

DENNY SANTOSO



FAMILY ●

● FITNESS

FINANCIAL ●
FREEDOM

DONE IS BETTER THAN PERFECT

Kisah Sukses Seorang Digital Marketer
dan Serial Entrepreneur

OLLIE

DONE IS BETTER THAN PERFECT

Kisah Sukses Seorang Digital Marketer dan
Serial Entrepreneur

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

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

DONE IS BETTER THAN PERFECT

Kisah Sukses Seorang Digital Marketer dan
Serial Entrepreneur

DENNY SANTOSO

Ollie



Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta



KOMPAS GRAMEDIA

DONE IS BETTER THAN PERFECT

Kisah Sukses Seorang Digital Marketer dan Serial Entrepreneur

Denny Santoso

Ollie

GM 617221052

© Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama

Gedung Gramedia Blok I, Lt. 5

Jl. Palmerah Barat 29–37, Jakarta 10270

Perwajahan isi: Mulyono

Perwajahan sampul: Agustinus Purwanta

Diterbitkan pertama kali oleh

Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama

anggota IKAPI, Jakarta, 2017

Cetakan pertama: Juni 2017

Cetakan kedua: Agustus 2017

Cetakan ketiga: Juli 2018

www.gpu.id

Hak cipta dilindungi oleh undang-undang.

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

ISBN: 978-602-03-5542-9

Dicetak oleh Percetakan PT Gramedia, Jakarta

Isi di luar tanggung jawab Percetakan

Daftar Isi

Catatan Penulis	vii
Kunci Kesuksesan.....	ix
FAMILY	1
Family Values	3
Turn Negative Experience to Positive Experience	13
Turning Point: Panic Attack and NLP	17
Discovering My Core Values	29
Solution-Oriented Mindset.....	35
Melihat Peluang dan Membuat Kesempatan	39
Meeting My Soulmate.....	43
Building Partnership in Marriage	49
Decision to Change Your Life	53
How to Get a Mentor.....	57
FITNESS.....	65
Building Healthy Lifestyle for Mind and Body	67
7 Kebiasaan Sukses.....	77
New You: The Impact of Total Makeover.....	81

Bounce Back from Setback	85
Law of Attraction.....	95
Solving Problems by Changing Perspective.....	109
 FREEDOM	 113
The Concept of Time and Financial Freedom.....	115
How to Be a Millionaire.....	121
How to Start	125
The Art of Negotiation	129
How to Find Partners and Create a Winning Team.....	133
Digital Marketing 101.....	139
How I Work: My Working Principles.....	147
A Formula to Validate Market	151
How to Manage Your Time	155
A Day in Denny Santoso's Life	159
Choosing Products to Sell	163
Content Marketing	167
Building Flexible Growth.....	175
Building (Personal) Branding and Social Media Followers	179
Seni Menjual	189
Upgrade Yourself: The Art of a Lifelong Learning	193
 Snapchat dan Vlog: Beradaptasi dengan Tren Baru	 203
How to Act (A Conversation with My Bestfriend)	207
Fun Facts about Denny Santoso	219
Serigala Tidak Peduli Ocehan Kambing.....	225
The Vision Forward.....	227
 Tentang Penulis.....	 233
Tentang Denny Santoso.....	235

Catatan Penulis

Saya dan Denny sama-sama merupakan seorang *risk taker*.

Meskipun sudah menulis lebih dari 28 buku, ini pertama kalinya saya menulis biografi. Menulis kisah orang lain menuntut saya menanggalkan ego dan benar-benar mendengarkan serta mengambil esensi dari kehidupan orang tersebut untuk dituliskan kembali dengan penafsiran saya.

Untungnya, penafsiran saya dan Denny atas suatu hal sering seirama. Ini karena kami sama-sama pengusaha, memulai bisnis sendiri dan membangunnya dengan teknologi.

Saya belajar banyak dari proses penulisan buku ini. Mulai dari penulisan biografi, *digital marketing*, kehidupan, NLP, kebugaran, hingga *relationship*.

Dari Denny, saya belajar untuk berinvestasi pada diri sendiri. Bahwa belajar pada mentor yang tepat, meskipun biayanya mungkin mahal, merupakan strategi paling tepat yang perlu kita lakukan untuk mencapai kesuksesan dalam waktu singkat.

Saya berterima kasih kepada Allah Swt. atas limpahan inspirasi dan talenta yang diberikan-Nya kepada saya. Kepada Papa (Alm.) untuk *work ethic* yang ditularkannya dan Mama untuk cinta dan kasih sayangnya. Seluruh keluarga saya, terutama Alif, Aini, Faqih, dan Dito. Untuk Denny yang sudah memberi saya kesempatan menuliskan kisah hidupnya. Untuk Papa dan Mama Denny, Fellin, Erwin, Hendra, serta seluruh keluarga, kerabat, serta tim Denny Santoso yang sudah membantu proses penulisan serta wawancara, terima kasih yang sebesar-besarnya atas waktu yang telah diluangkan untuk saya.

Saya berharap buku ini bisa membantu teman-teman dalam memahami cara berpikir seorang Denny Santoso dan mengubah hidup Anda menjadi lebih baik.

Selamat membaca.

Jakarta, 17 Mei 2017

Ollie @salsabeela

Kunci Kesuksesan

S elamat datang di beranda rumah saya.

Saya akan memberi Anda kunci untuk memasuki ruang paling pribadi dalam hidup saya. Di dalamnya Anda akan menemukan nilai-nilai hidup saya, pelajaran dari kegagalan yang pernah saya alami, dan juga Anda akan memahami apa yang membuat saya bisa meraih sukses sebagai seorang *serial entrepreneur*.

Bagi saya sukses adalah ketika pencapaian saya sejalan dengan nilai-nilai hidup saya, yaitu *Family, Fitness, and Freedom*.

Family. Keluarga adalah poros hidup saya. Saat saya bisa bekerja di dekat keluarga, saat semua keputusan besar dalam hidup saya selaras dengan gaya hidup keluarga, dan saat keluarga bisa terus menjadi penyemangat langkah hidup saya, itulah sukses.

Fitness. Saat saya memiliki tubuh yang sehat sehingga bisa menjalankan aktivitas secara optimal, saat pikiran saya jernih, selalu positif, serta optimistis, itulah sukses.

Freedom. Bagi saya *freedom* berarti dua hal. *Time freedom*, yaitu saat saya bisa melakukan apa pun kapan pun, dan *money freedom*, yaitu saat saya bisa membeli apa pun sesuai dengan *lifestyle* saya tanpa perlu berpikir atau berhemat. Itulah sukses.

Saya akan membagikan kisah hidup saya di buku ini dalam tiga bagian sesuai prinsip-prinsip hidup saya.



Saya sewaktu kecil.

Saya lahir di Malang, sebuah kota kecil yang sejuk di timur Pulau Jawa, pada 28 Mei 1978. Hingga saat ini saya tidak pernah meninggalkan Malang untuk hidup di tempat lain, bahkan untuk bersekolah atau bekerja. Rumah saya, ya, di sini.

Sejak dulu saya memiliki ketertarikan besar pada gadget dan teknologi. Rasa ingin tahu mendorong saya untuk selalu berkreasi, membuat sesuatu yang baru.

Belajar bahasa pemrograman di kampus STIKI Malang seakan memberi saya jalur untuk menemukan keajaiban-keajaiban teknologi. Saya rakus dalam belajar. Saya selalu belajar lebih cepat dan melakukan lebih dari yang diharapkan oleh guru-guru saya. Sebelum bahasa pemrograman Delphi diajarkan di kelas, saya sudah belajar sendiri dari buku. Setelah melahap semua teorinya, saya lalu mempraktikkannya secara langsung dengan membuat program-program di komputer.

Karena gemar bermain *game*, saya menggunakan keterampilan baru saya dalam pemrograman untuk membuat *game crack*. Dari kegemaran mencari *game crack* di internet, saya terinspirasi untuk membuat *game crack* sendiri. Pada mata kuliah *Assembly* atau Pemrograman Bahasa Mesin, saya mengerjakan tugas kuliah dengan menggabungkan bahasa Delphi dengan bahasa mesin untuk terhubung ke sebuah *port*. Saya memprogram sebuah tombol yang jika ditekan akan membantu saya menambah jumlah bola di *game* Pinball hingga menjadi 99 bola. Dengan demikian, *score* saya bisa naik terus. Tanpa basa-basi, dosen langsung memberi saya nilai A!

Setelah sukses membuat *game crack*, kreativitas saya dengan bahasa pemrograman terus berlanjut. Untuk tugas akhir, saya membuat aplikasi yang memungkinkan orang mengendalikan komputer dari jarak jauh. Andrew, sahabat saya yang sedang berkuliah di Australia, saya jadikan kelinci percobaan. Dari kamar mungil saya di Malang, saya bisa mengotak-atik komputer Andrew di Australia.

Rasanya menyenangkan sekali ketika saya bisa berkreasi. Kecanggihan teknologi terus membuat saya kagum, dan rasa ingin tahu saya terus tergelitik untuk mengetahui apa lagi yang bisa saya lakukan.

Di kampus, saya termasuk anak yang rajin dan berprestasi. Saat ujian, saya selalu menjadi orang yang paling cepat keluar ruangan. Biasanya dalam sepuluh menit saya sudah keluar ruang ujian, dan nilai saya selalu bagus, sekitar 80 sampai 100. Saya sempat menjadi asisten dosen termuda untuk mata kuliah *Computer Programming* dan menerima beasiswa pada tahun terakhir kuliah. Kala itu, semangat belajar saya sangat menggebu-gebu. Tahun 2000 saya meraih gelar Sarjana Komputer dengan IPK 3,45. Saya bahkan mendapat kesempatan memberi sambutan pada acara wisuda!

Selulus kuliah saya bekerja sebagai *freelance programmer* selama beberapa bulan. Saya membuat aplikasi untuk mempermudah proses operasional sejumlah perusahaan, mulai dari studio foto hingga perusahaan ritel. Namun, saya merasa kurang puas dengan pekerjaan itu. Perusahaan yang saya bantu berpikir semua “orang IT” paham segala sesuatu tentang komputer, termasuk *hardware*. Mereka bergantung pada saya untuk masalah apa pun yang berhubungan dengan komputer, tanpa memberi *reward* untuk tenaga dan waktu yang saya keluarkan. Saya kehilangan *time freedom* saya.

Untungnya, sejak 1999 saya menemukan peluang bisnis yang kelak memberikan penghasilan lebih daripada pekerjaan sebagai *freelance programmer*. Itulah bisnis yang mengubah kehidupan saya. Saat itu saya mulai suka pergi ke *gym* untuk berolahraga dan mengonsumsi suplemen *fitness*. Jenis suplemen yang beredar sangat terbatas dan hanya bisa didapatkan di Surabaya. Saya dan teman-teman sering kali kesulitan mendapatkan suplemen yang kami butuhkan.

Saya melihat peluang dari permasalahan itu dan memutuskan untuk menciptakan solusi dengan mengimpor sendiri produk-produk suplemen tersebut. Bisnis suplemen itu saya mulai pada usia 21

tahun, dengan modal 2,5 juta rupiah yang berasal dari tabungan yang susah payah saya kumpulkan sejak SD.

Karena produk suplemen yang saya jual laku dan memberikan keuntungan yang lumayan, saya jadi ketagihan untuk terus berjualan dan membesarkan bisnis. Di bab-bab selanjutnya Anda bisa membaca lebih banyak tentang bagaimana saya memulai dan mengembangkan bisnis. Yang pasti, niat yang kuat merupakan landasan berdirinya kerajaan bisnis saya.

Pada 2002, setelah bertahun-tahun menjual suplemen dari berbagai macam merek, Sportindo, *core business* saya dalam menjual suplemen, menjadi distributor resmi Ultimate Nutrition di Indonesia. Mendirikan Sportindo membuat saya lebih berfokus dalam membangun *personal branding*. Saya menjadi lebih dekat dengan dunia *fitness*. Saya sadar produk yang saya jual adalah suplemen dengan harga yang cukup mahal. Konsumen perlu mendapat banyak edukasi tentang produk tersebut sebelum mereka paham akan manfaatnya dan kemudian membeli.

Pada 2008, setelah belajar lebih banyak tentang *internet marketing*, saya membuat *landing page* PanduanDiet.com yang mengirimkan e-mail *autoresponder* berisi tips dan edukasi bagi para *subscribers* yang serius ingin membangun hidup sehat. Saya juga memulai portal DuniaFitnes.com untuk berbagi artikel-artikel bermanfaat seputar *fitness* dan diet.

Lewat kedua *platform* itu, saya berhasil membangun *database* e-mail hingga lebih dari 200 ribu e-mail terdaftar. Di media sosial saya memulai dengan membuka akun Twitter @DennySantoso, yang dalam waktu singkat bisa menarik ribuan *follower*. Mereka tertarik dengan konten seputar diet dan *fitness* yang saya bagikan. Saat ini *follower* @DennySantoso sudah lebih dari 500 ribu orang.

Pada 2010, saat awal gempitannya dunia *startup*, saya membuat situs jejaring sosial untuk para penyuka *fitness* dengan nama SixReps.com. SixReps memiliki prospek yang menjanjikan dan mendapat komitmen investasi dari kantor pusat Ultimate Nutrition di Amerika. Namun, saya harus menutup layanan itu pada 2013 karena kemajuannya tidak secepat yang saya harapkan, baik dari sisi pengguna maupun bisnis. Saya belajar banyak dari kegagalan itu. Kegagalan yang saya alami dan pelajaran berharga yang saya dapatkan dari kejadian itu akan saya bagikan secara mendetail di bagian lain buku ini.

Seiring makin seringnya memanfaatkan Twitter untuk berinteraksi dengan *follower*, saya mengamati sebagian besar *follower* saya adalah wanita muda. Statistik itu menunjukkan demografi yang tepat untuk peluang bisnis saya berikutnya.

Tak lama setelah menikah, saya dan istri saya, Fellin, berkolaborasi membuka FellinShop.com, yang merupakan *online shop* untuk produk-produk kecantikan dan perawatan tubuh. Saya membantu Fellin membangun fondasi perusahaan dan membuat strategi pengembangan bisnis, serta mengurus proses impor produk dari luar negeri.

Mengulangi langkah bisnis saya sebelumnya di bisnis suplemen, setelah menjual semua produk kecantikan dari berbagai merek di FellinShop.com, saya berusaha mencari satu merek produk perawatan kecantikan yang bisa saya pegang. Saya memutuskan memilih BRTC, produk perawatan kulit dari Korea. Saya menjadi pemegang distribusi resmi BRTC di Indonesia dengan situs web BRTC.co.id.

Mengamati peluang yang bagus di industri kecantikan, saya memutuskan memperbarui konsep dan *business model* SixReps. Pada 2013 SixReps *pivot* menjadi BeautiPlan.com, *platform* bagi pengguna untuk berbagi foto-foto yang berhubungan dengan kecantikan.

Saya percaya, kekuatan sebenarnya dari produk yang kita jual baru bisa terlihat saat kita mengingatkan calon pembeli akan manfaat produk tersebut.

People can't suddenly remember your products. People need to be reminded. Remind them with a media, remind them through contents.

Untuk mendukung produk-produk di FellinShop.com dan BRTC.co.id, saya membuat portal baru bernama Skin.co.id, situs web yang memuat artikel-artikel terbaru seputar tips merawat kulit. Skin.co.id ditujukan tidak hanya bagi wanita, tetapi juga pria. Pembaca Skin.co.id yang sudah mengerti cara merawat kulit akan mencari produk yang tepat untuk kulit mereka. Di sinilah FellinShop.com dan BRTC.co.id berperan sebagai penyedia produk-produk yang mereka butuhkan.

SAYA PERCAYA, KEKUATAN
SEBENARNYA DARI PRODUK YANG
KITA JUAL BARU BISA TERLIHAT SAAT
KITA MENGINGATKAN
CALON PEMBELI AKAN MANFAAT
PRODUK TERSEBUT.

*PEOPLE CAN'T SUDDENLY REMEMBER
YOUR PRODUCTS. PEOPLE NEED TO
BE REMINDED. REMIND THEM WITH
A MEDIA, REMIND THEM THROUGH
CONTENTS.*

Pengalaman saya yang panjang di dunia bisnis, terutama bisnis *online*, membuat saya mengerti bahwa Indonesia membutuhkan ilmu seputar cara membangun bisnis yang lebih mendalam. Saya dan partner kemudian membangun StartupBisnis.com, portal yang memberikan informasi mendetail dari praktisi *startup* tentang cara memulai serta mengembangkan bisnis. Saya kerap meluangkan waktu untuk berbagi di portal tersebut.

Jika membaca buku ini lebih lanjut, Anda mungkin bisa melihat bahwa saya sangat suka berbagi ilmu apa pun yang saya kuasai. Berbagi, terutama lewat tulisan, menjadi bagian penting yang melekat di hidup saya. Saya selalu melayani teman-teman yang membutuhkan informasi bermanfaat dari saya, baik lewat e-mail, YM, Facebook, WhatsApp, maupun Ask.fm.

Saya percaya, berbagi bisa meningkatkan rasa syukur saya terhadap apa yang saya miliki, memberikan kepuasan batin karena saya merasa ilmu saya dihargai, sekaligus membantu saya belajar melihat sesuatu dari sudut pandang lain. Hal itulah yang kemudian membantu saya berkembang sebagai manusia dan pebisnis.

Satu hal yang saya kenali dari diri saya adalah *passion* saya untuk mengembangkan diri. Saya menghabiskan banyak waktu untuk belajar. Bahkan “*me time*” yang saya miliki di sela-sela kesibukan pun saya dedikasikan untuk belajar.

Belajar bukan berarti harus kembali ke kampus dan berkuliah lagi. Pada era internet yang menyediakan bermacam-macam kesempatan seperti sekarang ini, mudah sekali menemukan materi untuk kita pelajari, baik artikel di situs web, *ebook*, maupun video. Namun, bukan berarti belajar secara *offline* menjadi kalah penting. Saya memilih mengikuti kelas-kelas dengan mentor terbaik untuk

mempelajari hal baru yang bermanfaat bagi saya dan bisnis saya. Lalu, setelah belajar, saya langsung mempraktikkan ilmu itu dengan *action*.

Selain *digital marketing*, saya memiliki ketertarikan besar untuk berinvestasi di bidang properti. Sebelum terjun langsung ke ranah tersebut, saya memutuskan mengikuti kelas yang menurut saya terbaik dalam bidang investasi properti, yaitu Panangian School of Property. Dari situ saya mendapatkan kepercayaan diri lebih untuk melakukan *action* serta mempraktikkan ilmu properti saya dengan terlibat sebagai komisariss dan investor apartemen.

Saya percaya salah satu langkah awal kesuksesan adalah mengetahui *target market* Anda, yaitu siapa yang akan mengeluarkan uang untuk membeli solusi dari Anda, dan memastikan Anda memiliki akses ke *market* tersebut. Dengan pengetahuan itu, saya berhasil meraih penjualan yang menggembirakan, hanya dari *mailing list* yang saya punya, dalam waktu semalam. Detail teknik menjual yang saya gunakan akan saya jabarkan lebih lanjut di buku ini.

Passion saya untuk belajar lagi-lagi menarik saya untuk mengikuti trip ke China bersama rombongan 118 pengusaha muda guna mempelajari bisnis ekspor impor. Saat itu saya baru sadar bahwa ada banyak sekali barang unik yang bisa dibeli di China, tapi tidak semua orang di Indonesia yang ingin berjualan bisa mengaksessnya.



Saya bersama Fellin di Shanghai, China.

Sepulang dari China saya langsung merancang konsep bisnis baru bernama Supplier.id. Bisnis itu menyediakan produk-produk yang siap dijual kembali oleh penjual-penjual *online* di Indonesia. Supplier.id banyak memecahkan masalah penjual dan membuat mereka lebih cepat memutuskan untuk memulai bisnis. Supplier.id mengurus semua proses impor barang dari China dan mengurangi jumlah order minimum dari *supplier* sehingga pembeli bisa segera mendapatkan barang tanpa melalui proses penantian *Purchase Order* (PO) yang lama. *Dropship* juga merupakan salah satu layanan Supplier.id, yaitu penjual bisa menjual tanpa terlibat dalam proses operasional seperti pengepakan dan pengiriman. Dengan demikian, diharapkan lebih banyak lagi orang Indonesia yang mau mencoba berjualan *online* dan berkesempatan mendapatkan kehidupan yang lebih baik.

Passion saya di dunia *digital marketing* saya salurkan secara resmi ke proyek baru saya, DigitalMarketer.id. Di bisnis baru saya ini, saya berbagi dalam bentuk *workshop* ke peserta yang saya batasi jumlahnya,

yang serius ingin tahu lebih banyak tentang pola pikir saya dalam mendesain strategi untuk bisnis-bisnis saya dan menggunakan teknologi untuk membantu percepatan hasilnya. Saya mengajari mereka tentang cara menjadi arsitek dari bisnis. Menggunakan perbandingan membangun gedung tinggi, Anda tidak belajar cara menjadi tukang listrik, tapi cara menjadi sang arsitek. Sebagai kelanjutan dari *workshop*, saya membuat Facebook Group yang saya namakan DM Labs, khusus untuk berbagi hasil eksperimen-eksperimen saya menggunakan *digital marketing tool*. DM Labs juga adalah tempat bagi *digital marketer* untuk saling berbagi dan belajar dari mentor-mentor yang sudah ahli di bidangnya, seperti Pak Martin Hartono, Pak Subiakto, dan masih banyak lagi.



Para peserta *workshop digital marketing*.

Pengalaman saya menjalankan bisnis membuat saya sering diundang menjadi pembicara untuk topik bisnis, *digital marketing*, serta *entrepreneurship*. Juga untuk menulis, menjadi kontributor, dan konsultan beberapa majalah *fitness*, serta sempat menjadi pemandu

acara televisi.

Banyak yang belum tahu, semua pencapaian saya itu bermula dari kemenangan saya berdamai dengan pikiran negatif yang pernah “melumpuhkan” saya.

Mungkin Anda pernah merasa tidak cukup berbakat untuk memulai bisnis, merasa tidak punya modal, merasa tidak cukup sehat untuk berjualan, merasa terlalu tua untuk memulai, atau pikiran-pikiran negatif lainnya. Saya akan membahas lebih lanjut cara saya mengubah diri, dari seorang anak biasa di Kota Malang yang tak percaya diri, hingga berhasil menjadi seorang mentor, *public speaker*, dan *true leader* dengan bisnis yang mendunia seperti sekarang ini.

Membangun bisnis berarti membangun hubungan dengan konsumen. Kita tentu tidak bisa begitu saja mengajak seseorang menikah saat pertama kali berkenalan. Begitu juga dengan bisnis. Saat konsumen baru mengenal Anda, Anda tidak bisa langsung menjual. Anda harus terlebih dahulu membangun nilai yang ingin Anda berikan kepada konsumen. Di situlah diperlukan sistem yang efektif dan tim yang solid untuk menjalankannya. Di bagian lain buku ini, saya berbagi tentang bagaimana saya membangun tim inti untuk mendukung saya.

Kunci sukses terpenting adalah saat kita mengetahui irisan antara *passion* dan uang. *Passion* akan menjaga fokus kita untuk sukses, dan nilai yang dibawa oleh uang bisa membantu kita berfokus pada *passion*. Jika kedua hal itu bisa bersinergi, kehidupan sukses dan bahagia yang Anda impikan akan segera menjadi nyata.

KUNCI SUKSES TERPENTING ADALAH
SAAT KITA MENGETAHUI IRISAN
ANTARA *PASSION* DAN UANG. *PASSION*
AKAN MENJAGA FOKUS KITA UNTUK
SUKSES, DAN NILAI YANG DIBAWA
OLEH UANG BISA MEMBANTU KITA
BERFOKUS PADA *PASSION*.

Jika Anda sudah siap meraih kesuksesan, saya akan lanjutkan pembahasan kita dengan fondasi yang menyangga karakter saya untuk menggapai mimpi.

Semua dimulai dari keluarga.

Family

Family Values

Keluarga adalah faktor terpenting dalam hidup yang membentuk kepribadian dan membangun mental sukses dalam diri saya.

Jika berkunjung ke rumah saya, Anda akan melihat bahwa kamar dengan pemandangan paling indah, *pool view* yang sejuk dan menenangkan hati, adalah kamar orangtua saya. Ya, saya sangat menghargai Papa dan Mama, hingga saya meminta mereka tinggal bersama, di bawah satu atap, dengan keluarga kecil saya. Bagi saya, sekaranglah kesempatan terbaik untuk membalas semua kebaikan dan bimbingan yang sudah diberikan kedua orangtua saya.

Banyak yang bertanya-tanya, apa yang orangtua saya lakukan saat mendidik dan membesarkan saya dan adik-adik saya?

Saya adalah anak pertama yang sukses membangun hidup, dari nol hingga sejahtera, dengan bisnis-bisnis yang saya jalankan. Di tengah-

tengah segala kesibukan, saya tetap bertanggung jawab menghidupi dan menyenangkan orangtua, menjadi panutan untuk adik-adik saya, serta menjadi partner dan panutan bagi istri serta anak-anak saya tercinta. Saya juga tetap memilih hidup bersama keluarga saya di Malang, saat pengusaha lain berbondong-bondong pindah mengejar hiruk pikuknya kesempatan di Jakarta.

Jadi, apa sebenarnya hal berbeda yang dilakukan oleh orangtua saya saat mendidik saya? Untuk mengetahui jawabannya, kita harus mundur sejenak dan belajar dari kisah hidup papa saya.

Papa saya berasal dari Bojonegoro, sebuah kota kecil di utara Jawa Timur, berjarak empat jam perjalanan dari Malang. Saat Papa berumur empat puluh hari, kakek saya meninggal, meninggalkan keluarga yang tiba-tiba kehilangan tulang punggung.

Untuk menghidupi keluarga, Nenek berjualan kue. Setiap hari dia harus bangun pukul tiga pagi untuk mulai menyiapkan dagangan, demi sekeping dua keping rupiah yang digunakan untuk bertahan hidup. Saat berumur tujuh tahun, Papa tinggal bersama neneknya karena kondisi perekonomian keluarga yang tak kunjung membaik. Untuk membantu perekonomian keluarga, Papa kemudian tinggal bersama keluarga pamannya dan bekerja di toko pada umur sebelas tahun, sambil tetap bersekolah.

Walaupun Papa bisa bersekolah, kondisi keuangan keluarga tidak memungkinkannya untuk membeli buku. Karena itulah Papa harus benar-benar mengandalkan ingatannya. Semua pekerjaan rumah (PR) dia selesaikan pada hari yang sama dengan saat PR itu diberikan, saat dia masih bisa meminjam buku dari teman.

Selulus SMP, Papa tidak bisa melanjutkan sekolah karena tak punya biaya. Dia akhirnya bekerja di salah satu perusahaan rokok

besar di Malang, Bentoel. Kala itu usia Papa tujuh belas tahun. Dia karyawan termuda, masuk di tingkat terbawah pada jenjang karier perusahaan.

Papa berjanji pada dirinya sendiri, sebagai satu-satunya anak laki-laki di keluarga, sepanjang hayat ibunya akan menjadi tanggungannya. Dia memberikan sebagian gajinya kepada Nenek, walaupun jumlahnya terbatas. Kadang, setelah dipakai untuk membayar kos dan diberikan ke Nenek, gaji Papa habis tak bersisa.

Namun, Papa memiliki karakter yang kuat. Dia tahu siapa dirinya, dan dia tahu apa yang dia inginkan. Mama adalah anak angkat seorang sopir di perusahaan tempat Papa bekerja. Sebelum melamar Mama, Papa berbicara dengan jujur, menerangkan semuanya kepada Mama.

“Aku harus menghidupi orangtuaku. Penghasilanku untuk keluarga kita akan berkurang, tapi itu tak mengurangi tanggung jawabku. Dengan kondisi tersebut, apakah kau siap menjadi istriku?”

Tak hanya bersedia, Mama juga menemani Papa selama lebih dari tiga puluh tahun berkarya di Bentoel, dari posisi terbawah hingga menjadi direktur utama salah satu anak perusahaan Bentoel. Semua Mama lakukan dengan penuh dedikasi dan tanpa banyak menuntut.

Papa memiliki prinsip bahwa semua fasilitas yang diberikan perusahaan adalah haknya seorang, bukan hak istri atau anggota keluarga lainnya. Saat Papa mendapat fasilitas mobil dari perusahaan, misalnya, tak pernah sekali pun anak atau istrinya boleh menyetir mobil tersebut. Papa lebih memilih berusaha membelikan keluarganya mobil daripada menggunakan fasilitas kantor. Mengetahui hak dan kewajiban adalah salah satu *core values* Papa, hal itulah yang kemudian diturunkan kepada anak-anaknya.

Saat menjadi direktur, Papa memimpin orang-orang terpelajar yang mempunyai gelar S1 hingga S2. Meskipun hanya berijazah SMP, Papa tak berkecil hati. Papa pernah berpesan pada saya, “Jadi orang harus pintar, tapi sekolah itu nasib. Nasib Papa tidak sebaik kamu. Papa tidak bisa bersekolah, tapi Papa bekerja. Papa belajar dari pengalaman.”

Saya tumbuh menjadi orang yang percaya bahwa kesuksesan bisa kita ciptakan dengan niat yang kuat dan kerja yang serius. Papa adalah bukti nyata dari keyakinan saya itu. Sampai sekarang, saya selalu kesal pada orang yang terlalu banyak memberikan dalih kenapa mereka tidak bisa sukses dalam melakukan sesuatu.

SAYA TUMBUH MENJADI ORANG
YANG PERCAYA BAHWA KESUKSESAN
BISA KITA CIPTAKAN DENGAN NIAT
YANG KUAT DAN KERJA YANG SERIUS.
PAPA ADALAH BUKTI NYATA
DARI KEYAKINAN SAYA ITU.

Papa saya sering berkata begini, “Orang pesimis akan selalu menghadapi kesulitan walaupun sedang mendapat peluang. Tapi, orang dinamis akan selalu melihat peluang, sekalipun dia sedang dalam kesulitan.”

Papa tidak asal bicara. Saya baru duduk di SMA saat Papa terpaksa pensiun dini dari perusahaan tempatnya mengabdikan

selama tiga puluh tahun lebih. Dia kehilangan semua fasilitas dan penghasilan yang menjadi sumber nafkah keluarga kami selama ini. Namun, dia tak pernah menyerah dalam usahanya menghidupi keluarga.

Tak hanya dari Papa, saya juga belajar makna kerja keras dan pantang menyerah dari Mama. Tanpa banyak bicara, saat Papa pensiun Mama langsung bangkit mendukung perekonomian keluarga dengan membuat dan menjual roti dari garasi rumah kami di Malang. Toko roti itu kami namakan Rolland Bakery.

Berkat Rolland Bakery, saya dan kedua adik saya bisa tetap bersekolah. Kebutuhan hidup sehari-hari terpenuhi. Namun, sebagai anak muda, saya juga ingin punya uang jajan lebih seperti teman-teman saya. Salah satu yang sangat saya inginkan adalah bisa rutin bermain *game* dan membeli gadget. Kecintaan saya pada gadget dan *game* memang sangat besar. Saat SMP saya berhasil memperoleh komputer pertama setelah Mama menabung cukup lama untuk membelikannya.

Orangtua mengajari saya cara berusaha. Untuk mendapatkan hal-hal yang saya inginkan, saya tidak bisa meminta begitu saja pada mereka. Saya harus membuat proposal lengkap tentang kenapa saya menginginkan hal itu dan apa manfaatnya untuk saya, serta saya harus *pitch* atau “menjual” ide tersebut guna mendapatkan *funding* atau pendanaan dari orangtua. Karena sejak belia sudah terbiasa *pitching* ke orangtua, hal itu menjadi modal saya saat membangun *startup*. Paling tidak, saya bisa menguasai diri saat *pitching* ide kepada calon partner dan investor.

Meskipun bisa *pitching* dan meminta uang dari orangtua, saya tahu sejak Papa pensiun saya tidak boleh lagi menyusahkan orangtua.

Saya harus memutar otak untuk membeli apa yang saya inginkan dengan uang saya sendiri.

Saya mulai belajar mendapatkan penghasilan sendiri saat SMA. Waktu itu saya berjualan CD *game* komputer karena saya suka sekali bermain *game* dan tak punya cukup uang untuk membeli *game-game* terbaru. Di sekolah, saya menjual semua *game* terbaru yang dikeluarkan oleh toko komputer langganan saya. Kalau laku sepuluh keping CD, saya bisa membeli CD *game* seharga 20–22 ribu rupiah. Kalaupun dagangan saya tidak laku sebanyak itu, setidaknya saya sudah bisa mencoba memainkan *game* tersebut. Sambil menyelam minum air!

Saya jadi ingat obrolan saya dengan Papa. Papa berkata, “Den, kalau Papa minta kamu berburu, dan kamu pulang membawa dua ekor burung, Papa akan bertanya berapa banyak peluru yang kamu pakai. Jumlah peluru yang kamu pakai tidak boleh lebih dari dua.”

Waktu itu, saya menjawab dengan penuh kemenangan, “Aku akan pakai satu peluru untuk mendapatkan lima ekor burung, Pa.”

Papa terkekeh. Saya tahu Papa bangga mendengar kecerdikan saya.

Sejak dulu Papa memang mentor terbaik dan teman diskusi saya. Kami cepat *nyambung* saat mengobrol. Tanpa saya perlu bicara terlalu banyak, Papa sudah paham maksud saya. Begitu juga sebaliknya. Tak hanya menjadi mentor, Papa juga selalu memberikan kepercayaan dan dukungan dalam bentuk konkret. Pada masa-masa awal saya berbisnis suplemen, Papa menyetir mobil dari Malang ke Denpasar untuk membantu saya memasarkan suplemen *door to door* di seluruh *gym* di Denpasar.

Papa membawa saya ke tujuan, dan saya mempromosikan kegunaan suplemen yang saya bawa itu kepada para pemilik *gym*. Ada kisah lucu

saat salah seorang pemilik *gym* yang tadinya tidak mau membeli suplemen kami tiba-tiba berubah pikiran. Jadilah kami melakukan transaksi di pinggir jalan, sebelum saya kembali ke Malang. Kata Papa, malam itu kami seperti pengedar narkoba yang sedang melakukan transaksi.

Perjalanan itu adalah perjalanan penjualan yang sukses bagi saya, dan sudah pasti merupakan pengalaman yang tak terlupakan bagi kami berdua. Rasa hormat saya kepada Papa bertambah karena kepercayaan dan dukungannya yang total kepada saya.

