajar dan ditempa dalam berbagai training dan seminar, dalam hatinya timbul keyakinan. Mulailah ia menjalani bisnis MLM sepenuh hati. Pagi hari, sesuai profesi, ia cari barang-barang bekas. Siangnya, setelah mandi, pergi memprospek orang.

Di usaha apa saja pasti ada tantangan. Sunarno pun begitu. Dibilang ngeyel atau mimpi, itu masih halus. Soalnya, ada yang mencercanya bagai cicak makan tiang. Namun itu tidak mengecilkan hatinya, sebab sejak kecil ia sudah terbiasa dengan kompetisi dan tantangan. “Itulah yang mendorong saya untuk maju. Orang gagal itu biasanya engga mau menghadapi tantangan. Kalau engga siap mental, yang paling mudah dilakukan adalah berhenti,” kata pria yang gemar bertani ini.

Menurut Sunarno, kunci keberhasilannya hanya satu: keyakinan. Sebab keyakinan itu seakan-akan kenyataan. Ia tumbuh dari penguasaan materi dan belajar dari orang-orang sukses. Bila ingin sukses, bergabunglah dengan orang-orang sukses, minimal ketularan. Motivasinya dalam berusaha sederhana saja: kalau orang lain bisa, kenapa saya tidak bisa. Pasti bisa!

Lucunya, dulu karena tinggal di tempat kumuh, sebagian orang belum mau menerima ajakannya. “Kalau kamu berhasil, baru saya mau ikut,” kata mereka. Namun setelah berhasil, Sunarno menagih janji. Mereka menjawab, “Lha iya, terang saja Pak Narno sekarang sudah berhasil kok.” Jadi lagi-lagi saya yang disalahkan,“ katanya sembari tertawa kecil. “Itu soal mental. Semua itu kembali ke pribadi masing-masing.”

Bila teringat kehidupan masa lalu, Sunarno masih diliputi rasa haru. Jadi ketika dapat fasilitas rumah dari MLM, Sunarno sengaja memilih di Mojosongo, daerah yang ia huni dulu agar tidak lupa pada sejarah. Tapi bila dulu orang meremehkannya, sekarang lain, “Kalau lingkungan butuh sesuatu, saya yang lebih dulu dimintai sumbangan,” ujarnya.

#### *Kesan dan Pesan*

Kehidupan itu, menurut Sunarno, ibarat tiada gelombang yang indah tanpa menerjang karang. Banyak orang mendambakan hidup aman, damai, tenteram, bahagia dan sejahtera. Hidup seperti ini ideal sekali. “Bagi saya hidup itu sederhana saja, minimal kita punya cita-cita, yaitu sukses dalam segala bidang. Tapi untuk itu diperlukan tindakan, rencana, tujuan, komitmen, keyakinan, mengenal diri, dan cinta. Itu semua merupakan mata rantai yang tak terpisahkan.”

Sebelum berpisah, ia berpesan kepada rekan-rekan dalam jaringannya dan untuk semua orang pada umumnya agar tidak gampang menyerah, siap dikritik, semangat menyala-nyala, selalu berjuang, rela berkorban, dan berdoa. “Beranilah mengambil keputusan, karena keputusan itulah langkah awal sukses.”

### *Kesimpulan*

Dari kisah hidup pak sunarno ini saya bisa mendapat pelajaran yg berharga. bahwa untuk meraih sesuatu yg kita harap kan kita harus terus berjuang untuk meraih apa yang kita ingin kan dan bahwa kita harus juga mengingat roda kehidupan itu juga berputar.

## **KISAH SUKSES MARETTA ASTRI NIRMANDA DENGAN BISNIS BATIK**



Berbekal juara runner up kontes Rencana Bisnis Kreatif yang diselenggarakan Kementerian Perdagangan pada tahun 2010, Maretta Astri Nirmanda (26) bersama dua sahabatnya percaya diri mengembangkan bisnis mereka. Tak sampai 2 tahun, ia membuktikan bisnisnya mampu berkembang pesat dengan masa depan menjanjikan.

### *Segmen Anak Muda*

Meski orang tuanya bekerja kantoran, darah bisnis ternyata mengalir deras dalam diri Retta, panggilan akrabnya. Di usia yang relatif muda, ia mantap memilih wirausaha sebagai jalur hidupnya.

Sejak kuliah di Jurusan Kriya Tekstil Institut Teknologi Bandung (ITB), Retta mengaku berkeinginan besar menjalankan bisnis bersama sahabatnya, Ivan Kurniawan (26). “Namun, saat itu, hanya sebatas ide tanpa ada tindak lanjut. Selepas kuliah pun

kami langsung kerja kantoran di Jakarta,” ujar wanita kelahiran 22 Maret 1986 ini.

Ide bisnis kembali muncul saat Ivan mengontaknya pada Juli 2010, untuk ikut lomba Kontes Rencana Bisnis Kreatif 2010 yang diselenggarakan Kementerian Perdagangan. Waktu itu, Retta langsung mengiyakan, dengan ide bisnis di bidang kuliner. Namun, karena kuliner belum masuk subsektor industri kreatif, ia pun harus mengganti idenya.

Retta teringat pada ide Gilang M. Iqbal (27), teman kuliahnya, yang membuat tugas akhir tentang batik on denim. “Ide ini menarik. Saat itu batik lagi booming dan batik di atas denim yang sifatnya komersial belum ada,” ujarnya. Bertiga, mereka maju mempresentasikan business plan tentang ‘batik on denim’ tersebut.

“Segmen kami, mereka yang berusia 18 tahun ke atas. Kami pilih denim karena bahan itu sangat identik dengan anak muda. Bisa dipakai setiap hari,” jelas Retta. Tak disangka, business plan mereka keluar sebagai juara runner up. Atas kemenangan tersebut, mereka berhak memperoleh hadiah sebesar Rp10 juta. “Lalu, kami putuskan hadiah ini menjadi modal usaha,” ujar Retta.

Sebagai langkah awal memulai bisnis, mereka melakukan riset ulang, menghitung kembali biaya produksi sekaligus mempelajari teknik membuat batik di atas denim. “Butuh waktu 3 bulan untuk persiapan. Ternyata membatik di atas denim lebih sulit daripada di atas katun,” ungkap wanita yang pernah bekerja sebagai desainer grafis ini. Tak patah semangat, Retta akhirnya berhasil memproduksi beberapa pakaian.

### *Memilih Resign untuk Bisnis*

Saat barang sudah siap produksi, Retta mulai memikirkan rencana pemasaran. Karena targetnya anak muda, Retta memilih bazar di kampus sebagai langkah awal memperkenalkan produknya. “Tapi sayang, hanya terjual dua potong,” ujar Retta, yang mengaku sempat down.

Semangatnya untuk berbisnis kembali muncul, ketika bulan November 2010 Retta dan timnya mendapat mentoring bisnis dari Kementerian Perdagangan. “Kami mendapat arahan dari orang-orang yang sudah sukses di berbagai bidang, seperti Betty Alisjahbana, Rene Suhardono, dan Im Fahima,” jelasnya.

Berbekal pengalaman tersebut, Retta dan timnya segera berbenah. Mereka serius membuat katalog produk dengan clothing line bernama Lazuli Sarae. “Lazuli diambil dari kata lazward, bahasa Persia, yang artinya biru. Sementara sarae dalam bahasa Sunda yang berarti bagus. Jika digabungkan, nama ini terdengar seperti brand luar negeri, dengan tujuan produk kami goes global,” jelas Retta.

Tak hanya itu, Retta memutuskan untuk mendaftarkan bisnisnya sebagai badan usaha. “Meski menelan biaya belasan juta dari modal kami, dengan dikukuhkan sebagai badan usaha, akan mempermudah transaksi dan memperluas kesempatan bisnis,” ungkap Retta. Bulan Maret 2011, lahirlah CV Sarae.

Berangkat dari sini, Retta mulai fokus. Ia tidak mau setengah-setengah membesarkan bisnisnya. Ia dan Ivan pun sepakat berhenti dari pekerjaan masing-masing. Sayangnya, semangat Retta harus tertahan sementara karena ia terikat proyek dengan kantor lamanya. “Masa-masa itu, pikiran, waktu, dan tenaga saya benar-benar habis terkuras. Saya bekerja dan menjalankan bisnis bersamaan. Bolak-balik Jakarta-Bandung tiap minggu,” ujarnya.

Keputusan resign ini berat bagi Retta karena ia harus meyakinkan kedua orang tuanya dan menepis hal negatif yang dilontarkan teman-temannya. “Banyak yang bilang, membangun usaha tidak gampang. Namun, tekad saya sudah bulat untuk serius membesarkan usaha sendiri,” ungkapnya.

Setelah benar-benar total menjalankan bisnisnya, April 2011, Lazuli Sarae mendapat undangan dari Departemen Perdagangan untuk menjadi peserta di pameran Inacraft 2011. “Pameran ini memberi dampak sangat besar. Saya belajar banyak, terutama membaca keinginan pasar,” ujarnya. Menurutnya, Inacraft membuka gerbang bisnisnya. “Produk kami makin dikenal banyak orang. Dalam lima hari, omzet kami lebih dari 20 juta! Ini fantastis,” ungkap Retta.

### *Targetkan Ekspor ke Eropa*

Perlahan namun pasti, brand Lazuli Sarae mulai dikenal banyak orang. Gencarnya promosi melalui website toko online (MultiPLY, Rakuten) dan media sosial (Facebook, Twitter, Yahoo Messenger), membuat nama brand ini populer di internet. "Internet sangat efektif karena sasaran kami anak muda yang setiap hari menggunakan internet," ungkap wanita peraih Shell Start-up Award 2011 ini.

Melejitnya nama Lazuli Sarae tidak hanya mendatangkan keuntungan. Tak jarang kritik pedas menghadang, saat beberapa orang menilai produk batiknya akan merusak budaya. Tapi, Retta tidak gentar. "Saya percaya pelestarian batik motif asli akan selalu ada. Apa yang saya kerjakan adalah pengejawantahan dari sudut pandang anak muda saat ini tentang batik. Desain batik saya buat sendiri, tidak mengambil dari motif yang sudah ada," jelasnya.

Buktinya, konsumen muda tetap melirik model batik Lazuli Sarae yang dipasang dengan harga mulai Rp300.000 hingga Rp800.000. Dalam kondisi normal tanpa pameran atau pesanan khusus saja, omzet bisnisnya mencapai Rp15 juta per bulan.

Di usia yang relatif muda, memiliki ide unik kreasi batik yang dilukis khusus di atas bahan jeans serta kejeliannya memanfaatkan semua material yang ada sebagai sarana promosi yang tepat, telah membuat kagum juri Lomba Wanita Wirausaha Femina 2012. Pantaslah, jika kemudian ia dinobatkan sebagai The Most Potential Entrepreneur. "Desainnya sangat bagus dan sesuai dengan anak muda," ungkap Anne Avantie, salah satu juri lomba. "Ini semua di luar ekspektasi saya. Masuk ke dalam 25 finalis saja, saya sudah sangat bersyukur. Saya tak menyangka meraih juara kategori khusus," ujar wanita berkacamata minus ini.

Kepak sayap Lazuli Sarae terus melebar. Produk fashion-nya mulai diterima di berbagai department store, seperti Alun Alun, Pendopo, dan Sarinah. Retta juga sangat berharap ada tambahan modal investasi untuk menggerakkan perputaran roda bisnisnya. Apalagi kini ia tengah mengincar pasar Eropa untuk mengeksport produknya. "Sedang dalam proses survei pasar, kebetulan kami ada teman yang akan memasarkan produk kami di sana," ujar penggemar desainer Musa ini. Dalam waktu dekat, Retta berencana juga membawa produknya ke regional Asia. "Saya akan membawa Lazuli Sarae ke Hong Kong Fashion Week 2013. Doakan kami bisa menembus pasar Asia," ujarnya, optimistis.

Sumber : wanitawirausaha.femina.co.id

- See more at: <http://kisahsukses.info/kisah-sukses-maretta-astri-nirmanda-dengan-bisnis-batik.html#sthash.zlnUDNzw.dpu>

## **KISAH SUKSES DUDI PURWANTO MENEKUNI BISNIS BENGKEL VESPA**

Pengalaman menjadi guru paling berharga dalam menggeluti bisnis. Itu dibuktikan oleh Dudi Purwanto yang kini sukses menekuni bisnis bengkel Vespa beromzet Rp. 500 ribu per hari.

Tidak mudah memulai bisnis, apa pun bentuknya. Hal itu dibuktikan oleh pemuda kelahiran Jakarta bernama Dudi Purwanto biasa di panggil Doyok. Sukses yang didapatnya saat ini dengan membuka bengkel Vespa di Jalan Kayu Manis Timur 11, Jakarta Timur, diraih



setelah melewati waktu bertahun-tahun.

Itu pun setelah melalui kerja keras sejak merintis usaha. Sebelum bengkel bernama Gaya Mandiri (GM) tersebut berdiri, jatuh bangun membangun bisnis dijalani pria yang dikenal dengan sapaan akrab Doyok itu. Bahkan berkali-kali dia ditipu rekan bisnis sendiri yang dianggapnya memiliki niat baik dan bisa menjalankan bisnis bersama-sama.

Kisah sukses Doyok membangun bisnis dengan membuka bengkel berawal dari pemikirannya ketika bekerja di sebuah perusahaan swasta. Menurut dia, menjadi karyawan tidak ada jaminan untuk hari depan, termasuk tak mendapatkan kesejahteraan di hari tua. “Kalau bekerja sebagai karyawan, masa depan tidak terjamin. Belum hari tua nanti,” katanya ditemui di bengkel miliknya.

Sejak pemikiran itu muncul, dari situlah Doyok mulai berencana untuk membangun bisnis sendiri. Waktu itu pada 1995, Doyok memutuskan untuk keluar dari perusahaan tempat dia bekerja.

Langkah pertama berbisnis, Doyok melakukan kerja sama dengan temannya. Namun sayang, ketika usaha pertama yang dirintisnya, yakni bengkel untuk motor Jepang berkembang, Doyok justru ditipu teman bisnisnya.

“Waktu itu saya hanya kuat berbisnis dengan teman selama enam bulan, saya ditipu,” ungkapnya mengenang masa pahit menjalankan bisnis.

Setelah ditipu teman sendiri, Doyok kembali kehilangan segalanya. Modal awal untuk membuka bengkel motor pertamanya itu ludes dibawa kabur oleh rekan bisnisnya.

Namun, kegagalan pertama tersebut tidak membuat Doyok menyerah. Pria berkacamata tersebut akhirnya memutuskan untuk kembali membuka bengkel dan melakukan kerja sama. “Waktu itu, untuk memulai lagi, saya terpaksa meminjam uang,” kenangnya.

Namun, usaha bersama tersebut kembali runtuh. Doyok kembali tertipu teman sendiri. Dalam masa-masa trauma untuk menggeluti bisnis kembali, Doyok mendapat saran dari orang-orang dekatnya untuk kembali membuka bengkel, namun bukan motor buatan Jepang.

Dia disarankan untuk membuka bengkel khusus Vespa. Saran itu akhirnya diterima oleh Doyok dan akhirnya membuka bengkel Vespa dengan nama GM. Awal membuka usaha tersebut, bengkel milik Doyok hanya berukuran kecil dan terletak di beranda depan rumah orang tuanya.

Ujian bagi Doyok untuk merintis bisnis saat itu kembali terulang. Setelah tiga bulan bengkel tersebut berdiri, belum satu pelanggan pun datang untuk memperbaiki Vespa, apalagi datang meminta bodinya dicat biar lebih bagus. “Kalau diingat-ingat, tiga bulan pertama buka bengkel itu, tidak ada satu pun pelanggan yang masuk,” katanya.

Namun, Doyok tetap bersabar. Memasuki bulan keempat, pelanggan pertama pun datang meski teman sendiri. “Ada Vespa satu yang masuk, rasanya senang sekali. Vespa itu akhirnya saya pinjam dan saya pelajari detailnya,” kata Doyok.

Sejak itu, keberuntungan Doyok mulai terlihat. Sejak itu pula satu demi satu bengkelnya banyak didatangi para pemilik Vespa. Mulai dari servis hingga mengecat bodi dengan berbagai warna yang menarik dan inovatif. “Sejak itulah bengkel ini mulai banyak diminati. Saat ini saya kewalahan melayani perbaikan Vespa yang masuk,” ujarnya bersemangat.

Dari pengalaman menjadi mekanik di bengkel miliknya, Doyok menjadi tahu bahwa pelayanan yang berkualitas dan hasil pekerjaan memuaskan membuat dia tidak pernah takut kehilangan pelanggan. “Bagi kami kepuasan pelanggan itu nomor satu,” ungkapnya.

Selain itu, pengalaman ditipu teman, bahkan sampai dua kali, membuat Doyok menjadi lebih percaya diri bahwa dia bisa menjalankan bisnis sendiri. Dalam mengelola bengkelnya, Doyok tidak mau tanggung-tanggung.

Untuk itu, walaupun sudah memiliki tiga orang karyawan, Doyok tidak sungkan-sungkan ikut membantu karyawannya memperbaiki atau mengecat motor keluaran Italia tersebut dengan tangan sendiri. “Jangan mentang-mentang sudah bos, anak buah disuruh kerja sendiri,” katanya merendah.

Berkat ketelatenan dan semangatnya untuk terus maju, sekarang Doyok sudah memiliki ratusan pelanggan. Bahkan menurut Doyok, ada satu keluarga yang menggunakan Vespa selalu memperbaiki atau menyervis ke bengkelnya.

Sumber : [economy.okezone.com](http://economy.okezone.com)

## **KISAH SUKSES 3 BERSAHABAT DENGAN BISNIS BED COVER UNIK “SIMPLY IDEA”**



3 Bersahabat : Dinar Esfandiari Santoso (38), Ira Karmawan (39), dan Rani Soegeng (38), berkolaborasi membentuk Simply Idea, yang menyediakan perlengkapan kamar tidur anak.

Ide mereka sederhana, tapi bisnis ini tidak sesederhana itu. Halangan demi halangan singgah, tapi mereka tak menyerah. Malah, untuk memajukan usaha, mereka tak ragu berinvestasi lebih dengan menyewa tenaga konsultan ahli.

### *Mencari Celah Pasar*

Tiga bersahabat ini melihat, pemain di bisnis bedding kebanyakan dari luar negeri dan sudah memiliki nama besar. Karena itulah, mereka tak ragu terjun untuk menjadi pemain lokal yang unggul di bisnis ini. Namun, keberanian saja tidak cukup. Belum juga dimulai, rintangan sudah menghadang. Mencari pegawai yang berkualitas ternyata tidak mudah. “Kami harus berburu SDM yang memiliki keterampilan menjahit dan mengaplikasikan bordir sesuai standar kualitas yang telah kami tetapkan,” ungkap Dinar, yang menggunakan bahan polos dan memberi aplikasi lucu kesukaan anak-anak. Aplikasi inilah yang kemudian menjadi ciri khas Simply Idea.

Satu masalah teratasi, masalah berikutnya hadir: kehabisan modal. Mereka memang belum mau meminjam dari bank, karena merasa belum sanggup berekspansi lebih luas. “Selain ada bunganya, kalau ada uang, kami takut jadi terlalu gampang mengeluarkan uang, sementara kemampuan mengembalikan belum sampai di situ. Akhirnya, karena kebaikan hati seorang anggota keluarga dari partner, kami dipinjami suntikan dana, boleh nyicil tanpa bunga,” cerita Dinar.

Tak punya background ilmu bisnis, mereka mencari-cari sendiri celah untuk memasarkan produk. Beberapa kali mereka ikut bazar yang diadakan asosiasi asing di Jakarta. Tak hanya mendapatkan konsumen, mereka berkenalan dengan peserta bazar lain dan mendapat info tentang bazar mingguan

yang diadakan sebuah mal. Di sanalah nama Simply Idea mulai dikenal. “Kami lalu memikirkan cara memperluas pasar. Coba-coba, kami hubungi sebuah department store. Kebetulan, produk bedding seperti yang kami buat, belum ada di sana. Mereka tertarik, namun syaratnya, dalam waktu satu bulan kami harus melakukan beberapa revisi, sebelum produk kami bisa dipasarkan di situ, misalnya soal packaging dan cara mencuci,” tutur Dinar, yang waktu itu tak mengerti persyaratan masuk ke department store.

Dalam berbisnis, friksi-friksi kecil di antara partner, sih, dianggap biasa. Menyatukan gagasan dari tiga kepala sudah pasti tidak mudah. Justru, mereka tak bisa membayangkan harus mengarungi perjalanan bisnis tersebut tanpa didampingi partner. Dan, mereka memang saling mengisi.

Sejak awal, masing-masing sudah memilih divisi yang sesuai dengan bidang yang disenangi. “Saya menangani marketing, Rani bertanggung jawab untuk produksi, sedangkan Ira mengurus keuangan dan kepegawaian,” tutur Dinar, yang bercerita bahwa mereka bekerja secara profesional.

### *Ingin Manjakan Konsumen*

Menjaga hubungan baik dengan pelanggan, sangat penting artinya bagi tiga sekawan ini. Karena itu, mereka menyediakan layanan purnajual sebagai bagian dari komitmen untuk memuaskan konsumen. Bentuk layanan itu misalnya membetulkan renda bedcover yang terlepas. Tampaknya sepele, namun layanan ini membuat pelanggan Simply Idea merasa diperhatikan dan dimudahkan. “Bagusnya, hingga kini, tak banyak yang menggunakan layanan ini. Karena, produk kami berkualitas tinggi, baik dari jenis kainnya maupun kerapian jahitan di setiap bentuk aplikasinya,” kata Dinar, yang menetapkan syarat dan ketentuan untuk layanan purnajual tersebut.

Setiap 3 bulan, mereka meluncurkan produk baru. Kalaupun mereka merilis produk dengan tema yang sama, motif yang ditampilkan pasti berbeda. Misalnya, tema mobil balap. Jika sebelumnya menampilkan motif mobil A, kini pakai motif mobil B. Bisa juga mereka merilis tema baru, contohnya princess. Semua aplikasi serba princess, dari seprai sampai kelambu, lengkap dengan aplikasi bergambar tongkat peri. Sehingga, saat akan tidur, anak itu seolah sedang berada di kastil, merasa jadi princess betulan.

Lalu, bagaimana dengan produk di department store yang belum terjual? “Ditarik, lalu kami gelar big sale selama 4 hari. Wah... yang datang banyak banget,” tutur Dinar, senang.

Dari keinginan memanjakan konsumen, mereka juga bisa membuat produk custom made. Biasanya, konsumennya adalah ibu-ibu yang ingin mengisi kamar anaknya. “Jatuhnya memang jadi lebih mahal, karena harus membuat pola baru. Desainnya bisa mereka gambar sendiri atau kami yang membuatnya,” kata Dinar, yang membolehkan orang memesan via website tanpa minimum order.

Karena banyak permintaan, sejak tahun 2006 Simply Idea membuat mukena untuk anak, tetap dengan aplikasinya yang khas. Reaksi pasar luar biasa baik. Setiap awal tahun mereka menyiapkan produk mukena baru. “Dua tahun lalu, buyer menantang kami untuk membuat baju muslim anak. Kami segera mencari konfeksi yang berbeda dari konfeksi untuk pembuatan mukena. Sayangnya, karena tak mau kehilangan order, konfeksi itu melemparkan ke konfeksi lain. Hasilnya benar-benar tidak sesuai. Saat itu kami mengalami kerugian besar,” kisah Dinar, yang ketika itu gagal menyerahkan produk kepada buyer tepat waktu.

Meski produk Simply Idea lucu-lucu, bukan berarti mereka main-main dalam berbisnis. Tak tanggung-tanggung, mereka menyewa konsultan bisnis dan keuangan, yang membantu meraih sederet

target yang telah dirancang. “Konsultan itu juga mengarahkan kami dalam berstrategi, menerapkan sistem marketing paling efektif, membenahi keuangan, bahkan memotivasi kami untuk terus maju,” kata Dinar, yang baru menyadari, mereka bisa menerapkan profit sharing, setelah keuangan usaha benar-benar sehat.

Salah satu hasil dari konsultasi tersebut, sejak beberapa bulan lalu Simply Idea menambah kekuatan lewat sistem marketing online dan offline. Divisi online lebih banyak bersentuhan dengan konsumen, misalnya memberi info tentang produk terbaru, mencari tahu animo pasar terhadap produk mereka, dan mengumpulkan konsumen ketika ada event besar semacam Inacraft atau big sale. “Sedangkan marketing offline bertugas menjual produk kepada konsumen yang tidak dapat dijangkau oleh sistem online, yang biasanya membeli dalam jumlah besar. Untuk melakukan terobosan pasar di dalam dan luar kota, manajer departemen ini secara bertahap akan punya 5 kaki tangan alias downline. Berbeda dari MLM, sistem marketing ini hanya punya satu layer kaki saja,” ungkap Dinar.

Mereka bertiga pernah mengungkapkan mimpi memiliki butik sendiri. Masalahnya hanya satu, yaitu mendapatkan lokasi yang sesuai target pasar. Mereka ingin, lokasinya dilewati banyak calon konsumen berdaya beli tinggi, yang tergolong impulsive shopper. Mengapa ingin punya butik? Toh, karya mereka sudah masuk di department store ternama dan dipajang di beberapa retail store. “Di butik itu, kami bisa lebih mengembangkan desain dan produk yang lebih variatif lagi. Konsep butik yang kami inginkan adalah toko yang cozy, simpel, clean, dan didesain dalam bentuk kamar tidur anak yang cantik,” cerita Dinar.

Sudah selama 5 tahun Simply Idea bekerja sama dengan Mothercare Indonesia, yang seluruh produknya didatangkan dari Inggris. “Mereka membuka kerja sama dengan perusahaan lokal, untuk menjual produk yang tidak didatangkan dari Inggris. “Misalnya, kelambu. Orang Inggris kan nggak kenal kelambu atau bedong. Hanya, kelambu itu harus disesuaikan warnanya dengan boks bayi yang diterbangkan dari Inggris. Ditambah lagi, produk yang kami desain khusus untuk Mothercare Indonesia, tidak boleh ada di tempat lain,” kata Dinar, yang juga menjalankan sistem kerja sama konsinyasi dengan beberapa retail.

Tawaran kerja sama dari luar negeri, seperti dari Australia dan Selandia Baru, terus mengalir. Jumlahnya selalu bertambah. Tentunya, menjaring buyer dari luar negeri akan memperkuat arus keuntungan. Sayangnya, sampai saat ini kerja sama itu belum bisa terwujud. “Ada beberapa kesepakatan yang sudah tercapai, misalnya tentang desain produk. Hanya, soal harga, masih juga belum ada kata sepakat. Inilah yang menjadi satu-satunya kendala. Untuk mengantisipasi masalah ini, kami sedang menyiapkan suatu konsep kerja sama baru, yang nantinya akan kami tawarkan lagi kepada para buyer asing tersebut. Bentuk kerja sama: beli putus, dengan keuntungan berimbang antara buyer dan produsen,” kata Dinar.

Sumber : wanitawirausaha.femina.co.id

- See more at: <http://kisahsukses.info/kisah-sukses-3-bersahabat-dengan-bisnis-bedcover-unik-simply-idea.html#sthash.FOfWzF8k.dpuf>

## **NASI GORENG 69 BISNIS WARALABA**

Siapa tak suka nasi goreng? Jawabannya, hampir pasti semua suka menyantap salah satu makanan paling populer di Indonesia ini. Makanya, tak sulit mencari penjual nasi goreng terutama di malam hari. Memang, panganan tersebut paling sip dinikmati saat matahari tertidur lelap.

Itu yang mendorong Sartomo membuka usaha nasi goreng di Sidoarjo, Jawa Timur, dengan bendera Nasi Goreng 69. Setelah empat tahun menekuni bisnis ini, sejak enam bulan lalu, ia menawarkan waralaba usaha nasi gorengnya. Saat ini, Nasi Goreng 69 memiliki empat terwaralaba mendampingi 16 cabang yang tersebar di Sidoarjo, Surabaya, Malang, dan Banyuwangi.

Gerai milik mitra Nasi Goreng 69 bercokol di Malang, Surabaya, Madiun, dan Magelang. "Februari nanti kami akan membuka dua waralaba di Jakarta dan satu di Sumatra," kata Sartomo. Dia juga sedang mempertimbangkan 9 calon terwaralaba lagi.



Selain menjual berbagai varian nasi goreng, seperti nasi goreng sosis, ikan asin, dan ayam, Nasi Goreng 69 juga menjajakan 40 menu lain. Misalnya, nasi ayam cah jamur, mi goreng, dan capcay. Nasi Goreng 69 menawarkan tiga paket waralaba. Pertama, konter di food court dengan investasi Rp 115 juta. Kedua, restoran dengan nilai investasi Rp 180 juta. Ketiga, gerobak dengan investasi Rp 40 juta. "Paling banyak terwaralaba mengambil paket restoran. Paling sedikit yang ambil gerobak," kata Sartomo. Seluruh paket mendapat hak guna merek selama tiga tahun, pelatihan karyawan, dan seragam karyawan. Pelatihan karyawan berlangsung satu bulan dan pendampingan dua pekan.

Paket investasi juga termasuk bumbu masakan yang sudah dikemas langsung oleh Nasi Goreng 69 di Sidoarjo, Jawa Timur. Terwaralaba butuh lahan minimal seluas 90 hingga 200 meter persegi untuk membuka restoran. Supervisor Nasi Goreng 69 akan datang secara rutin untuk memastikan kualitas kerja dan kuantitas penjualan. "Terwaralaba tidak akan kami tinggal sendiri," ujar Sartomo. Pendampingan ini berlangsung sejak pemilihan lokasi. Untuk paket pertama dan kedua, Sartomo mengutip supporting fee 3% setiap bulan dan biaya royalti 3% setiap bulan mulai tahun kedua.

Ia memperkirakan, terwaralaba paket pertama bisa membukukan omzet sekitar Rp 50 juta per bulan dan bakal balik modal 8,5 bulan. Adapun untuk paket kedua, omzetnya diperkirakan sekitar Rp 70 juta perbulan, dan si mitra bis abalik modal dalam 13 bulan.

Untuk paket ketiga besaran supporting fee dan biaya royalti masing-masing 2%. Sartomo memprediksi omzetnya sekitar Rp 18 juta-Rp 25 juta per bulan dan di mitra dapat balik modal dalam 8 bulan. Ketua Asosiasi Franchise Indonesia (AFI) Anang Sukandar mempertanyakan perhitungan jumlah pembelinya. "Kita jangan bicara dulu omzet, itu bukan patokannya. Yang harus dihitung berapa jumlah konsumen," katanya. Meski begitu, ia menambahkan, hitungan omzet Nasi Goreng 69 masuk akal.

## Perjalanan Sukses Wirausaha Bisnis Kuliner, seorang Istri yang Hobi Masak Makanan - Abon Lele SEKAR MUTIARA -



Perjalanan Sukses Wirausaha Bisnis Kuliner, seorang Istri yang Hobi Masak Makanan - Abon Lele Usaha camilan dari ikan lele yang dirintis Nurul Hidayati berawal dari kepiawaiannya memasak. Lucunya, wanita yang akrab disapa Nurul ini mengaku baru bisa memasak setelah menikah. Menurutnya, memasak adalah tuntutan profesi ibu rumah tangga. “Karena sudah menjadi rutinitas, saya jadi gemar mencoba berbagai resep, mulai dari masakan nusantara sampai aneka kue,” ujar Nurul. Awalnya, wanita yang juga berprofesi sebagai guru

honorer di Sekolah Dasar SDN Randu Pandangan, Kecamatan Menganti, Gresik , Jawa Timur ini sempat berjualan kue kering. Usaha kue kering ini cukup diminati teman dan kerabat Nurul di Gresik. Penjualan semakin meningkat setiap menjelang hari raya, seperti Lebaran, Natal, dan Tahun Baru.

Seiring waktu Nurul berpikir untuk mempunyai usaha yang serius dan lebih besar lagi. Tahun 2004 silam, ia beralih menjual produk makanan olahan berupa abon ikan patin. Nurul sengaja memilih makanan pendamping nasi karena diyakini diminati orang setiap saat, bukan di musim tertentu saja. Abon ikan patin yang dijualnya bukan dibeli dari pihak lain, melainkan hasil kreasi sendiri. Awalnya dia iseng meminta teman-teman untuk mencicipi abon ikan patin tersebut. Tak disangka, mereka ketagihan dan langsung memesan.

Melihat tingginya minat, Nurul pun kemudian membisniskan abon buatnya. Produk itu dijual secara sederhana, hanya dengan kemasan plastik biasa dan hanya mengandalkan promosi dari mulut ke mulut. Namun, mengingat persediaan ikan patin terbatas dan harganya cukup mahal, Nurul sempat kesulitan dalam urusan modal dan harga jual. Ia akhirnya mencari caralainagar tetap bisa menciptakan abon ikan yang harganya terjangkau namun rasanya tak kalah enak dengan abon dari ikan patin.

“Saya sempat mengalami harga ikan patin melonjak tinggi. Saya harus memutar otak untuk mencari gantinya. Lalu atas saran Sofyan, sepupu sekaligus patner usaha saat ini, saya mencoba membuat dari ikan lele yang persediaannya lebih berlimpah,” ujar wanita kelahiran Gresik, 26 September 1976 ini.

### *Terus Meningkatkan*

Tahun 2010, sambil tetap bekerja sebagai guru, Nurul menekuni usaha abon ikan lele yang diberi label Sekar Mutiara. Di awal, ia menggelontorkan modal sebanyak Rp5 juta yang dipakai untuk membelimembeli peralatan. Pemasarannya pun ditingkatkan dengan menggunakan sistem online dan lewat pameran.

Ternyata abon ikan lele pun menuai respons positif. Pendapatan dari penjualan abon lele yang awalnya hanya Rp600ribu perbulan terus meningkat. Nurul lantas berniat serius untuk memproduksi lebih banyak lagi produk olahan lele.

Untuk meningkatkan pendapatan, Nurul tak berhenti melakukan inovasi. Setelah meluncurkan rasa orisinal, ia membuat abon lele dengan aneka varian, seperti rasa pedas dan bawang. Lalu ia juga memproduksi kerupuk ikan lele (rasa pedas dan orisinal), kerupuk rambak lele, keripik sirip lele

crispy, dan keripik baby lele crispy. Ternyata variasi olahan lele kreasinya laris manis di pasaran. “Diversifikasi produk sangat diperlukan karena selera konsumen berbeda-beda. Misalnya, abon lele orisinal sangat diminati konsumen di kota Surabaya, tapi di daerah Bali justru abon lele pedas yang banyak diminta k,” ujar ibu dari Asyasyabiyah Shahih Naura Fumi (1,5 bulan) ini.

Inovasi yang tetap mengandalkan bahan baku lele merupakan bagian dari strategi Nurul dalam meningkatkan penjualan. Selain itu, ia juga ingin memanfaatkan ikan lele seutuhnya agar tidak terbuang sia-sia. Misalnya, kulit ikan lele dimanfaatkan untuk membuat rambak lele, sementara sirip ikan lele dapat menghasilkan produk Baby Lele Crispy. Saat ini Nurul tengah mempelajari bagaimana memanfaatkan tulang ikan lele agar tidak terbuang begitu saja.

### *Hadapi Persaingan Dengan Produk Bermutu*

Selain jenis-jenisnya, Nurul juga melakukan inovasi dalam kemasan. Dari yang sederhana dibuat menjadi lebih modern dengan plastik aluminium kedap udara dan antibakteri. Dengan begitu makanan di dalam kemasan akan bertahan lebih lama tanpa mengurangi cita rasanya. Kemasan modern juga membuat Nurul lebih percaya diri dalam bersaing karena yakin produk olahan lelenya tidak kalah apik dibanding produk-produk lain di pasar swalayan.

Segala inovasi dan terobosan yang dilakukan Nurul ternyata merupakan hasil dari ketekunannya mengikuti berbagai pelatihan dan seminar UKM (Usaha Kecil Menengah). Salah satunya adalah pelatihan yang diadakan Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) Jawa Timur. “Selain pelatihan dan seminar, saya juga rajin mengikuti pameran. Dari pameran inilah saya dapat membaca selera konsumen dan berinteraksi langsung dengan mereka,” ujar sarjana Sastra Jepang Universitas 17 Agustus Surabaya ini.

Selain mendongkrak penjualan, ajang pameran juga membuat produk olahan lele makin dikenal masyarakat. Dari pameran juga Nurul mendapat konsumen yang tertarik memasarkan produknya ke berbagai daerah di tanah air, bahkan luar negeri. “Respons itu memang tidak langsung datang saat pameran berlangsung, tapi di hari-hari setelahnya. Biasanya ada saja pembeli dari berbagai daerah yang meneleponnya untuk memesan produk Sekar Mutiara,” tukas Nurul.

Untuk menjaga kepercayaan konsumen, Nurul selalu menjaga kualitas produk. Ia sadar dirinya bukan pemain tunggal di bisnis tersebut. Meski banyak kompetitor, Nurul tak gentar. Ia menganggap kompetitor sebagai tantangan dalam mempertahankan usaha yang dijalankan. Karena itu, istri Roni Ristiyanto ini selalu memomorsatukan kualitas, selain terus memaksimalkan sistem pemasaran. Menurutnya, saat ini konsumen sudah pintar menilai. Jika produk yang dijual tidak mempunyai mutu baik, otomatis bisnis yang dijalankan akan mati.

### *Dua Kuintal Lele Setiap Minggu*

Berbicara tentang kualitas, Nurul menuturkan keistimewaan produk olahan lelenya terletak pada rasanya yang khas dan proses pengolahannya yang sehat. Proses pengeringan menggunakan oven, bukan digoreng dengan minyak. Semua proses produksi dilakukan secara higienis. Ia juga tidak menambahkan MSG, serta bahan kimia pada produk Sekar Mutiara ini. “Produk yang saya buat sama sekali tidak berminyak, karena dimatangkan dengan oven. Sehat dan aman dikonsumsi bagi siapa saja,” ujarnya berpromosi.

Setiap minggunya, dua kuintal ikan lele dibutuhkan untuk memenuhi kebutuhan produksi camilan lele ini. Untuk abon lele sendiri, proses produksinya masih dilakukan secara sederhana. Daging lele

dipisahkan terlebih dahulu dari kulit dan siripnya. Kemudian daging lele tersebut dikukus dan diracik dengan aneka bumbu, lalu dikeringkan dengan cara dioven hingga menjadi abon.

Ikan lele yang digunakan Nurul tidak memiliki kriteria khusus. Ia menggunakan leleyang besarnya minimal satu kilogram perekor. Ikan lele sebagai bahan utama usahacamilan ini didapat dari peternak di daerah Gresik. Selain mudah didapat, pembelian lele pada peternak lele ini juga sekaligus menyelamatkan kegelisahan para peternak lele terhadap hasil tambaknya.

Lele berukuran satu kilogram yang berbadan besar dan panjang seperti yang dimanfaatkan Nurul tidak pernah laku di kalangan pengusaha pecel lele. Para pedagang pecel lele biasanya hanya membeli lele berukuran kecil. “Sementara banyak lele yang berukuran besar dengan panjang 75 cm. Makanya saya memanfaatkan saja ukuran ikan lele yang memang tidak laku dipasaran itu,” tutur Nurul.

Selain soal produksi dan teknis, ada tantangan lain yang harus dihadapi Nurul. Ia mengalami dilema antara kesibukannya mengurus usaha dengan kegiatan mengajar. Di satu sisi, Nurul sangat mencintai profesinya sebagai pendidik, tapi di sisi lain, ia mengaku berat membagi konsentrasi antara dua pekerjaan. Apalagi sang ibunda sempat tidak mendukung langkah Nurul saat menjalankan usaha itu.

Ibunda Nurul yang juga berprofesi sebagai seorang kepala sekolah sangat menginginkan Nurul menjalani profesi yang sama. “Ibu menyayangkan jika saya keluar dari pekerjaan sebagai guru, dan memilih usaha lain. Ibu benar-benar menginginkan saya meneruskan perjuangannya untuk mendidik anak-anak di sekolah,” ujar Nurul. Tak mau langsung menyerah, ia mencoba berbagai cara agar tetap bisa menjalani dua profesi itu.

Salah satu langkah yang ditempuh Nurul adalah berbagi tugas dengan adiknya, Arief Wahyu Prasetyo. Kegiatan pemasaran ditangani oleh sepupunya, Sofyan. “Sepulang mengajar, saya mengontrol, sambil membantu produksi dan marketing juga. Pokoknya semaksimal mungkin saya membagi waktu agar semua bisa berjalan. Saya berusaha untuk tidak mengecewakan Ibu dan tetap akan meneruskan perjuangannya sebagai seorang guru,” tegas Nurul.

Sampai saat ini usaha Nurul menyeimbangkan antara dua profesi berjalan lancar. Terbukti, sambil tetap mengajar ia bisa menghasilkan omzet yang mencapai Rp25 – 35 juta per bulan. “Yang paling penting, jangan cepat menyerah. Jika ada keinginan atau kemauan tertentu, segera wujudkan,” pesan Nurul.

Kunci Sukses Nurul Hidayati:

Jujur.

Senang berbagi.

Yakin dalam berdoa.

- See more at: <http://tips-cara-kiat-sukses.blogspot.com/2013/07/Perjalanan-Sukses-Wirusaha-Bisnis-Kuliner-seorang-Istri-Hobi-Masak-Makanan.html#sthash.ySUEaCdF.dpuf>

## INILAH KISAH SUKSES SEORANG PENJAHIT JADI MILIYARDER

Ini merupakan salah satu bukti seorang pebisnis yang sukses dalam mengais rejeki, penuh dengan ketekunan dan kesabaran. Kisah pendiri produk pakaian jadi “Dannis” spesialis pakaian muslim. Dengan modal awal Rp.1juta dan keuletan berusaha kini beromset Rp 2 milyar. Sebuah inspirasi bisa muncul dari mana saja, termasuk dari keluarga sendiri. Tati Hartati pun bisa menjadi seorang pengusaha pakaian muslim yang sukses berkat terinspirasi kemandirian ibu kandungnya.



Sewaktu kecil dulu, pemilik “Rumah Dannis” ini hidup dalam keprihatinan. Untuk membeli pakaian saja tidak mampu. Bila ingin baju baru, sang ibu rajin membuatkan baju untuk Tati dan juga saudara-saudaranya. Alhasil, Tati terbiasa mengenakan pakaian hasil jahitan sang ibu. Begitu pula ketika Hari Raya Lebaran tiba. Ketekunan dan ketelatenan sang ibu inilah yang menjadi sumber ilham bagi Tati untuk memberanikan diri menjahit pakaiannya sendiri saat duduk di kelas empat sekolah dasar (SD).

Sejak itu pula Wati belajar mandiri. Setidaknya, dia tak lagi meminta uang jajan kepada orangtuanya lantaran dia bisa mencari uang sendiri dari jualan pakaian boneka dan tempat pensil. Apalagi hasil keterampilan tangan Tati semakin terkenal di kalangan teman-temannya. “Di sekolah jadi banyak yang tahu, dan pesanan terus bertambah,” kenang Tati.

Setelah lulus sekolah kejuruan itu, bukannya bekerja, Tati malah masuk ke jenjang pendidikan yang lebih tinggi. Tidak tanggung-tanggung, dia bisa kuliah di Institut Teknologi Bandung (ITB) hingga berhasil meraih gelar insinyur kimia

Setelah lulus kuliah, Tati pun harus bekerja di kantor. Maklum, ketika itu sang ayah memasuki masa pensiun dari sebuah badan usaha milik negara (BUMN). Tanggung jawab keluarga seolah berpindah ke pundak Tati. “Ibu saya tidak bekerja dan ayah pensiun. Jadi, untuk biaya kuliah adik, saya harus mencari uang,” kata Tati.

Setelah menikah pada 1998, ternyata sang suami tidak mengizinkannya bekerja di kantor. Larangan inilah yang menjadi dorongan kuat bagi Tati untuk berjualan pakaian buatan sendiri. Dengan modal Rp 1 juta dari suami, Tati mulai membuktikan keahliannya dalam menggambar dan mendesain pakaian. Itu semua dia lakukan di sela-sela kegiatan mengurus rumah dan anak.

Meski disambi mengurus rumah tangga, saban bulan, Tati mampu membikin 50 potong pakaian anak. Semuanya dia desain, jahit, dan bordir sendiri. “Jiwa saya selalu ingin menghasilkan sesuatu,” ujar Tati.

Dan ternyata, baju anak hasil kreasinya diterima pasar. Tati pun kian semangat. Dia juga mulai berani memasang merek Dannis pada baju bikinannya. Lantas, tumbuh pula kepercayaan dirinya untuk mengembangkan usaha. Tati mulai memproduksi pakaian muslim dewasa, mukena, hingga jilbab.

Sayang, kali ini tidak laku. Toko-toko pakaian di Surabaya tidak mau menjual produknya. Ternyata, pakaian muslim buatan Tati bukan segmen dari toko-toko pakaian itu. Dia lantas berpikir, produk Dannis harus jelas target dan segmentasinya. “Akhirnya saya fokuskan produk ini untuk kalangan menengah ke atas,” tutur Tati.

Untuk bisa membuat model baju dengan mode mutakhir, Tati rajin menonton acara mode di televisi, membuka majalah wanita, hingga jalan-jalan ke berbagai kota. “Kalau lihat ada pameran fashion di

televisi, saya selalu membayangkan berada di acara tersebut dan melihat semua desain untuk menyelami,” ujar Tati.

Omset Rp 2 miliar, Di dunia mode, Tati merasakan sebuah ide itu menguras pikiran dan tenaga; hingga terkadang Tati merasa jenuh. Tapi, karena bisnis ini menguntungkan, dia pun tetap senang menjalaninya.

Kemampuannya berimajinasi soal model membuat busana Dannis selalu segar. Karena itu, tak perlu heran kalau bisnis Tati juga terus berkembang. Sekarang ini Tati mampu memproduksi 35.000 potong baju dengan omzet mencapai Rp 2 miliar per bulan. Harga termahal dari baju muslim bermerek Dannis ini Rp 250.000.

Tati kini memperkerjakan 1.000 orang karyawan dengan melibatkan 500 agen yang tersebar di kota-kota besar. Dia menerapkan konsep kemitraan. “Jadi, saya tidak perlu membuat gerai, sehingga lebih efektif dan efisien,” imbuh Tati.

Kendati sudah malang melintang di dunia busana, pakaian muslim buatan Tati tak lepas dari kritikan, termasuk dari konsumen. “Saya anggap kritikan itu sebagai pemacu untuk menampilkan produk yang lebih baik lagi,” ujar Tati.

Referensi : [diradja.wordpress.com](http://diradja.wordpress.com)

## **PETERNAK SAPI PERAH, INILAH KISAH SUKSES SUKIRNO**



BISNIS.COM, JAKARTA - Pria berpakaian rapi dan bersepatu itu sedang asyik berbicara dengan seorang lelaki yang lebih tua darinya. Tampaknya pria rapi itu lebih banyak bertanya, sedangkan yang lebih tua itu lebih banyak menjawab pertanyaan yang dilontarkan kepadanya.

“Sehari setor berapa Pak?”, tanya pria berpakaian rapi itu.

“Tidak pasti Pak, tapi alhamdulillah hari ini bisa setor 60 liter,” Jawab pria yang lebih tua.

Kemudian pria rapi bertanya lagi, “Dari total 60 liter itu, bisa dapat uang berapa?”.

Dan pria lebih tua itu menjawab sambil tangan kanannya menahan pundak kirinya yang sedang memanggul pikulan. “Kalau hari ini tidak dapat uang, hanya setor saja ‘kan hitungannya itu tiap sepuluh hari, kalau bagus dapatnya ya sekitar Rp.1,5 juta. Tapi itu belum dikurangi perawatan dan sebagainya”.

Demikianlah sekelumit percakapan antara Wakil Menteri Perdagangan, Bayu Khrisnamukti dan Sukirno, seorang peternak sapi perah di daerah Pasuruan, Jawa Timur, yang sempat Bisnis dokumentasikan pada akhir Mei lalu.

Sukirno adalah salah seorang peternak sederhana yang menggantungkan hidupnya dari hasil penjualan susu sapi. Dia bersyukur karena sampai saat ini, sudah ada pembeli yang menampung hasil peternakannya, meskipun harganya tidak terlalu tinggi.

“Alhamdulillah, sampai saat ini tidak sampai rugi, meskipun tidak bisa untung banyak. Tapi bagi saya selama tidak rugi saja sudah tidak apa-apa,” jelasnya.

Jawaban itu sangat beralasan, mengingat sejak kecil ia sudah menekuni usaha peternakan sapi perah ini. “Sudah dari ayah saya dulu, jadi sejak kecil ya saya sudah menjadi pemerah susu,” katanya, karena itulah ia tidak kaget kalau hasil yang didapatkan dari menjual susu ini tidak begitu banyak.

Sukirno pun bangga dengan profesi yang selama ini dijalannya, Dia pun tidak hapal sudah berapa tahun menekuni pekerjaan sebagai pemerah susu sapi ini, “Ya kalau ditanya berapa tahun, saya tidak tahu, lha wong sejak kecil saya sudah disini ” ungkapnya.

Kelihatan sekali bahwa Sukirno bangga terhadap pekerjaannya, hal ini terlihat dari jawaban yang diucapkannya seakan mengandung gelora penuh semangat. Dia pun melanjutkan, penghasilan peternak sapi perah sangat bergantung dari kondisi sapi perah itu sendiri, “asal sapinya tidak rewel saja, hasilnya bisa baik,” ungkapnya.

Saat ini Sukirno memiliki 4 sapi dewasa dan 2 sapi yang masih kecil, sebagian sapi tersebut adalah titipan dari koperasi yang ada di daerahnya. Mengenai kualitas susu yang dihasilkannya, Sukirno mengakui tidak begitu memahami, hanya saat ini setiap bulannya ia bisa mendapatkan uang bersih sekitar Rp.600.000 sampai Rp.1 juta.

Uang sebesar itu akan Dia pakai untuk memenuhi kebutuhan hidup keluarganya sehari-hari, sekaligus untuk biaya pendidikan kedua anaknya yang salah satunya sudah memasuki bangku SMA, Sukirno sendiri hanya lulusan SD. “Saya punya 4 ekor yang sudah produksi, sedangkan ada 2 yang masih pedet ” terangnya.

Sukirno sempat kaget ketika Wamendag Bayu Khrisnamukti menawari agar menjual sapi perahnya. “Sekarang ‘kan harga sapi lagi naik, kog tidak dijual saja pak?,” tanya Wamendag.

Sukirno pun menjawab, “Kalau masih bagus ya tidak mungkin saya jual, sayang karena nanti cari gantinya juga susah, sampai harus ke daerah tetangga,”.

Sementara itu, Pengurus KUD di wilayah tersebut, Jubar Nusananta mengatakan kualitas susu yang berada di wilayahnya sudah baik. Hal ini tidak lepas dari peran pemerintah yang mampu mengandeng swasta agar bersedia memberi pelatihan cara beternak sapi perah yang baik dan berkesinambungan.

Saat ini Koperasi yang bernama KUD Pucang Sari ini menaungi 15 kelompok peternak atau sekitar seribuan peternak, dengan total ternak sekitar 2.300 ekor. Dimana, dalam sehari mampu memproduksi 27 ton susu segar dengan rata-rata kualitas yang cukup baik.

Meskipun demikian, Jubar mengakui bahwa wilayahnya masih dibayang-bayangi oleh adanya beberapa peternak yang menjual sapi perahnya, “Kita mengakui beberapa peternak sempat menjual sapi perahnya, pihaknya tidak bisa berbuat apa-apa mengingat sapi tersebut adalah milik pribadi, oleh karena itu kita mensiasati dengan meminjamkan sapi kepada peternak dengan cara ini mereka tidak bisa menjual sapi tersebut ,” jelasnya.

Pinjaman yang dimaksud Jubar adalah, KUD meminjamkan sapi perah ke peternak dengan perjanjian yang sudah disepakati sebelumnya. “Sistemnya bagi hasil, nanti berapa persennya akan masuk ke kas KUD. Nilainya tergantung kondisi sapinya, karena kan biaya perawatannya sama, sedangkan yang membedakan adalah produksinya, yang pasti tidak memberatkan petani” katanya.

Selain itu, masalah yang saat ini dihadapi petani adalah susahya mendapatkan bahan. Jubar mengatakan jagung sebagai bahan pakan yang baik untuk sapi perah, namun akhir-akhir ini sulit didapat. “Jagung itu sebenarnya baik, namun karena susah di dapatkan maka harganya menjadi tidak

stabil dan cenderung tinggi, akhirnya peternak mesiasatinya dengan menggunakan rumput gajah,” jelasnya.

Penggunaan rumput gajah tersebut memang lebih ekonomis, namun kurang baik bagi produksi susunya, tetapi Jubar memaklumi pilihan beberapa peternak itu. “Saya paham, biaya yang mereka keluarkan itu cukup besar. Kalau harus beli semua, misal dari pakan sampai pekerjanya, ya tipis sekali hasilnya,” katanya.

Hitungan sederhananya, lanjut Jubar, kalau rata-rata seekor sapi perah menghasilkan 15 liter susu per hari, maka biaya operasional setara dengan 12 liter, yang 3 liter adalah keuntungannya. Masalahnya, lanjut Jubar, produksi sebesar itu cukup membahayakan bagi keberlangsungan sapi itu sendiri, “Produktifitas maksimal saat ini kan sekitar 15 liter itu, lha kalau terus dipaksa seperti itu, sapi ini tidak akan bisa bertahan lama,” tegasnya.

Dalam kesempatan yang berbeda, Wakil menteri pertanian, Rusman Heryawan mengatakan pihaknya mengajak semua pihak yang memiliki kepentingan untuk bersama-sama menggalakkan peternakan sapi perah dalam negeri.