Hubungan saya dengan orangtua memang erat. Orangtua saya memberikan contoh nilai-nilai keluarga dalam kehidupan sehari-hari yang bisa kami perhatikan dan secara tak sadar kami gunakan hingga besar. Makan malam bersama keluarga adalah hal wajib. Saat itu kami biasa membicarakan apa saja, mulai dari kegiatan sehari-hari hingga berita-berita terkini dari dalam dan luar negeri. Kami berlatih mengungkapkan pendapat serta menjadikan keluarga sebagai sahabat, tempat utama untuk berbagi dan meminta saran.

Ada tiga nilai utama yang ditanamkan oleh orangtua saya.

Pertama, orang harus paham mana yang salah dan mana yang benar.

Kedua, setelah tahu mana yang salah dan mana yang benar, orang harus bisa menetapkan prioritas, menentukan mana yang harus didahulukan dari kedua hal itu.

Ketiga, orang harus tahu hak dan kewajibannya. Orangtua perlu mengerti kewajibannya terhadap anak, begitu pula anak perlu mengetahui kewajibannya terhadap orangtua. Hal itu berlaku juga dalam hubungan dengan saudara.

Saya sulung dari tiga bersaudara. Adik-adik saya bernama Erwin dan Hendra. Kami tidak pernah berkelahi secara fisik. Sejak kami kecil, orangtua kami sudah mengarahkan, adik harus menurut pada

kakak. Kalau kakak salah, orangtua akan memberi pengertian. Tapi, apa pun yang dikatakan oleh kakak, adik harus menurut. Kalau merasa ragu, adik bisa bertanya kepada Papa atau Mama. Papa dan Mama berkomitmen memberikan satu jawaban dan satu suara. Orangtua saya disiplin dan kompak dalam mendidik anak sehingga anak-anak tidak bingung serta tahu bahwa mereka bisa menjadikan orangtua sebagai panutan.

Menurut budaya keluarga kami, anak harus berbakti pada orangtua. Titik. Namun, hal itu tidak ditumbuhkan dengan cara yang otoriter. Orangtua saya membuktikan kepada anak-anak bahwa mereka memang layak dijadikan panutan. Semakin dewasa, kami semakin menghargai nilai-nilai yang ditanamkan oleh orangtua karena semakin banyak kami bergaul dengan dunia luar, semakin kami mendapati kebenaran nilai-nilai itu. Semakin dewasa, saya dan adik-adik semakin respek kepada kedua orangtua kami.

Ada satu nilai lagi yang ditanamkan Papa dan terus saya pegang hingga saat ini. Ambil sebagian dari hakmu, berikan lebih dari kewajibanmu. Bagi Papa, lebih baik memberi daripada diberi.

ADA SATU NILAI LAGI
YANG DITANAMKAN PAPA DAN TERUS
SAYA PEGANG HINGGA SAAT INI.
AMBIL SEBAGIAN DARI HAKMU,
BERIKAN LEBIH DARI KEWAJIBANMU.
BAGI PAPA, LEBIH BAIK MEMBERI
DARIPADA DIBERI.

Suatu kali Mama diberi baju bekas yang masih bagus oleh saudaranya untuk diberikan kepada saya. Papa langsung menyuruh Mama mengembalikan baju itu. Prinsip Papa, kalau saya belum mampu membeli baju bagus, saya tidak akan menggunakan baju bagus pemberian orang. Tapi, kalau sudah mampu membeli, saya harus memakai baju bagus.

Saya menjadi saksi saat Papa memberi kesempatan kepada beberapa anggota timnya untuk memiliki rumah sendiri. Itulah salah satu alasan Papa terus diingat oleh banyak orang, bahkan setelah belasan tahun tidak bekerja bersama. Sampai saat ini Mama juga selalu mengirim roti-roti yang diproduksinya ke yayasan atau panti asuhan yang membutuhkan. Toko roti kami tetap berdiri di lokasi awalnya. Orangtua saya sengaja mempertahankan lokasi itu agar kami terus ingat awal kami bermula.

Banyak yang berkomentar saya sangat cuek dan apa adanya. Padahal, saat menjalankan bisnis, sangat besar kemungkinan saya bertemu dengan orang-orang yang tidak suka dengan apa yang saya lakukan dan berusaha menyakiti saya dengan berbagai cara. Saya bisa cuek menyikapi hal itu karena saya ingat kata-kata Papa, “Kalau digigit anjing, jangan balas gigit. Kalau kamu balas gigit, Papa bingung yang mana sebenarnya yang anjing.”

Orangtua saya memang kalem, tapi ketika bicara maknanya dalam.

Saat masih bersekolah, saya termasuk anak rumahan dan jarang keluyuran sepulang sekolah. Kalau mau main dengan teman, saya dianjurkan mengajak mereka ke rumah supaya orangtua saya bisa mengenal mereka. Itu penting karena dengan begitu orangtua saya bisa mengidentifikasi pergaulan dan pengaruh yang masuk ke kehidupan saya. Mereka jadi bisa mencegah hal-hal yang tak diinginkan, seperti salah pergaulan yang bisa terjadi pada masa remaja.

Lucunya, orangtua saya secara tidak langsung juga menanamkan nilai-nilai keluarga kami pada teman-teman saya. Misalnya, teman-teman saya harus memberikan salam pada orangtua saya saat datang dan pamit ketika akan meninggalkan rumah saya. Itulah contoh kebiasaan baik dan dasar dari tata krama bertamu ke rumah orang lain yang diajarkan oleh orangtua saya.

Namun, meskipun hubungan kami sangat erat dan keluarga menjadi prioritas utama, Papa melarang saya menolak pekerjaan atau kewajiban yang datang pada hari libur, hari yang biasanya digunakan untuk bersantai dengan keluarga. Mengapa? Karena bagi kami, kedekatan sebagai keluarga adalah hal yang harus terjadi setiap hari dan setiap saat, bukan hanya pada hari libur. 100% kerja, 100% keluarga. Rezeki adalah pemberian Tuhan. Tidak ada alasan menolak rezeki yang datang, kapan pun waktunya. Ada banyak orang kurang mampu di luar sana, jadi kalau Tuhan memberikan sesuatu dalam bentuk pekerjaan, saya harus bersyukur dan tidak menolaknya selagi saya bisa mengerjakannya.

Orangtua saya dan semua nasihat bijak mereka membuat saya selalu kangen berkumpul bersama keluarga. Bahagia itu relatif, tapi bagi saya, kebahagiaan selalu bermuara di hati keluarga.

BAHAGIA ITU RELATIF, TAPI BAGI SAYA,
KEBAHAGIAAN SELALU BERMUARA
DI HATI KELUARGA.

Turn Negative Experience to Positive Experience

Kejadian negatif dalam hidup bisa menimbulkan kekecewaan mendalam yang memberikan dua efek pada orang yang mengalaminya. Di satu sisi, kekecewaan bisa membuat seseorang muak dan benar-benar berhenti melakukan sesuatu. Di sisi lain, rasa kecewa bisa membuat seseorang terdorong untuk membuktikan bahwa dia bisa mewujudkan keinginannya.

Pada 2003, saya mengalami kekecewaan yang mengubah cara pandang saya terhadap kesuksesan.

Sukses itu membanggakan. Saat salah satu kerabat saya sukses membangun sebuah bisnis furnitur. Ini membuat saya dan keluarga merasa ikut senang dan bangga. Tak hanya mengapresiasi, kami juga tak sungkan menawarkan bantuan apa saja yang bisa kami lakukan untuk membantunya mengembangkan bisnis. Setelah tak lagi bekerja

di Bentoel, Papa membantunya mengembangkan bisnis furnitur itu di Malang. Pekerjaan ini dilakukan Papa dengan semangat tinggi.

Saya salut melihat dedikasi Papa. Agar bisa bersaing dan meningkatkan penjualan, Papa mengutamakan pelayanan maksimal bagi konsumen. Bahkan, Papa pernah membuat program “Layanan Antar 24 Jam” untuk produk-produk furnitur tersebut. Salah seorang konsumen mengetes klaim kami dengan menelepon pada jam sebelas malam, minta produk yang dibelinya segera diantar ke rumah. Saat staf kami benar-benar datang menjelang tengah malam, konsumen itu terkaget-kaget dan berterima kasih dengan layanan maksimal kami yang sesuai dengan janji. Tak heran konsumen ini kemudian menjadi pelanggan setia kami.

Setelah lulus kuliah, tergerak untuk menggunakan ilmu saya di bidang pemrograman dan semangat untuk membantu kerabat, saya menurut saat dipanggil ke Jakarta untuk bekerja sebagai *freelance programmer* di perusahaan furniturnya. Meski saat itu tidak dibayar, saya tetap punya uang sendiri dari hasil penjualan suplemen dan menjadi *freelance* di perusahaan lain. Saya bekerja sepenuh hati dan sekuat tenaga, serta tetap menikmati pekerjaan saya. Selama di Jakarta, saya juga meluangkan waktu untuk membaca banyak buku dan belajar banyak dari situ.

Tapi ternyata, pelajaran tak hanya bisa saya dapatkan dari buku, tapi juga dari pengalaman hidup.

Suatu hari keluarga saya menghadiri sebuah acara di Jakarta. Biasanya kami menginap di hotel, tapi kali itu kami ditawarkan oleh kerabat kami untuk menginap di rumah barunya. Karena merasa sudah berhubungan dekat, ditambah lagi saya dan Papa pernah bekerja bersama dengan mereka, kami menerima tawaran itu. Kunjungan

kami ini akhirnya menjadi salah satu pengalaman yang mengubah cara pandang saya terhadap hidup.

Saya masih ingat saat berjalan memasuki rumah barunya yang masih segar dengan bau cat. Furniturnya mewah dengan kualitas terbaik pada masanya. Kamar demi kamar kami lewati dengan hati senang. Lewat pintu kamar yang setengah terbuka, sudah terbayang di kepala saya betapa nyamannya tidur di kamar itu.

Namun, saya tertegun ketika kami diantar ke kamar kosong, yang benar-benar kosong. Tidak seperti kamar lain, yang tak ditinggali tapi lengkap dengan furnitur, di kamar itu hanya ada kasur lipat yang tergeletak begitu saja di lantai. Saya lebih terkejut lagi saat mengetahui kondisi kamar mandi yang bisa kami gunakan. Karena kamar mandi itu belum bisa beroperasi dengan baik, kami terpaksa mandi di toilet tamu yang hanya terdiri dari wastafel dan WC. Untuk mandi, kami menggunakan semprotan air yang biasanya digunakan untuk membersihkan diri se usai menggunakan toilet.

Kata “terhina” masih belum bisa menggambarkan perasaan saya saat itu. Saya benar-benar merasa tidak dihargai.

Ketika semua lampu sudah dimatikan dan keluarga saya sudah tidur, pikiran saya masih terus sibuk memikirkan situasi tak mengenakkan itu. Saya berjanji, saya akan tumbuh dan menjadi sangat sukses supaya tidak ada lagi orang yang bisa memperlakukan keluarga saya seperti ini!

Rasa kecewa kemudian memberi saya pencerahan bahwa bagi saya, sukses berarti kebahagiaan keluarga. Saya bertekad akan bekerja lebih keras demi kehormatan keluarga saya. Tak pernah sekali pun saya malas berusaha atau putus asa. Saya tidak hanya berjuang untuk diri sendiri, tapi juga untuk orang-orang yang saya kasihi.

RASA KECEWA ITU MEMBERI SAYA
PENCERAHAN BAHWA BAGI SAYA,
SUKSES BERARTI KEBAHAGIAAN
KELUARGA. SAYA BERTEKAD AKAN
BEKERJA LEBIH KERAS DEMI
KEHORMATAN KELUARGA SAYA.

Merekalah penyebab semangat dalam diri saya terus berkobar.
Itulah bahan bakar yang penting bagi saya untuk terus maju, meskipun
saya diadang berbagai krisis dan masalah.

Malam itu saya menemukan mesin penggerak saya.

Turning Point: *Panic Attack and NLP*

Saya menyentuh titik terendah dalam hidup saat terkena *panic attack* pada 2008. Masih tergambar jelas di ingatan saya peristiwa itu, saat saya sedang berjalan-jalan di Pacific Place Mall Jakarta bersama Bunga, tunangan saya saat itu.

Nilai hidup saya dan Bunga sebenarnya kurang sejalan, tapi kami terus berusaha mempertahankan hubungan. Bunga adalah tipe orang yang lebih memprioritaskan teman daripada keluarga. Itu membuatnya sering pergi di atas pukul sepuluh malam hanya untuk bersenang-senang bersama teman. Sedangkan saya, di atas pukul sepuluh malam pasti sudah tidur. Benar-benar bertolak belakang.

Saat sedang melintas di depan sebuah restoran, mendadak saya berhenti. Wajah saya pucat. Bunga bertanya dengan panik, “Ada apa?”

Saya tidak bisa menjawab. Keringat dingin mengalir di sekujur tubuh saya. Pandangan saya mulai kabur dan mata saya berkunang-

kunang. Rasa mual yang menyengat tajam dari perut ke tenggorokan membuat saya nyaris tak bisa bernapas.

Kaki saya seperti kehilangan kekuatan. Saya jatuh terduduk di lantai Pacific Place yang dingin. Dengan bingung Bunga memegang bahu saya.

“Kenapa, Den?”

Pada saat yang genting itu saya menganalisis beberapa kemungkinan. Apakah saya kena mag? Sepertinya saya tidak terlambat makan. Vertigo? Sepertinya bukan, karena kepala saya tidak berputar. Dalam kebingungan, saya minta Bunga segera membelikan susu kemasan untuk setidaknya mengembalikan tenaga saya dan mencari kursi roda.

“Kursi roda cari di mana, Den?” Bunga terlihat lebih panik daripada saya.

“Pasti ada, coba kamu tanya bagian informasi!”

Saya bersyukur otak saya masih bisa bekerja dengan cepat. Tak lama kemudian saya sudah didorong di kursi roda menuju mobil dan segera dibawa ke rumah sakit. Di mobil, saya masih merasa mual dan berinisiatif minum obat mag yang memang saya bawa di tas.

Di UGD saya berusaha menyampaikan apa yang terjadi dan obat apa yang sudah saya minum. Menurut dokter, yang saya lakukan sudah benar. Karena sudah tidak merasa mual, saya pun minta pulang. Sesampai di rumah, kondisi saya kembali normal.

Saat itu saya belum tahu bahwa saya mengalami *panic attack*. Namun, setelah itu saya beberapa kali mengalami mual hebat lagi. Saya pun memutuskan mengecek kondisi saya lebih lanjut. Untuk mengecek kondisi, saya melalui proses endoskopi yang menyakitkan. Dokter menyimpulkan bahwa saya terkena radang. Selama sebulan,

saya minum obat radang dan sembuh. Namun, begitu obat itu habis, mual saya kambuh lagi.

Saat itu saya sedang mendaftar S2 di Amerika. Rencananya saya ingin mengambil gelar *Master in Human Nutrition*. Saya merasa, untuk mendukung pekerjaan, saya perlu lebih memahami ilmu tentang nutrisi. Proses ujian masuk S2, termasuk tes TOEFL, mungkin membuat saya agak stres. Saya sadar kemampuan berbahasa Inggris saya tidak begitu bagus. Sepertinya hal itu membuat saya merasa terbebani, tapi kala itu saya tidak mengaitkannya dengan *panic attack* yang saya alami.

Saya kemudian pergi ke Singapura untuk mencari *second opinion*. Di Singapura saya sekali lagi menjalani proses endoskopi, kali ini lewat hidung tanpa bius! Membayangkannya saja sekarang membuat saya meringis nyeri. Untung dokter saya waktu itu berhasil mengalihkan perhatian saya dengan mengajak saya mengobrol tentang berbagai hal.

Lewat pemeriksaan itu, dokter menyimpulkan bahwa saya stres.
STRES.

Saya melamun lama sekali memikirkan kata itu saat didorong Papa di kursi roda keluar dari pesawat. Stres? Apa yang menjadi beban pikiran saya sampai saya jadi seperti ini? Kok bisa, stres yang ada di pikiran memengaruhi fisik saya sedemikian rupa sampai-sampai saya menjadi tak berdaya begini?

Papa menepuk pundak saya. Matanya berkaca-kaca. Saya bisa merasakan hancur dan sedihnya Papa memikirkan kondisi saya. Papa, pada usia enam puluhan tahun, harus mendorong anaknya yang masih muda dalam kondisi tak berdaya.

Sesampai di Malang, saya langsung mencari psikiater untuk mengonsultasikan stres yang saya alami. Bagaimana saya bisa mengurai simpul di otak saya?

Dari psikiater itu saya baru tahu bahwa yang saya alami adalah *panic attack*. Proses penyembuhan saya kurang maksimal karena saat itu Bunga selalu meminta saya kembali ke Jakarta dan menemaninya. Saat saya bolak balik Jakarta–Malang, sang psikiater hanya bisa membekali saya dengan Xanax, obat yang memberikan efek tenang dan membuat saya bisa beristirahat.

Sayangnya, itu tidak cukup. Ibarat kebakaran, yang dihilangkan hanya asap, sedangkan sumber apinya belum tersentuh. Xanax hanya menunjukkan efek pada pagi hari, sedangkan sorenya *panic attack* saya kambuh lagi.

Kesehatan tubuh dan pikiran saya makin memburuk. Saya mulai menderita agorafobia, gangguan kecemasan yang membuat saya takut keluar rumah karena khawatir akan terkena *panic attack* dan tidak ada yang menolong saya. Kecemasan itu sangat mengganggu kegiatan saya, terutama saat saya bersama Bunga. Saat akan menonton film di bioskop, misalnya, meski sudah membeli tiket, kami kerap batal menonton dan pulang karena saya merasakan *panic attack* serta mual yang hebat. Hal itu terjadi berulang kali hingga saya mulai merasa lelah secara fisik dan mental.

Dalam kebingungan, saya bertanya ke banyak orang, termasuk pastor, tentang apa yang harus saya lakukan. Salah seorang dari mereka menyarankan saya mencoba kelas meditasi Vipassana di Puncak. Di kelas meditasi itu saya harus benar-benar berfokus, tidak berkomunikasi dengan orang lain. Teknologi juga harus benar-benar dilupakan. Hal itu berlangsung selama seminggu penuh. Bayangkan, harus melepaskan semua alat komunikasi dan tidak boleh bicara selama seminggu!

Awalnya berat sekali untuk benar-benar diam. Saya orang yang sangat aktif. Meditasi selama seminggu penuh tanpa komunikasi

apa pun sama sekali tak terbayang oleh saya. Namun, keinginan saya untuk sembuh lebih kuat daripada ketakutan-ketakutan saya itu.

Untuk berjaga-jaga, Mama ikut menemani saya bermeditasi. Mama khawatir saya mengalami situasi medis yang tidak menyenangkan di sana. Saya memang tidak boleh minum obat sama sekali selama meditasi. Benar-benar membersihkan diri dari pengaruh dunia.

Tiga hari pertama saya lalui dengan tidak mudah. Itu masa penyesuaian diri, ketika semua pikiran di benak saya makin nyaring terdengar dan jelas terlihat. Saya juga masih curi-curi bicara dengan Mama saat makan siang. Namun, setelah itu saya bisa beradaptasi penuh. Dalam keheningan meditasi, lumpur-lumpur yang tadinya memperkeruh pikiran saya pelan-pelan lenyap dan meninggalkan kejernihan di kepala saya. Pikiran yang tenang dan suasana pegunungan yang segar membuat saya merasa tenteram. Saat itu *panic attack* seperti hanya suatu istilah yang tak ada artinya bagi saya. Seperti sejarah.

Setelah menyelesaikan masa meditasi, saya tak sabar ingin bertemu dengan Bunga. Saya ingin berbagi pengalaman meditasi dan kesan-kesan yang saya dapatkan di sana. Mengingat dia tunangan saya, wajar bila saya merasa dia orang terdekat kedua setelah orangtua saya yang ingin saya temui.

"Jemput kamu? *Nggak ah!* Aku sibuk!" Bunga menutup telepon sebelum saya sempat bicara lebih banyak.

Buset.

Saat tunangannya sedang sakit dan berusaha mencari kesembuhan, dia bersikap sama sekali tak peduli. Bahkan menjemput saya dan Mama di Puncak pun dia tidak mau. Saya sudah kehabisan kesabaran dengan hubungan kami. Saya merasa kami memiliki perbedaan

nilai hidup yang sedemikian besar. Tak mungkin saya melanjutkan pertunangan kami.

“Kenapa, Den?” Mama yang sedang sibuk dengan koper-koper kami bertanya melihat saya terdiam.

Saya menceritakan apa yang terjadi dan niat saya untuk memutuskan pertunangan kami. Mama bisa mengerti dan menyerahkan keputusan kepada saya. Malam itu juga saya memutuskan tali pertunangan dengan Bunga. Sedih pasti saya rasakan. Meskipun saya yang memutuskan pertunangan, sejak awal saya sudah merasa menjadi yang ditinggalkan.

Panic attack yang saya alami, meski membaik, ternyata belum hilang sepenuhnya. Saya merasa hidup membuat saya terperosok dalam sumur tanpa pijakan untuk kembali. Saya nyaris terempas, tapi saya bertekad, setelah menyentuh dasar, saya harus melenting lebih tinggi.

SAYA NYARIS TEREMPAS, TAPI SAYA
BERTEKAD, SETELAH MENYENTUH
DASAR, SAYA HARUS MELENTING
LEBIH TINGGI.

Saya kembali ke Malang dengan niat untuk sembuh total dari *panic attack*. Saya makin rutin menemui psikiater. Dia berusaha mengajak saya berbincang-bincang tentang hidup saya, dari pekerjaan sampai masa kecil saya. Sedikit demi sedikit simpul yang kusut itu mulai terurai.

Dari pembicaraan kami, saya berkesimpulan sifat perfeksionis saya telah mendorong timbulnya kecemasan yang saya alami. Apa pun yang menjadi kehendak saya selalu saya beri stempel “harus terjadi”. Tanpa terkecuali. Itulah yang membuat saya begitu tegang. Semua “harus” itu ternyata malah menarik energi negatif yang tidak perlu ke pikiran saya.

Psikiater itu menggunakan teknik-teknik *Neuro-Linguistic Programming* (NLP) untuk membantu saya. Berangsur-angsur saya mulai merasakan manfaat terapi tersebut. Saya jadi penasaran dengan NLP dan mencari informasi tentangnya di internet. Saya kemudian mengetahui bahwa NLP mulai dikembangkan pada 1970 di Santa Cruz, California, oleh John Grinder, seorang ahli bahasa, serta Richard Bandler, seorang ahli matematika dan pemrogram komputer. Keduanya menarik kesimpulan bahwa otak bisa mempelajari pola dan perilaku sehat yang bisa membawa efek positif, baik secara fisik maupun emosional.

Secara umum, NLP adalah teknik memprogram pikiran menggunakan kelima indra untuk memahami apa yang terjadi di sekitar kita, serta menyusun ide dan tindakan menggunakan bahasa, baik verbal maupun nonverbal, dengan tujuan mendapatkan hasil yang kita harapkan.

NLP kerap dikira sebagai ilmu terapi belaka. Memang, di YouTube saya menemukan banyak video yang menunjukkan orang yang menggunakan NLP untuk menyembuhkan fobia. Itulah sebabnya orang mengira ruang lingkup NLP hanya itu. Padahal, inti dari NLP adalah mengetahui cara kerja pikiran sehingga kita bisa menggunakan konsep pemikiran yang tepat untuk memerdekakan diri dari belenggu pikiran yang menghambat kesuksesan. Dalam NLP

dipercaya kata-kata yang kita gunakan dalam hidup sehari-hari merefleksikan persepsi alam bawah sadar kita. Jika ingin mengubah persepsi alam bawah sadar, yang pertama kali harus kita ubah adalah pola pikir. Kata-kata yang tepat bisa membantu kita dalam prosesnya.

Salah satu tujuan dasar NLP adalah menguasai atau menjadi master atas pikiran kita. NLP mengubah *goal* menjadi *well-formed outcome*, *goal* yang betul-betul dimengerti pikiran. Pikiran, baik sadar maupun bawah sadar, jadi memahami arah yang ditujunya.

NLP semakin populer sejak kemenangan Barack Obama dalam Pemilihan Presiden Amerika Serikat dikaitkan dengan penggunaan NLP. Dalam berbagai pidatonya, Barack Obama menggunakan teknik-teknik NLP yang mengasosiasikan harapan dan perubahan pada dirinya, antara lain lewat slogan kampanyenya, “Yes, we can!”

Berdasarkan riset internet, saya menemukan situs BelajarNLP.com milik Mas Ronny F. Ronodirdjo. Biaya belajarnya tidak murah, mencapai angka belasan juta rupiah. Namun, karena bertekad untuk sembuh, saya pun mendaftar ke kelas NLP Practitioner yang diasuh oleh Mas Ronny.

Selama tujuh hari, dari pagi hingga sore, saya mendapatkan ilmu-ilmu yang membuka mata saya tentang perilaku manusia, termasuk bagaimana mendapatkan hasil maksimal menggunakan teknik-teknik berbahasa dalam hidup sehari-hari. Tak hanya membuat saya mampu menyembuhkan *panic attack* dengan tangan saya sendiri, NLP kemudian menjadi sumbu dari roda kehidupan saya.

NLP memberi saya kemampuan linguistik yang baik. Saya jadi mampu berbicara dengan pilihan kata yang lebih pas dan sesuai

tujuan, baik secara sadar maupun bawah sadar. Dengan cara itulah saya menjadi seorang *networker* andal. NLP membantu saya mempererat komunikasi dengan keluarga, memenangkan hati calon istri, mendidik dan membangun karakter anak, berempati dengan orang lain dalam pergaulan sehari-hari, mengembangkan *network* bisnis, serta mengemas cara berkomunikasi yang tepat untuk menyampaikan maksud saya kepada tim dan pelanggan, yang pada akhirnya menjadi poin penting dalam membangun kesuksesan bisnis-bisnis saya.

NLP has changed my life.

Saat mengalami *panic attack*, saya sadar itu adalah hasil pemikiran negatif yang akhirnya berpengaruh buruk ke tubuh saya. Setelah belajar dari kelas Mas Ronny, saya mendapatkan ilmu untuk mengatasi *panic attack*. Saya menggunakan teknik *Fast Phobia Cure* yang membantu saya menghilangkan pengalaman saya saat terkena *panic attack*.

Saat menerapkan teknik itu, di kepala, saya membayangkan mundur ke saat ketika *panic attack* belum hadir dalam hidup saya. Setelah itu, saya berusaha mengaburkan pengalaman buruk tersebut, seakan-akan saya tidak pernah mengalaminya sama sekali. Hanya dalam beberapa minggu saya sudah merasakan kesehatan saya berangsur membaik.

Dulu saya sering punya kekhawatiran kalau terlambat makan saya pasti akan terkena mag. Bahkan, ketika berpikir minggu depan akan tampil di sebuah *talk show* saat jam makan siang dan khawatir akan terlambat makan, saya langsung merasakan efeknya saat itu juga! Asam lambung saya langsung naik, menekan organ lain dan memengaruhi keseimbangan tubuh saya. Hal itu memicu *panic attack*. Perut saya sakit, tangan saya berkeringat dingin, dan pandangan saya

kabur. Rasanya mual sekali. Saat fisik terganggu, kegiatan saya yang lain juga jadi terganggu. Itu tentu sangat merugikan.

Sejak menyadari hal itu, saya berusaha menantang pemikiran saya sendiri dengan teknik NLP yang bernama *Meta Model*. Saya melatih otak untuk menyadari saat pikiran negatif itu datang dan menetralkannya saat itu juga. Contohnya, untuk menetralisasi pikiran negatif saya tentang sakit mag, saya sampai menulis di ponsel, “*Nggak mungkin sekali telat makan saja bisa langsung sakit mag. Sakit mag itu butuh berkali-kali telat makan.*”

Saya baca tulisan itu berkali-kali sampai bawah sadar saya merekamnya menjadi *belief*. Saya jadi meyakini apa yang saya tulis. Sekarang, meskipun saya terlambat makan, mag saya tidak pernah kambuh lagi. Saya juga tidak panik harus mencari makanan atau sesuatu lainnya. Saya menjadi lebih tenang. Dengan pikiran yang tenang, tubuh saya juga menjadi tenang.

Untuk pemikiran-pemikiran negatif yang lebih parah, saya menggunakan teknik NLP yang bernama *Dragon Slaying*. *Dragon Slaying* itu seperti menantang semua pemikiran terburuk kita agar menampakkan diri satu demi satu. Dari situ, kita bisa menganalisis kemungkinan terburuk dari suatu hal. Intinya adalah menjawab pertanyaan: *What’s the worst thing that could happen?*

Saat khawatir akan terserang *panic attack*, saya mempersilakan pemikiran itu muncul dan saya tantang untuk memunculkan kemungkinan terburuk dari kondisi tersebut. Saya jadi paham bahwa kemungkinan terburuk *panic attack* adalah serangan panik, bukan kematian. Otomatis hati dan pikiran saya menjadi lebih tenang. *Dragon Slaying* memerlukan latihan rutin agar kita bisa membiasakan diri mengubah energi negatif menjadi positif. Lama-kelamaan berpikir positif men-

jadi kebiasaan baik dan salah satu kunci dalam karakter serta nilai hidup saya.

Kalau hidup diibaratkan sebagai tempat untuk belajar, bagi saya *panic attack* adalah ujian. Tentu tujuannya setelah lulus saya bisa naik kelas dan mendapat ilmu baru, yaitu ilmu berpikir positif. Itu adalah ilmu yang tak ternilai harganya dan menjadi penentu kesuksesan-kesuksesan saya selanjutnya. *What doesn't kill you only makes you stronger.*

KALAU HIDUP DIIBARATKAN SEBAGAI
TEMPAT UNTUK BELAJAR, BAGI SAYA
PANIC ATTACK ADALAH UJIAN.
TENTU TUJUANNYA SETELAH
LULUS SAYA BISA NAIK KELAS DAN
MENDAPAT ILMU BARU, YAITU
ILMU BERPIKIR POSITIF.

Discovering My Core Values

Values atau nilai hidup adalah hal-hal penting yang membuat hidup kita bergerak. Kegiatan apa pun yang kita lakukan dalam hidup berfungsi untuk memenuhi nilai hidup kita itu.

Oleh karena itu, sangat penting bagi saya untuk mengetahui apa nilai-nilai saya, bagaimana prioritasnya dalam hidup saya saat ini, dan apakah *value* saya sejalan dengan *goal* yang saya cita-citakan.

Setelah melakukan perenungan atas situasi dan perasaan saya saat ini, saya menemukan beberapa nilai hidup saya:

1. Harga Diri

Harga diri menjadi hal nomor satu bagi saya, terutama karena itu merupakan hasil didikan orangtua, yaitu integritas diri harus lebih tinggi dari uang. Bagi saya, uang tidak bisa membeli harga diri saya karena nilainya lebih rendah.

BAGI SAYA, UANG TIDAK BISA MEMBELI HARGA DIRI SAYA KARENA NILAINYA LEBIH RENDAH.

Saya pernah hampir masuk ke sebuah perusahaan besar yang menawarkan saham dengan potensi yang luar biasa. Namun, saya sempat mendengar dari pemilik perusahaan itu bahwa sebenarnya saya tidak terlalu dibutuhkan di perusahaan itu. Pada saat itu, harga diri saya dipertentangkan dengan uang. Langsung saya memutuskan untuk tidak mengambil tawaran itu. Harga diri saya tidak sebanding dengan uang yang ditawarkan. Ketika tidak dihargai, saya tidak akan merendahkan harga diri saya demi uang.

2. Keluarga

Bagi saya, keluarga adalah prioritas. Banyak nilai pribadi saya datang dari Papa. Kegiatan bisnis dan pribadi pun banyak melibatkan orangtua saya. Saya menjalankan bisnis saya bersama kedua adik saya. Walaupun sudah punya rumah sendiri-sendiri, seminggu sekali kami berkumpul di rumah saya untuk sekadar bersantai bersama. Hubungan keluarga kami lebih dari sekadar dekat. Kami memengaruhi hidup satu sama lain secara positif.

Sering ada yang bertanya kepada saya, kenapa saya tetap tinggal di Malang. Kenapa saya tidak pindah ke Jakarta yang menawarkan peluang bisnis dan jaringan koneksi yang lebih besar. Jawaban saya sederhana: nilai keluarga saya lebih tinggi daripada uang. Kalau disuruh meninggalkan keluarga untuk bekerja dalam waktu lama, saya tidak bisa melakukannya.

3. Uang

There's nothing wrong with passion, but if you're starting a business, your goal is to make MONEY.

Uang memiliki arti penting bagi saya. Dulu saya tidak bisa dengan mudah memiliki gadget atau bersekolah di luar negeri seperti teman-teman saya karena saya tidak punya uang lebih. Saya tidak menyesali masa lalu, tapi saya menarik pelajaran dari situ. Untuk mendapatkan lebih banyak pilihan dan kebebasan dalam hidup, saya perlu uang. Jadi, saat saya berfokus pada uang, otak saya memosisikan saya untuk memprioritaskan kesempatan atau peluang yang menghasilkan uang.

Kalau Anda ingin sukses secara finansial, coba cek nilai hidup uang Anda. Beberapa teman yang berbincang dengan saya tentang nilai hidup bahkan tidak menyebutkan uang sebagai nilai hidup mereka, padahal mereka berkata ingin sukses. Bagaimana dengan Anda, apakah uang merupakan salah satu nilai dalam diri Anda? Tidak ada yang salah dengan memiliki nilai hidup uang, *it's personal*.

4. Diakui

Saya merasa senang jika ada yang menghubungi saya dan mengatakan bahwa apa yang saya lakukan menginspirasi mereka menjadi lebih baik. Saya sadar saya punya kebutuhan untuk diakui oleh orang banyak. Hal itu membuat saya terus produktif dalam berkarya dan membuat proyek baru. Karena itulah, sekarang orang mengenal saya sebagai *serial entrepreneur* dari berbagai bidang, mulai ritel sampai properti.

5. Pengembangan Diri

Saya dikenal sebagai orang yang tak bisa lepas dari gadget. Biasanya ada dua hal yang saya lakukan dengan gadget. Pertama, saya *chatting* dengan banyak orang, bisa dalam bentuk mendampingi teman-teman di grup WhatsApp DigitalMarketer atau melayani perbincangan dengan anak-anak muda yang menjadikan saya panutan. Kegiatan menjawab berbagai pertanyaan mereka membuat saya selalu belajar.

Kedua, saya menggunakan gadget untuk membaca *e-book* atau menonton *video e-learning* guna menambah ilmu saya di berbagai bidang, terutama *digital marketing* yang sedang saya geluti. Pengembangan diri adalah inti kegiatan saya yang menggunakan gadget dan merupakan *core value* bagi saya.

6. Kesehatan

Sebanyak apa pun uang yang saya miliki tidak akan bermanfaat dan tidak bisa saya nikmati jika saya sakit. Pengalaman dengan *panic attack* memberi saya pelajaran penting itu. Sampai saat ini, saya selalu rajin memberikan tips makanan sehat untuk diet dan olahraga yang tepat untuk hidup sehat guna menjaga berat badan tetap ideal.

SEBANYAK APA PUN UANG YANG
SAYA MILIKI TIDAK AKAN
BERMANFAAT DAN TIDAK BISA SAYA
NIKMATI JIKA SAYA SAKIT.

7. Kebebasan Waktu

Bagi saya, menukar waktu kita dengan uang adalah ide buruk. Memiliki kebebasan waktu untuk melakukan apa pun yang Anda inginkan, saat uang kita bekerja dalam sistem, adalah pilihan terbaik. Membangun sistem yang otomatis menghasilkan mesin uang sedang menjadi fokus saya, agar saya bisa mendapatkan kebebasan waktu dan menikmati waktu yang berkualitas bersama keluarga.

Nilai-nilai itu adalah nilai-nilai yang menggerakkan hidup saya saat ini. Awalnya saya tulis terlebih dulu nilai-nilai itu tanpa memedulikan urutannya, lalu saya bandingkan yang satu dengan yang lain untuk menentukan prioritasnya. Sebagai contoh, saya tidak akan terima bila tidak dihargai, meskipun oleh keluarga sendiri. Karena itulah, “ingin dihargai” menempati urutan pertama dari nilai-nilai hidup saya.

What you focus on expands.

Anda bisa menulis keluarga, pengembangan diri, dan berbagi dalam *core values* Anda. Namun, kalau tidak ada uang dalam daftar itu, secara tidak sadar Anda menolak kehadiran uang dalam hidup Anda. Padahal, sudah jelas bagaimana uang bisa membantu kita mewujudkan mimpi, membeli kebebasan waktu sehingga kita bisa memiliki waktu yang berkualitas bersama keluarga, dan memungkinkan kita membantu lebih banyak orang.

Bagaimana cara menaikkan nilai uang dalam hidup Anda? Samakan frekuensi uang dengan frekuensi nilai tertinggi dalam hidup Anda. Misalkan nilai tertinggi dalam hidup Anda adalah berbagi. Saat berbagi, Anda merasakan kesenangan yang meluap-luap. Anda merasa wajah Anda bercahaya dan lingkungan Anda menjadi penuh

warna. Sekarang, bayangkan energi Anda saat memikirkan uang. Mungkin Anda melihat uang dalam warna monokrom yang kusam karena tersimpan banyak kekhawatiran tentangnya. Sekarang, perlahan, naikan kontras warna yang Anda lihat pada uang hingga mulai menyamai warna nilai utama Anda, yaitu berbagi. Warna monokromnya meluntur, digantikan warna cerah yang vibran dan hidup.

Simpan gambaran itu di benak Anda saat Anda sedang berada dalam kondisi santai. Idealnya dilakukan pada pagi hari dan malam hari sebelum tidur. Setelah itu, coba lihat bagaimana pengaruhnya dalam hidup Anda. Anda akan melihat uang dalam rasa yang lebih positif dan menaikkan prioritasnya dalam hidup Anda.

Ingat, apa pun yang Anda fokuskan akan tumbuh. Beritahu saya jika Anda melihat semakin banyak peluang yang menghasilkan uang setelah melakukan latihan ini!

Solution-Oriented Mindset

Saya gemas dengan orang yang tahu bahwa mereka punya masalah tapi tidak pernah berusaha mengatasinya. Ada saja alasan yang mereka kemukakan, mulai dari “tidak tahu” cara menyelesaikannya sampai “tidak punya waktu” untuk memikirkannya. Ada juga orang yang memilih hanya mengeluhkan masalah itu atau mencari “tersangka” yang bisa disalahkan dari situasi yang mereka alami. Bagi saya, orang-orang itulah yang paling membuat saya kesal.

Pada era Google dan YouTube seperti sekarang ini, semua jawaban sebenarnya bisa dengan mudah ditemukan. Istilahnya, semua informasi tersedia di ujung jari Anda. Yang penting sekarang adalah apakah motivasi Anda cukup kuat untuk “bangkit” dan mulai menyelesaikan masalah.

Saya sendiri, saat punya masalah, akan langsung mencari solusinya. Saya tidak berkeluh kesah atau menyalahkan orang lain, tapi sibuk mencari jalan keluar. Dan saat menemukan solusi, saya akan menjalankannya dengan sungguh-sungguh. Contohnya adalah saat saya mulai rajin diundang mengisi berbagai forum untuk berbagi ilmu seputar *fitness* dan dunia digital. Saya mengalami rasa takut yang hebat saat akan bicara di depan publik. Di panggung, saya berkeringat dingin dan tak bisa mengeluarkan sepatah kata pun!

Saya pernah mendengar bahwa *public speaking* adalah hal nomor satu yang ditakuti banyak orang di dunia, bahkan melebihi kematian! Namun, saya ingin sekali memecahkan masalah itu, agar tidak mengganggu karier dan *personal branding* yang sedang saya bangun. Saya langsung menghubungi Romy Rafael, karena saya pikir dia bisa membantu saya dengan hipnosisnya. Kebetulan Romy Rafael adalah konsumen suplemen saya.

Menurut Romy, ketakutan akan *public speaking* mudah diatasi. Keesokan harinya dia mengirim saya dua keping CD hipnosis, masing-masing untuk saya dengarkan setelah bangun dan sebelum tidur selama tiga puluh hari. Dalam waktu tiga hari setelah mendengarkan CD itu, kepercayaan diri saya tumbuh. Saya malah merasa tak sabar bicara di depan hadirin. Kalau dulu saya demam panggung, sekarang saya demam duduk!

Saya juga pernah mengalami masalah komunikasi dengan tim kerja. Ada jurang antara pola pikir saya dan pola pikir anggota tim. Dalam usaha menyamakan pola pikir, saya mengundang mentor-mentor saya untuk *sharing* kepada tim di kantor. Mas Ronny pernah mengajarkan cara menjual yang lebih efektif kepada tim saya. Saya juga pernah mengundang beberapa teman lain *sharing* sesuai bidang

masing-masing. Hasilnya? Keahlian tim saya bertambah, diskusi kami semakin *nyambung*, dan produktivitas kami meningkat.

Sebenarnya, untuk memecahkan masalah, hanya tiga hal yang perlu dilakukan.

Pertama, cari tahu apa masalah yang sebenarnya sedang kita hadapi. Ketika saya berkeringat dingin di panggung, masalah itu tidak akan selesai saat saya mengambil sapu tangan untuk mengelap keringat. Saya harus mencari tahu apa yang menjadi sumbernya. Dalam hal ini, masalahnya ada di pikiran bawah sadar saya sendiri dan harus dipecahkan lewat menyugesti pikiran bawah sadar saya dengan pola pikir baru.

Kedua, setelah mengetahui masalah sebenarnya, cari orang atau metode terbaik yang terbukti bisa membantu memecahkan masalah Anda. Bagaimana caranya? Bisa lewat rekomendasi keluarga, teman dekat, atau bahkan rekomendasi orang lain di internet atau sumber lain.

Yang terakhir dan yang paling penting adalah melakukan apa yang disarankan untuk Anda lakukan guna memecahkan masalah itu. *Action*. Lakukan. Cek lagi niat Anda, apakah Anda benar-benar serius ingin terbebas dari masalah itu, atau Anda telanjur nyaman terbalut hangatnya masalah yang membelit Anda? *It's your choice!*

JIKA ANDA TIDAK BISA MENEMUKAN
MOTIVASI ANDA, ARTINYA ANDA
TIDAK BISA MENGGAMBARKAN
IMAJINASI ANDA DENGAN INDAH.
BELAJARLAH BERIMAJINASI!

Melihat Peluang dan Membuat Kesempatan

Saya terbiasa melihat peluang-peluang kecil di sekitar saya. Sejak duduk di bangku SMA, saya sudah berdagang untuk mendapat uang tambahan. Saya berjualan CD *game* dengan keuntungan 1.000 sampai 2.000 rupiah per keping. Di bangku kuliah saya mengajar di kampus dengan gaji 300 ribu rupiah per sesi (dua jam). Berkat bimbingan orangtua, uang itu saya tabung dengan tekun.

Bisnis saya yang sesungguhnya dimulai ketika saya berumur 21 tahun. Itu adalah tahun terakhir kuliah saya. Saya diajak beberapa teman bergabung dengan sebuah *fitness center*. Setelah saya berlatih selama beberapa bulan, seorang teman mengenalkan saya pada suplemen *fitness*. Kala itu, kami harus titip beli pada teman di Surabaya karena di Malang belum ada yang menjualnya. Bahkan minum suplemen pun masih dianggap tabu sehingga kami lakukan secara sembunyi-sembunyi.

Karena mulai rutin mengonsumsi suplemen *fitness*, saya merasa proses pembelian suplemen itu cukup merepotkan. Akhirnya saya mencari informasi di internet tentang suplemen-suplemen yang tersedia di luar negeri. Ternyata di luar negeri ada banyak sekali merek dan ragam suplemen. Hanya saja, saat itu transaksi *online* masih dianggap menakutkan, apalagi untuk produk dari luar negeri. Tidak ada jaminan barang akan dikirim, apalagi pembayaran hanya bisa dilakukan lewat kartu kredit. Hal itu sempat menjadi kendala karena saya tidak punya kartu kredit. Padahal saya ingin sekali membeli, apalagi melihat banyaknya pilihan yang tersedia.

Pada suatu hari saya melihat iklan di koran bahwa untuk membuat kartu kredit jenis silver dibutuhkan dana sebesar 2,5 juta rupiah di tabungan. Kebetulan orangtua saya membuatkan saya tabungan sejak saya SD. Pada hari saya melihat iklan itu, tabungan saya pas tersisa 2,5 juta rupiah.

Kala itu, yang menjadi pertimbangan saya adalah, saya masih hidup bersama orangtua, tidak ada biaya khusus yang perlu saya keluarkan, saya tidak terlalu boros dalam pengeluaran, dan saya belum memiliki tanggung jawab untuk membiayai keluarga. Mungkin itu kesempatan saya. Kalaupun uang itu hilang, ya sudah. Saya siap mengambil risiko.

Saya nekat membuat kartu kredit dengan dana itu. Berbekal kartu kredit, saya pun melakukan transaksi *online*. Karena kalau hanya membeli untuk kebutuhan pribadi akan mahal di ongkos kirim, saya melakukan survei pasar. Saya minta pendapat teman-teman dan instruktur di *gym* tentang produk yang mereka pikir bagus untuk digunakan. Saya lalu berbelanja sesuai referensi mereka.

Kepuasan yang saya rasakan setelah berhasil melakukan transaksi *online* pertama itu berubah menjadi kecemasan ketika barang yang

saya pesan tak kunjung tiba. Untunglah, empat belas hari kemudian barang yang saya tunggu-tunggu itu sampai.

Sejak saat itu, bisnis saya secara resmi dimulai.

Kalau tadinya saya hanya bisa melihat peluang kecil, seiring bertambahnya pengalaman dan pengetahuan saya, keahlian saya dalam melihat peluang yang lebih besar pun semakin terasah.

KALAU TADINYA SAYA HANYA BISA
MELIHAT PELUANG KECIL, SEIRING
BERTAMBAHNYA PENGALAMAN DAN
PENGETAHUAN SAYA, KEAHLIAN SAYA
DALAM MELIHAT PELUANG YANG
LEBIH BESAR PUN SEMAKIN TERASAH.

Ayo, ganti kacamata Anda dengan kacamata peluang! Mulailah dari hal-hal sederhana di sekitar Anda. Coba Anda perhatikan, apa kebutuhan di lingkungan Anda yang bisa Anda bantu penuhi hari ini? Itulah produk atau layanan yang bisa Anda tawarkan sekarang juga!

Meeting My Soulmate

Saat berumur 34 tahun, saya beruntung bertemu dan menikahi Fellin Rajali, perempuan cantik yang kala itu baru berusia 21 tahun.

Sejak awal saya menyimpan kekaguman pada istri saya. Meskipun masih sangat muda, dia mampu membuat keputusan-keputusan besar dalam hidup.

Berdasarkan kesepakatan kami, sebelum menikah, Fellin harus melakukan beberapa perubahan signifikan dalam hidup. Pertama, dia harus pindah mengikuti agama yang saya anut. Kedua, dia harus menghentikan kuliah yang sudah berjalan dua tahun di Singapura serta tinggal bersama saya di Malang, pindah dari Medan, kota tempatnya dilahirkan dan dibesarkan. Fellin juga harus menjadi ibu rumah tangga, mengurus anak-anak kami, mengatur rumah, dan

memasak untuk keluarga. Saya memang mencari istri yang benar-benar bisa berkomitmen mengurus rumah tangga.

Beruntung, Fellin adalah perempuan cerdas dengan nilai-nilai hidup yang mirip dengan saya. Bagi Fellin, keluarga juga nomor satu. Di Singapura dia terbiasa hidup mandiri, bahkan mengurus saudara-saudaranya, serta jauh dari orangtua. Isu-isu penting seperti perbedaan agama telah kami diskusikan sejak awal dengan kepala dingin. Percuma meneruskan hubungan jika ujung-ujungnya nilai hidup kami tidak sama. Dengan niat baik untuk membangun keluarga bersama saya, dia setuju mengikuti agama saya.

Banyak yang penasaran, di mana saya bertemu perempuan seperti Fellin? Masih muda, luar biasa cantik, langsing, pintar, dewasa, bijaksana, modern, sekaligus berdedikasi pada keluarga.

Here's the truth: saya bertemu Fellin di Twitter. Ya, Twitter!



Berlibur bersama Fellin di Pantai Pandawa, Bali.

Media sosial yang satu itu tak hanya membantu saya meraih ratusan ribu *follower*, tapi juga membuat saya mendapatkan kekasih. *Personal branding* yang saya bangun di Twitter sebagai *fitness and fat loss expert*, dengan *posting-an* rutin tips-tips diet, membuat semakin banyak orang menjadi *follower* akun @dennysantoso, termasuk perempuan-perempuan muda seperti Fellin.

Namun, Fellin berbeda dari yang lain. Saya langsung tertarik melihat wajah cantiknya di *avatar* akun Twitter-nya. Kebetulan saat itu saya baru putus dari pacar terakhir saya dan perlu segera *move on*. Saya merasa sudah mampu dan siap untuk menikah. Segera saya *follow* balik Fellin agar bisa masuk ke tahap kedua dari proses pendekatan yang akan saya lakukan, yaitu lewat DM (*Direct Message*). Begitu mengirim DM, saya merasa Fellin langsung mengerti bahwa saya memiliki ketertarikan khusus kepadanya. Mungkin dia langsung mencari tahu profil saya di internet. Untungnya saya sudah dikenal luas secara positif di bidang kesehatan dan gaya hidup. Itu penting karena kami benar-benar belum saling kenal. Informasi tentang diri saya yang dia temukan tentu menambah *trust* yang dia rasakan kepada saya. Buktinya, setelah mengobrol sebentar via DM, Fellin mau memberitahu saya PIN BBM-nya. Itu menjadi tanda bahwa kami siap mengobrol lebih *private* lagi.

Karena jarak kami yang jauh, Singapura–Malang, saya merasa kami harus segera mengobrol secara tatap muka agar bisa saling merasakan *chemistry* di antara kami. Sayangnya, saya belum bisa segera ke Singapura. Kami pun menggunakan teknologi *video chat* Skype. Setiap hari kami berkomunikasi lewat Skype, bahkan jika itu hanya berupa menonton kegiatan satu sama lain tanpa bicara. Setiap hari kamialui dengan interaksi lewat Skype.

Ada satu kebiasaan yang selalu saya lakukan untuk mengakhiri pembicaraan kami di Skype. Saya selalu minta Fellin melakukan *virtual high five* atau tos secara virtual. Awalnya Fellin bingung, untuk apa tos kalau tidak bersentuhan? Namun, akhirnya dia mengikuti saja kemauan saya yang terdengar tak biasa itu.

Sebulan kemudian kami memutuskan bertemu untuk pertama kalinya di Singapura. Saya cuma punya waktu dua hari untuk berkenan dan mengenal Fellin lebih jauh. Karena sudah mantap dan suka dengannya, saya ingin memastikan Fellin juga merasakan hal yang sama. Saya bertekad dalam dua hari itu harus bisa mendapatkan status atas hubungan kami alias resmi pacaran. Adik saya, Erwin, berusaha memberi masukan bahwa dua hari itu sangat singkat. Sebaiknya, saya mengalokasikan waktu lebih lama agar bisa sukses “mendapatkan” Fellin. Namun, situasinya kurang memungkinkan karena jarak kami yang jauh. Saya harus bisa segera memastikan hubungan kami.

Dengan semangat menggebu saya berangkat ke Singapura. Fellin cantik sekali. Dia sesuai dengan bayangan saya, bahkan lebih baik. Setelah mengobrol langsung, saya yakin 100% dialah perempuan yang saya cari selama ini.

Fellin completes me.

Itu baru hari pertama. Saya punya satu hari lagi untuk memastikan status hubungan kami. Saya punya teori, kalau seorang perempuan menganggap seorang laki-laki sebagai teman, normal kalau saat bergurau dia bersentuhan dengan sang laki-laki. Namun, kalau perempuan itu tahu sang laki-laki menyukainya dan dia tetap mau bersentuhan dengan laki-laki tersebut, itu artinya dia juga tertarik pada laki-laki tersebut.

Oleh karena itu, saya sudah berencana mendapatkan kontak fisik saat kami bertatap muka. Maksudnya untuk mempercepat proses pendekatan kami. Itu juga alasannya waktu mengobrol di Skype saya selalu mengajak dia melakukan *virtual high five*. Otaknya akan menyimpan bahwa seakan-akan dia sudah biasa bersentuhan atau merespons sentuhan saya. Jadi, saat di Singapura saya bisa menggandeng tangannya, yang walaupun belum pernah dilakukan secara langsung akan terasa seperti sudah biasa dilakukan.

Saat saya memberanikan diri menggandeng tangannya dan dia merespons sentuhan saya, saya mendapat sinyal baik dan menjadi lebih percaya diri untuk melanjutkan ke langkah selanjutnya.

“Lin, *why do you like me?*” Saya bertanya pada Fellin.

Saya tidak bertanya, “*Do you like me?*” karena itu menandakan saya tidak yakin dengan diri saya sendiri. Saya juga tidak “menembak”-nya dengan pertanyaan, “Kamu mau jadi pacarku?” karena jika mendengar pertanyaan itu, perempuan cenderung langsung mengalihkan pemikirannya dari perasaan di hati menjadi logika di kepala. Kemungkinan jawaban “ya” bisa 50-50. *I can’t afford 50% chance of failure*. Saya ingin berhasil 100%. Pemilihan kata sangat penting dalam menentukan hasil yang ingin saya dapatkan.

Fellin menyebutkan beberapa alasan dia menyukai saya. Mau tidak mau saya tersenyum mendengarnya. Saya bisa memastikan bahwa dia juga memiliki perasaan yang sama kepada saya. Tak sabar rasanya, saya ingin menutup percakapan itu dengan manis.

“*So... we belong together, right?*”

And the rest, they say, is history.

Building Partnership in Marriage

Di film, biasanya kisah cinta berhenti saat resepsi pernikahan berlangsung. Bagi saya dan Fellin, pesta pernikahan adalah permulaan.

Kami menikah di Malang. Pernikahan itu dihadiri ribuan keluarga, teman, dan kerabat dari seluruh dunia. Bahkan, rekan kerja saya di Ultimate Nutrition dari Amerika juga hadir. Proses dari kami resmi berpacaran hingga pesta pernikahan hanya butuh waktu empat belas bulan. Semua serbacepat, karena kami berdua memang serius untuk membangun rumah tangga.

Setelah memutuskan untuk berpacaran di Singapura, saya mengajak Fellin ke Malang guna melihat rumah yang baru saja saya bangun bagi keluarga kami nantinya. Fellin bertemu dengan orangtua saya, dan saya bertemu dengan orangtuanya untuk meminta restu. Saat

keluarga sudah merestui, kami bisa melangkah dengan lebih mantap menuju gerbang pernikahan.

Hal paling penting yang saya lakukan sebelum menikah dengan Fellin adalah memberinya bekal keterampilan dan ilmu agar kami bisa mengobrol dalam frekuensi yang sama. Dia mengikuti kursus NLP dengan guru saya dulu, Mas Ronny FR. Itu investasi yang berharga untuk hubungan kami. Hal itu menyatukan cara kami dalam bersikap, termasuk dalam mendidik anak kelak.

Sejak pacaran sampai punya dua anak, Jason dan Brandon, saya dan Fellin sama sekali tidak pernah bertengkar. Kalau salah seorang dari kami mulai kesal, yang lain akan mengerti dan diam. Komunikasi kami selama ini selalu lancar, berkat ilmu-ilmu yang kami pelajari di NLP.

Fellin juga pernah menggunakan kemampuan NLP-nya saat menyusui. Saat itu payudaranya bengkak gara-gara ASI menumpuk di dalam, dan tidak bisa keluar. Fellin menggunakan teknik NLP untuk melancarkan ASI, dan benar saja, bengkak itu sembuh, ASI kembali lancar. Sejak saat itu rasa percaya Fellin pada NLP semakin besar.

Di Medan, orangtua Fellin mempunyai bisnis konvensional di bidang pelayaran. Bidang ini sangat berbeda dengan digital. Fellin benar-benar *blank* dengan bisnis yang saya geluti. Oleh karena itu, sebelum menikah, saya mengikuti Fellin di kursus *internet marketing* arahan Anne Ahira. Di situ dia bisa belajar dasar-dasar *internet marketing*.

Tiga bulan pertama menikah, Fellin hanya diam di rumah. Saya perhatikan dia mulai bosan. Dia datang dari kota besar, dan di kota asalnya ada banyak teman yang bisa diajak bertemu. Saat itu di Malang, teman Fellin hanya saya. Saya bisa membayangkan seperti

apa rasanya. Sepertinya itu saat yang tepat untuk menerapkan ilmu *internet marketing* yang sudah dia pelajari.

Seorang teman menawari saya berjualan PocketBac, *hand sanitizer* dengan desain kemasan lucu yang sedang menjadi tren. Saya melihat potensi dari tawaran itu, tapi tak mungkin rasanya saya yang biasa menjual suplemen *fitness* tiba-tiba berjualan PocketBac. Akhirnya saya putuskan mengambil tiga ratus PocketBac dulu untuk melihat pasarnya. Saya coba *blast* informasi mengenai produk itu di Twitter. Ternyata dalam lima hari, tiga ratus botol itu habis! Dengan margin hampir dua kali lipat, kami meraup banyak keuntungan dari situ. Untuk merespons kebutuhan pasar, kami memutuskan mengimpor PocketBac lagi.

Itu kesempatan bagi Fellin untuk menerapkan kemampuan *internet marketing* yang dimilikinya. Ketika pesanan semakin banyak, saya serahkan pengelolaannya ke Fellin. Kami membuat situs web FellinShop.com dan menempatkan informasi produk di situ. Setelah sukses menjual berbagai varian PocketBac, kami mulai menambah produk-produk sejenis. Produk perawatan tubuh, mulai dari sabun, losion, sampai parfum, makin banyak kami datangkan, sampai-sampai harus dikirim dalam kontainer.

Akhir 2012 Fellin mencoba berjualan lewat Instagram. Penjualan semakin meningkat, dan kami mulai memperluas bisnis dengan berjualan kosmetik bermerek, seperti Urban Decay dan Naked. Tentu saja Fellin mengalami proses belajar, dari sama sekali tidak paham bisnis *online* sampai kemudian menjalani bisnis sendiri yang cukup sukses. Meja kerja saya menjadi satu dengan meja kerja Fellin, jadi setiap hari kami bekerja berhadap-hadapan. Tiap kali mempelajari hal baru, saya membaginya dengan Fellin. Itulah yang membuat

kemampuan Fellin semakin terasah. Sekarang dia memiliki banyak ide untuk mengembangkan FellinShop, dan karena FellinShop adalah miliknya, dia bisa menjalankannya sesuai visinya. Selain menjadi partner hidup, Fellin resmi menjadi partner bisnis saya.

FellinShop hanya membutuhkan internet untuk bisa beroperasi, jadi Fellin bisa bekerja di mana saja asal ada koneksi internet. Konsep bekerja di rumah saat itu belum umum, terutama di kalangan teman-teman Fellin. Apalagi Fellin tinggal bersama mertua, yang kadang dianggap sebagai “momok” bagi kaum perempuan. Teman-temannya kerap mengomentari situasinya itu. Dalam bayangan mereka, mertua itu seperti monster yang suka mengatur rumah tangga anak.

Untungnya Fellin tidak merasa seperti itu. Dia cepat beradaptasi dengan lingkungan keluarga saya. Contohnya, sebenarnya Fellin tidak terlalu suka memasak. Namun, setelah menikah, dia membiasakan diri memasak untuk keluarga. Dia mengambil kelas memasak di Jakarta Culinary Center dan mulai menikmati kegiatan memasak. Sayangnya belakangan tangannya melepuh dan luka karena terlalu sering memegang daging, bawang, dan lainnya. Karena masalah itu, Fellin sempat berhenti memasak cukup lama. Sampai suatu hari Mama berkomentar, kalau Fellin tidak memasak lagi, jangan-jangan saat sudah besar Jason harus memasak nasi sendiri.

Komentar Mama disikapi Fellin sebagai pengingat untuk memperbaiki diri dan mencari solusi masalahnya. Dia lalu kembali memasak, tapi kegiatan memotong-motong makanan dia delegasikan kepada asisten rumah tangga.

Pelan-pelan kami beradaptasi serta menempatkan diri dalam porsi kami di rumah dan bisnis sehingga semua bisa berjalan secara harmonis.

Decision to Change Your Life

Nasib Anda adalah hasil dari keputusan-keputusan yang Anda buat setiap hari.

Secara tak sadar, setiap pagi otak kita membuat ribuan keputusan. Mulai dari mau bangun pukul berapa, mau pakai baju apa, mau makan apa, mau menonton acara televisi apa, sampai mau mandi jam berapa. Ribuan keputusan. Mungkin banyak orang yang tidak menyadari, bahkan menyangkal melakukannya. Hal itu terjadi begitu saja tanpa disadari.

Hal lain yang mungkin tak kita sadari adalah sejak kecil kita hidup dan belajar banyak dari lingkungan sekitar. Kita punya panutan yang kita jadikan acuan tindakan. Sosok itu bisa berupa orangtua, saudara, atau siapa pun.

Nasib Anda hari ini dan di kemudian hari tak terlepas dari kedua hal tersebut. Menurut saya, nasib kita tidak terletak di tangan Tuhan, karena bukankah Tuhan memberi kita talenta dan kebebasan untuk memilih apa yang akan kita lakukan sebagai manusia?

MENURUT SAYA, NASIB KITA TIDAK
TERLETAK DI TANGAN TUHAN,
KARENA BUKANKAH TUHAN
MEMBERI KITA TALENTA DAN
KEBEBASAN UNTUK MEMILIH APA
YANG AKAN KITA LAKUKAN SEBAGAI
MANUSIA?

Jadi, bagaimana cara tercepat untuk mengubah nasib kalau Anda merasa tidak puas dengan kondisi Anda saat ini? Yang pertama-tama perlu Anda lakukan adalah menyadari bahwa Anda memiliki kendali penuh atas pilihan hidup Anda. Mau melangkah saja, Anda yang menentukan kaki kiri atau kanan yang lebih dulu bergerak. Setelah menyadarinya, ingat-ingat lagi, keputusan-keputusan besar apa saja yang telah Anda ambil sehingga Anda berada di posisi hari ini? Apakah Anda cukup puas dengan semua keputusan itu? Atau apakah Anda ingin mengambil keputusan yang berbeda bila hal itu mungkin? Ingatlah bahwa keputusan Anda pada masa lalu ikut berperan menentukan nasib Anda hari ini. Dan keputusan Anda hari inilah yang menentukan nasib Anda pada masa depan.

Kalau merasa tidak puas dengan nasib Anda sekarang, pikirkan Anda ingin menjadi sosok seperti apa. Akan sangat baik kalau sosok itu Anda kenal sehingga Anda bisa bertanya dan menggali pola pikirnya. Istilah yang digunakan di dunia bisnis adalah mentor, tapi dalam konteks ini saya menyebutnya panutan. Tugas Anda adalah mengenali cara pikir panutan Anda itu, lalu menggunakannya untuk mengambil keputusan dalam hidup.

Dengan menerapkan strategi itu, ada beberapa keuntungan yang bisa Anda dapatkan:

Anda belajar keluar dari zona nyaman sehingga lebih siap menerima tantangan dan peluang baru.

Anda belajar melihat segala sesuatu dari sudut pandang yang berbeda dari yang biasanya Anda gunakan.

Anda bisa memecahkan masalah hidup dengan lebih baik.

Anda bisa memisahkan emosi dari logika ketika mengambil keputusan penting dalam hidup. *And believe me*, itu adalah salah satu hal terpenting yang perlu Anda kuasai dalam hidup.

Mengharapkan hasil yang berbeda dengan terus melakukan hal yang sama tak akan membuat Anda mendapatkan hasil yang Anda inginkan. Kalau Anda tahu Anda tidak puas dengan hidup Anda saat ini, Anda perlu mencaritahu apa yang perlu Anda ubah supaya Anda tidak mengambil keputusan dengan “cara yang sama” seperti sebelumnya. Penekanannya ada pada “cara” mengambil keputusan, bukan hal yang dihadapi.

How to Get a Mentor

Saya yakin, agar hidup Anda bisa maju dengan lebih cepat, Anda harus punya mentor.

Salah satu teknik NLP yang sangat bermanfaat dalam hidup saya adalah teknik *modeling*. *Modeling* adalah proses memodel atau meniru seorang mentor dengan memetakan strategi berpikirnya, perbuatannya, ucapannya, dan apa yang dirasakannya sehingga kita mengerti caranya mengambil keputusan dalam hidup.

Lewat *modeling* saya bisa melihat proses kreatif dengan lebih jelas dan belajar dengan lebih cepat. Saat belajar, saya juga tidak hanya melihat kulitnya, tapi juga mempelajari motivasi atau dorongan yang membuat mentor saya melakukan hal tersebut. *Knowing their “why”*.

Kalau Anda memulai bisnis sekarang, ada banyak sekali mentor yang bisa Anda pelajari langkah suksesnya. Anda membutuhkan mereka untuk menjadi penunjuk arah. Kisah hidup mereka bisa sangat memotivasi dan Anda tidak perlu mengulangi kesalahan-kesalahan yang mereka lakukan. Anda bisa maju lebih cepat.

Saya sendiri, meskipun memiliki bisnis yang sudah berjalan dengan baik, tetap membangun jejaring dengan mentor dan berkomunikasi dengan banyak orang.

Pilihlah mentor yang bisa Anda ajak berdiskusi dan membawa Anda maju. Tapi ingat, Anda harus membuka pikiran Anda untuk menerima banyak hal baru dari dunia yang luas ini, yang mungkin sebelumnya tak pernah Anda sadari. Tanpa menjaga pikiran Anda tetap terbuka, pola pikir lama Anda akan selalu menghalangi perubahan yang perlu Anda lakukan.

Ketika Anda sudah membuka pikiran, belajarlah untuk bertanya dan berkonsultasi dengan calon mentor Anda. Ketika Anda mulai berkomunikasi dengan mereka, dunia Anda akan mulai terbuka lebih lebar dan peluang-peluang baru akan muncul. Otak Anda yang selama ini sangat efisien mengerjakan rutinitas harian Anda akan mulai melihat peluang-peluang baru. Tangkap peluang itu maka hidup Anda akan berubah.

Mentor pertama saya adalah ayah saya sendiri. Papa tak hanya menjadi panutan saya. Dengan prinsip hidupnya yang sangat mengagumkan serta terbukti membuat keluarga kami hidup rukun dan selaras seperti sekarang ini, Papa juga menjadi tempat bertanya, berdiskusi, dan pijakan yang senantiasa meneguhkan saya.

Selain Papa, saya punya beberapa mentor di berbagai industri yang membantu saya mengakselerasi bisnis-bisnis saya. Mencari mentor memang tidak mudah. Untuk itu, ada beberapa hal yang perlu Anda ketahui agar hasil yang didapat lebih maksimal.

- ♦ **Cari Millionaire Mentor.** Carilah mentor yang sudah terbukti kiprah kesuksesannya. Pelajari apa yang mereka lakukan, bukan sekadar apa yang mereka katakan. Kadang sang mentor tidak tahu cara menjelaskan dengan tepat bagaimana mereka menjadi kaya.
- ♦ **Mencari mentor itu sama seperti mencari pacar.** Anda tidak akan mendatangi seorang perempuan cantik atau laki-laki tampan dan langsung berkata ingin menikah dengan mereka, kan? Anda perlu berkenalan terlebih dahulu. Bahkan mungkin tidak secara langsung, tapi lewat teman. Anda bisa mulai memberi komentar di status Facebook, blog, atau foto Instagram miliknya. Banyak cara untuk menarik perhatian mentor. Ingat, tugas Anda adalah membuka percakapan. Komentar Anda harus cukup menarik perhatian sang mentor sehingga dia mau menanggapi. Kalau Anda hanya menulis “*nice*” atau “setuju”, sang mentor tak perlu menanggapi lagi dan percakapan tidak akan dimulai. Jadi, aturan pertama dalam mencari mentor adalah jangan minta orang asing, yaitu orang yang belum Anda kenal dan belum mengenal Anda, menjadi mentor Anda. Ketika Anda meminta orang asing menjadi mentor, dia akan menjawab TIDAK, atau mungkin YA karena sungkan dan tidak ada kelanjutannya. Jangan memaksakan suatu hubungan!