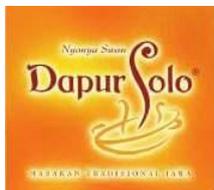
“Pemerintah mengajak semua pihak yang berkepentingan di sektor ini untuk bersama-sama membangun industri ini, dengan cara memberikan pelatihan kepada peternaknya atau melakukan inovasi terkait pakan ataupun juga obat-obatan yang implikasinya terjadi peningkatan produksi dan juga kualitas susu yang dihasilkan peternak kita,” katanya.

Mengenai harga susu peternak Dia percaya dengan kualitas yang meningkat, secara tidak langsung akan meningkatkan penghasilan peternak. Saat ini penentuan harga peternak masih terkendala dengan standar kualitas yang berlaku di masing-masing perusahaan pengolah susu.

Berdasarkan data kementan menyebutkan populasi sapi perah di Indonesia sekitar 600.000 ekor, dengan laju perkembangan 2,5%/tahun dan 98% tersebar di Pulau Jawa. Produksinya sendiri hanya mampu memenuhi kebutuhan konsumsi nasional antara 25% - 30%, sisanya masih dipenuhi dari impor. Hampir seluruh produksi susu segar (98%) dipasarkan ke Industri Pengolah Susu (IPS).

<http://industri.bisnis.com/read/20130619/99/146029/peternak-sapi-perah-inilah-kisah-sukses-sukirno>

## **DAPUR SOLO (DS).**



Rumah makan yang terletak di kawasan Sunter ini menyajikan aneka makanan Jawa, khususnya dari Solo. Makanan tradisional yang bervariasi di restaurant Dapur Solo ini merupakan tujuan untuk memopulerkan aneka makanan yang pada saat ini cenderung merupakan makanan barat seperti Burger, Hotdog, Pizza, Pasta dan masih banyak makanan barat lainnya. Pengusaha Dapur Solo ini dalam membangun usaha makanan tradisional, benar-benar dimulai dengan keringat dan tekad yang keras. Banyak usaha-usaha yang bisa kita ciptakan untuk membuat diri kita menjadi semakin mandiri. Dampak positifnya dalam membangun usaha ialah terbukanya lapangan kerja bagi orang lain, membangun perekonomian banyak orang dan membantu perekonomian negara. Kita lihat salah satu keberhasilan ekonomian karena adanya usaha-usah ayang dirintis masyarakat negara Indonesia yang sadar akan perlunya membangun sebuah usaha untuk kelangsungan hidup mereka dan orang lain.

Bagaimana kisah perjuangan Swandani Kumarga dalam membangun usahanya yang dirintis dari nol ini? Sejauh mana pemilik Dapur Solo berhasil mempopulerkan makanan tradisional disini? Apa kiat-kiat sukses yang Swandani Kumarga berikan terhadap masyarakat banyak? Bagaimana pula ia berhasil menyaingi saingan-saingannya dalam kancah dunia bisnis?

Untuk menjawab persoalan diatas, mahasiswa Jurnalistik FIKOM UNPAD, Eka Harumi Sediaswati mewawancarai narasumber yang berkaitan dengan topik saya yaitu Ibu Swandani Kumarga, Pemilik Dapur Solo, di Restaurant miliknya Dapur Solo, Sabtu (29/12) pada 11.45 siang. Dapur Solo yang terletak di Jl Danau Sunter Utara Blok R-35, Jakarta Utara, yang bertempat tinggal tak jauh dari restaurantnya di Jl Danau sunter Utara Blok R-21, Jakarta Utara, Ia juga mempunyai cabang di daerah Melawai, Jakarta Selatan.

Berikut petikan wawancara dengan Ibu Swandani Pemilik Dapur Solo.

Sudah sejak kapan anda memulai usaha ini?

Dari awal mulanya pada tahun 1986-an. Waktu anak saya baru lahir.

Siapa yang menginspirasi Anda terhadap usaha ini?

Awalnya bukan terinspirasi, tetapi karena ingin membantu suami untuk mencari uang, kan uang tidak harus dari kantong suami, karena saya hobi makan rujak juga yah. Jadi pertama kali saya menjual rujak dulu. Bertahap gitu.

Dimana Anda pertama kalinya memasarkan produk ini?

Dari rumah ke rumah, Door to door, tetangga lewat mulut ke mulut. Dengan selebaran. Hanya berawal dari garasi rumah, hanya dapur rumah. Sebenarnya niat saya cuma ingin menjual rujak, akhirnya saya coba-coba, lalu menulis saya dikertas A4 dan dibagi dua, tulisannya juga hanya menyediakan rujak dan es jus. Hanya rujak dan es buah saja yang saya jual waktu itu.

Berapa modal yang Anda keluarkan untuk membuka usaha ini?

Modal saya hanya Rp 100rb, waktu itu Rp 100rb hanya bisa mendapatkan gilingan es, buah-buahan, juga kurang lebih gelas 2-3 lusin. Orang bilang usaha harus pake modal besar, tetapi bagi saya modal tekad, niat, ulet dan keberanian. Menurut saya ini yang menjadi modal dasarnya.

Pertama kalinya tanggapan masyarakat terhadap produk Anda?

Mereka tadinya menganggap hanya main-main, tetangga juga hanya kasian. Tetapi saya tidak malu, karena saya tidak mencuri. Usaha saya juga mendapatkan respon positif dari anak sekolah, tetapi saya tidak malu, orang duit yang saya dapatkan halal. Kalau kita semua dijalan yang benar ngapain malu. Pada dasarnya kita tidak perlu malu untuk memulai sebuah usaha.

Bisa menceritakan tentang keluarga Anda?

Keluarga saya, kebetulan latar belakang orang tua saya memang dagang sembako. Kalau orang bilang ada bakat turunan, padahal menurut saya bukan bakat, karena sebenarnya semua orang mempunyai bakat, tinggal orang tersebut ingin menggali bakat tersebut atau tidak.

Sejauh mana keluarga Anda men-support usaha yang Anda lakukan sekarang?

Keluarga saya sangat men-support sekali usaha saya ini, terutama suami saya sangat membantu. Karena biasanya perempuan mempunyai usaha dirumah bisa sambil mengurus anak. Dulu suami saya bekerja sebagai proyek manager, tetapi akhirnya kita berdua membangun usaha ini bersama-sama, hingga menjadi sebesar ini. Anak saya perempuan, umurnya 24 tahun. Saya hanya memiliki satu putri yang bekerja di HSBC. Semua ini, usaha dan keluarga telah diberkati oleh tuhan. Dan karena Tuhan telah memberikan kepercayaan kepada kita.

Motif apa yang anda miliki sehingga memilih untuk membangun sebuah usaha ini?

Karena kita ingin mempopulerkan makanan tradisional, dan ingin mempertahankan budaya makanan indonesia, membuat makanan tradisional sejajar dengan makanan lainnya. Obsesi saya hanya itu. Ingin mengangkat makanan tradisional dan mengalahkan makanan barat.

Bisa ceritakan lebih detail lagi awal mula adanya usaha ini?

Selangkah demi selangkah saya kerjakan dengan tekun. Akhirnya setelah ditekuni selama 5 tahun, usaha ini menjadi lebih besar. Omset awal hanya Rp10rb. Mulai setiap bulan mengalami peningkatan, omsetnya mencapai Rp50rb sampai Rp100rb perhari dan saya juga mempunyai target, jadi setiap bulannya harus mengalami peningkatan. Suka dukanya, jika masyarakat bosan dengan hanya variasi makanan yang itu-itu saja. Akhirnya saya menambahkan gado-gado sebagai inovasi baru terhadap makanan. Hanya melihat pembuatan gado-gado, kita mencoba-coba. Testernya suami dan tetangga. Intinya selalu berdoa, kalau mendapatkan ide, pasti mencoba ide baru itu. Karena tester tersebut berhasil, akhirnya kita memasukan gado-gado sebagai menu baru kita.

Sudah berapa banyak cabang yang anda dirikan?

Punya 1. Saya ada cabang di Daerah Melawai, Jakarta Selatan. Saya tidak mau latah karena wirausaha-wirausaha yang sudah sukses membuka banyak cabang karena ingin menjadi semakin terkenal.

Dalam persaingan dunia bisnis, sejauh mana anda bisa menyaingi wirausaha-wirausaha lainnya?

Bagi saya tidak merasa ada saingan. Saya menganggap semua teman untuk saling mengembangkan. Kalau merasa saingan, kita bertekad untuk mengalahkan. Saingan adalah sahabat. Bersaing dalam kreativitas. Setiap orang berbeda-beda cara mengembangkan usahanya. Tetapi tergantung bagaimana kita merangkul semuanya menjadi teman. Kalau persaingan semakin banyak, itu berarti perekonomian negara kita semakin terangkat. Banyaknya lapangan kerja yang semakin banyak terbuka. Dan kita bersaing secara sehat dan secara kreativitas. Tidak ada sirik atau iri terhadap pesaing lain.

Pernahkah Anda mengalami kegagalan dalam berwirausaha?

Saya tidak pernah mengalami kegagalan. Karena saya melakukannya dengan bertahap. Tidak pernah mengalami kegagalan besar yang benar-benar membuat bangkrut. Karena mungkin saya tidak langsung menginginkan usaha yang langsung berhasil. Tidak ada rugi dalam makanan kecuali benar-benar rugi besar. Kecuali kita tidak mampu bersaing, kemungkinan besar akan rugi tentu saja ada.

Untuk memuaskan konsumen apa yang anda lakukan terhadap produk-produk anda?

Menjaga kualitas tentunya, kemudian kebersihan, service-nya juga harus sebaik mungkin bisa dijaga, suasana rumah makan yang nyaman, dan rasa makanan itu sendiri menjadi taste utama yang menarik

pembeli, harga juga sesuai kantong masyarakat. Jangan menjadi latah, jangan melihat untung saja. Jangan ikut-ikutan latah jika pesaing lain menaikkan harga.

Bisakah Anda membagikan kiat-kiat sukses yang Anda jalani? Bisakah Anda memberikannya kepada masyarakat?

Tentu saja. Kenapa tidak. Semua orang berhak membuat usahanya masing-masing agar menjadi mandiri dan tidak tergantung pada orang lain. Sebetulnya kalau kita mau berusaha, modal usaha itu adalah tekad, berdoa karena kita punya tuhan, meminta hikmat, intinya percaya bahwa tuhan punya rencana atas semua yang kita kerjakan. Kita sebagai manager pengelola, kalau dipercaya oleh tuhan, maka kita harus memegang kepercayaan itu. Sedikit demi sedikit pasti usaha kita akan maju.

Sudah berapa banyak pegawai Anda miliki?

100 karyawan, sudah termasuk cabang yang di Melawai. Dari 1 orang karyawan hingga sekarang karena tuhan. Itu merupakan kepercayaan Tuhan pada kita. Amanah kalau menurut agama saya.

Bagaimana Anda mengayomi karyawan-karyawan Anda?

Menganggapnya sebagai keluarga sendiri, kalau punya salah ditegur juga. Tidak ada salah yang didiamkan. Selama dia masih mengerti dikasih tahu yah kita juga harus bisa mengerti. Ada kalanya kita harus bersikap keras jika memang sudah melewati batas.

Boleh tahu, berapa omset setiap hari/bulannya yang Anda terima?

Kalau menurut saya, termasuk ok sih. Sehari rata-rata Rp5 juta/hari atau Rp150juta/bulan, tidak usah sombong kita sebagai orang. Tahun depan saya berencana membuka Perseroan Terbatas atau PT, yang awalnya dari perseorang, dan hanya wirausaha sendiri, manajemen yang baik, bekerja sama kepada orang lain, dan menambah partner dalam usaha. Wirausaha tidak ada kata pensiun. Karena wirausaha tidak pernah mengenal umur. Untuk Target sekarang, saya masih punya mimpi, yaitu tetap mempopulerkan makanan tradisional diantara makanan internasional. Kalau tuhan mengijinkan tahun depan saya akan membuka Perseroan Terbatas yang partnernya yah teman-teman saya sendiri. Tahun depan saya berniat membuka Fitness Center, Butik dan Female Gym. Rancangannya pun sudah ada dan dibuat oleh arsitektur yang handal. Nanti saya perlihatkan.

Penghargaan apa yang telah diberikan kepada Dapur Solo?

Pak Bondan dalam Wisata Kuliner telah memilih rumah makan ini untuk masuk dalam salah satu episode diacaranya. Kemudian terpilih menjadi sepuluh besar makanan Indonesia dalam Visit Indonesia. Dan juga masuk kedalam majalah Garuda

Niat membuka cabang di luarkota?

Sangat berniat. Banyak orang menyuruh saya untuk membuka cabang di luarkota. Tetapi bukan karena uang, tapi kita tidak melihatnya dari sisi uang. Di Solo sendiri belum ada Dapur Solo atau DS ini. Nama Dapur Solo ini diambil agar orang dengan gampang mengingatnya. Nama Kota Solo sendiri belum bisa saya patenkan. Tetapi kalau dapur solo bisa saya patenkan. Karena saya tidak ingin latah mengikuti keinginan, maka saya melakukannya secara bertahap dan tergantung rejeki saja. Sejalannya sajalah yang dikasih tuhan kepada saya.

## **KISAH SUKSES H. SIMIN SEORANG TUKANG SATE KELILING**



masyarakat pekerja keras.

*“Sate, Sate....Sate”* Suara khas penjual sate memang akrab di telinga warga Jakarta. Dengan gerobak, mereka biasanya berkeliling menjajakan dagangannya ke kompleks perumahan warga Ibu Kota. Sebagian dari mereka berasal dari Pulau Madura. Untuk menandakan warga asli Madura, di gerobak mereka lazim tertempel tulisan: sate madura. Pulau Madura dengan segala kekhasannya memang dikenal memiliki

**H SIMIN** berhasil menaklukkan angkuhnya Ibu Kota, Jakarta. Dia memulai usaha jualan sate dengan gerobak keliling hingga merambah hotel berbintang. Berjualan sate hingga ke luar daerah, menjadi pebisnis barang-barang bekas dan tukang cukur adalah beberapa mata pencaharian yang ditekuni warga Madura. Tak terkecuali H Simin. Pria kelahiran 1965 tersebut adalah satu dari beberapa warga Madura yang menggeluti usaha sate. Kisah H Simin menjadi pedagang sate bermula pada sekitar tahun 1980- an saat dia hijrah dari kampung halaman mengikuti jejak kedua orang tuanya. Orang tua H Simin seorang pedagang sate. Ketika sampai di Jakarta, H Simin pun mau tak mau membantu orang tuanya berjualan sate di Jalan Bangka, Jakarta Selatan. Sebagai anak yang berbakti kepada orang tua, H Simin mengaku tak sungkan membantu kedua orang tuanya.

Malah, dia merasa senang karena bisa meringankan beban kedua orang tua meski waktu itu tugasnya hanyalah membuat tusuk sate, membeli bumbu keperluan untuk membuat sate, dan tugas lain. “Apa pun yang disuruh orang tua pada waktu itu, saya menurut saja,” ujarnya. Cukup lama H Simin turut membantu jualan sate kedua orang tuanya. Hingga pada 1993, dia memberanikan diri untuk membuka usaha sendiri. Menjadi mandiri bukan urusan mudah bagi sosok pekerja keras ini. Orang tuanya sempat tak setuju anaknya membuka usaha sendiri lantaran merasa menjadi pedagang sate itu memerlukan modal yang tak hanya materi, melainkan juga keuletan. Meski begitu H Simin tetap pada pendiriannya. Dia ingin lepas dari bayang-bayang orang tua. Bermodalkan seekor ayam, dia pun mulai berkeliling Jakarta menjajakan dagangannya.

Sejak itu, H Simin berusaha menjadi sosok mandiri. Menjadi seorang yang dapat berdiri di atas kaki sendiri ternyata tidak semudah membalik telapak tangan. H Simin yang selama ini nyaman dengan tugas membantu orang tuanya harus menemui kenyataan bahwa dia harus mencari penghasilan sendiri. Di sinilah pesan orang tuanya benar-benar dirasakan. Berjualan sate tak hanya butuh modal materi, melainkan juga keuletan. Ya, karena awal-awal berjualan, H Simin merasakan betul cobaan berat. Dagangan tidak laku setelah kaki lelah melangkah, suara hampir habis untuk menjajakan sate dagangannya. Namun, H Simin tak berputus asa. Gagal di hari pertama dia mencoba hari kedua. Begitu seterusnya hingga dia mulai mendapatkan pelanggan.

Keyakinan H Simin dipertebal dengan rasa dan kualitas sate buatannya. “Saya mencuri ilmu dari orang tua,” katanya tentang racikan bumbu satenya sehingga mampu menghasilkan cita rasa khas. Alhasil, sate dagangannya mulai mendapat tempat di sebagian besar pelanggan. H Simin pun mulai mantap dengan jalan hidupnya. Apalagi sejalan dengan waktu, berkah didapatkannya. Dia mendapat fasilitas kredit kemitraan dari Bank Negara Indonesia (BNI) sebesar Rp40 juta untuk membuka warung di kawasan Warung Tenda 46, sebuah kawasan pedagang kaki lima yang dibina Pemerintah

Kota (Pemkot) Jakarta Pusat dan BNI. Kegiatan berkeliling Jakarta mendorong gerobak pun beralih dengan berjualan di warung tenda.

Sejak mangkal di Warung Tenda 46, harum dan lezatnya sate H Simin mulai dikenal. Dari mulut ke mulut, kelezatan sate buatan Simin menggiring warga Ibu Kota berduyun-duyun mendatangi warung tendanya. Apa sebenarnya yang membuat sate kambing dan sate ayam buatan H Simin menjadi santapan favorit? Selain menjaga kebersihan masakan, dia mematok harga yang terjangkau, yakni Rp12.000 untuk sate ayam dan Rp15.000 sate kambing. Yang tak kalah penting, sate buatan H Simin dijamin halal lantaran kambing maupun ayam dipotong dan diolah sendiri. Hal lain yang membuat sate H Simin memiliki cita rasa khas adalah racikan bumbunya. Racikan bumbu resep keluarga menjadi kuncinya. Selain itu, H Simin juga memanfaatkan pengetahuan yang pernah dia dapat saat mengikuti pelatihan pembuatan sate. Misalnya saja, sate tidak dibakar dengan menggunakan arang kayu, melainkan memakai arang batok kelapa seperti yang biasa dipakai membuat steak.

“Rasanya juga menjadi lebih enak,” katanya. Dari pelatihan tersebut, H Simin ternyata mendapatkan bekal tambahan lain. Dia jadi tahu teknik memilih daging sate, termasuk mengetahui tempat dan alat-alat pembuat sate yang memenuhi standar hotel berbintang. Bekal pengetahuan tata cara membuat sate yang memenuhi standar hotel berbintang turut melambungkan penjualan satenya. Seiring kemampuan mengolah sate bercita rasa hotel, dia pun mulai mendapat pesanan dari kalangan hotel, selain dari pesta. Pesanan dari hotel pun turut mengangkat omzet penjualan. Omzet yang diraih dari pesanan (hotel maupun pesta di tempat-tempat lain) dalam sebulan rata-rata mencapai Rp100 juta. Adapun dua warungnya bisa menghasilkan penjualan hingga Rp60 juta per bulan.

Dari penghasilan tersebut, menurut pengakuan Simin, 40% adalah penghasilan bersih setelah dipotong berbagai macam biaya, termasuk untuk menggaji karyawan sebanyak 15 orang. Dari pendapatannya itu, H Simin bisa menyekolahkan anaknya hingga perguruan tinggi. “Syukur alhamdulillah, dari merintis usaha sate kini saya bisa seperti sekarang, termasuk dapat menyekolahkan anak hingga bangku kuliah,” tutur pria yang masih turun langsung melayani pelanggan meski terhitung telah sukses, saat ditemui di rumahnya di Jalan Jatibunder, Kebon Melati, Tanah Abang. Ada alasan mengapa H Simin sampai sekarang masih mau turun tangan melayani pelanggan. Utamanya adalah untuk tetap menjaga mutu. Maka, dia pun masih terlibat langsung mulai dari memilih ayam dan kambing di pasar hingga mengawasi proses memasak. Bahkan, dia selalu mengantarkan pesanan pelanggan dan menunggu hingga masakan buaatannya dihidangkan. “Supaya tidak ada komplain,” terangnya.

Semua itu dilakukan H Simin juga untuk menjaga hubungan kekeluargaan dengan karyawan. Agar tak ada jarak antara bos dan bawahannya. Hanya saja, bisnis H Simin bukan tanpa kendala. Selain persaingan yang semakin ketat, H Simin juga sedikit mengalami kesulitan atas beberapa hal, terutama soal pembayaran yang dilakukan pihak hotel. Pembayaran dari hotel yang menjadi pelanggannya dilakukan sebulan sekali sehingga kalau sedang banyak permintaan, usahanya kerap kekurangan modal. Meski demikian, seperti wirausaha lain, H Simin juga punya keinginan agar usahanya lebih maju lagi. Salah satu cita-citanya adalah membuka restoran. Dia yakin, kalau terlaksana, restorannya akan laris. Apalagi ia telah memiliki pelanggan dari sejumlah hotel berbintang lima dan perusahaan-perusahaan besar.

Sumber : [economy.okezone.com](http://economy.okezone.com)

## KISAH SUKSES SASI KIRANA DENGAN BISNIS SUN PERTTY LAUNDRY



**Bisnis Laundry** kini mulai menjamur di berbagai daerah. Usaha yang memberikan jasa cuci pakaian ini semakin diburu oleh sebagian orang demi alasan kepraktisan. Namun siapa sangka inovasi sistem franchise usaha laundry yang awalnya sekedar iseng, membuat Rahajeng Sasi Kirana (32), pemilik Sun Pretty Laundry sukses membuka 22 gerai bisnis laundry-nya di berbagai kota.

**Sasi**, biasa ia dipanggil pernah bekerja di LBB Primagama Yogyakarta sebagai accounting sekaligus tentor sebelum akhirnya terjun di bisnis laundry. “Dulu waktu saya di Jogja, melihat banyak sekali tempat laundry yang semuanya ramai. Dari situlah berpikir kenapa nggak buka bisnis laundry saja.

**Sasi Kirana** (30) Pemilik **Sun Pertty Laundry**. Sun Pretty Laundry yang didirikan sejak 2010 saat ini telah berkembang hingga memiliki 22 gerai di berberapa kota di luar Solo.

Dengan modal Rp. 2 juta dan mesin cuci pinjaman dari ibunya akhirnya ia nekat memulai usaha laundry di rumah eyangnya yang terletak di belakang kampus Universitas Slamet Riyadi Solo.

Diawal usaha, Sun Pretty Laundry yang terletak di Jl Kalingga VII No 18 Solo ini berusaha menarik pelangganya dengan sistem delivery service. Baju kotor diambil dari tempat pelanggan kemudian dibawa ke gerai dan diantar kembali ke pelanggan setelah bersih. “Awalnya, saya ambil sendiri cucian kotor pelanggan dengan motor dan saya taruh di depan. Seringkali karena banyaknya cucian wajah saya sampai tertutup,” kenang wanita yang lahir 28 Oktober 1980 ini sambil tersenyum.

Melihat persaingan bisnis laundry yang cukup ketat, akhirnya Sasi berinisiatif membuka peluang kemitraan untuk bisnisnya tersebut. “Mitra bisnis pertama saya adalah Ibu Zulkarnain dari Makassar. Sekarang setelah berjalan kurang lebih 3 tahun, bersyukur sudah 22 gerai yang buka,” ujanya bangga. Gerai Sun Pretty Laundry kini tersebar diantaranya di Surabaya, Tulungagung, Semarang, Sragen, Jakarta, Banjarmasin, Makassar, Batam, dan Bali



Sun Pretty laundry yang merupakan usaha jasa di bidang laundry membuka bisnis dengan sistem kemitraan.

Menariknya dalam bisnis kemitraan Sun Pretty Laundry ini, Sasi tidak memberlakukan royalty fee. “Semua keuntungan yang diraih mitra, menjadi 100% milik mitra. Ini tentu tentu sangat menguntungkan,” jelas Sasi. Sun Pretty Laundry menawarkan berbagai macam paket franchise antara lain paket cute, charm, smart, dan brilliant dengan nilai investasi mulai dari Rp20 juta sampai Rp.70 juta.

Sasi mengaku selama ini ia mengandalkan jejaring sosial sebagai media promosinya. “Sekarang twitter, facebook, dan website terbukti ampuh sebagai media promosi. Buktinya, tak hanya di Solo, Sun Pretty Laundry ini juga bisa dikenal di berbagai kota di Indonesia,” aku Sasi menutup wawancara.

*Sumber : terasolo.com*

## KISAH SUKSES WILDAN DENGAN BISNIS PISANG GORENG PASIR



**Wildan** yang hanya tamatan SMA menjadi Wirausahawan Sukses. Wildan demikian panggilan akrabnya tak pernah bermimpi menjadi sukses seperti saat ini. Dia cukup tahu diri. Bekal pendidikan yang dia dapatkan hanya pas-pasan.

Namun, kerja keras yang telah dirintisnya beberapa tahun mampu membalikkan nasib bapak lima anak ini. Wildan berawal dari sebuah gerai berukuran 9×10 M berlokasi di bawah flyover Jalan ExitTol RC Veteran, Bintaro, Jakarta Selatan, yang ia sewa empat tahun yang lalu.

Bermodal awal Rp. 75 juta, pria asal Lampung ini mencoba peruntungan membuka bisnis pisang goreng. Keberanian Wildan membuka gerai jajanan pasar pisang goreng boleh diacungkan jempol.

Pasalnya, hampir di setiap sudut jalan di Jakarta pasti ditemui jajanan pasar ini. Namun, berkat inovasi produk yang dia beri nama Pisang Goreng Pasir ini diminati banyak orang. Menggelitik memang ketika mendengar kata pisang goreng pasir, dan pasti timbul pertanyaan apakah pisang itu dimasak dengan pasir. Menurut si empunya, nama pasir berasal dari butiran-butiran kecil kecokelatan yang mirip dengan pasir yang ada pada tepung yang menyelimuti pisang goreng.

**Wildan** berpikir, nama pasir ini akan menjadi magnet tersendiri. **Wildan** bercerita, mendapat ide berbisnis pisang goreng berawal dari menjamurnya gerai-gerai pisang goreng yang berada di daerah Bintaro. Pada 2005 lalu di jalan sekitar sini banyak gerai pisang goreng, dan yang paling laku yakni pisang goreng pontianak, ujar pria kelahiran Lampung. Setelah mengantre dan ikut mencoba mencicipi pisang goreng pontianak yang memang sedang booming saat itu. **Wildan** melihat bentuk tepungnya begitu unik namun dari segi rasa menurutnya kurang nikmat.

**Wildan** memutuskan mengkreasikan pisang goreng miliknya dengan rasa yang berbeda. Minyak penggorengan yang digunakannya juga terus diganti setelah enam jam pemakaian. Tujuannya agar lebih bersih dan tidak menggunakan minyak yang memiliki kolesterol tinggi, katanya. Mengenai jenis pisang yang digunakan, Wildan memilih pisang lampung karena potensi pisang di Lampung cukup banyak dan tidak kalah kualitasnya dengan pisang dari Pontianak.

Hasil dari coba-coba dan terus inovasi, ide ayah lima anak ini berbuah manis. Di hari pertama penjualannya, pisang goreng pasir laku hingga 500 potong. Didukung embel-embel nama pasir, ternyata membuat orang makin penasaran dengan pisang goreng hasil olahannya. Tantangan Wildan dalam membesarkan usahanya tidak selalu berjalan mulus. Stok bahan baku yang ia dapatkan terkadang kosong.



Pernah ia siasati dengan mengganti bahan baku yang jenis pisangnya berbeda namun kualitasnya di atas pisang kepok kuning dari Lampung tapi sebagian besar pelanggannya kecewa. Hingga kini Wildan selalu menjaga mutu. Ketika stok bahan baku tidak ada, gerainya akan tutup pada esok atau lusa. Namun, saat ini dirinya dapat mengantisipasi kekosongan bahan baku. Setiap hari ia menerima 300

tandan pisang yang langsung didatangkan dari Lampung. Untuk menyimpan seluruh pasokan pisangnya, ia memusatkan pada satu gudang yang terletak di daerah Cipete. Selain itu, Wildan selalu

menjaga citra dagangannya dengan cara menjadikan produknya bisa masuk ke semua kalangan. Dia mengatakan, walaupun berupa jajanan pasar, produknya bisa menjadi makanan yang bersih dan semua orang bisa menyukainya. Usaha yang ia geluti hampir lima tahun ini akhirnya membuahkan hasil. Saat ini ia memiliki 100 pegawai yang tersebar di 15 gerai di seluruh Jabodetabek.

Dia mampu menjual 1.000 potong pisang pada hari biasa dengan harga per potong Rp2.500. Sementara, di akhir pekan bisa mencapai 4.000 potong pisang. Itu pun hanya untuk setiap gerainya. Jika dihitung, Wildan bisa mengantongi omzet penjualan Rp. 2,5 juta per hari tiap gerainya. Bila saat ini ia memiliki 15 gerai, berarti Wildan memiliki omzet penjualan Rp. 37,5 juta per hari dan dalam sebulan omzetnya mencapai Rp. 1,125 miliar. Selain bisnis pisang goreng, Wildan melakukan inovasi baru yakni membuat kompor pintar untuk mendongkrak penjualan pisang gorengnya.

**Wildan** mengaku, dengan adanya kompor pintar ini dapat memberikan berbagai keuntungan. Salah satu keuntungan yang ia dapat yakni bisa menghemat 20% bahan bakar dalam pemakaian gas 12 kg. Bila dengan kompor gas biasa setiap menggoreng hanya bisa 20 pisang. Tetapi sekarang dengan kompor pintar bisa menggoreng hampir 100 pisang sekali goreng, ucapnya sumringah. Penghematan waktu menggoreng juga diamini pria yang dulunya pernah bekerja sebagai salesman panci ini.

Rata-rata setiap menggoreng tanpa kompor pintar berkisar 15-20 menit namun sekarang 10 menit saja sudah bisa dicapai, demikian Wildan bertutur. Dengan kesuksesan yang sudah diraihinya saat ini tidak membuat Wildan berpuas diri. Wildan selalu mencari celah untuk bisa memasarkan produknya ke segala lapisan konsumen. Ini terlihat dari rencananya ke depan yang akan menjual pisang goreng pasir ke tempat-tempat yang tidak mungkin dijangkau olehnya.

Seperti terminal ataupun kampus-kampus dengan cara menggunakan sepeda motor yang sedang dia modifikasi saat ini. Rencananya untuk memasarkan produk melalui delivery order atau sepeda motor adalah salah satu solusi un-tuk para konsumen yang selalu meminta dirinya menjadi partner bisnis.

**Wildan** juga sempat mendapat tawaran di dalam negeri maupun di beberapa negara tetangga untuk menjadi rekanan. Lagi-lagi Wildan belum siap menerima tawaran itu. Dikhawatirkan akan merusak bahan baku pisang karena terlalu lama dalam pengirimannya.

## KISAH SUKSES PETERNAK BEBEK



KISAH SUKSES – Tidak salah jika Edy Santosa memilih nama Sumber Urip yang dalam bahasa Indonesia diartikan sebagai sumber kehidupan. Sumber Urip adalah nama kelompok usaha peternak bebek di Kelurahan Rinding, Kecamatan Teluk Bayur, Kabupaten Berau. Kini, Sumber Urip menjadi sumber pendapatan bagi keluarganya. Pada 2009, Edy hanya memiliki 100 ekor bebek bantuan dari PT Berau Coal. Saat itu, perusahaan tambang batu bara terbesar di Kabupaten Berau tersebut hanya membagikan 600 ekor bebek kepada enam orang.

Berkat ketekunan dan kemauannya yang kuat, 100 ekor bebek itu kini berkembang menjadi 6.000 ekor. Karena usahanya itu, kini Edy memiliki dua buah rumah dan satu unit mobil mewah.

Namun semua itu tidak didapatnya dengan mudah. Butuh waktu bertahun-tahun hingga akhirnya usaha ternak bebek itu bisa menjadi sumber penghidupan utamanya. “Awalnya saya hanya ingin coba-coba, tapi karena melihat peluang pasarnya cukup bagus, saya mulai serius menggarap bisnis ini,” kata Edy. Kebutuhan daging bebek di Kabupaten Berau, menurut Edy mencapai 7.000 ekor per bulan, sementara peternak lokal hanya mampu memenuhi kebutuhan itu 20%. Untuk menghemat biaya produksi, Edy bahkan rela memungut sampah sisa pedagang di pasar.

“Dulu, saya mengais-ngais sayuran bekas dan ikan-ikan dan tahu yang dibuang di pasar untuk makanan bebek, sebenarnya tidak susah member makan bebek karena bisa makan apa saja,” terang Edy.

Sampah organik itu lalu direbus untuk memastikan tidak ada kuman yang menyerang bebeknya. Sayuran dan ikan itu merupakan makanan yang penting bagi bebek untuk meningkatkan konsentrasi sehingga bebek bisa cepat besar.

Namun Edy tidak pelit berbagi pengalaman dan pengetahuannya tentang usaha jenis unggas ini. Karena itu Edy kerap diminta untuk memberikan pelatihan bagi mereka yang berminat membuka usaha ternak bebek.

Belum lama ini, Edy membagikan 1.000 ekor bibit bebek, bibit itu dibagikan kepada warga yang berminat membuka usaha ternak bebek. “Itu untuk memancing masyarakat agar bisa membuka usahanya sendiri,” ungkapnya.

Tidak hanya membagikan bibit bebek, Edy juga memberikan pelatihan bagaimana beternak bebek. Edy pun tidak sepeser pun meminta imbalan kepada mereka yang menerima bibit-bibit tersebut. Bahkan Edy tidak pernah meminta bibit tersebut dikembalikan jika kelak mereka sukses.

“Tidak harus dikembalikan ke saya, kalau sudah berhasil digulirkan lagi ke tetangga mereka atau warga yang berminat usaha bebek, karena orientasi saya bukan untuk keuntungan semata tapi saya berharap bisa memberdayakan orang lain,” tambahnya.

Ternak bebek bisa memberikan penghasilan berlipat-lipat, pasalnya bukan hanya produk dagingnya saja yang laku dijual, telur bebek juga sangat diminati pasar. Karena itu, Edy bersama warga sekitar juga mengembangkan usaha dengan menjual telur segar, telur asin dan pembibitan bebek.

Tak cukup dengan modal nekat, membuka usaha jenis ini juga perlu pengetahuan, paling tidak mengetahui kebutuhan pasar. “Kebutuhan pasar kita survey yang utama itu telur segar, karena kebutuhan pasar telur segar cepat terjual, sisanya untuk telur asin dan pembibitan,” paparnya.

Dia pun memberikan gambaran keuntungan jika seseorang beternak bebek di Kabupaten Berau. “Peternak bebek bisa mendapat keuntungan bersih Rp15.000 per ekornya,” jelas Edy. Jika memiliki 1.000 ekor saja, seorang peternak bisa meraup keuntungan Rp15 juta per bulan.

Kini usaha ternak Edy terus berkembang, bahkan dirinya juga memasok kebutuhan daging dan telur bebek ke Tanjung Selor, Kabupaten Bulungan. Berkat kegigihannya itu, Edy mendapat penghargaan dari Gubernur Kaltim sebagai kelompok peternak terbaik ke II tingkat provinsi. Prestasinya bukan hanya itu. Edy juga meraih penghargaan di tingkat nasional dari Kementerian Pertanian, Direktorat Jenderal Peternakan.

- See more at: <http://berbagikisah.com/berbagi-kisah/kisah-sukses-peternak-bebek/#sthash.of52NhaF.dpuf>

## **KISAH PENGUSAHA LELE TAMA YANG SUKSES**

Berani mencoba alias tidak takut gagal adalah prinsip yang mengantarkan Fauzan Hangriawan sukses menjadi pengusaha lele sangkuriang di Jakarta. Dengan modal terbilang mini, pemilik Sylva Farm Bangun Bangsa ini berhasil mengembangkan bisnis lele hingga meraup omzet ratusan juta sebulan..



Pria kelahiran Pontianak 26 tahun silam ini memang doyan berbisnis sejak masih remaja. Ketika duduk di bangku SMP di Lampung, Fauzan kerap membantu orang tuanya berjualan kelapa dan beras. Lalu, sejak SMA, dia memberanikan diri membuka bisnis sendiri. Mulai dari berjualan sepatu, kuliner, hingga usaha percetakan, dilakoninya.

Meski bisnis itu tidak pernah bertahan lama, Fauzan tidak kapok mencoba. Pada 2009, pria lulusan Fakultas Hukum Universitas Atmajaya, Jakarta, ini kembali mencoba bisnis baru yang belum pernah digeluti sebelumnya, yakni membudidayakan lele. “Pengetahuannya saya tentang budidaya lele sangat terbatas waktu itu. Tapi, saya bertekad mencobanya,” ceritanya.

Bermodal Rp 1,5 juta dari kocek sendiri, dia membelanjakan 1.000 bibit lele, pakan lele, dan terpal untuk pembuatan kolam di belakang rumah. Lantaran, belum tahu banyak soal budidaya lele, tingkat kematian lele sangat besar. Ketika itu, hanya 40 persen bibit lele yang mampu bertahan. Meski begitu, selang tiga bulan, Fauzan berhasil menikmati hasil panen pertamanya sebanyak 40 kg lele. Melihat hasil yang cukup menggiurkan, Fauzan memutuskan untuk serius menggeluti budidaya lele sangkuriang. Tak heran, dia belajar lebih mendalam soal budidaya lele.

Apalagi, kata Fauzan, kala itu, lele sangkuriang merupakan varietas yang unggul. Bahkan, hasil riset pemerintah yang ia baca menyebutkan, masa panen jenis lele ini lebih cepat, yakni hanya dua bulan. Daya tahan terhadap penyakit dan perubahan suhu pun lebih baik dibandingkan jenis lain, seperti lele dumbo. Fauzan tidak sendiri mengembangkan bisnis lele sangkuriang. Selain mempekerjakan delapan karyawan, dia juga bermitra dengan 30 petani binaan di Jakarta dan Bogor melalui sistem kolam plasma. “Saya mendampingi mereka, sehingga hasil panen bisa maksimal,” ujarnya.

Kini, dalam sebulan, Sylva Farm bisa memproduksi 600.000 ekor bibit lele. Harga bibit ditentukan berdasar ukuran. Misal, bibit berukuran 5-6 centimeter (cm) dibanderol Rp 160 per bibit. Sementara, bibit ukuran 7-8 cm dijual Rp 200 per bibit. Tak hanya itu, saban hari, Fauzan juga memproduksi 3- 4 kuintal lele berukuran siap konsumsi seharga Rp 17.000 per kilogram. Jadi, saban bulan, dia bisa mengantongi omzet sekitar Rp 200 juta. Pelanggannya tak hanya tersebar di wilayah Indonesia, tapi juga dari Bangladesh dan Malaysia.

### **Dari hobi**

Kisah sukses Fauzan Hangriawan berbisnis lele, sejatinya berawal dari hobi. Sejak remaja, dia suka memelihara ikan air tawar. Belakangan, dia juga melihat prospek bisnis lele sangat menjanjikan. Meskipun sudah cukup banyak yang terjun ke usaha pembibitan lele, namun permintaan terus tumbuh.

Kala itu, karena tidak puas dengan hasil panen lele perdananya, Fauzan berupaya mencari cara supaya ternak lele bisa berkembang. Pada November 2009, ia mulai berguru pada Nasrudin, petani lele sangkuriang di Bogor.

Nah, dari Nasrudin pula, Fauzan melihat peluang keuntungan yang lebih besar dari jenis lele sangkuriang. Supaya lebih mahir memelihara jenis lele ini, dia belajar langsung dari pusat lele sangkuriang di Balai Besar Pengembangan Budidaya Air Tawar, Sukabumi.

Banyak hal baru yang diperoleh Fauzan dari hasil belajar kepada Nasrudin. Sudut pandang pun berubah. Yang tadinya hanya sekadar menyalurkan hobi beternak, kini ia memandang bisnis dari sudut yang lebih luas. Secara teknis, siklus panennya pun semakin cepat. Kalau dulu, satu siklus panen butuh waktu tiga bulan, kini menjadi dua bulan saja.

Tak hanya itu, Fauzan juga memiliki visi untuk membantu orang yang menganggur di sekitar rumahnya. “Makanya, saya mulai mengajak mereka terjun ke usaha ini dengan pola kemitraan,” tuturnya.

Dia juga terus berusaha menjaga kualitas produksi lele. Alhasil, nama Sylva Farm Bangun Bangsa kian dikenal sebagai pembudidaya lele sangkuriang. Fauzan juga berupaya meningkatkan pelayanannya kepada pembeli. Dia juga tidak pelit dan bersedia berbagi ilmu mengenai cara budidaya lele pada setiap pembeli. “Saya berpikir, setiap orang yang beli benih lele dari saya, harus bisa membudidayakannya sampai panen,” ujarnya.

Seiring berjalannya waktu, cara pemasaran juga dibuat lebih rapih. Fauzan menjual benih lewat internet dan pameran-pameran wirausaha. Dia pun mengaku, tampil di media massa menjadi salah satu cara pemasaran yang ampuh untuk menggenjot penjualan.

Namun, perjalanan mengembangkan bisnis bukan tanpa kendala. Kendala terbesar yang pernah dialami Fauzan adalah kekurangan lahan kolam. Maklum saja, lahan kosong di Jakarta sudah sangat jarang. Maka Fauzan akan mengembangkan usahanya di Bogor. Meski cukup jauh dari kediamannya, Fauzan melihat potensi daerah ini cukup besar.

Kesulitan lainnya yang kerap dialami adalah kondisi cuaca. Pria 26 tahun ini bilang, perubahan suhu atau cuaca yang kerap tak menentu sering merepotkan. Misalnya, saat musim hujan, air hujan membawa kandungan asam. Ketika air hujan dengan derajat keasaman cukup tinggi itu jatuh ke kolam lele, tingkat keasaman alias pH air pun akan berubah. “Standar keasaman pH air untuk kolam lele itu harus 6 – 8, tapi saat hujan turun, pH-nya bisa turun ke level 5. Ini bisa mengakibatkan kematian pada lele,” bebernya.

Kendala lainnya, yaitu karakter pembudidaya. Menurut Fauzan, tidak semua petani punya perhatian khusus pada lele yang dipeliharanya. “Ini tantangan bagi saya, mengubah petani menjadi pebudidaya yang memiliki rasa kasih sayang terhadap lele sebagai makhluk hidup,” ucapnya. Menjadi pebudidaya lele sejak tahun 2009, Fauzan Hangriawan kini telah sukses meraup omzet hingga ratusan juta rupiah. Lewat pola kemitraan, usahanya telah membawa dampak sosial yang positif bagi lingkungan sekitarnya.

Fauzan mengaku, kini banyak tetangga yang menjadi mitra binaannya, dan hidup lebih sejahtera. Bahkan, selain petani binaan di Jakarta, Fauzan juga telah merambah di wilayah Bogor, Jawa Barat. Fauzan menjelaskan, sebelum menjadi petani lele, mitra binaan Fauzan, para petani tersebut dulunya bertanam tanaman palawija. “Saya senang bisa berbagi pada mereka,” tuturnya.

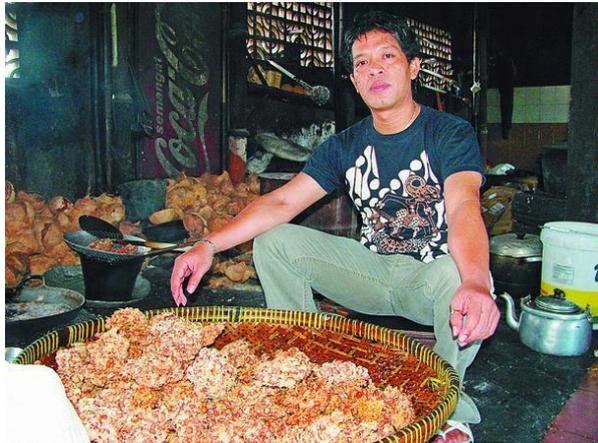
Hingga saat ini, Fauzan rajin melakukan pendampingan usaha kepada para petani binaannya itu. Belakangan ini, ia menyosialisasikan penggunaan teknologi bioflok yang selama ini lebih populer untuk budidaya udang. Namun, ia sedang mencoba menerapkan bioflok untuk budidaya lele. “Kalau berhasil, bioflok bisa meningkatkan produksi lele hingga empat kali lipat,” katanya.

Ke depan, ia merencanakan produksi lelenya, termasuk milik mitra binaan bisa mencapai lima hingga 10 ton per hari. Bila produksi lele sudah berhasil digenjut dalam jumlah itu, Fauzan berniat ekspansi dengan merambah usaha olahan lele. Salah satu komoditas olahan lele yang kini dilirikannya adalah sarden lele. Ia tertarik lantaran produk olahan lele ini belum pernah ada di pasaran. Sementara permintaannya sudah ada. “Kami sudah punya peminat di Taiwan,” ucapnya.

Ia berambisi, rencana ini bisa terealisasi dalam waktu dua hingga tiga tahun mendatang. Untuk mendukung rencana ekspansinya itu, Fauzan pun gencar menggandeng petani sebagai mitra binaan. “Saya mau fokuskan produksi di Bogor, sementara Jakarta pemasaran,” ujarnya. Wajar kalau Fauzan menargetkan banyak hal ke depan. Soalnya, kinerja usahanya terbilang cukup maju. Ketekunannya berbuah. Terbukti, ia pernah menyabet beberapa penghargaan. Dari Bank Mandiri. Ia keluar sebagai juara pertama Wirausaha Muda Mandiri 2010. Setahun kemudian, ia juga mendapat penghargaan Wirausaha Sukses dari Kementerian Koperasi dan UKM. **(Marantina/Kontan)**

## **ARIFDIARTO AMBAR WIRAWAN**

Meski hanya lulusan sekolah menengah atas, Arifdiarto Ambar Wirawan (35) atau yang akrab disapa Kelik berhasil menjadi pengusaha sukses. Usaha geplak dan peyek tumpuk yang sudah digelutinya selama 10 tahun ini mampu meraih omzet hingga Rp 60 juta per bulan. Dengan margin 30 persen, Kelik bisa menyisakan keuntungan sekitar Rp 18 juta per bulan. Nilai yang luar biasa bagi pengusaha di Kabupaten Bantul, DI Yogyakarta. Meski sudah sukses, ia belum merasa puas. Penambahan cabang gerai baru di kota lain menjadi obsesinya ke depan.



Kelik membuka usaha geplak dan peyek tumpuk bersama istrinya, Sri Kasih (32), di Jalan Wahid Hasyim, Bantul. Toko berukuran 5 x 8 meter itu berdampingan dengan rumah tempat tinggalnya sekaligus lokasi produksi. Dulu, toko itu hanya berupa bangunan bambu, tetapi kini sudah berkembang menjadi bangunan permanen dengan desain lebih menarik. Dalam sehari, Kelik membutuhkan sekitar 2,5 kuintal gula pasir untuk membuat geplak. Untuk peyek tumpuk, ia butuh sekitar 50 kilogram kacang dan 25 kilogram tepung beras per hari. Untuk membantunya berproduksi, ia mempekerjakan 20 tenaga kerja.

Apa istimewanya geplak buatan Kelik. Menurut dia, ia hanya menggunakan gula asli tanpa pemanis sehingga rasa manisnya lebih mantap. Tak heran jika geplak yang dijual seharga Rp 16.000 per kilogram itu laris manis. "Kalau bentuknya hampir sama produk milik orang lain, tetapi dari segi rasa, konsumen bisa membedakannya," katanya.

Untuk membuat geplak, ia memakai kelapa, gula, dan aroma sesuai selera. Proses pembuatan geplak diawali dengan pamarutan kelapa lalu santannya ditempatkan di kuali dan dicampur dengan gula kemudian diaduk. Setelah dinaikkan ke tungku sekitar 4 jam, lalu diturunkan dan diberi aroma, olahan itu kemudian dibentuk dan diangin-anginkan selama 10 menit.

Menurut Kelik, produknya yang dinilai istimewa adalah peyek tumpuk. Sesuai dengan namanya, peyek tersebut dibuat dengan cara menyusun sehingga membentuk rangkaian peyek. Berbeda dengan peyek pipih yang dimasak dengan satu kali penggorengan, peyek tumpuk digoreng selama tiga kali.

Pertama, penggorengan dimaksudkan untuk membuat susunan peyek. Setelah terbentuk susunan, peyek dipindahkan ke penggorengan kedua. Pada penggorengan pertama, nyala api harus kuat agar efek panasnya tinggi. Tujuannya supaya kacangnya bisa lekas matang. Di penggorengan kedua, nyala api justru lebih kecil karena tujuannya supaya peyek secara keseluruhan bisa matang. "Kalau apinya terlalu besar, bisa gosong," ujar bapak tiga anak ini.

Sebelum masuk ke penggorengan terakhir, peyek terlebih dahulu diangin-anginkan selama semalam. Tujuannya supaya peyek benar-benar renyah dan gurih. Peyek tersebut dijual seharga Rp 32.000 per kilogram. Untuk proses pengapian, ia memanfaatkan tempurung kelapa.

”Untuk membuat peyek dan geplak, dalam sehari saya butuh sekitar 750 butir kelapa. Kalau tempurungnya tidak saya manfaatkan kan sayang. Hitung-hitung, ongkos produksi bisa ditekan, apalagi harga gas dan minyak tanah sudah sangat mahal,” katanya.

Ide pembuatan peyek tumpuk sebenarnya berasal dari mertuanya yang kebetulan bernama Mbok Tumpuk. Sebagai menantu, Kelik berhasil meningkatkan usaha mertuanya dengan tetap mempertahankan nama Mbok Tumpuk sebagai identitas produknya.

Menurut Kelik, membuka usaha di bidang makanan awalnya tergolong susah. Karena belum dikenal masyarakat, biasanya penjualan masih minim. Kalau tidak kuat, si pengusaha bisa saja memutuskan untuk berhenti.

”Bagi saya, usaha butuh konsistensi. Meski awalnya tidak laku, saya harus terus memproduksi. Saya tidak boleh menyerah. Konsistensi juga faktor utama untuk menumbuhkan kepercayaan pelanggan,” paparnya.

Selain konsistensi, lanjut Kelik, faktor kejujuran juga memegang peranan penting. Kepada pembeli, ia selalu menginformasikan soal masa kedaluwarsa produknya. Kalau waktunya tinggal sedikit, ia menyarankan pembeli tidak mengambilnya, apalagi jika peyek atau geplak tersebut akan dibawa ke luar kota.

Kelik hanya menjual geplak dan peyeknya di toko sendiri. Ia sengaja tidak menitipkannya ke toko-toko lain meski banyak permintaan. Ia khawatir bila dititipkan, harga dan kualitas tidak bisa terkontrol. ”Bisa saja di toko lain produk kami dijual sangat mahal. Mereka juga bisa saja menjual produk kedaluwarsa. Kalau sudah begitu, citra kami pasti hancur,” katanya.

Ia berharap bisa membuka gerai sendiri di kota-kota besar. Dengan pengendalian sendiri, ia yakin usahanya bisa maju karena semuanya lebih terkontrol. Sampai sekarang saja, Kelik bersama istri masih terlibat langsung dalam proses peracikan bumbu.

## YULIASIANE



Yuliasiane memulai usaha pada tahun 2004. Waktu itu, dia memulai bisnisnya dengan menjadi distributor monitor LCD Acer di sebuah kantor kontrakan kecil di Jakarta. Modalnya pun hanya berupa beberapa perangkat komputer dan telepon. Selain itu, dia hanya dibantu lima orang karyawan. “Meskipun modal terbatas, itu tak membuat kami minder,” katanya sambil tersenyum.

Berbekal ilmu komputer dari Universitas Bina Nusantara dan magister manajemen ilmu pemasaran dan keuangan dari Universitas Pelita Harapan dengan status cum laude, dia mulai menetapkan arah bisnis perusahaannya. Banyak hambatan yang dia hadapi di masa awal usaha. Salah satunya adalah persaingan ketat.

Oleh karena itu, pada masa-masa awal berbisnis, Yuliasiane hanya menargetkan penjualan 200 unit LCD monitor Acer per bulan. “Waktu itu, target tersebut terlihat muluk dan sangat sulit dicapai,” ujar dia mengenang masa lalu. Meski sulit, bukan berarti target itu tak bisa diraih. Dengan kerjasama tim, target penjualan perusahaan berhasil terpenuhi. Prestasi ini tak terlepas dari

strategi Yuliasiane dalam memasarkan produk. Selain memotivasi para karyawan, dia juga tak segan-segan melakukan kerjasama dengan partner bisnis yang lain. Perlahan tapi pasti, target penjualan yang dia tetapkan berhasil tercapai. Hingga akhirnya, penjualan Pazia bisa mengalami peningkatan ke angka 400 unit per bulan. “Bahkan, pada tahun kedua penjualan kami berhasil mencapai angka 20.000 unit,” ceritanya.

Prestasi penjualan itu membuat Pazia Pillar disegani. Pada tahun 2005, perusahaan ini ditunjuk sebagai distributor resmi notebook Acer. Kepercayaan Acer tidak disia-siakan oleh Yuliasiane. Dia membuktikannya dengan menjadi perusahaan distributor nomor satu dalam penjualan notebook di Indonesia selama empat tahun berturut-turut. “Kami optimistis, tahun ini akan menjadi tahun kelima kami,” jelas dia.

Sukses dengan Acer, Pazia mulai melirik peluang menjadi distributor perusahaan TI lain, yakni Samsung. Kerjasama dengan pihak Samsung dimulai pada tahun 2007. Hebatnya, dalam kurun waktu kurang dari dua tahun, Pazia berhasil menaikkan pangsa pasar Samsung di Indonesia, dari sebelumnya 2% menjadi 30%. Tak ayal, prestasi tersebut mengantarkan Pazia mendapat kan penghargaan sebagai Pemberi Kontribusi Terbaik dalam usaha Samsung. Kesuksesan Pazia memang tidak terjadi begitu saja. Yuliasiane sempat membocorkan beberapa rahasia suksesnya. Diantaranya, dia tak pernah ragu menelurkan inovasi-inovasi baru untuk meningkatkan brand awareness konsumen. “Untuk yang satu ini, saya kerap mengadakan kegiatan-kegiatan yang mampu mengangkat citra perusahaan,” imbuhnya. Sebagai contoh, selama tahun 2006 hingga 2008, Pazia menggelar Kompetisi Hacker Nasional Pazia dan Say No to Drug with Samsung Laser Printer. “Dua ajang ini berhasil mendapatkan penghargaan dari MURI juga, lo,” katanya.

Ada alasan tertentu mengapa ibu dua anak tersebut memilih memasarkan kedua merek ini. “Potensi dari merek-merek terkenal, seperti Acer dan Sam-sung, di pasar lokal dan internasional sudah tidak diragukan lagi,” jelasnya.

Nah, kini, Pazia sudah menjadi perusahaan besar. Karyawannya pun berkembang biak menjadi puluhan orang. Dalam pengembangan bisnisnya, Pazia juga bermitra dengan 50 distributor utama produk notebook Acer, monitor LCD Samsung, printer dan proyektor Samsung di seluruh Indonesia.

## RUSTONO

Terlahir di kota kecil Grobogan, Jawa Tengah ternyata tidak menyurutkan semangat juang Rustono (43) untuk meraih mimpi besarnya. Siapa sangka bila seorang mantan bell boy Hotel



Sahid Yogyakarta ini sekarang bisa sukses merintis **usaha tempe** di negeri sakura (**Jepang**) serta mendapatkan gelar khusus yakni The King of Tempe. Meskipun bisnisnya kini telah berkembang dengan pesat, namun perjalanan suksesnya dalam membangun usaha tempe tidaklah semulus apa yang kita bayangkan. Setelah memutuskan untuk menuntut ilmu di Akademi Perhotelah Sahid pada tahun 1987, Ia kemudian merintis karirnya sebagai seorang bell boy di Hotel Sahid Yogyakarta hingga bertahun-tahun lamanya.

Pengalaman inilah yang kemudian mempertemukan Rustono dengan seorang wanita asli Jepang bernama Tsuruko Kuzumoto, yang kini telah dipersunting sebagai istrinya.

Di tahun 1997, Rustono memutuskan untuk hijrah ke Kyoto, Jepang untuk melanjutkan hidup baru bersama istri tercintanya. Dari sinilah perjuangan Rustono mulai dirintis dari awal. Ia bekerja di beberapa perusahaan Jepang mulai dari perusahaan sayur-mayur hingga perusahaan roti yang semuanya menuntut ketelitian dan tanggungjawab cukup besar dari para karyawannya. Rustono yang saat itu berprofesi sebagai seorang karyawan, mendapatkan banyak ilmu dari masyarakat di negeri matahari terbit tersebut, baik dari perilaku hidup sehari-hari maupun dari segi etos kerja para karyawan yang relatif cukup tinggi. Awal Merintis Usaha Tempe pengusaha sukses 133x200 Sukses Merintis Usaha Tempe di Negeri Sakura.

Berbekal pengalaman dan pengetahuannya di beberapa sektor industri, hati kecil Rustono mulai terdorong untuk membuka peluang bisnis baru yang belum pernah ada sebelumnya di Negara Jepang. Terinspirasi dari makanan nato (sebangsa makanan dari kedelai yang rasanya sangat khas orang Jepang), ayah dari Noemi Kuzumoto ini mencoba menekuni sektor bisnis makanan dan membuat tempe dengan sedikit pengetahuan yang pernah Ia ketahui.

Proses trial and error Ia jalani kurang lebih selama empat bulan, bahkan Ia rela pulang ke Indonesia selama tiga bulan hanya untuk belajar membuat tempe yang lezat dari 60 pengrajin tempe di seluruh Pulau Jawa. Kuatnya tekad dan semangat Rustono untuk terus belajar memproduksi tempe, akhirnya membuahkan hasil manis sehingga Ia berhasil membuat tempe yang lezat dengan bantuan ragi dari Indonesia, dan memanfaatkan mata air di sekitar kediaman mertuanya.

Setelah berhasil memproduksi tempe dengan sempurna, ternyata masih banyak kendala usaha yang dihadapi oleh Rustono. Salah satunya yaitu mengenai izin produksi di Negara Jepang yang cukup rumit (harus melalui berbagai tahap penelitian dan tes), serta kendala iklim alam yang kurang bersahabat karena memiliki kelembapan udara kurang dari 60%, sehingga proses fermentasi tempe tidak bisa berjalan maksimal tanpa bantuan peralatan khusus yang bisa menjaga kestabilan cuaca.

Semua kendala tersebut dijadikannya sebagai sebuah tantangan baru, hingga pada akhirnya Ia berhasil mengantongi perizinan dari pemerintah setempat dan memasarkan produk tempennya dengan merek Rusto Tempeh yang dilengkapi dengan ilustrasi gambar suasana kehidupan kampung di Pulau Jawa. Dengan memanfaatkan kemasan produk 200 gram, sekarang ini kapasitas produksi Rusto Tempeh bisa mencapai 16.000 bungkus setiap lima hari. Ia memasarkan produk tempennya hampir ke seluruh kota di Jepang, baik di perusahaan jasa boga, rumah makan vegetarian, toko swalayan, sekolah-sekolah, hingga ke beberapa rumah sakit di Fukuoka.

Kerja keras dan semangat juang Rustono di negeri sakura, kini telah terbayar dengan keberhasilan usaha tempe yang Ia rintis. Bila dulunya usaha tempe Rustono dijalankan di rumah kecilnya, kini suami Tsuruko Kuzumoto ini telah membangun pabrik tempe di kawasan pinggir hutan yang bermata air dan memanfaatkan lahan seluas 1.000 meter<sup>2</sup>. Semoga kisah pengusaha sukses dari Grobogan, Jawa Tengah ini memberikan manfaat bagi para pembaca dan menginspirasi seluruh lapisan masyarakat untuk segera memulai usaha. Maju terus UKM Indonesia dan salam sukses.

## AGH Nia NABILA

Usia muda tak menghalangi cita-cita seseorang untuk mengembangkan diri dan keinginan untuk menjadi wirausahawan yang sukses. Meskipun masih berstatus mahasiswa semester enam fakultas hukum di Universitas Padjajaran, Bandung, Aghnia Nabila sudah punya tekad yang kuat untuk berbisnis.



“Saya sangat suka makan, jadi saya memutuskan untuk bisnis di bidang makanan,” tukas Aghnia kepada Kompas Female, di sela-sela kompetisi Young Caring Professional Award 2012 (YCPA) di Djakarta Theater, Jakarta, Sabtu (16/6/2012) lalu.

Berbekal kecintaan pada makanan, ia memutuskan untuk mulai berjualan risoles keju berdasarkan pesanan teman-teman kampusnya. Lama-kelamaan, ia memberanikan diri untuk membuka sebuah outlet bernama L’Risoles di Bandung. Dalam perkembangannya, usaha ini menghasilkan lima reseller di Bandung, dan dalam sebulan ia mampu meraup omset sampai Rp 30 juta. Ia pun sudah memiliki empat pegawai yang semuanya diambil dari para tuna karya di sekitar rumahnya.

Selain bisnis dan kuliah, perempuan kelahiran Bandung, 5 Desember 1991 ini juga masih mengikuti beragam aktivitas keorganisasian di kampusnya. Bahkan ia tercatat sebagai anggota BEM FH Unpad sebagai kader pengembangan sumber daya manusia (PSDM) dan menjadi salah satu pendiri Himpunan Pengusaha Muda Indonesia (HIPMI) Perguruan Tinggi Unpad, sebagai ketua divisi kewirausahaan.

“Ini sebagai salah satu wujud kepedulian saya untuk membangkitkan semangat wirausaha para generasi muda,” ungkapnya.

Semua kesibukan itu ternyata tak membuat prestasinya menurun. Buktinya, baru-baru ini Aghnia terpilih menjadi finalis mahasiswa berprestasi di Unpad tahun 2011. Saat penjurian YCPA di Hotel Morrisey, Jakarta Pusat, Jumat (15/6/2012) lalu, para juri terkagum-kagum dengan semangat kewirausahaan Aghnia, yang diikuti dengan prestasinya di kampus dalam waktu bersamaan. Ketika disinggung tentang kepiawaiannya mengatur waktu, ia hanya menjawab bahwa ia tidak memiliki metode khusus.

“Yang saya lakukan hanya fokus pada berbagai hal yang sedang saya lakukan. Saat kuliah saya benar-benar konsentrasi pada pelajaran, karena saya sadar saya tidak punya banyak waktu senggang,” bebernya.

Prestasi, usia muda, dan semangat wirausaha inilah yang membuatnya terpilih sebagai salah satu perempuan inspiratif dan kreatif YCPA. Kepada Kompas Female, Aghnia mengaku tak berani berharap untuk jadi pemenang karena memiliki 18 saingan yang sangat kuat. “Namun, mengingat usia saya yang paling muda di antara yang lain, saya optimis menang,” ungkap perempuan yang mengakui Nilam Sari (salah satu pemenang YCPA lainnya) sebagai salah satu pesaing terberatnya.

Muda dan menginspirasi Terpilinya Aghnia sebagai salah satu pemenang termuda YCPA diungkapkan Fira Basuki (salah satu juri) sebagai keputusan yang tepat. “Salah satu kriteria penentuan pemenang bukanlah dari penampilan fisik. Akan tetapi kemampuan mereka untuk bisa berpikir kreatif dan menginspirasi orang lain,” tukas Fira kepada Kompas Female.

Menurut Fira Basuki dan desainer Era Soekamto (juga menjadi juri), salah satu nilai lebih Aghnia terletak pada kemampuannya untuk menorehkan prestasi di kampus, dan kesuksesan bisnisnya dalam waktu yang bersamaan.

“Selain itu, ia juga mampu menginspirasi generasi muda lainnya untuk bisa menjadi pengusaha sukses selagi kuliah. Ini terbukti dari kemampuannya untuk memberdayakan mahasiswa lainnya menjadi reseller usahanya,” beber Era.

Tak hanya itu, para juri juga menilai Aghnia mampu menjadi contoh karena punya kepedulian yang tinggi terhadap masyarakat di sekitarnya, yaitu dengan membuka lapangan pekerjaan sebagai pegawai di L’Risoles.

## MADE NGURAH BAGIANA



Kisah pengusaha sukses kali ini adalah tentang Made Ngurah Bagiana. Ia hanyalah lulusan STM bangunan tahun 1975 yang mengawali bisnisnya dengan dua gerobak. Sekarang ia memiliki 10 pabrik dan 2.000 outlet Edam Burger yang tersebar di seluruh Indonesia. Untuk lebih lengkap mengenai kisah pengusaha sukses edam burger bisa anda simak berikut ini.

Made Ngurah Bagiana lahir pada 12 April 1956 sebagai anak keenam dari 12 bersaudara. Sejak kecil, terbiasa ditempa bekerja keras, tiap pergi ke sekolah tak pernah diberi uang jajan. Kalau mau punya uang, ya harus ke kebun dulu mencari daun pisang, potong-potong, lalu dijual ke pasar.

Bosan di Bali, Made Ngurah Bagiana pun merantau ke Jakarta tanpa tujuan. Ia menumpang di kontrakan kakaknya di Utan Kayu. Untuk mengisi perut, ia sempat menjadi tukang cuci pakaian, kuli bangunan, dan kondektur bis PPD. Iapun pernah berjualan telur dengan cara beli satu peti telur di pasar, lalu diecer ke pedagang-pedagang bubur. Setelah usaha telurnya mandeg, maka iapun beralih menjadi sopir omprengan.

Titik cerah muncul di tahun 1990 ketika tanpa sengaja, Made Ngurah Bagiana melihat orang berjualan burger. Lalu dia berfikir, tak ada salahnya untuk mencoba. Ia meminjam Rp 1,5 juta ke teman untuk membeli dua buah gerobak dan kompor. Bahan-bahan pembuatan burger diecer di berbagai tempat. Dibantu seorang teman, maka iapun menjual burger dengan cara berkeliling mengayuh gerobak.

Untuk mengembangkan usaha, Made Ngurah Bagiana mengajak ibu-ibu rumah tangga berjualan burger di depan rumah atau sekolah. Dalam dua tahun, gerobak burgernya beranak menjadi lebih dari 40 buah. Tahun 1996 ia mencoba membuat roti sendiri dan membuat inovasi cita rasa saus. Akhirnya Made Ngurah Bagiana berhasil menciptakan resep roti dan saus burger bercita rasa lidah orang Indonesia

## **PELUANG USAHA MODAL KECIL SUHANDI WIJAYA**

Suhandi Wijaya telah memiliki jiwa wirausaha sejak muda. Pria yang sempat mengenyam pendidikan di luar negeri itu mengelola sendiri usaha penyedia peralatan sablon digital, PT Blueray Technology atau yang lebih dikenal dengan Bluerayshop. Peralatan sablon digitalnya dapat digunakan pelanggannya untuk melakukan usaha bermodal kecil. Itu sebabnya, dia memilih kalimat “Penyedia peluang usaha modal kecil untung besar” sebagai tagline perusahaan sablon digital yang dikelolanya. Suhandi merasa optimistis, bisnis yang dikerjakannya mampu memberikan profit sekaligus peluang bagi pelanggannya.



Dengan menggunakan produk-produknya, customer dapat menciptakan sejumlah produk antara lain sablonan untuk kaus, mug, pin, gantungan kunci atau juga ID card. Mereka yang ingin memulai usaha ini pun tidak perlu mengeluarkan biaya besar. Namun, hasil yang dapat diyakini mampu menciptakan keuntungan berlipat-lipat. “Banyak customer saya yang sudah merasakannya. Hanya dengan modal awal tidak lebih dari Rp1,5 juta kala itu, dia bisa menghasilkan keuntungan hingga Rp50 juta,” cerita Suhandi. Namun, apa yang dijualnya bukanlah alat ajaib. Artinya, perlu usaha keras bagi mereka yang ingin mengembangkan usaha ini. Cerita serupa yang dilakukannya dalam merintis usaha penyediaan alat sablon tersebut. Setelah menyelesaikan kuliah di Negeri Paman Sam, Suhandi kembali ke Indonesia tahun 2001

Dia pernah mencoba bekerja dengan orang lain, terutama menjadi pegawai di bidang penjualan. Namun, itu tidak membuatnya nyaman. Dia membutuhkan usaha yang bisa dijalankan dan dikembangkan sendiri dengan semangat kebebasan. Diakui, jiwa entrepreneur memang sudah mengalir dalam dirinya. “Jadi, bagi saya adalah menemukan freedom dalam usaha yang saya jalankan. Ini hanya bisa dilakukan dengan membuka usaha sendiri,” ucapnya. Suhandi kemudian memutuskan untuk merintis usaha sendiri dalam penyediaan alat tulis kantor (ATK) pada 2002. Usaha tersebut menjadi titik awal karier yang dijalannya saat ini. Kala itu modal yang dimilikinya tergolong kecil. Dia memiliki uang tidak lebih dari Rp10 juta. Namun dengan kegigihan, dia berusaha keras membesarkan usaha yang dijalankannya.

Dengan menggunakan model usaha cash on delivery (COD), dia mampu memutar uang yang dimilikinya. Karena setiap pemesanan barang diantar maka pembayaran pun langsung dilakukan di tempat. Namun, bukan berarti usaha tersebut berjalan mulus. Berbagai pengalaman pahit pernah dialaminya. Salah satunya ketika harus mengalami kecelakaan motor saat mengantarkan pesanan sebuah pulpen kepada konsumennya. Dari bisnis ATK, dia mulai memiliki modal yang bisa dipakai untuk melakukan usaha lain seperti furnitur, printer, maupun komputer. Usaha Suhandi mengalami titik balik saat dia mulai berkenalan dengan sistem infus printer atau CISS pada 2002.

Sistem yang populer pada saat itu diyakini bisa mengurangi biaya cetak tanpa mengurangi kualitas hasil cetaknya. Saat itu, Suhandi mulai fokus pada bisnis printer. Suhandi pun mencoba memopulerkan sistem infus di tengah-tengah kondisi printer yang masih bersistem isi ulang atau refill. Sukses dengan bisnis printer, bermodalkan usaha-usaha sebelumnya, dia kemudian memulai bisnis sablon digital dengan mendirikan Bluerayshop pada 2003. “Saya melihat usaha ini unik. Belum banyak yang melakukannya. Kenapa tidak dijalankan,” katanya. Awalnya dia menjalani usaha ini

bersama tiga temannya. Namun, karena adanya perbedaan pendapat, jadilah Suhandi melakukannya seorang diri.

Berbekal pengalaman yang telah dimiliki, dia gigih memperjuangkan usaha ini. Didukung dengan jaringan yang sudah dimilikinya, dia mulai menawarkan kepada klien yang memang telah dikenalnya. Pelanggan Suhandi semakin bertambah setelah dia memanfaatkan jaringan bisnis secara online dan juga jaringan pertemanan sosial. Pria kelahiran tahun 1979 itu memahami sekali betapa besarnya jaringan yang bisa didapat melalui sistem online. Meskipun awalnya dia harus melakukan sendiri berbagai aktivitas yang bisa dikatakan remeh seperti menjawab email, mengurus jejaring sosial seperti Facebook, Twitter, hingga Yahoo Messenger (YM). Hampir setiap malam dia harus menjawab 100 email yang diterimanya. Tapi, lagi-lagi itu dilakukan untuk mendapatkan totalitas dalam usaha. Kini, dia telah memiliki dua kantor di daerah Mangga Dua untuk menjalankan bisnisnya.

Penghasilannya pun sudah berlipat dibandingkan usaha sebelumnya. Setiap bulan dia mampu menjual berbagai paket mesin sablon digital seharga Rp1 - 30 juta kepada 100–200 pelanggan. Artinya, omzet yang dimiliki sudah melebihi ratusan juta rupiah.

## **KISAH SUKSES FIRDAUS AHMAD, BEKAS KENEK JADI PENGUSAHA SUKSES DI LONDON**

Di tengah traffic kota London Firdaus Ahmad menyetir Mercedes 120 CDI dengan tenang. Mobil yang sanggup mengangkut sepuluh orang itu adalah kendaraan “dinas” laki-laki 54 tahun ini dari rumah ke restorannya.



Nusa Dua Restaurant berdiri di sudut Dean Street 11, Soho, di jantung ibu kota Inggris itu. Bangunan tiga lantai ini satu-satunya restoran Indonesia di kawasan belanja dan tempat nongkrong anak-anak muda itu. “Sejak Presiden Barack Obama datang ke Indonesia, menu favorit di sini nasi goreng,” kata Daus.

Selain itu, ada banyak makanan khas Indonesia di daftar menu: ayam kremes, sayur asem, sambal terasi, tahu isi, soto ayam, tempe, dan kerupuk udang. Saya makan di sana ketika restoran masih tutup menjelang sore. Tapi, di depan pintu, pelanggan dari pelbagai ras yang akan makan malam sudah antre mengular.

Resto ini adalah buah kerja keras Daus selama 20 tahun. Ia tiba di London pada akhir 1981 dengan tiket pesawat yang dikirim saudaranya, sopir di Kedutaan Besar Indonesia di London. Daus nekat berangkat ke Inggris karena penghasilan sebagai kondektur angkutan kota Kampung Melayu-Bekasi tak menentu.

Mendarat di Bandar Udara Heathrow yang sibuk, lulusan SMA 1 Indramayu ini termangu dua jam. Ia tak tahu jalan keluar. Ia amati setiap penumpang. Asumsinya, orang yang kusut pasti baru mendarat setelah penerbangan yang jauh. Ia ikuti mereka menyeret koper. “Saat itu saya baru tahu arti ‘exit’ itu keluar,” katanya, terbahak.

Daus lalu bekerja di restoran Indonesia sebagai pencuci piring. Tapi resto ini tak berumur lama. Pemiliknya ketahuan mengakali pajak. Pemerintah mengambil alih dan menjualnya. Pembelinya adalah tukang masak asal Malaysia. Resto itu kini jadi rumah makan Asia yang tukang masaknya adalah pemilik lama, bekas majikan Daus.

Seorang pengusaha Singapura kemudian mendirikan Nusa Dua Restaurant. Daus diajak bergabung dan naik pangkat jadi chef. Tapi perkongsian ini hanya bertahan tiga tahun. Pengusaha itu tak sanggup membayar cicilan modal. Royal Bank of Scotland (RBS) menyitanya. Daus kelimpungan tak punya pekerjaan.

Pada 1991 ia sudah menikahi Usya Suharjono, perempuan manis yang tengah kuliah kesekretariatan di London. Ayah Usya adalah wartawan radio BBC seksi Indonesia. Ia mengikuti orang tuanya ke London setelah lulus SMA 2 Jakarta Pusat pada 1983. Daus punya ide mengambil alih Nusa Dua.

Usya maju sebagai negosiator dengan bank karena ia fasih berbahasa Inggris. Daus hingga kini masih gagap. Kepada tiga anaknya, ia berbicara dalam bahasa Indonesia, tapi dijawab dalam bahasa Inggris. Usya membujuk bahwa resto itu merugikan RBS karena tak mendatangkan untung, sementara pajak tetap harus dibayar.

Daus meyakinkan mereka akan mengelola rumah makan dengan jaminan membayar cicilan 1.000 pound tiap bulan tepat waktu. "Jika tahun pertama pembayaran tak jelas, bank silakan ambil alih lagi," katanya. Deal. RBS ternyata setuju.

Sejak itu, Daus yang pegang kendali. Ia belanja, ia memasak, ia pula yang melayani pembeli. Karena makanan racikannya enak, pelanggan lama kembali, dan pembeli baru berdatangan. Restorannya mulai untung dengan omzet 10 ribu pon (Rp 140 juta) setiap pekan. Dalam waktu enam tahun, utang 100 ribu pound lunas.

Tabungannya mulai kembang. Daus membeli sebuah rumah seluas 300 meter persegi seharga Rp 5,2 miliar di sudut jalan dekat sekolah anaknya. Rumah sembilan kamar itu kini disewakan kepada pelancong asal Indonesia dengan tarif 19,5 pound semalam. Meski tak ada papan nama, orang tahu rumah bata merah di sudut jalan kompleks elite Colindale itu "Wisma Indonesia".

Daus-Usya tinggal tak jauh dari situ. Tiga mobil nangkring di garasi. Semuanya Mercedes yang harga satu unitnya rata-rata Rp 1,4 miliar. Daus kerap bolak-balik London-Bekasi untuk menengok keluarga besarnya di Jatiasih.

Setelah semua pencapaian ini, Daus hanya punya satu cita-cita: pulang kampung setelah anak-anaknya mandiri dan membuat taman pendidikan agama untuk anak-anak miskin.

## **BROWNIES SINGKONG BEROMSET 50 JUTA DALAM SEBULAN**



Ingin bisa mendapatkan uang saku tambahan, Sigit dan ketiga temannya yang saat itu berstatus sebagai mahasiswa tertarik untuk menggeluti dunia wirausaha pada tahun 2005 dengan mengusung brownies sebagai produk utamanya. Ketika itu, brownies buatan Sigit dkk. masih berbahan terigu. Namun karena ingin menciptakan produk inovatif dengan brownies yang berbeda dari yang sudah ada di pasaran, Sigit dan teman-temannya memakai talas dan ubi sebagai pengganti terigu.

Saat ingin memproduksi brownies berbahan talas dan ubi secara massal, mereka terkendala sulit mendapatkan bahan baku. Kemudian mereka beralih menggunakan tepung singkong yang harganya lebih murah dan mudah didapat. Untuk resep, mereka mengaku mendapatkan dari internet dengan modifikasi dan uji coba.

Hanya berselang setahun, ketiga teman Sigit yang telah mendapatkan predikat sarjana memutuskan untuk mengundurkan diri dengan alasan bekerja. Sigit tetap bertahan dengan menangani usaha ini sendiri selama 1,5 tahun. Awal Maret 2011 ia telah kembali berpartner dengan seorang temannya. Brand bernama Mr. BrownCo baru resmi berdiri pada Februari 2008.

### *Produk*

Macam-macam brownies berbahan tepung singkong Mr. BrownCo terdiri dari Brownies Kukus dengan varian Brownies Kukus Original, Brownies Kukus Cocopandan, Cheese Roll Brownies, Brosniew Kukus Keju, dan Brownies Kukus Tape yang dibanderol dengan harga Rp 27 ribu per kotak. Selain Brownies Kukus, Mr. BrownCo juga memproduksi Brownies Panggang yang terdiri dari Brownies Panggang Original yang dijual Rp 25 ribu per kotak, Brownies Panggang Keju Rp 40 ribu per kotak, dan Brownies Kering Rp 25 ribu per kotak. “Dari berbagai varian brownies tersebut, yang paling diminati ialah Brownies Panggang Original,” terang Sigit.

Masing-masing varian brownies memiliki daya tahan yang berbeda-beda tergantung dari cara pembuatannya yang dihitung dari tanggal produksi. Ketahanan Brownies Kukus hanya satu minggu, Brownies Panggang bisa tahan selama tiga minggu, dan Brownies Kering bisa awet hingga tiga bulan.

Di outlet-nya yang terletak di pinggir jalan raya, hanya tersedia Brownies Kukus Original dan Brownies Panggang Original, sedangkan brownies varian lain baru akan diproduksi jika ada pesanan dan waktu pesanan dilakukan satu hari sebelumnya.

Lokasi outlet yang terletak di dekat kampus IPB Dramaga membuat brownies miliknya laris diminati kalangan mahasiswa, pegawai IPB, dan umum. Sigit mengatakan pembelian cenderung meningkat pada hari Jumat karena banyak mahasiswa yang berasal dari luar kota membeli Brownies Singkong sebagai buah tangan untuk keluarga mereka.

### *Bahan Baku*

Tepung singkong menjadi bahan baku utama yang digunakan Sigit. Penggunaan tepung ini pada awalnya hanya untuk membedakan produk miliknya dengan produk brownies lain yang telah lebih dahulu ada di pasaran. Selain untuk membedakan, penggunaan tepung singkong dapat menekan biaya produksi karena harganya lebih murah dibandingkan terigu.

“Saya dapat info dari internet, keunggulan lain dari Brownies Singkong ialah daya tahan lebih lama dan tekstur produk lebih padat daripada brownies berbahan terigu”, jelas Sigit. Dari hasil bertanya pada konsumennya, ternyata rasa Brownies Singkong buatannya tidak jauh berbeda dengan Brownies berbahan terigu.

Meskipun bernama Brownies Singkong, Sigit masih menggunakan terigu sebagai campurannya namun dengan perbandingan yang berbeda untuk masing-masing jenis. “Untuk Brownies Kukus perbandingan tepung singkong dan terigu ialah 4 : 1, sedangkan untuk Brownies Panggang 1: 1,” terangnya. Untuk bisa mendapatkan pasokan tepung singkong yang kontinu, Sigit bekerja sama dengan dua supplier, yaitu Balai Besar Pasca Panen Bogor yang terletak di Jalan Tentara Pelajar dan UKM yang bergerak di bidang pembuatan tepung singkong yang lokasinya berada di Cibinong.

Alasannya, saat ini tepung singkong belum banyak di pasaran. Selain tepung singkong, bahan-bahan seperti cokelat bubuk, margarine, dark chocolate, telur, baking powder, keju, selai, plastik, dan kemasan boks juga dibeli dari beberapa supplier. Sedangkan untuk topping berupa kacang, kismis, chocochips, dan cherry dibeli Sigit secara eceran baik di Pasar Anyar maupun swalayan terdekat. Dalam sebulan, pengeluaran untuk membeli bahan baku sebesar Rp 26,5 juta.

### *Proses Pembuatan*

Menurut Sigit, proses pembuatan brownies berbahan tepung singkong tidak berbeda dengan brownies pada umumnya. “Yang membedakan hanya bahan baku saja kok,” kata Sigit. Alat-alat yang digunakan untuk membuat Brownies Singkong ialah baskom atau wadah plastik sebagai tempat untuk membuat adonan, mixer, oven, dan sendok pengaduk. Sedangkan bahan-bahannya meliputi margarine, cokelat bubuk, dark chocolate, baking powder, telur, gula pasir, tepung singkong, terigu protein tinggi, dan pengembang.

Langkah awal membuat Brownies Kukus ialah mencairkan margarine dan dark chocolate, sisihkan. Lalu ayak tepung singkong, terigu, cokelat bubuk, dan baking powder, sisihkan. Selanjutnya, kocok pengembang, telur, dan gula pasir, masukkan campuran tepung yang telah di ayak. Tambahkan margarine dan dark chocolate, aduk rata. Adonan dituangkan ke dalam loyang dan dikukus selama 30 menit atau hingga matang.

Untuk mendapatkan Brownies Kukus secara maksimal, Sigit menyarankan untuk memanaskan dandang/kukusan sampai benar-benar mendidih dan mengeluarkan uap sebelum mengukus brownies. “Meskipun sepele, jika dandang tidak benar-benar mendidih akan menyebabkan brownies gagal”, kata pria angkatan 41 IPB ini. Selain itu, alasi penutup dandang dengan serbet yang ditalikan pada kenop panci agar uap air tidak menetes.

“Kalau brownies terkena tetesan uap air, hasilnya tidak akan mengembang dengan sempurna,” lanjutnya. Sedangkan untuk Brownies Panggang, hampir tidak ada faktor kegagalan, jika takaran resep pas dan cara pembuatan benar.

Setiap hari, dapur Mr. BrownCo mampu memproduksi 48 loyang brownies Panggang Original, 32 loyang Brownies Kukus Original, 30 pak Brownies Kerring, 100 cup Cup Brownies, dan 50 loyang Roll Brownies. Sedangkan volume penjualan masing-masing produk adalah 1.600 cup Cup Brownies, 888 slice Roll Brownies, 757 kotak Brownies Panggang Original, 612 kotak Brownies Kukus Original, 56 pak Brownies Kering, 31 buah Roll Brownies, 3 slice Cheese Roll, 16 kotak Brownies Panggang Keju, 21 Kotak Brownies Kukus Keju, 40 kotak Brownies Kuku Cocopandan, 26 kotak Brownies Kukus Tape, dan 12 kotak Brownies Kukus Pisang.

### *Karyawan*

Untuk mendukung kegiatan operasionalnya, Sigit dibantu total 8 orang karyawan. Di outlet-nya yang terletak di Jalan Raya Dramaga, dibantu 2 orang yang bertugas melayani pembeli. Outlet sendiri buka mulai dari pukul 7 pagi sampai pukul 10 malam. Pembagian tugas di outlet terbagi menjadi dua shift, dengan shift pertama pukul 07.00 sampai 16.00, dan pukul 16.00 hingga 22.00. Sedangkan di dapurnya yang bertempat di Cibanteng, proses produksi dikerjakan oleh 2 orang koki dan 4 orang asisten.

Agar bisa membantu perekonomian masyarakat sekitar kampus, Sigit mempekerjakan karyawan yang bertempat tinggal tidak jauh dari IPB Dramaga dengan pendidikan minimal lulusan SMU. Semua

karyawan diberlakukan sistem 6 hari kerja dan 1 hari libur. Sigit memberikan upah Rp 22.500/hari untuk karyawan yang baru bekerja 6 bulan dan Rp 25.000/hari untuk karyawan yang telah bekerja lebih dari 6 bulan.

Pemasaran. Meski saat ini Sigit telah memiliki outlet, namun pada awalnya ia rajin berpromosi dengan berpartisipasi pada bazar dan pameran yang diadakan di kampus IPB maupun tempat lain. Sigit juga berjualan di kelas saat masih aktif menjadi mahasiswa. Kadang juga ia mendekati tim pencari dana usaha mahasiswa kampus agar bisa mempromosikan brownies-nya.

“Saat belum punya toko, saya lakuin apa saja supaya orang mengenal brownies saya,” terangnya. Merasa tidak bisa selamanya berjualan tanpa toko, Sigit pun mulai menyewa kios di sekitar kampus. Total ia telah 3 kali berpindah tempat, dengan alasan ingin mendapatkan tempat yang sesuai, cocok, dan nyaman bagi pelanggannya. Sampai saat ini Sigit mengaku masih rajin mengikuti bazar dan pameran, serta berpromosi di media online seperti Facebook.

Meskipun belum memiliki toko cabang di kota manapun, namun wilayah pemasaran telah mencapai Bogor, Jakarta, Indramayu, dan Cirebon. Untuk Bogor dan Jakarta, Sigit memberlakukan sistem delivery order dengan pembelian minimal 300 ribu untuk pembeli dari Jakarta dan Rp 100 ribu untuk pembeli dari Bogor dengan ongkos dianggung pembeli. Khusus untuk Indramayu dan Cirebon, Sigit hanya menyuplai Brownies Kering. “Karena Brownies Kering paling lama awetnya”, kata Sigit.

#### *Kendala dan Prospek*

Saat awal mendirikan usaha brownies berbahan tepung singkong, Sigit mengaku mengalami kesulitan dalam memperkenalkan brownies buatannya. Agar masyarakat tahu produknya, Sigit tidak segan-segan menyediakan sampel, baik saat bazar maupun pameran. “Tujuannya supaya orang bisa mencicipi dan mereka tahu ada produk brownies berbahan tepung singkong”, jawab lulusan Teknik Pertanian IPB ini. Cara tersebut akhirnya berhasil, terbukti saat ini outlet-nya tidak pernah sepi pengunjung.

Menurut Sigit, usaha yang berkaitan dengan kuliner bisa dibilang memiliki prospek usaha yang baik, terutama produk kuliner tersebut belum banyak diproduksi oleh orang lain. Selain itu, keberlangsungan usaha ini bisa untuk jangka panjang jika didukung dengan ketersediaan bahan baku tepung singkong. Menghadapi persaingan dengan usaha sejenis, Sigit bermodalkan menjaga kualitas produknya.

“Kalaupun ada orang lain yang mengikuti usaha pembuatan Brownies Singkong, saya yakin masih bisa bertahan karena produk saya berkualitas”, katanya. Ke depannya, Sigit memiliki rencana untuk membuat brownies berbahan talas dan ubi. Ia juga berencana untuk menjadikan outlet-nya one stop service dengan adanya outlet, cafe dan dapur dalam satu tempat yang sama. “Terutama dapurnya yang open kitchen,” lanjut pria berusia 28 tahun ini.

## GARA-GARA TAHU RAUP RATUSAN JUTA RUPIAH



Ide bisnis tak harus selalu muluk. Bahkan dari tahu pun, seseorang bisa menjadi wirausahawan yang sukses dan terus maju. Ingin tahu resepnya?

Begitulah kata-kata awal di sepenggal kisah yang ada di buku Wirausaha Muda Mandiri Rhenald Kasali yang berjudul “TAHU JUGA BISA MAJU” yang mengangkat kisah perjuangan seorang bernama Rudik Setiawan pendiri perusahaan Tahu Pelangi.

Sekilas memang tidak ada perbedaan dalam kemasan Tahu Pelangi dengan tahu yang lainnya. Namun akan sangat menarik jika ternyata Tahu Pelangi ini adalah tahu organik.

Tentu saja membuat inovasi membuat tahu organik tidak jatuh dari langit. Sejak belia Rudi telah menjadi bagian dari proses produksi tahu konvensional dengan berbagai problemanya. 10 tahun yang lalu dengan modal 25 juta beliau mengajak orang-orang sekitar untuk membuat perusahaan tahu. Naik turun usahanya membuatnya memiliki pengalaman yang sangat berharga.

“Tidak ada kata gagal dalam berbisnis, yang ada hanyalah rugi materi” ungkapnya. Meskipun terdapat kerugian secara materi uang namun imbal baliknya kita biasanya akan memperoleh keuntungan immaterial seperti pengalaman dan sikap mental yang semakin matang. Semangatnya untuk bangkit dari keterpurukan membuatnya semakin mapan dan siap merintis kembali usaha tahunya dengan nama Tahu Pelangi. Omset dari tahu pelangi ini seharinya sudah mencapai 3-4 juta Rupiah. Artinya Ratusan Juta siap dikantongi sang pemilik setiap bulannya. Wah menarik ya

Wah rupanya kegigihannya perlu kita contoh agar hidup kita bisa sukses juga.. Kan enak kalau kita sudah sukses maka semakin banyak orang-orang yang akan terbantu dengan adanya kita. Kegigihan, yakni bangkit dari kegagalan dan kembali melanjutkan usaha untuk sampai titik berhasil merupakan modal yang sangat utama bagi seseorang untuk mencapai impian besar dalam hidup kita.

Seperti layaknya pengalaman hidup dari pemilik tahu pelangi ini, di AHa Self Inspiration Center pun kami membantu memfasilitasi anak anak Indonesia memiliki mental usaha yang sungguh sungguh. Biasanya selain materi indoor tentang mental berusaha sungguh sungguh ini, kami juga memfasilitasi dengan permainan penuh dengan tantangan tantangan yang meningkatkan mental usaha sungguh sungguh seseorang. Outbound nya seru sekali, meski tidak selalu di tempat yang bernuansa petualangan alam. Bahkan di halaman sekolah pun bisa kami create outbound penuh petualangan. Alhasil outbound khas AHa ini menjadi salah satu bagian dari pelatihan yang sangat ditunggu dan dinanti peserta latih kami.

Nah, Anak Hebat, penasaran ya outboundnya dan program program AHa keseruannya seperti apa...??

Di AHa Self Inspiration Center ini terdapat banyak program dan metode pelatihan lhoo... Yuk kita cek semua program-program di AHa ini yang bisa membuat anda semua menjadi Anak Hebat :)

Satu yang kami yakini bahwa setiap anak/diri kita dilahirkan dengan potensi hebatnya, namun sayang kadang dia tidak sadar dirinya hebat atau tidak memiliki lingkungan yang memfasilitasi dirinya untuk menjadi hebat. Yuk bersama AHa kami bantu fasilitasi anda memunculkan kehebatan diri Anda.

Salah satu yang kami bantu lejitkan adalah mental berusaha sungguh sungguh. Semoga seperti pemilik tahu pelangi yang memiliki mental usaha sungguh sungguh itu, kita pun dapat mendapatkan kesuksesan besar seperti beliau. Aamiin

## **UBAH LIMBAH KAYU JADI BERKAH**

Kegigihan Supangkat mengolah kayu bekas gergajian menjadi berbagai alat dapur telah mengubah perjalanan hidupnya. Meski produknya sangat sederhana, berkat tampilannya yang unik aneka peralatan dapur buatannya seperti, centong nasi, spatula dan penghalus bumbu, berhasil masuk pasar mancanegara. Kini, dari seorang yang bekerja serabutan, ia mampu hidup layak dan merekrut belasan tenaga kerja. Melihat produk-produk yang dihasilkan Supangkat, sekilas sangat sepele dan terkesan remeh.

Hanya alat-alat dapur, seperti centong nasi, spatula untuk teflon, atau penghalus bumbu. Terlebih lagi, barang-barang itu terbuat dari kayu bekas yang seharusnya dibuang atau dipakai kayu bakar. Namun pekerjaan inilah yang telah mengentaskan Supangkat dari hidup yang serba kekurangan. Bersama istri, Murtiningsih dan ke-8 anaknya, kala itu ia harus lima kali pindah kontrakan karena tidak memiliki tempat tinggal tetap. “Waktu itu kondisi ekonomi kami benar-benar sulit dan serba kekurangan. Tetapi saya tetap optimistis dan tidak pernah putus asa,” kata Supangkat, didampingi istrinya, ditemui di rumahnya di Lingkungan, Desa/Kecamatan Ngunut, Tulungagung, Jawa Timur.



Untuk menghidupi keluarga besarnya, Supangkat bekerja serabutan, sementara istrinya berjualan di pasar. Usaha pembuatan alat-alat dapur dari kayu dimulai secara tidak sengaja. Sekitar tahun 1997, adik kandung Supangkat membuat centong nasi, namun tidak bisa memasarkan produknya.

Murtiningsih yang biasa pergi ke pasar, lalu dititipi barang untuk dijual. Di luar dugaan, barang yang dibawa habis terjual. Murtiningsih lambat laun jadi ujung tombak penjualan centong nasi. Sayangnya, ketika barang terus laku, harga selalu dinaikkan sehingga keuntungan kian tipis. Akhirnya, Murtiningsih memutuskan berhenti menjual centong kayu.

Kondisi ini membuat usaha yang digeluti adik Supangkat gulung tikar. Setelah bubar, ternyata permintaan dari pasar terus bermunculan. Hal itulah yang menggelitik Supangkat untuk belajar membuat centong kayu sendiri, dengan harapan bisa memenuhi permintaan pasar yang selama ini ditinggal istrinya. “Jadi, iseng-iseng saya belajar dan mulai menekuni usaha ini,” terangnya.

Modal utamanya, hanya bekas gergajian kayu pinus dan alat pertukangan seperti, gergaji tangan dan penghalus kayu. Dengan cepat ia mampu membuat barang yang sama bagus dengan produk yang pernah dibuat sang adik. Namun demikian, produk ini tidak langsung diterima pasar. Kayu pinus yang empuk dan berminyak membuat konsumen enggan membeli. Sebagai gantinya, ia menggunakan kayu sono keling bekas gergajian untuk pluring atau plafon. Karena mempunyai garis-garis serat kayu yang tegas dan warna kontras. Kali ini pilihannya sangat tepat, sebab produk centong nasinya nampak begitu indah dan kokoh, dengan perpaduan warna coklat khas kayu dan warna hitam dari serat-

seratnya. “Begitu dapat sono keling, barulah ketemu kuncinya. Produknya jadi lebih indah dan lebih terkesan artistik,” ujar Supangkat.

Sejak saat itulah produk centong kayu Supangkat laris manis. Berapa pun yang diproduksi, selalu terserap pasar dengan cepat. Tidak pernah ada barang yang bisa distok, hari itu selesai diproduksi, hari itu pula langsung terjual. Seiring permintaan yang terus meningkat, pelan-pelan Supangkat merekrut sekitar 11 orang menjadi karyawannya.

Tak hanya centong kayu, Supangkat mencoba memproduksi alat-alat lain. Seperti spatula untuk teflon maupun sendok untuk hiasan dinding. Harga masing-masing produk itu cukup terjangkau, hanya Rp 3.000 per buah. Dalam sehari, ia mampu memproduksi minimal 1.000 buah barang jadi. Setiap 2 minggu sekali, sebanyak 2.400 dijual untuk pasar Tulungagung, selebihnya pasar di luar kota dan mancanegara. Dengan harga itu, usaha yang dikelolanya meraup omzet rata-rata Rp 78 juta per bulan. Berkat kemajuan usahanya, pada 2001 Supangkat bisa membeli tanah dan membuat rumah di RT3/RW4, di Lingkungan 10, Desa/Kecamatan Ngunut.

Kemajuan usaha Supangkat pun sempat dilirik oleh LSM pengentasan kemiskinan dari Surabaya, dengan menitipkan 30 anak didik, mulai pengamen, penjual koran, anak-anak jalanan. Harapannya, agar ia mau menularkan keahliannya. Upaya ini cukup berhasil, 16 orang di antaranya direkrutnya menjadi karyawan.

Kini barang-barang produksi Supangkat telah menembus pasar hampir seluruh Indonesia, seperti Kalimantan, Sumatra, Sulawesi maupun NTB. Bahkan, ada seseorang yang menghubungi lewat telepon yang minta kiriman barang untuk dipasarkan di Malaysia.

“Orangnya tidak saya kenal, dia kirim uang dan saya kirim barangnya. Orang ini yang menjual produk saya ke Malaysia. Secara khusus, ia juga diminta membuat sendok kayu untuk dipasarkan ke Singapura dan Hongkong,” imbuhnya.

Pesanan produknya sempat berjalan beberapa waktu dan sangat lancar. Supangkat mengaku mendapat keuntungan lebih dari melayani pesanan ini. Namun, lantaran produksi alat-alat dapur yang lain jadi terganggu, Supangkat memutuskan berhenti melayani pesanan tersebut.

Meski produksinya sudah demikian besar, ia mengakui, jika masih ada pesanan yang belum terlayani. Seperti usaha kecil lainnya, kendala utama yang dihadapi adalah permodalan. “Kalau ada tambahan modal, produksi bisa ditingkatkan dan bisa menyerap tenaga kerja lebih banyak,” pungkas Supangkat. (\*Surya)

## **KISAH SUKSES WIRAUSAHA JAMUR KRIUK**

Fatoni adalah seorang contoh wirausaha sukses yang menekuni bisnis jamur kriuk. Mungkin anda masih memandang sebelah tangan makanan yang satu ini. Namun, makanan Jamur kriuk ini mampu mendatangkan limpahan rupiah buat Fatoni. Sebelum sukses membangun bisnis waralaba Jamur Kriuk, Fatoni telah gagal membangun bisnis konstruksi dan penerbitan. Bahkan ia pernah merasakan pahitnya menjadi pengangguran walaupun sudah mencoba mencari pekerjaan di Jakarta. Tapi pintu sukses bagi Fatoni terbuka usai memperistri gadis idamannya, Lita Desita Permatasari.



Menjadi wirausaha sukses adalah cita-cita Fatoni. Pemilik CV Manggala Karya Abadi (MKA) di Purwokerto, Jawa Tengah, ini sejak kecil sudah mendambakan memiliki usaha yang bisa mempekerjakan orang lain. Demi mengejar cita-cita ini, saat masih duduk di bangku SMA, Fatoni juga tak sungkan berjualan beras. Ketika itu, untuk melanjutkan sekolah, Fatoni harus indekos di Cilacap. Lantaran kiriman dari orangtua juga pas - pasan. Fatoni pun berjualan beras agar dapat membayar ongkos indekos. "Pelanggan saya adalah para tetangga kos," kata wirausaha waralaba Jamur Kriuk ini.

Tapi usaha itu tidaklah lama, Fatoni terpaksa gulung tikar karena ditipu teman kosnya sendiri hingga modal dagangnya pun melayang. "Berasnya diambil namun tidak dibayar," kenang Fatoni. Namun pengalaman buruk itu justru semakin melecut pria kelahiran 4 April 1982 ini untuk mendalami ilmu berbisnis. Begitu lulus SMA, Toni melamutkan kuliah di Jakarta hingga meraih gelar magister manajemen. Merasa ilmunya sudah mumpuni. Fatoni membuka, perusahaan patungan bidang konstruksi dan penerbitan bersama sahabatnya. Tapi sayang, usaha ini gagal. Saat itu Fatoni sempat meratapi kegagalannya itu.

Tapi ia juga tidak mau berlama-lama larut didalam kesedihan. Fatoni berusaha bangkit kembali dengan mencoba mencari pekerjaan di Jakarta. Tetapi Ibukota tak mampu memberi harapan masa depan untuk Fatoni. Ketika itu, Fatoni sempat melamar ke perusahaan otomotif dan perbankan, namun dua perusahaan itu tak memberinya kesempatan. Gagal mencari pekerjaan di Jakarta, Fatoni pun terpaksa mudik ke rumah orangtuanya di Purwokerto. Di kampung, Fatoni juga tak memiliki pekerjaan tapi dia tetap percaya diri menikahi gadis impiannya, Lita Desita Permatasari. Walaupun tidak memiliki penghasilan tetap, jodoh saya ternyata datang," ujarnya, senang. Dengan sang isteri, Fatoni pun memulai lembaran baru dalam hidupnya. Karena tidak memiliki pekerjaan, Fatoni sempat menemui kegagalan berbisnis konstruksidan penerbitan. Fatoni mengisi hari-harinya membantu usaha mertua berbisnis rumah makan. Saat membantu bisnis keluarga istrinya itulah Fatoni mendapatkan inspirasi untuk berbisnis makanan. Apalagi mertua dan istrinya mahir memasak. Guna mewujudkan impian bisnisnya itu, Fatoni berusaha mencari informasi lengkap tentang peluang usaha makanan dari berbagai lileratur. Dari situlah, Fatoni menemukan konsep bisnis waralaba. "Konsep ini saya diskusikan dengan istri, ternyata dia setuju," ujar Fatoni.

Setelah konsep bisnis selesai, Fatoni masih bingung, kira-kira makanan apa yang bisa dijual dan laris manis sehingga dengan gampang bisa diwaralabakan. "Kebetulan ketika itu isteri saya memasak jamur goreng dan rasanya enak. Saya pikir, inilah menu yang pas untuk usaha saya," cerita Fatoni, panjang lebar. Fatoni mulai bereksperimen. Dia meminta sang isteri untuk membuat jamur goreng namun dengan aneka varian rasa. Dan ternyata, jamur goreng dengan aneka rasa ini memang enak bila jamur digoreng kering dan garing renyah. Lita Desita, isteri Fatoni, menambahkan, dia bersama suaminya tidak memerlukan

waktu lama untuk mengeksekusi wirausaha jamur kriuk itu. Setelah konsepnya matang dan produknya sudah ada, kami langsung membuka usaha jamur ini," terang Lita

Ternyata, perhitungan Fatoni benar, jamur goreng itu laris manis. Berkat pergaulan Fatoni yang luwes, para terwaralaba pun berdatangan. Mereka ingin berbisnis jamur goreng yang kemudian diberi nama Jamur Kriuk. Dalam pandangan sang istri, Fatoni memang sosok yang mudah bergaul

## **RHOBI SHANI SUKSES BIAYAI KULIAH BERKAT KERTAS BEKAS**



Hendak diapakan ketika di rumah atau di kantor ada tumpukan kertas bekas. Seringkali kita hanya membuangnya begitu saja di tempat sampah atau dibakar. Padahal, kertas bekas yang kita anggap sampah itu dapat menghasilkan uang. Reanes Putra, pemuda kelahiran Kabupaten Magetan, Jawa Timur, 21 tahun silam itu, kini merintis karier sebagai pengusaha pengumpulan dan penghancuran kertas bekas.

Ide kreatif ini muncul saat berselancar di dunia maya. Pemuda berkaca mata itu menemukan data yang menunjukkan kebutuhan kertas bekas di Indonesia yang akan diimpor mencapai hingga 67 persen. "Setelah melihat peluang bisnis ini kelihatan menjanjikan, maka saya tertarik untuk serius menekusi bisnis pengumpulan dan penghancuran kertas bekas ini," ujar mahasiswa ekonomi manajemen Universitas Negeri Semarang ini. Mengawali bisnis pengumpulan kertas, Reanes mengaku sering mendapat ejekan dan olokkan dari teman sejawat. "Mahasiswa kok jadi tukang rosok (pengumpul barang-barang bekas-red)," katanya menirukan cibiran para temannya.

Selain menerima olokkan, Reanes pun pernah kena marah salah satu pengepul kertas bekas di Semarang. Pasalnya, kertas yang dia setorkan masih bercampur dengan lem, plastik, dan besi. Tapi kini, mental usahanya semakin kebal setelah mendapat ejekan dan semprotan marah dari cukong kertas bekas.

Saat ini, dalam sepekan Reanes dibantu rekannya, Faid Ikhsan, mampu mengumpulkan 1 ton kertas bekas. Dari jumlah itu, Reanes mengaku memperoleh keuntungan bersih Rp. 750 ribu. "Untuk kantong mahasiswa, uang segitu sudah cukup untuk membayar biaya kuliah," ujar mahasiswa yang tengah mengerjakan skripsi itu.

Jika semula Reanes harus keluar masuk kantor mencari kertas bekas, kini kertas bekas datang sendiri menghampirinya di rumah kontrakan di Gang Mangga Desa Sekarang Kecamatan Gunungpati, Semarang. Sukses dengan bisnis pengumpulan kertas bekas, Reanes kini milik bisnis penghacuran dokumen penting. Dengan cuma-cuma mantan ketua Teater SS itu memberikan jasa penghancuran dokumen-dokumen penting milik instansi pemerintah maupun swasta. Tentu dengan imbalan, kertas atau dokumen yang dihancurkan menjadi miliknya.

"Saya berani menjamin semua dokumen yang akan dihancurkan pasti hancur, karena saya datang dengan mesin penghancur kertas untuk menghancurkan dokumen-dokumen itu. Pemilik dokumen bisa melihat langsung penghancuran dokumen miliknya," papar Reanes.

## TOKOH H. BAGINDO DJAMARIS: "PENGUSAHA SUKSES, MERINTIS DARI NOL"

Tak terbayangkan oleh H. Bagindo Djamaris seorang hanya tamatan Sekolah Rakyat (SR), dan berasal dari keluarga yang tidak mampu tinggal di kampung, namun suatu saat kesuksesan dan limpahan rezeki dari Allah Swt menghampirinya.



Kesuksesan yang telah ia raih tersebut adalah puluhan usaha atau bisnis rumah makan dan restorannya ada di berbagai pelosok, baik di Tangerang, Palembang, dan Batam. Termasuk juga bisnis usaha Toko emas. Di Palembang Rumah Makannya bernama RM Palapa sekarang berjumlah 22 dan baru dibuka 2 lagi di daerah Tangerang sebagai upaya pengembangan usaha baru. Disamping itu dalam pengembangan usaha Tokoh Emas sudah ada 9 Tokoh Mas di Jakarta dan Tangerang.

"Alhamdulillah Allah Swt Maha Penyayang kepada hambaNya, saya bersyukur diberikan oleh Allah Swt kepercayaan atas rezeki yang telah Dia limpahkan kepada saya, mencapai sebuah kesuksesan itu tidak mudah, banyak sekali suka dan dukanya, saya memulai usaha ini hingga berhasil seperti ini mulia dari nol!," ucap H. Bagindo Djamaris , kemarin, di rumahnya Nagari Toboh Gadang Kecamatan Sintuak Toboh Gadang, Kabupaten Padang Pariaman.

Disebutkannya, ia menamatkan Sekolah Rakyat (SR) pada tahun 1961, pada masa itu kehidupan sangat sulit sekali tidak seperti pada saat sekarang ini, dimana mencari pekerjaan begitu mudah dan banyak, pokoknya ada kemauan dan keinginan untuk bekerja. Berbeda dengan pada masa dahulu, peluang kerja hanya pergi ke sawah dan ke ladang untuk mencari uang untuk kebutuhan sehari-hari.