- ♦ **Tunjukkan kepada mentor bagaimana Anda berinteraksi, berpikir, dan berkontribusi.** Hal itu perlu Anda lakukan untuk membangun rasa percaya mentor terhadap Anda. Mentor butuh percaya bahwa Anda akan melakukan yang terbaik ketika dia memberikan saran. Ingatlah bahwa mentor Anda adalah orang yang sibuk, dan mungkin juga sedang menjadi mentor banyak orang.
- ♦ **Masuk ke radar sang mentor.** Jangan langsung meminta orang itu menjadi mentor pada pertemuan pertama. Yang perlu Anda lakukan terlebih dulu adalah menunjukkan dukungan terhadapnya. *Retweet tweet-nya, posting* hal positif di blog-nya, bergabung dalam komunitasnya, atau bahkan carikan klien untuknya.
- ♦ **Jadilah orang yang menyenangkan untuk dimentori.** Pastikan Anda memiliki pikiran yang cukup terbuka. Sangatlah menyenangkan memberikan saran ini itu hanya untuk dijawab dengan penolakan, dengan alasan Anda tidak sanggup melakukan ini dan itu. *Be open*, tapi jangan takut berdebat secara sehat. Ingatlah bahwa hubungan Anda dan mentor tetap bersifat dua arah. Debat yang sehat juga sangat berguna bagi kedua belah pihak.
- ♦ **Carilah mentor yang sesuai dengan bidang yang (akan) Anda jalani.** Sebagai contoh, saya sudah berpengalaman di *business building, fitness*, dan digital. Kalau diminta menjadi mentor di bidang perikanan, tentu saya tidak bisa. Anda bisa mencari mentor yang sesuai dengan bidang Anda dengan cara datang ke acara *networking*, konferensi, dan *workshop*. Anda akan menemukan mentor yang sesuai di sana. Pada acara-acara itu, Anda akan melihat mentor Anda bekerja. Buat catatan penting tentang apa yang

akan Anda tanyakan. Seusai acara, Anda bisa mengobrol lebih santai dan bertanya lebih banyak. Mentor di bidang lain juga penting, tapi perlu diingat bahwa mentor menguasai bidangnya sendiri-sendiri. Anda mungkin memiliki bisnis restoran, sementara saya tidak, tapi Anda bisa berdiskusi dengan saya tentang cara meningkatkan omzet restoran menggunakan strategi digital yang saya kuasai.

Anda bisa belajar dari pengalaman saya saat saya tertarik terjun ke bidang properti. Pada suatu kesempatan makan malam bersama Andrie Wongso, saya berkata bahwa saya sedang ingin belajar properti. Dia langsung merekomendasikan Panangian School of Property. Saya menuruti sarannya, dan benar saja, belajar di situ membuka mata saya serta membekali saya dengan ilmu-ilmu properti tingkat tinggi yang saya serap langsung dari pakarnya. Rekomendasi orang tepercaya akan selalu mendatangkan hasil maksimal.

Pengalaman saya membangun *startup* juga memungkinkan saya bertemu banyak orang sukses di acara-acara *networking* seperti StartupLokal. Misalnya pengalaman saya dengan Steve Christian, CEO KapanLagi.com. Sebenarnya saya sudah lama kenal Steve, tapi tidak kenal baik dan susah minta waktu untuk bertemu. Saat Steve menjadi pembicara di suatu acara di Malang, saya membuka percakapan lewat WhatsApp agar dia tahu saya hadir di acara yang sama. Begitu Steve selesai bicara dan kembali ke tempat duduk, saya langsung menghampiri sambil membawa kartu nama.

Biasanya, di acara-acara *networking*, para mentor akan membuka diri untuk bertemu orang baru. Saat berkesempatan bicara

dengan Steve, saya tidak banyak basa-basi. Saya langsung sampaikan kepadanya bahwa saya butuh bantuan untuk mengembangkan bisnis saya. Saat pertama kali bertemu, pastikan mentor Anda tahu bantuan apa yang bisa mereka berikan lewat penjelasan singkat. Jika sang mentor merasa satu visi dengan Anda, Anda bisa membahasnya secara lebih mendetail. Saya dan Steve saat itu langsung menetapkan waktu dua minggu setelah pertemuan itu untuk berdiskusi secara lebih mendalam di kantor saya di Jakarta. Bonusnya? Sekarang saya jauh lebih mudah menghubungi Steve.

Ingat, mencari mentor memang tidak mudah, tapi ketika Anda menemukan mentor, hidup Anda akan berubah.

Setelah Anda mendapatkan mentor dan berhasil mengaplikasikan ilmu dari mereka, Anda perlu *give back* dan menjadi mentor untuk orang lain. Bagi saya, menjadi mentor adalah salah satu *passion* saya. Membantu orang lain sebagai mentor merupakan bentuk pelayanan tersendiri untuk saya. Saya memberikan waktu untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan yang saya terima lewat berbagai sarana, mulai dari e-mail, *chat*, hingga bertanya secara langsung. Selain bicara di depan forum mahasiswa, saya juga pernah mengajar *digital marketing* untuk tenaga kerja Indonesia di Singapura. Saya mencoba *giving back to society* lewat hal yang sangat saya kuasai. Saya senang jika ilmu saya bisa membantu mereka memperbaiki kualitas hidup. Saya yakin, ketika berbagi dengan orang lain, Anda akan mendapat lebih banyak.

SAYA MENCOBA *GIVING BACK TO SOCIETY* LEWAT HAL YANG SANGAT SAYA KUASAI. SAYA SENANG JIKA ILMU SAYA BISA MEMBANTU MEREKA MEMPERBAIKI KUALITAS HIDUP.

Keluarga adalah faktor terpenting dalam hidup yang membentuk kepribadian dan membangun mental sukses dalam diri saya. Saya tumbuh menjadi orang yang percaya bahwa kesuksesan bisa kita ciptakan dengan niat yang kuat dan kerja yang serius. Orangtua mengajari saya cara berusaha. Untuk mendapatkan hal-hal yang saya inginkan, saya tidak bisa meminta begitu saja pada mereka.

Ada tiga nilai utama yang ditanamkan oleh orangtua saya. Pertama, orang harus paham mana yang salah dan mana yang benar. Kedua, setelah tahu mana yang salah dan mana yang benar, orang harus bisa menetapkan prioritas, menentukan mana yang harus didahulukan dari kedua hal itu. Ketiga, orang harus tahu hak dan kewajibannya. Orangtua perlu mengerti kewajibannya terhadap anak, begitu pula anak perlu mengetahui kewajibannya terhadap orangtua. Hal itu berlaku juga dalam hubungan dengan saudara.

Fitness

Building Healthy Lifestyle for Mind and Body

“To innovate, first expand your mind.”

Fitness bagi saya bukan berarti mempunyai tubuh *six-packs* ala binaragawan, melainkan sehat badan dan pikiran.

Kenapa pikiran juga penting? Karena badan dan pikiran saling berkaitan. Apa pun yang Anda pikirkan akan memengaruhi badan Anda. Bila pikiran Anda kalut, Anda bisa terserang sakit perut atau pusing. Sebaliknya, saat tersenyum Anda akan sulit mengakses pikiran atau memori negatif di kepala Anda.

Kesehatan badan dan pikiran penting bagi saya agar saya tetap bisa menjalani kegiatan secara maksimal serta mendapatkan hasil optimal. Saat terkena *panic attack*, saya tidak bisa beraktivitas normal. Jangankan memikirkan bisnis, keluar rumah saja saya takut karena khawatir penyakit itu kambuh di tengah jalan. Saat itu energi dan fokus saya pusatkan pada upaya untuk menyembuhkan diri. Saya

baca di buku *The Fastlane Millionaire* karya M.J. DeMarco, ketika kita kaya, kita harus sehat! Soalnya, kursi roda tidak akan muat di Lamborghini, kan?

Saya lahir dari keluarga yang mencontohkan pentingnya olahraga. Papa masih segar bugar dan rajin *jogging* di daerah Batu, ditemani Mama sambil duduk di mobil. Mama masih sering berenang pada sore hari, sedangkan kedua adik saya rajin berolahraga di *gym*. Saya sendiri sejak kuliah sudah berolahraga di *gym* dan sampai sekarang mempunyai perusahaan yang lekat dengan gaya hidup sehat.

Dengan pola hidup sehat, kita akan bisa bekerja secara optimal. Kita jadi tidak mudah sakit. Kita bisa melakukan pekerjaan dengan baik dan dengan konsentrasi yang lebih baik. Hal itu tentu sangat menunjang kehidupan profesional Anda dan membantu Anda terus berkarya.

Untuk menerapkan pola hidup sehat, Anda harus mulai dari pikiran. Mulailah dengan berpikir positif. Bukankah berpikir positif sebenarnya hanyalah mengubah pikiran negatif menjadi positif?

Seandainya berpikir positif semudah itu, tentu media sosial akan menjadi media yang lebih ramah, tanpa ada yang namanya *tweet war* dan semacamnya. Hidup menjadi lebih indah. Semua orang tahu berpikir positif itu perlu, tapi hal itu memang lebih mudah dikatakan daripada dilakukan. Namun, ada cara yang bisa Anda lakukan untuk “melatih” otak Anda berpikir positif. Saya menggunakan istilah “melatih” karena otak kita lebih mudah berpikir negatif daripada berpikir positif. Kita lebih mudah merasa cemas atas hal-hal yang tak kita ketahui. Padahal, otak kita hanya bisa memikirkan satu hal dalam satu waktu. Sayang sekali kalau yang mendominasi otak kita adalah pikiran negatif.

Contoh paling mudah adalah saat Anda berpacaran atau sedang dalam masa pendekatan. Anda mengirim SMS atau menelepon si dia, tapi tak mendapat respons. Apakah Anda akan dengan mudah berpikir, “Oh, mungkin dia sedang tidur?” atau Anda akan mulai memikirkan semua kemungkinan jelek lainnya? Sesuatu yang ada di luar jangkauan atau pemahaman kita selalu dengan mudah kita cari sisi negatifnya.

Jadi, bagaimana kita bisa melatih otak kita berpikir positif dan hidup lebih bahagia? Yang perlu Anda lakukan adalah membuka pikiran Anda dan menerima prinsip bahwa “semua orang pasti memiliki tujuan baik untuk apa pun yang dilakukannya”.

Anda mungkin bertanya-tanya, kalau ada orang yang merampok orang lain, apakah dia melakukannya dengan tujuan baik? Nah, setelah Anda menerima prinsip bahwa semua orang bertujuan baik, langkah berikutnya adalah selalu bertanya kepada diri Anda, “Kenapa?” Itu adalah pertanyaan paling penting, yang membuat Anda terbiasa berpikir terlebih dahulu sebelum bertindak.

Kenapa dia merampok orang lain? Jelas jawabannya karena ingin mendapat uang. Apakah keinginan mendapatkan uang itu salah? Jelas tidak! Caranya saja yang salah, yaitu merampok. Kasihan sekali orang itu, hanya tahu cara mencari uang dengan merampok. Selama otak orang itu normal, tidak gila secara medis, selalu ada tujuan baik di balik setiap tindakannya, walaupun mungkin caranya salah.

Jadi, menerapkan cara pikir positif itu tidak semudah mengatakan Anda harus berpikir positif. Langkah yang perlu Anda lakukan hanya dua, yaitu:

1. Pahami bahwa pasti ada niat baik di balik setiap tindakan.
2. Tanyakan kepada diri Anda, KENAPA dia melakukan hal tersebut.

Kedua langkah itu tak hanya cukup Anda ketahui, tapi juga perlu Anda latih supaya menjadi kebiasaan. Kebanyakan orang biasanya bereaksi dulu tanpa pernah bertanya KENAPA.

Menariknya, ketika sudah mencapai tahap terbiasa berpikir positif, Anda akan lebih bisa bersyukur bahwa Anda lebih baik daripada orang lain. Dengan berpikir positif serta bersyukur, tubuh Anda menjadi lebih sehat dan Anda akan menjadi lebih beruntung.

Setelah fondasi pikiran Anda kuat, Anda bisa memikirkan cara agar tubuh Anda juga menjadi lebih sehat. Anda bisa mulai mencaritahu makanan apa yang harus dikonsumsi, lalu berolahraga secara rutin. Jangan menetapkan target yang terlalu ideal. Lakukan saja secara rutin dulu. Kalau itu sudah tercapai, Anda bisa menetapkan tujuan berikutnya, misalnya ingin menurunkan berat badan. Sebelum menetapkan target menurunkan sepuluh kilogram, tetapkan dulu satu kilogram. Toh sebelum bisa berlari, kita harus merangkak terlebih dahulu.

Sebanyak 65% *follower* Twitter saya adalah perempuan berusia 22–34 tahun. Kebanyakan dari mereka menyukai hal-hal yang ada kaitannya dengan kecantikan dan penampilan. Meskipun kadang tidak obesitas, mereka merasa harus menurunkan berat badan. Mereka merasa harus tampil lebih cantik lagi dari sebelumnya. Berat badan yang berlebih tentu tidak sehat atau setidaknya memiliki risiko yang lebih tinggi untuk terkena penyakit. Orang dengan berat badan ideal pun belum tentu ideal secara kesehatan, karena mungkin kadar lemaknya tinggi. Dengan berolahraga, kita menyeimbangkan komposisi unsur-unsur tubuh sehingga lemak berkurang dan organ tubuh atau otot yang lain menjadi lebih ideal.

Banyak orang berpikir mengonsumsi suplemen akan membuat mereka mendapatkan badan yang ideal. Padahal, Anda bisa menurun-

kan berat badan tanpa perlu menggunakan suplemen. Olahraga memungkinkan tubuh kita membakar lemak, dan suplemen berperan mempercepat prosesnya. Tidak ada yang instan.

Kunci penampilan saya saat ini adalah gaya hidup sehat, berpikir positif, olahraga yang tepat dan rutin, serta pola makan teratur. Hal itu mulai saya lakukan sejak 1998.

KUNCI PENAMPILAN SAYA SAAT INI ADALAH GAYA HIDUP SEHAT, BERPIKIR POSITIF, OLAHRAGA YANG TEPAT DAN RUTIN, SERTA POLA MAKAN TERATUR.

Pola hidup sehat buat saya adalah sesederhana mendengarkan ritme tubuh. Saat perlu istirahat, saya akan tidur dan memberikan waktu bagi tubuh saya untuk mengumpulkan tenaga baru. Jika sudah waktunya makan, saya akan makan tepat waktu.

Aktivitas fisik seperti latihan *fitness* juga sangat membantu saya dalam menjaga pola hidup sehat. Kita tentunya tidak seharian duduk atau berbaring di ranjang, tapi bergerak dari satu tempat ke tempat lain. Aktivitas kita terkait dengan stamina dan kekuatan otot kita. Kalau naik tangga saja kaki sudah terasa pegal, tentu tidak bagus. Jadi, latihan *fitness* akan menguatkan tubuh kita agar kita bisa bekerja secara optimal. Selain itu, latihan *fitness* sebenarnya tidak hanya melulu mengenai otot. Kita juga harus melatih stamina. Bayangkan saja jika kita dikejar anjing, tapi tidak kuat berlari.

Olahraga lain di luar latihan *fitness* biasanya dikategorikan sebagai kardio untuk melatih stamina. Dalam hal pembentukan tubuh, kita membaginya menjadi dua, yaitu kardio dan *strength training*.

Kardio bisa dilakukan dengan aerobik, bersepeda, dan *RPM class*, yaitu latihan bersepeda di dalam ruangan dengan kayuhan mengikuti irama musik. *Strength training* atau latihan kekuatan bisa dilakukan dengan mengangkat beban. Lalu, ada juga renang dan sepak bola yang lebih ke arah kardio untuk melatih stamina, tapi dengan unsur rekreasi atau kesenangan.

Orang awam sebaiknya melakukan olahraga secara rutin, tapi tetap *fun*. Dengan melakukan olahraga yang mengandung unsur *fun* seperti basket, sepak bola, dan berdansa, orang akan lebih termotivasi melakukannya secara rutin. Untuk pola hidup sehat, lakukan olahraga rutin tiga sampai lima kali sepekan. Gunakan sisa waktunya untuk beristirahat. Namun, olahraga yang diperlukan untuk menurunkan berat badan sedikit berbeda.

Mengenai pola makan, sebaiknya sehari kita makan sebanyak lima sampai enam kali, tentu dalam porsi yang tepat.

Makanan berat terdiri dari makan pagi, makan siang, dan makan malam. Di antara waktu makan pagi dan makan siang kita bisa makan makanan ringan. Pilih buah daripada makanan yang digoreng. Makanan ringan yang kedua bisa dimakan di antara makan siang dan makan malam. Yang terakhir adalah makanan ringan sebelum tidur.

Makan tiga sampai enam kali sehari seharusnya menjadi pola hidup sehat siapa pun, tak tergantung usia atau faktor lain. Ada orang yang memilih tidak makan malam karena takut berat badannya bertambah. Sebenarnya cara itu tidak tepat. Malam adalah saat kita tidur, yaitu saat sel tubuh yang rusak diganti. Proses itu membutuhkan nutrisi

yang mayoritas diperoleh dari protein. Oleh karena itu, saat makan malam, kita sebaiknya mengonsumsi makanan sumber protein, seperti ayam, ikan, daging sapi, tahu, tempe, telur, kacang-kacangan, dan susu. Hindari mengonsumsi nasi goreng, mi, dan roti pada malam hari. Semua itu adalah sumber tenaga, padahal saat tidur tubuh kita tidak membutuhkan banyak tenaga. Akan lebih baik jika mengonsumsi protein dan sayur.

Pola istirahat yang disarankan adalah tujuh sampai delapan jam, guna memberikan waktu yang cukup bagi tubuh kita untuk melakukan pemulihan. Kurang dari itu kita akan *overtraining*. Badan kita akan merasa terlalu lelah sehingga tidak terjadi pemulihan dengan bagus. Kita akan merasa lesu dan otak kita mungkin lebih rentan mengalami stres. Coba ingat, setelah bergadang, kita biasanya ingin makan yang manis-manis karena tubuh sedang stres. Makanan manis akan membuat tubuh kita rileks, tapi bisa memicu obesitas dan sebagainya. Jadi, istirahat yang cukup memberi tubuh kita waktu untuk pemulihan.

Ketika orang melakukan diet dengan cara tidak makan, dia berharap lemaknya berkurang. Padahal, tubuh kita terdiri dari banyak sekali organ dalam, tulang, dan otot. Lemak mungkin hanya mencakup sekitar 30%, sedangkan 70% adalah organ yang penting. Jadi, bagaimana dengan yang 70% kalau kita tidak makan? Bagian-bagian itu tidak akan mendapat asupan yang cukup. Karena itu, pola makan yang disarankan adalah sering tapi dengan jenis makanan yang diseleksi. Jadi, bukan mengurangi frekuensi makan, tapi mengurangi kalori. Misalnya semula 2.500 kalori menjadi 2.000 kalori, lalu dibagi menjadi menjadi lima sampai enam kali.

Karbohidrat, lemak, dan protein harus seimbang. Untuk satu kali makan disarankan porsi karbohidrat sekepalan tangan orang dewasa.

Protein yang disarankan adalah ayam atau ikan, dimasak dengan cara dipanggang, direbus, atau dikukus, jangan digoreng. Daging boleh dikonsumsi dua kali seminggu, dan tambahkan telur, tahu, tempe, sayur, serta buah-buahan.

Saya tidak menyukai istilah *cheating day*. Jika kita menggunakan *cheating day* sebagai saat untuk makan apa saja, berarti secara tidak langsung kita merasa terpaksa melakukan diet, dan *cheating* memungkinkan kita memberikan *reward* pada diri sendiri. Kenapa tidak diganti dengan membeli baju berukuran satu ukuran lebih kecil sebagai *reward* yang memotivasi?

Untuk memulai diet, pelan-pelan ubah gaya hidup Anda. Mulailah dengan mengganti minuman kemasan bersoda yang Anda konsumsi dengan air putih. Dengan begitu, Anda bisa menurunkan kalori secara cukup signifikan. Makan malam dan makan pagi jangan sampai dilewatkan. Siapkan apel sebagai kudapan. Gunakan nasi merah atau ubi sebagai pengganti nasi putih. Anda pasti akan segera merasakan manfaatnya!

Mitos yang paling sering saya dengar adalah jangan minum air dingin atau air es karena dikhawatirkan akan membekukan lemak yang kita makan. Padahal, ketika diletakkan di ruangan dengan suhu 22 derajat, es batu akan meleleh. Tubuh kita memiliki suhu 36-37 derajat, lebih panas dari suhu ruangan. Es pasti meleleh, bukan membekukan sesuatu yang ada di dalam tubuh kita. Usaha tubuh untuk melelehkan atau menghangatkan es itu akan membakar kalori.

Menurut saya, kesulitan terbesar masyarakat untuk mulai makan dengan sehat adalah tidak tahu makanan apa yang perlu dikonsumsi dan yang tidak. Saya pernah mendengar seorang ibu berkata dia tidak mau makan daging ayam karena takut berat badannya naik. Padahal,

daging ayam membakar kalori lebih banyak daripada nasi. Kalau tahu makanan apa saja yang perlu dikonsumsi, masyarakat akan bisa menurunkan berat badan secara lebih cepat dan lebih berkualitas.

Saat ini saya membagikan tips diet melalui situs web panduandiet.com. Orang bisa mendaftar secara gratis dan akan mendapat e-mail panduan dari saya setiap dua hari sekali. Gaya hidup sehat bukanlah barang yang bisa dibeli, tapi kebiasaan yang harus Anda lakukan secara rutin. Apa rencana Anda untuk membangun gaya hidup sehat hari ini?

GAYA HIDUP SEHAT BUKANLAH
BARANG YANG BISA DIBELI,
TAPI KEBIASAAN YANG HARUS
ANDA LAKUKAN SECARA RUTIN.

7 Kebiasaan Sukses

Mungkin kita semua merasa sudah bekerja keras setiap hari. Kita mengejar kesuksesan, baik di bidang karier, hubungan dengan pasangan, maupun kesehatan. Lalu, kenapa beberapa orang bisa lebih sukses daripada yang lain? Ternyata ada beberapa hal yang sama-sama dilakukan oleh kebanyakan orang sukses.

Berikut beberapa tindakan yang bisa Anda mulai kerjakan untuk meningkatkan kesuksesan Anda.

- ♦ **Temukan *passion* Anda.** *Passion* adalah sesuatu yang akan bisa mendorong Anda terus bergerak tanpa kehabisan tenaga. *Passion* lah motivasi diri Anda.

Dulu saya mengira *passion* saya haruslah di bidang tertentu. Saya berpikir bahwa untuk mendapatkan penghasilan dari bidang properti saya harus memiliki *passion* di bidang properti. Ternyata

tidak. *Passion* saya terletak pada proses menjualnya, bukan bidangnya.

Temukan *passion* Anda. Itulah salah satu kunci kesuksesan. Saat Anda bergerak di level berikutnya, *passion* tak lagi relevan. Anda tentu tidak bisa mempunyai lebih dari sepuluh bisnis berbeda dan memiliki *passion* di semua bidang bisnis itu.

Passion adalah hal yang diperlukan di awal, tapi setelah itu Anda membutuhkan sistem untuk menjalankan bisnis Anda.

TEMUKAN *PASSION* ANDA. ITULAH SALAH SATU KUNCI KESUKSESAN.

- ♦ **Temukan kekuatan Anda.** Apa bidang yang paling Anda kuasai? Saat *passion* bertemu dengan kekuatan, tak ada yang bisa menghalangi Anda berlari menuju kesuksesan.
- ♦ **Jadilah seorang mentor.** Bagi saya, membantu orang lain sebagai mentor merupakan bentuk pelayanan tersendiri. *Giving back to society* dengan cara yang sangat saya kuasai membuat makin banyak berkat datang ke hidup saya. *It's proven!*
- ♦ **Set goal.** Pastikan Anda selalu tahu tujuan Anda. Tanpa *goal* yang jelas, hidup tidak akan bergerak ke mana pun dan Anda tidak akan mencapai sesuatu yang berbeda dari hari kemarin.
- ♦ **Set deadline.** *Goal* tanpa *deadline* membuat Anda tidak bisa menentukan strategi atau langkah yang perlu diambil. *Goal* tanpa *deadline* adalah mimpi. Bayangkan Anda membuat *goal* penghasilan Anda naik dua kali lipat. Tapi kapan? Tahun depan atau sepuluh tahun

lagi? Dua pilihan itu memiliki dua jalan yang berbeda. Kalau Anda membuat *deadline* sepuluh tahun lagi, mungkin hal itu akan terjadi tanpa Anda perlu melakukan upaya ekstra. Namun, kalau tahun depan, jelas Anda harus melakukan sesuatu yang berbeda.

- ♦ **Buat prioritas.** Setiap hari Anda harus membuat ribuan keputusan, baik besar maupun kecil. Alangkah baiknya jika Anda belajar mengambil keputusan dengan cepat dan tepat. Menunda mengambil keputusan tidak akan memecahkan masalah, hanya menjadikannya makin berlarut-larut.
- ♦ **Ambil risiko.** Dalam hidup selalu ada risiko. Mengejar kesuksesan berarti Anda siap menghadapi risiko yang ada. Tidak semua pilihan risiko yang Anda ambil akan menghasilkan sesuatu yang positif. Tapi paling tidak, ketika mendapat pengalaman negatif, Anda bisa menarik pelajaran yang berharga. Tetap dorong diri Anda untuk kemajuan diri Anda.

Saya sudah mengalami banyak sekali kegagalan dalam hidup. Tapi, seperti anak kecil yang jatuh ketika belajar berjalan, saya selalu bangkit lagi dan terus melangkah. Kegagalan adalah masukan yang berharga, yang memberitahu saya perbaikan apa yang harus saya lakukan agar tak lagi mengalami kegagalan yang sama.

KEGAGALAN ADALAH MASUKAN YANG
BERHARGA, YANG MEMBERITAHU SAYA
PERBAIKAN APA YANG HARUS SAYA
LAKUKAN AGAR TAK LAGI MENGALAMI
KEGAGALAN YANG SAMA.

New You: The Impact of Total Makeover

Saya percaya, perubahan penampilan bisa mendatangkan perubahan yang positif pada hidup Anda.

Di lingkungan rumah di Malang, saya suka sekali mengenakan celana pendek dan kaos. Namun, saya tahu jika menghadiri acara *networking* di Jakarta, saya tidak bisa mengenakan pakaian yang saya anggap nyaman itu. Alasannya jelas, *value* orang-orang yang saya temui mungkin berbeda dengan saya. Kesan pertama adalah momen penting yang harus saya menangkan saat bertemu orang baru.

Pada kenyataannya, orang yang Anda temui akan menilai Anda berdasarkan penampilan Anda selama tiga puluh detik pertama mereka berinteraksi dengan Anda. Itu adalah hal yang wajar yang mungkin juga Anda lakukan. Misalkan Anda bertemu seseorang yang berpakaian tidak rapi dengan rambut acak-acakan, apakah Anda tertarik bekerja sama dengan orang itu?

PADA KENYATAANNYA, ORANG YANG
ANDA TEMUI AKAN MENILAI ANDA
BERDASARKAN PENAMPILAN ANDA
SELAMA TIGA PULUH DETIK PERTAMA
MEREKA BERINTERAKSI DENGAN
ANDA.

Setelah sukses menurunkan berat badan, biasanya perubahan fisik perlu diikuti dengan perubahan cara merawat penampilan dan pakaian alias *grooming*. Wajah memang tidak bisa diubah, tapi kita bisa mengubah *image* dari apa yang orang lihat secara keseluruhan. Orang lain akan mendengarkan Anda lebih lama dan lebih serius jika Anda menampilkan *image* seseorang yang profesional serta kompeten dalam penampilan Anda. Mereka akan lebih percaya pada Anda.

Menggunakan pakaian yang sesuai tak hanya membuat orang lain menghormati Anda. Anda juga akan merasa lebih percaya diri. Hal itu akan memengaruhi cara Anda berbicara. Anda akan terdengar lebih meyakinkan karena Anda sendiri yakin pada apa yang Anda sampaikan.

Respect yourself by wearing the right outfits.

Jika Anda sudah terbiasa dengan gaya lama Anda dan bingung harus mulai dari mana untuk mengubah penampilan Anda menjadi lebih baik, berikut tips untuk mulai menjadi *stylish* untuk sukses.

- ♦ **Berpakaian sesuai situasi.** Jika sedang berada di lingkungan kreatif, Anda akan salah kostum jika mengenakan jas dan celana

hitam. Sama halnya, Anda akan dipandang dengan sinis jika mengenakan celana jin pada pertemuan dengan pejabat bank. Saat mengenakan pakaian yang sesuai dengan situasi, Anda akan masuk ke tema pertemuan secara keseluruhan dan bisa berfokus pada konten pertemuan.

- ✦ **Perhatikan warna pakaian yang Anda gunakan.** Gunakan warna untuk memengaruhi orang dalam mengambil keputusan dan memberikan respons kepada Anda. Warna yang tepat akan memberikan kesan yang lebih kuat untuk wajah dan penampilan Anda secara keseluruhan. Anda bisa bereksperimen dengan menggunakan warna berbeda setiap hari dan mencatat reaksi orang terhadap warna itu. Tentukan warna terbaik yang bisa Anda gunakan untuk membuat wajah Anda lebih bersinar.
- ✦ **Berpakaian sesuai bentuk tubuh.** Anda mungkin sudah sukses menurunkan berat badan. Namun, bentuk tubuh setiap orang berbeda dan tidak bisa disamakan. Jika berpostur kecil, sebaiknya Anda menghindari pakaian yang tidak pas dengan tubuh Anda. Lain halnya jika tubuh Anda tinggi dan langsing, mengenakan baju yang “bervolume” tidak akan membuat Anda terlihat “tenggelam”.
- ✦ **Berpakaian dengan kualitas terbaik semampu Anda.** Mungkin sekarang Anda belum bisa membeli ikat pinggang Hermes, tapi pilihlah pakaian atau aksesoris yang terlihat lebih mahal dengan harga sesuai kemampuan Anda. Ada barang-barang yang meskipun mahal terlihat murahan. Ajak teman atau pasangan untuk membantu Anda membuat penilaian.
- ✦ **Detail, detail, detail.** Perhatikan detail dan kebersihan tubuh Anda. Pakai parfum yang membuat tubuh Anda lebih wangi,

gunakan deodoran, cuci rambut Anda agar tidak terlihat berminyak, ganti kaus kaki Anda yang berlubang, serta gunakan aksesoris penunjang seperti cincin, ikat pinggang, tas, dan sepatu. Detail seperti itu akan menarik perhatian lawan bicara. Percayalah, detail itu penting untuk menunjukkan kepada lawan bicara bahwa Anda peduli pada kualitas, sekecil apa pun itu.

- ♦ **Berpakaian sesuai cita-cita Anda.** “*You dress for where you want to be, not where you are.*” Anda harus berpakaian seperti layaknya Anda ingin diperlakukan. Pakaian Anda menentukan 95% kesan pertama orang terhadap diri Anda karena pakaian Anda menutupi 95% tubuh Anda. Kalau Anda ingin diperlakukan seperti pengusaha sukses, kira-kira gaya seperti apa yang ingin Anda tampilkan?

Coba perhatikan orang-orang di sekitar Anda yang Anda kagumi. Bagaimana cara mereka berpakaian? Coba tiru mulai dari hal terkecil. Jika biasanya Anda menggunakan tas ransel dan panutan Anda menggunakan tas kulit, coba cari tas kulit yang mirip dan gunakan untuk kegiatan sehari-hari. Rasakan sensasi pencapaian yang berbeda dari biasa.

Menginvestasikan waktu dan energi untuk menciptakan *the new you, image* dan penampilan baru, akan membuat Anda merasa bahagia serta lebih percaya diri. Dua hal itu saja sudah akan menjamin datangnya kabar baik dalam hidup Anda. *Changing your style can change your life!*

Bounce Back from Setback

“If you examine the lives of truly great leaders, you will discover that their success is in exact proportion to their mastery of failures. Life has a way of developing strength and wisdom in individuals through temporary defeat.”

—Carnegie di *Think & Grow Rich* oleh Napoleon Hill

Kegagalan adalah nama lain dari pembelajaran. Saat kita bersekolah, jika nilai ujian kita jelek, kita tentu tidak perlu depresi dan menangisinya di ruang guru. Yang perlu kita lakukan adalah belajar lebih banyak agar berhasil pada ujian berikutnya.

KEGAGALAN ADALAH NAMA LAIN
DARI PEMBELAJARAN.

Successful people continuously learn new things.

Itulah sebabnya saya terus mempelajari berbagai hal baru dan mengejar peluang bisnis baru. Kegagalan hanyalah suatu *feedback*. Pengalaman baru, kenalan baru, dan ilmu baru yang kita dapatkan selama prosesnya merupakan harta yang sebenarnya.

Mungkin tujuan hidup banyak orang adalah profit besar. Tapi, saya menghargai hidup lebih dari sekadar uang atau profit. Saya belajar dari Papa, yang pernah berkata bahwa *orang yang gagal adalah orang yang pernah mencoba untuk sukses*.

Dari beberapa jalan yang saya coba, saya menemukan kelemahan dan kekuatan saya. Dari situ saya mencoba berfokus pada kekuatan saya dan mendelegasikan apa yang menjadi kelemahan saya.

Ada beberapa saat dalam hidup ketika saya merasakan arti kegagalan. Yang paling membekas mungkin usaha saya membesarkan SixReps.com. SixReps.com adalah *platform* media sosial yang saya tujukan bagi pecinta *fitness*. Saya membangunnya pada 2010 bersama partner saya, Sanny Gaddafi, yang kemudian menjadi CTO SixReps.com. Sejak awal saya memang ingin mengembangkan media sosial untuk mendukung bisnis suplemen *fitness* yang saya jalankan. Saya bawa konsep itu saat menghadiri acara *startup networking* berjudul StartupLokal. Pada acara itu, saya bertemu Sanny. Kami pun sepakat menjadi partner dalam membangun SixReps.

Mengapa SixReps? Alasan pertama saya membangun SixReps adalah Indonesia merupakan negara dengan jumlah pengguna media sosial terbesar keempat di dunia. Media sosial merupakan bagian dari kehidupan sehari-hari pengguna internet di Indonesia. *Fitness* sendiri merupakan tren yang sedang berkembang di seluruh dunia. Hal itu terbukti dari banyaknya acara seputar dunia *fitness* yang diadakan, juga acara TV seperti *Biggest Loser* yang menjadi hit.

Menurut saya, menggabungkan media sosial dengan *fitness* adalah solusi yang ditunggu-tunggu oleh banyak orang. Berlatih *fitness* akan terasa berat bila dilakukan sendiri. Lewat media sosial, orang bisa saling memotivasi, berbagi foto proses perubahan tubuh dan menu

masakan diet dengan teman-teman yang sedang menjalani proses penurunan berat badan. Hasil yang didapat akan lebih optimal karena ada teman seperjuangan.

Semua fasilitas di SixReps.com dirancang untuk membantu *fitness enthusiasts* dalam berlatih, mendapatkan berat badan ideal, bahkan menemukan teman berolahraga. Kami mendapatkan banyak liputan media, bahkan saat situs web belum diluncurkan. Itu tentu merupakan pertanda awal yang baik. Pada 2011 Ultimate Nutrition dari US menyatakan ketertarikan mereka pada SixReps. Saya diundang ke kantor pusatnya di Farmington, Connecticut, Amerika Serikat. Mereka menyampaikan presentasi usulan *joint venture* bersama SixReps. Mereka juga menawarkan investasi sebesar sepuluh juta dolar atau lebih dari seratus miliar rupiah dan *network* mereka untuk memopulerkan SixReps.