Saya, mencapai sebuah kesuksesan itu tidak mudah, banyak sekali suka dan dukanya, saya memulai usaha ini hingga berhasil seperti ini mulia dari nol!," ucap H. Bagindo Djamaris , kemarin, di rumahnya Nagari Toboh Gadang Kecamatan Sintuak Toboh Gadang, Kabupaten Padang Pariaman.

Disebutkannya, ia menamatkan Sekolah Rakyat (SR) pada tahun 1961, pada masa itu kehidupan sangat sulit sekali tidak seperti pada saat sekarang ini, dimana mencari pekerjaan begitu mudah dan banyak, pokoknya ada kemauan dan keinginan untuk bekerja. Berbeda dengan pada masa dahulu, peluang kerja hanya pergi ke sawah dan ke ladang untuk mencari uang untuk kebutuhan sehari-hari.

"Pada tahun 1966, saya berumah tangga dengan seorang gadis yang berdekatan dengan kampung saya, setelah itu pada tahun 1967 saya pergi merantau ke Palembang mencoba mengadu nasib peruntungan, sebab kalau tinggal di kampung hanya dengan bekerja ke sawah saya tidak sanggup dan saya tidak kuat, sebab badan saya kecil dan tidak kuat untuk mengerjakannya, mana tahu dengan merantaunya saya ini akan membuahkan hasil," tambah bapak dengan delapan anak ini.

Usaha yang Ia lakukan di perantauan ini adalah berjualan menjadi Pedagang Kaki Lima (PKL), dagangan yang dijual adalah kebutuhan sehari-hari masyarakat sapu tangan, tas geco, dan lain-lain. Ketika itu belum punya kios atau toko sendiri, berdagang hanya di depan emperan atau toko-toko hanya dengan memakai terpal atau plastik dengan ukuran tidak terlalu besar dan barang dagangan diletakan di atasnya.

Yang menyedihkan hati adalah pada saat berdagang dikejar-kejar oleh Satpol PP nya daerah tersebut, dimana pada masa itu disebut Polisi Perintis (PP).

"Pokoknya pada saat itu kehidupan sangat susah dan sulit, setelah itu saya juga pernah bekerja di sebuah Toko Emas, tugas saya hanya menjaga, membuka dan menutup Toko Emas tersebut, karena orang tua saya dahulunya tukang emas juga dulunya dan saya bisa dan tahu juga sedikit-sedikit, setelah itu berkat ketekunan, amanah dan tanggungjawab saya bekerja di sana bagus, akhirnya saya diangkat oleh bos (induak semang, red) saya menjadi karyawan di Toko emas tersebut," jelasnya.

Ia punya bos (induak semang, red) hanya tiga orang, mula-mula orang asli Sumatera Barat, yakni di Sungai Puar, Bukittinggi, Sicincin, dan Lubuk Basung, terakhir kali baru Ia punya bos (induak semang, red) orang China. Bekerja dengan orang China inilah sukses dan keberhasilan dicapainya.

"Memiliki bos (induak semang, red) memang sulit dan susah juga rasanya, berbeda jika kita mempunyai bos dari orang luar misalnya China, sebab kalau bos kita orang awak, maka sebagus dan sependai apapun kita maka karir kita susah naiknya, akan tetapi bekerja kita dengan bos orang lain maka yang menentukan karir kita kedepan itu adalah kecakapan, keuletan dan rasa tanggungjawab kita terhadap suatu pekerjaan, semakin bagus kita bekerja maka semakin bagus pula hasil yang kita raih. Bayangkan, seluruh harta kekayaan yang Ia miliki diserahkan dan diamanahkannya kepada kita, termasuk aset-aset bisnisnya, itu kelebihan mereka" tuturnya.

Saat ini meskipun bos (induak semang, red) nya itu telah meninggal, namun hubungan baik dan kerjasama tetap terus terjalin bersama anak-anak dari bosnya berasal dari China tersebut. Rumahnya yang terletak di Nagari Toboh Gadang Kecamatan Sintuak Toboh Gadang, Kabupaten Padangpariaman berada di tepi jalan lintas Padang-Pariaman, Rumah tersebut dengan luas lebih kurang 1,5 hektar sebagian tanah dibangun rumah peribadinya dan sebagian tanah lagi dibangun masjid dengan nama "Masjid Berkah". Masjid Berkah ini dibangun dengan biaya sekitar 4,5 Milyar.

Ditanya tentang apa kunci sukses dalam kehidupannya, H. Bagindo Djamaris yang mempunyai 2 orang anak perempuan dan 6 orang anak lelaki ini mengatakan, jujur dan amanah merupakan kunci suksesnya. Disamping itu ketekunan dan keuletan serta mempunyai rasa tanggungjawab yang tinggi terhadap sebuah pekerjaan merupakan modal keberhasilan juga. "Apapun pekerjaan yang ada jika kita lakukan dengan niat yang baik, ikhlas, jujur dan amanah Insya Allah kita akan capai kesuksesan," tutupnya.

## **PT HARFANA HALIM INDAH**



Hj. Harfana Alwi atau akrab dipanggil dengan Anha ini merupakan seorang pengusaha sukses asal Kota Bone Sulawesi Selatan dengan Nama Perusahaannya yaitu PT Harfana Halim Indah. Anha ini, lahir di Watampone Kabupaten Bone pada Tanggal 26 September 1990, merupakan anak pertama dari 3 (tiga) bersaudara. Ia termasuk seorang anak yang lahir dari keluarga yang berada, ia memiliki banyak sekali skill (kemampuan) dalam berbagai bidang, khususnya dalam bidang kewirausahaan. Sekarang ini, Anha sedang menempuh pendidikannya di Jurusan Kedokteran Umum Universitas Hasanuddin, dibalik kesibukannya tersebut, Ia juga merupakan Pimpinan Utama (Direktur) dari Perusahaannya tersebut.

Perusahaan PT Harfana Halim Indah yang dikelola oleh Harfana ini asal mulanya, ditangani oleh A ayahnya (H.Muhammad Alwi), ia hanya melanjutkan perjuangan dan cita-cita Ayahnya. Usaha ini mempunyai sejarah sebagai Berikut:

Usaha ini sebelumnya dibangun oleh Ayah dari Sdri. HJ.Harfana Alwi yaitu H.Muhammad. Alwi yang sebelumnya berprofesi sebagai tukang gigi. Ia memulai usahanya dengan mengumpulkan modal sedikit demi sedikit ke dalam tabungannya yaitu BRI hingga mencukupi untuk meraih impiannya tersebut. Modal tersebut dikumpulkannya dari usahanya sebagai tukang gigi, dan modal tambahan yang diberikan dari kakek Sdrii HJ.Harfana Alwi yang bekerja sebagai petani. Usaha ini pada awalnya berkembang dengan sangat lambat disebabkan oleh factor modal, namun dengan adanya peminjaman kredit pada Bank, maka usaha ini terus mengalami perkembangan.



Setelah HJ.Harfana Alwi berusia 17 tahun, ayahnya mewariskan atau memindahtangankan seluruhnya usaha ini kepadanya. Sehingga ia merasa pada usia tersebut sebagai usia yang menuntunnya untuk menjadi seorang wirausaha dari usaha yang dicetuskan oleh Ayahnya. Selama berada di tangan HJ.Harfana Alwi, usaha ini terus menerus mengalami perkembangan pesat, ia melakukan sedikit perubahan-perubahan pada organisasi usaha ini, dimana perubahan ini memberikan manfaat yang sangat besar bagi calon pembelinya.

Yang menjadi trik utama dalam usaha Real Estate ini adalah, mencari lokasi atau sasaran pembangunan yang kurang persaingan dalam lokasi tersebut. Seperti di daerah perkotaan yang padat penduduk, namun kurang persaingan pada lokasi tersebut. Dalam usaha ini, dilakukan di daerah Bone, Bombana, dan Palopo. Maka dari hal tersebut, sehingga lahirlah suatu perusahaan yang besar, yang dikelola oleh tangan-tangan yang terampil pada bidangnya masing-masing.

Berikut ini adalah sekilas tentang Perusahaan PT Harfana Halim Indah:

Jenis Usaha	: Real Estate “Pengadaan Jual Beli Rumah dalam lingkungan suatu Perumahan”
Tanggal Berdiri	: Tahun 1985
Tempat Berdiri	: Watampone, Kabupaten Bone Sulawesi Selatan
Modal awal	: Rp. 500.000,-
Sumber Modal	: Tabungan Sendiri (dari Usaha-usaha sebelumnya seperti Usaha Sebagai Tukang Gigi dan tambahan dari orang Tua)
Omset	: Rp. 2.000.000.000,-/Bulan
Lokasi Usaha	:

Tersebar di berbagai Provinsi di Pulau Sulawesi seperti Sulawesi Selatan pada umumnya, Sulawesi Tenggara, dan Sulawesi Tenggara

## **ADI, PEDAGANG KAKI LIMA YANG JADI JURAGAN TAS**

Sudah banyak cerita pedagang kaki lima yang kemudian menjadi pengusaha sukses. Salah satunya adalah Muhammad Adi, pemilik CV Intascus Sport, produsen tas yang cukup besar. Bisa dibilang, Adi merintis usahanya ini benar-benar dari bawah. Pria tamatan sebuah SMA di Surabaya ini sudah kenyang makan asam garam sebagai pekerja rendahan. Mulanya, selulus SMA pada 1981, Adi mencoba mengadu nasib merantau ke Sulawesi dengan menjadi buruh di sebuah toko agen barang pecah belah. Adi terpaksa merantau karena harus membantu membiayai sekolah adik-adiknya. Namun, ia tidak lama bekerja di toko itu. Adi pun kemudian meloncat ke Kalimantan untuk bekerja sebagai buruh kasar di PT Newmont. Namun, lagi-lagi, Adi tak betah dan memutuskan pulang ke Surabaya.

Ternyata pulang ke rumah malah membuatnya gelisah, apalagi kalau melihat adik-adiknya yang membutuhkan bantuannya. Karena itu, pada 1982, Adi nekat ke Jakarta. Di ibu kota negara ini, Adi tinggal

di kawasan Senayan berkat kebaikan sesama perantau asal Jawa Timur dan Jawa Tengah. "Mereka bekerja sebagai pelayan dan buruh," ujar pria kelahiran Surabaya, 12 April 1962 ini. Untuk menyambung hidup, Adi bekerja serabutan. Pagi hingga siang hari ia menjadi penjual tas keliling dari kantor ke kantor. Malam harinya Adi menjadi juru parkir di Senayan.

Meski penghasilannya kecil, dengan sekuat tenaga Adi berusaha menyisihkan penghasilannya untuk modal berbisnis. "Modal pertama saya hanya Rp 50.000," kenang Adi.



Dengan uang segitu, Adi kulakan tas di Pasar Pagi untuk dijual kembali. Beruntung, dagangannya selalu habis terjual. "Hasil jualan saya putar lagi," kata bapak tiga anak ini. Sayang, jiwa muda Adi yang masih bergelora membuatnya tergoda untuk berfoya-foya. Namun, setelah menikah pada 1985, Adi mulai berpikir serius menjadi pengusaha tas sendiri. Ketika itu, modalnya pun pas-pasan. "Saya terpaksa menjual perhiasan istri untuk modal awal," kata Adi. Lagi-lagi dengan uang Rp 50.000 Adi memulai usahanya.

Lantaran tak punya mesin jahit, Adi terpaksa meminjam milik temannya. Sedikit keahlian menjahit ia manfaatkan sebaik-baiknya. Setelah enam bulan berjalan, usahanya mulai menampakkan hasil. Adi pun memberanikan diri menggaji seorang karyawan untuk meningkatkan produksi. Dengan satu karyawan itu, Adi mampu menghasilkan 150 tas per tahun seharga Rp 20.000 per tas. Dari harga segitu, Adi mengambil laba Rp 12.000 per tas. Maklum, modal membuat satu tas hanya Rp 8.000.

Sejak saat itu, setiap enam bulan sekali Adi menambah seorang karyawan. Untuk pemasaran, Adi memanfaatkan jaringan yang telah ia rintis saat masih berdagang tas keliling. Pada 1987, Adi mulai menjalin kerja sama dengan panitia penyelenggara rapat atau pelatihan di hotel-hotel. "Pada 1987 saya sudah memiliki tenaga pemasaran 18 orang," tutur Adi.

Omzetnya pun telah melonjak hingga Rp 3 juta per hari, jumlah rupiah yang sangat besar kala itu. Sementara itu, total produksi mencapai 600 unit per hari. Laiknya roda kehidupan, posisi Adi tak selalu di atas. "Saya pernah kekurangan modal untuk menyelesaikan pesanan sampai harus menjual kendaraan operasional," tutur Adi.

Masa yang paling suram bagi Adi adalah saat pecah kerusuhan pada Mei 1998. Saat itu, para karyawannya ketakutan dan memilih pulang kampung. Sialnya, barang dagangan juga ikut mereka bawa hingga tak ada yang tersisa. "Saya rugi ratusan juta," kenang dia.

Toh, semangat Adi tidak pernah surut. Berbekal pinjaman bank, Adi mencoba bangkit. Beruntung, pada 1999 bisnis tas kantor kembali naik daun. Adi pun kembali menggenjot produksi dan mampu mencetak omzet Rp 50 juta per bulan.

Sekarang, dalam sebulan paling sedikit Adi memproduksi lebih dari 1.000 tas. "Omzetnya sekitar Rp 100 juta, dengan margin laba 20 persen sampai 40 persen," ungkap Adi. Kini, ia punya klien tetap dari instansi pemerintah, seperti Departemen Perhubungan dan Kepolisian Republik Indonesia.

Selain tas kantor, Adi juga memproduksi jenis tas lain, seperti tas perempuan. "Ini hasil belajar otodidak," ujar dia.

## **Bagi rezeki**

Sudah menjadi kodrat, setiap orang membutuhkan orang lain. Begitu juga dalam bisnis. Karena itu, untuk memenuhi banyaknya pesanan tas, Muhammad Adi tak segan-segan membagi order ke konveksi lain. Adi mengatakan, kadang-kadang jumlah pesanan tas memang tak bisa ia tangani sendiri. Alhasil, daripada order lepas, ia membagi lagi (subkontrak) pesanan kepada konveksi lain. "Hitung-hitung berbagi rezeki dengan orang lainlah," ujar Adi.

Untuk pola kerja sama ini, Adi memilih menggunakan sistem bagi hasil yang ia nilai lebih adil. Artinya, keuntungan yang ia peroleh dari penjualan tas akan ia bagi ke pengusaha lain sesuai dengan porsi yang mereka kerjakan.

Soal pesanan, Adi tak terlalu khawatir. Pasalnya, ia sudah memiliki pelanggan tetap, yaitu Kepolisian Republik Indonesia dan Departemen Perhubungan.

Misalnya, Polri biasanya memesan tas kantor dua kali dalam setahun. Satu kali pesanan sebanyak 8.000 unit dengan tenggat waktu pengerjaan selama empat bulan. "Pesanan rutin ini baru empat tahun belakangan ini," imbuh Adi.

Di luar pesanan Polri, Adi biasanya menerima pesanan tas belanja dari biro perjalanan. "Jumlahnya memang tidak sebanyak pesanan Polri. Rata-rata 500 unit," kata Adi

## **SUKSES MENGOLAH LIMBAH MENJADI MEBEL BERNILAI JUTAAN**

Pohon Kayu Jati tidak hanya dimanfaatkan batangnya, bagian bonggolnya pun bisa dibentuk menjadi furnitur dan barang lainnya seperti meja, kursi dan vas bunga. Para perajin tinggal mengukir kulit bonggol tanpa mengubah bentuknya. Berbeda dengan furnitur dari batang pohon jati yang membutuhkan banyak sentuhan, furnitur dan aksesoris dari bonggol jati punya bentuk natural. Bonggol kayu jati tak membutuhkan rancangan khusus kala akan dibentuk menjadi produk tertentu. “Alam sudah membentuknya menjadi bulat dengan banyak lengkungan,” ujar Suyatmin, perajin kayu bonggol di Blora, Jawa Tengah.



Pemilik Usaha Jati Barokah ini biasanya memanfaatkan bonggol-bonggol jati untuk dibikin meja, kursi serta bangku teras. Hasil karya Suyatmin saat ini dijual di pasar lokal dan manca negara.

Khusus untuk pasar lokal, ia mengirim produknya ke Bali, Yogyakarta, Malang, Surabaya, Jakarta, Sumatra dan Kalimantan. Adapun untuk pasar ekspor, ia mengirimkannya ke Eropa dan Timur Tengah.

Suyatmin yang menggeluti usaha furnitur sejak tahun 1996 ini bercerita, suatu hari, ia melihat banyak warga di sekitar Blora yang memanfaatkan bonggol jati untuk kayu bakar. Ide memanfaatkan menjadi barang lain pun muncul di benaknya. Saat itu, “Yang terpikir adalah membuat meja dan kursi,” ujar pria berusia 35 tahun itu.

Ia pun lantas memboyong bongkahan bonggol jati ke rumahnya untuk dipahat sesuai dengan angannya. Tak butuh banyak sentuhan, bonggol itu menjadi meja. Lantas, ia pun memeliturnya hingga mengkilat dan halus. Ternyata, hasilnya sangat artistik.

Menurutnya, pembuatan satu set mebel memakan waktu hingga satu bulan, bahkan bisa lebih jika pesanan mebel ternyata rumit. Dengan ukuran dan struktur bonggol yang berbeda, Suyatmin harus memutar otak agar bisa membuat mebel pesanan sesuai dengan permintaan konsumen.

Ia mengaku beruntung karena tinggal di Blora yang merupakan salah satu daerah penghasil kayu jati, sehingga ia tak kesulitan mendapatkan pasokan bahan baku. Ia tinggal memadupadankan bonggol-bonggol agar sesuai dengan pesanan pelanggan.

Hasil karya Suyatmin dijual dengan harga bervariasi. Untuk mebel yang terdiri dari satu meja, satu sofa besar dan dua sofa kecil, harganya Rp 1 juta hingga Rp 5 juta. Sedangkan souvenir dijual mulai Rp 20.000 hingga Rp 2.000.000. Saban bulan, Suyatmin mampu mengumpulkan omzet Rp 70 juta.

Tren furnitur dan souvenir berbahan bonggol jati ini masih cukup menjanjikan. Ini terlihat dari permintaan furnitur berbahan bonggol kayu jati yang terus bertambah. “Sejak pertengahan 1990-an hingga kini permintaan tumbuh,” ujarnya.

Pesanan yang kian besar membuat ia harus mengambil tenaga dari luar keluarganya. Berbeda saat mengawali usaha, ia hanya dibantu oleh sanak keluarganya. Saat ini, Suyatmin mempekerjakan 32

pekerja tambahan. Mereka terbagi menjadi tenaga ukir, finishing, atau penghalusan, plitur, dan pengemasan.

Achmad Zainudin juga menggantungkan hidupnya dengan membuat furnitur dari bonggol jati. Perajin asal Jepara, Jawa Tengah ini mendapatkan pasokan bahan baku dari Cepu, Bojonegoro, dan Purwodadi. Oleh Zainudin, bonggol-bonggol ini dibuat menjadi meja, kursi, serta suvenir. Dibantu 25 pekerja, Zainudin dapat menghasilkan 10 meja dalam seminggu. Meja berbahan bonggol kayu jati itu dia jual Rp 3 juta hingga Rp 6 juta. Dalam sebulan, ia bisa meraup omzet hingga Rp 59 juta. Konsumen terbesar meja bonggol kayu jati datang dari luar negeri seperti Taiwan, Cina dan Jepang.

Bila Suyatmin dan Zainudin fokus ke usaha furnitur, Sriyanto lain lagi. Perajin di Bojonegoro, Jawa Timur ini memproduksi aksesoris berupa vas bunga dan tempat buah dari bonggol kayu jati yang telah dipotong. Pria berusia 42 tahun ini menggunakan bonggol jati karena punya struktur kayu lebih kuat ketimbang batangnya. Memulai usaha sejak 1995 dengan mendirikan UD Kharisma, pria asli Solo ini belajar membuat furnitur dan aksesoris dari anak buahnya. Ia memperoleh pasokan bonggol kayu jati dari hutan di Bojonegoro dan Cepu. Ada dua sumber untuk mendapat pasokan limbah pohon jati ini. Pertama, dari petugas Perhutani lewat mantri hutan. Kedua, dari petani hutan. "Saya biasanya beli dari petani karena harganya lebih murah," kata Sriyanto.

Harga jual dari petani Rp 500.000 sampai Rp 700.000 per bonggol, tergantung usia pohon. Semakin tua usia pohon, semakin mahal harganya. Ia enggan membeli dari Perhutani karena harus mengantongi izin. Dari petani, Sriyanto juga bisa mempelajari seluk-beluk mencari bonggol kayu jati berkualitas bagus. Bonggol yang kukuh adalah bonggol berusia tua, lebih dari 40 tahun.

Biasanya, bonggol-bonggol tua berdiameter 1,5 hingga 2 meter. "Tapi ini sudah jarang karena permintaan bonggol tinggi," ujar Sriyanto. Alhasil, Sriyanto juga mencari bonggol berusia muda yang berdiameter hanya 30 cm sampai 35 cm.

Bonggol-bonggol itu lantas dipotong sesuai pesanan. Bila sudah dipotong, kayu bonggol dibawa ke UD Kharisma untuk digambari bentuk. Bila bentuk sudah jadi, bonggol kemudian digosok dengan menggunakan gerinda agar potongan bentuk lebih rapi. Sriyanto juga memakai gergaji kecil untuk membentuk sudut. Saat vas atau tempat buah jadi lantas dilitur dan digosok sampai halus kemudian dipakaikan melamin. Tempat buah dari bonggol kayu jati buatan Sriyanto biasanya berhiaskan ranting-ranting pohon jati. Ada bentuk yang tetap mempertahankan bentuk bonggol. Ada pula bentuk telur, kreasi Sriyanto.

Dia menjual satu tempat buah Rp 80.000. "Sebulan saya bisa menjual 150 tempat buah," katanya. Adapun harga vas bunga Rp 80.000 sampai Rp 100.000 per unit. Sriyanto memasarkan kerajinan karyanya itu ke Jepara, Jakarta, Jogjakarta, dan Malaysia.

Semoga tulisan diatas bisa menginspirasi kita semua

- See more at: <http://kisahsukses.info/sukses-mengolah-limbah-menjadi-mebel-bernilai-jutaan.html#sthash.LnUUx2ye.dpuf>

## MODAL RP 50 RIBU, DEWI TANJUNG SUKSES BERBISNIS DAUR ULANG



[SUKSESKERJAUSAHA.BLOGSPOT] – Banyak orang mengatakan bahwa merintis sebuah usaha butuh modal dana yang tidak sedikit. Dari mulai biaya sewa tempat, biaya produksi, biaya promosi, semuanya membutuhkan kucuran dana yang cukup besar. Namun hal ini ternyata tidak berlaku bagi seorang pengusaha sukses **Dewi Tanjung Sari** yang berhasil merintis bisnis wedding card, souvenir dan pernik-pernik pernikahan dengan modal uang lebaran dari sang paman sebesar Rp 50.000,-.

Terlahir di sebuah keluarga sederhana, Dewi kecil sudah terbiasa hidup serba terbatas setelah sang Ayah tercinta kembali ke pangkuan Illahi sejak Dewi masih bayi. Ibunya yang berprofesi sebagai seorang pembantu, memberikan banyak inspirasi bagi Dewi hingga akhirnya Ia berusaha melakukan sesuatu yang berarti untuk mencukupi kebutuhan hidupnya yang semakin tinggi.

Ketika duduk di bangku kuliah, lulusan D3 Universitas Brawijaya ini tidak pernah berhenti mencari akal peluang usaha untuk mendapatkan uang tambahan dengan modal usaha yang sangat kecil. Dan di saat Ia menerima uang lebaran sebesar Rp 50.000,- dari sang paman, ibu satu orang anak ini mulai berkreasi menciptakan kerajinan daur ulang limbah dengan memunguti daun-daun kering yang berserakan di halaman kampusnya. Pada saat itu Ia membuat produk kerajinan peluang usaha seperti block note, buku telepon, pigura, dan lain sebagainya.

### *Orderan Kecil-kecil*

Dari usahanya yang terbilang kecil, Dewi berhasil mendapatkan banyak “orderan” dari teman-teman kampusnya maupun orang-orang di sekitarnya. Perlahan tetapi pasti, peluang usaha bisnis kreatif yang dijalankan Dewi mulai menunjukkan prospek pasar yang cukup besar. Hingga akhirnya di tahun 2003 Dewi mulai fokus menjalankan peluang usaha bisnisnya dengan mengangkat De Tanjung sebagai brand perusahaannya dan lebih banyak memproduksi kartu undangan pernikahan, souvenir pernikahan, sampai pernik-pernik lainnya yang dibutuhkan para konsumen untuk melengkapi moment penting tersebut.

Memasuki tahun 2004, melalui salah seorang kenalannya, Dewi mulai memasarkan produk kreasinya ke beberapa negara tetangga. Misalnya saja seperti Australia, Malaysia, Hong Kong, bahkan hingga ke Negara Jerman, dengan omset puluhan juta setiap bulannya. Banjir pesanan pun dialami De Tanjung setiap bulannya, hingga pada akhirnya di tahun 2009 silam badai krisis global meruntuhkan perusahaan ekspor yang bekerjasama dengan De Tanjung dan Dewi pun terpaksa menghentikan kegiatan ekspor yang menjadi salah satu sumber dana perusahaannya.

## *Bangkit dari Krisis Ekspor*

Pasang surut perjalanan bisnis De Tanjung setelah menghentikan kegiatan ekspornya ke beberapa negara tetangga, memang sempat membuat Dewi patah semangat dalam mengembangkan usahanya. Namun dengan kekuatan tekad yang masih tersisa, Dewi mulai berputar arah mencari strategi bisnis baru agar bisa tetap bertahan di tengah badai krisis yang Ia hadapi. Dengan modal yang masih tersisa, Ia ingin mengembangkan peluang usaha bisnisnya dengan cepat dan pesat melalui jalur kemitraan atau franchise.

Kesuksesan yang berhasil diraih Dewi sekarang ini, tidak terlepas dari besarnya tekad yang Ia miliki dan keberaniannya untuk segera mencoba segala usaha. Semoga informasi kisah sukses pengusaha yang berhasil mengembangkan ide kreatif, peluang usaha sukses mengolah limbah jadi rupiah ini bisa memberikan manfaat bagi para pembaca dan menginspirasi seluruh masyarakat Indonesia untuk segera memulai usaha. Maju terus industri kreatif Indonesia dan salam sukses. :: SUKSESKERJAUSAHA/juli2012

<http://sukses-kerja-usaha.blogspot.com/2012/07/diawali-modal-50-ribu-kini-de-tanjung.html>

## **KISAH PENGUSAHA SUKSES: BASRIZAL KOTO, PENGUSAHA SUKSES YANG TAK TAMAT SD**



BasKo atau nama lengkapnya Basrizal Koto lahir di Pariaman, SumBar tahun 1959. Ia seorang pengusaha sukses berbisnis di banyak bidang, seperti: media, percetakan, pertambangan, peternakan, perhotelan properti, dan lain-lain. Masa kecilnya yang serba kekurangan memaksanya bekerja keras dan bertekad kuat melawan kemiskinan. Dia tak mau menyalahkan keadaan. Karena memang sudah takdirnya dilahirkan dari keluarga yang serba kekurangan. Menyalahkan takdir, sama dengan menggugat ketentuan ALLAH, katanya. Dia benar-benar memulainya dari nol. Jangankan modal uang, sodal pendidikan pun dia tidak punya. Basko, bahkan tidak menamatkan Sekolah dasarnya. Seperti kita paham, budaya lelaki di Sumatera Barat adalah budaya perantau. maka, dengan ijin ibundanya, pada saat kelas 5 SD, ia memilih untuk merantau ke Riau, dibanding meneruskan sekolahnya.

BasKo atau nama lengkapnya Basrizal Koto lahir di Pariaman, SumBar tahun 1959. Ia seorang pengusaha sukses berbisnis di banyak bidang, seperti: media, percetakan, pertambangan, peternakan, perhotelan properti, dan lain-lain. Masa kecilnya yang serba kekurangan memaksanya bekerja keras dan bertekad kuat melawan kemiskinan. Dia tak mau menyalahkan keadaan. Karena memang sudah takdirnya dilahirkan dari keluarga yang serba kekurangan. Menyalahkan takdir, sama dengan menggugat ketentuan ALLAH, katanya. Dia benar-benar memulainya dari nol. Jangankan modal uang, sodal pendidikan pun dia tidak punya. Basko, bahkan tidak menamatkan Sekolah dasarnya. Seperti kita paham, budaya lelaki di Sumatera Barat adalah budaya perantau. maka, dengan ijin ibundanya, pada saat kelas 5 SD, ia memilih untuk merantau ke Riau, dibanding meneruskan sekolahnya.

BasKo atau nama lengkapnya Basrizal Koto lahir di Pariaman, SumBar tahun 1959. Ia seorang pengusaha sukses berbisnis di banyak bidang, seperti: media, percetakan, pertambangan, peternakan, perhotelan properti, dan lain-lain. Masa kecilnya yang serba kekurangan memaksanya bekerja keras dan bertekad kuat melawan kemiskinan. Dia tak mau menyalahkan keadaan. Karena memang sudah takdirnya dilahirkan dari keluarga yang serba kekurangan. Menyalahkan takdir, sama dengan menggugat ketentuan ALLAH, katanya. Dia benar-benar memulainya dari nol. Jangankan modal uang, sodal pendidikan pun dia tidak punya. Basko, bahkan tidak menamatkan Sekolah dasarnya. Seperti kita paham, budaya lelaki di Sumatera Barat adalah budaya perantau. maka, dengan ijin ibundanya, pada saat kelas 5 SD, ia memilih untuk merantau ke Riau, dibanding meneruskan sekolahnya.

### *Bapakku Tukang Sayur*

Berpuluh tahun meniti karier di bidang keuangan, Danny Kristian Rusli kembali ke habitatnya. Lelaki 43 tahun ini lulusan Fakultas Pertanian. Namun, ia cuma pernah sekali bekerja di perusahaan agribisnis. Itu pun, “Enggak di kebun, tapi di kantornya,” tutur Danny. Setelah itu, Danny pindah ke Astra Credit Company, lantas hijrah lagi ke Finansia. Di Finansia inilah ia punya sambilan bekerja sebagai petani di Momenta Agrikultura.

Ketika Momenta sudah berjalan selama lima tahun, Danny pun memikirkan hidupnya lagi. Ia berpikir bahwa harus sepenuhnya terjun di agribisnis, jika ingin Momenta menjadi besar. Alhasil, tahun 2003, Danny meninggalkan kursi empuknya sebagai general manager di Finansia dan memilih untuk serius mengerjakan Momenta.

Keputusannya ini, menurut Danny, sama sekali tidak salah. Ia mengaku suka menggeluti agribisnis. Keluarganya pun merestui pilihannya. Anak-anaknya menjawab dengan enteng kalau ada yang bertanya apa pekerjaan sang ayah. “Mereka bilang, bapak saya tukang sayur,” katanya sambil tertawa.

## **KISAH PEMILIK SUSI AIRLINES**



Salah satunya adalah Susi Pudjiastuti, potret sukses pengusaha wanita tanpa jalur pendidikan formal. Merasa sekolah tidak bisa mengakomodasi keinginannya, Susi Pudjiastuti memilih drop out saat kelas dua SMA dan bekerja di pekelangan ikan di Pangandaran, Jawa Barat. Pilihan nekadnya ini, ternyata mampu mengantarkan nasibnya menjadi juragan ekspor ikan beromzet milyaran rupiah per bulan dan pemilik dari maskapai penerbangan Susi Air dengan 12 pesawat Cessna Grand Caravan, hanya dengan modal awal 750 ribu rupiah.

Pada tahun 2000, Susi membuat terobosan baru bidang pengangkutan ikan, yaitu dengan pesawat terbang untuk mempercepat pengangkutan ikan segar. Tekad yang keras untuk menjadi pengusaha juga menghinggapi benak Budiyanto Darmastono. Lulusan D3 Akuntansi UGM yang berasal dari keluarga guru ini, tak puas bekerja sebagai pegawai bidang akuntansi, dengan penghasilan yang menurutnya “hanya begitu-begitu saja”. Bersama istrinya, Budiyanto terus berpikir keras mencari-cari bidang usaha yang cocok dan bisa dikerjakan berdua. Ide bernas pun mampir di pikirannya saat menyadari, bahwa bisnis kurir sangat potensial.

Perusahaan di bidang usaha courier service juga masih sedikit dan sebagian besar dikerjakan secara manual. Bermodalkan uang 24 juta hasil meminjam saudara dan temannya, Budiyanto menyewa sebuah rumah kontrakan untuk dijadikan kantor bernama PT. NCS. Gagasan briliannya saat itu adalah mengandalkan 2 komputer untuk mempercepat sistem database dan pelaporan. "Saat itu saya lihat dari sejumlah perusahaan kurir, masih memakai sistem manual. Maka saya berpikir bahwa sistem computerized pasti akan lebih cepat, tepat dan dipercaya klien" ujar Budiyanto. Saat ini, berkat kerja keras dan komitmen menjaga kepercayaan para klien, PT. NCS telah memiliki 3000 karyawan yang tersebar di seluruh Indonesia dengan omzet sekitar 9 miliar rupiah per bulan

## DARI MODAL 100RB KINI MEMIMILIKI OMZET JUTAAN

**PERNAH** berfikir untuk membuat sesuatu yang berbeda, menjualnya dan bahkan bisa menjaditrendsetter? Hal ini yang dialami oleh Ita Yudi. Seorang Wanita yang pada awalnya merintis menjadi pekerja kantoran alias wanita karir yang kemudian banting setir menjadi wirausaha mandiri yang mempekerjakan banyak orang.



"Awalnya saya kerja di kantor, sebuah perusahaan yang berurusan dengan proyek-proyek. Isinya laki-laki semua, jadi tidak ada yang menggunakan asesoris. Akhirnya kerja seperti itu tidak enak. Nanggur," ucapnya mengawali cerita ketika ditemui **okezone** di standnya dalam sebuah pameran yang baru-baru ini diadakan di Smesco center, Jakarta.

"Nah, saya kan pakai jilbab. Dan dari awal sudah hobi membuat asesoris. Mencoba-coba. Awalnya saya ingin punya bros buatan sendiri. Trial and error terus sih, tapi terus di coba," imbuhnya.

Bahan yang awalnya digunakan adalah untaian kawat-kawat dan manik-manik yang kemudian dirangkainya. Entah itu menjadi bunga, bentuk binatang, atau bentuk abstrak yang menurutnya layak untuk dijadikan hiasan. Selain dari kawat, dirinya juga mengaku membuat dari bahan lain seperti kain yang berasal dari limbah garmen, dan juga lilin atau clay.

"Saya buat dari semua bahan. Seperti yang sering saya buat ini dari metal, kawat. Ada juga yang dari benang wol dirajut, kain bekas limbah garmen, dan clay," terangnya.

Memang, bahan-bahan tersebut terlihat sangat sederhana dan mudah sekali untuk mencarinya. Seperti kawat misalnya, yang dengan mudah bisa kita temukan di pasar-pasar. Limbah garmen yang juga dengan mudahnya bisa didapatkan dari perusahaan garmen yang membuang sisa kainnya.

Diakuinya, untuk memulai usaha seperti dirinya, memang tidak membutuhkan banyak modal. Dirinya menuturkan, untuk memulai usaha ini dulu hanya cukup bermodalkan selebar uang Rp100 ribu saja.

"Modal untuk ini, sederhana saja. Malahan kalau sudah punya tang yang sebagai alat sudah bisa. Paling dulu modal Rp100 ribu," ungkapnya.

"Kalau kawat, dulu waktu saya memulai usaha ini kawat seperti ini memang jarang. Tapi sekarang sudah banyak sekali yang jual. Sekarang dimana-mana orang jual. Rp10 ribu juga sudah bisa buat beli kawat," ungkapnya lagi.

Dirinya menunjukkan kawat kecil sebagai alat yang digunakan untuk membentuk material serta kawat-kawat yang digunakan sebagai dasar pembuatan bros-bros tersebut. Kawat kecil dengan ujung lancip itu digunakan untuk membentuk dan membengkokkan kawat sehingga membentuk suatu bentuk yang diinginkan.

Dalam setiap usaha, tentunya semua tidak langsung berjalan dengan lancar. Hal itu pula yang dialami oleh Ita. Awalnya, dalam sehari dirinya hanya mampu menjual satu sampai dua pieces bros. Jadi dalam sebulan, rata-rata dirinya hanya bisa menjual sebanyak 20 pieces bros.

Namun, saat ini hal tersebut sudah tidak berlaku lagi dalam kamus usahanya. Diakuinya, animo masyarakat terhadap kerajinan asesoris ini meningkat. Terbukti dari jumlah yang dihasilkannya laris manis terjual bak kacang goreng.

"Dulu, yang tertarik jarang sekali. Sekarang yang tertarik banyak. Sekarang tidak usah deh keluar negeri, di Indonesia juga sudah banyak kok. Lebih bagus dan juga lebih murah. Tidak usah ke Bangkok dan China. Kita sudah bisa menyaingi kok," ucap Ita optimis.

Memang, dari segi harga bros yang dijualnya sangat bervariasi. Untuk yang motif sangat sederhana dibandrol dengan harga Rp2.500 sampai Rp10 ribu. Namun, jika yang bentuknya agak rumit dan menggunakan banyak material serta batu-batuan, bahkan ada yang menggunakan kristal swarovski harga bisa selangit alias bisa mencapai Rp500 ribu.

Bentuk yang dimaksud memang rumit. Dengan detil yang sangat kecil dan sempurna, dibagian tengahnya ditambahkan bebatuan yang senada dengan warna kawat dan manik-manik. "Saya juga mengangkat kekayaan Indonesia. Karena ada batu-batu yang berasal dari Indonesia, yang tidak kalah bagusnya. Tapi ada juga yang menggunakan kristal swarovski. Per pieces harganya Rp2.500 sampai 500 ribu," jelasnya.

Kesulitan yang dihadapinya tidak sampai disitu, kadang material yang dibutuhkannya tidak terdapat di Indonesia. Sehingga dirinya harus memesan material tersebut dari China. Bersyukurlah kini, pesanan terus berdatangan. Jumlahnya bisa sampai ribuan, sehingga dengan sendirinya para distributor tersebut mendatangkan langsung material-material tersebut tanpa harus melalui pemesanan terlebih dahulu.

"Kendala, material kan 75 persen dari China. Tapi karena sekarang pesanan sudah banyak dan juga banyak yang sudah memulai bisnis serupa, jadi para distributor material ini sudah ada dengan sendirinya," akunya.

Dengan usahanya tersebut, ibu dari tiga orang anak ini memiliki 40 karyawan binaan yang membantunya dalam merangkai berbagai jenis bahan yang akan dijadikan asesoris terutama bros.

Dirinya tidak membutuhkan sebuah toko besar atau kios dalam menjajakan bros-brosnya. Di rumahnya yang terletak di daerah Kalimalang merupakan "pabrik" sekaligus tempatnya memajang bros-brosnya. Selain itu, dirinya juga rajin melakukan kerja sama dengan butik-butik yang banyak

terdapat di ibu kota. "Pekerja rata-rata ibu rumah tangga biasa yang masih radius kecamatan lah," ucapnya.

Saat **okezone** berusaha mencari tahu lebih jauh, berapa pendapatan per bulannya saat ini, dirinya enggan berbagi lebih jauh. Karena menurutnya bisnis seperti ini tidak bisa dihitung secara pasti. Namun menurutnya, per bulan dirinya bisa menjual hingga ratusan aneka macam asesoris.

Terakhir, dalam hal pemasaran produk, dirinya mengingatkan untuk bisa menjadi yang berbeda diantara sekian banyak pesaingnya. Banyak melihat, membaca dan memperhatikan pasar adalah kunci kesuksesannya.

"Kita harus menjadi yang berbeda. Banyak membaca, entah dari buku atau bisa juga browsing di internet," tandasnya. **(and)**

*Kompilator : Fahrur Rozi Zuhri*

## **KISAH SUKSES RAKHMA SINSERIA PEMILIK COFFEE TOFFEE**

### **Harumkan Indonesia Dengan Kopi**

Kebalikan dari berbagai kedai kopi ala luar negeri, ia justru ingin mengangkat kelezatan kopi dari penjuru negeri. Mimpi dan cinta ternyata mampu mendatangkan kesuksesan ke atas pangkuan. Namun, dua 'modal' itu saja tak pernah cukup. Perlu bekal yang jauh lebih besar daripada itu. Begitulah yang dialami Rakhma Sinseria (32), pemilik Coffee Toffee. Cintanya pada kopi Indonesia dan mimpinya menyuguhkan kopi terbaik dari negeri sendiri, mengalahkan sakit luar biasa yang ia rasakan ketika bisnisnya jatuh.

### **Jatuh Sebelum Berdiri**

Adagium bahwa di dunia bisnis tak ada yang pasti, sudah dibuktikan sendiri oleh Pemenang I Lomba Wanita Wirausaha Femina 2010 ini. Hanya dalam waktu satu tahun setelah pertama membuka Coffee Toffee, 10 gerai cabang pun berdiri tegak. Tak mengherankan, rasa percaya diri Ria, demikian panggilanannya, pun makin kuat. Namun, rasa itu tak bertahan lama. Karena, kurang dari setahun kemudian, semua gerai itu terpaksa ditutup. "Bisa dibilang, saya hampir bangkrut karena salah perhitungan dan terlalu percaya diri. Saya sampai tidak bisa membayar karyawan selama 3 bulan," tutur Ria, yang sempat berpikir untuk menutup bisnisnya.

Kesalahan pertama, diakuinya, terletak pada konsep yang kurang matang. Padahal, ia sangat percaya bisnis ini pasti berhasil. Belakangan, disadarinya bahwa ia kurang tajam membidik calon konsumen yang mana. Apalagi, karakter gerainya sendiri juga belum jelas, apakah gerai take away, atau gerai yang dilengkapi tempat duduk. "Ibarat ABG, waktu itu kami seperti sedang mencari jati diri," ungkap Ria, yang gerainya kini diramaikan oleh pelajar dan mahasiswa. Pengetahuannya tentang akuntansi juga belum mencukupi, sehingga ia tak bisa meneliti dengan benar, apakah bisnisnya sehat atau tidak. "Ini saat-saat yang cukup menguras energi dan emosi. Tapi, saya berusaha tetap tenang dan berpikir positif, karena yakin bahwa kejatuhan ini adalah proses menuju kesuksesan. Saya menikmati setiap prosesnya," kata Ria, yang kemudian melengkapi usahanya dengan orang yang ahli di bidangnya, misalnya di divisi marketing communications dan keuangan.

Ria meyakini, tak ada yang salah dengan kopi Indonesia. Itulah yang membuatnya bertahan. Karena tak punya rencana cadangan, perlu waktu cukup lama bagi Ria untuk bisa merangkak lagi. Ia mengevaluasi segala kesalahan dan segera memperbaikinya. Konsep, menu, harga, dan warna diubahnya. Semua masukan ia terima. Misalnya, tentang desain logo pada gelas yang awalnya kurang bagus, kemudian ia percantik. Ria juga menambahkan makanan pada menu.

Bagi Ria, ilmu matematika yang menyatakan bahwa setengah ditambah setengah sama dengan satu, tidak berlaku dalam kehidupan berwirausaha. Setengah waktu yang ia habiskan untuk mengurus bisnis, ditambah setengah waktu untuk bekerja di perusahaan orang, tidak sama dengan target yang ingin ia capai. “Yang terjadi saat itu: keduanya tidak memenuhi target, sehingga saya harus segera memutuskan untuk menjalani yang mana,” kata Ria, yang akhirnya memilih keluar dari perusahaan dan mencurahkan seluruh waktunya untuk Coffee Toffee.

## **KISAH SUKSES LUTHFI YUNIARTO DENGAN BISNIS ‘EGG ROLL’ UBI UNGU**



terjadi demonstrasi reformasi.

Gara-gara uang kiriman sering tersendat, ketika masih kuliah di IAIN Sunan Kalijaga, **Muhammad Luthfi Yuniarto** (39) harus pontang panting mencari uang. Di pilihnya sektor kerajinan. Pertimbangannya, modal ringan, prospek pasar saat itu bagus. Tahun 1996, Luthfi menjadi perajin bubut kayu. Perlahan, usahanya berkembang. Menembus beberapa supermarket besar. Sayang, di tengah usaha yang sedang mekar, 1998 terjadi kerusuhan besar di Solo. Beberapa supermarket di Solo dibakar massa ketika

terjadi demonstrasi reformasi. Padahal, sebagian besar dengan **Luthfi** beredar dipusat-pusat perbelanjaan Solo. “Kerugian lumayan besar, karena hampir semua produk saya konsentrasikan di Solo, ungkap Luthfi. Peristiwa itu nyaris membuat pria asli Cepu ini frustrasi. Rasa tanggung jawab menafkahi keluarga membuatnya bangkit lagi. Suami dari Almuna Fasah Asyarifah (Ifah), bangkit dan kembali memilih barang kerajinan.

Dia memproduksi kain tenun ATM dipadu batik. Inovasinya itu menarik konsumen. Order semakin membanjir di rumahnya, Bedukan Pleret Bantul. Lagi-lagi nasib berkata lain. Saat usahanya sedang tumbuh, gempa besar menghantam Bantul, Mei 2006. Usahanya berantakan. Aset dan alat-alat produknya hancur. Musibah besar itu tak lantas membuatnya patang semangat. Apapun yang terjadi, roda perekonomian keluarga harus jalan. Setelah melakukan sederetan pengamatan pasar, diputuskan alih haluan. Bisnis kuliner, membuat cake dan brownies. Ternyata **Luthfi** memang bertangan dingin, buktinya sejak tahun 2007 buka usaha sebagai bentuk aksi bangkit pasca gempa. Kini usahanya berkembang pesat.

“Istri saya paling rajin mengumpulkan resep. Mungkin ada ribuan resep makanan yang disimpannya. Nah, untuk memulai usaha kuliner kita buka semua resep itu. Dan kita temukan beberapa yang bisa dicobakan. Jadilah kita bermain di roti basah untuk harian dan roti kering ketika menjelang Idul Fitri,” ungkap Luthfi yang ditemani Ifah.

Apalagi setelah menemukan formula bernama “**egg roll**” ubi ungu 6 bulan silam. Cemilan ini lantas menjadi produk andalan mereka yang diberi brand **Shasa**. Proses penemuan resep tersebut melalui serangkaian ujicoba. Butuh waktu selama seminggu dan biaya tidak sedikit untuk mendapatkan resep istimewa ini. Kalau egg roll yang biasa disebut roti semprong itu pada umumnya berbahan terigu dan tepung sagu. Tapi Lutfi dan Ifah menggunakan ubi ungu. Jadi, warnanya juga berbeda.

Roti semprong buatan Luthfi dominan rasa ubi ungunya. Demikian pula tekstur ubi, sangat terlihat. Sehingga cemilan ini mengandung banyak nutrisi dan baik untuk kesehatan.

“Ada ide, bikin makanan khas Yogya yang belum ada di pasaran. Kami mencoba dengan ubi ungu. Ternyata, membuat semprong dari ubi ungu sangat sulit. Formulanya baru ketemu setelah seminggu penuh melakukan eksperimen,” katanya. Untuk meyakinkan kalau egg roll ubi ungu ini murni kreasi mereka, Luthfi pernah menjelajahi dunia maya. Mencari egg roll ubi ungu. Ternyata belum ada datanya.

Setelah yakin itu murni inovasinya, lalu mereka berani mempublikasikan dan memproduksi secara besar-besaran. Kini dengan dibantu oleh 14 orang karyawan setiap harinya, mereka mampu memproduksi sebanyak 300 pack “egg roll” ubi ungu dengan omset setiap bulannya Rp. 80 juta.

“Meskipun pasaran sudah mapan, tapi kami tidak meninggalkan roti basah dan roti kering. Setiap kali ada pesanan, kami siap melayani. Dan ternyata permintaan pesanan roti semacam itu tetap saja ada,” ungkap Ifah yang menjadi koki utama dalam pembuatan adonan egg roll ubi ungu.

Meskipun produk egg roll ubi ungu baru melangkah enam bulan, tetapi permintaan pasar begitu besar. Meskipun tidak melakukan cara pemasaran yang canggih, hanya melalui dari mulut ke mulut (gethok tular) ternyata egg roll ubi ungu mampu menembus pasar hingga beberapa kota besar di Jawa, seperti Jakarta, Bandung, Bogor, Surabaya, Solo, Purwokerto bahkan sampai ke Lombok, Bontang, Samarinda dan Bali.

Untuk memenuhi permintaan pasar yang semakin besar, dibutuhkan ubi ungu yang lebih banyak lagi. Padahal, ubi ungu termasuk umbi langka dan tidak di setiap tempat bisa tumbuh dengan baik. Maka untuk memenuhi kebutuhan ubi ungu, Lutfi mengaku sudah melakukan upaya kerjasama dengan beberapa petani di Bantul melalui dinas pertanian.

Selama ini pasokan ubi ungu didatangkan dari Tawangmangu. Tapi itu masih terasa kurang bahkan untuk mendapatkan ubi ungu, Lutfi pun melakukan hunting ke pasar ketela di Karangajen.

Soal resep istimewanya itu, Lutfi mengaku tidak dijadikan rahasia perusahaan. Sebab untuk membuat adonan yang dilakukan oleh Ifah istrinya, boleh dilihat dan bahkan beberapa karyawannya sudah bisa melakukannya. Menurutnya dengan memberikan resep secara terbuka artinya merupakan bagian dari upaya pencerdasan dan membuka peluang lahirnya pelaku usaha baru.

## **KISAH SUKSES SAYFUDIN ZUHRI DENGAN BETERNAK SAPI PERAH**

Dari modal awal dua ekor sapi perah, Sayfudin Zuhri berhasil menjadi peternak sukses di Kabupaten Pasuruan, Jawa Timur. Kuncinya, jangan cepat puas. Sayfudin adalah contoh peternak sapi perah yang berhasil mengembangkan usahanya. Setelah 13 tahun berkulat di usaha ini, kini pria yang biasa dipanggil Sutrikno ini bisa berbangga, lantaran usaha yang dilakoninya dengan tekun ini berhasil. Dari modal dua ekor, kini jumlah ternaknya telah menembus angka 50-an ekor.



50-an ekor sapi yang dipeliharanya mampu menghasilkan produk susu yang menjadi penopang kehidupan keluarga. Setiap sapi rata-rata dapat menghasilkan 10 liter susu segar per hari. Dengan harga Rp. 3.000, maka peternak seperti Sayfudin mampu meraup penghasilan Rp. 360.000 per hari atau sekitar Rp. 10.800.000 per bulan. "Dari usaha tersebut sudah cukup memenuhi kebutuhan keluarga," ujar pria rendah hati ini.

Berkat usaha ternak sapi perahnya tersebut, Sayfudin pun sukses mengangkat derajat perekonomian keluarga. Ayah tiga anak ini bisa membeli rumah, kebun, mobil, bahkan mampu menunaikan rukun Islam yang kelima. "Alhamdulillah kehidupan kami sekarang lebih dari cukup," kata pria yang hanya lulusan SMP tersebut.

Meski telah menuai sukses, Sayfudin mengaku belum sepenuhnya puas. Cita-citanya adalah terus menambah jumlah sapi agar usahanya semakin maju. Syafudin berpendapat, usaha ternak sapi perah bakal semakin prospektif lantaran kebutuhan susu murni nasional terus meningkat. "Kesadaran masyarakat kita meminum susu semakin hari semakin baik, itu berdampak bagus bagi peternak seperti kami," tuturnya.

Kendala menjadi peternak sapi perah memang masih ada. Situasi sulit yang dihadapi peternak sapi perah seperti Sayfudin adalah ketika harga jual susu di tingkat koperasi jatuh. Sialnya, tak banyak pilihan bagi para peternak untuk keluar dari situasi ini. "Lebih repot lagi jika sapi bunting. Produksi susu pasti turun," aku Sayfudin.

Menurut Sayfudin situasi seperti itu, membutuhkan kreatifitas peternak dalam memecahkannya. Daripada berkulat dengan masalah pelik harga jual susu yang tak kunjung ketemu titik temunya, Syafudin memilih mencari pemasukan dari sumber lain atau paling tidak bisa mengurangi biaya perawatan.

Berbekal informasi yang dia dapat, belakangan, Sayfudin memanfaatkan kotoran sapi sebagai bahan baku energi bio gas. Dengan pemanfaatan kotoran sapi menjadi bio gas, Syafudin mengaku bisa menghemat hingga Rp10.000 per hari untuk biaya penerangan rumah dan kandang sapi.

Selain itu, limbah bahan baku bio gas ini oleh Sayfudin kemudian diolah lagi menjadi pupuk. Tak hanya itu kebun seluas empat hektare yang sekaligus menjadi kandang ternaknya juga dimanfaatkan untuk ditanami kopi robusta

Tak heran bila pria kreatif ini menjadi panutan bagi ribuan peternak sapi perah yang ada di Kecamatan Tukur, Kabupaten Pasuruan, Jawa Timur. “Kita harus kreatif dengan segala masalah yang ada. Kalau tidak, ya gak akan maju-maju. Petani atau peternak seperti kebanyakan gak akan bisa menikmati jerih payahnya,” pesan Sayfudin.

Perjalanan Sayfudin hingga menjadi sekarang cukup panjang. Pada tahun 1987, ketika menginjak usia 22 tahun, dia mulai mengikuti jejak orangtuanya yang juga peternak sapi perah. Keinginan Sayfudin mengikuti jejak orang tua dilatarbelakangi minatnya dengan dunia ternak.

Sayfudin benar-benar total menimba ilmu dari orang tuanya. Semua hal yang berkaitan dengan dunia ternak sapi perah dia pelajari. Mulai dari pakan, kebersihan kandang, cara pemerah susu, dan perawatan sapi agar menghasilkan produk susu berkualitas.

Ibarat murid sekolah, Sayfudin juga memegang prinsip bahwa setiap tahun dia harus naik kelas. Dia berprinsip tak ingin hanya sekadar menjadi peternak sapi perah seperti yang dilakukan orang tuanya atau peternak lainnya di Desa Kalipucung, Pasuruan, melainkan harus memiliki nilai lebih.

Berkat keuletan dan motivasinya, tak heran Sayfudin mampu mentransfer ilmu dari orang tuanya dengan cepat. Pada tahun ketujuh sejak dia masih menjadi ‘murid’ orang tua, Sayfudin telah memiliki tujuh ekor sapi perah dari modal awal yang hanya dua ekor.

Dan, keinginan Sayfudin untuk terus maju tak pernah padam. Meski telah memelihara tujuh sapi perah dia ingin menambah ternaknya lagi. ”Padahal, dengan dua ekor sapi perah saja sudah cukup untuk mendukung perekonomian keluarga,” katanya.

Kini, ternak sapi perahnya mencapai 50-an ekor. Tak semua sapi-sapi perahnya dia pelihara sendiri di lahan ternaknya yang seluas empat hektare. Karena lahan tersebut dinilai terlalu sempit untuk bisa menampung seluruh ternak sapinya, sebagian peliharaan dia titipkan kepada orang lain dengan sistem bagi hasil.

Melalui pola kemitraan tersebut, Sayfudin mengaku senang karena mampu berbagi dengan orang lain. Kebanyakan, peternak yang bermitra dengan Sayfudin pun merasa senang karena selain mendapat penghasilan, juga bisa menimba ilmu dari sosok yang dikenal supel ini.

## **KISAH SUKSES SADARSAH DENGAN BISNIS KOPI GAYO**

Pengalaman menjadi pemasar perusahaan eksportir kopi membuat **Sadarsah** paham betul bagaimana cara jualan kopi dan jenis kopi apa yang laku dipasar. Nah, ketika seluruh dunia lagi paceklik kopi pada 2006, **Sadarsah** pun pindah kerja dengan menjadi eksportir kopi. Usaha ini berjalan mulus dengan omzet miliaran rupiah setiap bulan. Kopi asal Indonesia sudah terkenal di seluruh penjuru dunia. Sebut saja kopi arabica ataupun kopi robusta yang banyak diburu pecinta kopi. Kemudian ada kopi luwak yang disebut-sebut sebagai kopi terenak dan termahal di dunia.



Lantas ada juga kopi gayo di Aceh. Kopi ini di luar negeri juga terkenalnya seperti halnya kopi luwak. Kopi gayo ini adalah jenis kopi arabika yang dikembangkan secara organik oleh pekebun kopi di dataran tinggi Gayo di Sumatra Utara. Karena itu, kopi ini menjadi salah satu kopi favorit di dunia. Sebagai kopi favorit tentu permintaan kopi ini juga tinggi, baik di pasar dalam negeri maupun pasar ekspor. Nah, peluang ini menjadi eksportir kopi gayo inilah yang dimainkan dengan baik oleh **Sadarsah**. Pria kelahiran Medan 19 November 1974 ini melalui CV Arvis Sanada, perusahaan yang ia dirikan pada 2006, mengekspor kopi gayo ke Amerika Serikat, Inggris, Kuwait, Taiwan, Korea, Australia, Jepang, dan Laos. Saban bulan ia mengirim 15 kontainer kopi gayo ke berbagai negara itu dengan omzet minimal Rp 8 miliar.

**Sadarsah** mulai mengenal bisnis kopi ketika lulus kuliah pada 2001. Ketika itu dia masih menjadi tenaga pemasar di lima perusahaan eksportir kopi di Medan, Sumatra Utara. Setelah hampir lima tahun bekerja, alumnus Teknik Elektro Universitas Muhammadiyah Sumatra Utara (UMSU) ini mulai memilih jalan untuk berwiraswasta. “Dengan memiliki usaha sendiri saya bisa lebih bebas berinovasi dan mengembangkan ide ide,” pungkasnya.

Pada 2006, dengan modal pinjaman dari seorang teman, **Sadarsah** mendirikan Arvis Sanada di Medan. Dia perlu membuat badan usaha karena melihat peluang besar dalam bisnis ekspor kopi. Apalagi ketika itu dunia lagi paceklik kopi.

Saat itu, nyaris seluruh perusahaan kopi di dunia kolaps lantaran pasokan kopi berkurang 50 persen. Situasi sulit inilah yang dibaca **Sadarsah** sebaliknya. Bagi dia kekurangan pasokan itu harus dia isi. Apalagi dia tahu ada produksi kopi yang melimpah ruah di Tanah Gayo. Selain itu, dia sudah paham betul seluk-beluk ekspor kopi. Ekspor perdana yang cuma satu kontainer itu ternyata menjadi pembuka pintu gerbang bagi **Sadarsah** untuk memasuki perdagangan kopi dunia. “Dimasa itu, langsung banyak permintaan kopi. Rata-rata, penikmat kopi dari luar negeri menginginkan kopi organik.” kata anak dari pasangan Mude dan Ratih ini.

Sadar dengan peluang besar itu, **Sadarsah** pun berupaya untuk mendapatkan sertifikat kopi organik dari lembaga sertifikasi Control Union di Belanda. Sertifikat ini diperolehnya pada akhir tahun 2006. Dengan modal tambahan berupa sertifikat itu, ekspor kopi **Sadarsah** pun makin lancar. Hingga kini, **Sadarsah** mengekspor dua jenis kopi, yakni kopi gayo dan kopi konvensional. Untuk **kopi Gayo**, ia jual dengan merek **Sumatera Arabica Gayo** dan merek Sumatera Arabica Mandailing untuk kopi konvensional.

Dengan mengusung slogan “Quality, Trust, and Excellence,” pertumbuhan bisnis **Sadarsah** melesat bak meteor. Kalau pada 2006, omzet dia hanya Rp 600 juta per bulan dengan kemampuan ekspor kopi hanya satu kontainer. Tahun berikutnya omzet sudah melonjak drastis hingga Rp 1,5 miliar per bulan.

Pada 2008, omzetnya naik lagi menjadi Rp 3 miliar per bulan, dan pada tahun lalu, **Sadarsah** sudah berhasil ekspor 14 kontainer per bulan mencapai omzet sebesar Rp 7,6 miliar. Jika pada 2006 lalu **Sadarsah** hanya mampu mempekerjakan 15 karyawan, saat ini jumlah karyawan Arvis Sanada sudah sebanyak 100 orang. “Sejak 2006 hingga 2011 ini harga kopi antara Rp 30.000 hingga Rp 35.000 per kilo,” terang **Sadarsah**.

*Digugat pengusaha Belanda.*

**Sadarsah** yakin usahanya akan terus berkembang karena potensi kopi gayo dan kopi lainnya masih sangat besar. Menurut **Sadarsah** hasil perkebunan kopi di Kabupaten Bener Meriah, Aceh Tengah dan Gayo Lues, masih cukup untuk menjawab kebutuhan kopi dunia. Ketiga daerah yang berada di ketinggian 1.200 meter di atas permukaan laut (dpl) tersebut memiliki perkebunan kopi seluas 94.800 hektare.

Keberhasilan **Sadarsah**, pemilik CV Arvis Sanada, mengeksport kopi gayo ke berbagai negara memang tak semudah membalik telapak tangan. Berbagai rintangan harus ia lewati agar bisa menjajakan kopi tanah Andalas ke mancanegara.

Salah satu masalah terberat yang pernah dihadapi **Sadarsah** adalah keberatan atas merek gayo yang dilayangkan perusahaan kopi asal Belanda, Holland Coffee, pada 2008 silam. Perusahaan itu mengklaim, **Sadarsah** telah menjiplak merek kopi produksi mereka.

Holland Coffee secara terang-terangan melarang **Sadarsah** menggunakan kata gayo pada merek kopinya, Arabica Sumatera Gayo. Apalagi kopi milik **Sadarsah** itu juga beredar luas di Negeri Belanda.

Perusahaan itu menyatakan, merek gayo pada kopi mereka itu sudah terdaftar dalam undang-undang merek di Belanda. Karena itu, penggunaan kata gayo oleh **Sadarsah** dinilai melanggar aturan merek di Belanda. Tapi protes dari Holland Coffee itu sama sekali tidak digubris **Sadarsah** meski dia diancam bakal diseret ke pengadilan karena mencuri merek gayo milik Holland Coffee. Namun ancaman itu tak membuat **Sadarsah** menyerah dengan menghilangkan kata gayo.

Perusahaan Belanda itu sempat patah arang melihat semangat **Sadarsah** mempertahankan merek gayo. Mereka pun melunak tak akan lagi menuntut **Sadarsah** asal mengganti merek gayo dengan mandailing. Tapi **Sadarsah** tetap menolak permintaan itu.

Ia bilang, kata mandailing dan gayo adalah nama daerah di Sumatra. Jika kopi berasal dari Mandailing, kopi itu disebut dengan kopi mandailing. “Kalau kopi itu dari Tanah Gayo disebut kopi gayo,” terang **Sadarsah**. Ia mengaku tetap akan mempertahankan kata gayo pada kopi yang ia produksi itu.

Bagi **Sadarsah**, penggunaan kata gayo sangat penting karena bisa menentukan kualitas dan juga bisa mempengaruhi harga jual. “Bila kata gayo hilang, konsumen tidak mengetahui asal kopi itu sehingga harga kopi bisa jatuh,” jelas **Sadarsah**.

Ia menyatakan, sebagai warga negara Indonesia dirinya lebih berhak menggunakan kata gayo ketimbang orang Belanda yang menggunakan kata itu. Apalagi kata gayo adalah nama daerah di Indonesia bukan nama daerah di Belanda. “Saya lebih berhak memakai kata gayo ketimbang orang Belanda itu,” tegas **Sadarsah**. Adanya klaim atas merek gayo milik pengusaha Belanda itu dinilai **Sadarsah** telah mendustai petani kopi gayo di Aceh. “Tidak ada alasan bagi pengusaha Belanda itu melarang saya menggunakan kata gayo,” ucapnya.

Walaupun dilawan pengusaha setempat, **Sadarsah** tetap ekspor kopi gayo ke Belanda. Saban bulan CV Arvis Sanada mengeksport empat kontainer kopi gayo. “Saya tetap ekspor walaupun Holland Coffee menuntut saya,” ungkap **Sadarsah**.

Sekadar pengetahuan, satu kontainer mampu mengangkut 18.000 kg atau 18 ton kopi. Untuk menyelesaikan sengketa dagang itu **Sadarsah** sempat melaporkannya pada Asosiasi Eksportir Kopi Indonesia (AEKI) dan pemerintah. “Pemerintah dan asosiasi mendukung saya agar tetap ekspor kopi gayo,” jelas penggemar dangdut itu.

Untuk mempertahankan merek gayo itu **Sadarsah** mengajukan sertifikat asal-usul kopi. Baru Mei 2010 dia berhasil mengantongi sertifikat IG (indikasi geografis) dari International Fair Trade Organization (IFTO). Sertifikat itu menyatakan **Sadarsah** berhak memakai kata gayo pada produk kopi miliknya yang berasal dari Gayo.

Berkat sertifikat IG itulah **Sadarsah** menjadi percaya diri memperkenalkan kopi gayo keseluruhan dunia. Oktober 2010 ia membawa kopi gayo dalam acara Lelang Spesial Kopi Indonesia di Bali. “Kopi Sumatera Arabika Gayo mendapat nilai tertinggi saat cupping score,” katanya.

Prestasi itu memantapkan posisi kopi gayo sebagai kopi organik terbaik dunia. Ia bilang, prestasi itu tak lepas dari masalah yang berhasil ia hadapi. Termasuk masalah sengketa merek. “Dulu banyak yang tak kenal kopi gayo, setelah sengketa merek itu, kopi gayo malah jadi terkenal,” terang bapak tiga anak itu.

## **KISAH EDDY W. SANTOSO SUKSES DENGAN BERBISNIS JAMUR**

Sukses dengan berbisnis jamur tentu bukan hanya isapan jempol belaka. Semua orang memiliki peluang yang sama untuk bisa meraih sukses melalui bisnis jamur. Salah satunya yaitu **Ir. Eddy W. Santoso** yang sukses membangun **PT. Teras Desa Intidaya** untuk membudidayakan jamur lingzhi, hiratake, shiitake, hon shimeiji, jamur tiram, jamur kuping, maitake, dan enoki.

Memulai usaha budidaya jamur di saat krisis moneter terjadi, tentu bukan perkara mudah bagi seorang **Eddy W. Santoso**. Pada awalnya lelaki lulusan Teknik ITB ini tidak tertarik untuk terjun menekuni bisnis budidaya jamur. Beliau lebih berminat menekuni bisnis komputer sebagai peluang usaha yang sesuai dengan latar belakang pendidikannya. Namun sayang, perjalanan bisnis komputer yang telah dijalankannya selama 15 tahun ini harus gulung tikar diterjang badai krisis moneter yang melanda Indonesia pada tahun 1997.



Kegagalannya dalam menjalankan bisnis komputer membuat **Eddy** harus berpikir keras dan berusaha bangkit dari keterpurukan yang sedang Ia alami. Saat itu permintaan komputer nyaris terhenti, sehingga Ia harus mencari peluang bisnis baru yang lebih menjanjikan di tahun-tahun yang akan datang.

Sejak kejadian tersebut, setiap harinya **Eddy** melakukan riset pasar dan belajar dari para pengusaha sukses yang ada di sekitarnya. Dan setelah melakukan pengamatan yang cukup lama, Eddy pun

menjatuhkan pilihannya untuk menekuni bisnis jamur sebagai usaha barunya. Peluang tersebut diambil Eddy karena pada dasarnya tanaman jamur cukup mudah untuk dibudidayakan, terutama di daerah dingin seperti Jawa Barat. Selain itu kandungan gizi pada jamur juga cukup tinggi, sehingga peluang pasarnya pun masih sangat terbuka lebar.

Setelah tiga tahun menjalankan bisnis budidaya jamur, **Eddy** semakin optimis bahwa dirinya tidak salah memilih peluang bisnis. Pasalnya dari tahun ke tahun, permintaan pasar jamur semakin menunjukkan peningkatan yang cukup tajam. Bahkan bisnis jamur yang dikembangkan Eddy belum bisa mencukupi permintaan jamur di sekitar kota Bandung dan Jakarta.

Melihat permintaan jamur (terutama jamur hiratake dan jamur lingzhi) yang terus meningkat, **Eddy** pun mengembangkan bisnisnya dengan memanfaatkan kurang lebih 1 hektar lahan yang ada di Lembang untuk membudidayakan jamur. Tidak hanya itu saja, **Eddy** pun menggandeng para pemuda pengangguran di sekitar lokasi tersebut untuk diberikan pelatihan budidaya jamur sebelum mereka direkrut sebagai karyawan PT. Teras Desa Intidaya. Bahkan kesuksesan bisnis jamur **Eddy** tidak berhenti sampai disitu, untuk memperluas bisnis jamurnya Ia pun menjalin kerjasama dengan beberapa petani plasma guna mencukupi permintaan pasar jamur obat yang terus meningkat.

Kini di tengah kesuksesannya menjalankan bisnis budidaya jamur, **Eddy** tidak pernah lelah untuk berusaha memberikan nilai lebih kepada masyarakat sekitar dengan mengenalkan macam-macam jamur dan manfaatnya bagi para konsumen. Selain itu **Eddy** juga berharap, agar masyarakat Indonesia mulai mengembangkan bisnis jamur karena potensi pasar lokal maupun internasional masih sangat terbuka lebar.

Semoga kisah sukses pengusaha jamur ini bisa menjadi inspirasi bagi para pembaca, khususnya para pemula yang tertarik menekuni bisnis jamur. Ingat, selalu ada peluang bagi siapa saja yang mau tekun dan terus berusaha. Mulai dari yang kecil, mulai dari yang mudah, mulai dari sekarang. **Ayo berbisnis jamur !!!**

## **KISAH ORANG SUKSES DI INDONESIA, PENGUSAHA KERIPIK SUKUN**

Kisah Orang Sukses Di Indonesia kali ini mengisahkan tentang seorang pengusaha keripik sukun yang berhasil meraup untung yang fantastic. Yaitu mencapai Rp 50 juta tiap bulannya. Usaha ini di pegang oleh Hasnah seorang wanita asal Manggar, Belitung. Bisnis ini ia rintis mulai tahun 1996. Walau cemilan ini bukan hal yang baru, namun penganan ini sangat di gemari banyak orang. Gurih, renyah dan rasa yang tidak membosankan yang menjadikan alasan mengapa cemilan ini membuat banyak orang menggemari cemilan ini.



Untuk itulah Hasnah mengembangkan bisnis ini, karena menurutnya walau tak banyak tapi pasokannya cukup stabil. Ia berinovasi dalam pembuatan produk kripiknya ini, diantaranya kripik sukun jenis biasa, kripik sukun jenis lebar, dan stik. Dalam perbedaan pembuatannya yaitu, jika kripik biasa dan stik dari buah yang tua sedangkan kripik sukun yang lebar terbuat dari buah yang masih muda. “Bagian dalam buahnya dijadikan bahan pembuatan stik sedangkan bagian luar dijadikan bahan pembuatan kripik jenis biasa”, jelasnya. Saat ini Hasnah dapat membuat 500 bungkus kripik perharinya. Merk produk nya ia beri nama Nuansa Baru dengan dipatok harga Rp 15.000-Rp20.000/bungkus.

Namun yang menjadi kekurangan adalah dalam pemasaran produknya hanya sekitar daerah Bangka dan Belitung saja. Karena pasokan buahnya tergantung dengan musim dan tidak rutin. Itulah alasannya mengapa ia hanya mampu memasarkan di daerahnya tersebut. Jika masalah itu bisa teratasi maka Hasnah dapat merambah ke daerah yang lebih luas apalagi produknya ini dapat bertahan hingga 3 bulan lamanya.

Kisah ibu hasnah diatas mencerminkan ketekunan dan inovasi yang dikembangkan dari produk yang biasa namun digemari oleh masyarakat. Bahkan omset yang diperoleh berkisar 50 jt/ bulan.

See more at: <http://andiazhari.com/kisah-sukses/kisah-orang-sukses-di-indonesia-pengusaha-keripik-sukun#sthash.OP8sksVH.dpuf>

## **DULU PENGAMEN, KINI NELLYS JURAGAN BERAS**

Di kalangan para pedagang beras di Pasar Induk Beras Cipinang (PIBC), sosok Nellys Soekidi sudah sangat populer. Memiliki lima kios dan gudang penyimpanan beras di PIBC, ia tercatat sebagai juragan beras yang cukup besar di Pasar Induk Beras Cipinang. Selain memiliki lima kios di pasar induk, ia juga memiliki delapan toko beras lain yang tersebar di kawasan Jabodetabek. Di antaranya di Pondok Ungu, Bintara, Kalimalang, Cilodong, Depok, Bintaro, dan Cengkareng. Jika ditotal, toko beras Nellys ini ada 13 unit yang nilai asetnya mencapai Rp 7 miliar-Rp 8 miliar. Dari 13 toko yang ia beri nama Nellys Jaya itu, ia mampu menjual sebanyak 50 ton beras per hari. Dari penjualan itu, omzet yang dikantonginya mencapai sekitar Rp 500 juta per



hari atau Rp 15 miliar per bulan. Sayang, ia tak mau menyebutkan laba bersih dari berjualan beras ini. "Yang jelas untungnya sedikit tapi kontinu," ujarnya.



Sukses yang diraih Nellys tidak datang begitu saja. Terlahir dari pasangan buruh tani, ia hanya bisa menamatkan bangku sekolah menengah atas (SMA) di Ngawi, Jawa Timur. Lantaran kondisi ekonomi orang tuanya yang lemah, ia pun memutuskan untuk merantau ke Jakarta. "Saya tamat SMA tahun 1990 dan langsung ke Jakarta," katanya. Dia hanya bekerja serabutan dengan menjadi tenaga kasar di proyek-proyek bangunan. Jika proyek sedang sepi, ia menghabiskan waktu dengan mengamen di terminal dan bus-bus kota. Sebagai pengamen, ia biasa mangkal di kawasan Blok M, Jakarta Selatan. "Tapi meskipun ngamen, saya tidak pernah melakukan sesuatu yang melanggar aturan," ujarnya. Saat mengamen inilah ia bertemu dengan seorang teman dari kampung halaman. Oleh temannya, ia diajak membantu mengelola toko beras milik bosnya di PIBC. "Itu sekitar tahun 1992," ujar Nellys.

Pada tahun 1993, ia memutuskan berhenti bekerja dari toko tersebut. Berbekal ilmu akuntansi dan relasi yang sudah dimilikinya, ia nekat berjualan beras sendiri. Awalnya ia berjualan di los pasar induk dengan modal hanya Rp 3 juta. "Itu hasil menabung selama bekerja," ujarnya. Kendati bermodal cekak, tapi ia mendapat dukungan dari pemasok beras yang menjadi relasinya. Berani mencoba, jujur, dan tekun menjadi kunci sukses Nelly Soekidi dalam berbisnis. Sukses yang diraihnya diawali dari keputusan untuk membuka usaha sendiri di Pasar Induk Beras Cipinang (PIBC) tahun 1993.

Oleh Nellys, uang hasil berjualan beras itu terus ditabungnya. Tidak seperti pedagang lain yang gaya hidupnya langsung berubah ketika bisnisnya berkembang. "Saat itu banyak teman-teman pedagang yang beli mobil, tapi kalau saya hanya ditabung saja," ujarnya. Lambat laun uang tabungannya semakin besar. Uang tersebut dipakainya buat menambah modal usaha. Setelah empat sampai lima tahun berjualan di los, ia pun berhasil membeli sebuah kios di pasar induk. "Harganya saat itu sekitar Rp 160 juta," ujar Nellys.

Hingga saat ini, ia telah memiliki lima toko di pasar induk. Sementara di luar pasar induk tercatat delapan toko. Total karyawannya kini sudah 34 orang. "Saya banyak menampung saudara saya sendiri," ujarnya. Setelah usahanya semakin maju, ia pun memutuskan untuk melanjutkan pendidikan ke perguruan tinggi. Ia berpikir, pendidikan bisa membantunya mengembangkan diri. Saat itu ia mengambil jurusan manajemen di salah satu perguruan tinggi swasta. "Saat kuliah itu, saya sudah punya istri dan dua anak," ucapnya.

Meski sukses, Nellys tidak berpuas diri. Naluri bisnisnya tetap saja memanggilnya. Pada tahun 2008, ia memutuskan melebarkan sayap usaha dengan membangun pabrik penggilingan padi di Kecamatan Geneng, Ngawi, Jawa Timur. Naluri bisnisnya tidak berhenti sampai di situ juga. Setelah sukses mendirikan pabrik penggilingan padi, belakangan ia merambah bisnis jasa perawatan dan kebugaran tubuh dengan mendirikan tempat fitness di kawasan Pondok Kopi, Bekasi Barat.

## KISAH SUKSES USAHA COKRO TELA CAKE

Siapa bilang produk lokal kalah dengan produk import? Firmansyah Budi telah membuktikan bahwa produk lokal mampu bersaing bahkan lebih baik dari produk-produk luar. Keprihatinan Firman akan produk berbahan dasar lokal asli Indonesia, membuat pria 30 tahun ini menciptakan inovasi baru dari bahan dasar singkong. Singkong yang merupakan hasil bumi masyarakat Indonesia ini, selain mudah ditemukan terutama di wilayah Yogyakarta, ternyata juga memiliki kandungan gizi yang bagus untuk kesehatan. Namun sayangnya, beberapa orang masih memandang sebelah mata karena imajenya yang masih dianggap kampungan.



Firmansyah yang lulusan Sarjana Hukum ini, semenjak lulus kuliah tahun 2004 bergabung dengan LSM bidang pembangunan komunitas (community development), dari situlah dirinya melihat banyaknya kasus kekerasan TKI di luar negeri, seharusnya hal tersebut dapat dicegah dengan mengembangkan lapangan kerja di negeri sendiri.



Hal tersebut dia kaitkan dengan Indonesia yang masih terus mengimpor bahan baku pangan seperti gandum dari luar negeri. Padahal Indonesia sendiri merupakan negara penghasil singkong terbesar ketiga di dunia setelah Brazil. Karena hal inilah akhirnya Firman bertekad untuk mengembangkan produk lokal menjadi produk bernilai ekonomis tinggi.

Dengan satu gerobak pinjaman ibunya dan modal awal Rp 200.000, Firman memulai membangun bisnis makanan olahan singkong dengan nama Tela Krezz. Dengan keyakinan bahwa produk olahan singkong tersebut memiliki prospek yang sangat bagus, Firman terus berusaha mengembangkan produk Tela Krezz tersebut dengan sistem kemitraan hingga akhirnya keyakinannya itu terwujud dengan Tela Krezz yang telah memiliki ratusan mitra dengan omset yang luar biasa.

Sukses dengan produk Tela Krezz, dibawah bendera Tela Corporation, Firman sebagai pemilik jaringan waralaba Tela Corporation membuat produk baru. Masih dengan bahan dasar singkong Firman menciptakan produk Tela Cake yang dia beri nama Cokro.

Membuat tela cake membutuhkan proses yang cukup panjang dengan trial dan error berulang kali, karena tidak semudah membuat roti dari bahan gandum selain itu referensi membuat cake berbahan singkong masih jarang ada, sehingga Firman harus berusaha sendiri mencari resep dan cara pengolahan yang benar-benar sempurna sehingga menghasilkan cake yang istimewa.

Tela cake tersedia dalam berbagai macam varian rasa cake yang menggoda seperti mocca, kacang, blueberry, coklat, strawberry dan keju, dengan model Cake (Roti) Cokro tela Cake berhasil memadukan citarasa khas tradisional Jogja, rasa yang lezat, dengan citarasa modern dan sophisticated. Cokro Tela Cake menyatukan aspek tradisional dan modern dalam satu citarasa produk lezat yang bisa dinikmati semua kalangan masyarakat.

Dibuat dari bahan yang berasal 101% singkong asli, Cokro tela cake menyajikan citarasa cake yang tidak kalah lezat dibandingkan roti/ cake yang terbuat dari bahan dasar gandum. Bahkan keberadaan singkong sebagai bahan dasar Tela Cake menjadi keunggulan tersendiri, rasa manis menjadi lebih alami, lebih bergizi, dan harga menjadi relatif lebih terjangkau.



## **IKAN BAKAR BABE H. LILI, SATPAM BERMODAL RP. 38 RIBU**

Mantapnya ikan bakar Babe H. Lili tak bisa dibantah lagi. Tak aneh, jika nama Babe Lili melejit hingga mengundang para pejabat, artis dan masyarakat luas singgah di restonya, di jalan Wahid Hasyim.

Padahal, restonya itu dibuka dengan modal 38.000 rupiah di tahun 1996. Berkat kegigihannya, warung kecil di pinggir jalan itu bermetamorfosis menjadi restoran besar...

Serabutan, begitulah pekerjaan pria bernama lengkap Asli Mardji, sebelum akhirnya memilih berdagang. Sejak usia 11 tahun, ia sudah hengkang dari keluarganya, berkelana mencari rupiah.

Hidupnya pun berantakan, bahkan sempat dianggap sudah 'tiada' oleh keluarganya. "Pekerjaan apapun saya jalani, dari satpam dan supir bajaj, semua pernah saya lakukan, hingga terjebak di dunia hitam, mengkonsumsi obat-obatan," ucap bapak berusia 74 tahun ini, kalem. "Pokoknya haram jadah!"

Tahun 2006 boleh dikatakan sebagai masa renaissance bagi dirinya. Sebabnya, ia merasa sakit hati yang bukan kepalang. "Saya sakit hati melihat orang bule bisa berbisnis makanan mereka di Indonesia. Anehnya, orang kita malah menyukai makanan mereka. Saya berpikir untuk menciptakan makanan khas laut di tengah kota. Ikan bakar laut pilihan saya," kisahnya bersemangat.

Babe Lili tak cuma berniat, tapi nekat memulai usahanya. "Ya, 38.000 modal awalnya. Dulu, saya sering menjajakannya dari rumah ke rumah. Saya keliling ke tiap perumahan untuk menawarkan ikan bakar buatan saya. Harganya pun masih murah, 2.000 rupiah perekor. Nah, dari sanalah ikan bakar saya mulai digandrungi orang. Bukan hanya dari kalangan bawah, artis dan pejabat pun banyak tertarik," imbuh bapak yang memiliki 20-an karyawan ini bangga. Tak aneh jika dalam sehari, ia bisa menghabiskan 60-70 kilogram ikan laut.

Dikatakan Babe Lili, ikan racikannya itu baru dibumbui setelah dibakar setengah matang. Hal ini bertujuan agar bumbunya meresap ke dalam ikan. Di restonya, 8 jenis ikan laut bisa dinikmati yang bisa dipadu dengan sambal dan lalapan yang disediakan.

"Ya, ada sekitar 8 jenis ikan laut yang dijual disini. Sebutlah, ikan kambing-kambing, baronang, kerapu, kakap, kue, bawal, hiu dan ayam-ayam. Selain itu, saya pun menyediakan berbagai olahan udang dan cumi," ucapnya. Harganya pun masih terbilang cukup terjangkau, dari 35 ribu – 45 ribu rupiah. Kini bisnisnya itu telah bercabang 2 lokasi di Jakarta. Hasilnya, ia pun bisa naik haji dan keliling Eropa bersama istri dan anak tercinta.

"Sebelumnya, saya tak pernah berpikir bisa naik haji dan keliling Eropa. Alhamdulillah, ini berkah," ucap ayah 3 anak ini penuh syukur.

Setelah hampir 14 tahun berlalu, Babe Lili pun memilih untuk istirahat dari bisnisnya. Hidupnya kini tak jauh dari sajadah. Ia hanya sekali-kali terlihat di restoran induk, di jalan Wahid Hasyim, karena lokasinya yang berdekatan dengan rumahnya. Sementara, cabang-cabang restorannya di Dharmawangsa dan Bintaro dikelola oleh anak-anaknya.

## ASWAN, SUKSES USAHA BERMODAL DUIT PESANGON



KOMPAS.com - Menjadi korban PHK tidak selamanya membuat nasib terpuruk. Justru setelah PHK, Aswan Nasser sukses berwirausaha di bidang perlengkapan bayi bermerek La Vindhy Children & Baby Wear. Kini Aswan mampu mencatat omzet sekitar Rp 100 juta per bulan. Bahkan dia sudah ekspor produknya itu ke Afrika Selatan. Membangun usaha dari hasil jerih payah sendiri memang tak semudah membangun usaha hasil warisan. Hal itulah yang dirasakan Aswan Nasser, pemilik merek La Vindhy Children & Baby Wear yang merintis usaha perlengkapan bayi pada tahun 2004.

Walaupun sulit, Aswan membuktikan dengan kerja keras ia bisa membangun usahanya itu. Kini, Aswan sudah memiliki tiga gerai penjualan perlengkapan bayi di Bandung, Jawa Barat. Selain itu, Aswan juga memasok perlengkapan bayi ke sejumlah toko dan department store yang ada di Bandung hingga Jakarta. Tak puas hanya menjadi produsen kelas lokal, sejak beberapa tahun silam, Aswan merintis ekspor perlengkapan bayi merek La Vindhy Children & Baby Wear ke Afrika Selatan dan Hongkong. "Butuh waktu juga untuk bisa ekspor itu," kata Aswan.

Namun dari semua cerita sukses itu, yang membuat Aswan senang adalah dia bisa memberi kesempatan kerja pada orang lain. Lihat saja, usahanya yang kini beromzet sekitar Rp 100 juta per bulan itu, telah mampu menampung sebanyak 32 pekerja.

Aswan mengungkapkan, sebelum terjun ke dunia bisnis, dia adalah karyawan Bank Exim sejak tahun 1987. Dia bekerja di bank milik pemerintah itu selama 13 tahun lamanya. Bahkan saat bank itu merger menjadi Bank Mandiri, Aswan menyandang jabatan Asisten Wakil Direktur Bank Exim. Karena merger itu pula, Aswan pun harus rela kehilangan pekerjaan alias terkena PHK. "Jabatan itu ternyata tidak lama, karena saya keburu di PHK," kenang Aswan.

Setelah PHK, Aswan sempat kebingungan lantaran jadi pengangguran. Walaupun ada niat ingin bekerja tetapi krisis ekonomi membuat lowongan pekerjaan di perbankan menjadi terbatas. "Saya sempat kebingungan, saya itu mau ngapain," jelas pria kelahiran Semarang, Jawa Tengah itu.

Karena terdesak kebutuhan ekonomi, Aswan memutuskan untuk berdagang. Dengan modal uang pesangon, Aswan memulai jualan seprai serta bed cover. Bersama sang istri, Aswan menjajakan seprai kepada para kolega dan teman-temannya. Walaupun labanya menggiurkan, tetapi seprai itu hanya laris pada waktu tertentu saja alias musiman. "Penjualan ramai hanya bulan puasa saja," keluh Aswan. Setahun lamanya Aswan bertahan dengan berjualan seprai. Hingga akhirnya, ia memutuskan banting setir menjual produk lain yang lebih menguntungkan dan lebih banyak peminat, yakni berjualan pakaian dan perlengkapan bayi. "Selama masih ada bayi yang lahir, selama itu juga pakaian dan perlengkapan bayi akan dibutuhkan," ungkap Aswan.

Agar fokus untuk berjualan pakaian bayi, Aswan memboyong keluarganya tinggal di kota Bandung. Tujuannya agar bisa lebih dekat dengan produsen perlengkapan bayi yang banyak terdapat di Kota Kembang itu.

Dengan modal sebesar Rp 75 juta, sisa pesangon yang tersisa, Aswan pun serius menggarap usaha pakaian dan perlengkapan bayi itu. Aswan menjual perlengkapan bayi dengan cara memasarkannya dari toko ke toko hingga masuk ke department store. Setelah mendapatkan langganan, Aswan

mendapat batu sandungan. Produsen tempat ia mengambil perlengkapan bayi enggan memberikan barang kepadanya. "Pasokan barang sempat terhenti," ujar Aswan.

Demi menjaga nama baik kepada pelanggan, Aswan memutuskan untuk memproduksi pakaian bayi dengan membuka konveksi sendiri. Ia membeli mesin jahit dan mencari tenaga kerja terampil yang banyak di kota Bandung. "Saya nekat memproduksi perlengkapan bayi sendiri," kata alumni Universitas Diponegoro itu. Bak gayung bersambut, keputusan Aswan memproduksi perlengkapan bayi mendapat sambutan baik dari sang istri tercinta Sri Gamawati. Kebetulan, Sri mahir menjahit pakaian tetapi bukan pakaian bayi.

Sembari belajar menjahit pakaian bayi, Sri mengkoordinir penjahit terampil asal Bandung untuk memproduksi aneka celana, baju, kaus kaki, dan sepatu untuk bayi. "Istri saya yang memproduksi, saya yang menjual," ungkap Aswan.

### *Sarjana dari penjualan kopi*

Pengalaman berdagang semasa kuliah menyelamatkan Aswan Nasser dari kesulitan akibat kena PHK. Dengan pengalaman jualan kopi saat kuliah, pria 44 tahun itu merintis usaha perlengkapan bayi La Vindy Children & Baby Wear di Bandung. Namun merintis usaha memang tak mudah.

Bekerja belasan tahun di perbankan ternyata tidak menghapus jiwa entrepreneur Aswan Nasser, produsen La Vindy Children & Baby Wear, produsen pakaian dan perlengkapan bayi di Bandung, Jawa Barat.

Bakat sebagai seorang wirausahawan itu justru semakin kentara ketika Aswan harus kehilangan pekerjaan. Awalnya memang tertatih-tatih, namun Aswan akhirnya mampu membangun bisnis pakaian dan perlengkapan bayi tersebut.

Sebenarnya, Aswan memang tak buta sama sekali tentang dunia usaha. Bagaimana pun, pengalamannya sebagai bankir tentu juga bersentuhan dengan dunia usaha. Apalagi Aswan punya pengalaman sebagai penjual kopi ketika dia masih kuliah di Universitas Diponegoro (Undip), Semarang. "Saat kuliah, saya sudah berjualan. Jadi sudah terbiasa," kata Aswan.

Saat menimba ilmu itu, Aswan sudah nyambi dengan menjadi penjual kopi bubuk produksi orang tua sahabatnya. Ketika itu, dia hanya bermodal semangat. Namun dengan semangat itu pula, Aswan mampu berjualan kopi hingga ke Tegal, Pekalongan hingga ke Cilacap.

Bahkan, dia mengaku keasyikan berjualan sehingga sempat melupakan kuliah. "Sampai-sampai kuliah kerap bolos," kata Aswan dengan tawa mengembang. Dari laba jualan kopi itulah, Aswan mendapatkan tambahan uang saku dan juga untuk ongkos kuliahnya. Walaupun orang tua Aswan terbilang mampu, Aswan tidak ingin merepotkan mereka. "Awalnya cuma coba-coba ternyata menguntungkan," jelas Aswan.

Nah, setelah jadi pengangguran, Aswan benar-benar mensyukuri pengalamannya berjualan kopi di masa lalu itu. Dari pengalaman itu pula, Aswan kembali tegak berdiri menyongsong masa depannya. "Pengalaman itu menjadi bekal saya sekarang ini," imbuh Aswan.

Aswan mengakui memulai usaha itu memang berat. Bisnis sebagai produsen dan pedagang aneka produk perlengkapan bayi, memang tak selalu bisa berjalan mulus. Bahkan ketika usaha sudah mulai berkembang sekalipun.

Ketika itu, Aswan mengenang, sempat kehabisan stok barang akibat produsen pakaian dan perlengkapan bayi langganannya menghentikan pasokan barang kepadanya. Karena tidak punya produk yang bisa dijual, usaha Aswan pun sempat goyah. Namun bagi Aswan, merenungi masalah tak akan menyelesaikan persoalan. Karena itu, dia justru mengubah masalah itu menjadi peluang. Untuk menyelesaikan masalah pasokan tersebut, Aswan memutuskan memproduksi sendiri aneka perlengkapan bayi itu. "Masalah saya jadikan peluang," tegas Aswan.

Saat merintis produksi perlengkapan bayi itu, Aswan menyewa sebuah rumah di Bandung. "Saya dan istri belajar tiga bulan agar bisa membuat perlengkapan bayi itu," terang Aswan. Pertama kali produksi, Aswan bersama istrinya dibantu seorang karyawan. Dalam sepekan, Aswan mampu memproduksi 40 lusin pakaian bayi. "Hasil produksi itu saya pasarkan ke department store," kenang Aswan.

Setelah produksi berjalan lancar, halangan usaha ternyata belum berhenti. Aswan mengenang, ketika itu ada seorang pembeli yang gagal bayar pesanan senilai Rp 14,4 juta. Sedikitnya ada 20 lusin tas perlengkapan bayi yang ia produksi menumpuk di rumahnya karena pembeli membatalkan pemesanan. "Hal ini membuat putaran modal saya terhenti," kata Aswan mengenang. Tak hanya itu, Aswan sempat merugi karena pesanan produk yang telah diproduksi itu ternyata tidak sesuai dengan pesanan.

Demi menjaga kepercayaan pembeli pula, Aswan pun rela merugi dengan mengganti semua pesanan yang tak sesuai dengan keinginan pelanggan itu. "Daripada hilang pelanggan, lebih baik keuntungan berkurang," ungkap Aswan.

Menurut Aswan, untuk menjadi pengusaha tangguh pantang patah arang, halangan-halangan usaha seperti yang pernah dia alami adalah sesuatu yang biasa. Ia juga yakin rintangan itu juga bisa terjadi pada pengusaha lain.

### *Rekrut penjahit pemula*

Sukses menjadi pemasok perlengkapan bayi ke departement store membuat Aswan Nasser makin berambisi meluaskan usaha. Setelah membuka tiga gerai di Bandung, La Vindhy telah mempunyai empat terwaralaba. Kini Aswan juga sedang mempersiapkan pembukaan cabang baru di Solo dan Semarang. Terampil melakukan penjualan membuat usaha pakaian dan peralatan bayi milik Aswan Nasser berkembang pesat. Hingga kini ia telah menjadi pemasok di 30 departement store yang tersebar di Pulau Jawa.

Tidak hanya itu, Aswan juga mulai meninggalkan ketergantungan dari pemasok dan mulai serius membuat produk sendiri. Nah, begitu mempunyai produk sendiri, Aswan pun membuka gerai yang dia beri nama La Vindhy Children & Baby Wear di Bandung. "Hingga sekarang saya sudah memiliki tiga gerai, seluruhnya ada di Bandung," kata Aswan.

Agar usahanya bisa berkembang, Aswan dalam waktu dekat berencana untuk mendirikan cabang di kota Solo dan kota kelahirannya, Semarang, Jawa Tengah.

Selain itu, tahun lalu, Aswan juga menawarkan usaha waralaba perlengkapan bayi ini kepada khalayak. tak tanggung-tanggung, usaha waralaba yang ditawarkan Aswan adalah waralaba konveksi dan waralaba toko.

Untuk waralaba konveksi, Aswan sudah memiliki dua terwaralaba, semuanya dari Jawa Barat. Untuk waralaba konveksi itu, Aswan menawarkan paket investasi sebesar Rp 43 juta.

Investor yang berinvestasi pada waralaba konveksi itu akan mendapatkan dua mesin jahit, mesin potong kain, bahan baku, serta pelatihan usaha.

Sedangkan hasil produksi dari konveksi bisa dijual lewat gerai-gerai La Vindhy. Hitungan Aswan, setidaknya 60 persen produksi terwaralaba konveksi itu dijual lewat toko La Vindhy. Sedangkan, "40 persen sisanya dijual ke pasar umum," terang Aswan.

Namun, penambahan pasokan perlengkapan bayi dari terwaralaba konveksi itu tidak semerta-merta mampu melayani seluruh permintaan. "Kami baru bisa melayani 25 persen dari total permintaan," terang Aswan.

Untuk melayani semua permintaan, Aswan berencana menambah penjahit untuk konveksi miliknya sendiri. Namun, untuk menghemat biaya, Aswan tidak mencari penjahit profesional. Ia malah mencari pejahit pemula.

Untuk mencari penjahit pemula, Aswan membuat program kursus menjahit gratis di sebuah perkampungan di pinggiran kota Bandung. "Program kursus menjahit gratis ini sedang berjalan," ungkap Aswan.

Peserta kursus menjahit yang dicari Aswan itu berasal dari pengangguran yang ada di perkampungan itu. Setelah diberi kursus dan mahir dalam menjahit, maka peserta itu bisa mendirikan usaha menjahit sendiri atau ikut bergabung dengan konveksi miliknya.

Jika program itu berhasil, maka Aswan tidak hanya mampu menambah produksi dengan menambah tenaga kerja dari penjahit pemula itu. Ia bisa berbangga hati karena ikut membantu tugas pemerintah dalam mengentaskan kemiskinan dan mengurangi pengangguran. "Seharusnya program ini mendapat dukungan dari pemerintah," harap Aswan.

Dalam membuat perlengkapan bayi, Aswan mengaku membuat produk yang berkualitas. Sebab, pria asli Semarang itu membidik segmen pasar kelas menengah atas.

Namun soal harga, ia berani menjamin harga yang bersaing. Ia memberi contoh, harga gendongan bayi dijual Rp 21.000 hingga Rp 50.000 per potong. Untuk tas bayi dijual Rp 24.000 - Rp 75.000 per potong, sedangkan baju bayi dijual Rp 60.000 per lusin. "Kami memberikan jaminan kualitas," klaim Aswan.

Adapun untuk paket waralaba toko perlengkapan bayi, Aswan mematok nilai investasi sebesar Rp 15 juta. Sejak ditawarkan tahun lalu, kini Aswan sudah mempunyai dua terwaralaba toko perlengkapan bayi. Kedua terwaralaba itu membuka gerai di Bandung.

Walaupun belum banyak yang menjadi terwaralaba, tapi Aswan mengaku tetap menjaga kondisi bisnis terwaralabanya. Ia mengklaim, setelah satu tahun bisnis waralaba berjalan, ia tidak menemukan adanya kendala. "Ini bukti usaha kami menguntungkan, karena tidak ada terwaralaba saya yang merugi," terang Aswan. (Dea Chadiza Syafin/Kontan)

## **TOP ITTIPAT SEORANG MILYUNER MUDA**

Jalan hidup seseorang bisa begitu berliku adanya namun selalu saja tetap ada ujungnya. Kesuksesan adalah impian semua orang. Berlikunya jalan akan sampai pada kesuksesan asalkan dijalani dengan kesungguhan hati dan kerja keras. Begitulah kisah yang terjadi dalam hidup seorang pemuda bernama Top Ittipat dalam menjalani usaha bisnisnya dan menghantarkan Tao Kae Noi, produk cemilan rumput lautnya pada dunia. Di usianya yang ke 26 tahun ini, Top telah menjadi seorang milyuner muda.

Pria kelahiran Thailand ini sesungguhnya hanyalah seorang biasa saja. Pada mulanya tak ada yang begitu spesial dari dirinya. Bahkan pemuda ini cenderung cuek dan tidak terlalu memikirkan masa depan. Seperti kebanyakan pemuda seumurannya, Top pernah alami kecanduan game online saat dia berumur 16 tahun dan membuatnya telantarkan sekolahnya. Bukan satu hal yang baik tentu saja tapi pengenalan dunia bisnis justru dimulai dari sini. Top mendapatkan uang dari menjual item senjata-senjata miliknya di game online. Dengan bisnisnya ini dia bahkan meraih penghasilan mencapai 1 juta Baht dan dapat membeli sebuah mobil seharga 600 Baht (sekitar 200 juta rupiah).



Para pembelinya adalah sesama pecinta game online dan ada juga yang berasal dari luar negaranya. Namun karena ini bisnis ilegal maka sudah pasti tak akan dapat bertahan lama. Rekening game onlinenya di blok karena diketahui melakukan transaksi jualbeli. Disaat yang bersamaan bisnis orang tuanya mengalami kebangkrutan dan disaat yang bersamaan pula karena kemalasannya di sekolah selama ini Top tidak berhasil masuk kuliah perguruan tinggi negeri dan harus masuk Universitas Swasta. Dengan sisa uang yang dimilikinya Top beralih usaha ke bisnis DVD Player tapi Top ditipu mentah-mentah sebab semua DVD Playernya ternyata barang palsu dan uangnya tidak dapat kembali. Top juga berusaha mencari pinjaman uang ke bank untuk memulai usaha baru. Namun, pihak bank tak begitu saja menyetujuinya. Di titik inilah Top mulai menyadari kesalahannya karena telah melalaikan sekolah dan pelajaran.

Di titik yang sama ini jugalah, Top mulai bersentuhan dengan kerasnya dunia bisnis. Hutang yang melilit usaha orang tuanya yang mencapai 40 juta Baht semakin memperburuk keadaan. Terlebih lagi rumah mereka disita pihak Bank. Ditengah himpitan ini Top tetap berkeras. Setelah akhirnya dapatkan pinjaman dari bank, segala hal dia coba lakukan, Top mencoba berjualan kacang (chesnut) bersama dengan pamannya. Diawali dengan mencari cara bagaimana strategi berjualan yang baik supaya bisa laris kepada para penjual kacang lainnya yang telah sukses sampai lakukan beberapa eksperimen untuk mendapatkan resep terbaik bagi produk kacangnya sehingga memiliki cita rasa yang khas dan unik. Lalu akhirnya Top membuka kedai di mall dan belajar tentang menemukan tempat yang strategis. Sebab lokasi menjadi salah satu faktor menentukan dalam keberhasilan penjualan suatu produk.

Namun berwiraswata memanglah tidak mudah. Saat Top mulai melakukan ekspansi bisnis chesnutnya secara besar-besaran, timbul suatu masalah lain dimana mesin pembuat kacang goreng yang Top pergunakan menimbulkan asap dan mengotori atap Mall sehingga harus tutup dan pihak Mall juga membatalkan kontrak kedainya. Dititik ini Top hampir putus asa.

Orang tuanya pun memutuskan untuk pergi ke China. Top tetap berkeras untuk bertahan di Thailand dan melanjutkan usahanya. Dari bisnis jual kacang, Top beralih haluan untuk berbisnis rumput laut goreng. Makanan cemilan yang kekasihnya berikan. Inspirasi memang bisa datang dari mana saja, sekalipun akhir kisah cintanya tak memberikan kenangan yang manis sebab kekasihnya pun akhirnya meninggalkan Top dikarenakan Top lebih konsentrasi mengurus bisnis dan usahanya.

Top pun memulai usaha kerasnya dengan mencari bahan rumput laut lalu belajar rahasia menggoreng rumput lautnya. Biaya yang dikeluarkan untuk pembelajaran ini mencapai lebih dari 100 ribu Baht. Belum lagi Top juga harus mempelajari cara untuk mempertahankan rumput lautnya agar tidak basi jika disimpan untuk beberapa hari lamanya. Dalam tekanan yang begitu hebat Top berusaha mencari tahu tentang strategi penjualan dan inspirasi pun datang kembali untuk menjual produknya di minimarket 7-Eleven. Lagi-lagi tidak semudah membalik telapak tangan. 7-Eleven ternyata memiliki standard yang tinggi yang harus dipenuhi supaya produk Top bisa masuk pasaran. Berbagai upaya Top lakukan tapi semua mengalami kebuntuan. Keputusan melanda dirinya.

Top hampir-hampir memutuskan untuk berangkat ke China tapi sebelum itu terjadi Top melakukan usaha terakhirnya demi memenuhi syarat dari pihak 7-Eleven dan upaya terakhirnya kali ini tidak sia-sia. Kesulitan yang ada mulai dari inovasi untuk kemasan produknya sampai Top juga diharuskan memiliki pabrik untuk memproduksi dalam jumlah besar. Dengan susah payah semuanya dapat terpenuhi. Untunglah juga ada kantor kecil milik keluarganya yang masih tersisa, yang akhirnya Top ubah menjadi sebuah pabrik kecil. Dengan begini Top berhasil memenuhi syarat ketentuan serta quota yang ditetapkan. 2 tahun kemudian Top berhasil membayar hutang keluarganya dan berhasil mengambil kembali rumah keluarganya.



Perjuangan Top, segala kegagalan, getir dan pahit serta rasa duka dalam membangun sebuah bisnis kini mengantar Top pada sebuah kesuksesan. Sekarang ini di Thailand siapa yang tak mengenal akan Tao Kae Noi produk cemilan rumput laut terlaris di Thailand bahkan telah masuk juga ke berbagai Negara tetangga termasuk Indonesia. Dengan penghasilan 800 juta Baht per tahun dan mempekerjakan 2.000 staf maka Top Ittipat yang bernama lengkap Top Aitthipat Kulapongvanich ini telah berhasil mencatatkan dirinya sebagai "A young billionaire from Thailand". Top ittipat membayar kesuksesannya dengan berkorban jiwa, raga, waktu, kesenangan jadi gamer, termasuk berkorban cinta terhadap kekasihnya. Seperti kata ibu si Top, "Sesuatu itu akan datang kepadamu namun sesuatu yang lain akan menjauh darimu." Kesuksesan bisnis tidak semudah membalik telapak tangan. Sabar, bersyukur, terus berjuang pantang menyerah, dan berdoa adalah Top secret (rahasia si Top).

## MODAL RP 55 JUTA, MILIKI BISNIS KEBAB TURKI ALA BABA RAFI



*Foto: Kebab Turki Baba Rafi*

**Jakarta** - Berawal saat Hendy Setiono pergi ke Timur Tengah dan menemui banyak penjual makanan khas Turki, yaitu kebab, ia memperoleh ide untuk mengembangkan usaha Kebab Turki di Indonesia.

Usaha ini dimulai pada 2003 dengan membuka outlet pertamanya di Surabaya. Modal awal yang dikeluarkan oleh Hendy saat itu sebesar Rp 4 juta yang ia gunakan untuk membeli gerobak (counter) dan peralatan lainnya seperti kompor dan penggorengan.

Kendala di awal usaha diakui oleh Hendy terletak pada sulitnya menjaga kualitas (standar) daging sapi karena masih memproduksi sendiri.

Kini, bekerjasama dengan PT Belfoods Indonesia, Hendy tak perlu khawatir dengan produksi daging untuk kebab, karena sudah ditangani oleh ahlinya. Sebab PT Belfoods Indonesia telah memenuhi standar yang telah dikeluarkan oleh Badan Pengawas Obat-obatan dan makanan (BPOM) dan memiliki sertifikat MUI.

Untuk mendistribusikan daging yang telah diproduksi oleh PT Belfoods Indonesia, Hendy mendirikan sebuah warehouse yang ia bangun di kota-kota besar, seperti Surabaya, Malang, dan Semarang.

Melalui warehouse inilah kemudian daging yang dibutuhkan didistribusikan lagi ke outlet-outlet yang tersebar di sekitarnya. Pengiriman daging ini dilakukan seminggu dua kali atau tergantung kebutuhan.

"Kita sekarang fokus ke penjualan, untuk produksi dagingnya yang higienis dan sehat saya serahkan pada ahlinya," ungkap Hendy di counter Kebab Turki di kawasan Tebet, Jakarta, Senin malam (18/1/2011).

Mengenai kebutuhan daging sapi, Hendy mengungkapkan dalam sehari ia bisa menghabiskan sebanyak 1 ton daging sapi atau setara dengan 7 ekor sapi. Dengan adanya target dibuka sebanyak 1.001 outlet di 2011 ini, maka diperkirakan akan menghabiskan 3 ton daging sapi/hari.

Untuk menjalankan seluruh outlet Kebab Turki Baba Rafi, sudah terserap sebanyak 1.200 tenaga kerja. Bisa dibayangkan usaha ini sangat prospektif untuk dikembangkan dan membawa banyak manfaat untuk menambah lapangan pekerjaan.

Menu andalan Kebab Turki Baba Rafi adalah kebab yang dijual dengan harga Rp 12.000. Selain itu juga ada menu hotdog seharga Rp 10.000, beef burger Rp 9.500, dan menu lainnya.