Saya menerima tawaran mereka dan pulang ke Indonesia dengan semangat menggebu untuk secepatnya menumbuhkan SixReps. Saya merekrut sepuluh orang menjadi tim *developer* untuk mengejar penyelesaian berbagai fitur di SixReps. Saya berinisiatif melakukan pengembangan bisnis dengan uang yang saya miliki, dengan pemikiran uang investasi dari Ultimate akan segera masuk.

Sambil menjalankan operasional di Indonesia, saya terus menghubungi kantor Ultimate di Amerika untuk mengecek perkembangan kerja sama kami. Mereka mempekerjakan orang khusus untuk mengurus SixReps. Orang itu kerap datang ke Indonesia untuk berdiskusi dan melakukan riset. Saya juga sempat diminta mencari CEO yang berbasis di Amerika. Semua rekaman proses wawancara sang calon CEO saya dengarkan. Perkembangannya terlihat menjanjikan.

Namun, sampai dua tahun kemudian, dana yang dijanjikan tak kunjung cair.

Setelah menghabiskan miliaran rupiah untuk membangun SixReps, saya baru sadar bahwa harapan saya tak sesuai kenyataan. Dalam dua tahun, SixReps hanya berhasil mengumpulkan empat ribu anggota. Saat itu kami tidak mempunyai *business model* yang jelas. Rencana saya, saat anggota semakin banyak dan *traffic* terbentuk, saya akan mulai menjual produk suplemen. Namun, tanpa *traffic* yang cukup, SixReps belum bisa menghasilkan uang. Saat saya menyadari kesalahan itu, secara bisnis kami sudah kehabisan uang.

Saya baru paham bahwa dunia *fitness* belum bisa menerima situs jejaring sosial seperti SixReps. Setelah bertahun-tahun berusaha menjalin kerja sama dengan *fitness center*, *body building program*, dan para pecinta *fitness*, saya mendapati bahwa keinginan mereka untuk berbagi aktivitas *fitness* tak sebesar keinginan mereka berbagi kehidupan sehari-hari di Twitter atau Facebook.

Sadar bahwa SixReps mengalami stagnasi, pada 2013 saya memutuskan membekukan dan menutup SixReps. Dengan tim dan *engine* yang sudah ada, pada tahun yang sama kami *pivot* ke Beautiplan.com. Secara sederhana, BeautiPlan adalah situs Instagram untuk kecantikan, yang memungkinkan pengguna berbagi seputar tips *makeup* dan kecantikan dalam bentuk foto yang disertai panduan, seperti produk dan merek apa yang mereka gunakan, sehingga pengguna lain yang tertarik bisa mencoba dengan mudah.

Ide itu datang mengingat banyak *follower* saya yang berjenis kelamin perempuan. Dari situ saya menyimpulkan kebugaran sangat dekat dengan industri kecantikan. Jadi, sudah ada pasar untuk *platform* baru ini. Foto-foto yang diunggah juga bisa lebih beragam dari sekadar foto otot tubuh yang sering diunggah di SixReps. Potensi BeautiPlan masih sangat besar, mengingat situs-situs seperti

Instagram dan Facebook sudah penuh dengan foto sejenis, tapi sangat tidak rapi serta sulit ditemukan. BeautiPlan diharapkan bisa memecahkan masalah tersebut.

Awalnya BeautiPlan berjalan dengan baik. Kami rilis dengan cepat dan bekerja sama dengan partner yang ahli di bidangnya, seperti kontestan Miss Universe, Zivanna Letisha Siregar, dan Romeo Reijman, *co-founder* BeautyTreats. Namun, karena perbedaan visi antara saya dan partner saya, serta kurang berfokusnya tim kami dalam tahap *development*, BeautiPlan tidak bisa mengejar target pengembangan fitur-fitur yang harus ada untuk platform ini.



Bersama Zivanna Letisha dan Jaka di acara Wirausaha Mandiri.

Perkembangannya yang lambat dan terus menggerus dana operasional membuat saya mengambil keputusan berat menutup situs itu. Kami sudah mencoba untuk *pivot*, tapi tetap gagal. Dengan tetap berbesar hati, saya berusaha menarik pelajaran dari pengalaman itu. Saya sudah mencoba semua hal yang mungkin dilakukan untuk membuatnya sukses.

Pengalaman lain terjadi pada 2012, saat saya membuat platform jurnalisme warga bersama Alexis Brille. Saya bertemu Alexis di acara *mentoring* di Universitas Bina Nusantara. Kami berdiskusi tentang apa yang bisa dilakukan dengan platform seperti Instagram. Kami menyadari ada peluang untuk pengguna media sosial di Indonesia melaporkan keadaan di sekitar mereka. Berdasarkan hal itu, kami mengembangkan Storigraph, platform serupa Instagram untuk jurnalisme warga. Di situ setiap orang bisa *posting* foto bernilai berita untuk dibagikan ke *follower* masing-masing.

Butuh sepuluh bulan untuk membangun Storigraph dari konsep hingga tampilan beta. Saat itu, saya merasa Storigraph harus mendukung platform berita yang lebih besar. Oleh karenanya, saya mulai menjalin hubungan dengan Liputan6, portal berita *online* berdasarkan program berita yang disiarkan salah satu televisi swasta Indonesia. Sayang sekali, saat diskusi sudah mencapai titik akhir, tidak ada kejelasan tentang penggunaan Storigraph di sana. Selain itu, saya merasa masyarakat Indonesia belum siap menggunakan produk tersebut.

Kesalahan saya adalah tidak memvalidasi terlebih dahulu apakah produk itu diperlukan oleh pengguna. Saya tidak mengecek apakah ada masalah yang terpecahkan dengan produk saya. Saya terlambat melibatkan pengguna dalam membangun Storigraph. Ketika

Storigraph sudah jadi dan siap digunakan, saya baru sadar bahwa produk tersebut hadir lebih cepat dari kebutuhan pasar.

Ada kisah menarik tentang “kegagalan” yang berbuah kesuksesan di bisnis *fitness* yang saya jalankan. Saat itu, perusahaan saya, Sportindo, menjual semir pewarna badan yang digunakan atlet binaraga sebelum bertanding agar warna dan efek otot semakin jelas serta tajam. Namanya Dream Tan. Awalnya, produk itu saya impor sendiri dari luar negeri. Selang beberapa lama, ada pihak distributor resmi Dream Tan yang melarang saya menjual produk tersebut karena mereka adalah pemegang distribusi eksklusifnya. Saya menyanggupi untuk berhenti menjual produk itu.

Pada suatu acara binaraga di Yogyakarta, saya berpartner dengan *gym* setempat untuk menjual produk-produk saya. Ternyata salah satu produk yang dijual adalah Dream Tan. Tanpa saya ketahui, sang pemilik *gym* mengimpor langsung Dream Tan yang dijual di acara itu. Distributor Dream Tan mengetahuinya dan marah pada saya. Walaupun saya tidak melakukan kesalahan, saat itu posisi saya terjepit. Mereka melarang saya membeli produk Dream Tan dari mereka sama sekali. Itu akan sangat menyulitkan bagi saya, karena setiap pertandingan binaraga membutuhkan produk tersebut. Otak saya pun berputar keras mencari jalan keluar.

Saya kemudian bertemu dengan seorang teman yang mempunyai pabrik kosmetik. Saya berkata, saya perlu membuat semir pewarna badan untuk atlet binaraga, dan dia menyanggupi memproduksinya. Dengan bantuannya, saya bisa membuat semir produk lokal yang saya beri merek Top Tan. Top Tan saya buat dalam kemasan 1 oz, setengah ukuran Dream Tan. Pertimbangannya, ukuran itu cukup untuk digunakan sekali naik panggung, karena tidak semua binaraga bisa

masuk babak final. Harganya 65 ribu rupiah, separuh harga Dream Tan. Karena Sportindo mensponsori banyak acara binaraga nasional, saya memasukkan persyaratan peserta harus membeli produk Top Tan agar tidak didiskualifikasi. Penjualan Top Tan mulai meningkat dan bisnis berjalan dengan baik.

Pada 2006 saya membutuhkan Dream Tan untuk melakukan sesi pemotretan. Saya butuh satu saja, tapi mengalami kesulitan membelinya karena distributor Dream Tan sepertinya sudah mem-*black-list* saya. Saya tidak menyerah begitu saja. Lewat e-mail, saya mengontak langsung pemilik Dream Tan. Saya memperkenalkan diri dan mengajak berbincang lewat Yahoo! Messenger (YM) agar lebih leluasa. Saya yakin, jika seseorang mau diajak bicara lewat jalur yang lebih pribadi, itu berarti dia mau lebih mendengarkan dan memberi perhatian kepada kita.

Perbincangan kami diawali dengan konfirmasi turunnya omzet Dream Tan di Indonesia. Saya ceritakan apa yang saya lakukan sebagai kompetitor lokal. Lalu, saya menjelaskan bahwa distributor Dream Tan di Indonesia melarang saya membeli produk tersebut. Dari situ saya paham bahwa distributor Dream Tan yang selama ini saya pikir eksklusif ternyata hanya distributor biasa. Saya langsung menawarkan diri menjadi distributor eksklusif di Indonesia karena pasar Indonesia sudah saya kuasai. Saat itu, saya memang berniat memesan banyak produk Dream Tan untuk acara binaraga yang diadakan oleh Ade Rai, AdiRaga 2006. Saya minta surat penunjukan keagenan agar tidak dituduh menjual barang palsu. Dengan modal stok dalam jumlah besar dan surat keagenan, saya siap berjualan. Pada hari yang ditentukan, saya menjual Dream Tan dengan diskon 10 ribu rupiah sehingga harganya menjadi 250 ribu rupiah. Saya

tambahkan gratis suplemen Amino yang *bestseller* dan memiliki harga normal 210 ribu rupiah. Total keuntungan yang didapat konsumen senilai 220 ribu rupiah! Bisa ditebak, Dream Tan yang saya jual laris manis karena saya memberikan penawaran yang tidak bisa ditolak oleh konsumen.

Orang-orang menanyai saya, “Memangnya *nggak* rugi?” Tentu saja saya rugi di awal. Namun, setelah acara itu, kompetitor saya langsung bangkrut dan berhenti beroperasi. Buat apa konsumen membeli produk semir di mereka kalau di Sportindo bisa membeli semir sekaligus suplemen?

Setelah apa yang dikategorikan orang sebagai “kejatuhan” itu, saya *bounce back*. Saya bangkit setelah menarik pelajaran dari kesalahan yang saya buat. Saat Anda segera bangkit dari kejatuhan, sesungguhnya Anda sudah menjalani setengah jarak menuju sukses. Anda tentu juga sudah bisa melihat bahwa saya bukan hanya *bounce back*, tapi juga *fight hard* untuk menjadi pemenang.

SAAT ANDA SEGERA BANGKIT DARI
KEJATUHAN, SESUNGGUHNYA ANDA
SUDAH MENJALANI SETENGAH JARAK
MENUJU SUKSES.

Law of Attraction

*“You become what you think about the most,
and you also attract what you think about most.”*

Dari kecil saya senang membayangkan bagaimana rasanya kalau bisa punya banyak uang dan membeli gadget yang saya inginkan. Ketika satu per satu mainan yang saya inginkan bisa terbeli, baru saya tahu bahwa saya telah menerapkan *Law of Attraction (LoA)*.

LoA dipopulerkan oleh buku *The Secret* karya Rhonda Byrne. LoA atau Hukum Tarik-Menarik bekerja layaknya magnet. Anda menarik kembali energi apa pun yang Anda pancarkan.

You attract what you give out.

Pikiran Anda (baik sadar maupun bawah sadar), apa yang Anda yakini, dan tindakan Anda menarik pengalaman ke dalam hidup Anda sesuai dengan apa yang Anda fokuskan. Energi yang Anda keluarkan akan menarik energi yang sama. Jika Anda berpikir positif, Anda menarik hal positif masuk ke hidup Anda. Begitu juga sebaliknya.

Saat ada kejadian yang berpotensi membuat emosi meninggi, seperti kenaikan BBM, efek LoA menjadi penting. Saat itu, emosi sedang berada di puncaknya, entah positif atau negatif. Itu artinya apa pun yang Anda pikirkan akan terjadi.

JIKA ANDA BERPIKIR POSITIF,
ANDA MENARIK HAL POSITIF MASUK
KE HIDUP ANDA. BEGITU JUGA
SEBALIKNYA.

Ketika Anda mengumpat dan bersikap negatif terhadap kenaikan BBM, hidup Anda tidak akan membaik, tapi malah terseret imbas kenaikan BBM. Ketika Anda menyikapinya secara sambil lalu dan tetap bersyukur, peluang-peluang akan datang sesuai pikiran Anda itu. Saat orang lain merasa miskin karena kenaikan BBM, Anda malah mendapat banyak rezeki!

Apakah LoA bisa digunakan untuk meraih kemakmuran? Tentu bisa. Teorinya, kita tinggal menarik kemakmuran yang kita inginkan ke dalam hidup kita. Namun, tak semudah itu menerapkan LoA, saat persepsi banyak orang tentang kekayaan masih didominasi perasaan negatif. Bagi sebagian orang, menjadi kaya identik dengan sombong, sesuatu yang tak bisa dijangkau, korupsi, dan hal-hal negatif lainnya. Saat mendengar tentang kesuksesan seseorang, perasaan yang lebih sering muncul bukanlah yang bersifat positif seperti kagum, tapi malah negatif seperti iri dan merasa orang itu sok pamer. Itulah

sebabnya, susah menjadi kaya, walaupun orang menginginkannya dengan sangat kuat.

Dalam bahasa Inggris, istilah yang digunakan untuk orang yang luar biasa kaya adalah *"filthy rich"*, yang secara harfiah berarti kaya yang kotor. Mungkin saat kecil kita diajari bahwa uang adalah sesuatu yang kotor. Setelah memegang uang, kita harus mencuci tangan. Hal itu masuk ke bawah sadar kita dan menjadi sesuatu yang kita yakini.

Sekarang, bagaimana kita bisa kaya kalau pikiran bawah sadar kita menolak kehadiran uang? Penolakan itu memancarkan pikiran-pikiran negatif yang berakibat kurang baik pada hidup.

LoA itu seperti hukum gravitasi, yang bekerja walaupun tidak terlihat. Kenapa saya percaya LoA? Pertama, karena di Alkitab juga disebutkan bahwa asal kita memiliki iman, kita bisa mendapatkan apa yang kita inginkan.

"Mintalah, maka akan diberikan kepadamu; carilah, maka kamu akan mendapat; ketuklah, maka pintu akan dibukakan bagimu."

—Matius 7:7

Kedua, saya percaya ada kuasa di luar sana yang lebih besar dari kita, yang kita sebut Tuhan. Kalau sudah diajari teknik berkomunikasi dengan-Nya, kenapa tidak menggunakannya?

Mungkin Anda bertanya-tanya, bagaimana cara konkret menggunakan LoA untuk mendapatkan apa yang Anda inginkan? Ada tiga tahap sebagai berikut:

1. Tentukan apa yang Anda inginkan dan yakini bahwa keinginan itu cepat atau lambat akan terwujud.
2. Bayangkan keinginan Anda sudah terwujud.

3. Syukuri dan rasakan perasaan gembira seakan-akan keinginan Anda sudah terpenuhi.

LoA should be simple. Make a wish and believe. Pastikan Anda tahu apa yang Anda inginkan, lalu minta dan bermimpilah tinggi.

Keinginan bisa datang dari banyak aspek. Apa yang Anda inginkan untuk diri Anda sendiri? Apa yang Anda harapkan untuk keluarga Anda? Bagaimana seharusnya kesehatan Anda? Berapa banyak materi yang Anda harapkan? Bagaimana Anda ingin dilihat dalam hubungan dengan teman dan masyarakat? Anda ingin bisa sebahagia apa? Pertanyaan-pertanyaan itu akan mengusik Anda dan membuat Anda tahu apa yang benar-benar ingin Anda wujudkan.

Keinginan Anda harus spesifik. Anda tidak bisa hanya berkata bahwa Anda “ingin punya rumah”. Rumah seperti apa yang Anda inginkan?

Saat masih tinggal di rumah orangtua, dari kamar saya yang berukuran 3 x 4 meter, saya membayangkan memiliki rumah besar dengan kolam renang dan *gym* pribadi di dalamnya. Sekarang, saya benar-benar tinggal di rumah *smart* bergaya minimalis dua lantai, dengan kolam renang dan *gym* pribadi seperti yang saya inginkan!

Menggunakan LoA dengan cara yang tidak spesifik sama seperti Anda mengirim SMS atau e-mail ke teman, tidak dalam bentuk kalimat yang dimengerti oleh teman Anda, tapi huruf-huruf secara berantakan, dan Anda berharap teman Anda menyusunnya sendiri serta mengerti maksud Anda.

Tuhan tidak punya waktu untuk menyusun permintaan Anda. Anda perlu mengatakannya sejelas mungkin.

Ada teman yang berkata, misalnya, “Saya tidak mau bisnis suku cadang kendaraan lagi karena sudah bertahun-tahun melakukannya

dan sudah jenuh.” Ketika saya tanya, “Lalu, kamu berbisnis apa?” dia terdiam, tidak tahu jawabannya. Hal itu sering dialami banyak orang. Itulah sebabnya, mimpi-mimpi mereka tak terwujud. Mereka tidak tahu apa tepatnya yang mereka inginkan.

Saya menggunakan LoA di hampir segala aspek kehidupan. Salah satunya cukup menarik untuk disimak.

Pada 2 Oktober 2014, saat *browsing* akun Google+, saya melihat foto suatu tempat yang menurut saya sangat indah. Saya lalu *share* foto itu dan berkata saya harus pergi ke tempat itu, yaitu Palm Beach, Florida. Yang mengejutkan, keesokan harinya, dalam obrolan saya dengan Brian, *owner* Ultimate Nutrition di Amerika, dia mengajak saya *meeting* di... Palm Beach!



Menghadiri acara Mr. Olympia di Amerika Serikat.

Tahun-tahun sebelumnya, bila saya *meeting* di Amerika, biasanya lokasinya di Vegas (acara Mr. Olympia), atau Farmington, Connecticut, dekat New York, lokasi kantor pusat Ultimate Nutrition. *But this time, it's Palm Beach!* Dan saya menolaknya, karena saya sudah dijadwalkan pergi ke China, dan saya sebenarnya benci *traveling*. Anehnya, Brian terus memaksa saya. Akhirnya, 2 Desember 2014, sebelum tahun berakhir, saya benar-benar terbang ke Palm Beach!

Dari cerita itu bisa disimpulkan, setelah mengetahui apa yang Anda inginkan, Anda bisa mulai menyebutkannya dalam niat dan menjadikannya nyata dengan berbagai cara. Kejadian LoA Palm Beach datang dari tindakan saya *share* foto Palm Beach di Google+. Anda juga bisa membuat *vision board* atau menuliskan keinginan Anda di tempat yang mudah terlihat.

Masih pada Oktober 2014, saya mempunyai *goal* meraih keuntungan bersih satu miliar rupiah sebulan. *Goal* itu saya tuliskan di papan tulis di belakang meja kerja saya.

Sejak saya menuliskan *goal* itu, LoA langsung bekerja. Doa saya berangsur-angsur terjawab. Saya menjadi supersibuk. Undangan *meeting* berdatangan untuk membahas berbagai penawaran, dan tiba-tiba pada November saya mendapat tawaran mengikuti kelas *Road to China Batch 1* untuk belajar menjadi importir di China yang diadakan oleh Frans Perkasa.

Di China, saya belajar bersama 118 orang dan bertemu langsung dengan calon partner untuk melakukan kegiatan impor. Sepulang dari sana, peluang saya makin terbuka. Banyak kesempatan tak terduga muncul. Perjalanan ke Palm Beach pada awal Desember juga memberi saya berbagai ide baru.



Bersama teman-teman di Shanghai, China.

Pada 24 Desember 2014 akhirnya saya beraksi meluncurkan bisnis baru saya, Supplier.id.

Without action, nothing will happen. Kata *attrACTION* dalam *Law of Attraction* juga mengandung kata “*action*”. Orang yang bisa mendapatkan hasil positif dari LoA adalah orang-orang yang juga mengambil tindakan positif untuk mewujudkan *goal*, disertai dengan pemikiran positif tentang apa yang ingin dia raih.

*WITHOUT ACTION, NOTHING
WILL HAPPEN. KATA ATTRACTION
DALAM LAW OF ATTRACTION JUGA
MENGANDUNG KATA “ACTION”.*

Kunci keberhasilan LoA adalah setelah meminta, Anda harus merasa bersyukur seolah-olah Anda sudah mendapatkan permintaan Anda itu. Hal itu mungkin agak rumit, karena misalnya kita sedih karena banyak utang, lalu kita minta penghasilan yang banyak dan perasaan kita harus bahagia seolah-olah penghasilan kita sudah banyak. Memang agak bertolak belakang. Perasaan positif dan negatif tidak bisa hadir bersamaan di kepala kita. Hanya satu yang bisa menang dan mengisi alam pikiran kita. Tanggung jawab kitalah untuk memilih agar emosi positif mendominasi pikiran. Ketika Anda bisa menguasai hal itu, jalan di depan Anda akan terbuka “lebih” lebar.

Menghitung karunia setiap hari adalah langkah yang bagus untuk melatih rasa bersyukur. Setelah menonton film Merry Riana, saya bicara dengan Merry Riana tentang rasa bersyukur. Banyak pembaca atau *follower* kami di media sosial yang merasa terinspirasi dengan kegiatan yang kami lakukan. Mereka menyampaikannya kepada kami. Hal itu bisa meningkatkan rasa bersyukur yang sangat tinggi di dalam diri, dan itu sangat membantu proses LoA.

Berbagi bisa membantu Anda mewujudkan mimpi!

Feels Good. Inilah yang paling penting. Perasaan bahagia harus muncul seolah-olah *goal* Anda sudah terwujud (walaupun pada kenyataannya belum terjadi). Perasaan itu akan memberikan getaran yang membantu Anda mendapatkan *goal* Anda. Untuk memancing perasaan bahagia, saya berusaha membayangkan apa yang saya inginkan bisa tercapai. Ketika perasaan bahagia itu muncul, saya memperkuatnya hingga merasa super-bahagia dan tersenyum-senyum sendiri!

Mungkin Anda pernah mengalami sendiri betapa susahnyanya menjual sesuatu, entah rumah, motor, mobil, atau lainnya. Namun, begitu barang itu laku, banyak orang menghubungi Anda dan menanyakan apakah barang itu masih ada.

Itu adalah bukti nyata bahwa ketika Anda merasa bahagia saat barang Anda laku, getaran perasaan Anda akan membuat banyak orang menghubungi Anda. Lalu, apa yang terjadi kalau getaran perasaan Anda muncul dengan kuat sebelum barang Anda terjual?

Reward Yourself! Setelah Anda bekerja keras, menghabiskan waktu dan tenaga, kesuksesan Anda akan terasa lebih menyenangkan jika dirayakan dengan hadiah untuk diri Anda sendiri.

Saya selalu menyiapkan hadiah ketika sudah menyelesaikan tugas dengan baik. Biasanya hadiah itu berupa barang mahal. Kenapa saya memilih hadiah dalam bentuk itu? Karena perasaan *accomplished* yang saya rasakan ketika membeli barang mahal membuat getaran emosi bahagia saya muncul dengan sangat hebat. Bagi saya, ketika saya bahagia, LoA akan bekerja dengan sangat kuat. Jadi, dalam kesempatan itu, saya merasa sangat senang mengeluarkan sebagian uang saya.

Pada 2009 saya ingin sekali membeli mobil *sport*. Sebenarnya saya sudah ingin membeli mobil *sport* sebelum berusia tiga puluh tahun. Namun, saya ingat perkataan Papa, bahwa saya baru disebut mampu membeli suatu barang jika bisa membayarnya secara tunai dan masih punya tabungan sebesar setidaknya lima kali lipat harga barang tersebut.

Untuk bisa mendapatkan mobil impian saya dengan tetap menjaga prinsip, saya kembali menggunakan LoA. Saat sedang menyetir sedan saya, saya mencoba membayangkan seakan-akan saya sedang

menyetir mobil *sport*. Saya merasakan kemudi menjadi agak lebih berat dan moncong mobil menjadi lebih panjang. Setiap kali menyetir, saya memvisualisasikan hal itu di benak saya.

Satu setengah bulan setelah mulai meminta dengan teknik LoA, saya bisa membeli mobil *sport* pertama saya.

Ada hal menarik dari buku yang sedang saya baca, *The Power*, juga karya Rhonda Byrne. Konon, kita sering kali merasa iri ketika melihat kesuksesan orang lain. Bahkan melihat mobil mewah milik teman pun membuat kita iri, walaupun sebenarnya kita sudah berkecukupan. Seperti kata ungkapan, “rumput tetangga selalu terlihat lebih hijau”.

Menurut *The Power*, hidup adalah pilihan. Saat melihat barang mewah milik teman, misalnya, kita diberi pilihan untuk mengkhayalkannya, memberikan rasa suka padanya, untuk kemudian kita akhirnya bisa mendapatkannya bagi diri kita. Namun, ketika memilih merasa iri, kita memblokir energi yang seharusnya bisa mengantarkan barang itu kepada kita. Rasa iri tidak akan mengubah realitas apa pun, bahkan membuat diri kita tidak mendapatkan apa-apa.

Choose what you love maka kehidupan akan mendatangkan hal itu kepada diri Anda. Selain kemakmuran dalam bentuk uang atau barang, LoA juga pernah saya gunakan untuk mendapatkan mentor. Saat itu saya sedang tertarik untuk belajar properti, tapi saya ingin belajar dari mentor terbaik. Masalahnya, saya tidak tahu siapa mentor terbaik di bidang properti.

Karena tahu LoA memiliki kekuatan yang sangat dahsyat, saya pun minta agar bisa menemukan mentor sesuai dengan yang saya inginkan. Saya mulai memberitahu teman-teman saya bahwa saya sedang belajar properti. Ketika makan malam bersama Andrie

Wongso sekeluarga, saya juga berkata bahwa saya sedang mencari mentor di bidang properti.

Andrie Wongso kemudian menyarankan saya mengikuti Panangian School of Property. Di situ saya belajar secara intensif di kelas *Certified Property Investor*. Manfaatnya sangat besar, karena saya bisa belajar dari para ahli secara langsung. Berkat LoA, saya bisa mendapatkan mentor di bidang properti yang tepat untuk saya.

LoA bisa berwujud dalam berbagai bentuk. Bertemu orang yang tepat dan mendapat inspirasi darinya bisa jadi merupakan jawaban atas doa Anda. LoA adalah proses. Hanya jika Anda berakhsilah Anda bisa melihatnya menjadi nyata.

Saya ingat, pada awal 2008 saya mengobrol dengan seorang teman tentang banyaknya pertanyaan seputar *fitness*, diet, dan suplemen yang saya terima lewat Yahoo! Messenger. Kebanyakan pertanyaan itu sama. Bagaimana cara menurunkan berat badan? Bagaimana cara mengecilkan paha? Bagaimana cara menaikkan berat badan? Sudah mengurangi makan, tapi kok berat badan tetap tidak berkurang?

Temannya menyarankan saya membuat blog. Daripada menjawab semua pertanyaan itu satu per satu, lebih baik tulis blog. Kalau ada yang bertanya, suruh mereka buka blog itu. Lama-lama akan sedikit orang yang mengajukan pertanyaan sama. Begitu kata temannya.

Sepertinya itu ide cemerlang. Namun, sejak SMA sampai kuliah, menulis esai menjadi momok tersendiri bagi saya. *It's really hard for me to write something*. Saya akhirnya memutuskan mencoba membuat blog yang berisi artikel-artikel seputar diet dan nutrisi.

Saya menulis setiap dua sampai tiga hari sekali. Setelah menjadi rutinitas, menulis menjadi kegiatan yang mengasyikkan bagi saya. Saya tiba-tiba berpikir, jika terus menulis, saya akan memiliki cukup banyak tulisan untuk dijadikan buku. Buku menjadi *goal* baru

di otak saya. LoA bekerja dengan cepat. Hanya sekitar empat sampai lima bulan setelah saya menulis blog, sebuah penerbit menawari saya menulis buku diet.

Saya sangat tertarik karena itu memang *goal* saya, tapi saya berkata gaya penulisan saya ya seperti ini, *blogging*. Saya mau menulis buku, asal bentuk tulisannya tetap seperti blog. Saat itu, baru Raditya Dika yang berhasil menerbitkan buku yang berisi tulisan-tulisannya di *blog*. Masih jarang ditemukan buku bergaya sama. Pihak penerbit setuju dan menjadikan tulisan-tulisan di blog saya sebagai materi buku. Mereka hanya mengedit sedikit untuk menyesuaikan dengan tata cara penulisan buku.

Dalam waktu enam bulan, selesailah naskah buku saya. Pada Desember 2008 buku saya diterbitkan dengan judul *Rahasia Diet*. Setelah itu menyusul buku kedua saya, *Rahasia Diet 2: The Home Gym*, pada 2009.

Pada akhir 2010 saya tertarik menggunakan Twitter. Efeknya ternyata sangat menakjubkan. Pemanfaatan media sosial yang optimal membuat saya mendapatkan banyak hal baru, mulai dari berkenalan dengan banyak orang, diundang menjadi pembicara di *talk-show*, seminar, dan acara radio, sampai akhirnya sejak Desember 2012 materi-materi saya dijadikan acara televisi di MNC Lifestyle.

Pada 2013 saya merambah ke platform lain, yaitu YouTube. Materi yang saya bawaan sepertinya cukup unik dan masih jarang, sehingga *subscriber* saya di Youtube meningkat secara cukup signifikan.

Dengan LoA, keputusan “sederhana” saya untuk menulis berkembang dari bentuk blog menjadi berbagai format, mulai dari buku, acara televisi, sampai saluran YouTube saya sendiri. Siapa sangka, anak SMA yang susah menulis esai ini bisa berkembang menjadi seorang pengusaha yang rajin menulis seperti yang Anda lihat sekarang!



Menerima piagam dari MNC Group yang diserahkan oleh Hary Tanoesoedibjo.

Untuk memuluskan LoA dalam hidup, Anda butuh *faith*. Yakini dengan sungguh-sungguh bahwa keinginan terbesar Anda, mimpi tertinggi Anda, akan terpenuhi. *One small act at a time.*

Solving Problems by Changing Perspective

Saya tipe orang yang senang berinteraksi dengan orang lain, baik secara langsung maupun lewat berbagai media *online* seperti *messenger*, Ask.fm, dan e-mail. Saat berinteraksi dengan mereka, selain berbagi ilmu, saya juga mengasah kemampuan saya memecahkan masalah.

Biasanya orang datang kepada saya dengan pertanyaan, dan pertanyaan itu akan terus mengalir sampai mereka puas dengan jawaban yang saya berikan, mulai dari pertanyaan tentang hidup mereka sendiri sampai pertanyaan tentang produk yang saya jual. Itu adalah kesempatan yang baik bagi saya untuk melatih teknik *Perceptual Positions* yang saya pelajari.

Dalam NLP, *Perceptual Positions* adalah teknik untuk memahami orang lain dengan melihat suatu hal dari berbagai perspektif, tak

hanya sudut pandang kita sendiri. Dengan begitu, kita bisa memahami pola pikir dan perasaan mereka. Kalau orang itu adalah seorang panutan, kita bisa menggunakan teknik tersebut untuk meniru gerak langkahnya agar bisa meraih kesuksesan.

Dari segi bisnis, *Perceptual Positions* memungkinkan kita memahami pola pikir konsumen. Kita bisa berdiri di posisi konsumen dan melihat dari sudut pandangnya. Bagaimana produk yang kita jual terlihat di matanya? Bagaimana pendapatnya tentang promosi yang baru saja kita luncurkan? Dengan demikian, bisnis yang kita jalankan tidak melulu kita lihat dari sudut pandang kita sebagai penjual, tapi justru dari sudut pandang orang terpenting yang harus kita bantu dengan produk kita, yaitu konsumen.

Perceptual Positions sangat efektif digunakan untuk memecahkan masalah. Biasanya saya melihat masalah dari empat sudut pandang berbeda. Misalkan Anda sedang menghadapi masalah pelik dengan partner bisnis Anda bernama A. Masalah itu menyita waktu dan membuat Anda stres. Mari kita coba teknik *Perceptual Positions* untuk memecahkan masalah tersebut.

Posisi pertama. A sedang duduk di depan Anda. Anda bicara kepadanya menggunakan sudut pandang Anda sendiri. Anda menyampaikan kepadanya poin-poin menurut sudut pandang Anda sendiri. "Menurut saya, masalahnya ada di sini dan pemecahannya begini."

Posisi kedua. Anda membayangkan sudut pandang Anda berubah menjadi sudut pandang A. Dari sudut pandang A, Anda melihat diri Anda mengomel tentang masalah yang sedang Anda berdua perdebatkan. Anda melihat dari sudut pandang A dan paham seperti apa rasanya berada di posisinya. Anda jadi tahu pilihan kata terbaik yang harus Anda sampaikan untuk membuatnya lebih memahami maksud Anda.

Posisi ketiga. Anda seakan-akan menjadi pengamat saat Anda dan A sedang bertengkar. Dari sudut pandang orang ketiga, Anda mendengar apa yang Anda sampaikan dan apa yang A sampaikan. Anda menjadi lebih objektif melihat masalah yang sedang Anda berdua hadapi dan tidak terbutakan emosi.

Posisi keempat. Sudut pandang keempat tergolong berani karena Anda mencoba melihat situasi itu dari “atas”, *act like a God*. Dari “atas” Anda melihat dua orang sedang bertengkar dan satu orang mengamati. Bumi terlihat begitu besar dan ada tiga titik hitam kecil, lebih kecil dari pasir, sedang memperdebatkan masalah mereka. Jika tubuh Anda saja terlihat kecil, apalagi masalah yang sedang Anda hadapi. Masalah Anda tiba-tiba menjadi begitu kecil dan tak lagi mengganggu Anda. Anda bisa memecahkan masalah tanpa ego dan ambisi untuk menang, tapi untuk kebaikan kedua pihak.

Dengan terbiasa melihat masalah dari berbagai sudut pandang seperti itu, saya bukan hanya bisa memecahkan masalah dengan cepat, tapi juga membantu orang lain memecahkan masalah mereka.

Fitness bagi saya bukan berarti mempunyai tubuh *six-packs* ala binaragawan, tapi berarti sehat badan dan pikiran. Kenapa pikiran juga penting? Karena badan dan pikiran saling berkaitan. Apa pun yang Anda pikirkan akan memengaruhi badan Anda. Bila pikiran Anda kalut, Anda bisa terserang sakit perut atau pusing. Sebaliknya, saat tersenyum Anda akan sulit mengakses pikiran atau memori negatif di kepala Anda.