Untuk mengembangkan usahanya, sejak 2005 usaha Kebab Turki Baba Rafi dikelola secara Waralaba (franchise). Hingga 2011 ini, sudah resmi dibuka sebanyak 650 outlet. Namun, untuk daftar tunggunya sudah mencapai angka 750 outlet yang tersebar di seluruh Indonesia.

"Saya berharap hingga akhir 2011 ini sudah dibuka 1.001 outlet. Karena saya ingin mengenalkan kebab ke seluruh masyarakat Indonesia hingga ke wilayah kabupaten/kota. Selama ini kan makanan asing yang dikenal masyarakat hanya hotdog atau burger," imbuhnya.

Ternyata kesuksesan Kebab Turki Baba Rafi tidak hanya di Indonesia. Hendy telah menandatangani MoU dengan Filipina untuk membuka cabang di sana.

"Tahun 2011 ini realisasinya. Targetnya tahun ini bisa membuka 10 outlet dulu dan diharapkan bertambah setiap tahunnya," papar Hendy.

Usaha ini membuka peluang yang sangat luas. Jika Anda ingin mendulang kesuksesan yang sama, Kebab Turki Baba Rafi membuka kesempatan yang lebar.

Dengan modal awal Rp 55 juta, Anda akan mendapatkan 1 set lengkap yang terdiri dari counter dan peralatan lainnya (misal penggorengan dan alat pemanggang daging), karyawan yang sudah dilatih, dibantu mencari lokasi usaha, masa kerja selama 5 tahun, manual book (SOP), paket promosi (misal banner, neon box), dan lain-lain. Hendy mengungkapkan bahwa dalam jangka waktu 18 bulan sudah bisa balik modal.

"Omzet 1 outlet biasanya sekitar Rp 10-Rp 15 juta per bulan, bahkan ada yang mencapai Rp 60 juta, tergantung dari lokasi usahanya. Usaha ini sangat prospektif untuk dikembangkan karena semakin lama makanan kebab banyak dikenal masyarakat," pungkasnya. (nin/qom)

## DUCK'



*Dewa Gede Putra Darmada (Foto: Suhendra)*

Jakarta - Anda ingin sukses terjun di bisnis peternakan bebek? Sukses yang direngkuh Dewa Gede Putra Darmada ini mungkin bisa menjadi salah satu inspirasi Anda. Semua orang pun sepertinya bisa melakukan karena modal sangat minim dan bisa mengantarkan anda menjadi peternak bebek yang sukses.

Adalah Dewa Gede Putra Darmada, pemuda kelahiran Gianyar, Bali 21 September 1984 yang memulai usaha berternak bebek (Bali) sejak tahun 2009 dan kini sudah berhasil menangguk sukses. Dewo panggilan akrab Dewa Gede, mengatakan, untuk sukses dibisnis ini tidak lah susah, yang penting kata dia seorang peternak harus senang lebih dahulu dengan bebek sehingga punya rasa memiliki terhadap bebek. Sesuai dengan nama bendera usahanya Dewa Duwe Duck yang berarti Dewa Punya Bebek, Dewo berhasil menjadi penyuplai bebek potong di wilayah Gianyar Bali dan sekitarnya. Bisnis usahanya hanya dimulai dari modal Rp 50.000 saja.

"Sejak awal saya memang senang dengan bebek, saya selalu senang melihat bebek," kata Dewo kepada detikFinance beberapa waktu lalu.

Dewo yang memang punya keluarga usaha pemotong hewan, awalnya cuma iseng-iseng membeli 10 ekor bebek anakan seharga Rp 30.000, lalu ia juga membeli konsentrat seharga Rp 20.000 untuk pakannya.

Walhasil tak disangka, bebek peliharaannya tumbuh kembang dengan cepat, dalam tempo 2 bulan ia berhasil memanen hasil jerih payahnya seharga Rp 500.000. Semenjak itu lah, ia semakin bersemangat memutar uangnya, yang akhirnya membawanya menjadi penyuplai 1200 ekor bebek per bulan di wilayah Bali dengan omset puluhan juta per bulan.

"Margin dibisnis bebek itu sekali panen bisa berlipat-lipat," kata Dewo yang merupakan salah satu peserta wirausaha Mandiri itu.

Ia kini sudah memiliki 4 buah kandang dengan masing-masing ukuran 4x6 meter, dimana setiap kandang bisa menampung 500 ekor bebek. Setiap dua minggu sekali ia mendatangkan bibit dari Badung Bali, sehingga panen bebek ia bisa lakukan setiap seminggu sekali.

Untuk urusan kandang, Dewo punya tips bagi yang mau memulai usaha bebek, yaitu usahan disiapkan kolam kecil di areal kandang untuk keperluan bebek mandi setiap harinya.

Hal ini penting agar kondisi bebek bisa terus bersih dan tak berbau. Mengenai bau, Dewo juga punya tips jitu agar kandang bebeknya tak mengganggu tetangga sebelah. Syaratnya setiap pemberian pakan pagi dan sore, ia mencampurkan daun pepaya secukupnya agar kotoran bebek tak berbau. Daun pepaya juga berkhasiat membuat daging bebek akan lebih empuk jika dimasak, meskipun ia mengingatkan porsinya diberikan secukupnya karena daun pepaya memiliki rasa pahit yang tinggi.

Mengenai pakan bebek, selama ini ia hanya mengandalkan pakan bebek dari sisa makanan nasi restoran disekitarnya yang ia dapatkan cuma-cuma. Selain itu, yang terpenting harus ada campuran sayur yang bisa diperoleh dari sisa-sisa di pasar plus dicampur gedebong (pelepah) pisang yang dicacak yang sudah direbus. "Berdasarkan pengalaman saya, bebek itu unggas yang tahan penyakit, dikasih makan apa saja mau. Tingkat kematiannya pun jauh dibawah 10%," katanya.

Untuk tetap menjaga kesehatan bebek terhadap penyakit yang sering menimpa bebek seperti flu, Dewo juga punya tips ampuh untuk mengobati bebek dari flu yaitu dengan memberikan campuran daun mengkudu dalam adonan pakan bebek.

"Berdasarkan hitungan saya biaya produksi untuk satu ekor bebek hingga panen termasuk karyawan hanya Rp 14.000," imbuhnya.

Ia juga menuturkan berternak bebek begitu menggiurkan, khususnya di Bali banyak masyarakat yang masih berternak bebek hanya sambilan yang hanya dijual ke pengumpul. Sementara konsep yang ia kembangkan adalah berternak bebek secara total dengan tidak melepas bebek namun dikandangkan dalam jumlah besar sehingga tingkat pertumbuhannya sangat cepat.

"Kalau saya langsung pasarkan ke konsumen seperti restoran, pecel lele, rumah makan, pendeta dan lain-lain," ujar Dewo.

Bahkan kata Dewo, jika dibandingkan berternak ayam, dari sisi harga, harga bebek cenderung tidak pernah turun dengan harga jual yang cukup bagus. Saat ini ia menjual bebeknya bervariasi, misalnya bebek dibawah 1 Kg dengan usia satu bulan khusus untuk pecel lele dijual Rp 25.000-30.000 per ekor, umur 2 bulan dijual Rp 35.000, hingga paling besar dijual Rp 60.000 per ekor untuk usia 3 bulan keatas.

"Terus terang saja, saya sekarang kewalahan meladeni permintaan, di wilayah Ubud saja permintaan pasar 1000 ekor per hari. Saya baru bisa suplai 100,"kata pemuda lulusan S-1 Peternakan Kampus Marwa Dewa ini.

Lewat keuletan dan keseriusannya ini, ia kini menikmati bisnisnya yang terus berkembang. Setidaknya ia sudah mandiri membangun kandang senilai Rp 14 juta di pekarangan rumahnya, bahkan Dewo sudah memiliki kendaraan mobil pick up sendiri untuk menopang kegiatan usahanya.

Intinya kata dia berbisnis ternak tidak lah susah, jika ada kemauan pasti bisa sukses. Untuk urusan modal, ia telah membuktikan bahwa memulai bisnis tak melulu merogoh kocek tebal.

"Dengan pakan sampah, kita menghasilkan produksi yang tinggi. Berternak tak selamanya pakai dana besar," tutur pengusaha muda usaha Mandiri yang memiliki 6 karyawan ini.

Potensi pasar bebek menurutnya tidak hanya di Bali saja, dibanyak daerah termasuk di Jawa peluang ini selalu ada. Permintaan terhadap bebek khususnya untuk sajian restoran terus meningkat. Khusus untuk di Bali, bebek selain digunakan untuk pangan di restoran, bebek sering dipakai untuk pengganti angsa sebagai keperluan ibadah para pendeta Hindu. Terutama bebek putih, yang melambangkan kesucian terkait dengan Dewa Brahma.

## **ISENG SULAP ENCENG GONDOK, JADI BISNIS BEROMZET JUTAAN RUPIAH**

Ninik Setrawati - detikFinance



Jakarta - Enceng gondok yang sering dianggap sebagai tanaman pengganggu bagi para petani, tidak demikian halnya bagi Rafi Hartono, pemilik Geni Art. Melalui keuletannya, enceng gondok tersebut disulap menjadi produk kreatif yang dapat mendatangkan pundi-pundi rupiah ke kantongnya.

Usaha kreatif Geni Art dimulai oleh Rafi sejak 2004. Modal awal yang ia keluarkan bisa dibilang sangat kecil, yaitu Rp 45.000. Uang ini ia gunakan untuk membeli perlengkapan gambar, misal penggaris, cutter, dan pensil.

Ide cemerlang untuk memanfaatkan enceng gondok ia temukan secara tak sengaja. Saat itu ia beserta teman-temannya sedang bermain di rawa. Di rawa itulah ia menemukan enceng gondok untuk kemudian dibuat mainan mobil-mobilan sejenis bemo.

"Setelah jadi mobil-mobilan, kita letakkan mainan itu di pinggir jalan dengan harapan ada orang yang tertarik saat melihatnya. Waktu itu kita belum tahu harus ke mana memasarkan produk ini," ungkap Rafi kepada detikFinance pekan lalu dalam acara 'Wirausaha Bank Mandiri'.

Harapan Rafi dan temannya terakbul. Suatu ketika datang seseorang yang menawar mobil-mobilan tersebut. Beberapa waktu kemudian, ia didatangi oleh Dinas Pemuda dan Olahraga Semarang dengan tujuan membantu pemasaran dan pemberian dana usaha.

Produk kreatif yang ditawarkan oleh Geni Art diantaranya adalah lokomotif kereta yang dijual dengan harga Rp 375 ribu, mobil bemo Rp 85 ribu, kotak tissue seharga Rp 35 ribu, dan tutup lampu Rp 60 ribu.

Dalam soal pemasaran, Rafi mengaku tidak mengalami kesulitan. Ia mengatakan membuat produk apa saja pasti akan laku, karena produk kreatif buatannya banyak diminati oleh pembeli. Justru yang menjadi kendala utama usahanya adalah terbatasnya SDM yang kreatif.

"Kalau SDM sebenarnya banyak, tapi yang kreatif itu yang sulit mencarinya," ungkapnya.

Kendala lain yang diungkapkan oleh Rafi adalah menciptakan model atau produk terbaru bagi usahanya. Selama ini ia menciptakan model terbaru melalui ide kreatifnya sendiri dengan melakukan berbagai percobaan atau melalui internet. Mengenai modal, Rafi juga tidak khawatir, karena saat ini ada bank yang bisa memberikan modal bagi usaha kreatif miliknya. Bank yang disebut oleh Rafi adalah Bank Mandiri.

"Modal bisa dibilang tidak ada masalah. Untuk meminjam pun tidak terlalu sulit. Sekarang sudah ada bank yang percaya pada kerajinan enceng gondok yang ada di tempat kami, jadi agak mudah kalau mau meminjam," imbuhnya.

Mengenai suplai bahan baku yang biasanya dikeluhkan oleh para pengusaha, Rafi tidak mempersoalkan masalah tersebut. Bahan baku enceng gondok bisa ia peroleh dengan mudah, karena di tempat tinggalnya berdekatan dengan rawa yang memang banyak terdapat enceng gondok.

Jika dulu ia mencari sendiri enceng gondok tersebut, kini ia mengerahkan masyarakat setempat untuk memenuhi kebutuhan enceng gondok itu. Biasanya ia membeli Rp 3.500/kg enceng gondok kering atau Rp 1.500/kg untuk enceng gondok basah.

Agar enceng gondok bisa dipakai, enceng gondok harus dalam kondisi kering. Jika ingin enceng gondok yang berbentuk lembaran, maka pertama-tama kupas enceng gondok untuk dibuang isinya. Setelah itu baru kemudian dijemur.

Proses pengeringan biasanya memakan waktu selama 3 hari. Yang perlu diingat dalam proses pengeringan adalah jangan sampai enceng gondok bersentuhan dengan tanah karena akan menimbulkan jamur. Jika sudah demikian, maka enceng gondok tidak bisa dipakai lagi. Isi enceng gondok ternyata juga tak kalah bermanfaat dibanding kulitnya. Isi enceng gondok yang telah dihancurkan kemudian dicampur dengan lem ternyata juga bisa bermanfaat untuk membuat produk kreatif. Setelah berbentuk bubur dan dicampur dengan lem, cetak bubur tersebut sesuai keinginan. Salah satu produk Geni Art yang terbuat dari bubur isi enceng gondok adalah tutup kampu.

Dengan ide kreatif dan larisnya pembeli, dalam sebulan Rafi bisa memperoleh omzet sekitar Rp 8 juta/bulan. Pengeluaran yang dikeluarkan untuk usaha ini-pun tidak terlalu besar. Untuk memenuhi permintaan konsumen, dalam sebulan Rafi bisa menghabiskan 150 kg enceng gondok, 10 kaleng lem (30 kg/kaleng), dan 50 kertas daur ulang.

Rafi berharap agar usaha kreatif enceng gondok semakin berkembang dan diharapkan dapat mengurangi jumlah pengangguran. Kini, Rafi telah memiliki showroom sendiri di rumahnya. Ia berharap kelak showroom tersebut bisa digunakan sebagai tempat untuk mengumpulkan berbagai hasil kerajinan kreatif di tempatnya.

"Saya ingin agar desa saya menjadi sentra kerajinan enceng gondok dan bisa dikenal hingga ke luar negeri," pungkasnya.

Jika Anda mempunyai ide kreatif, munculkan ide Anda dalam bentuk sebuah produk. Jika sudah demikian, maka Anda akan mendulang kesuksesan yang sama seperti Rafi Hartono, pemilik Geni Art.

## **IR.R. BAMBANG WIDI NUGROHO, ANAK YATIM DAN PENJAGA AL-QUR'AN**

Apa yang dirasakan Widi, bisa juga dialami oleh pengusaha sukses lain. Kejatuhan usaha dengan berbagai persoalan di belakangnya menjadi titik balik menuju kesuksesan. Kendala yang besar tidak membuatnya ragu untuk terus melangkah. Saat ini Widi dikenal sebagai salah satu pengusaha furniture yang sangat sukses.

Nama aslinya R. Bambang Widi Nugroho. Ia dikenal sebagai salah satu pengusaha yang berhasil. Usahanya dimulai sejak kuliah di fakultas Pertanian UKSW Salatiga. " Modal patungan bersama sahabat saya melakukan trading dari menjadi leveransir bahan bangunan untuk proyek, membeli hasil bumi, ternak ayam potong dan tenaga survey proyek penelitian," kenangnya.

Dari usaha itu Widi bisa mencukupi kebutuhan sehari-hari. Lahir dan besar di keluarga purnawirawan ABRI mempunyai keuntungan tersendiri. Suami dari Rahma Dwi Fibrianti ini merasa lebih termotivasi untuk berwirausaha. "Saya merintis usaha di bidang pertanian menjelang saya lulus kuliah tahun 1989. Tahun 1993 usaha itu saya tekuni serius sampai akhir tahun 2003. Tahun 1999 saya mengalami kejatuhan parah dan semua asset habis terjual. Bahkan untuk menutup sebagian hutang ibu saya menggadaikan sertifikat rumah satu-satunya. Waktu itu juga saya memutuskan mengundurkan diri jadi supplier supermarket." katanya.

Berbekal uang sisa pembayaran utang itu, Widi mulai mencoba berwirausaha sendiri. Pertama kali memilih cabai hibrida (TW) sebagai ladang bisnisnya. Modal lahan kurang lebih 2 hektar berhasil dilaluinya dengan sukses. " Ada pengalaman yang tidak akan saya lupakan yaitu saat hasil panen saya jual ke pasar. Cabe kualitas baik saya hanya dihargai Rp.250/kg (HPP Rp.450-500/kg) . Sayapun pasrah dan tidak bisa protes dengan harga Rp.250/kg . Oolah betapa malang nasibku," Widi mengenang.

Dari pengalaman tersebut motivasinya untuk menguasai tata niaga cabe mulai menyeruak. Berbekal pengalaman, disurveilah beberapa pasar. Keluar masuk pasar. Ia berkelana dari pasar Johar Semarang, pasar Pondok Gede Bekasi sampai pasar Induk Kramatjati, Jakarta pernah di sambangnya. Karena transaksi hasil bumi biasanya berlangsung pada dinihari, sering memaksa Widi untuk tidur di pasar. .

Tahun pertama berwirausaha di bidang pertanian Widi langsung mengalami kejatuhan yang cukup fatal. Saat itu harga cabai jatuh dan modalnya habis. " Waktu itu tahun 1993. Duit di kantong itu tinggal Rp. 50.000," kenang Widi. Dengan sisa modal yang ada Widi bangkit dan bisnisnyapun berkembang.

Di kalangan pengusaha di bidang pertanian nama Widi dikenal sangat menjaga kualitas dan cepat merespon. " Bahkan ada relasi yang belum saya kenal menghubungi lewat telpon minta beberapa produk pertanian untuk ekspor dengan langsung mentransfer sejumlah uang yang cukup besar." cerita ayah R. Arjuna Rakaiprajna Aryabhumi ini.

*Dari Uang Lima Ribu hingga Kebanjiran Order*

Jatuh bangun menjadi bagian yang tidak terpisahkan bagi perjalanan bisnisnya. " Waktu jatuh saya pernah dari Jakarta Selatan ke Jakarta Pusat, Jakarta Timur sampai Jakarta Barat hanya berbekal Rp. 5000 untuk menemui beberapa kolega. Padahal sebelum-sebelumnya saya selalu diantar sopir dan

biasa menjamu di coffe shop hotel. Pada waktu jatuh bangkrut pernah hampir putus asa, dada ini terasa sesak,” kisah Widi.

Namun kejatuhan itu membuat Widi banyak bertafakur merenungi perjalanan yang telah ditempuhnya. Dari situ membuat dia tersentak dan istighfar karena selama ini Widi merasa tidak bersyukur. Padahal Allah telah memberi oksigen untuk bernafas secara gratis. “Bayangkan apa yang terjadi bila kita tidak diberi oksigen 5 menit saja. Nafas adalah hidup saya, dzikrullah.., lewat nafas aku berdzikir, Laa ilahaillallah..., Laa ilahaillallah..., Laa ilahaillalloh..., saya mendapat kedamaian, dada ini terasa lapang,” kenangannya.

Dzikir membuat Widi selalu berpikir positif, ikhlas dan selalu berusaha maksimal dengan yang dia lakukan. Kegigihannya ini membawa hasil. Suatu saat Widi berkenalan dengan seorang pengusaha percetakan dan kontraktor yang mengajak bekerjasama mendirikan perusahaan. Mayoritas saham diberikan kepada Widi. Bahkan diminta menyediakan tim kreatif, sedangkan peralatan dan modal kerja sudah disiapkan. ” Terus terang saya gelisah saat itu, setelah sholat malam saya bertafakur memohon petunjuk kepada Allah. Tawaran kerjasama ini prospektif, secara teknis saya tinggal memulainya,” ujarnya

Namun Widi mencoba mengikuti bisikan hati kecil. Ditolaknya ajakan pengusaha tersebut. Ia memilih pulang ke Jogjakarta berkumpul dengan anak istri. Mulailah membikin usaha baru. Saat istrinya diwisuda tahun 2005, Widi membuka usaha bersama dengan sang istri di bidang jasa konsultan dan produksi interior-eksterior (art work). “Walaupun saat itu kami tidak mempunyai modal kerja bahkan saya masih mempunyai tanggungan kewajiban atas kejatuhan usaha yang lalu. Namun usaha harus tetap jalan. Saya berdoa mohon petunjuk kepada Allah untuk dapat membuka usaha ini,” ungkapnya.

Widi mulai menemui beberapa pengusaha besar di Jogjakarta. Proyek pertamanya mengerjakan landscape rumah mewah salah satu direksi BUMN. Ternyata hasilnya tidak disangka. Proyek tersebut berjalan mulus. Tepat waktu maghrib, 26 Mei 2006 pembayaran dilakukan dan keuntungan dibagi bersama dengan tim produksi. Namun pada esok harinya gempa mengguncang Yogyakarta. Tanpa menunggu waktu, Widi bersama istrinya membelanjakan hampir seluruh keuntungan untuk membeli sembako, air mineral dan menyalurkan bantuan ke famili dan beberapa teman.

Memang janji Allah itu benar adanya. Sedekah tidak menjadikan rizki Widi miskin, namun justru bertambah. Pada Juni 2006 orderpun datang silih berganti. Mulai dari rumah pribadi, perumahan elite, tempat usaha sampai proyek pemerintah daerah yang semua berkaiatan dengan pekerjaan art work.

#### *Anak Yatim dan penjaga AlQuran*

Tahun 2008 Widi menjalin kerjasama dengan seseorang yang baru dikenalnya. Orang tersebut memberi modal kerja yang cukup besar . ” Beliau pesan tidak perlu kuatir kalau merugi bahkan modal habispun ikhlas. Beliau hanya berpesan untuk selalu meyisihkan keuntungan untuk anak yatim dan para penjaga Al Qur’an,” kata Widi. Maka didirikanlah perusahaan dengan nama ALAS JOGJA singkatan dari ALhamdulillah, Astagfirulloh, Subhanalloh. Usahanyapun berkembang cukup maju.

Saat krisis global kemarin banyak perusahaan furniture yang tidak mendapat order namun Widi masih memproduksi pesanan. Bahan baku yang digunakan mayoritas dari pohon-pohon yang tumbang atau pohon yang memang harus ditebang karena sudah membahayakan keselamatan, ranting pohon, limbah dari industri kayu olahan, kayu jati serta kayu rimba dari Perhutani. Suatu saat istrinya

mengutarakan perasaan kurang sreg dengan usaha ini karena banyaknya kayu yang ditebang tetapi tidak ada upaya penanaman kembali.

Widi kemudian melakukan kerjasama dengan Kelompok Tani Hutan Rakyat ALAM RAYA yang berlokasi di Ds. Grogol VII, Parangtritis, Kretek, Bantul, Yogyakarta. Dengan menyediakan lahan seluas 30 Ha, tahap pertama kami menanam 5.000 bibit jati Perhutani. "Program ini diperuntukkan sebagai partisipasi konsumen/buyer yang membeli produk kami dengan memberikan bukti Sertifikat Partisipasi. Di situ tercantum nama dan alamat konsumen, jumlah bibit yang ditanam, lokasi penanaman dan nama petani yang menanam dan merawat, sehingga konsumen dapat mengetahui kebenaran program ini." jelas Widi

Dalam menjalankan bisnis Widi memiliki motto selalu berpikir positif dalam menjalankan usaha. Saat jatuh tidak menyalahkan orang lain bahkan saat bagian pengadaan tidak melakukan pembayaran ke supplier. "Kami tidak menyalahkan keadaan, kami introspeksi diri. Karena hal itu bisa saja terjadi karena kami kurang tekun, controlling yang kurang baik, atau kami terlalu emosi atau terburu-buru dalam mengambil keputusan," terang Widi

Dalam melayani konsumen harus selalu berpikir positif, selalu melayani dengan baik dan menghindari konflik dengan konsumen. "Wajar saja apabila konsumen dalam menilai dan menawar produk kadang tidak mengenakkan hati, karena mereka tidak mau tertipu dalam membeli produk. Tugas kami adalah menerangkan bagaimana proses produksi sampai menjadi produk dan bagaimana kami menjaga kualitas. Ternyata ini sangat bermanfaat. Konsumen paham dan kesepakatan harga dapat terjadi. Kami dapat menjual produk dengan margin yang bagus. Kerana selain kualitas yang bagus produk kami memiliki desain khusus."

Pernah ada buyer nakal. Widi dengan tegas menurunkan lagi barang yang sudah diatas kontainer karena belum dibayar. Namun saat si buyer berkunjung ke workshopnya tetap diterima dengan baik sehingga terjadi kesepakatan jual beli. "Produk kami dibeli dengan harga cukup bagus dan dibayar lunas. Teman-teman kami heran. Dia mengatakan produk kami desain dan kualitasnya bagus dan belum ada pembandingnya. Dia dapat menjual hampir 10 kali lipat di Amerika. Kepercayaan merupakan salah satu faktor utama dalam berwirausaha, kami selalu mencoba untuk mempercayai orang lain tetapi tidak naif," ujarnya.

Akhirnya kini Widi mempunyai konsumen yang loyal. "Dalam persaingan bisnis jangan merebut hak orang lain, kami akan bersaing dengan sehat, kualitas dan ketepatan waktu adalah kekuatan kami, perang harga kami hindari karena biasanya akan mengorbankan biaya produksi dan kualitas diturunkan. Untuk mengatasi hal ini kami memilih usaha dengan segment pasar tertentu, produk kami khusus bukan produk massal," tuturnya.

Widi Selalu berpikir positif. Menurutnya energi positif akan mempengaruhi kita serta lingkungan kerja dan membantu ketepatan, kecepatan dalam pengambilan keputusan. Selalu berusaha mempercayai orang lain karena dia yakin orang akan memberi kepercayaan yang sama. "Bijaksanalah terhadap diri kita sendiri, Insya Allah keputusan yang kita ambil akan bermanfaat bagi orang lain," Widi.

## TRI SETYO BUDIMAN, WIRAUSAHAWAN SUKSES BERKAT BAKSO INO



Tri Setyo Budiman adalah seorang wirausahawan sukses asal Madura yang lahir pada 24 Juli 1961. Ia adalah seorang sarjana teknik kimia lulusan Institut Teknologi Bandung (ITB) tetapi lebih memilih untuk terjun di dunia wirausaha dengan membuka gerai bakso yang ia namakan “*Bakso Ino*”. Pria berumur 51 tahun ini sebenarnya memiliki jabatan yang cukup tinggi saat ia menjadi karyawan di sebuah perusahaan asal Amerika Serikat, yaitu “*William Russel Grace Company*”. Tri merupakan seorang manajer pemasaran yang kala itu digaji cukup besar dan mendapat beberapa fasilitas seperti tunjangan rumah dan mobil dinas. Tapi, ia malah memutuskan untuk pensiun dini dari perusahaan tersebut dan terjun ke dunia wirausaha yang mana harus ia bangun dari nol lagi.

Berbekal uang pensiun dari perusahaan, Tri kemudian membuat sebuah gerobak bakso. Hal yang mengundang simpati sekaligus menggelitik adalah, saat ia mencoba menyalakan api dari kompor, gerobaknya ludes terbakar. Dengan tidak menyerah, ia membuat satu gerobak lagi dan lantas ia gunakan untuk berdagang bakso keliling.

Hanya selang beberapa waktu kerja kerasnya membuahkan hasil, baksonya laris manis, sehingga Tri membuka outlet bakso pertamanya yang terletak di garasi rumahnya. Nama “Ino” yang dijadikan sebagai brand sendiri merupakan nama panggilan dari anaknya, Platinum. Tak lama setelah berdiri 1 outlet, Tri kembali mampu membuka beberapa cabang lagi.

Tapi, ditengah karir usaha yang menanjak, pria bertubuh tinggi ini beberapa kali harus merasakan resiko pahitnya menjalankan roda bisnis. Seperti beberapa gerai yang harus ditutup karena kesalahannya dalam pemilihan lokasi bisnis. Akibatnya, ditahun 2001 Tri harus merugi 500 juta rupiah. Belum lagi ketidakcermatan menghitung biaya operasional membuatnya gagal meraih pendapatan yang sesuai perkiraan. Kerugian ini terjadi di beberapa gerainya yang berada di mall. Kerugian itu sendiri tak tanggung-tanggung, yaitu sebesar 750 juta rupiah.

Belajar dari beberapa kesalahan, Tri terus melakukan pembenahan pada manajemen PT Perdana Putra Utama, yang merupakan pengelola merek Bakso Ino. Dari waktu ke waktu, Bakso Ino terus menunjukkan eksistensinya yang mana puluhan gerai sudah berdiri di beberapa kota di Indonesia. saat ditanya siapa inspirasi utamanya dalam menjadi wirausaha, pria yang dikaruniai 3 orang anak ini menjawab ayahnya. Alasannya adalah, ayahnya juga seorang wirausahawan yang mana tak kenal lelah dalam menafkahi 9 orang anaknya termasuk Tri. Kini pak Tri telah menikmati hasil jerih payah dan kerja kerasnya dan mengelola usahanya yang terus berkembang.

Apa yang bisa kita pelajari dari kisah sukses pak Tri diatas? Jawabnya banyak!, pertama yang langsung terlintas di pikiran saya adalah perkataan Bob Sadino, kalau tidak salah kira-kira “*Berusaha saja dulu, jangan banyak mikir*”.

Kisah pak Tri diatas kalau boleh saya disimpulkan adalah sebuah contoh implementasi dari perkataan Bob Sadino, coba bayangkan seandainya pak Tri masih mikir-mikir, tentu perjalanan usahanya belum tentu sesukses sekarang. Kebanyakan para pemula dalam dunia wirausaha membutuhkan waktu lama untuk pikir-pikir dan mencari-cari usaha apa yang pas, yang cocok dan ideal dengan dirinya. Kita

mencari sesuatu yang cocok dengan kita, berbeda dengan pak Tri misalnya yang melakukan sebaliknya yaitu, mencocokkan dirinya dengan bidang pilihannya yaitu menjual bakso.

Lalu jika anda berpikir soal bakso, siapa yang belum tahu makanan ini? apa yang membedakan bakso pak Tri dengan jualan abang bakso yang ada disekitar kita? Itulah harga sebuah produk. Kita sering bingung bagaimana menghargai sebuah produk. Kita sering dibuat keheranan bagaimana produk yang sama bisa terjual dengan harga yang berbeda. Bahkan anehnya produk yang harganya lebih mahal itu justru lebih laris daripada yang dijual murah.

Ambil contoh, Sebuah kain tanpa kemasan, tertumpuk begitu saja dan pembeli bebas mengobrak-abrik tatanannya harganya mungkin hanya 10-15ribu saja. Sedangkan jika dikemas dalam kemasan box yang rapi, harganya bisa naik menjadi 25 ribu. Sementara jika kain yang sama persis lalu dijual dengan lipatan yang diatur sedemikian rupa sehingga mirip bunga lalu dimasukkan dalam box mica transparant dengan pita cantik, harganya mungkin bisa menembus 100 ribu.

Rahasianya adalah soal kemasan. pak Tri sukses mengemas dan ‘mengangkat derajat’ bakso keliling yang biasa kita santap dari abang tukang bakso menjadi sebuah primadona baru dalam dunia wisata kuliner. Semoga kisah ini dapat menginspirasi kita untuk lebih berani ber-wirausaha dan sukses.

<http://wartawirausaha.com/2013/07/tri-setyo-budiman-wirausahawan-sukses-berkat-bakso-ino/>

## **2. KISAH SUKSES WIYANA DEWI DENGAN BISNIS SABUN HERBAL**

Wiyana Dewi pernah mengalami segala macam masalah hidup. Namun, dari sanalah ibu dua anak ini menempa diri sehingga bisa seperti sekarang, menjadi pelaku usaha yang mampu menghidupi orang di sekelilingnya.

Perjalanan Wiyana Dewi menjadi pengusaha sabun berawal dari beragam cobaan hidup yang dia alami. Kisah Wiyana membuat mata terbuka bahwa Tuhan sebenarnya selalu punya rencana di balik masalah demi masalah yang ditimpakan kepada umatnya. Wiyana merupakan korban pemutusan hubungan kerja (PHK).

Perusahaan di bidang kosmetik yang telah mempekerjakannya selama sembilan tahun gulung tikar pada 1999 lantaran terjangan krisis ekonomi global.

PHK itu sekaligus menjadi akhir petualangannya sebagai karyawan. Selama 19 tahun, sosok yang tegar ini bekerja dari satu perusahaan ke perusahaan lain karena tuntutan ekonomi.

“Waktu terkena PHK, saya benar-benar bingung. Mau ke mana masa depan saya dan keluarga? Sementara saya masih punya tanggung jawab yang harus dituntaskan,” terang anak kedua dari empat bersaudara ini.

Wiyana dikenal sebagai sosok yang peduli dengan kehidupan saudaranya. Uang hasil jerih payahnya bekerja sebagian dia gunakan untuk membantu pendidikan adik-adiknya.

Dia rela mengorbankan kuliahnya di bidang farmasi demi melihat kakak dan adik-adiknya berhasil dalam pendidikan. “Saya lebih baik mengalah asal mereka bias menyelesaikan studi,” ujarnya.

Di tengah kegamangan menghadapi cobaan hidup tersebut, Wiyana memutuskan memulai usaha pembuatan sabun. Perempuan yang sekarang menginjak usia 54 tahun itu mengaku sudah “jatuh cinta” dengan dunia kosmetik dan kecantikan sejak remaja.

Awalnya dia hanya membeli bahan baku yang sudah jadi, untuk kemudian dijual lagi kepada konsumen. Waktu itu Wiyana mengaku kehidupannya memprihatinkan. “Untuk makan saja susah,” kenangannya.

Usahanya menunjukkan perkembangan positif ketika dia berkenalan dengan supplier peralatan mandi untuk hotel. Dalam waktu bersamaan, dia pun sempat mendapat pesanan sampo khusus untuk mencuci motor. Ketika mendapat pesanan tersebut, Wiyana mengaku begitu semangat mengerjakan.

“Saya angkut-angkut sendiri bahannya pakai celana pendek yang penting saya bisa memenuhi pesanan tersebut,” ujarnya seraya menunjukkan lokasi awal dia memulai usaha di sekitar tempat tinggalnya di wilayah Bekasi, Jawa Barat.

Dari sana, usaha pembuatan sabun yang dilakoni Wiyana mulai berkembang. Pesanan mulai berdatangan. Dari yang awalnya dikerjakan sendiri, Wiyana mulai mempekerjakan beberapa karyawan.

Namun, di saat usahanya mulai berkembang, masalah baru kembali menghampiri. Kali ini terkait dengan biduk rumah tangganya. Pernikahan yang telah terbina bertahun-tahun dengan suami tercinta dan menghasilkan dua buah hati kandas pada 2003. “Saya kembali ke titik nol karena perceraian tersebut,” tutur perempuan yang memutuskan tetap sendiri hingga sekarang.

Namun, kehidupan harus tetap berjalan. Selepas perceraian tersebut, Wiyana kembali menggeluti usaha pembuatan sabun. Ketika memulai lagi usahanya, dia mengaku banyak dibantu Bank Tabungan Negara (Bank BTN), khususnya dalam permodalan. Wiyana mendapat gelontoran pinjaman modal dari Bank BTN sebesar Rp. 300 juta.

Pinjaman itu dia manfaatkan untuk membuat pabrik kecil-kecilan dan membeli mesin produksi. Dari pengembangan itu, usahanya kini tak hanya memenuhi pesanan peralatan mandi hotel, melainkan juga melayani pemesanan dalam bentuk sabun jadi yang diminta para supplier.

Ibu dari Felisia dan Michel tersebut mengaku, perkembangan usahanya juga banyak dibantu anak bungsunya. “Michel banyak membantu pengembangan usaha saya dengan beragam inovasinya,” katanya bangga.

Saat ini beberapa inovasi produk yang dikembangkan adalah dengan membuat sabun-sabun transparan yang memiliki cita rasa seni. Dalam sabun transparan tersebut bisa dibuat gradasi atau dimasukkan foto-foto. Juga aneka bentuk hiasan lain seperti bentuk cocktail.

Beberapa produk sabun lainnya yang dikembangkan adalah sabun-sabun dengan bahan herbal, misalkan saja dari daun sereh atau pepaya. “Ke depan kita akan terus melakukan inovasi,” kata Wiyana yang telah mematenkan tiga produknya, freshmint untuk pasta gigi, we-ef untuk sabun, dan produk shampo.

Hingga sekarang produk usaha Wiyana telah menyebar ke mana-mana, bahkan hingga mancanegara. Anehnya, Wiyana menyebut dia tak pernah menggunakan jasa sales untuk menjual produknya.

“Ya, puji Tuhan pesanan datang dengan sendirinya tanpa perlu saya keluar dari rumah,” kata perempuan yang begitu yakin dengan berkah yang diberikan sang pencipta tersebut. Wiyana menjelaskan, penjualan produknya setidaknya mampu meraih omzet Rp100 juta per bulan.

Usahanya juga mampu mempekerjakan 27 karyawan yang rata-rata anak-anak kurang mampu dari lingkungan sekitar usahanya. Untuk memperlancar operasional usahanya,

Dia mengaku menggunakan kendaraan Daihatsu Gran Max sejak setahun lalu. Meski kesuksesan sudah diraih, kehidupan Wiyana tetap Sederhana. Dia hanya ingin kehidupannya bermanfaat bagi orang-orang di sekitarnya.

*“Satu hal yang ingin saya tekankan dari kisah saya adalah, jangan menyerah dengan masalah. Justru masalah itu harus kita hadapi. Dari sana, kita akan menjadi manusia yang lebih kuat,” kata Wiyana.*

See more at: <http://kisahsukses.info/kisah-sukses-wiyana-dewi-dengan-bisnis-sabun-herbal.html#sthash.2s61pVI6.dpuf>

## **KISAH SUKSES YAYAT HIDAYAT, BERHASIL MERAUP SUKSES DI BISNIS SANDAL GUNUNG**



Kelihaian Yayat Hidayat berinovasi membuatnya sukses menghidupkan bisnis sandal gunung yang hampir mati. Kini, dengan membuat sandal outdoor aneka warna dengan merek Sabertooth, ia berhasil meraup sukses di bisnis sandal gunung. Kesuksesan usaha seseorang terkadang tidak datang dari sesuatu yang ia sukai. Tapi, dengan kemauan belajar yang besar, orang bisa saja menjadi berhasil.

Yayat Hidayat telah membuktikannya. Meski awalnya tak menggemari dunia kerajinan sandal, kini, ia justru sukses menjadi pengusaha sandal dengan merek Sabertooth.

Oke, mungkin, sebagian orang masih asing dengan merek Sabertooth. Tapi, jika menyebut nama Sandal Dody, barangkali, Anda yang cukup lama tinggal di Bandung bakal mengenalnya. Sebab, merek sandal ini sudah ada sejak 1980 dan sempat menjadi produk wajib para pecinta alam. Nah, Sabertooth merupakan nama baru Sandal Dody sejak tahun 2010.

Yayat bukanlah pemilik dan pencipta merek Sandal Dody yang kini bernama Sabertooth. Pemilik merek ini adalah Doddy Kasoem, pengusaha di Bandung yang juga memiliki bisnis peralatan outdoor dengan merek Jayagiri. Yayat merupakan orang di balik dua merek itu. “Saya adalah perajin yang memasok sandal,” ujar pria 34 tahun ini.

Kisah Yayat membuat sandal berawal selepas ia kuliah di Jurusan Teknik Mesin Universitas Pasundan, Bandung. Kebetulan, Yayat dan Doddy sama-sama aktif di sebuah masjid. Pada tahun 2002, jalinan kerjasama semakin kuat saat Doddy memintanya jadi pemasok sandal.

Meski tawaran itu menarik, usaha untuk mewujudkannya tidak semudah yang dibayangkan. Sebab, Yayat tidak tahu-menahu soal bisnis sandal, apalagi membuatnya. Saat itu, minat utamanya adalah dunia otomotif. Beruntung, sang ayah yang merupakan salah satu perajin sepatu di daerah Parakan Saat, Bandung, mau mengajarnya membuat sandal.

Pertama kali Yayat memasok Sandal Dody pada tahun 2004 atau baru dua tahun kemudian sejak dia diminta Doddy membuat sandal. “Saya belajar dulu, dan berulang kali desain saya ditolak,” tuturnya.

Setelah berhasil memenuhi pesanan pertama, selanjutnya, Yayat rutin memasok 500 pasang sandal tiap bulan. Harga sepasang sandal saat itu sekitar Rp 30.000. Saat itu, outlet Sandal Dody di Bandung tersisa tiga. Sebelumnya, Sandal Dody memiliki belasan outlet yang tersebar sampai ke Sumatra.

Suatu kali pada tahun 2008, Doddy menyatakan ingin fokus menggarap produk outdoor dengan merek Jayagiri. Lantaran jalinan kerjasama dengan Yayat sudah cukup dekat dan seperti keluarga, Doddy lantas menyerahkan merek Sandal Dody kepada Yayat.

#### Inovasi produk

Hingga tahun 2009, Yayat bertahan dengan membuat sandal bermerek Sandal Dody. Namun, lama kelamaan, ia merasakan bahwa usahanya tidak tambah maju.

Akhirnya, setelah membaca minat pasar, sejak awal 2010, Yayat membuat sandal outdoor dengan aneka warna. “Bisa dibilang, ini adalah sandal outdoor pertama yang berani menggunakan aneka warna,” ujar bapak tiga anak ini. Tak hanya membenahi desain, ia juga merombak merek dagangnya menjadi Sabertooth.

Menyadari luasnya pasar di dunia maya, Yayat lantas menawarkan sandal buaatannya lewat sejumlah situs jejaring sosial dan membuat website. Modal awalnya kala itu sebesar Rp 10 juta yang ia ambil dari tabungan. Pada Februari 2010, ia mendapat suntikan modal dari PT Perkebunan Nusantara (PTPN) VIII sebesar Rp 20 juta.

Tak disangka, inovasi produk berupa sandal outdoor aneka warna itu mendapat sambutan hangat di pasar. Sejak diluncurkan pada April 2010, setiap bulan, Yayat bisa memproduksi 2.500–4.000 pasang sandal. Di luar merek sendiri, ia mengaku tiap bulan juga memasok sandal ke dua merek lain. Jumlahnya mencapai 300 pasang.

Dari produksi sebanyak itu, 70% di antaranya adalah sandal outdoor dengan aneka warna. Sisanya adalah sandal outdoor warna hitam seperti yang kebanyakan beredar di pasar. Dengan harga sandal Rp 70.000–Rp 85.000 per pasang, tiap bulan, Yayat bisa menanggung omzet ratusan juta rupiah.

Model pemasaran dengan menggunakan jalur dunia maya ternyata juga mampu menjerat pembeli asal Malaysia. Melalui pedagang perantara, Yayat mendapat pesanan membuat 6.500 pasang sandal. Paling lambat, awal tahun depan, pesanan sudah harus dikirim ke negeri jiran tersebut.

Menghadapi permintaan yang semakin banyak, Yayat mulai memperluas kapasitas produksi. Ia tidak kesulitan melakukannya lantaran kembali mendapatkan dana bantuan dari PTPN VIII sebesar Rp 150 juta pada Agustus 2010.

Respons positif dari pasar mancanegara itu kian mengibarkan rasa optimistis Yayat. Tahun depan, dia bersiap melebarkan sayap dengan menambah rekanan bisnis lewat sistem konsinyasi. Ia berniat melebarkan sayap bisnis ke Singapura dan Brunei Darussalam.

- See more at: <http://kisahsukses.info/kisah-sukses-yayat-hidayat-berhasil-meraup-sukses-di-bisnis-sandal-gunung.html#sthash.jUS5aI6f.dpuf>

## KISAH SUKSES RIYANTO DENGAN BISNIS KUE SERABI KERATON

Kue Serabi menjadi makanan lokal yang banyak digemari masyarakat. Kue khas masyarakat Jawa yang dibuat dari tepung beras ini memiliki rasa gurih manis dan sudah merambah beberapa kota besar di Indonesia seperti Jakarta. Peluang bisnis ini tentu tidak disia-siakan oleh Riyanto.



Riyanto mendirikan usaha kue serabi dengan merek Serabi Keraton. Dengan usaha Serabi Keraton, dia berharap mampu mempopulerkan serabi ke seluruh Indonesia. “Meski banyak makanan dari luar negeri namun serabi tetap menjadi makanan camilan yang populer,” kata Riyanto.

Selain memiliki rasa khas, kue serabi juga bisa menjadi pelepas rindu pada kampung halaman. Alasan Riyanto ini bisa jadi masuk akal, sebab kue serabi memang kental dengan budaya Jawa. “Serabi bisa menjadi pengobat rindu kampung,” katanya.

Agar pasar semakin membesar, Riyanto memberikan sentuhan modern pada kue serabi buatannya. Ia membuat rasa Serabi Kraton dengan campuran seperti keju, coklat, stroberi hingga pisang. Sampai saat ini, sudah ada 13 rasa serabi hasil karya Riyanto.

Walau memberikan sentuhan rasa yang beraneka macam, ia tetap mempertahankan bentuk kue serabi termasuk cara pembuatannya. Riyanto berusaha mempertahankan aroma khas serabi yang dibakar di atas tungku, termasuk rasa khas serabi yang manis di tengah namun agak pahit di pinggir-pinggir badan serabi. Makanya, dia tetap mempertahankan bentuk dan cara pembuatan serabi yang ala tradisional.

Mendekati Pasar, Serabi Pun Kini Difranchiseskan dan memiliki 150 mitra Inovasi-inovasi yang dilakukan oleh Riyanto berbuah manis. Setelah setahun mendirikan usaha Serabi Keraton, ia menjajal peruntungan baru. Dia menawarkan usahanya kepada mitra dengan sistem waralaba. Sejak ditawarkan pada tahun 2008 sampai saat ini Serabi Keraton telah mempunyai 150 mitra. Mitra-mitra tersebut tersebar di berbagai wilayah di Indonesia.

“Kami berpikir, serabi ini adalah makanan semua orang. Tidak peduli suku, ras, dan agamanya apa. Juga usia, tua, muda, anak-anak pun suka. Serabi bisa dimakan dimana saja, di rumah, kantor, acara resmi maupun keluarga, sebagai suguhan serabi tetap bisa menjadi camilan favorit. Artinya, pangsa pasar jajanan ini sangat luas dan tak terbatas. Apalagi dipastikan halal. Dan yang jelas, tidak mengenal musim. Cocok dimakan kapan saja dan di mana saja,” jelas Among Kurnia Ebo, Riyanto Coriel, dan Usman Widodo, trio pemilik waralaba Serabi Kraton.

Sebagai makanan rakyat, sudah selayaknya Serabi juga dekat dan mendekati rakyat. Lebih gampang didapatkan dimana-mana. Itu yang mendasari kenapa serabi ini kemudian dikonsep dalam bentuk waralaba. Cara jualannya dengan gerai-gerai mungil ukuran 150 cm x 60cm yang bisa ditempatkan secara fleksibel di tempat-tempat yang ramai pengunjung dengan kosntruksi gerai knock down.

“Kami sudah sukses dengan 9 gerai di Yogya. Karenanya ingin kami kembangkan ke kota-kota lain dengan mengajak masyarakat yang mau bergabung untuk mengembangkan Serabi Kraton di berbagai kota.

Kelebihan Serabi Kraton adalah mempunyai 13 varian rasa. Ada rasa *original, keju, coklat, pisang, nangka, abon, pandan, nano-nano, tape ketan dan sebagainya*. Dengan banyaknya varian itu serabi Kraton memungkinkan untuk memanjakan lidah konsumen semaksimal mungkin. harganya juga

terjangkau semua lapisan masyarakat, karena hanya Rp 1.000 – 1.500 per biji sehingga anak-anak pun bisa membelinya,” jelas Among.

Riyanto mengklaim, tingginya minat masyarakat akan Serabi Keraton karena biaya investasi murah namun memberikan imbal hasil lumayan. “Kami telah mengelola manajemen Serabi Keraton secara profesional,” tutur dia berpromosi. Lantaran banyak peminatnya, Riyanto kemudian menaikkan biaya investasi Serabi Keraton, dari Rp 7 juta menjadi Rp 20 juta.

Riyanto mengklaim bahwa kenaikan biaya investasi itu sekadar mengimbangi penambahan fasilitas. Sebab, jika dulu dengan Rp 7 juta hanya mendapatkan satu outlet, sekarang dengan Rp 20 juta langsung mendapatkan tiga outlet sekaligus. “Saya sesuaikan, sebab kebanyakan calon mitra memang langsung memesan tiga outlet,” katanya.

Dengan nilai investasi itu, mitra Serabi Keraton mampu mengantongi omzet sebesar Rp 300.000 – Rp 1 juta per outlet. Tanpa ada beban royalty fee, mitra hanya perlu membeli bahan baku serabi dari pusat seperlunya.

Salah satu mitra Serabi Keraton adalah Agus Isyanto di Sragen, Jawa Tengah. Agus mengaku tiap hari mampu mengantongi omzet hingga Rp 300.000 dari menjual 1.000 serabi seharga Rp 1.000 per satuan. “Pembelinya justru banyak datang dari kalangan muda,” katanya. Karena itu, Agus berniat menambah outlet Serabi Keraton.

Yang menarik adalah masa BEP (Break Event Point) dari usaha gerai Serabi Kraton ini terhitung sangat singkat. Paling cepat 3 bulan, paling lama 6 bulan. Perhitungannya diambil dari omzet gerai setengah hari rata-rata 2,5 kg menghasilkan omzet 250 ribu, sehingga satu bulan mencapai Rp 7.5 juta, dari omzet tersebut, keuntungan bersihnya mencapai 1,8 juta. Sehingga dalam rata-rata empat bulan saja, modal sudah kembali utuh.

Artinya, sebagai sebuah jenis usaha atau bisnis, Serabi Kraton sudah punya merek terdaftar di Dephukham RI, sehingga selain dapat dijalankan dengan nyaman dan aman karena secara payung hukumnya kuat, ini juga merupakan ladang bisnis yang cukup prospektif serta aman. Modalnya tidak terlalu besar, apalikasinya mudah, mendapatkan training dan supervise rutin dari pemilik waralaba, bisnisnya tidak mengenal musim, sementara keuntungannya cukup menggiurkan.

Jika Anda ingin mengetahui lebih banyak tentang Serabi Kraton dan prospeknya sebagai sebuah usaha bisnis, tidak perlu bingung mendapatkannya. Mereka pun sudah mempunyai website sendiri. Anda bisa buka di [www.serabikraton.com](http://www.serabikraton.com). Bisa juga datang langsung ke dapur produksinya di Jl Waringin 6 Geplakan, Banyuraden, Gamping, Sleman, Jogjakarta. atau telepon saja ke hotlinenya (0274) 7167070 dan 0819 0424 0282

“Lewat Serabi Kraton ini, kami juga ingin berperan dalam upaya pemberdayaan ekonomi masyarakat bawah lewat bisnis kuliner tradisional yang keberadaannya juga harus kita lestarikan. Jadi, sekali mendayung, dua tiga pulau terlampau. Ya bisnisnya, ya misi sosialnya, ya melestarikan tradisinya. Apalagi modal awalnya sangat terjangkau. target kami, nantinya di semua kota di Indonesia akan ada gerai Serabi Kraton. Sekarang sudah ada di 16 kota. Oke bukan?,” tandas Among Kurnia Ebo.

[:http://kisahsukses.info/kisah-sukses-riyanto-dengan-bisnis-kue-serabi-keraton.html#sthash.p9saBaB4.dpuf](http://kisahsukses.info/kisah-sukses-riyanto-dengan-bisnis-kue-serabi-keraton.html#sthash.p9saBaB4.dpuf)

## KISAH SUKSES UKKE KOSASIH DENGAN BISNIS BONEKA HANDMADE NUSANTARA



Dengan berpikir kreatif, tercipta peluang usaha baru yang inovatif.” Serangkaian kata inilah yang menggambarkan kesuksesan **Ukke Kosasih** dalam menjalankan bisnis boneka nusantara yang belum pernah ada sebelumnya di Indonesia.

Memiliki posisi yang mapan di sebuah perusahaan internasional ternyata tidak membuat **Ukke**, wanita lulusan Universitas Indonesia Jurusan Antropologi ini merasa nyaman dengan segala rutinitasnya. Ia memilih mundur dari jabatannya saat itu (Advisor campaign) dan memutuskan untuk memulai bisnis boneka handmade di tahun 2006 silam.

Kisah sukses **Ukke** ini diawali ketika Ia pulang ke kampung halamannya Cihanjuang, Bandung, dan tak sengaja bertemu dengan Wati (putri tukang kebunnya) yang memiliki ketrampilan khusus dalam membuat kerajinan boneka. **Ukke** yang pada dasarnya memiliki passion di bidang seni dan kerajinan tangan pun mulai tertarik untuk membangun sebuah workshop boneka dengan menggandeng kakak perempuannya Joanita dan dibantu oleh Wati.

Bermodalkan uang Rp 20 juta, **Ukke** membeli dua buah mesin jahit dan merekrut tiga orang tenaga kerja untuk membantu proses produksi boneka handmade. **Circa Handicraft** dipilih sebagai nama workshop boneka yang dibangun **Ukke** bersama dengan Joanita, **Circa** sendiri memiliki arti kurun waktu yang tidak akan ada habisnya. Dengan filosofi tersebut, **Ukke** berharap jika bisnis bonekanya ini bisa diwariskan ke para pegawainya yang rata-rata adalah perempuan kurang beruntung di sekitar rumahnya.

Mengusung Boneka Nusantara sebagai produk unggulannya, **Circa Handicraft** mengalami perkembangan yang cukup pesat dari tahun ke tahun. **Ukke** sengaja memproduksi boneka-boneka lucu tersebut dengan memanfaatkan keahlian tangan para pekerjanya, alias 100% handmade. Hasil karya para pekerjanya pun masing-masing diberi nama yang cukup unik sesuai dengan daerah asal boneka tersebut, misalnya saja seperti pasangan boneka Asep&Euis untuk boneka Sunda, **Kadir & Baria** untuk boneka asal Madura, **Putu & Sawitri** untuk boneka dari Bali, serta **Jiun & Rodiah** untuk boneka nusantara yang mewakili daerah Betawi.