Dengan pola hidup sehat, kita akan bisa bekerja secara optimal. Kita jadi tidak mudah sakit. Kita bisa melakukan pekerjaan dengan baik dan dengan konsentrasi yang lebih baik. Hal itu tentu sangat menunjang kehidupan profesional Anda dan membantu Anda terus berkarya. Untuk menerapkan pola hidup sehat, Anda harus mulai dari pikiran. Mulailah dengan berpikir positif.

Freedom

The Concept of Time and Financial Freedom

Sejak awal, saya memang tidak pernah tertarik bekerja di kantor. Saat teman-teman sibuk mencari lowongan pekerjaan, saya malah nekat memulai bisnis dengan modal seadanya. Pada akhirnya, semua usaha yang saya lakukan dalam bisnis dan investasi bertujuan mendapatkan *freedom* atau kebebasan dalam hidup.

Ada dua jenis *freedom* yang selalu menjadi *goal* saya, yaitu *time freedom* dan *financial freedom*. *Time freedom* atau kebebasan waktu adalah saat saya bebas menggunakan waktu sesuai kebutuhan hidup saya saat ini. Sebagai contoh, karena bekerja untuk perusahaan sendiri, saya tidak perlu bekerja di kantor. Saya bekerja di meja yang sama dengan istri saya di ruang sebelah kamar tidur kami, hanya beberapa langkah dari kamar anak-anak saya.

Meskipun tetap bekerja *full time* di rumah, saya bisa menikmati saat-saat bersama keluarga kapan pun saya mau. Saya bisa tiba-tiba mengajak istri jalan-jalan atau menonton film, atau terbang ke Jakarta hanya untuk berbelanja, kapan pun saya mau. Saya tidak harus terikat pada institusi atau pekerjaan mana pun. *I'm free.*

Time freedom berkaitan erat dengan *financial freedom*. Bagaimana pun, uang adalah alat yang akan melancarkan jalan kita menuju *time freedom*.

Saya ingat saat baru lulus kuliah dan bekerja sebagai *freelance programmer* di beberapa perusahaan. Uang yang bisa saya hasilkan saat itu mencapai enam juta rupiah per bulan, cukup besar untuk ukuran mahasiswa yang baru lulus dan tinggal di Malang. Gaji pertama langsung saya belikan televisi dan raknya untuk di kamar. Tentu saja rasanya bangga dan senang sekali bisa membeli televisi dengan uang sendiri.

Namun, kebahagiaan saya tak bertahan lama. Saya baru sadar, saat saya bekerja per proyek, itu artinya mereka mengharapkan dukungan penuh dari saya, bahkan setelah kontrak selesai. Suatu hari saat sedang tidur, saya dibangunkan oleh *user* saya di salah satu perusahaan. Dia meminta saya segera pergi ke kantornya. Sebabnya? Dia perlu bantuan saya untuk menancapkan kabel *printer*. Dilihat dari berbagai segi, permintaan itu tak masuk akal. Pertama, pekerjaan saya tidak berhubungan dengan *hardware*. Kedua, *port printer* di komputer cuma ada satu. Tidak mungkin mereka salah menancapkan. Mereka pasti bisa melakukannya sendiri.

Karena dia ngotot meminta saya datang, dengan setengah hati saya memutuskan istirahat saya dan pergi membantu menancapkan kabel *printer* tersebut. Sesuai dugaan, saya hanya butuh beberapa detik untuk memasangnya. Yang saya dapat setelahnya hanya senyuman

dan ucapan terima kasih. Tidak ada penghargaan lain untuk waktu yang telah saya luangkan bagi mereka. Saya tidak punya *financial freedom*, apalagi *time freedom* yang saya butuhkan.

Saat itu, saya memutuskan tidak akan pernah lagi bekerja untuk orang lain.

Keinginan saya itu terjawab saat bisnis suplemen saya dimulai pada 2001 dan menghasilkan uang lebih banyak dari yang saya dapatkan dari pekerjaan saya sebagai *freelance programmer*. *Financial freedom* yang saya dapatkan dari bisnis suplemen memungkinkan saya mendapatkan *time freedom* yang saya idamkan. Saya memilih berhenti menjadi *freelance programmer* dan berfokus menjalankan bisnis, bekerja untuk diri saya sendiri.

Financial freedom tidak tergantung pada banyaknya uang yang kita miliki, tapi lebih pada apakah pendapatan kita bisa membiayai gaya hidup kita tanpa membuat kita harus berhemat atau berutang. Ambil contoh sebagai berikut. Seorang tukang becak mungkin bisa mendapat penghasilan sebesar satu juta rupiah per bulan. Ketika kemudian dia bisa memperoleh sepuluh juta rupiah per bulan, tentu dia mendapat *financial freedom*. Tanpa dia harus bekerja sebagai tukang becak, penghasilannya sekarang bisa mencukupi kebutuhan pokoknya untuk sebulan. Itu dengan catatan dia tetap memiliki gaya hidup yang sama seperti saat dia berpenghasilan satu juta rupiah.

Bandingkan dengan orang lain yang saat ini sudah memiliki pemasukan sepuluh juta rupiah per bulan. Apakah dia merasa memiliki kebebasan finansial? Saya rasa tidak. Mereka masih berutang sana sini untuk membeli motor, mobil, rumah, dan lain-lain. Dan misalkan ada orang yang memiliki penghasilan lima puluh juta rupiah sebulan, apakah dia mau mendapatkan penghasilan sebesar sepuluh juta

rupiah? Baginya, penghasilan sepuluh juta rupiah akan membuat hidupnya lebih sengsara daripada saat dia memiliki penghasilan sebesar lima puluh juta rupiah.

Contoh-contoh itu menunjukkan bahwa jumlah uang tidak ada hubungannya dengan *financial freedom*. Ketika seseorang tak perlu lagi berpikir untuk berhemat dan berutang untuk mencukupi gaya hidupnya saat ini, saat itulah dia mengalami *financial freedom*.

KETIKA SESEORANG TAK PERLU LAGI
BERPIKIR UNTUK BERHEMAT
DAN BERUTANG UNTUK MENCUKUPI
GAYA HIDUPNYA SAAT INI, SAAT
ITULAH DIA MENGALAMI
FINANCIAL FREEDOM.

Gaya hidup masing-masing orang tentu berbeda. Saya sendiri termasuk orang yang suka gadget. Saat ini, saya bisa membeli gadget terbaru seperti *drone* atau membeli gadget sesaat setelah diluncurkan tanpa harus berhemat. Saya tidak harus menghemat belanja baju atau mengurangi frekuensi menonton film dan makan di restoran untuk membelinya. Saya juga tidak harus berutang untuk membeli sesuatu. Itulah yang disebut *financial freedom*.

Time and money freedom allow you to do what you need you to do, when you need to do it.

Tidak perlu menjadi pensiunan untuk mempunyai kebebasan waktu dan finansial. Pada usia muda pun Anda bisa menikmati kebebasan yang sama dengan saya, sambil tetap bekerja dan berkarya menyalurkan bakat Anda.

Pertanyaannya sekarang, apakah Anda sudah mencapai *time and financial freedom*? Kalau belum, apakah Anda sudah tahu jalan menuju kebebasan itu?

Berdasarkan pengalaman saya, ada beberapa jalan menuju kebebasan itu, yaitu sebagai berikut.

Start a business. Ketahui masalah apa yang ada di masyarakat dan beri solusi dengan bisnis Anda.

Grow the business. Ketahui pasar Anda, perbanyak *traffic* menuju bisnis Anda, dan delegasikan proses operasional kepada tim Anda sehingga Anda tetap bisa berfokus memikirkan strategi untuk mengembangkan perusahaan.

Build the system. Bangun sistem yang otomatis akan menjalankan proses bisnis Anda tanpa memerlukan kehadiran fisik Anda. Sistem itulah yang nantinya akan menjadi mesin uang Anda, menjamin *time and financial freedom* Anda.

Get passive income. Saat uang tetap mengalir ke rekening Anda bahkan saat Anda sedang tidur atau berlibur bersama keluarga, saat itulah Anda mendapatkan kebebasan.

Siapkah Anda memulai perjalanan menuju kebebasan?

How to Be a Millionaire

Saya selalu menyukai topik ini. Bagi saya, uang adalah sarana untuk memenuhi gaya hidup ideal yang saya inginkan. Uang membuat saya bisa menggali kehidupan secara lebih luas lagi. Uang tak hanya bisa mendatangkan kebahagiaan kepada saya, tapi juga orang-orang di sekitar saya.

UANG TAK HANYA BISA
MENDATANGKAN KEBAHAGIAAN
KEPADA SAYA, TAPI JUGA
ORANG-ORANG DI SEKITAR SAYA.

Saya bisa memberi orangtua saya hidup yang sejahtera pada masa tua. Mereka tak perlu memikirkan cara mencari makan saat mereka seharusnya sudah beristirahat menikmati hidup dan bermain dengan cucu-cucu mereka. Menjadi kaya adalah salah satu alasan saya bekerja keras. Saya akan berbagi tentang cara menjadi *millionaire* (yang tentunya punya banyak uang).

- ***Follow the money***

Hitung pendapatan Anda per bulan dibagi hari kerja dibagi jam kerja. Misalkan pendapatan Anda sebulan 5 juta rupiah. Sebulan Anda bekerja sebanyak 25 hari kerja dengan 10 jam kerja sehari. Dengan demikian, penghasilan per jam Anda 20 ribu rupiah. Bagaimana supaya Anda bisa kaya? Saat saya mengajukan pertanyaan itu ke beberapa orang, mereka menjawab akan lembur. *Well*, kalau menambah jam kerja, Anda tidak akan menjadi kaya, karena semua orang hanya punya 24 jam sehari. Jumlah jam yang Anda miliki dalam sehari terbatas. Cara satu-satunya adalah meningkatkan penghasilan per jam. Pikirkan cara meningkatkan angka tersebut.

- ***Don't show off, show up!***

Jangan menggunakan penghasilan Anda untuk membeli barang-barang mewah. Beberapa kenalan saya bekerja keras karena ingin membeli mobil mewah. *That's a big mistake!* Saya sendiri sudah memiliki bisnis yang berjalan serta terus berkembang selama sebelas tahun waktu membeli mobil *sport* secara tunai, dan masih mempunyai tabungan di luar itu.

- ***Save to invest, don't save to save***

Masih banyak orang yang bekerja, mendapatkan penghasilan yang lumayan, lalu menabung. Saya tidak pernah menabung. Menabung adalah cara pasti untuk memperlambat proses Anda menjadi kaya. Sejak awal tahun 2000 semua penghasilan selalu saya

simpan di properti. Saya tidak terlalu tertarik menyimpan uang di deposito. Saya punya deposito, tapi jumlahnya tidak terlalu banyak. Dalam setahun deposito hanya memberikan bunga sebesar 6–7%, sedangkan properti memberikan penghasilan sebesar 15–50%. Saya juga berinvestasi di bidang bisnis karena tingkat pengembaliannya bisa 20–100% per tahun.

- ***Avoid debt that doesn't pay you***

Hindari utang atau pinjaman yang tidak menghasilkan. Utang bisa menjadi utang baik kalau Anda menggunakannya untuk perputaran bisnis atau investasi dengan tingkat pengembalian yang jauh lebih besar dari bunga pinjaman. Ketika Anda meminjam untuk membeli barang mewah, harga barang mewah itu akan terus turun, sementara bunga pinjaman Anda tidak pernah turun.

- ***Money doesn't sleep***

Uang tidak tidur. Pikirkan bagaimana Anda bisa menghasilkan uang lebih. Saya sendiri tidak pernah menolak konsumen. Saya punya prinsip jangan pernah menolak uang yang datang. Sering kali saya bertemu dengan *contact person sales* sebuah perusahaan yang susah sekali saya ajak rapat pada akhir pekan. Alasannya bisa karena keluarga atau hal lain. Semua itu memang kembali ke diri kita sendiri. Mau menjadi lebih kaya atau tidak, alasan selalu ada.

- ***Get a millionaire mentor***

Carilah mentor yang sudah terbukti dan pelajari apa yang mereka lakukan, bukan sekadar apa yang mereka katakan. Dengarkan saran mereka dan perhatikan bagaimana mereka melakukannya.

- ***INVEST!!!***

Sekali lagi, berinvestasilah. Jangan biarkan uang Anda tidur. Selama uang Anda tidur, Anda kehilangan sebagian nilainya.

- *Invest in yourself*

Saya percaya penghasilan seseorang terkait erat dengan pengetahuan mencari uang. Orang dengan penghasilan lima juta rupiah sebulan hanya tahu cara mencari 5 juta rupiah sebulan. Begitu pula orang dengan penghasilan 10 juta rupiah hanya tahu cara mencari 10 juta rupiah sebulan. Butuh ilmu berbeda untuk mendapatkan 5 juta rupiah sebulan dan 10 juta rupiah sebulan. Ketika sudah mencapai 10 juta rupiah sebulan, Anda perlu ilmu yang berbeda lagi untuk mendapatkan 50 juta rupiah sebulan. Tentunya Anda juga perlu mencari ilmu lain untuk mendapatkan 100 juta rupiah sebulan. Begitu seterusnya. Kalau hanya melakukan hal yang sama seperti ketika mendapatkan 5 juta rupiah sebulan, jangan harap Anda akan pernah mencapai penghasilan 100 juta rupiah sebulan. Karena dibutuhkan ilmu yang berbeda, teman Anda pun menjadi penting. Kalau Anda bergaul dengan teman-teman yang sama terus, penghasilan Anda juga akan terus sama.

Banyak orang yang berani berinvestasi dengan membeli gadget baru seharga 5–15 juta rupiah, tetapi untuk berinvestasi di otak dengan harga yang sama malah takut dan mengeluh mahal. Sekarang pertanyaan saya, lebih mahal otak atau gadget Anda? Mana yang lebih berharga untuk diinvestasikan?

Sudah siapkah Anda meninggalkan zona nyaman Anda?

*INCOME ANDA SETARA DENGAN
SKILL ANDA. INGIN MENINGKATKAN
INCOME? TINGKATKAN SKILL ANDA!*

How to Start

*“Just do it. DONE is better than perfect,
because perfect is fear in a nice packaging.”*

–Denny Santoso

Saat sesi *sharing*, sesi *mentoring*, atau sesi tanya jawab, pertanyaan berikut sering kali muncul, “Den, kalau kamu jadi saya, dan kamu harus memulai lagi semuanya dari awal, dari nol, apa yang akan kamu lakukan?”

That’s a very good question. Saya akan berbagi kepada Anda apa yang akan saya lakukan kalau harus mulai lagi dari awal.

- ♦ **Tentukan goal Anda**

What is your goal? Goal Anda harus SMART.

Specific. Goal Anda harus spesifik, sangat jelas, dan tidak ambigu.

Measurable. Goal Anda harus bisa diukur.

Actionable. Goal Anda harus besar, tapi tetap bisa dieksekusi dan dijalankan.

Relevant. *Goal* Anda harus benar-benar sesuai dengan yang Anda butuhkan saat ini.

Timely. Anda harus punya *deadline* untuk mencapai *goal* Anda.

Contoh *goal*: menaikkan omzet bisnis sebesar satu miliar rupiah dalam tiga bulan karena kenaikan omzet akan berpengaruh baik pada *cash flow* dan perkembangan bisnis.

Setelah tahu *goal* Anda, bagi *goal* itu menjadi daftar strategi yang bisa Anda jalankan.

• ***Start action***

Satu-satunya cara untuk memulai bisnis adalah dengan mulai beraksi, sekecil apa pun. Terlalu banyak membuat *excuse* atau alasan tidak akan membawa Anda ke tempat yang lebih baik. Jadi, pikirkan hal positif yang bisa membuat Anda bergerak maju.

• ***Build audience/list***

Zaman sekarang berbeda dengan zaman ketika saya baru memulai bisnis. Pada akhir 1990, meskipun sudah ada internet, belum semua orang menggunakannya. Belum ada *smartphone* dan sebagainya. Untuk memulai bisnis, saya harus berkeliling satu demi satu tempat *fitness* untuk menawarkan produk.

Saat ini Anda bisa menggunakan media sosial untuk memasang iklan. Kejadian paling buruk hanyalah iklan Anda lewat begitu saja tanpa dilihat orang. Kalau menjadi *sales* keliling, Anda harus menyiapkan mental baja dan siap ditolak banyak orang.

Dengan adanya internet, mudah sekali membangun *audience*. Anda bisa menggunakan Facebook sebagai media yang paling mudah untuk menjangkau *audience*. Setelah itu, bangun sebuah *database*, baik dalam bentuk e-mail maupun BlackBerry

Messenger. Setelah itu, berkomunikasi dengan mereka untuk mendapatkan *feedback* apakah produk Anda sesuai dengan pasar Anda.

• ***Build your personal branding***

Saya membangun merek di industri *fitness* untuk meningkatkan pelanggan setia. Saat ini, dengan adanya media sosial, sangatlah mudah membangun *branding*. Anda bahkan tidak membutuhkan biaya yang besar. Tidak butuh iklan televisi atau papan iklan di jalan. Cukup dengan membuat tulisan di blog, sering berinteraksi di media sosial, dan mengunggah video di YouTube secara konsisten tetapi perlahan, Anda akan membangun merek Anda. Menulis buku adalah salah satu cara cepat untuk meningkatkan merek. Setelah itu, Anda akan mulai dikenal orang, diundang menjadi pembicara, mengisi acara radio, dan bahkan televisi. Dengan *personal branding* yang kuat, Anda meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap bisnis Anda.

• ***Build your team***

Setelah bisnis Anda terbukti berjalan, segera bentuk tim. Tim awal yang perlu Anda bentuk adalah tim untuk mengerjakan tugas-tugas yang tidak Anda sukai. Misalnya, saat berbisnis www.supplier.id, bagian menyenangkan di awal adalah berbelanja dan berjualan, sedangkan bagian yang tidak menyenangkan adalah mengemas pesanan dan mengurus gudang. Oleh karenanya, saya terlebih dahulu membentuk tim untuk mengerjakan hal tersebut. Ketika tim Anda semakin besar, Anda harus mulai mendelegasikan pekerjaan yang Anda sukai, seperti pemasaran dan penjualan.

an. Ketika perusahaan menjadi besar dan Anda harus menjalankan proses itu sendirian, Anda akan kewalahan.

- ♦ ***Find a mentor and support***

Saat memulai bisnis, saya tidak mengenal kata mentor. *Just do it* adalah prinsipnya. Kalau Anda memulai bisnis sekarang, ada banyak sekali mentor yang bisa menjadi tempat Anda belajar. Anda membutuhkan mentor untuk menjadi cahaya di jalan Anda. Meskipun bisnis saya sudah berjalan dengan baik, saya tetap membangun jejaring dengan mentor dan berkomunikasi dengan banyak orang. Banyak ide baru yang muncul ketika Anda bertemu banyak orang.

- ♦ ***Manfaatkan teknologi***

Kalau Anda memilih jalan manual tanpa teknologi, berarti Anda sudah ketinggalan lima belas sampai dua puluh tahun. Anda akan sangat sulit mengejar kompetitor Anda yang memanfaatkan teknologi dalam berbisnis.

- ♦ ***Get healthy***

Dengan gaya hidup sehat, Anda bisa bekerja secara lebih optimal dan mendapatkan hasil yang lebih besar daripada ketika Anda sakit-sakitan, kan?

Apakah Anda sudah siap memulai bisnis?

The Art of Negotiation

Ilmu bernegosiasi adalah salah satu keahlian terpenting yang saya miliki dalam menjalankan bisnis dan berinteraksi dengan keluarga. Sejak kecil, saya terbiasa bernegosiasi dengan orangtua saat menginginkan mainan atau gadget terbaru. Di awal karier sebagai *entrepreneur*, saya berjualan suplemen sendiri secara *door to door*. Perlu teknik yang tepat agar negosiasi berbuah baik untuk bisnis saya.

Sebelum membahas negosiasi secara lebih mendalam, perlu digarisbawahi bahwa negosiasi bukan berarti menjadi pemenang sendiri. Negosiasi adalah teknik untuk mendengarkan dan memahami kebutuhan lawan bicara, lalu memenuhinya dengan tetap memenuhi standar nilai-nilai kita. Negosiasi terbaik adalah saat kedua pihak menjadi pemenang.

NEGOSIASI TERBAIK ADALAH SAAT KEDUA PIHAK MENJADI PEMENANG.

Ada beberapa teknik dalam NLP yang saya gunakan untuk bernegosiasi.

1. *Chunk up*

Inti dari *chunk up* adalah mencari kesamaan visi. Saat saya dan Fellin mempunyai perbedaan pendapat tentang cara mendidik anak, saya menggunakan teknik *chunk up* untuk memperlihatkan bahwa visi kami berdua sebenarnya sama, yaitu ingin membesarkan anak dan menjadi keluarga bahagia. Apa pun keputusan yang akan kami ambil, tujuan besarnya sudah kami ketahui sehingga perdebatan kami menjadi lebih terarah dan konstruktif untuk hasil yang baik.

Teknik itu juga bisa dipakai dalam negosiasi bisnis. Misalnya, saat menegosiasikan harga dengan *supplier*, kita bisa berkata, “Kita kan, sama-sama ingin produk kita laku, Pak. Kita sama-sama cari untung. Bapak untung sedikit, saya juga untung sedikit. Tidak apa-apa, yang penting sama-sama untung.” Selalu cari kesamaan visi dengan orang yang bernegosiasi dengan Anda.

2. *Chunk down*

Kebalikan dari *chunk up*, jika menjadi pihak yang mendengarkan penawaran, Anda bisa melakukan *chunk down* atau mencari perbedaan yang mendetail. Anda bisa bertanya, “Kenapa harga yang ditawarkan sebesar itu? Boleh sampaikan secara mendetail apa saja yang tercakup dalam penawaran ini?” Anda jadi bisa melihat di bagian mana Anda bisa melakukan negosiasi lebih lanjut.

3. *Chunk side*

Berikut cerita favorit saya tentang *chunk side*. Saat BBM naik, wartawan mengajukan pertanyaan-pertanyaan yang bersifat *chunk down* tentang mengapa Presiden mengambil keputusan menaikkan BBM, yang bisa mengakibatkan naiknya harga dan menyusahkan rakyat. Namun, dengan menggunakan teknik *chunk side*, Presiden berkata BBM di negara-negara lain seperti Singapura dan India telah lebih dulu naik dan lebih mahal dari Indonesia. Setelah itu, Presiden beralih menggunakan teknik *chunk up* dan menyatakan bahwa harga BBM di Indonesia dinaikkan setelah berpuluh-puluh tahun disubsidi, dan subsidi itu sekarang digunakan untuk pembangunan infrastruktur demi kesejahteraan rakyat.

4. *Reframing*

Teknik *reframing* menarik karena mengambil sudut pandang berbeda dalam bernegosiasi. *Customer service* di perusahaan saya pernah menerima komplain seperti ini, “Kenapa pengiriman barang dari kalian selalu lama?” Jawaban sang *customer service*, “Silakan Bapak cek lagi, sebenarnya hanya pengiriman terakhir yang terlambat. Apakah betul?” *Customer service* saya pertama-tama berusaha meluruskan asumsi “selalu” dengan *reframing*. Setelah konsumen mengakui hal itu, sang *customer service* baru menjelaskan kendala yang terjadi pada pengiriman terakhir. Contoh lain, ada yang bertanya kepada *customer service* tentang produk kopi kami, Java Prime, yaitu kopi yang bisa membantu membakar jaringan lemak. Pertanyaannya, “Kenapa Java Prime mahal sekali?” Cara yang digunakan untuk menjawabnya adalah dengan “menggoyang” konteks pertanyaan itu dengan jawaban, “Lebih mahal dibandingkan apa, Pak?” Waktu orang itu menjawab, “Dibandingkan susu cokelat merek xxx,” *customer service* kami membalas

dengan pertanyaan di level konteks, bukan konten, yaitu, “Kenapa produk kami dibandingkan dengan produk yang menggemukkan?”

Ketika Anda menjawab pertanyaan seperti itu dengan kata “karena”, secara tidak langsung Anda membenarkan pertanyaan tersebut. Saya tidak mau membenarkan pernyataan bahwa kopi saya mahal dengan menjawab, “Karena mengandung L-Carnitine impor yang berfungsi untuk menurunkan berat badan.” Jawaban seperti itu, apa pun alasannya, tetap membenarkan bahwa kopi saya mahal. Dengan mempertanyakan kembali seperti contoh yang saya berikan, orang tersebut akan meragukan sendiri pertanyaannya.

5. *Double binding*

Anda bisa menutup penjualan dengan memberikan dua asumsi yang sama-sama menguntungkan Anda dalam satu kalimat. Anda bisa bertanya, “Jadi, Bapak pilih Paket A atau Paket B?” Itu merupakan asumsi bahwa konsumen tetap jadi membeli produk Anda. Anda hanya memastikan produk mana yang dibeli, meskipun dia belum menyatakan jadi membeli atau tidak.

Hidup akan lebih mudah dan menyenangkan jika Anda memahami teknik negosiasi. Setelah mengetahui tekniknya, yang perlu Anda lakukan adalah berlatih menggunakannya hingga terasah. Robert Kiyosaki melatihnya dengan bekerja sebagai *sales person* Xerox selama bertahun-tahun sebelum memulai bisnisnya sendiri. Ada banyak bagian dari hidup yang bisa Anda perbaiki dengan teknik negosiasi yang dapat Anda pelajari. Pertanyaannya, kapan Anda menyempatkan diri mempelajari keahlian-keahlian seperti itu?

How to Find Partners and Create a Winning Team

Saya yakin, kunci kesuksesan bisnis saya terletak pada solidnya tim yang saya bangun untuk membantu saya.

Pada 2004, omzet penjualan suplemen Ultimate Nutrition mulai meningkat pesat. Tiap bulan, karena selalu melampaui target, di kantor, kami berpesta sampai bosan sendiri. Apa yang membedakan kinerja tahun itu dengan tahun-tahun sebelumnya? Saya merekrut sekitar sepuluh karyawan baru yang memiliki performa tinggi di bagian *sales* untuk menggenjot penjualan.

SAYA YAKIN KUNCI KESUKSESAN
BISNIS SAYA TERLETAK PADA
SOLIDNYA TIM YANG SAYA BANGUN
UNTUK MEMBANTU SAYA.

Pada awal bisnis ini dirintis, 1999, saya hanya bekerja sendiri dari rumah, dibantu oleh keluarga. Waktu itu saya menjual suplemen dari semua merek. Semua berjalan lancar hingga pada awal 2002 direktur dan perwakilan pemasaran salah satu merek suplemen yang saya jual datang dari Jakarta ke Malang. Mereka menjelaskan bahwa mereka distributor resmi produk itu di Indonesia, lalu melarang saya mengimpor produk itu lagi. Kunjungan mereka membuka mata saya dan membuat saya yakin bahwa saya harus segera menjadi distributor resmi suatu merek tertentu.

Pada tahun yang sama saya memutuskan untuk menjadi distributor resmi Ultimate Nutrition di Indonesia dengan nama perusahaan PT Jaya Sportindo. Minimum order yang harus saya penuhi waktu itu 5 ribu dolar per bulan. Agar bisa menghasilkan profit, saya harus menjual sekitar 120 botol suplemen. Namun, saat itu saya belum bisa mencapai target omzet sehingga gudang kami semakin lama semakin penuh dengan produk yang belum terjual.

Setelah berjalan enam bulan, akhirnya perusahaan berhasil *break even*, dan dalam sembilan bulan berhasil meraih profit.

Saat merintis bisnis, saya keliling sendirian dari gym ke gym untuk menawarkan produk, melakukan kegiatan pemasaran sendiri, melakukan pengemasan barang sendiri, dan mengantar barang juga sendiri. Baru pada 2003 saya memutuskan mempekerjakan satu orang untuk membantu saya *packing*. Namun, ternyata satu orang tidak cukup. Saya butuh partner untuk mengembangkan bisnis agar menjadi lebih besar. Sebelum mencari partner, saya mencoba menganalisis diri terlebih dahulu. *What's my strength and what's my weakness?* Saya orang yang senang membuat konsep, strategi, ide, dan *grand plan*. Namun, saya tidak senang melakukan segala detail eksekusi karena

saya mudah bosan. Itu kelemahan saya yang perlu dilengkapi oleh partner yang senang mengeksekusi dan berada di lapangan.

Pada 2003 saya membuka stan di suatu acara binaraga di Yogyakarta. Tujuan saya adalah mencari instruktur *fitness* atau *personal trainer* yang tertarik menjadi *reseller* produk saya. Sebenarnya, saat itu saya punya seorang agen di Jakarta. Namun, saya kurang puas dengan performa agen saya itu.

Di acara tersebut saya bertemu lagi dengan orang pemasaran dari perusahaan kompetitor yang dulu datang ke rumah saya. Kami mengobrol panjang lebar. Saya merasa dia memiliki keahlian yang bagus dan visi yang sama dengan saya, tapi kurang dihargai di perusahaannya saat itu. Saya lalu *sharing* tentang prospek bisnis saya dan prinsip kerja saya yang lebih baik daripada perusahaan tempatnya bekerja.

Pada 2004 dia akhirnya memutuskan bergabung menjadi partner saya di Sportindo. Saya membuka kantor di Jakarta dan memutuskan hubungan kerja dengan agen saya di Jakarta. Saya merekrut sepuluh orang *sales* lagi dari perusahaan-perusahaan kompetitor yang sudah berpengalaman. Dalam waktu singkat, omzet perusahaan terus melonjak ke angka yang terus menggembirakan setiap bulannya. Adik-adik saya kemudian bergabung memperkuat manajemen perusahaan pada sekitar tahun 2005.

Seiring berkembangnya perusahaan, staf Sportindo bertambah hingga lima belas orang di Jakarta dan Malang. Masing-masing memegang fungsi di bidang akuntansi, pergudangan, kurir, dan penjualan. Setelah mengenal *digital marketing* dan aktif menggunakan media digital untuk mempromosikan produk, saya mulai merekrut tim digital yang terdiri atas *web developer*, *web & graphic designer*,

content & copy writer, SEO, analytics, dan customer service. Tim digital itu menjadi tim inti yang membantu saya di berbagai lini bisnis yang saya bangun.

Jika belum bisa membangun *in-house team*, dengan anggaran mulai dari lima dolar, Anda bisa mengalihdayakan pekerjaan itu ke *freelancer* di beberapa situs web, seperti Upwork.com dan Fiverr.com.

Saya selalu berusaha menyamakan visi dengan tim dan menyam-paikan *goal* saya terlebih dahulu. Saya juga berusaha memupuk budaya belajar dengan memberi arahan dan membiarkan mereka mencaritahu sendiri detail yang perlu dilakukan. Sekarang segala se-suatu bisa ditemukan di internet. Saya ingin tim saya belajar tanpa perlu dituntun sepanjang waktu.

Saya dan tim kerap bekerja dari jarak jauh karena saya lebih senang bekerja di rumah. Kami aktif menggunakan *tool* kolaboratif seperti *group chat* dan *project management platform* agar saya bisa tetap mengawasi serta mengevaluasi perkembangan pekerjaan yang dilakukan bersama.

Kebanyakan anggota tim saya bekerja di perusahaan saya selama lebih dari lima tahun. Bagaimana mereka bisa loyal? Saya selalu berkomunikasi dan memberi perhatian khusus kepada mereka. Saya tekankan kepada mereka bahwa perusahaan ini adalah perusahaan keluarga. Semua orang punya hak untuk didengar.

Tim yang solid membutuhkan pemimpin yang mampu mem-berikan visi yang besar sekaligus arahan untuk kegiatan operasional sehari-hari. Di situlah saya membutuhkan *partner* untuk membantu menjalankan kegiatan operasional bisnis.

TIM YANG SOLID MEMBUTUHKAN PEMIMPIN YANG MAMPU MEMBERIKAN VISI YANG BESAR SEKALIGUS ARAHAN UNTUK KEGIATAN OPERASIONAL SEHARI-HARI.

Prinsip saya: *always outsource your weakness. My strengths are my idea and strategy. My weakness is running the operational part of the business.* Bisnis saya yang berhasil adalah bisnis yang memiliki tim operasional yang solid. Saya tidak ingin bisnis saya terhambat karena ketidakmampuan saya. *I outsource my weakness.*

Setelah tahu partner dengan keahlian seperti apa yang saya butuhkan, saya akan memberitahu semua orang bahwa saya sedang mencari partner bisnis. Istilah yang Papa berikan untuk itu adalah “menabuh kentungan”. Saya juga hadir di acara-acara *networking* yang memungkinkan saya bertemu dengan calon partner yang sesuai. Di situ saya menyampaikan ide-ide saya kepada semua orang yang tertarik mendengar visi saya. Saya kemudian melakukan pertemuan lanjutan untuk menjelaskan keuntungan yang bisa didapatkan jika bergabung bersama saya, proyek apa saja yang sudah saya lakukan, dan potensi kerja sama kami.

Menemukan partner dan membangun tim adalah proses yang membutuhkan seni dalam menjalankannya. Saya yakin Anda bisa melakukannya!

Digital Marketing 101

*D*igital marketing is a game changer for my businesses.

Digital marketing adalah teknik mempromosikan produk atau merek dengan menggunakan satu atau lebih media digital. Seorang *digital marketer* bertugas merencanakan, membangun, mengimplementasikan, mengeksekusi, serta mengoptimalkan bisnis dengan menggunakan dan mengombinasikan semua teknik *digital marketing*.

Pada 2007 posisi bisnis suplemen yang saya jalankan sedang enak-enaknya karena cepat sekali naik. Namun, saya bosan karena sudah delapan tahun berjualan lewat cara biasa atau *offline*. Saya ingin melakukan sesuatu yang baru.

Saya kemudian mulai mencari penghasilan *online* dan mencoba bermain saham. Saya sempat mengikuti kursus untuk belajar saham. Namun, pada 2008 bursa saham tumbang dan modal yang saya

taruh habis. Setelah usaha saya di bidang saham tak berkelanjutan, saya mencari tahu apa yang bisa saya pelajari selanjutnya. Pilihan saya jatuh ke kursus *internet marketing* dari Asian Brain yang dipimpin oleh Anne Ahira. Di Asian Brain saya belajar banyak tentang *traffic generation*, mulai dari *PPC Ads (Pay Per Click Advertising)*, *SEO (Search Engine Optimization)*, *e-mail marketing*, *mobile marketing*, hingga *social media marketing*. Waktu itu, dari semua yang diajarkan, yang tersimpan di otak saya hanya *e-mail marketing*.

Inti dari *digital marketing* adalah membangun sistem yang bekerja secara otomatis dan menghasilkan mesin uang untuk Anda. Sistem yang bagus harus memiliki nilai guna yang tinggi bagi konsumen. Suatu sistem diciptakan untuk menyelesaikan masalah konsumen. Dalam konteks tersebut, saya membuat situs web www.PanduanDiet.com guna membantu menyelesaikan masalah orang-orang yang kelebihan berat badan.

Untuk mendatangkan calon konsumen, saya menggunakan media sosial, yaitu dengan cara *posting* status dan iklan. Saya juga menggunakan blog seperti DuniaFitnes.com. Ketika konsumen datang dan bergabung di PanduanDiet.com, mereka menerima semua rekomendasi saya secara bertahap, mulai dari pola makan, latihan beban, sampai penggunaan suplemen. Dari situ saya akan mengedukasi konsumen bahwa penggunaan suplemen yang benar akan sangat membantu penurunan berat badan secara signifikan.

Jika tidak melakukan edukasi, bisnis akan menjadi bisnis jangka pendek. Namun, terbukti saya sudah enam belas tahun berkecimpung di bisnis tersebut, dan setiap tahun konsumen yang menggunakan suplemen bertambah secara signifikan. Artinya, produk yang saya jual BEKERJA dengan baik. Saat itulah saya mengajak calon konsumen berbelanja lewat www.PembakarLemak.com.

Setelah proses edukasi selesai, calon konsumen diharapkan akan berbelanja dan menjadi konsumen saya, sementara saya membantu mereka menyelesaikan masalah mereka. Itulah yang disebut dengan BISNIS.

Lewat PanduanDiet.com versi awal, saya bisa menghasilkan omzet cukup besar per bulan dari satu halaman saja. Sekarang *e-mail list* saya sudah berisi lebih dari dua ratus ribu orang. Berdasarkan kenyataan itu, jelas terlihat keuntungan menggunakan *digital marketing*.

Cost effective. Dengan membuat satu halaman sederhana, saya bisa menjangkau konsumen dari seluruh penjuru dunia dan menghasilkan calon pembeli yang berkualitas karena mereka memang mencari serta membutuhkan produk saya. Biayanya sangat murah.

Measurable. Lewat *digital marketing*, kita tidak melakukan promosi dengan mata tertutup. Kita bisa selalu mengecek statistik tentang efektivitas program promosi kita sehingga kita bisa melakukan perubahan yang sesuai untuk meningkatkan *traffic*.

Scalable. Saya baru saja men-*scale* sebuah *e-commerce* di Amerika Serikat dari 1.400 menjadi 100.000 dolar AS per bulan dalam kurun waktu 1,5 bulan saja. Hal seperti ini mustahil dilakukan secara konvensional. Tidak mungkin pengunjung toko Anda hari ini berjumlah 50 orang dan besok melonjak menjadi 5.000 orang. Namun dengan digital, proses ini sangat mudah dilakukan. Dengan bisnis model yang tepat, biaya yang rendah, dan promosi yang terukur, kita bisa terus membesarkan bisnis menggunakan teknik-teknik *digital marketing* serta menghasilkan profit yang tak terbatas.

Ada tiga hal yang menjadi kunci dan harus Anda perhatikan dalam *digital marketing*.

Product. Anda harus tahu produk apa yang ingin Anda tawarkan kepada konsumen yang bisa menjawab kebutuhan mereka. Produk

itu bisa dalam bentuk produk fisik, digital, atau layanan. Saya akan membahas lebih banyak tentang cara memilih produk di bab selanjutnya.

Traffic. Anda berfokus mencari *traffic* yang potensial untuk membeli produk Anda.

Conversion. Konversi adalah saat Anda mengonversi *traffic* menjadi pembeli.

Sebagai contoh, untuk produk perawatan kulit dari BRTC yang saya jual, saya membuat portal pendukungnya, Skin.co.id. Portal itu memberikan informasi serta tips tentang perawatan wajah dan kulit. Dari situ saya mendapat *traffic* dan *lead* dari *target market* saya, yang memang ingin mengetahui cara merawat kulit. Di artikel-artikel Skin.co.id, seperti artikel tentang menghilangkan jerawat, saya memasukkan informasi produk perawatan kulit BRTC untuk wajah berjerawat. Strategi itu telah mengonversi banyak *lead* menjadi konsumen untuk bisnis saya.



Makan malam di Jakarta bersama Renee dan Bona dari BRTC Korea.

Suatu hari, seorang teman yang merasa bisnisnya mandek dan bingung bagaimana cara menaikkan omzet bertanya kepada saya, bagaimana cara menumbuhkan bisnis agar menjadi besar dan menghasilkan lebih banyak. Saya menjawab hanya tiga strategi yang dibutuhkan untuk menumbuhkan bisnis.

Pertama, tingkatkan *buying traffic*. Jika selama ini situs web dan pajangan produk Anda hanya dikunjungi seribu orang per bulan serta menghasilkan sepuluh penjualan, dengan meningkatkan jumlah pengunjung menjadi sepuluh ribu orang per bulan, Anda akan menghasilkan penjualan sebesar seratus kali.

Kedua, tingkatkan *buying frequency*. Jika seratus konsumen yang sudah Anda dapatkan itu hanya berbelanja sekali, buat mereka kembali ke situs Anda dan berbelanja lebih sering.

Ketiga, tingkatkan *buying volume*. Jika biasanya konsumen hanya berbelanja satu produk setiap kali berbelanja, buat mereka membeli lebih banyak produk dalam sekali berbelanja. Caranya bisa menggunakan teknik *upsell*, yaitu menawarkan produk sejenis atau produk pendukung dari produk yang dibeli. Bisa juga menggunakan teknik *cross-selling*, yaitu menawarkan produk lain.

Saya mengibaratkan bisnis saya seperti Disneyland. Untuk menuju wahana-wahana permainan di dalam, pengunjung tentu perlu melewati pintu gerbang terlebih dahulu. Mereka lalu bisa memilih wahana yang ingin mereka kunjungi terlebih dahulu. Setelah puas bermain, mereka diajak berbelanja di toko suvenir di pintu keluar wahana. Setelah keluar dari wahana yang satu, mereka diarahkan untuk memilih wahana lain, dan kembali ditawarkan untuk berbelanja di tiap pintu keluar. Begitu seterusnya hingga pengunjung merasa sudah cukup bermain dan benar-benar menuju pintu keluar untuk pulang.

Sesuai ilustrasi itu, secara singkat *lifecycle digital marketing process* adalah sebagai berikut:

Attract interest > Capture Leads > Nurture Prospects > Convert Sales > Deliver and Satisfy > Upsell Customers > Get Referrals

Rangkaian *flow* itu dikenal juga dengan nama *Sales Funnel*. *Sales Funnel* adalah *flow* penjualan yang diatur sedemikian rupa untuk menghasilkan profit maksimal. *Tool* yang selalu saya gunakan untuk membuat *sales funnel* adalah *Click Funnels*. Untuk mengetahui lebih lanjut tentang *Click Funnel*, Anda bisa mendaftarkan diri guna mengikuti *workshop Digital Marketing* yang saya adakan.

Sejauh ini, menurut saya, cara mendapatkan calon pembeli yang paling efektif di Indonesia adalah dengan membangun *e-mail list*, BB Messenger, SMS, dan Pixel Audience. Pixel Audience diatur melalui Facebook dan memungkinkan Anda melakukan promosi secara spesifik kepada konsumen.

Namun, sebelum Anda mulai berpromosi, satu hal penting yang harus Anda lakukan adalah menentukan *customer persona*. Siapa sebenarnya *target market* Anda?

Anda bisa mengetahui *customer persona* dengan mengecek statistik, melakukan riset di media sosial, meminta *media kit* dari kompetitor untuk membandingkan *target market* mereka, dan bekerja bersama tim untuk menentukan *user persona* produk Anda.

Tentukan *customer persona* dengan membayangkan *target market* Anda dan menjawab hal-hal berikut:

Demographics. Berapa umur mereka? Apa jenis kelamin mereka? Berapa persen laki-laki dan berapa persen perempuan? Apakah mereka sudah menikah? Di mana mereka tinggal? Apa pekerjaan mereka? Berapa penghasilan mereka per bulan? Bagaimana tingkat pendidikan mereka?

Goals and values. Apa tujuan dan nilai hidup mereka?

Challenges and pain point. Apa tantangan yang mereka hadapi dan apa masalah mereka?

Source of information. Dari mana mereka mendapatkan informasi? Tulis secara mendetail: buku, majalah, situs web, seminar, mentor, atau sumber informasi yang mereka gunakan.

Objection and role in purchase process. Apa kira-kira keberatan mereka saat membeli dari Anda? Apakah produk terlalu mahal untuk *budget* mereka? Tulis semua keberatan yang mereka rasakan. Apa peran mereka saat pembelian? Apakah mereka bertindak sebagai pengambil keputusan?

Customer persona yang diketahui dengan tepat akan menjadikan promosi yang Anda lakukan lebih efektif. *Customer persona* akan memengaruhi cara Anda berkomunikasi dengan konsumen, cara Anda menulis e-mail kepada mereka, di mana Anda beriklan, informasi apa yang perlu Anda sampaikan di media sosial yang akan menarik perhatian mereka, dan banyak manfaat lain.

Perlu dua ratus halaman lagi untuk membahas *digital marketing* secara menyeluruh. Saya akan membahasnya secara lebih mendalam di buku saya selanjutnya, yang khusus membahas topik *digital marketing*. Pastikan Anda mendaftarkan e-mail Anda di blog saya, DennySantoso.com, untuk mendapatkan informasi kapan buku saya berikutnya akan saya luncurkan. *Follow* Twitter saya [@dennysantoso](https://twitter.com/dennysantoso) untuk informasi lebih lanjut.

How I Work: My Working Principles

Dalam bekerja dan menjalankan bisnis, saya mempunyai prinsip-prinsip kerja yang selalu saya gunakan. Inilah yang membuat bisnis atau aktivitas apa pun yang saya kerjakan bisa tumbuh dengan signifikan dalam waktu cepat.

- *Speed*

Speed atau kecepatan adalah hal penting untuk saya. Saya percaya, waktu adalah uang. Saya memilih mengeluarkan uang lebih banyak demi menghemat waktu. Saya baru saja kembali dari Kuala Lumpur untuk belajar dari mentor saya, dengan biaya yang tidak murah. Saya melakukan itu karena saya tahu, dengan pengalaman dari mentor saya, saya bisa menghindari kesalahan yang tidak perlu, dan bisa tumbuh lebih cepat dari yang saya rencanakan.

Dalam menjalankan bisnis, saya juga mengejar tren dengan kecepatan penuh. Pertumbuhan pesat sebuah bisnis bisa didapatkan dari *peak traffic* yang dibawa oleh tren. Dengan *mindset* ini, prinsip saya: *I will pay (tools, human resources, expert, etc.) and do anything to gain speed.*

MONEY LOVES SPEED.
SAYA PERCAYA, WAKTU
ADALAH UANG. SAYA MEMILIH
MENGELUARKAN UANG LEBIH
BANYAK DEMI MENGHEMAT WAKTU.

- ***Delegate***

Saya hanya menjalankan hal yang saya sukai dan saya kuasai dalam bisnis saya. Sisanya, tugas-tugas lain saya delegasikan pada tim ahli yang sudah saya rekrut. Beberapa saat yang lalu server saya sempat *down*. Saya sempat berusaha menyelesaikan masalahnya sendiri. Namun, saya sadar jika saya teruskan dan hasilnya tidak optimal, saya akan kehilangan waktu dalam berbisnis, plus saya akan stres sendiri. Lebih baik saya merekrut tim yang ahli mengurus server dan mendapatkan hasil yang maksimal untuk bisnis saya.

- ***Build a System (SOP – Standard Operating Procedure)***

Hal pertama yang saya lakukan setelah membangun tim adalah membuat SOP atau sistem alur kerja. Dengan alur kerja yang jelas dan terbukti efektif, tim saya bisa menjalankan bisnis dengan

pengawasan minimum dari saya. Pernah, saya berada di Surabaya untuk mengisi *workshop*, dan tim saya di Jakarta tetap menjalankan *campaign* yang sudah kami rencanakan bersama dengan hasil yang baik. Ini semua karena SOP yang saya buat bisa dijalankan dengan baik oleh tim saya.

- ***Be unique***

Saya adalah orang yang tidak mau punya kompetitor. Karenanya saya harus membuat produk yang seunik mungkin agar tidak ada bisnis lain yang bisa menyamai.

Yang disebut kompetitor adalah bisnis yang mempunyai *traffic* dan penawaran sama dengan kita. Tapi kalau penawarannya berbeda, meskipun *traffic*-nya sama, namanya bukan kompetitor. Menjual produk yang sama dengan *traffic* yang berbeda juga bukan kompetitor. Jika kita sama-sama menjual gelas, namun saya menjual di Jakarta dan Anda menjual di Surabaya, kita bukan kompetitor.

Jadi untuk saya, gampang saja. Bisnis saya harus punya penawaran yang berbeda dari orang lain, atau jika penawarannya sama, harus membidik pangsa pasar yang berbeda agar menjadi unik.

Untuk DigitalMarketer.id, kalau dilihat sekilas, bisnis ini bisa punya banyak kompetitor. Tapi kami mempunyai penawaran unik kami sendiri. Kami hanya mengajarkan apa yang sudah kami lakukan dan berhasil di produk kami sendiri. *We teach what we do.*

Di DM Labs, kami melakukan semua eksperimen. Kami mengetes apakah sebuah *campaign* bisa berhasil dengan teknik yang kita punya. Hasilnya kami bagi kembali di grup Facebook group dan *workshop*. Saya juga memberikan kisah perjalanan bisnis saya, bagaimana

menaikkan *follower* Twitter, bagaimana membangun Supplier.id, dan kisah unik lainnya yang tak dimiliki pihak lain.

Customer akan paham bahwa kami praktisi, dan orang lain yang mengajarkan hal yang sama dengan kami bisa jadi hanya tahu teorinya.

A Formula to Validate Market

Ketika ingin memulai bisnis, terutama bisnis *online* dan berjualan barang, banyak orang mengajukan pertanyaan yang salah, yaitu, “Sebaiknya saya berjualan apa?” atau “Bagaimana saya mendapatkan produk untuk dijual?”

Untuk memulai suatu bisnis, pertama-tama Anda harus memiliki pasar. Apakah Anda sudah menentukan pasar yang tepat? Pasar seperti apa yang kalau Anda beri solusi akan mau membeli dari Anda?

You need to validate your market by going out and meeting with your customer.

UNTUK MEMULAI SUATU BISNIS,
PERTAMA-TAMA ANDA HARUS
MEMILIKI PASAR.

Saat ini saya sudah tujuh belas tahun melakukan bisnis penjualan suplemen *fitness* serta dua tahun berekspansi di bisnis penjualan kosmetik dan perawatan kulit. Belakangan, saya mulai membandingkan cara kerja saya ketika memulai bisnis suplemen dengan ketika memulai bisnis perawatan kulit. Saya menemukan hal menarik yang saya pikir cukup berguna jika saya bagi di sini.

Saya memulai bisnis suplemen *fitness* karena melihat adanya peluang untuk berjualan suplemen *fitness*. Peluang itu datang bukan karena banyaknya permintaan, tapi karena berdasarkan pengamatan saya saat itu, jarang sekali orang yang mengenal suplemen dan toko yang menjualnya masih sangat sedikit.

Menurut pertimbangan saya, kalau saya bisa menjual dan mengedukasi pasar, bisnis saya akan bisa berjalan. Pasarnya waktu itu sudah jelas, yaitu para pelaku *fitness*. Mereka adalah orang yang setiap hari datang ke tempat *fitness* untuk berlatih. Pasar sudah terdefiniskan, tapi apakah berarti itu sudah jelas? Ternyata tidak. Setelah mendefinisikan pasar dan menentukan produk yang cocok, hal yang paling penting adalah akses ke pasar tersebut. Saat itu, 1999, belum ada media sosial. Semua harus dilakukan secara manual, yaitu dengan membeli berbagai macam merek suplemen dari Amerika lalu menjualnya ke *gym-gym* di kota saya, Malang.

Kegiatan saya itu bisa dikategorikan sebagai uji pasar tahap awal, yaitu saya mencoba memvalidasi apakah pasar tersebut mau membeli suplemen dari saya. Tak peduli merek atau produk apa (karena toh mereka tidak mengerti), kalau penjelasan saya cukup bagus dan mereka bisa menerimanya, mereka akan membeli.

Setelah berjalan tiga tahun dan sudah memiliki konsumen yang membeli secara rutin, barulah saya mengambil satu merek khusus untuk saya distribusikan secara eksklusif. Ketika sudah menjadi

eksklusif, saya menghadapi tantangan baru, yaitu harus memenuhi *minimum order* dari pemilik merek.

Saat itu saya sudah mempunyai *buying customer* yang berjalan, walaupun jumlahnya belum bisa memenuhi persyaratan *minimum order*. Setidaknya, *business model* yang saya miliki sudah benar, hanya perlu dievaluasi. Bandingkan kalau Anda tidak mempunyai *buying customer* yang sudah berjalan, akan sangat berat untuk memulai.

Hal sama berlaku untuk bisnis kosmetik. Awalnya, saya menjual semua merek sesuai permintaan konsumen dengan tujuan memvalidasi pasar dan membangun *buying customer*. Tak cukup hanya membuat *profile customer*, bisnis Anda butuh *cash flow*.

Setelah dua tahun, sedikit banyak saya sudah mengetahui produk apa yang disukai oleh pasar dan sudah mempunyai *buying customer*. Saya lalu mulai meluncurkan merek sendiri lewat perjanjian yang sama, yaitu menjadi distributor eksklusif merek itu di Indonesia. Dalam sebulan pertama hasilnya cukup memuaskan, apalagi sudah banyak dibantu dengan teknologi, media sosial, dan sebagainya. Saya bisa menjangkau pasar yang lebih luas secara lebih cepat dan murah.

Bisa Anda lihat, *framework* yang digunakan sama persis: definisikan pasar di awal, lalu jual semua produk sesuai pasar. Tak perlu mengkhususkan diri pada merek tertentu. Pada tahapan awal Anda membutuhkan konsumen, bukan *branding*. Setelah yakin bahwa Anda sudah mengenali konsumen dan mereka sudah melakukan *repeated order* di tempat Anda, serta jumlah mereka cukup untuk mengenalkan produk tertentu, baru luncurkan produk Anda.

PADA TAHAPAN AWAL
ANDA MEMBUTUHKAN KONSUMEN,
BUKAN *BRANDING*.

How to Manage Your Time

*“How you spend your time now will determine
how you spend your life later.”*

Ada tiga aset yang bisa kita bangun dari diri kita, yaitu *skill* (keahlian), *network* (jejaring), dan *capital* (uang).

Bandingkan kondisi aset Anda hari ini dengan satu tahun lalu. Berapa banyak perubahannya? Dengan melakukan hal itu, Anda akan sadar bahwa dalam satu tahun Anda (hanya) bisa mengumpulkan sejumlah itu.

Sekarang, ingatlah bagaimana Anda menghabiskan waktu Anda selama setahun belakangan. Apakah banyak waktu terbuang sia-sia? Main *game*, jalan-jalan, atau apa pun itu yang tidak produktif? Apakah hal itu bisa dikurangi serta digantikan dengan sesuatu yang produktif, yang bisa meningkatkan aset Anda yang berupa *skill*, *network*, dan *capital*?

Beranjak dari pemikiran itu, coba proyeksikan semuanya ke depan. Kalau Anda melakukan apa yang sekarang Anda lakukan setiap hari, berapa banyak dari ketiga aset Anda itu yang akan bertambah dalam satu tahun ke depan? Apakah itu yang Anda harapkan?

Banyak orang berharap bisa kaya “suatu saat nanti”. *Please*, itu cuma mimpi. Menjadi kaya butuh perjuangan, sedangkan harapan cuma memegang peran kecil dalam prosesnya. Tanpa eksekusi yang jelas dan terstruktur, satu tahun dari sekarang Anda akan tetap seperti sekarang.

MENJADI KAYA BUTUH PERJUANGAN, DAN HARAPAN CUMA MEMEGANG PERAN KECIL DALAM PROSESNYA.

Saya sedang membaca buku berjudul *The First 20 Hours: How to learn anything... FAST!*. Pesan terpenting buku itu adalah kita bisa mendedikasikan dua jam dari waktu kita untuk benar-benar berfokus mempelajari hal baru. Kita semua memiliki jumlah waktu yang sama, yaitu 24 jam, tak lebih dan tak kurang. Kebanyakan dari kita selalu berkata “tidak punya waktu” untuk melakukan hal baru. Menurut Josh Kaufman, penulis buku tersebut, waktu tidak bisa “ditemukan”. Berbeda dengan kalau kita “menemukan” uang di kantong celana, kantong jaket, atau jalan. Waktu hanya bisa “dibuat”. Itu hanya masa-lah keterampilan pengelolaan waktu.

Seperti saya sampaikan sebelumnya, kesalahan yang sering dilakukan oleh orang yang mulai menjalankan bisnis adalah mereka memulai

dari membuat produk, baru kemudian memikirkan pasarnya. Waktu kuliah properti, saya mempelajari prinsip yang sama. Bukan pertama-tama membangun gedung lalu kemudian mencari pasarnya, tapi mencari pasar terlebih dahulu, kemudian membangun gedung sesuai pasar yang membutuhkan.

KESALAHAN YANG SERING DILAKUKAN OLEH ORANG YANG MULAI MENJALANKAN BISNIS ADALAH MEREKA MEMULAI DARI MEMBUAT PRODUK, BARU KEMUDIAN MEMIKIRKAN PASARNYA.

Mungkin banyak lulusan IT yang mengira akan mudah mendirikan bisnis *startup* digital. Toh mereka sudah bertahun-tahun belajar tentang teknologi. Namun, saya ingin mengingatkan, kalau Anda hanya menjadi ahli di bidang teknologi (baca: pemrograman), pengetahuan Anda tentang membangun *digital startup company* is ZERO!

Banyak sekali yang harus dipelajari ketika Anda ingin mendirikan perusahaan *startup* digital. Bagaimana Anda menemukan pasar, melakukan validasi ide, melakukan *benchmarking competition*, dan mengantarkan produk ke konsumen. Bagaimana Anda menentukan *pricing model*, siapa yang akan menggunakan, siapa yang akan membayar, menangani persoalan hukum dan perizinan, dan sebagainya.

Untuk itu, Anda harus mendedikasikan waktu guna belajar lagi. Pertanyaannya, sudah siapkah Anda? Ataukah Anda merasa sudah memiliki keahlian yang cukup untuk membangun perusahaan *startup* digital?

Jawabannya ada di HASIL AKHIRNYA.

Banyak sekali diskusi mengenai produktivitas atau cara meningkatkan produktivitas. Di iTunes dijual banyak sekali aplikasi untuk meningkatkan produktivitas, seperti To-Do List, Reminder, dan Calendar.

Ada pembahasan menarik mengenai produktivitas di buku *The One Thing*. Di situ ditulis:

“Productivity isn’t about being a workhorse, keeping busy or burning the midnight oil.... It’s more about priorities, planning, and fiercely protecting your time.”

Kalau semua orang mempunyai waktu yang sama dan beberapa orang bisa mendapatkan penghasilan yang lebih tinggi, bagaimana kita bisa menggunakan waktu kita untuk mendapatkan hasil yang lebih tinggi? Pengelolaan waktu seperti apa yang saat ini Anda lakukan? Pengelolaan waktu untuk pendapatan sebesar satu juta rupiah per bulan? Pengelolaan waktu untuk pendapatan sebesar sepuluh juta rupiah per bulan? Pengelolaan waktu untuk pendapatan sebesar seratus juta rupiah per bulan? Atau pengelolaan waktu untuk pendapatan sebesar satu miliar rupiah per bulan?

Jawabannya ada di penghasilan Anda saat ini.

Semoga wawasan Anda terbuka dan Anda sadar bahwa Anda harus melakukan sesuatu SEKARANG kalau ingin hidup Anda berubah.

A Day in Denny Santoso's Life

Menyambung pembahasan tentang manajemen waktu, saya ingin berbagi tentang bagaimana saya menjalani hari. Detailnya tak mesti sama setiap hari, tapi secara umum hari saya terbagi untuk keluarga, mengembangkan bisnis, membangun jejaring, berbagi, dan belajar hal baru.

Untuk meningkatkan produktivitas, saya menggunakan teknik Pomodoro. Inti dari teknik itu adalah memutuskan tugas apa yang ingin diselesaikan, kemudian melakukannya selama dua puluh menit, beristirahat selama lima menit, melakukannya lagi selama dua puluh menit, beristirahat selama lima menit, dan seterusnya hingga tugas selesai. Saya menggunakan *timer* untuk mengingatkan saya akan batas waktu.

Berikut jadwal harian saya. Setiap jam diselingi dua kali waktu istirahat, masing-masing selama lima menit, yang saya gunakan untuk *stretching*, minum air putih, dan sebagainya.

- 08.00 Bangun dan sarapan bersama keluarga. Biasanya saya mengobrol dengan Papa, meng-*update* perkembangan bisnis yang sedang saya geluti, dan berdiskusi untuk mencari cara mengatasi tantangan yang sedang saya hadapi.
- 09.00 Mengecek e-mail. Saya punya kebiasaan segera membalas e-mail yang saya terima.
- 10.00 Belajar *digital marketing* dengan menonton video, entah di YouTube atau sumber kursus *online* lainnya. Coursera adalah salah satu favorit saya.
- 11.00 Menulis blog atau e-mail atau status Facebook yang ingin saya pasang dalam seminggu ke depan.
- 12.00 Makan siang, mengobrol bersama istri, dan bermain bersama anak-anak. Kami juga biasa mendiskusikan masalah pekerjaan selama makan siang.
- 13.00 Berdiskusi dengan tim internal untuk *update* perkembangan proyek terbaru saya.
- 14.00 Berdiskusi dengan partner bisnis dan tim manajemen untuk mengontrol kemajuan bisnis.
- 15.00 Menyiapkan materi *online course*.
- 16.00 Membaca buku atau menonton video tentang apa saja yang sedang menarik perhatian saya.
- 17.00 Menerima tamu yang datang ke rumah atau kantor untuk mengobrol atau belajar dengan saya.
- 18.00 Bermain *game* atau mencoba gadget dan aplikasi terbaru.
- 19.00 Makan malam dan bersantai bersama keluarga.

- 20.00 Mengadakan *live talks* dan meluangkan waktu untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan di media sosial serta *messenger*.
- 21.00 Membaca buku dan menonton video untuk menambah pengetahuan.
- 22.00 Tidur. Saya selalu menyempatkan diri untuk menulis jurnal untuk menganalisis masalah yang saya temui, merencanakan hari saya esok hari agar lebih baik, dan bersyukur atas berkat yang sudah saya nikmati hari ini.

Choosing Products to Sell

Bagaimana cara memilih produk yang laku dijual? Itu adalah salah satu pertanyaan yang paling sering saya dengar. Jika Anda sudah menemukan dan memvalidasi pasar Anda, kita bisa mulai bicara tentang produk.

Jika diformulakan, ada beberapa hal yang perlu Anda ketahui sebelum memilih produk:

- **Tentukan *persona target market***
Bagaimana ciri-ciri *target market* Anda? Berapa umur mereka? Apa ketertarikan mereka? Di mana mereka *hang out*?
- ***Make a list of their pain problem***
Dari jawaban itu, tulis masalah apa saja yang mereka hadapi.
- **Pilih *pain problem* terbesar mereka**
Dari daftar masalah itu, tentukan masalah terbesar mereka yang perlu segera dipecahkan.

- **Tentukan produk terbaik untuk menyelesaikan masalah terbesar mereka**

Lakukan riset untuk mengetahui produk-produk apa saja yang bisa digunakan untuk memecahkan masalah terbesar mereka.

Selain melihat dari sisi *pain*, kita juga bisa mengamati dari sudut pandang *passion*, baik *passion* dari *target market* maupun *passion* Anda sendiri.

Menjual barang-barang yang sedang tren juga baik untuk dilakukan. Misalnya, saat batu akik sedang naik daun, Anda bisa menjual batu akik yang unik. Istilahnya *surfing the trend*. Itu juga yang saya lakukan dengan tren PocketBac. Saya juga biasa mencari inspirasi produk dengan melihat-lihat eBay, Amazon, Etsy, dan Pinterest.

Jika serius ingin berjualan, tapi belum punya produk, Anda bisa mencoba salah satu bisnis yang saya jalankan, yaitu Supplier.id. Supplier.id adalah penyedia produk untuk toko *online* yang bersifat *membership-based e-commerce*. Supplier.id terbuka hanya untuk anggota dan sistem penjualannya berupa grosir serta *dropship*. Barang-barang yang disediakan merupakan impor langsung dari China yang dipilih berdasarkan survei dan pengalaman selama bertahun-tahun di bidang ritel.

Saya sadar mengimpor barang itu rumit. Bea cukai itu sangat merepotkan. Namun, bagi saya dan tim yang sudah berpengalaman melakukan impor selama enam belas tahun, itu adalah urusan yang mudah. Dengan Supplier.id, kami ingin memberi kemudahan kepada pemilik *online shop* untuk mempunyai produk impor yang unik untuk mereka jual tanpa harus mengeluarkan biaya impor.

Di Supplier.id semua orang dianggap keluarga. Kami punya *support group* yang memungkinkan adanya komunikasi langsung dengan saya dan sesama anggota, berbagi tips serta trik berjualan. Di tempat lain, setelah Anda membayar, semuanya selesai. Anda cuma seorang konsumen, dan setelah Anda membayar hubungan pun tak berlanjut. Di supplier.id semua orang dianggap sebagai satu komunitas.

Saya selalu senang menerima kisah sukses penjual di Supplier.id. Ada yang membeli pengering sepatu di supplier.id. Kala itu produk tersebut menjadi tren karena hujan sedang deras-derasnya di Indonesia. Meskipun mengaku seorang *newbie*, dia bisa menjual habis selusin produk pengering sepatu hanya dalam waktu tiga jam!

Menurut Joe Vitale di bukunya, *Buying Trances*, ada 26 alasan orang membeli barang:

1. Untuk menghasilkan uang
2. Untuk menghemat uang
3. Untuk menghemat waktu
4. Untuk menghindari usaha berat
5. Untuk mendapatkan kenyamanan
6. Untuk mendapatkan kebersihan lebih
7. Agar menjadi lebih sehat
8. Untuk menghindari sakit fisik
9. Untuk mendapatkan pujian
10. Untuk menjadi terkenal
11. Untuk menarik lawan jenis
12. Untuk merawat harta
13. Untuk meningkatkan kesenangan
14. Untuk memuaskan keingintahuan
15. Untuk melindungi keluarga

16. Untuk tetap bergaya
17. Untuk memiliki sesuatu yang indah
18. Untuk memuaskan keinginan
19. Untuk meniru orang lain
20. Untuk menghindari masalah
21. Untuk menghindari kritik
22. Untuk menjadi diri sendiri
23. Untuk menjaga reputasi
24. Untuk mengambil kesempatan
25. Untuk mendapat keamanan
26. Untuk membuat pekerjaan lebih mudah

Cek lagi apakah produk-produk yang Anda pilih dan tawarkan telah memenuhi kebutuhan konsumen seperti yang dipaparkan tadi.

Content Marketing

“Brain process information, but brain is not an effective storage.

People can’t suddenly remember your products.

People need to be reminded.”

Anda sudah tahu cara mengetahui *customer persona* Anda. Sekarang saatnya Anda menggunakan pengetahuan itu untuk membuat konten yang sesuai dengan *target market* Anda dengan tujuan mendapatkan konsumen.

Konten yang dibuat untuk *customer persona* yang tepat akan membuat pelanggan Anda merasa dimengerti karena Anda bicara dari sudut pandang dirinya. Itu akan meningkatkan *traffic* ke situs web Anda dan meningkatkan konversi *traffic* Anda menjadi penjualan.

Content marketing bisa disebut berhasil saat topik yang Anda pilih mampu meningkatkan *authority* Anda di bidang yang Anda sasar, sangat menarik hingga mampu menyebar dengan cepat, dapat dicari dengan mudah di mesin pencari seperti Google, dan sesuai dengan keinginan calon konsumen.

Jenis-jenis konten yang bisa Anda buat untuk membantu pemasaran produk Anda antara lain:

- ✦ Artikel
- ✦ Video
- ✦ Audio
- ✦ *Ebook*
- ✦ Gambar atau infografis



Saat membawakan materi di salah satu *workshop digital marketing*.

Saya banyak menggunakan *e-mail marketing* dalam menawarkan produk. Salah satunya untuk menjual *workshop digital marketing* yang saya adakan lewat DigitalMarketer.id. Berikut contoh e-mail yang saya kirimkan kepada *maillist* saya untuk mempromosikan *workshop Digital Marketing Batch II*, sebagai referensi untuk Anda.

Saya sangat excited dengan Batch II ini

Dear {nama customer}

Tak terasa tiga bulan telah berlalu. Bulan depan saya akan mengadakan Workshop Digital Marketing lagi di Jakarta, pada tanggal 8 dan 9 Agustus 2015.

Kalau kemarin Anda belum sempat ikut, saya sangat menyarankan Anda mengikuti *workshop* ini, karena hanya pada *workshop* kali ini saya mengundang pembicara yang luar biasa sekali.

Beliau datang dari luar Pulau Jawa dan berhasil menjual *T-shirt* dengan omzet hampir 5 miliar rupiah hanya dalam waktu 2 bulan. Beliau adalah Albert Leonardo, pencipta *course* PiScaled.

Istri saya kemarin iseng mencoba apa yang diajarkan oleh Albert. Dengan pengalaman nol, sama sekali tidak mengenal dunia ini, apalagi iklan di Facebook, hanya dalam waktu 2 minggu sudah berhasil menjual *T-shirt* secara *online* di US dengan jumlah *T-shirt* lebih dari 70 buah. Profit per *T-shirt* sekitar \$10–\$12. Bisa Anda bayangkan betapa *powerful*-nya kalau Anda mengerti caranya.

Untuk mengetahui langkah-langkah mendaftar *workshop* ini, silakan klik tautan ini, isi data lengkap Anda, dan lakukan konfirmasi pembayaran segera setelah Anda membayar:

<http://workshop.digitalmarketer.id/digital-marketing>

Kelas sudah lebih dari separuh penuh, padahal saya belum sempat mengirimkan e-mail ini. Banyak yang bergabung hanya karena mendapat informasi dari teman-teman yang sudah ikut dari Batch 1.

Sampai jumpa di kelas,
Denny Santoso
DigitalMarketer.id

P.S. Untuk informasi lebih lanjut, silakan hubungi 0811 1002 277
(Jessica)

P.P.S. Diskon 2 juta untuk harga *early bird* hanya sampai tanggal 12 Juli

Berikut format yang saya gunakan untuk membuat e-mail tersebut:

- *Train your reader*—latih pembaca Anda agar memahami apa yang Anda tawarkan.
- *Reward them*—beri mereka hadiah atau penghargaan.
- *Explain to them*—beri mereka penjelasan mengenai hal yang belum mereka pahami.
- *Give exclusive offers*—berikan penawaran-penawaran eksklusif.
- *Give a specific testimonial*—berikan testimonial yang spesifik dan detail kepada mereka.
- *Stack the values*—tumpukkan *benefit* yang akan mereka dapatkan dari Anda.