Kreativitas wanita kelahiran Subang 3 Januari 1966 ini ternyata tidak hanya berhasil menciptakan kreasi boneka unik tetapi juga berhasil menyedot perhatian masyarakat luas. Bahkan sebuah Departemen Store di daerah Kuta, Bali menjadi salah satu pelanggan tetapnya yang memesan boneka lucu Putu&Sawitri lebih dari 100 pasang secara rutin. Dengan harga jual boneka sekitar Rp 75.000,00 sampai Rp 150.000,00, **Ukke** dibantu dengan 17 orang karyawannya berhasil mendapatkan omset puluhan juta rupiah setiap bulannya.

Kejelian **Ukke** dalam melihat sebuah peluang dan kreativitasnya dalam menciptakan produk unggulan, berhasil mengantarkannya sukses jadi jutawan berkat boneka nusantara. Semoga kisah pengusaha sukses yang telah kami sampaikan bisa memberikan manfaat bagi para pembaca dan menginspirasi masyarakat Indonesia untuk segera memulai usaha. Gunakan kreativitas Anda untuk menciptakan peluang usaha. Maju terus UKM Indonesia dan salam sukses.

<http://kisahsukses.info/kisah-sukses-ukke-kosasih-dengan-bisnis-boneka-handmade-nusantara.html>

## **WANITA INI JADI PENGUSAHA KERIPIK BAWANG GARA-GARA IKUTI WEJANGAN ORANG TUA**

Jakarta - Siapa yang menyangka, kalau bawang merah bisa jadi produk makanan keripik dan menghasilkan keuntungan puluhan juta rupiah. Adalah Sriwahyuni mampu membuktikannya, dengan bermodal kesungguhan dan keberanian, ia bisa menciptakan Bawang Berani Rumbia. Merek ini mewakili keripik bawang, bawang goreng dan bawang mentah.

"Ingat perkataan orang tua saya dulu, ketika kamu mau berhasil, dan tidak mau melakukan apapun, maka kamu akan gagal. Tapi ketika kamu mau berani, berusaha dan melewatinya maka berhasil bisa jadi kenyataan. Berani itu saya coba terus dan membuat saya percaya diri," tuturnya kepada detikFinance akhir pekan lalu.

Ia bercerita, usahanya dimulai ketika masa kuliahnya akan berakhir di Universitas Negeri Makasar (UNM) akhir tahun 2011. Dengan modal Rp 6 juta, Sri kembali ke kampung halaman di Jenepontoh, Sulawesi Selatan untuk menggarap 1 hektar lahan yang dimiliki orang tuanya.

"Awalnya program wirausaha mahasiswa yang memerlukan modal buat saya Rp 6 juta," ucapnya.

Lulusan Ilmu Pendidikan PPKN tersebut memilih bawang merah untuk ditanam pada lahan tersebut. Alasannya, komoditas ini bisa lebih tahan lama dibandingkan dengan jenis lainnya yang cepat busuk.

"Jadi kalau bawang merah harganya turun, kan bisa disimpan dulu, beda sama cabe atau sayuran lainnya," cetusnya.

Satu kali budidaya yang memakan waktu 3-4 bulan, Sri mengaku gagal. Ia bingung, bagaimana cara mengolah dan mendapatkan untung besar. Apalagi dengan peralatan yang sedikit.

"Saya lihat, di daerah sana makanan favoritnya adalah coto kuda. Jadi saya pikir untuk membuat bawang goreng beraneka rasa, dan ternyata banyak peminatnya," ujar wanita berzodiak Taurus ini.

Selanjutnya Sri mulai menemukan titik terang, kegigihannya menghasilkan panen bawang merah mencapai 3.000 Kg. Alhasil, selain bawang mentah dan bawang goreng, ia juga mengolah keripik bawang dengan adonan berbeda dari biasanya dan dijual dengan harga Rp 15.000/bungkus.

"Keripik bawang rasanya beragam ada 7 rasa, ekstra campur, barbeque, keju, balado, jagung bakar, coklat, pizza," terangnya.

Secara total, 4 kali budidaya Sri telah mengantongi omset yang tidak sedikit. Meski fluktuatif, namun mampu meraup untung Rp 16 juta sampai Rp 20 juta per 4 bulan.

Wanita berusia 21 tahun ini mengaku bahagia dengan hasil usaha tersebut. Ia merasa cocok dengan profesi sebagai pengusaha dibandingkan harus menjadi Pegawai Negeri Sipil (PNS) ataupun karyawan perusahaan.

"Saya senang ngajar anak-anak tapi nggak suka terikat. Saya lebih kreatif dengan kondisi pengusaha," jawabnya.

Keripik bawang adalah produk yang akan menjadi andalan Sri. Ia menargetkan tahun ini akan memasuki pasar moderen untuk memperlebar kosumennya. Sementara untuk bawang mentah, ekspor keluar kota terus akan ia maksimalkan.

"Bawang merah mentah itu sudah ke Sulawesi Selatan, Sulawesi Barat, Kalimantan. Kalau Keripik bawang, masih baru tahap pemasaran," ujarnya.

## **MENGANGKUT UNTUNG DARI TUMPUKAN SAMPAH YANG MENGGUNUNG**

SPC, Jakarta - Sampah adalah masalah. Sering memang terdengar anggapan seperti itu. Namun, bagi sebagian orang, sampah justru mendatangkan rezeki, setelah mereka mengelola dan mengolahnya dengan benar. Omzetnya mencapai puluhan hingga ratusan juta. Tertarik?

Kian tingginya tingkat konsumsi masyarakat di kota-kota besar, meninggalkan jejak permasalahan baru. Jumlah sampah yang makin menggunung. Sampah semakin banyak dihasilkan, mulai dari sampah rumah tangga, restoran, perkantoran, hingga sampah dari pabrik atau industri tertentu.

Tengok saja wilayah DKI Jakarta. Volume sampah di ibu kota ini berkisar 6.000 ton hingga 6.500 ton per hari. Pemerintah Provinsi DKI Jakarta, melalui Dinas Kebersihan, kini, mengembangkan berbagai teknologi pengolahan sampah, melalui program 3R, alias reduce-reuse-recycle.

Terlepas dari upaya pemerintah untuk mengatasi persoalan sampah ini, sebenarnya ada peluang yang cukup menarik dari sampah ini. Semakin meningkatnya jumlah produksi sampah juga memperbesar peluang untuk usaha pengolahan sampah. Pasalnya, jumlah pengolahan sampah yang sudah ada, masih belum sebanding dengan tingkat produksi sampah.

Apalagi, jumlah kompleks hunian baru atau perumahan juga terus menjamur. Bukan hanya di DKI Jakarta, pemukiman baru ini juga makin banyak terdapat di kota-kota lain. Pengelolaan sampah suatu kawasan komersial, seperti pasar, pabrik, mal, hotel dan restoran, kini bisa menjadi peluang usaha yang baru.

Hidayat, pemilik sekaligus pendiri PT Mitratani Mandiri Perdana (Mittran), salah satu perusahaan pengolah sampah, mengatakan, potensi usaha pengolahan sampah ini semakin hari semakin bagus. "Apalagi, dengan adanya UU Sampah yang intinya sampah harus diselesaikan sedekat mungkin dengan sumbernya," jelasnya.

Hidayat mengembangkan usaha pengolahan sampah di Jatimurni, Bekasi, sejak 2007. Kini, ia pun bisa mengumpulkan omzet hingga ratusan juta rupiah. Mittran pun menjadi pengumpul sampah dari lebih 3.000 rumah tangga.

Selain mengolah sampah yang dikumpulkan sendiri, kini Mittran membuka kemitraan bagi orang yang tertarik untuk menjalankan bisnis serupa. Hidayat akan memberikan pelatihan tentang cara mengelola dan mengolah tanah.

Tak hanya itu, Mittran juga akan menerima hasil pengolahan sampah mitra. Mulai dari hasil sampah organik hingga sampah anorganik, seperti plastik, kertas, sampai botol kaca. "Keuntungan berjangkaran adalah kami membeli semua produk sampah itu karena kami punya banyak relasi dengan berbagai perusahaan daur ulang," jelas Hidayat. Karena banyak perusahaan daur ulang berlokasi di Jakarta,

Mittran juga menerima kiriman sampah yang sudah diolah dari mitranya yang berada di Sumatra, Kalimantan hingga Sulawesi.

Apakah Anda tertarik mencoba peruntungan di bisnis sampah ini? Satu modal yang penting, untuk terjun ke bisnis ini, seperti Hidayat bilang, Anda harus mempelajari dulu seluk-beluk soal sampah. Mulai dari mengenal jenis-jenis sampah yang banyak, pengumpulan, pemrosesan hingga mengenal perusahaan penampung hasil sampah-sampah mereka. “Orang yang mau terjun ke usaha ini harus mengetahui gambaran makro dan detail soal sampah,” ujar dia.

Asal tahu saja, transaksi produk sampah yang dilakukan Mittran, saat ini, mencapai 30 transaksi atau ada 30 jenis sampah. Oleh karena itu, Hidayat pun menyarankan Anda yang memang ingin menggeluti usaha ini untuk belajar dari orang-orang yang sudah berpengalaman mengelola bisnis sampah. “Cara memisahkan sampah enggak ada di buku, khususnya untuk membedakan jenis-jenis plastik, ada yang harus dipegang, dilihat lewat warna, dan lainnya,” kata Hidayat. Bisa juga Anda menimba ilmu ke pada beberapa instansi yang memang mengadakan pelatihan soal manajemen sampah. Angkut sampah Pendapatan yang diperoleh dari usaha ini sebagian besar bersumber dari kegiatan pengumpulan sampah dan pengolah. Anda bisa mengambil sampah-sampah tersebut dari tempat atau tong sampah yang disebar ke rumah-rumah penduduk. Mittran membuat sendiri tempat sampah yang diletakkan di rumah penduduk.

Untuk mengambil sampah ini, Mittran mengutip biaya Rp 50.000 per bulan untuk setiap titik sampah yang bisa dipakai oleh dua rumah tangga sekaligus. Tapi, jumlah iuran ini juga bergantung pada kondisi warga dan lokasi pengambilan. Apalagi, kalau warga sudah memilah sampah dengan benar, mereka juga bisa menjual hasil sampahnya secara langsung.

Dalam usaha ini, biasanya, Mittran akan bekerja sama dengan pengurus rukun tetangga (RT) atau pengelola kawasan perumahan tertentu. Selain kawasan perumahan di Bekasi, Mittran juga mengelola sampah hingga ke lokasi Villa Pamulang Mas, Summarecon, dan lainnya. Klien lainnya berasal dari beberapa apartemen dengan tarif berkisar Rp 5 juta hingga Rp 20 juta per bulan.

Bisnis jasa pengangkutan sampah ini juga cukup menggiurkan. Naba yang menawarkan jasa ini mengutip biaya Rp 7 juta hingga Rp 10 juta per bulan. Kendati belum mengibarkan bendera usaha, Naba mampu menggaet perumahan dan fasilitas umum, seperti pasar, sebagai kliennya. Naba mengatakan, peluang jasa pengangkutan sampah ini makin besar. “Banyak perumahan baru,” tutur dia. Dari jasa pengangkutan saja, keuntungan yang diperoleh bisa 40%.

Jika belum menjalin kerja sama dengan pengurus RT atau pengembang, Anda juga bisa memasok sampah dari pemilik gerobak sampah. Ini yang dilakukan Lilik Yulianto, pemilik usaha pengolahan sampah Inti 81 di kawasan Sudimara Selatan, Tangerang.

Lilik yang baru memulai usaha ini Desember lalu, mendapat pasokan dari para penarik gerobak sampah. “Saat ini, baru ada enam gerobak, karena sumber daya manusia belum mencukupi. Padahal, ada 42 gerobak yang ingin masuk,” ujar Lilik. Di luar pemilik gerobak, beberapa pengembang telah mengajaknya bekerja sama.

Sebagai pengumpul sampah, tentu saja, Anda harus menyiapkan lahan untuk melakukan proses pengolahan. Lahan ini sebaiknya tak dekat dengan permukiman penduduk. Maklum, citra sampah lekat dengan bau busuk yang menyengat. Meski bila diolah dengan segera, sampah tak akan menimbulkan bau.

Luas lahan yang diperlukan kurang lebih 600 m<sup>2</sup>. Di atas lahan tersebut, tentu saja, Anda harus menyiapkan bangunan untuk meletakkan mesin-mesin pengolahan sampah Organik dan anorganik

Setelah sampah terkumpul, baru dilakukan pengolahan sampah. Pertama-tama, dilakukan proses pemilahan untuk memisahkan sampah organik dan anorganik. Proses pemilahan ini, bisa dibantu oleh sebuah mesin sortasi.

Nah, setelah terbagi dalam dua jenis sampah, masing-masing jenis akan diproses. Sampah organik bisa menjadi bahan baku kompos. Tahap pembuatannya kompos harus melalui pencacahan, pengayakan, dan pengadukan. Masing-masing tahap itu bisa dilakukan dengan bantuan mesin pula.

Supaya kompos yang dihasilkan berkualitas, Anda juga bisa menambahkan pupuk kandang di dalamnya. Seperti yang dilakukan Lilik Yulianto, pemilik usaha pengolahan sampah Inti 81 di Sudimara Selatan. Ia menambahkan kotoran sapi atau kambing dalam kompos.

Dari empat meter kubik (m<sup>3</sup>) sampah organik, Inti 81 bisa menghasilkan 50 kg kompos. Lilik pun mengemas pupuk ini dalam plastik ukuran 10 kilogram dan dijual dengan harga Rp 7.500.

Sampah anorganik membutuhkan penanganan yang lebih spesifik. Maklumlah, sampah-sampah ini selanjutnya merupakan bahan baku daur ulang.

Jika tak ingin repot, Anda bisa saja menjual sampah jenis anorganik langsung ke para pengepul. Tentu saja, untuk mendapatkan harga yang lebih baik, sampah-sampah anorganik tersebut harus kembali disortir. Sampah dipisahkan berdasarkan bahannya, yakni sampah plastik, kertas, kaleng, beling (kaca) dan lainnya.

Khusus sampah plastik, bisa dipilah-pilah lagi berdasarkan jenisnya. Penyortiran semacam itu perlu karena masing-masing jenis plastik harganya berbeda. Pemisahan sederhana bisa dilakukan, seperti kantong plastik, gelas dan botol dari air minum kemasan, plastik emberan dari kemasan sabun, sampo dan lainnya. Harga sampah plastik itu mulai dari Rp 500 hingga Rp 2.500 per kilogram.

Harga jual juga berbeda jika sampah-sampah tersebut dalam kondisi bersih. Namun, untuk proses pembersihan ini, Anda juga harus mempunyai mesin untuk mencuci sampah plastik tersebut, Setelah terkumpul, baru sampah dipres untuk selanjutnya ditimbang.

Dari pengolahan berbagai sampah anorganik ini, Mittran mencatatkan omzet dengan nilai berkisar Rp 3 juta–Rp 5 juta per hari. Dari situ, Hidayat pun menghitung, profit yang diperoleh bisa mencapai 20%.

Untuk pengadaan mesin-mesin pengolah sampah, menurut Hidayat, ada baiknya melihat potensi ekonomi usaha ini. Anda bisa saja menyewa mesin ini terlebih dulu. Banyak produsen mesin, yang juga bersedia menyewakan mesin-mesin pengolah sampah.

Harga mesin sendiri bervariasi, mulai dari Rp 35 juta hingga Rp 75 juta per unit. Sementara, tarif sewa mesin mulai dari Rp 35.000 hingga Rp 60.000 per hari. Namun di luar tarif sewa tersebut, Anda juga harus menyiapkan uang jaminan yang nilainya mencapai puluhan juta. “Dengan sewa, bisa mengantisipasi jika usaha ini tidak menguntungkan uang bisa kembali,” pesan Hidayat. (SPC/25/Kontan)

## **JOHN PETER, PENGUSAHA YANG SUKSES DARI JUALAN BARANG RONGSOKAN**

Siapa yang menyangka bahwa dari barang-barang bekas seseorang bisa kaya raya ? John Peter adalah pria yang berhasil melihat peluang bisnis dari benda-benda rongsokan itu dan mampu menjadikan dirinya sebagai salah satu pebisnis sukses kelas menengah di Indonesia. Bila menarik ke masa lalu, tidak ada dalam pikiran John akan menjadi seperti sekarang ini. Bagaimana tidak, sejak kecil dirinya adalah seorang yang dikenal nakal. Judi dan mencuri adalah kesukaannya ketika masih bocah. Gara-gara kelakuan tidak baiknya tersebut, orangtua angkat tangan dan menyerahkan dirinya ke paman yang ada di Cirebon.

Bukannya bertambah baik, ia malah bertambah nakal. Uang milik pamannya pun tanpa ragu ia ambil. Saat ketahuan mencuri, dia akhirnya diusir dari rumah sang paman. "Saya menyampaikan kepada orang tua bahwa saya sudah diusir dari rumah saudara saya ini, tapi orang tua juga tidak bisa terima karena saya dianggap yang ngga benarnya. Itulah perjalanan yang menurut saya yang sangat menyakitkan," ujar John. Di tengah ketidakadaan tempat berteduh, ia memutuskan untuk mendatangi rumah Hok Kwe Sin – teman baiknya waktu itu. Tidak hanya satu malam, dua tahun ia tinggal di sana. Kebaikan dan kemurahan hati keluarga Hok Kwe Sin benar-benar menyentuh hati John Peter kecil.

Singkat kisah, ia meninggalkan kelakuan buruknya yang dilakukan sejak kecil. Belajar, membantu jualan keluarga Hok Kwe Sin adalah kegiatannya saat itu. Seiring dengan prestasi akademik di sekolah menengah pertama yang dicapai, orangtuanya akhirnya mau membiayai sekolahnya di tingkat lanjutan atas. Di kala SMA, ia tidak lagi hidup dengan keluarga Hok Kwe Sin karena ia menimba ilmu pengetahuan di Bandung. Walau semua urusan administrasi sekolah tidak menjadi masalah lagi - karena ada bantuan dari bapak-ibu, tetapi ia tetap mau bekerja. Pekerjaan yang ia dapat ketika itu adalah sebagai penambal ban. Seusai jam sekolah hingga larut malam, ia selalu berada di tempat tambal ban. 3 tahun terlewati, ia pun menjadi pribadi yang semakin mandiri dan bukan itu saja ia bahkan berhasil mempertahankan prestasi belajarnya yakni dengan masuk ke Departemen Teknik Kimia, Institut Teknologi Bandung (ITB).

Saat kuliah, John cukup aktif mengikuti kegiatan gereja, memberi pelayanan kepada gelandangan yang sehari-hari bekerja sebagai pemulung. Dari situ ia melihat bahwa ternyata penghasilan para pengambil barang rongsokan ini lebih tinggi daripada upah minimum regional yang ditetapkan pemerintah di zaman tersebut. Berbekal keyakinan bahwa sampah yang menjijikan merupakan lahan yang sangat menguntungkan, ia terjun ke dalam usaha mengelola sampah. Sebagai bentuk keseriusannya berbisnis, memutuskan untuk cuti kuliah dan bekerja mengepul sampah dari para gelandangan binaannya. Untuk usaha itu, ia meminjam uang sebanyak Rp 4 juta dari seorang teman. Modal yang dimiliki ia langsung gunakan untuk menyewa tanah di daerah Padasuka, Bandung. Di sana, ia mendirikan empat bilik bagi para pemulung. "Tapi saya lupa karakter mereka," kata John. Pada pemulung yang dibinanya ternyata berbuat curang. Barang yang sudah ditimbang, mereka curi dan ditimbang lagi pada kesempatan lain. John pun rugi sampai Rp 2,2 juta. Dengan sisa modalnya, John pindah ke Cikutra, Bandung. Di sana ia tetap tinggal bersama para pemulung yang dibinanya. "Saya hidup dan makan bersama mereka, sampai mereka sadar bahwa saya pun bekerja keras untuk mendapat untung." Pada tahun pertama, John sudah bisa mendapatkan omzet hingga Rp 18 juta per bulan. Tidak mau bergantung dengan mengumpulkan dan menjual barang rongsokan ke bandar lain, ia mulai menggiling dan menjual sampah ke pabrik. Omzetnya justru berlipat ganda. 2006, John akhirnya mampu membeli mesin pembuat biji plastik. Di dalam kacamata bisnisnya, biji plastik

merupakan usaha yang cukup potensial karena harganya bisa ia jual dengan berkali-kali lipat. Saat ini, pendapatan John telah mencapai Rp 800 juta hingga Rp 1,2 miliar per bulan dengan keuntungan bersih 10 persen. Dari laba yang dimiliki, John membuka berbagai usaha lain seperti apotik, pabrik pupuk organik, dan menjadi kontraktor perumahan Santosa di Cipamokolan, Bandung. Walau bisnis berkembang pesat, tetapi pria berdarah Karo ini tidak menganggap harta dunia adalah yang berharga, melainkan kekekalan yang hanya bisa ia dapatkan di dalam Yesus Kristus.

## **IWAN SUNITO, PENGUSAHA INDONESIA SUKSES DI SIDNEY,**

Iwan Sunito adalah warga Indonesia yang sukses membangun kerajaan bisnisnya di Australia. Lini usaha utamanya adalah Crown International Holding Groups, sebuah perusahaan bidang properti, spesialis membangun apartemen.

Iwan yang lahir dan besar di Surabaya, Jawa Timur, memilih merantau pada 1984 untuk belajar arsitektur di Universitas New South Wales Australia. Selepas kuliah, dia bekerja serabutan menggambar desain gedung.

Dia mengaku, sejak kecil memang gemar menggambar. Terkadang, tak dibayar pun Iwan tetap mengerjakan proyek desain tersebut.

"Saya gambar proyek orang lain, dibayar enggak dibayar tidak masalah, karena saya memang suka dengan properti," ungkapnya di sela-sela acara Konferensi Diaspora Indonesia ke-II, Senayan, Jakarta, Selasa (20/9).

Setelah periode serabutan, dia sempat dua tahun bekerja di Cox Richardson Architects. Tugasnya menjadi tukang gambar desain bangunan. Iwan sempat merasakan jenuh, karena karirnya terkesan mentok.

"Saya sempat merasa, ini 5 tahun menggambar kok enggak ada dampaknya, tapi saya percaya satu hal, kerja keras, lalu kerja cerdas. Saya jaga pikiran saya untuk tetap besar, cita-cita besar, meski saya mulai dengan pekerjaan kecil," ungkap pria kelahiran Juli 1966 ini.

Pada 1994, dia memberanikan diri membuka usaha sendiri, yaitu Crown Group. Proyek yang dia dapat adalah merancang hunian mewah di Kawasan Rose Bay, Sydney, dengan kontrak 500.000 dolar Australia.

Dari situ Iwan pelan-pelan merintis usaha propertinya semakin besar. Kerja kerasnya sekarang menuai hasil. Tahun ini saja, dari Sydney, dia telah meraup laba Rp 15 triliun.

Masih ada kesempatan meraup Rp 30 triliun tambahan dari proyek penggarapan apartemen. Di Indonesia, Iwan bersiap membangun 4 apartemen dan gedung tinggi senilai Rp 100 triliun.

Crown Group kini ditaksir memiliki total aset USD 3 miliar. Iwan mengaku dalam waktu dekat ingin mengantar perusahaannya melantai di bursa Negeri Kanguru itu. Soal kunci suksesnya, Iwan berpesan bahwa sejarah hanya mengenal pemenang. Karena itu, dia memacu diri menjadi orang nomor satu di bidang yang dia cintai yaitu properti. "Enggak ada yang ingat orang kedua mendarat di bulan. Pemenang pasti punya spirit tidak mudah menyerah," kata pria yang memegang gelar S2 bidang manajemen konstruksi ini.

Kini Iwan membuktikan janjinya 'pulang kampung' ke Indonesia lewat proyek di Jakarta yang sedianya mulai dijalankan akhir tahun ini. Pria yang masih fasih berbahasa Jawa logat Suroboyoan ini

mengaku masih mencintai Indonesia walau mencari rezeki di Australia. Kebetulan kakaknya, Nisin Sunito, juga pengusaha sukses di negara itu. Bisnis saudara kandungnya adalah peternakan sapi yang sangat besar. Iwan dan Nisin saat ini ditawarkan pemerintah untuk kembali ke Indonesia. Iwan mengaku sanggup dan akan mengusahakan mencari koneksi agar pengusaha dalam negeri terbantu memasarkan produk-produknya, terutama ke Australia. "Kita ini bukan kabur dari Indonesia, tapi menjangkau koneksi ekonomi untuk Indonesia," tandasnya.

## **CV LAKSMI PRIMA**

Saat 70 persen petani menggunakan pupuk anorganik, CV Laksmi Prima, justru berinovasi dari nol dengan kompos dan pestisida alami. Ini membuktikan, pengembangan pupuk cair organik dari bahan sampah yang dilakukan Yasmanu (54) jauh lebih berkualitas. "Pupuk cair ini mampu memperbaiki unsur hara tanah. Sehingga meski hanya menanam satu bibit, hasilnya bisa berkembang lebih banyak daripada menanam dua sampai empat bibit," ujar Yasmanu, pemilik usaha kecil mikro menengah (UMKM) asal Pasuruan, menceritakan penggunaan pupuk alami itu. Kisah Yasmanu tak berlebihan. Sejumlah bahan yang digunakan untuk pupuk tersebut menggunakan sampah tumbuhan seperti buah bintaro, bongkol pisang dan air kelapa. Sedangkan sisanya merupakan rempah-rempah seperti pahitan, temulawak, kunir, gula merah, ditambah susu asam, air kedelai dan madu. Produk olahan yang diberi merek dagang 'Primanu' ini, mendapatkan apresiasi dari peneliti institute Pertanian Bogor (IPB) pada 2010 lalu. Perguruan tinggi tersebut kemudian membantu produksi massal dan pemasaran pupuk cair tersebut. Sekarang, dalam satu bulan rata-rata pihaknya memproduksi hingga 5.000 liter pupuk cair, atau sebanyak 5.000 botol. Daerah pemasarannya pun bukan hanya menjangkau lahan sentral pertanian Provinsi Jawa Timur, namun hingga pelosok di Sumatera. "Ide inovasi ini saya dapatkan ketika mengikuti pelatihan pupuk organik di program pelatihan kerja (PPK) Sampoerna 2007 lalu. Ditambah bekal pengalaman sebelumnya sebagai petani," ujarnya. Pupuk 'Primanu' semakin berkembang. Kini, malah menghasilkan omset ke Yasmanu sekitar Rp 200 juta per bulan. Sedikitnya, ada 30 warga sekitar lingkungannya diberdayakan dengan upah Rp 75 ribu per orang per hari. Bukan hanya Yasmanu yang merangkak dari nol. Kaiman (51) sudah enam bulan ini menjadi tamu kehormatan di Timor Leste. Dia diundang oleh menteri pertanian negara tersebut untuk melatih dan menularkan ilmunya kepada warga setempat. "Padahal 10 tahun yang lalu, saya hanya seorang sopir angkutan umum, bahkan pernah juga jadi pencopet," ujarnya, tergelak. Tapi sekarang, pengusaha jamur tiram dari CV Jatiman Food itu, mampu mengeksport hasil produksinya hingga ke Korea Selatan dan Cina sebanyak 16 ton per bulan. Dan usaha yang digelutinya delapan tahun terakhir ini, menuai keuntungan bersih hingga Rp 100 juta per bulan. Bila dibayangkan, kata dia, modal awal yang terkumpul tidak lebih dari Rp 500 ribu, itu pun upaya dari menggadaikan BPKB motor. Berkat program PPK Sampoerna selama tiga bulan, area usaha yang awalnya hanya di beranda teras rumah 240 meter persegi, kini meluas sampai tujuh hektare. Desa Bulukandang tempat tinggalnya, merupakan kampung jamur Pasuruan, namun, seiring berjalannya waktu, banyak usaha yang rontok. Hanya saja, dia tetap bertekad untuk membudidayakan kearifan lokal lingkungan tersebut. "Sekarang, desa itu menjadi produsen jamur, dan saya dinyatakan sebagai 'Duta Jamur Indonesia'," ujarnya. Kesuksesan usaha hasil didikan PPK Sampoerna bukan hanya dirasakan oleh mereka yang sudah berpengalaman. Seorang penggiat modifikasi motor asal Pasuruan, Willy Irawan (26), kini menjadi pengusaha muda yang bergerak di bidang miniatur kendaraan roda dua. Dengan menerapkan sistem 'online marketing', dia menjangkau seluruh komunitas pencinta Vespa dan Harley Davidson di Indonesia untuk ajang promosinya. Meskipun dengan sistem 'order' barang, namun dalam satu bulan, dia bisa memproduksi 70 unit, dari sejumlah pemesan. "Pasar kami berada di

sejumlah kota besar seperti Jakarta, Bandung, Medan, Makasar dan Surabaya,” kata Willy. Dia menambahkan, pihaknya memproduksi barang yang dipesan oleh sejumlah komunitas tertentu. Untuk harga Vespa antara Rp 100 ribu – Rp 200 ribu, sedangkan Harley Davidson hingga Rp 600 ribu. Menanggapi semua kisah sukses ini, Presiden Direktur PT HM Sampoerna, Paul Janelle mengaku komitmen Sampoerna untuk membangun perekonomian masyarakat melalui PPK sejalan dengan perannya sebagai katalisator perekonomian. Bahkan hal tersebut dinilai sebagai dukungan gerakan kewirausahaan nasional. "Mereka mampu membuka lapangan kerja, dan dari hasil usahanya itu rata-rata memperoleh omset di atas 50 juta per bulan,” kata Paul. Direktur Corporate Affairs PT HM Sampoerna, Nikos Paphathanasiou mengatakan, perusahaannya akan terus menjalin kemitraan dengan pelaku UMKM untuk mendorong tumbuhnya wirausaha baru. Tahun ini sedikitnya ada 100 pengusaha di bidang makanan- minuman, garmen, agribisnis, kerajinan tangan, mebel dan peternakan yang dinilai berhasil

*Kompilator : Inggita Cahya R*

## 1. JASA FOTOKOPI



Bermula dari usaha jasa fotokopi, ketrampilan dan bakat lelaki kelahiran 21 Mei 1975 ini mulai terasah. Didorong oleh kebutuhan keluarganya yang terus meningkat, ia mencari peluang membuka usaha sendiri, dibantu seorang kenalannya di Kantor Departemen Pendidikan Nasional (Depdiknas), Tangerang, ia membuka usaha jasa fotokopi.

Berbekal tabungan senilai Rp 500 ribu ditambah dengan pinjaman dari beberapa temannya sebesar Rp 15 juta, terbeli **mesin fotokopi** dan berbagai kebutuhan lain, sementara untuk operasional sehari-hari, Arta Prima, begitu **Yulianto** menamai usahanya, masih mengandalkan pinjaman temannya.

Seiring perjalanan waktu, usaha Yulianto pun terus berkembang. Terlebih di kompleks Depdiknas, Arta Prima merupakan satu-satunya usaha fotokopi yang menangani hampir sebagian besar penggandaan surat ataupun dokumentasi lain di departemen itu. Hal ini menaikkan omset penjualannya sampai Rp 5-10 juta dalam sebulan. Kepercayaan yang sama dari Telkomsel dan Indosat juga untuk menggandakan materi pelatihan dan berbagai kebutuhan lain yang berhubungan dengan masalah percetakan pun dapat diraihinya.

Untuk mengatasi beban kerja, selain merekrut pegawai, di awal tahun 2003 itu ia mulai mengajukan kredit mikro ke BNI Cabang Palmerah, Jakarta sebesar Rp 50 juta, yang sedianya akan dipakai untuk membeli dua mesin fotokopi dan perlengkapan lain. Hanya dalam tempo tiga hari, modal usaha yang dibutuhkan disetujui, karena dinilai cukup layak (omset Yulianto cukup besar untuk ukuran pengusaha kecil, keberadaan Depdiknas sebagai pelanggan tetap, membuat resiko usahanya lebih kecil) untuk diberikan pinjaman, dengan masa pelunasan selama tiga tahun.

Sementara untuk memperluas pasar ia juga membuka cabang. Pada awal 2006 dengan total dana sebesar Rp 15 juta, ia membuka cabang di daerah Mampang, Jakarta Selatan, sekaligus menambahnya dengan penyewaan komputer. Ekspansi ini berhasil meningkatkan omzet dan kualitas layanannya, baginya pelayanan dan hasil terbaik, adalah kunci utama mempertahankan pelanggan.

Bantuan yang diberikan BNI, mendorong **Yulianto** untuk mengajukan kredit baru (walaupun omset penjualannya sudah menyentuh angka Rp 30 juta sebulan) guna membeli mesin lagi. Semuanya dilandasi kepercayaan bahwa ekspansi usaha adalah jalan terbaik untuk memperbesar bisnisnya

## 2. WARUNG SS



Berawal dari kegemaran akan sambal, seorang sarjana teknik kimia UGM rela melepaskan jabatannya sebagai menejer di sebuah perusahaan terkenal di Yogya untuk memulai membuka usaha warung tenda bersama teman-temannya. Pada tahun 2002 dengan konsep warung tenda **Yoyok Heri Wahyono** bersama teman-temannya membukausaha makanan dengan mengandalkan cita rasa sambal yang pedas. Dengan nama “**Waroeng Spesial Sambal (SS)**” pria 38 tahun ini berkeinginan memanjakan konsumennya dengan pilihan sambal yang bervariasi, tidak tanggung-tanggung 28 jenis sambal disiapkan sebagai pendamping lauk pauk dan nasi dengan tingkat kepedasan di atas rata-rata. Jadi walaupun lauknya sama tetapi sambalnya bisa berbeda-beda.

Digawangi 6 orang tenaga kerja termasuk **Yoyok**, tempat pertama berkonsep warung tenda didirikan di pinggir jalan, Jln. Kaliurang sebelah barat Grha Sabha Pramana UGM. Menyajikan pilihan sayur seperti kangkung, trancam, jamur, pecel, plencing jawa, dan sayur asem. Sementara lauknya, tersedia ayam goreng, bandeng goreng, nila goreng, tempe, tahu, iso babat, lele, udang, dan daging sapi. Harga yang ditawarkan pun sangat terjangkau, apalagi bagi pelajar dan mahasiswa yang merupakan pasar utama yang dibidik.

Bisnis warung tenda dengan menu khas aneka sambal ini pun terus berkembang, dan semakin diterima masyarakat dan selanjutnya dengan keyakinan penuh akhirnya dibukalah Waroeng SS-02 di daerah Condong Catur. Melihat perkembangan yang baik, kemudian dengan modal patungan bersama beberapa temannya **Yoyok** kembali membuka cabang Waroeng SS-03 di daerah Seturan.

Perlahan tapi pasti berawal dari warung tenda pinggir jalan kini Waroeng SS telah memiliki 40 outlet yang tersebar di Yogya, Solo, Semarang, Bandung, Jakarta, Malang hingga Pekanbaru. Di Yogya sendiri terdapat 11 outlet plus satu warung tenda pertama yang masih bertahan hingga saat ini.

Banyaknya cabang yang berdiri terutama di area Yogya, Waroeng SS akhirnya memiliki dapur terpadu di belakang kantor pusat di daerah Pogung Yogya. Dapur terpadu tersebut berfungsi mengolah masakan yang akan didistribusikan ke seluruh outlet di area Yogya. Semua outlet mendapat pasokan makanan setengah matang. Ini dimaksudkan agar cita rasa tetap terjaga, jadi walaupun berbeda outlet namun pengunjung tidak akan mendapatkan rasa yang berbeda.

Meskipun namanya “**waroeng**” namun layanan kepada pelanggan yang diberikan tidak kalah dengan restoran-restoran besar lainnya. Termasuk salah satu layanan yang diberikan yaitu layanan pesan antar dalam jangkauan  $\pm 5$  km dari kantor pusat dengan minimal order Rp 20.000 saja.

Kini **Yoyok** yang identik dengan sebutan Mr. Huuh Haah bersama **Waroeng SS** nya berhasil menjadi salah satu pioneer dalam bisnis kuliner ini. Kalau Mr. Huuh Haah saja bisa, Anda pun pasti biasa. Semoga kisah sukses waroeng SS ini mampu menginspirasi Anda

### 3. PEMBERSUH KACA YANG SUKSES



Bagi orang-orang menengah atas, mengendarai mobil yang bersih, wangi dan terawat mesin dan bodinya merupakan suatu kebutuhan. Mobil, bagi mereka bukan sekedar alat transportasi, tapi sekaligus sebagai simbol prestise dan kebanggan.

Tidak heran kalau mereka ingin mobilnya tetap kelihatan bersih dan mengkilap. Sebab itu, untuk membuat mobil tampak cantik, mereka tidak keberatan mengeluarkan kocek minimal Rp 500 ribu setiap kali berkunjung ke bengkel salon mobil. Kisah sukses seorang pembersih kaca, dimulai dari seorang lelaki bernama **Haji Akbar Sarwono. Pemilik dan pendiri salon kecantikan mobil HAS,** memang jeli menangkap peluang bisnis.

Di Jakarta adalah lokasi pilihan yang tepat untuk membuka usaha tersebut. Karena perkembangan ibu kota begitu cukup pesat dalam perkembangan jumlah mobilnya, terutama pemilik mobil pribadi. HAS, panggilan akrab **Haji Akbar Sarwono,** kini telah mempunyai lima bengkel di Jakarta yang setiap bulannya didatangi hampir 400 mobil untuk mempercantik interior maupun eksterior mobil. Menurut HAS, jumlah tersebut masih dapat ditingkatkan. Kendala HAS bukan pada pasar, tapi teknis, seperti keterbatasan tenaga kerja dan ruang pembersihan.

Sejak muda, hobi pria kelahiran Surabaya ini adalah merawat mobil.”Saya nekat buka bisnis ini dengan modal dengkul,”ungkapnya. Bisnis yang kini menghasilkan ratusan juta rupiah per tahun ini bermula dari jasa membersihkan kaca.

Pada tahun 1987, **Has** membuka bengkel pertama, di garasi rumahnya di Kelapa Gading, Jakarta Timur. Kala itu hanya dibantu oleh seorang tukang cuci mobil dan menempati sebuah garasi rumahnya yang hanya berkapasitas 2 mobil. Dengan janji kaca buram jadi terang Has memasang tariff Rp 25 ribu per mobil. Mulanya, ia pesimis bahwa tarif sebesar itu dapat memikat konsumen. “Ongkos cuci mobil saja ketika itu hanya Rp 3000,” katanya. Tapi, diluar dugaan Has, pada hari pertama beroperasi, bengkelnya menerima tiga mobil.

Melihat respon pasar yang dinilai cukup baik itu, Has membuka lagi bengkel di Pluit. Kali ini garasi rumah orang tuanya, dan hanya dapat menampung satu mobil. Sejak saat itu, Has tak menganggap lagi merawat mobil sebagai hobi. Ia mulai berpikir serius tentang pengembangan bisnis. Karena itu ia terus mempelajari tentang pengembangan bisnis. Ia terus mempelajari soal kecantikan mobil dengan membaca buku serta mengunjungi pameran-pameran otomotif mobil. Beliau juga mengeluarkan dana cukup besar untuk pergi ke Amerika, di sana Has mengunjungi bengkel-bengkel salon kecantikan mobil dan banyak bertanya tentang bisnis ini. Has semakin mahir dalam bisnis ini.

Has menyadari bahwa usaha ini selain tergantung pada jumlah mobil yang beredar juga tergantung pada lokasi. Pada tahun ketiga Has telah berhasil meraih sekitar 200 pelanggan. Selanjutnya Has mencari tempat berusaha yang dapat menampung lebih banyak. Di tempat yang baru tersebut, Has tidak hanya menawarkan jasa membersihkan kaca mobil, tapi juga mempercantik mobil. Jasa yang ditawarkan dikemas dalam satu paket, yaitu membersihkan seluruh kaca mobil, mengkilapkan cat, membersihkan seluruh bagian interior, membersihkan dan sekaligus mengkilapkan ban, bumper setang wiper, dan handle pintu mobil, serta menciptakan keharuman di dalam mobil seperti mobil baru.

Meski tidak tamat sekolah dasar, pemilik Has termasuk otodidak yang bisa dengan cepat menguasai ilmu dan ketrampilan secara mandiri. Bayangkan saja, kelahiran Malang Jawa Timur tahun 1941 itu

menguasai bahasa Arab, Belanda, Inggris, serta Cina dalam tiga dialek. Konon, keahlian multi bahasa itu berkat pergaulannya dengan kalangan the high yang menjadi langganannya. Karena itu pula, Has juga sering menerima panggilan memoles kapal pesiar dan pesawat terbang milik para konglomerat.

Kisah sukses seorang pembersih kaca ini, patut kita teladani. Bagaimana kegigihannya mulai dari membersihkan kaca hingga mampu menjadikan mobil-mobil pelanggannya tampak seperti keluar dari showroom saja. Semoga dapat menjadi inspirasi berharga bagi anda para pebisnis baru

#### **4. DARI COBA-COBA KINI BISA MENIKMATI OMZET 4 JUTA SETIAP BULAN**

BANJARNEGARA - Ikan mujair biasanya dikenal dalam bentuk masakan untuk menjadi "teman" melahap nasi. Namun, di tangan seorang ibu di Banjarnegara, Jawa Tengah, ikan mujair justru diolah menjadi keripik yang renyah nan gurih. Penasaran seperti apa rasanya?

Ikan mujair yang biasa hidup di air tawar sering diolah sebagian masyarakat sebagai lauk, baik di goreng, pepes, ataupun bumbu santan. Namun lain hal dengan yang dilakukan oleh Sunarti, warga Desa Luwung Kecamatan Rakit, Banjarnegara, Jawa Tengah ini mengolah ikan mujair menjadi sebuah makanan unik berupa keripik yang kabarnya memiliki kelezatan dan tingkat kandungan protein yang cukup tinggi.

Setiap hari, Sunarti, 55 tahun, bersama suaminya Jubaidi, 65 tahun, selalu mengambil ikan di kolam belakang rumahnya. Anakan ikan mujair yang berusia antara 1,5-2 bulan ini selanjutnya akan diolah menjadi sebuah camilan keripik.

Diawali coba-coba dalam mengolah keripik mujahir, dirinya tak menyangka kini bisa menjadi bisnis yang cukup menguntungkan. Dengan dibantu empat karyawannya, dalam sehari dia bisa membuat hingga 25 kilogram (kg) keripik mujair yang dijual per satu kg.

Adapun keripik mujair ini dijual dengan harga Rp75 ribu. Hingga saat ini, keripik mujair buatan Sunarti telah dipasarkan ke sejumlah daerah seperti Jakarta, Semarang, dan Bandung. Omzet dari usaha keripik tersebut bisa dikatakan lumayan, yakni antara Rp4 juta hingga Rp5 juta setiap bulannya. Sunarti yang telah enam tahun menggeluti usaha keripik ini telah mampu menyekolahkan anaknya hingga sarjana. (Elis Novit/Sindo TV/ade)

sumber : [www.okezone.com](http://www.okezone.com)

#### **5. CERITA SUKSES PENGUSAHA DARI TOKO KECIL BISA UNTUNG TRILIUNAN RUPIAH**

Budiarto Halim, chief executive officer PT Erajaya Swasembada Tbk terpilih sebagai Entrepreneur of The Year versi Ernst & Young. Ia berhasil unggul dalam penilaian para juri dari enam finalis lainnya yang berasal dari berbagai bidang industri seperti perkebunan, permesinan, makanan hingga kantong plastik.

Tampaknya, kisah Budi --sapaan Budiarto Halim-- dalam membangun bisnisnya dari nol hingga saat ini sukses menjadi perusahaan terbuka, dengan pertumbuhan harga saham yang amat baik, menarik perhatian para dewan juri yang merupakan pebisnis-pebisnis sukses di Indonesia.

Jika melihat keadaan Erajaya Swasembada saat ini, mungkin tidak terbayang bisnis bernilai triliunan rupiah ini hanya berasal dari sebuah kios handphone kecil di Jalan Rawa Bahagia, sebuah jalan kecil di daerah Grogol, Jakarta Barat, yang mungkin akan selalu diingat Budi. Di jalan kecil itu, Budi memulai bisnisnya dengan menggunakan modalnya sendiri. Tepatnya, berapa modalnya saat itu, tidak diingatnya, tapi ia memastikan jumlahnya amat kecil.

"Saya sudah lupa berapa jumlah pastinya, karena sudah lama sekali, tetapi itu amat kecil," ujar Budi ketika berbincang dengan VIVAnews setelah menerima penghargaan di Jakarta, akhir pekan lalu.

Budi memulai bisnisnya dengan melihat peluang yang amat besar di pasar telepon seluler ke depannya. Akhirnya, pada 1996, dia bersama sepupunya membentuk cikal bakal Erajaya Swasembada.

Bisa membawa perusahaan sebesar saat ini, menurut dia, karena melihat perkembangan teknologi ke depan saat itu yang diprediksi semakin pesat, ditambah meningkatnya permintaan terhadap handphone. "Demand-nya dulu setiap tahun terus meningkat," ujarnya. Sebagai perusahaan yang baru merintis, dia menjelaskan, tentu sulit untuk mendapatkan produk dengan nama yang besar ketika itu seperti Samsung, Motorola, dan Sony Ericsson. Akhirnya, Budi melihat Nokia yang masih belum dikenal oleh orang kala itu.

"Kelas kami sama waktu itu, sama-sama kecil. Jadinya bisa menjalin kesepakatan," jelasnya. Seiring tahun berganti, pamor Nokia terus meningkat sampai merajai pasar handphone Indonesia, bahkan dunia. Kesuksesan Nokia ini tentu berimbang pada usaha Budi. Tanpa menyia-nyikan kesempatan itu, ia membentuk jaringan yang lebih besar untuk penjualan handphone-nya. Ia pun menganggap saat itu posisinya berada di kapal yang tepat pada saat yang tepat.

Ia pun tak menyangkal ada sebagian keberuntungan yang menimpanya. Namun, jika sepenuhnya dikatakan beruntung, dirinya menolak, karena keberuntungan tanpa usaha dan tekad yang keras akan sia-sia.

Budi mengenang, dalam perjalanannya, tentu perseroan memiliki masa-masa sulit dan banyak kendala yang dihadapi. Namun, ada dua yang paling besar yang terus dirinya ingat. Pertama, ketika terjadi krisis pada 1998. Budi menyadari, kalau itu bukan hanya dirinya, namun seluruh masyarakat Indonesia mengalami masa sulit itu.

Kedua, pada 2009. Tahun itu, amat diingatnya karena itulah awal mula smartphone BlackBerry mulai booming di Indonesia. Setahun kemudian, efek populernya amat dirasakan perusahaan yang kala itu hanya menjual satu merek, yaitu Nokia. "Saat itu, penjualan Nokia amat turun dan perusahaan mengalami gejolak hebat," kenangnya.

Satu hal yang membuatnya bertahan, menurut Budi, adalah kepercayaan yang terus diberikan para pegawainya kepada perusahaan. Meski perusahaan sedang menghadapi krisis besar, karyawan serta manajemen tetap mendukung dan setia kepada dirinya.

Hal ini yang membuatnya terus berusaha mempertahankan perusahaan. "Mereka percaya pada perusahaan dan kami juga harus membuat mereka bangga, karena itu kami juga maju terus " ungkapnya.

Pada Jumat lalu, saham Erajaya Swasembada sudah mencapai Rp2.875. Padahal, ketika awal dilepas, harga saham hanya Rp1.000.

Perseroan pun saat ini sudah memiliki lebih dari 390 outlet resmi, termasuk di dalamnya iBox yang merupakan authorized dealer dari produk-produk Apple dengan jumlah karyawan lebih dari empat ribu orang. Dari 90 sentra distribusi yang dipunyai perseroan, kini telah memasok kebutuhan lebih dari 19 ribu reseller di seluruh Indonesia. Sementara itu, pendapatan perusahaan tahun ini dari penjualan diperkirakan menembus Rp12, 8 triliun.

Referensi : [vivanews.com](http://vivanews.com)

*Kompilator : Irlina Priyantini*

## **KISAH SUKSES WIRAUSAHA EKA TJIPTA WIDJAJA, ORANG TERKAYA KEDUA DI INDONESIA**



Kisah pengusaha sukses dari nol tokoh yang satu ini adalah pengusaha yang memiliki mental baja. Mungkin anda telah mengenal namanya lewat Sinar Mas Grup yang kini menjadi perusahaan raksasa di Indonesia. Saat ini, ia berada di tiga besar orang-orang terkaya di Indonesia versi majalah Globe Asia 2010. Tentu sulit dilupakan bagaimana ia meraih segala harapan yang diinginkan dengan semangat pantang menyerah. Anda mungkin tidak merasakan apa yang dirasakan olehnya. Ia sering diterpa dengan kegagalan demi kegagalan dalam menjalankan usaha. Tapi, semua itu tidak mengurungkan niatnya untuk tetap bertahan di dunia bisnis Indonesia yang saat ini konon total kekayaan kurang lebih mencapai USD 3,8 miliar.

Berkat ketekunan dalam menjalankan bisnis, Eka Tjipta Widjaja menjadi salah satu orang terkaya di Indonesia. Usahanya di bawah bendera Sinar Mas Group yang menampung lebih dari 200 perusahaan dengan ratusan ribu karyawan telah membentang ke bisnis keuangan, pulp (bubur kertas), kertas, agribisnis, perumahan / real estate untuk teknologi informasi.

Saya berharap para pembaca yang budiman bisa terinspirasi dari kisah pengusaha sukses dari nol ini. Semua yang dilakukannya, semua kerja kerasnya, dan semangat pantang menyerahnya patutlah kita tiru. Sungguh luar biasa tokoh pengusaha ini karena beliau dibesarkan dalam keluarga miskin. Tapi keadaan tersebut malah menjambut dan menggembelngnya sahingga mengantarkan beliau

menjadi seorang pengusaha terkaya di Indonesia. Tidak sabar untuk untuk mengikuti kisah selanjutnya, mari kita simak perjalanan beliau untuk mencapai kesuksesannya.

### **Profil**

Eka Tjipta Widjaja adalah orang Indonesia yang awalnya lahir di Cina. Beliau lahir di Coana Ciu, Fujian, Cina dan mempunyai nama Oei Ek Tjhong. Ia lahir pada tanggal 3 Oktober 1923 dan beliau merupakan pendiri dan pemilik Sinar Mas Group. Ia pindah ke Indonesia saat umurnya masih sangat muda yaitu umur 9 tahun. Tepatnya pada tahun 1932, Eka Tjipta Widjaya yang saat itu masih dipanggil Oei Ek Tjhong akhirnya pindah ke kota Makassar. Di Indonesia, Eka hanya mampu tamat sekolah dasar atau SD. Hal ini dikarenakan kondisi ekonominya yang serba kekurangan. Untuk bisa pindah ke Indonesia saja, ia dan keluarganya harus berhutang ke rentenir dan dengan bunga yang tidak sedikit.

### **Pendidikan**

Eka Tjipta Widjaja bukanlah seorang sarjana, doktor, maupun gelar-gelar yang lain yang disandang para mahasiswa ketika mereka berhasil menamatkan studi. Namun beliau hanya lulus dari sebuah sekolah dasar di Makassar. Hal ini dikarenakan kehidupannya yang serba kekurangan. Ia harus merelakan pendidikannya demi untuk membantu orang tua dalam menyelesaikan hutangnya ke rentenir. Saat baru pindah ke Makassar, Eka Tjipta Widjaja memang mempunyai hutang kepada seorang rentenir dan setiap bulan dia harus mencicil hutangnya tersebut.

### **Keluarga**

Eka Tjipta Widjaja mempunyai keluarga yang selalu mendukungnya dalam hal bisnis dan kehidupannya. Beliau menikah dengan seorang wanita bernama Melfie Pirieh Widjaja dan mempunyai 7 orang anak. Anak-anaknya adalah Nanny Widjaja, Lanny Widjaja, Jimmy Widjaja, Fenny Widjaja, Inneke Widjaja, Chenny Widjaja, dan Meilay Widjaja. Eka Tjipta Widjaja dikenal sebagai orang yang banyak mempunyai istri atau poligami.

### **Kisah Bisnisnya**

Dalam hal bisnis, Eka Tjipta Widjaja merupakan seorang yang unggul dalam mengembangkan bisnis yang telah dia rintis. Ini terbukti dengan hasil karyanya dalam membangun bisnis di Indonesia ini. Ia sudah menekuni dunia bisnis sejak dia masih berumur sangat muda yaitu umur 15 tahun. Ia mengawali karir bisnisnya itu hanya dengan bermodalkan sebuah ijasah SD yang dimilikinya. Dia berjualan gula dan biskuit dengan cara membelinya secara grosir kemudian dia jajakan secara eceran dan hal tersebut bisa mendapatkan untung yang lumayan.

Namun bisnisnya itu tak bertahan lama karena adanya pajak yang besar pada saat itu karena Jepang menjajah Indonesia. Pada tahun 1980, ia memutuskan untuk melanjutkan usahanya yaitu menjadi seorang entrepreneur seperti masa mudanya dulu. Ia membeli sebidang perkebunan kelapa sawit dengan luas lahan 10 ribu hektar yang berlokasi di Riau. Tak tanggung-tanggung, beliau juga membeli mesin dan pabrik yang bisa memuat hingga 60 ribu ton kelapa sawit.

Bisnis yang dia bangun berkembang sangat pesat dan dia memutuskan untuk menambah bisnisnya. Pada tahun 1981 beliau membeli perkebunan sekaligus pabrik teh dengan luas mencapai 1000 hektar dan pabriknya mempunyai kapasitas 20 ribu ton teh. Selain berbisnis di bidang kelapa sawit dan teh, Eka Tjipta Widjaja juga mulai merintis bisnis bank. Ia membeli Bank Internasional Indonesia dengan asset mencapai 13 milyar rupiah. Namun setelah beliau kelola, bank tersebut menjadi besar dan memiliki 40 cabang dan cabang pembantu yang dulunya hanya 2 cabang dan asetnya kini mencapai 9,2 triliun rupiah.

Bisnis yang semakin banyak membuat Eka Tjipta Widjaja menjadi semakin sibuk dan kaya. Ia juga mulai merambah ke bisnis kertas. Hal ini dibuktikan dengan dibelinya PT Indah Kiat yang bisa memproduksi hingga 700 ribu pulp per tahun dan bisa memproduksi kertas hingga 650 ribu per tahun. Pemilik Sinarmas Group ini juga membangun ITC Mangga Dua dan Green View apartemen yang berada di Roxy, dan tak ketinggalan pula ia bangun Ambassador di Kuningan

Eka Tjipta Widjaja merupakan orang kaya yang masuk sebagai orang terkaya di Indonesia nomor 3 versi Globe Asia 2008 dengan total kekayaan mencapai 6 Milliar Dollar atau setara dengan 54 triliun rupiah. Demikian biografi singkat Eka Tjipta Widjaja.

Untuk mendistribusikan nurani sosial, kemudian mendirikan sebuah yayasan Eka “Eka Tjipta Foundation” (ETF) pada Maret 2006. ETF tercermin dalam visi motto: “tanaman kebaikan kemakmuran panen” atau “perbuatan baik menciptakan benih yang baik”, yang lebih ketat ditetapkan dalam maksud dan tujuan ETF yang meningkatkan kualitas hidup, kesejahteraan dan kemandirian masyarakat di sosial, ekonomi dan lingkungan dengan berkontribusi positif bagi pembangunan bangsa dan negara Indonesia secara berkelanjutan.

Setelah perusahaan mengadakan anak-anak mereka, Eka suka menghabiskan hari-harinya melakukan kegiatan sosial, bertemu dengan teman-teman lama dan kadang-kadang ke Singapura untuk perawatan. Posisi hanya dia masih memegang Ketua Dewan Pembina Eka Tjipta Foundation.

Itulah gambar kegigihan seorang Eka Tjipta Widjaja. Figurnya memang dikenal pantang menyerah. Berbagai pengalaman pahit dalam berdagang ia jalani dengan sikap optimis. Dengan kekayaan mental tersebut, usaha demi usaha yang telah dirintis olehnya membuahkan manis. Ia merupakan sosok manusia yang pantas dicontoh. Semoga pembaca sekalian dapat mengambil pelajaran dari kisah pengusaha sukses dari nol tokoh yang satu ini. Jaga terus semangat kewirausahaan kalian

## **KISAH DIAN PELANGI (PERANCANG MUDA YANG INSPIRATIF)**



Dian Pelangi resah setiap mendengar wanita memakai jilbab atau hijab dicitrakan kuno, tua, dan kampung. Tumbuh di keluarga kental tradisi Islam, ayah pengusaha garmen, dan ibu pemilik butik muslim, ia pun tertantang membuat perubahan.

Berbekal pendidikan tata busana dan agama, ia ambil alih usaha butik ibunya. Tanpa menerjang pakem syariat Islam, ia perlahan mengubah citra negatif busana muslim lewat rancangannya yang stylish dan trendy.

Rancangannya tak hanya memikat muslimah tanah air, tapi juga mancanegara. Bahkan, mereka yang tak mengenakan hijab. “Saya tertantang mencipta fashion muslim yang berbeda. Karena selama ini berbusana muslim itu dianggap nggak keren, kampungan,” kata pemilik nama Dian Wahyu Utami itu.

Di tengah sukses sebagai perancang muda, wanita kelahiran 14 Januari 1991 itu menelurkan ‘Hijaber Community’. Komunitas muslimah muda yang aktif membagi tips dan pengalaman terkait hijab dan Islam. Kegiatannya mulai dari islamic fashion show, tutorial memakai hijab, tausiyah, dan pengajian.

### **Bagaimana awal kisah terjun ke fashion muslim?**

Sejak kecil, saya memang disiapkan orangtua untuk melanjutkan usaha garmen dan butik. Lulus SMP, saya disekolahkan di SMK 1 Pekalongan jurusan Tata Busana. Sempat malu, tapi sekarang malah bersyukur, he he he ...

Lulus SMK, saya mulai diberi tanggung jawab mengurus butik ‘Dian Pelangi’ di Jakarta sambil melanjutkan sekolah ke ESMOD selama setahun. Setelah itu juga sempat mengambil kursus Bahasa Arab di Kairo, Mesir, untuk menambah pemahaman mengenai pakem-pakem agama Islam dalam berbusana.

Tahun 2009, saya diajak gabung ke Asosiasi Perancang Pengusaha Mode Indonesia (APPMI). Saya menjadi anggota termuda di asosiasi itu.

### **Pertama kali fashion show?**

Pertengahan tahun 2009. Saya diajak Kementrian Pariwisata menggelar fashion show di Melbourne, Australia. Saya terkejut, karena ternyata ada perancang senior Iva Latifah juga. Sementara saya masih 18 tahun waktu itu.

Alhamdulillah responsnya bagus. Sampai ada ulasan di koran terkemuka setempat The Age. Mereka takjub dengan kolaborasi religi dan style yang saya buat. Mereka tidak menganggap aku aneh, atau mengait-ngaitkan busana muslim dengan terorisme. Mereka apresiasi banget. Banyak juga bule yang borong, karena kan memang potongannya universal, bisa dipakai tanpa kerudung. Dari situ aku semakin tertantang membuat baju muslim yang stylish, tanpa harus dengan bahan mahal.

### **Momentum yang paling menentukan karier?**

Jakarta Fashion Week 2009. Saya tampil sebagai desainer junior pendatang baru. Responsnya luar biasa. Semua orang sepertinya membicarakan saya dengan banyaknya ulasan di media cetak, elektronik, dan internet. Ajang ini yang sepertinya membuat saya makin dikenal dan mendatangkan undangan fashion show ke mancanegara. Ini menjadi batu loncatan yang bagus banget bukan hanya untuk aku tapi untuk semua fashion disainer Indonesia. Dari situ, koleksi saya dilirik Kementrian Pariwisata untuk dibawa ke London, Inggris, April 2010, dalam acara ‘Indonesia Is Remarkable’ di Harrods. Tapi, sebelumnya saya juga sempat diajak pameran oleh Kementrian Perindustrian dan Perdagangan ke Abu Dhabi. Dan, responsnya selalu positif.

### **Rancangan Dian Pelangi sudah menjelajah ke mana saja?**

Beberapa wilayah Timur Tengah seperti Dubai, Abu Dhabi, Kairo, Jordania. Juga Malaysia, Singapura, Perth, Melbourne, London. Akhir tahun ini, insyaAllah ada muslim world exhibition di Paris. Sudah banyak juga yang menawarkan untuk membuka butik di luar negeri, tapi saya masih

butuh banyak pengalaman. Banyak juga tawaran untuk sekadar memasarkan koleksi-koleksi saya di Dubai, Jordania, bahkan Belgia.

### **Ada trik saat membawa koleksi ke mancanegara?**

Saya selalu survei dulu budaya dan tren masyarakat setempat. Misalnya, saat ke Australia, saya pilih model-model coat atau maxi dress. Kalau ke Timur Tengah, saya buat model-model Kaftan. Ini mungkin yang membuat busana saya juga mudah diterima di setiap tempat yang saya datangi.

### **Inspirasi rancangan Anda?**

Saya sangat suka dengan gaya busana Timur Tengah. Saya mulai mengamati gaya busana mereka sejak saya sekolah di Mesir. Saya pikir, mereka yang paling menjiwai bagaimana cara berbusana muslim yang baik. Ini sangat menginspirasi saya dalam mendesain busana muslim. Tapi saya tak terpaku pada gaya mereka. Saya juga suka mengadopsi gaya busana masyarakat Eropa saat musim dingin. Dari situ saya mulai mencoba merancang busana tapi tetap dengan memadukan ciri khas budaya Indonesia, seperti jumputan, songket, dan batik.

Saya ingin mengangkat pengrajin asli Indonesia, agar hasil kerajinan mereka dikenal masyarakat luas.

### **Pakem rancangan busana muslim?**

Yang jelas, bahannya nggak boleh transparan, desainnya nggak boleh membentuk tubuh, auratnya harus tertutup rapat, tidak mengundang perhatian orang, dan nggak terlalu heboh. Cuma kan masing-masing juga ada tolak ukurnya. Kita juga harus memperhatikan perkembangan zaman. Kalau tidak, kita semakin sulit menginspirasi seseorang untuk mengenakan busana rapat dan menggunakan hijab.

Dulu orang menganggap mengenakan busana muslim selalu identik dengan gaya yang kampung, tapi sekarang kan tidak lagi, mereka yang berbusana muslim juga bisa tetap tampil bergaya namun aurat tetap terjaga.

### **Ada yang kontra dengan karya Anda?**

Bagi sebagian kalangan, desain saya mungkin ada yang agak ekstrim. Ada yang bilang Dian Pelangi busananya nggak mencirikan Islam. Itu jadi masukan. Ada juga yang bilang Dian Pelangi sukses karena ibu dan bapaknya. Ini memang usaha warisan, tapi seharusnya mereka melihat setelah saya pegang grafiknya menurun, naik, atau stag. Yang pasti, nggak mudah meneruskan usaha ini.

### **Ciri khas busana Dian Pelangi?**

Setiap desainer harus punya karakter. Yang selalu saya tekankan adalah corak warna-warni sesuai label 'Pelangi' yang saya pakai. Minimal ada 2 -3 warna dalam setiap rancangan saya. Harapannya, tanpa melihat label, orang sudah tahu itu rancangan saya. Kalau tidak, bisa dicap rancangan orang lain.

### **Material kain impor atau lokal?**

Tenun, songket, batik, dan jumputan diproduksi sendiri di Pekalongan. Bahannya pun asli Indonesia. Khusus jumputan yang memang asli Palembang, biasanya saya desain dulu gradasi warnanya baru dijumput. Kalau tenun, bapak saya menekuni sejak lama.

### **Kemampuan produksi dalam sebulan?**

Saya punya beberapa jenis produk, yaitu Batik Pelangi, Dian Pelangi, Bride Pelangi, dan Tenun Pelangi. Ada kategori mass product dengan harga berkisar Rp50-400 ribu, dan special product Rp500 ribu sampai Rp3 juta.

### **Tips berhijab ala Dian Pelangi?**

Kerudung kan memiliki gaya macem-macem, tapi aturan yang harus diikuti. Jangan terpaku pada komentar orang. Keluarkan saja personal style kamu, asal gayanya nggak terlalu berlebihan.

Untuk malam, pilih kerudung warna-warna gelap, seperti hitam, maroon, ungu, abu-abu atau sesuaikan dengan acaranya. Untuk siang hari, gunakan warna-warna lembut. Jika baju sudah penuh motif, kerudung jangan terlalu ramai. Sebaliknya, kalau kerudungnya sudah ramai, baju netral saja.

### **Gaya busana Dian Pelangi banyak ditiru dan jadi tren?**

Ini menjadi sesuatu yang saya sangat syukuri. Alhamdulillah bisa saling menginspirasi gaya berbusana kaum muslimah. Ini juga tak lepas dari keberadaan teman-teman di 'Hijabers Community' yang turut mempopulerkan gaya busana Dian Pelangi lewat event-event yang kami gelar.

Yang belakangan banyak diminati adalah busana casual dari bahan kaos yang dijumpit (tie dye). Saya pikir kaos material yang tepat karena ringan, simpel, dan tidak terlalu mahal.

### **Apa itu 'Hijabbers Community'?**

Ini bermula puasa tahun lalu. Saat itu, ada undangan banyak untuk fashion show saya. Teman baik saya, Ria Miranda, usul kenapa nggak undang para muslimah remaja aja. Nonton fashion show sekalian buka bersama. Akhirnya, kami sebar undangan lewat jejaring sosial, kami juga gandeng para fashion blogger.

Animonya ternyata bagus, dari 30 kursi yang kami pesan untuk buka puasa ternyata yang datang sampai 50-an orang. Dari situ, ada sekitar 30 orang yang intens berkomunikasi. Januari 2011 mulai terbentuk komunitas itu dan, Maret 2011 kami resmi launching.

Kegiatannya nggak hanya mengadakan persiapan fashion show, tapi ada juga acara pengajian rutin, tausiyah. Jadi nggak sekedar kumpul-kumpul haha hihi dan ngomongin fashion aja, jadi ada pengajiannya juga, nggak melulu fashion show.

### **Ada yang bilang 'Hijabers Community' seperti sosialita berjilbab?**

Nggak gitu. Kami hanya sebagai wadah yang ingin menginspirasi wanita untuk mengenakan busana muslim. Karena selama ini berbusana muslim itu dianggap nggak keren, kampungan, nggak bisa tampil trendy.

Banyak juga yang bilang pake kerudung itu nggak bisa sukses dan berkembang. Lewat komunitas ini kami tunjukkan kalau ternyata banyak muslimah yang kariernya bagus.

Kami nggak sekedar kumpul ketawa-ketawi dan pamer barang mewah. Kami memang senang kumpul untuk tukar informasi mengenai fashion dan senang berpakaian bagus, tapi apa yang kami sebenarnya juga busana rancangan teman-teman sendiri.

Prinsip kami, syiar itu nggak mesti dilakukan di masjid, bisa saja syiar (menyebarkan ajaran-ajaran Islam) dilakukan di mall dengan memakai busana muslim yang menarik. Nggak zamannya lagi seorang muslimah itu tertutup.

Alhamdulillah di komunitas ini kami selalu saling mengingatkan, seperti ketika pake kerudung kelihatan rambut atau leher, kami saling mengingatkan. Kami membuat komunitas tapi tetap ada pakem-pakem muslimahnya

### **Tantangan membangun ‘Hijabers Community’?**

Kami sering dicap sebagai wanita gaul berjilbab yang mau eksis doang. Tapi, justru kami jawab dengan melakukan banyak kegiatan positif dan amal. Terserah orang mau bilang apa, dan Alhamdulillah komunitas ini lebih banyak manfaatnya dari pada mudaratnya.

### **Impian ke depan?**

Saya ingin bikin Adibusana Muslim, biar nantinya fashion muslim sejajar dengan fashion-fashion di Paris termasuk juga sejajar dengan Milan Fashion Week.

Bersama teman-teman di ‘Hijabers Community’, kami bercita-cita mengangkat dan mendukung Indonesia menjadi pusat fashion muslim di dunia. Kalau bukan kita yang mengangkat busana muslim, siapa lagi?

## **KISAH SUKSES BROWNIES KUKUS AMANDA**



Sukses menjalankan Bisnis Rumahan sama seperti bisnis lainnya, membutuhkan kunci sukses yang semuanya diawali dari dalam diri kita. Seperti kunci sukses dibawah ini yang saya rangkum dari Kisah Sukses Bisnis Rumahan Brownies Kukus Amanda :

### 1. Passion

Kita harus memiliki minat dan hasrat yang besar terhadap bisnis yang kita akan tekuni. Passion merubah kegiatan bisnis menjadi hobi atau semi hobi. Kita tidak akan merasa terbebani.

### 2. Ketekunan atau Persistensi

Ini merupakan ciri utama orang sukses. Pantang menyerah dan terus berusaha hingga berhasil meraih sukses.

### 3. Inovasi

Tidak ada produk superior yang akan bertahan lama. Semuanya akan mengalami siklus penurunan. Itulah mengapa ada konsep product life cycle dalam manajemen. Inovasi akan menyelamatkan bisnis Anda ditengah persaingan bisnis yang ketat dan memperlambat konsekuensi dari product life cycle.

### 4. Daya unkit

Sebuah pengungkit memudahkan kita mengangkat barang. Dalam bisnis, kita harus berhati-hati dalam menggunakannya. Daya unkit akan mempercepat kesuksesan atau mempercepat kebangkrutan.

4 kunci sukses bisnis rumahan tersebut tercermin dari Kisah Sukses Bisnis Rumahan: Brownies Kukus Amanda dibawah ini. Anda bisa langsung menuju sumber artikel ini dengan mengklik link dibawah artikel ini. Selamat membaca.

Kelezatan Brownies kukus ternyata tidak hanya berhasil memikat lidah masyarakat luas, makanan ini ternyata juga memberikan sejarah penting bagi Hj. Sumiwiludjeng dan suaminya H. Sjukur Bc.AP dalam mengawali kisah sukses menjalankan bisnis rumahan.



Tentu Anda sudah tidak asing lagi bila mendengar produk brownies kukus dengan merek “Amanda”. Produk yang dulu dikenal sebagai oleh-oleh khas Bandung ini, sekarang gerai dan tokonya sudah bisa diperoleh di kota-kota besar lainnya seperti Yogyakarta, Surabaya dan Medan. Namun siapa sangka bila kesuksesan Amanda yang kini telah berhasil membuka gerai di berbagai kota sampai memiliki pabrik kue, berasal dari bisnis rumahan yang

dulunya hanya dikerjakan Sumi dan dibantu anggota keluarganya.

Mengawali bisnis sesuai dengan minat dan bakat, memang merupakan alternatif tepat untuk bisa sukses menjalankan sebuah bisnis. Bermodalkan kemampuan memasak yang didapatkan Sumi ketika mengenyam Pendidikan Kesejahteraan dan Keluarga di IKIP Jakarta, Ia menjalankan bisnis katering rumahan dengan menerima pesanan kue dan makanan untuk acara-acara tertentu.

Di akhir tahun 1999 Sumi mencoba resep kue bolu kukus yang didapatkan dari salah seorang saudaranya. Ia mencoba resep tersebut hingga berulang-ulang, sampai akhirnya menemukan takaran yang pas untuk bolu kukus tersebut. Dibantu oleh putra sulungnya Joko Ervianto beserta istrinya (Atin), Sumi menawarkan bolu kukus cokelat tersebut sebagai salah satu menu di katering mereka. Berkat kelezatan dan cita rasa bolu kukus cokelat yang unik, produk tersebut dengan mudahnya diminati para konsumen.

Melihat permintaan pasar akan produk tersebut sangatlah bagus, pada tahun 2000 keluarga Sumi memutuskan untuk membuka usaha brownies kukus dengan menggunakan merek Amanda. Nama tersebut merupakan singkatan dari Anak Mantu Damai, yang artinya mengharapkan anak dan menantu bisa selalu hidup rukun dan damai.

Langkah Awal memasarkan brownies kukus Amanda ternyata tidak semulus yang dibayangkan Sumi beserta anak dan mantunya, kios usaha yang dibuka di kompleks pertokoan Metro Bandung harus



tergusur setelah pertokoan tersebut terbakar. Hingga akhirnya mereka memindah usaha kue tersebut dengan menyewa tempat di kawasan Jl. Tata Surya Bandung. Cobaan tersebut tidak menyurutkan tekad mereka untuk tetap menjalankan bisnis brownies kukus, dengan lokasi usaha yang baru mereka juga merasa tertantang untuk bisa mendapatkan pelanggan baru.

Merintis usaha kembali di tempat baru, ternyata memberikan keuntungan tersendiri bagi Amanda. Tak sulit bagi mereka untuk mendapatkan konsumen baru, bahkan minat konsumen semakin meningkat setelah mereka pindah di

lokasi baru. Brownies yang diproduksi setiap harinya selalu habis dibeli konsumen, dan tak jarang banyak konsumen yang harus kecewa karena brownies kukus yang ingin dibelinya sudah habis terjual.

Seiring dengan permintaan pasar yang semakin tinggi, membuat tempat usaha yang mereka tempati sudah tidak memenuhi kapasitas produksi. Tahun 2002 Sumi dan keluarganya berpindah lagi ke lokasi usaha baru di Jl. Rancabolang Bandung. Mengulangi kesuksesan di tahun sebelumnya, dari lokasi yang baru kesuksesan brownies kukus Amanda menunjukkan kemajuan yang luar biasa. Lokasi yang strategis dan didukung dengan cita rasa brownies kukus yang lezat, mengantarkan bisnis yang dulunya hanya dikerjakan di rumah kini menjadi industri kue yang sangat sukses. Dan pada tahun 2004, merek brownies kukus Amanda resmi dipatenkan menjadi brand produk kue buatan Sumi dan keluarganya.

Dibantu para menantu dan ketiga putranya Joko Ervianto, Andi Darmansyah, dan Sugeng Cahyono, kini brownies kukus Amanda sudah memiliki puluhan cabang yang tersebar di berbagai kota. Dengan menawarkan lebih dari dua puluh varian produk, saat ini penjualan produk Amanda bisa mencapai ribuan kotak untuk setiap harinya di masing-masing cabang. Anda bisa bayangkan bukan, berapa besar keuntungan yang diperoleh keluarga Sumi setiap bulannya?

## **KISAH SUKSES DYAH RACHMANITA DENGAN BISNIS GELAS LUKIS**

Sukses itu datangnya bisa dari mana saja. Asal kita tekun dan kreatif...insya Allah pasti akan meraih sukses dikemudian hari. Seperti kisah sukses Dyah Rahmanita berikut ini. Sebagai seorang pengusaha kerajinan tangan yang berupa lukisan di gelas...dyah berhasil meraih sukses besar. Bagaimana kisahnya...?

Sudah tak bisa dipungkiri lagi, industri kerajinan adalah sebuah usaha yang mempunyai margin keuntungan yang cukup tinggi, yakni hingga 70 persen. Lihat saja pengusaha glass painting Dyah Rachmanita, hobi melukisnya bisa berbuah pundi-pundi uang. Padahal, dirinya hanya belajar tiga jam saja untuk bisa melukis di atas gelas.

Dia menceritakan sejak dulu, dirinya memang sudah hobi melukis. Suatu saat, Mei 2007, dia kedatangan pelukis dari Rumania yang mengajarkannya kerajinan melukis gelas. "Hanya tiga jam saya diajari dan selanjutnya saya kembangkan sendiri," ujarnya kepada okezone. Lebih dari empat tahun setelah dia belajar, Dyah kini telah memiliki sebuah showroom untuk memajang kerajinannya di Plaza Araya, Malang. Perempuan yang mengaku sampai saat ini masih mendesain dan mengerjakan hasil akhir karya-karyanya sendiri ini, sudah bisa mempekerjakan lima perajin.

Menariknya, dari usahanya ini, ia dapat memperoleh omzet usaha sekira Rp.10 juta sebulan dengan margin keuntungan mencapai 70 persen. "Ya, untungnya sebesar itu karena ini kan barang seni ya. Mereka yang beli menghargai karya kita," ucapnya. Meskipun semua bahan baku gelasnya didapatkan dengan mudah di pasaran, tetapi khusus untuk catnya, dia langsung mengimpor dari Italia dan Prancis.

Dalam sehari, dia bisa menggarap berbagai kerajinan dari gelas seperti toples, botol, lampu petromak, dsb. “Lama pengerjaannya tergantung ukuran dan rumitnya desain,” tambahnya. Meskipun terlihat sangat menarik dan diminati pengunjung, tapi ia mengaku belum memikirkan untuk mengeksport kerajinannya. “Belum lah, kita belum mampu ngeksport, harus skala besar banget dan kita belum sanggup,” lanjutnya lagi.

Ia juga menganggap bahwa acara-acara seperti pameran Inacraft ini sangat baik untuk mendukung usahanya. “Yang sering-sering saja kayak gini,” tutupnya.

## **KISAH SUKSES SUNANI DENGAN BISNIS JELI DAN DODOL DARI LIDAH BUAYA**

Lidah Buaya awalnya hanya dikenal sebagai bahari dasar kosmetik dan sampo. Dalam satu dekade terakhir, lidah buaya! mulai dikenal sebagai produk beragam makanan olahan asal Pontianak.

Salah seorang yang berperan memopulerkan lidah buaya sebagai produk makanan khas Pontianak itu adalah Sunani (39). Dimulai dari kesenangan membuat kue, lulusan kolah menengah atas itu mencoba membuat jeli dan dodol berbahan dasar lidah buaya (aloe vera) tahun 2004.

“Saya mencobanya dari jumlah yang sangat sedikit, hanya satu kilogram lidah buaya yang saya olah menjadi jeli dan dodol,” ujar Sunani. Pada awal usahanya, Sunani memutuskan untuk menitipkan jeli dan dodol lidah buaya di pusat toko oleh-oleh Kota Pontianak.

Sayangnya, respons konsumen belum bagus karena masih asing dengan produk olahan itu. Sunani menilai hal itu wajar mengingat lidah buaya memang bukan bahan baku siap olah seperti bahan baku lain.

“Mengolah lidah buaya menjadi makanan memang harus sabar, prosesnya agak lama. Konsumen yang membeli produk makanan olahan lidah buaya pada masa awal itu umumnya mereka yang tahu khasiatnya,” ujar Sunani.

Awalnya, Sunani hanya memanfaatkan daging lidah buaya untuk membuat jeli dan dodol. Prosesnya agak rumit karena harus dicuci lima hingga enam kali supaya lendirnya hilang. Selanjutnya, lidah buaya harus direbus.



Tantangan pada tahun pertama membuat makanan olahan dari lidah buaya bagi Sunani terasa berat. Pasalnya, dia harus memperkenalkan produk makanan dari bahan baku yang baru.

“Namun, upaya saya dengan ikut pameran, menitipkan produk di beberapa tempat, dan memperkenalkannya dari mulut ke mulut tidak sia-sia. Dalam tahun pertama, saya sudah bisa mengolah sekitar 200 kilogram lidah buaya setiap bulan,” kata Sunani.

Sunani dibantu lima pekerja pada se-tahun pertama dan bisa membukukan omzet Rp 20 juta per bulan. Supaya makin dikenal konsumen, Sunani yang dibantu suaminya, Jifung (41),

menggunakan merk Isunvera.

Tiga tahun pertama, Sunani menggarap serius pangsa pasar di Kota Pontianak dengan membuat beberapa jenis makanan olahan baru berbahan dasar lidah buaya, seperti kerupuk, minuman, dan teh. Khusus teh, Sunani membuatnya dari kulit lidah buaya.

“Dengan berhasil menemukan cara pembuatan teh dari lidah buaya, usaha saya hampir tak menghasilkan limbah atau sampah. Semua terpakai, mulai daging hingga kulit. Bagian yang tidak terolah hanya bagian ujung dan duri saja, kata Sunani.

Setelah delapan tahun menggeluti usahanya, kini Sunani menghabiskan 2 ton bahan baku setiap hari. Dari kebunnya yang seluas 2 hektar, Sunani hanya mendapatkan sekitar 1 ton bahan baku setiap hari. Sisanya diperoleh dari enam petani yang bersedia bekerja sama menyediakan lahan untuk ditanami lidah buaya.

Saat ini, dia dibantu 35 pekerja yang sebagian besar perempuan. Sebagian dari para perempuan itu adalah anak-anak putus sekolah yang hanya lulus sekolah dasar. Selain untuk pasar lokal Pontianak, Isunvera juga didistribusikan ke beberapa daerah di Indonesia, seperti Jakarta, Yogyakarta, Balikpapan, Pangkalan Bun, dan Banjarmasin. Dalam waktu dekat ini, Isunvera juga didistribusikan untuk memenuhi permintaan Pasar.

Kendati hamil lulus Kitalah menengah atas. Sunani tetap han.i karena tak hanya memasok produk makanan untuk pasar lokal. Pasar makanan lian produk kosmetik berbahan dasar Uдах buaya di Kuchini rawak, Malaysia dan Brunei pun dia

Sunani berbagi peran dengan Jifung. Pemeliharaan dan panen di kebun pengantaran produk untuk Pontianak dilakukan Jifung. sementara pengembangan produk dan pengelolaan sumber daya manusia oleh Sunani

Kendati berhasil mendapatkan omzet ratusan juta, Sunani mengaku belum pernah menambah modal dari pinjaman. Takut, katanya. Sunani dan suaminya tak meminjam modal karena takut pekerjaan sehari-hari terbebani membayar cicilan dan bunga. “Bungo pinjaman tidak pernah kecil Di mana pun itu.” ujar Sunani

Tambahan modal diperoleh dari keuntungan yang disisihkan setiap bulan. Sunani bertekad menambah produknya menjadi 20 jenis pada akhir 2012, termasuk bakso lidah buaya yang baru diproduksi belum lama ini.

*Kompilator : Muhammad Fahri*

## **BERKAT ONLINE SHOP, PENGANGGURAN INI MENJADI PENGUSAHA SUKSES**

'From Zero to Hero', mungkin kalimat itu bisa menggambarkan Suci Utami. Seorang blogger yang awalnya pengangguran, kini bisa mendapatkan penghasilan hingga puluhan juta rupiah dengan berbisnis online.

Setelah lulus dari kuliah pasca sarjananya di London School of Public Relation, wanita kelahiran 31 Januari 1987 itu tidak memilih untuk bekerja sebagai Public Relation atau Marketing Communication profesional sesuai jurusan yang diambilnya. Sebelum memulai bisnis online, ia justru memutuskan untuk menghabiskan waktunya sebagai blogger khusus hijab dengan judul 'lastminutegirl.blogspot'.

"Awalnya dulu sebagai blogger, terus saya pakai jilbab. Semejak pakai hijab, melihat banyak blogger hijab yang bagus-bagus jadi terinspirasi untuk bikin blog khusus hijab. Posting-posting foto tiap hari. Dari situ, Alhamdulillah blognya diterima dengan baik sama pembaca, banyak yang komen, banyak yang follow, hit dari blognya juga lumayan cepat," ujar Suci Utami saat diwawancara Wolipop beberapa waktu lalu.

Setelah blognya mulai mendapatkan banyak pembaca setia, wanita yang berusia 25 tahun itu, melihat adanya peluang usaha. Banyak pembaca blog Suci yang bertanya mengenai hijab yang dikenakan Suci. Bisa dibilang, saat itu hijab berbahan kaus belum banyak ditemui.

"Sebenarnya nggak ngambil itu sebagai opportunity juga, tapi pada saat itu hijab bahan kaus belum terlalu in. Aku lihat peluangnya oke banget karena aku beberapa kali pakai di blog dan banyak yang nanyain aku beli dimana," tambah wanita yang memulai bisnis onlinenya pada awal 2011.

Menurut Suci memulai bisnis online tidaklah mudah. Ia perlu berkonsentrasi selama kurang lebih empat bulan untuk memulai bisnis onlinenya yang bernama Such by Suci Utami. Namun, wanita yang menikah pada 2011 itu, baru bisa membuat bisnis onlinenya benar-benar dikenal orang sejak sang suami, Budy Kurnia Djuanda campur tangan pada 2012. Bahkan Budy memutuskan untuk menseriusi bisnis istrinya dan menjadi 'penggerak'.

"Ide bisnis online ini datang dari kita berdua. Sampe sekarang semua decision hingga strategi pemasaran dia yang bikin karena S1 dan S2-nya bisnis. Jadi menurut aku, sudah sekolah susah-susah bisnis, ngapain jadi somebody's employee. Mendingan kita bisnis saja untuk menerapkan ilmu yang dia dapat, aku dapat. Semua ini dibuat pake ilmu. Alhamdulillah, lancar-lancar aja dengan kehadirannya suami," tambah Suci yang saat diwawancara tengah hamil.

Jika sebelumnya Suci mendapatkan barang dan bahan dari Tanah Abang, kini wanita yang baru saja melahirkan anak pertamanya itu, telah memiliki konveksi sendiri. Saat memulai bisnis online, Suci hanya mendapatkan omzet sekitar Rp 20 jutaan, sekarang ia berhasil mendapatkan omzet hingga Rp 70 jutaan dengan pelanggan yang berasal dari berbagai penjuru dunia.

"Sekarang sudah punya konveksi sendiri terus untuk barangnya sudah disuplai dari penyuplai bahan, jadi nggak ke Tanah Abang lagi. Waktu awal banget, omzetnya masih Rp 20 jutaan tiap bulan. Alhamdulillah sekarang sudah mencapai Rp 60-70 jutaan. Kita buka reseller dan pembelinya bukan dari Indonesia aja, produknya sudah kemana-mana, paling dekat Malaysia, Singapore, Brunei. Untuk yang jauhnya, Prancis, Belgian, pernah juga ke Australia," ungkap Suci lagi.

Menurut Suci, usahanya kini telah sampai pada pencapaian terbesarnya. Walau begitu, Suci masih ingin terus melebarkan bisnisnya dengan mendirikan butik di Indonesia untuk brand pakaian muslimnya tersebut. Berkat bisnis onlinenya itu, Suci telah mendapat kesempatan untuk meluncurkan buku novel bersama tiga blogger hijab dan juga menjadi pembicara mengenai hijab.

"Dari blogger hingga punya brand sudah pencapain besar buat aku, brand aku bisa dikenal terus yang paling latest sekarang, aku bisa bikin novel bareng blogger lain, bikin dvd hijab tutorial sama salah satu blogger juga. Untuk dvd, kita nggak nyangka, kita bikin 1000 keping, dalam waktu dua minggu 750 sudah sold out. Jadi buat kita itu pencapaiannya yang lumayan besar. Belum lagi kesempatan diundang kelas hijab, jadi pembicara tentang hijab," tutup Suci.

<http://forum.viva.co.id/kisah-motivasi/549259-berkat-online-shop-pengangguran-ini-jadi-pengusaha-sukses.html>

## **KISAH SUKSES SEORANG E.O “FROM ZERO TO HERO”**

Meraih kesuksesan bisnis bisa lewat banyak cara. Salah satunya aksi nekat seperti yang dilakukan Andika Lubis. Tanpa bekal, ia pergi ke Amerika Serikat. Kini perusahaan yang dia bangun sukses besar mencatat omzet hingga Rp 400 juta per bulan.

Banyak pengusaha yang sukses meski tanpa modal besar. Salah satunya adalah Andika Rama Lubis. Pria lulusan Arsitektur Institut Teknologi Nasional Bandung ini lebih banyak memulai bisnisnya dengan modal nekat. Toh, kenekatan itu menggiringnya menjadi pengusaha muda **ber-omzet Rp 5 miliar per tahun.**

Saat ini, lewat bendera Eprodeco, Andika berhasil menjadi dekorator tepercaya sejumlah pengelola mal besar di Jakarta. Kliennya mulai dari Plaza Indonesia, sampai perusahaan besar macam Panasonic dan XL Axiata. Satu proyek dekorasi bisa bernilai hingga Rp 300 juta.

Tak hanya dekorasi, lewat induk usaha PT Andrafa Abiatama, Andika juga menyediakan one stop shopping desain kreatif, printing, merchandise, dekorasi, dan event organizer. Sejak pertama kali didirikan pada 2008, klien Andrafa sudah mencapai ratusan perusahaan. Kebanyakan mereka memanfaatkan jasa Andrafa pada acara peluncuran produk.

Dari kecil, Andika yang lahir di Kinabalu, pada 18 September 1974, memang pekerja keras. Ayah Ibunya selalu menekankan untuk berusaha mendapatkan apa yang diinginkannya. “Kalau mau mainan, saya harus beli sendiri dari hasil tabungan, ditambah uang ayah sedikit,” **kenang Dika, begitu ia disapa.**

Demikian pula saat kuliah. Lantaran usaha ayahnya di bidang desain interior bangkrut terimbas krisis moneter pada 1998, Dika harus pontang-panting mencari biaya tambahan kuliah dengan bekerja serabutan. Beruntung, kala itu Citibank menawarkan program kartu kredit untuk mahasiswa. Ia menjadi agen penjualnya. Keuntungannya lumayan. “Bisa buat nambah-nambah uang kuliah,” ujarnya.

Prinsip kerja keras itu menempa Dika menjadi tidak mudah menyerah dan berani mengejar mimpi. Selulus kuliah, ia sempat bekerja di satu perusahaan. Tapi, tak seberapa lama, ia memutuskan mundur lantaran ingin ingin menimba ilmu dan mendapatkan pengalaman kerja di Amerika Serikat (AS).

Dengan bermodal pinjaman dari sang nenek sebesar Rp 10 juta untuk membeli tiket, Andika nekat pergi ke AS. Padahal, saat itu situasi tengah genting setelah terjadi tragedi WTC 11/9. Beruntung, ia lolos di pembuatan visa turis sampai administrasi di bandara. Karena hanya berbekal uang 100 dollar AS dari pamannya, ia terpaksa tidak makan saat pesawat transit di Singapura dan Jepang. Sesampai di AS, Dika menyambangi tantenya untuk menumpang hidup. Lantaran hanya menumpang, ia tak berani meminta uang lebih. Ia memutuskan mencari pekerjaan. Peluang termudah adalah menjadi loper koran. Kebetulan, ada seorang loper koran dekat tempat tinggal tantenya **memperecayakan pekerjaannya ke Dika.**

Saban dini hari, Dika mengantarkan koran dengan meminjam mobil sang tante. Upah mengantar koran lumayan. Dalam dua minggu, ia mendapatkan bayaran 1.500 dollar AS. Tak sampai dua bulan, **ia bisa bayar utang ke neneknya.**

Hidup Dika juga banyak ditopang oleh belas kasih orang lain. Selama belum memiliki visa kerja, ia ditolong seorang warga China-Amerika. “Saya menggunakan **ID dia selama bekerja,**” ujarnya. Singkat cerita, Dika mendaftarkan diri untuk mendapatkan visa pelajar. Ia ingin kuliah di universitas swasta di bidang manajemen **bisnis. Tak disangka, ia diterima.**

Sembari kuliah, Dika menambah jam kerjanya dengan menjadi penjaga toko, mulai dari pukul 16.00 sampai pukul 22.00. Ia tidur selama dua jam, lantas mulai pukul 24.00 hingga pukul 06.00 mulai mengantar koran. Ia melanjutkan waktunya untuk kuliah mulai pukul 7.00 pagi sampai pukul 13.00 siang. “Saya melakukan rutinitas itu selama empat tahun,” ujar Dika.

Pada tahun 2003, ada kabar duka datang dari Indonesia. Ayahnya meninggal dunia karena sakit. Ibunya memanggil pulang Dika. Ia harus menggantikan sang ayah sebagai tulang punggung keluarga. Dengan berat hati, Dika meninggalkan bangku kuliah dan memulai usaha dari nol di Indonesia.

Usaha pertamanya adalah membangun creative design dan event organizer bersama seorang teman. Usaha itu sempat sukses dan berhasil membukukan omzet hingga Rp 2 miliar per tahun. Sayangnya, lantaran ada konflik internal, Dika memutuskan keluar.

Bermodal uang tabungan, bersama sang istri, Rany Fauziah Pospos, yang dinikahinya pada tahun 2005, Dika membangun usaha tandingan. Lewat bendera Andrafa Abiatama, ia mulai mendapatkan aneka proyek. “Pertama, saya dipercaya Panasonic menyediakan aneka merchandise dan produk printing,” kata Dika. Dika juga menggarap dekorasi mal dan interior apartemen. Sejumlah apartemen di Jakarta pernah mendapat sentuhan desain Andika. Kini, ia tengah bernegosiasi membangun dekorasi panggung acara sirkus. “Nilainya mencapai Rp 700 juta karena panggungnya harus kuat dinaiki gajah,” kata Dika.

<http://ferri239.wordpress.com/2011/05/13/kisah-sukses-seorang-e-o-from-zero-to-hero/>

## **SANDIAGA UNO FROM ZERO TO HERO**

Di mulai di sebuah ruangan berukuran 10x8 meter yang dipenuhi oleh cermin-cermin besar di setiap sudut dan dengan ruangan yang dihiasi warna pink di daerah kuning, seorang muda bersama kawannya memulai bisnis setelah dia kehilangan pekerjaannya di tahun 1997 karena imbas krisis moneter yang menimpa perekonomian hampir seluruh dunia. Perjalanan bisnis barupun dimulai, sebuah bisnis yang dijalankan didasarkan kepada pengalaman dan kompetensi yang telah dimiliki.

Pada awalnya perusahaan ini dijalankan dengan modal yang relatif kecil hasil pinjaman, dan dengan tujuan efisiensi perusahaan ini hanya dijalankan berdua sehingga semua proposal, presentasi dan yang hal-hal lainnya dilakukan sendiri sampai-sampai perusahaan ini dianggap kerdil oleh calon klien bahkan sempat 6 bulan tidak mendapatkan klien, gaji karyawanpun tak terbayarkan.

Setelah berjuang susah payah dan penuh dengan pengorbanan di tahun ke-empat perusahaan ini mulai memetik hasil, banyak perusahaan-perusahaan besar menjadi klien perusahaan yang sebelumnya dianggap kerdil itu. Anggapan perusahaan baru dan kerdil dipatahkan oleh kemampuan orang yang menjalankan usaha tersebut. PT. Recapital Advisor adalah nama perusahaan ini dan siapa orang dibalik perusahaan yang saat ini sudah dikenal banyak orang ? Sandiaga Uno atau Sandi nama panggilanannya adalah orang di balik perusahaan investasi raksasa tersebut.

Sandiaga Uno yang saat ini dikenal sebagai pengusaha muda sukses dan menjadi orang terkaya di Indonesia urutan ke-39 versi Forbes dengan total kekayaan hampir 660 juta dolar Amerika pada tahun 2010. Orang mungkin berasumsi bahwa dia berasal dari keluarga yang memang pengusaha, ternyata tidak. Sandi biasa dia disapa berasal dari keluarga pendidik yang tidak kaya raya dan ternyata pernah menelan pahitnya hidup di kala dia harus kehilangan pekerjaan dan terpuruk hingga tak memiliki apapun.

Sandiaga Uno sebelum menjadi seorang pengusaha awalnya adalah karyawan biasa di salah satu bank di Indonesia yang akhirnya gulung tikar diterjang krisis moneter di tahun 1997-1998, yang luar biasanya dia sudah tahu bahwa banknya akan mengalami kebangkrutan namun dia tetap bertahan meskipun tawaran dari perusahaan-perusahaan lain datang, dia berkomitmen bahwa perusahaannya sakit yang harus dia lakukan adalah harus membantu menyembuhkan bukannya meninggalkan.

Setelah kehilangan pekerjaan dan terpuruk tanpa apapun tidaklah membuat Sandi menyerah pada hidup dan keadaan malahan menjadikannya semakin membuka mata untuk bangkit dari keterpurukan dan Dia pun bersama sahabat SMA-nya memulai mendirikan perusahaan bisnis advisor (PT. Recapital Advisor), di dalam menjalankan bisnis tentunya tidak semudah menjalankan pion dalam permainan catur, jatuh bangun pasti pernah dialami. Lalu apa rahasianya?

Sandiaga Uno memegang teguh empat pilar penting dalam menjalankan bisnisnya, yaitu : 1. Kerja Keras, 2. Kerja Cerdas, 3. Kerja Tuntas dan ke-4. Kerja Ikhlas. Pilar-pilar tersebutlah yang bisa kita pelajari dari sosok muda sukses ini dan masih banyak hal yang luar biasa yang bisa dijadikan kaca dan dipelajari dari sosok Sandiaga Uno.

From Zero to Hero pernah dijalani oleh Sandiaga Uno, dari keterpurukan hingga keberhasilan dalam hidup dijalannya dengan pantang menyerah dan sekarang hasilnya bisa dinikmati.

<http://ldbookshelf.blogspot.com/2012/11/sandiaga-uno-from-zero-to-hero.html>

## **MASTER BEBEK, WARALABA MENGGIURKAN DARI CIKARANG**

Kota Cikarang tak salah jika dijuluki sebagai salah satu kota kulinernya Indonesia. Banyak kreasi kuliner penggugah selera muncul di kota yang masih menjadi bagian dari kabupaten Bekasi itu. Salah satu kuliner yang tengah menjadi buah bibir di sana adalah santapan berbahan baku bebek di jejaring resto berlabel Master Bebek.

Adalah Sutarno, itulah pria yang berhasil menyedot perhatian para pemburu kuliner di kota itu – bahkan berdatangan dari luar Cikarang seperti Bekasi dan Jakarta. Setelah *resign* sebagai karyawan di salah satu perusahaan otomotif terbesar Indonesia, pria ini membuka Master Bebek awal Januari 2012 silam di Jalan Sukaresmi, samping pegadaian, Cikarang.

Sejak dibuka pertama kali, berbagai santapan bebek yang disuguhkannya selalu ludes dipesan para pengunjungnya. “Padahal waktu itu gerainya masih belum bagus,” tukas Mas Tarno, begitu ia biasa disapa teman-teman dekatnya. Master Bebek akhirnya melambung menjadi restoran bebek pendatang baru terfavorit di kota itu.

Besarnya animo masyarakat akan suguhan Master Bebek, ia pun berpikir bagaimana agar permintaan yang kian tinggi ini perlahan bisa terpenuhi. Akhirnya, ia pun membuka dua cabang milik sendiri. Diantaranya tak jauh dari Sentra Grosir Cikarang serta di bilangan Kp. Kukun.

Peluang menoreh laba yang demikian legit, akhirnya tersiar ke kota-kota di luar Cikarang. Itulah sebabnya, tak sedikit yang meminta usahanya difranchisekan. Gayung pun bersambut, setelah berpikir matang Mas Tarno akhirnya mewaralabakan Master Bebek.

Alhasil, belum genab setahun, kini ia telah memiliki satu gerai mitra yang berlokasi di Komplek Taman Harmoni Pondok Cabe Udik, Pamulang. Permintaan menjadi mitranya terus berdatangan dari seantero nusantara.

Agar menjadi mitra Master Bebek, Mas Tarno mengimbuhkan, untuk paket *booth* mitra hanya menyiapkan modal sebesar Rp 15 juta. “Kita berikan alat-alat, gerobak, freezer, alat-alat masak,” ujarnya. Kerjasama ia tetapkan selama 3 tahun tanpa *royalty fee*. Pendampingan pun dilakukan sampai mitra benar-benar bisa menjalankan usahanya sendiri.

“Dia (mitra red.) juga hanya menambah Rp 2,5 juta setelah tahun ke tiga untuk hak menggunakan merek Master Bebek,” tukasnya. Tetapi, untuk bahan baku dan bumbu rahasianya, ia sendiri yang pasok kepada setiap mitranya.

“Yang paling utama *sih* bumbu, harus dari kami,” imbuhnya. Tetapi untuk bahan baku yang lain, jika di tempat mitra ada yang jauh lebih murah ia tak keberatan jika mitranya membeli di tempat lain. Selain tawaran dalam bentuk *booth*, paket waralaba lainnya ia tawarkan dalam bentuk mini resto dengan total investasi mitra sebesar Rp 75 juta. “Kita siapkan seperti alat-alat, standarisasi makanan dan tampilan,” imbuhnya seraya menunjukkan contoh tampilan mini resto Master Bebek yang berlokasi tak jauh dari Sentra Grosir Cikarang.

Menurutnya, potensi keuntungan menjadi mitra Master Bebek sangatlah besar. Peralnya, sudah terbukti menguntungkan serta memiliki keunggulan dari sisi citarasa. "Citarasa yang bisa mengikat pengunjung datang kembali," ujarnya. Tak seperti Retoran bebek lainnya yang hanya namanya saja membuat pensaran, tetapi saat rasanya dicoba membuat pengunjungnya lari.

<http://www.forumpengusahaindonesia.com/master-bebek-waralaba-menggiurkan-dari-cikarang/>

## **MILIARDER-MILIARDER MUDA INTERNET**

### **FROM ZERO TO HERO**

Internet kini telah menjelma menjadi 'ladang' dan mesin pencetak uang bagi setiap orang untuk memupuk kekayaan. Hebatnya lagi kekayaan yang mereka peroleh bukan dari warisan, tapi dari kemampuan dan kreatifitas, serta kerja keras mereka dalam mengeksplor internet sehingga menjadi mesin uang bagi mereka dan dinobatkannya mereka sebagai bagian dari jajaran 'Pengusaha-Pengusaha Terkaya Dunia' versi *Majalah Forbes*.

*Booming* internet pada awal 2000-an, benar-benar dimanfaatkan sebagai peluang oleh beberapa orang untuk mencari uang dan kekayaan. Bahkan hanya dengan mengandalkan 'dunia tanpa batas' ini beberapa orang berhasil menjadi salah satu dari pengusaha-pengusaha terkaya di dunia.

Jaringan internet sendiri yang pada awal mulanya hanyalah sebuah proyek penelitian lembaga militer Amerika Serikat, kini telah menjelma menjadi sebuah entitas bisnis yang menjanjikan serta gaya hidup bagi sebagian besar orang di seluruh dunia.

Pengguna internet yang terus bertumbuh dari tahun ke tahun telah membuka peluang bagi setiap orang untuk mencari keuntungan dan kekayaan, serta menjadi terkenal. Hal ini sudah dibuktikan dengan masuknya beberapa pengusaha berbasis internet yang berhasil masuk dalam daftar peringkat pengusaha-pengusaha terkaya dunia yang dirilis majalah kenamaan, Forbes, dalam beberapa tahun terakhir ini.

Pada tahun ini, majalah Forbes kembali merilis orang-orang yang pantas masuk dalam daftar jajaran 'Pengusaha-Pengusaha Terkaya Dunia'. Didalam daftar peringkat tersebut, beberapa orang yang bisnis utamanya berbasis internet berhasil masuk dalam daftar yang dirilis oleh majalah tersebut. Diantara mereka yang masuk daftar pengusaha-pengusaha terkaya di dunia, terdapat beberapa orang yang usianya relatif muda serta belum mencapai umur 40 tahun.

Yang lebih hebatnya lagi, ketenaran dan kekayaan yang mereka dapatkan bukanlah hasil dari warisan orang tua, tetapi hasil dari kemampuan dan kreatifitas mereka dalam mengeksplor internet ditambah dengan kerja keras, sehingga menghasilkan keuntungan yang besar dalam waktu relatif singkat.

Inilah beberapa pengusaha internet berusia muda yang masuk dalam daftar Majalah Forbes tersebut:

#### **Sergei Brin dan Larry Page**

Berturut-turut sudah kedua orang pendiri Google ini masuk dalam daftar peringkat 'Pengusaha Terkaya Dunia' versi majalah Forbes. Pada tahun ini Brin dan Page berada di peringkat 24 dengan kekayaan masing-masing sekitar USD17,5 miliar, sedangkan total aset Google Inc. mencapai

USD40,49 miliar dengan pendapatan kotor pada tahun 2009 sekitar USD23,651 miliar dengan laba sebesar USD6,52 miliar.

Google Inc. yang inti bisnisnya sebagai mesin pencari di internet, kini benar-benar telah menjadi mesin pencetak uang bagi Brin (36 tahun) dan Page (37 tahun). Bukan tidak mungkin kedua pendiri Google ini mampu menyodok masuk ke dalam 10 besar, melihat dari kinerja dan perluasan bisnis Google yang kini mulai merambah bisnis telepon seluler dengan perilisian Android.

Banyak kalangan memprediksi bahwa platform Android di tahun-tahun mendatang bisa menjadi nomor satu sebagai platform yang paling banyak digunakan. Dengan semakin banyak pengguna Android di seluruh dunia, bisa dipastikan pundi-pundi kekayaan duo Google ini makin tambun.

### **Mark Zuckerberg**

Inilah anak muda paling fenomenal sejangat saat ini, usianya yang baru menginjak 25 tahun, tapi telah menjelma menjadi salah satu dari pengusaha-pengusaha terkaya versi Forbes secara berturut-turut. Usia yang sebenarnya masih dalam tahap pencarian identitas tersebut, tidak menghalangi Mark Zuckerberg untuk menjadikan situs jejaring sosial kembangannya, yaitu Facebook, sebagai situs jejaring sosial nomor satu dunia.

Facebook sebenarnya berawal dari keisengan Mark Zuckerberg yang ingin membuat situs pertemanan antarmahasiswa di kampus Harvard tempatnya kuliah pada 2004, ternyata situs tersebut digemari oleh para mahasiswa Harvard. Melihat peluang terbuka lebar di depan mata, akhirnya Mark memutuskan untuk *drop out* kuliah dan lebih serius mengembangkan Facebook.

Kini Facebook telah menjadi situs yang paling digemari di dunia, bahkan pada tahun ini di Amerika Serikat, Facebook berhasil mengalahkan Google dalam hal jumlah pengaksesnya. Tentu saja, dengan bertambahnya pengguna Facebook setiap tahunnya, mengontrol kekayaan pendiri Facebook tersebut yang diestimasi oleh Forbes sekitar USD 4 miliar. Sedangkan total aset bisnis Facebook mencapai USD 15 miliar.

### **Yoshikazu Tanaka**

Pria berkewarganegaraan Jepang yang masih berusia 33 tahun ini merupakan pendiri dari situs jejaring sosial bernama Gree. Situs pertemanan versi Jepang buatan Tanaka kini telah menjadi situs pertemanan yang paling digemari di Jepang.

Pada tahun ini Gree memiliki pengguna mencapai 15 juta pengguna di Jepang. Kepopuleran Gree mengangkat harga saham Gree dan kekayaan sang pendiri yang diestimasi sekitar USD 1,4 miliar, naik dua kali lipat dari tahun sebelumnya.

Sebenarnya situs Gree ini berawal dari hobi Tanaka pada saat ia bekerja di Rakuten, situs belanja populer milik yang juga masuk dalam jajaran pengusaha-pengusaha terkaya dunia versi Forbes dan orang terkaya keenam di Jepang, Hiroshi Mikitani.

Kini situs yang berawal dari hobi tersebut berkembang menjadi situs jejaring sosial paling digemari di Jepang. Di situs tersebut, para pengguna situs dapat mengubah profil avatar game mereka dengan cara

membeli baju dan aksesoris. Dan dengan kejeliannya tersebut, Tanaka kini telah menikmati ketenaran dan kekayaan di usia muda.

Itulah beberapa orang muda yang masuk dalam daftar pengusaha-pengusaha muda terkaya dunia yang dirilis majalah Forbes pada tahun ini. Mereka melihat peluang dan kesempatan yang terdapat pada jejaring internet, dan dengan kemampuan, kreatifitas, serta kerja keras, mereka sukses menjadi miliarder-miliarder muda internet.

<http://cybertech.cbn.net.id/cbprtl/cybertech/detail.aspx?x=hot+topic&y=cybertech|0|0|2|211>