- *Let them imagine the future*—buatlah mereka mulai membayangkan masa depan.
- *Give a call to action*—undang mereka untuk beraksi setelah membaca e-mail Anda.
- *Create urgency*—buat agar penawaran Anda terbatas sesuai waktu yang sudah ditentukan.
- *Give a guarantee*—berikan garansi untuk memberikan rasa nyaman kepada pelanggan.
- *Recap*—ulangi kembali pesan yang ingin Anda sampaikan dengan singkat.

Di portal DuniaFitnes.com, artikel-artikel ditulis untuk memenuhi kebutuhan *target market* saya. Kami membagikan tips *training* untuk membentuk otot, testimonial orang yang sudah turun berat badan, informasi produk yang bisa membakar lemak, dan lainnya.

Konten dibuat maksimal dua artikel sehari untuk memfokuskan energi pada kualitas konten. Artikel-artikel itu kemudian dihubungkan ke produk-produk suplemen yang saya jual di Store.DuniaFitnes.com.

Dengan konten untuk *target market* yang tepat dan solusi yang kami berikan setelah mereka membacanya, konversi akan semakin mudah terjadi. Teknik seperti itu dinamakan *media commerce*.

Tak hanya konten berupa artikel yang efektif untuk menjual produk. Video juga saya gunakan untuk membangun *authority* dengan berbagi tips dan trik seputar diet, membangun *personal branding* dengan membuat video tutorial seputar *digital marketing*, serta membangun *trust* dengan mengunggah video yang berhubungan dengan hobi saya. Video juga bisa digunakan untuk menjelaskan fungsi produk.

Salah satu pengalaman menarik saya adalah saat menjual salah satu produk di Supplier.id, yaitu *self-stirring mug*, *mug* yang bisa meng-

aduk sendiri. Awalnya, saat hanya berupa gambar dan keterangan teks, penjualannya tidak begitu bagus. Begitu saya tambahkan video cara penggunaan, produk itu langsung habis terjual!

Beberapa tips untuk menulis konten yang menghasilkan profit:

- ✦ Artikel harus berguna, dekat dengan kehidupan pembaca, menekankan kisah sukses yang menginspirasi, mempromosikan nilai-nilai Anda dan produk-produk yang Anda jual, menghibur pembaca sehingga mereka tergerak untuk menyebarkan konten Anda, tepat pada waktunya dan sesuai dengan tren, serta menciptakan interaksi dengan pembaca.
- ✦ Menulis artikel dalam bentuk *list* akan mudah dicerna oleh pembaca dan membuat mereka tinggal lebih lama di situs web Anda. Contoh artikel seperti ini, “30 Cara Menurunkan Berat Badan Setelah Lebaran”, bagus bila Anda keluarkan pada hari raya Idul Fitri.
- ✦ Cari konten yang paling menarik dari YouTube, Pinterest, Facebook, Twitter, dan sedang *trending* di Google, lalu gunakan untuk menciptakan konten Anda sendiri.
- ✦ Tulis artikel yang mengandung *keyword* yang Anda sasar.
- ✦ Buat *headline* yang mengundang pembaca untuk mengklik artikel tersebut. Pada era media sosial seperti sekarang, sangatlah penting untuk membuat judul yang tepat. Judul yang keren selalu mengandung *social proof*, *threat*, dan *gain*.

Artikel yang mengandung *social proof* meningkatkan rasa percaya pada pembaca sehingga dia tertarik untuk membaca lebih lanjut. Contoh judul yang mengandung *social proof* yaitu “See what Denny Santoso Eats for Dinner” atau “Why More Than 1,000 People has Successfully Lost Weight with Circuit Raining”.

Judul artikel yang mengandung *threat* atau ancaman akan memberitahukan dampak buruk atas suatu hal dan menarik pembaca untuk bertindak. Contohnya “The Ugly Truth about Obesity”.

Sementara itu, judul artikel yang mengandung *gain* akan membuat pembaca tertarik dengan janji yang diberikan. Contohnya “*How to Understand Digital Marketing in 10 Minutes*”.

- ✦ Karena banyaknya hal yang perlu dibaca oleh calon konsumen di internet, Anda harus bisa membuat tulisan yang mudah di-*scan*. Pastikan Anda menggunakan *Heading*, *Sub-Heading*, *Bold Text*, *Hyperlink*, dan *List*.
- ✦ Optimalkan *newsjacking*. *Newsjacking* adalah seni dan ilmu memasukkan ide atau tujuan Anda menggunakan *breaking news* untuk mempercepat *action* yang Anda sasar.

Saya menggunakan teknik itu untuk menjual apartemen yang saya kembangkan, Springwood Alam Sutera. Di e-mail saya memberikan berita tentang kemungkinan kenaikan harga BBM. Saya sampaikan juga bahwa kalau ingin menaikkan nilai uang, kita harus berinvestasi di tempat yang selalu naik nilainya bersama BBM, yaitu properti. Saya memberikan tambahan informasi tentang kelebihan properti yang saya jual, dengan lokasi yang strategis karena dekat kampus dan sudah pasti sangat bernilai sebagai investasi. Hasilnya? Saya berhasil menjual dua puluh apartemen senilai sepuluh miliar rupiah dalam semalam dengan sekali mengirim e-mail!

- ✦ Sampaikan “*call to action*” (CTA) yang Anda harapkan pembaca lakukan setelah membaca artikel Anda. Contohnya, “Kirimkan e-mail kepada kami sekarang guna mengetahui cara yang paling efektif untuk menurunkan berat badan”.
- ✦ *Handle objection* pembaca. Pastikan Anda mengetahui hal-hal yang membuat pembaca Anda keberatan untuk mencoba produk Anda. Sampaikan pemecahannya dalam artikel yang Anda tulis.
- ✦ *Repurpose, revitalize, resurrect*. Anda bisa menggunakan tulisan yang sama dalam berbagai bentuk untuk berbagai *platform*. Tulisan

di blog bisa diubah menjadi *image* yang berisi kutipan, video, *slide*, infografis, atau *ebook*.

Di mana Anda bisa mendapatkan konten? Ada berbagai situs web yang bisa membantu Anda mendapatkan ide:

- ✦ [Google.com/alerts](https://www.google.com/alerts)
- ✦ [Buzzsumo.com](https://www.buzzsumo.com)
- ✦ [Digg.com](https://www.digg.com)
- ✦ *Twitter search*
- ✦ [Idea.lamondemand.com](https://www.idea.lamondemand.com)
- ✦ [Socialmention.com](https://www.socialmention.com)
- ✦ [Popurls.com](https://www.popurls.com)
- ✦ [Alltop.com](https://www.alltop.com)
- ✦ [Amazon.com](https://www.amazon.com)
- ✦ [YouTube.com](https://www.youtube.com)

Pendistribusian konten sama pentingnya dengan penulisannya. Pastikan setelah konten dibuat Anda mendistribusikannya ke media sosial seperti Twitter, Facebook, dan Instagram. Gunakan *#hashtag* dan *keyword* yang tepat agar konten Anda mudah ditemukan.

Semoga sukses!

Building Flexible Growth

Untuk bisa bertumbuh, Anda harus belajar bersikap fleksibel.
Di NLP dikenal istilah TOTE.

Test > Operate > Test > Exit

Konsep tersebut selalu saya gunakan saat memulai dan mengembangkan bisnis. Sejak awal, pola yang saya pakai dalam berbisnis adalah menjual berbagai merek untuk akhirnya berfokus pada satu merek.

Salah satu contohnya adalah saat saya memulai bisnis kosmetik dan perawatan kulit selama dua tahun lewat www.FellinShop.com. Pasar perawatan kulit bersifat *red ocean*, tapi menurut saya *red ocean* memiliki pasar yang sudah matang. Itu berarti mereka tidak perlu diedukasi lagi mengenai pentingnya menggunakan produk perawatan kulit. Yang perlu dikomunikasikan tinggal keunggulan produk saya dibandingkan dengan produk sejenis.

Industri kecantikan sendiri terbagi menjadi dua, yaitu kosmetik dekoratif, berupa produk *makeup* untuk menghias wajah agar terlihat lebih cantik, dan perawatan kulit. Pada umumnya kedua hal itu bertentangan, karena penggunaan kosmetik dekoratif secara rutin bisa merusak kulit. Setidaknya, itulah yang dikatakan oleh seorang dokter kulit teman saya. Dengan demikian, menurut saya produk perawatan kulit bisa diterima oleh lebih banyak orang. Alasan lainnya adalah banyak sekali kondisi kulit yang membutuhkan produk perawatan kulit. Tak peduli apa jenis kulitnya, mulai dari kulit kering, sensitif, berminyak, kombinasi, berjerawat, sampai berkomedo, semua membutuhkan produknya sendiri.

Setelah selama dua tahun menjalankan FellinShop.com bersama istri saya, saya sudah memiliki pasar untuk memulai bisnis dengan menggandeng merek tertentu sebagai partner. Kami memulai kerja sama dengan BRTC untuk melakukan penetrasi pasar di Indonesia. BRTC adalah singkatan dari Bio Remedies Therapeutic Cosmetic. BRTC sangat dikenal di kalangan pakar kecantikan di dunia medis di Korea. Perusahaan induknya, AMI, memiliki lebih dari seribu klinik perawatan kulit dan laboratorium penelitian di Korea.

Setelah konsumen cukup rutin berbelanja di FellinShop dan saya mendapatkan *database*-nya, pelan-pelan saya menawarkan berbagai varian produk perawatan kulit dari BRTC. Dengan menawarkan BRTC kepada pelanggan setia, otomatis margin saya menjadi lebih besar dan bisnis saya pun bertumbuh.

Sayangnya, setelah berjalan beberapa tahun, kantor pusat BRTC tidak bisa menyediakan kebutuhan dokumen yang kami perlukan untuk berjualan di Indonesia. Penjualan produk BRTC pun terpaksa kami hentikan.

Fleksibilitas menjadi penting saat Anda menjalankan bisnis. Keluwesan menjadikan perjalanan bisnis Anda lebih menyenangkan dan tantangan menjadi seperti layaknya permainan.

KELUWESAN MENJADIKAN
PERJALANAN BISNIS ANDA
LEBIH MENYENANGKAN DAN
TANTANGAN MENJADI LAYAKNYA
PERMAINAN.

Building (Personal) Branding and Social Media Followers

Merek adalah segala sesuatu yang membedakan kita dari yang lain. Saat melihat logo Nike atau Coca-Cola, misalnya, kita langsung tahu itu merek apa dan apa yang dijual oleh perusahaan tersebut tanpa perlu ada keterangan lain. Penyebabnya adalah merek itu sudah menempel sedemikian kuat di benak kita dalam bentuk gambar.

Branding dalam konteks personal makin lama makin penting dilakukan pada era teknologi dan media sosial seperti sekarang ini. Membangun *personal branding* yang sesuai akan meningkatkan kepercayaan dan membuka banyak peluang bagi Anda, terutama untuk meningkatkan penghasilan.

MEMBANGUN *PERSONAL* BRANDING YANG SESUAI AKAN MENINGKATKAN KEPERCAYAAN DAN MEMBUKA BANYAK PELUANG BAGI ANDA, TERUTAMA UNTUK MENINGKATKAN PENGHASILAN.

Pertanyaan-pertanyaan awal yang perlu Anda jawab sebelum mulai memoles *personal branding* Anda yaitu:

- ♦ Bagian mana dari diri Anda yang ingin Anda sorot lebih tajam?
- ♦ Apa misi dan pesan Anda?
- ♦ Siapa tokoh di industri Anda yang sukses membangun *personal branding* yang bisa Anda tiru?

Dengan 517.000 *follower* di Twitter, 19.000 *fan* di Facebook, 488.000 *follower* di Google+, 38.000 *subscriber* di YouTube, 20.000 *follower* di Instagram, dan 250.000 *subscriber* di e-mail, saya adalah salah satu orang di Indonesia yang cukup berhasil mengasah *personal branding* saya sebagai *diet and fitness expert* serta *digital marketer*.

Goal saya sewaktu memulai *personal branding* adalah bila saya memiliki merek yang kuat sebagai pakar di bidang nutrisi, perusahaan saya akan lebih cepat maju. Hal itu terbukti. Dengan tingkat kepercayaan yang tinggi kepada seorang Denny Santoso, orang akan lebih cepat mengambil keputusan untuk membeli produk apa saja yang saya jual. Awalnya memang produk suplemen, tapi akhirnya sekarang saya bisa berjualan apa saja, mulai dari produk kecantikan sampai properti.

Saya memulai semuanya itu dengan menulis blog serta artikel tentang tips *fitness* dan diet di DuniaFitnes.com serta PanduanDiet.com. Tulisan saya itu merupakan rangkuman jawaban saya atas pertanyaan seputar diet yang diajukan secara langsung kepada saya. Setelah jumlah artikel di blog mencukupi, saya mengumpulkannya menjadi buku dengan judul *Rahasia Diet* (2008) dan *Rahasia Diet 2* (2009) yang diterbitkan oleh BPK Gunung Mulia. Buku-buku itu tercatat sebagai buku laris dan sudah dicetak lebih dari sepuluh kali.

Setelah buku-buku saya terbit, otomatis posisi saya sebagai *expert* semakin kukuh. Saya mulai banyak mendapatkan tawaran menjadi pembicara di acara bincang-bincang dan wawancara radio. Saya juga terus menjawab pertanyaan seputar diet dan *subscriber mailing list* saya terus bertambah.

Namun, saya masih merasa ada yang kurang. Komunitas tidaklah solid bila hanya bersifat satu atau dua arah. Satu arah berarti saya memberikan tips kepada anggota, dan dua arah berarti mereka bisa bertanya kepada saya. Jadi, pada era yang semakin *tech-savvy* ini, tepatlah untuk membuat komunitas yang bersifat lebih sosial. Di situ para anggota bisa saling berinteraksi, mendukung, berbagi, dan memotivasi dengan tujuan sama. Saya harap, dengan adanya komunitas eksklusif seperti itu, saya bisa membantu lebih banyak orang mencapai hasil yang lebih baik.

Komunitas eksklusif itu saya buat menggunakan grup Facebook. Yang bisa bergabung hanya para anggota PanduanDiet.com yang sudah mengikuti kurang lebih dua minggu tips dari saya. Saya memberlakukan aturan itu supaya mereka setidaknya sudah mendapatkan hasil dari diet yang mereka lakukan dan sudah memiliki pengetahuan tentang diet. Pertanyaan yang muncul tidak itu-itu saja karena bisa mengganggu anggota lain. Saya ingin anggota memiliki latar belakang pengetahuan yang sama untuk memulai diskusi yang lebih optimal.

Tidak hanya untuk Panduan Diet, saya juga membuat grup Facebook khusus bagi peserta *digital marketing workshop*. Hal itu menjadi wadah bagi mereka untuk mendiskusikan permasalahan yang mereka hadapi, atau berbagi tips dan trik baru seputar *digital marketing*. Selain itu, saya membuat grup WhatsApp khusus bagi alumni *digital marketing workshop* untuk memberikan dukungan penuh kepada mereka. Saya memang serius dalam menjalin hubungan dengan pelanggan.

Pada 2011 saya membuat akun Twitter @dennysantoso untuk berbagi tips diet dan memperkuat *personal branding* saya. Hal pertama yang perlu diperhatikan dalam *personal branding* adalah bagaimana Anda menampilkan diri di hadapan *follower*. Foto profil, biodata, dan pesan yang Anda *share* di Twitter harus sesuai dengan misi awal Anda. Saya selalu berusaha terlihat profesional di foto profil, menulis biodata yang jelas beserta kontak yang bisa dihubungi, dan memperbarui konten yang konsisten dengan *personal branding* yang sedang saya angkat. Saya juga menaikkan jumlah *follower* di Twitter dengan berkolaborasi bersama teman-teman yang memiliki *follower* sama atau lebih tinggi dari saya.

Saya percaya percakapan yang saya bina di media sosial bisa menjaga hubungan baik dengan para *follower*. Oleh karena itu, saya juga rajin menjawab pertanyaan di <http://ask.fm/dennysantoso>. Meskipun lama-lama ada saja pertanyaan yang *ngawur*, kegiatan menjawab pertanyaan itu memungkinkan saya melatih kemampuan saya berkomunikasi menggunakan teknik *reframing* dari NLP.

Salah satu *follower* Twitter saya ternyata bekerja di salah satu saluran TV kabel besar di Indonesia. Setelah beberapa kali melakukan pembicaraan secara mendalam, pada Desember 2012 saya memiliki acara televisi sendiri bernama *Body in Shape*. Acara itu tayang di

saluran MNC Lifestyle setiap Sabtu dengan frekuensi tayang tiga kali sehari. Pengalaman itu membuat saya terbiasa berbicara di depan kamera video untuk memberikan tutorial seputar diet dan *fitness*, yang akhirnya mendorong saya untuk membuat video.

Pada 2013 saya mulai aktif di YouTube. Penting bagi saya untuk mempunyai *presence* yang kuat di YouTube karena YouTube adalah *search engine* terbesar kedua setelah Google. Di YouTube beberapa video saya sempat terpilih menjadi *Most Popular Video*. Ketika membuka YouTube, Anda akan melihat video saya ditayangkan di halaman depan. Saya sempat berhasil melakukannya sebanyak sepuluh kali.

Contohnya saya pernah membuat sebuah video tutorial dengan judul “Apakah Minum Air Perasan Jeruk Bisa Meluruhkan Lemak?” Setelah selesai mengunggah video, saya *tweet* video itu di Twitter saya, @dennysantoso, kemudian saya *posting* di halaman Facebook saya.



Saat diwawancarai mengenai DuniaFitness.com di Shop Fair, Juli 2012.

Saya juga mengirim *e-mail blast* ke *database* saya yang terdiri atas sekitar 250 ribu alamat e-mail, yang memang rutin saya kirim tips diet dan *fitness* secara berkala. Karena itu, video tentang tutorial diet saya unggah juga di DuniaFitnes.com. Karena DuniaFitnes.com adalah partner konten Yahoo Indonesia, tak lama kemudian video saya pun ada di halaman utama Yahoo SHE.

Setelah semua proses distribusi konten saya lakukan, *traffic* naik dengan sangat cepat dan dalam 24 jam lebih sedikit video saya sudah dilihat oleh 47 ribu orang di YouTube dan di-*highlight* di halaman utama. Saya cek di *search engine*, untuk *keyword* “air perasan jeruk”, konten saya langsung naik ke posisi pertama di Google!

Selain YouTube, saya juga menyarankan Anda mulai menggunakan Google+, media sosial milik Google. Kalau Anda aktif *posting* di Google+, peringkat situs web Anda akan dibantu di SEO, YouTube Anda dibantu muncul, dan sepertinya *follower* akun saya di Google+ juga bertambah. Saya tidak tahu bagaimana tepatnya, tapi akun personal saya di Google+ mendapatkan tambahan tujuh ratus sampai sembilan ratus *follower* SETIAP HARI.

Sepertinya, ketika tulisan saya disukai banyak orang, Google membantu mempromosikan akun saya. Hal-hal semacam itu tidak akan berlangsung selamanya. Saran saya, mumpung Google masih berbaik hati seperti ini, manfaatkanlah!

Bagi saya, Twitter sudah tidak menjanjikan hasil seperti ketika saya menggunakannya pada 2011–2012. Pada masa itu *tweet-selling* berefek sangat besar. Sangat mudah berjualan di Twitter. Sekarang tren bergeser ke Instagram. Instagram merupakan jaringan media sosial milik Facebook yang memungkinkan seseorang berbagi setiap momen lewat gambar atau foto. Kekuatan Instagram terletak pada

kesederhanaan tampilan untuk berbagi dan melihat foto dengan filter unik yang disediakan. Instagram termasuk salah satu media sosial yang paling banyak digunakan saat ini, baik untuk keperluan pribadi maupun bisnis.

Jika ingin menggunakan Instagram untuk menunjang bisnis Anda, hal pertama yang harus Anda lakukan adalah mempunyai banyak *follower*. Semakin banyak *follower* Anda, semakin besar pengaruhnya pada peningkatan keterlibatan pengguna Instagram lainnya. Misalnya jumlah *like* dan komentar yang akan berujung pada penjualan.

Untuk Instagram, mari kita belajar dari akun FellinShop yang dikelola oleh istri saya. Untuk menambah *follower* di Instagram, FellinShop melakukan SFS atau *shoutout for shoutout*, yang intinya saling mempromosikan akun sesama *online shop*. Hal itu biasanya diterapkan oleh *online shop* yang memiliki produk berbeda. Misalnya *online shop* A menjual pakaian wanita, sedangkan *online shop* B menjual sepatu. SFS dapat dilakukan dengan syarat dan ketentuan yang disepakati oleh kedua belah pihak. Contoh kesepakatannya minimal mempunyai sepuluh ribu *follower* dan *keep* empat jam (artinya lebih dari empat jam *postingan* bisa dihapus). Jika tertarik menggunakan cara itu, Anda bisa bertemu dan melakukan transaksi dengan sesama pemilik *online shop* lewat grup SFS di Line.

Hal lain yang bisa dilakukan adalah meminta *endorsement* dari para *selebgram*, yaitu akun personal yang memiliki banyak *follower* di Instagram. Anda bisa meminta kesediaan mereka memberikan *endorsement* lewat kolom komentar di akun mereka. Jika mereka setuju, Anda bisa mengirimkan produk secara gratis untuk mereka coba. Setelah itu, mereka akan mengunggah foto mereka dengan produk Anda dan mempromosikan akun *online shop* Anda di Instagram.

Yang paling penting, selalu rajin tambahkan *hashtag* (#) yang sesuai dengan produk Anda setiap kali *posting* di Instagram. Fungsi *hashtag* adalah untuk mengelompokkan suatu topik atau kategori tertentu. *Hashtag* bisa bersifat serius dan sesuai dengan produk Anda seperti *#fitness #diet #tips*, atau lucu-lucuan seperti yang dilakukan oleh Syahrini dengan *hashtag* andalannya, *#seperti_ituuuhh*. Tergantung *positioning brand* Anda.

Selain *online*, kegiatan *offline* juga penting dilakukan untuk memperkuat *personal branding*. Saat ini saya sedang serius memperkuat *personal branding* saya sebagai *digital marketer*. Saya membuat *workshop digital marketing* selama dua hari untuk kalangan terbatas, hanya empat puluh orang. Investasinya 11,8 juta rupiah per orang. Saya memosisikan diri sebagai *digital marketer* untuk membantu mereka yang serius ingin sukses dengan *digital marketing*. Saya juga menyediakan komunitas eksklusif bagi mereka yang ingin membangun bisnis dengan bantuan saya lewat keanggotaan DigitalMarketer.id Labs atau disingkat DM.id Labs.

Bisnis saya, Sportindo, juga mengadakan acara *offline* seperti Ultimate Body Contest (UBC), ajang kompetisi tubuh ideal yang sudah digelar sejak 2007. Acara itu bertujuan mengampanyekan gaya hidup sehat dan pembentukan tubuh ideal melalui olahraga *fitness*. Pada 2013 UBC Roadshow sukses digelar di dua belas kota besar, sedangkan UBC Xpress digelar di tak kurang dari delapan belas kota di berbagai daerah dan diikuti oleh lebih dari tujuh ribu peserta.



Bersama para peserta Ultimate Body Contest.

Meningkatnya minat masyarakat pada ajang *body contest* tersebut menjadi salah satu indikasi berkembangnya kesadaran masyarakat untuk hidup sehat lewat olahraga *fitness* dan indikasi keberhasilan *branding* yang kami lakukan.

Seni Menjual

*T*raffic memang penting, tapi Anda tidak bisa membawa *traffic* ke bank dan menguangkannya. Dalam membuat penawaran kepada konsumen, Anda akan kehilangan banyak potensi penjualan kalau tidak membuat *Value Ladder* (VL).

VL adalah tingkatan harga untuk konsumen. Dengan begitu, konsumen yang memang berniat menggunakan solusi dari Anda akan mendapatkan penawaran yang semakin lengkap (dan semakin mahal). Bayangkan kalau Anda hanya menjual barang termurah. Sebagai contoh, saya menawarkan *ebook* gratis tentang rahasia diet, lalu menawarkan produk termurah saya, yaitu Java Prime Coffee, seharga 53 ribu rupiah. Setelah konsumen membeli, mereka akan memahami kualitas layanan saya sehingga kepercayaan mereka pun meningkat. Baru sete-

lah itu saya bisa menawarkan produk dengan harga yang lebih tinggi, seperti All-in-One Fat Loss Solution seharga 886 ribu rupiah.

Konsumen tidak selalu paham dengan apa yang mereka lihat di situs web Anda. Anda-lah yang harus mengarahkan mereka. Saya ingat saat saya menjual suplemen pembakar lemak di *landing page* PembakarLemak.com. Saat itu saya memberikan pilihan tiga harga, yaitu isi 30 kapsul dengan harga 198 ribu rupiah, 90 kapsul dengan harga 386 ribu rupiah, dan 180 kapsul dengan harga 546 ribu rupiah.

Awalnya saya membuat *drop down* dengan pilihan otomatis di 30 kapsul. Ternyata konsumen langsung membeli apa yang ditawarkan tanpa melihat pilihan lain. Begitu mengetahui hal tersebut, saya langsung mengubah tampilan pilihan harga dengan menjadikan 180 kapsul sebagai pilihan utama. Hasilnya? Omzet saya meningkat karena konsumen membeli 180 kapsul, sesuai dugaan saya.



Para peserta *workshop* antusias menyimak materi tentang *digital marketing*.

Saya baru saja membuat *workshop digital marketing* dengan harga sembilan sampai sepuluh juta rupiah. Pendaftar *early bird* akan mendapat harga spesial sebesar 7,8 juta rupiah. Pasar yang saya sasar adalah pemilik bisnis. Saya mengajari mereka strategi untuk mulai menggunakan *digital marketing* demi kesuksesan bisnis mereka.

Di halaman penjualan *landing page workshop*, saya tampilkan secara jelas apa saja keuntungan yang mereka dapat jika mengikuti *workshop* saya. Sebelumnya saya juga mengadakan kelas *online* gratis untuk memberikan sedikit *teaser* tentang apa yang akan diajarkan di *workshop*. Ternyata strategi saya berhasil. Empat puluh kursi terisi jauh sebelum *workshop* dimulai.

Saya juga pernah menjual tiket *workshop* di acara seminar yang diadakan secara *offline*. Saya hanya memberi waktu beberapa menit kepada peserta untuk membeli tiket *workshop* dengan harga super spesial. Hal itu terbukti efektif!

Inti dalam menjual adalah mengetahui apa yang menjadi *customer's biggest pain*. Setelah mengetahuinya, coba beri solusi dengan produk kita, hilangkan semua keraguan yang mungkin muncul di benak mereka tentang produk kita, dan beri batas waktu. Dengan begitu, mereka akan tergerak untuk segera melakukan *action* dan membeli produk kita.

Selamat menjual!

Upgrade Yourself: The Art of a Lifelong Learning

Cara Anda membangun fondasi kemampuan Anda akan menentukan seberapa tinggi kehidupan yang akan Anda bangun. Baik bagi Anda untuk memulai hari dengan pertanyaan, “Apa yang bisa saya pelajari hari ini?” Kenapa? Karena seorang pembelajar akan mampu melihat solusi dalam setiap masalah secara lebih cepat dari orang lain. Pembelajar memiliki pengetahuan yang luas untuk *connect the dots*.

CARA ANDA MEMBANGUN
FONDASI KEMAMPUAN ANDA AKAN
MENENTUKAN SEBERAPA TINGGI
KEHIDUPAN YANG AKAN
ANDA BANGUN.

Berapa kali kita mendapat komentar dari orang lain, “Mana bisa kamu melakukan hal itu?” saat akan melakukan sesuatu. Saat kita mendapatkan komentar itu, ada dua hal yang terjadi. Pertama, orang itu tidak bisa melakukan apa yang ingin Anda lakukan, jadi dia beranggapan Anda tidak bisa melakukannya. Kalau dia bisa melakukannya, pasti dia akan memotivasi Anda. Kedua, kalau Anda sendiri belum tahu bahwa Anda tidak sanggup (makanya Anda mau mencoba), kenapa Anda percaya saat orang lain berkata Anda tidak sanggup? Anda sendiri tidak tahu. Apa yang membuat orang lain lebih tahu tentang diri Anda dibandingkan Anda?

Ketika Anda lahir, yang bisa Anda lakukan hanyalah menangis dan mengompol. *That’s it*. Semua hal lainnya Anda pelajari dari orang lain. Makan pun perlu Anda pelajari. Sayangnya, kita yang tidak tahu batas kemampuan diri kita cenderung menganggap batas kita cukup rendah. Kita hanya “mau” belajar sampai level SMA atau universitas, setelah itu menganggap sudah saatnya berhenti belajar. “Saya sudah belajar selama dua puluh tahun. Sekarang saatnya berhenti,” itu dalih yang biasa kita berikan.

That’s stupid!

Kenapa? Karena ketika Anda memutuskan berhenti belajar, hidup Anda akan mandek, tetap berada di tempat yang sama. Anda tidak akan bisa melihat peluang baru karena Anda tidak mengetahuinya. Peluang itu tidak pernah Anda pelajari selama dua puluh tahun masa pendidikan Anda sebelumnya. Yang parah adalah mengharapkan hasil yang lebih dengan usaha dan kemampuan yang sama. *That’s impossible*.

KETIKA ANDA MEMUTUSKAN
BERHENTI BELAJAR, HIDUP ANDA
AKAN MANDEK, TETAP BERADA
DI TEMPAT YANG SAMA. ANDA TIDAK
AKAN BISA MELIHAT PELUANG
BARU KARENA ANDA TIDAK
MENGETAHUINYA.

Anda tidak boleh membatasi kemampuan Anda dan harus selalu terbuka pada ide-ide baru. Jangan hanya meniru dan melakukan dengan sama persis apa yang orang lain lakukan. Konsumen akan menganggap produk Anda tidak mempunyai nilai lebih. Jangan pernah membatasi kemampuan Anda. Anda tidak pernah tahu seberapa besar kemampuan diri Anda. Bahkan penelitian mengatakan Anda butuh latihan selama sepuluh ribu jam untuk menjadi ahli di suatu bidang. Itu sama dengan tiga jam sehari selama sepuluh tahun secara terus-menerus. Kalau baru mencoba satu minggu dan gagal, bukan berarti Anda tidak mampu.

Saya bukan orang yang bisa diam di rumah tanpa melakukan apa-apa. Saya mulai mendalami Facebook *marketing* untuk bisnis *online* saya. Awalnya saya berhasil mendapatkan penghasilan selama dua sampai tiga bulan, tapi kemudian saya sadar perkembangannya tak semudah itu. Saya pernah mengalami mendapat puluhan juta rupiah per hari, lalu ketika Facebook mengubah algoritmanya, penghasilan saya mendadak hilang sama sekali. Atau, tanpa alasan yang jelas, tahu-tahu akun iklan Facebook saya di-*banned*.

Hal-hal semacam itu membuat saya berpikir, kenapa saya harus selalu berdansa dengan keputusan-keputusan Facebook yang tidak bisa diprediksi. Saya sudah menghabiskan tiga bulan mempelajarinya, lalu tahu-tahu semua hilang begitu saja dan saya harus mempelajari trik-trik baru untuk mengembalikan pemasukan saya. *Start from zero again.*

Kondisi itulah yang membuat saya melirik dunia *forex*. Awalnya saya ragu karena pernah mengalami kejatuhan bursa pada 2008. Namun, suatu hari, seorang teman mengajak saya mengikuti *forex workshop* di Jakarta. Pada awal Mei 2014 saya pun masuk lagi ke dunia *forex*. Menurut saya saat itu, ketika saya nantinya menguasai *forex*, tidak ada yang namanya tidak bisa *trading* karena tidak ada pasar. Saya punya keterampilan yang bisa diaplikasikan di pasar mana pun. Saat Indonesia mengalami krisis, saya bisa *trading* di luar negeri, menggunakan mata uang luar negeri atau saham luar negeri. Pasar akan selalu ada. Itulah alasan saya masuk ke dunia *forex*.

Selesai *workshop* saya merasa sudah mengerti, padahal ternyata saya belum mengerti apa-apa. Namun, saya menyukainya, dan melihat *chart* selama 24 jam (minus tidur delapan jam) bagi saya merupakan hal yang sangat menyenangkan. Saya yakin kalau di luar sana ada orang yang bisa mendapatkan penghasilan secara konsisten dari *forex*, tentu *forex* bisa dipelajari. Kalau saya belum bisa mendapatkan profit secara konsisten, berarti saya belum tahu strateginya.

Akhirnya saya membaca banyak buku tentang *forex*, menonton video tutorial sebanyak mungkin, *browsing* sana-sini, dan menemukan video Jason Stapleton. Secara pribadi saya sangat menyukai cara dia mengajar yang ceplas-ceplos dan tidak berbelit-belit. Juni 2014 saya mengikuti kelas Akil Stokes selama tiga bulan. Akil Stokes ada-

lah murid Jason yang sekarang berpartner dengan Jason di bidang edukasi *forex*.

Saya agak terlambat bergabung dengan kelas itu, saat kelas sudah berjalan satu bulan. Namun, itu tidak terlalu menjadi masalah karena saya serius belajar dan mendedikasikan waktu 24 jam sehari untuk belajar. Selain teori, setiap Selasa sampai Jumat, ada kelas *live trading* dengan Akil. Pada kesempatan itu setiap pertanyaan saya akan dijawab secara *live* melalui video.

Saya belajar banyak mengenai analisis teknis, *risk management*, *money management*, serta *mindset* dan psikologi *trading* dari seorang *trader* profesional di Amerika. Cara membuat *trading plan* dan *journal trading* serta melakukan *backtest* untuk menguji *strategy trading* diajarkan. Saya mengikuti semuanya itu dengan sepenuh hati. Saya pernah melakukan *trading* tanpa itu semua dan hasilnya berantakan. Akibatnya, sebelum modal habis saya harus melakukan apa yang dikatakan oleh mentor saya.

Sekarang saya tinggal menerapkan apa yang saya ketahui secara disiplin. Pelajaran selanjutnya akan datang seiring jam terbang yang semakin tinggi. *Goal* saya adalah menjadi *trader* profesional. Bagi saya, selain menyenangkan, pekerjaan itu bisa dilakukan di mana pun selama terkoneksi dengan internet. Menurut saya, *forex* adalah 90% psikologi dan 10% analisis teknis. Jason malah berkata *forex* adalah 99% psikologi dan 1% teknis. Bila dipelajari dengan benar, ilmu pengembangan diri yang didapat selama mempelajari *forex* benar-benar memberikan hasil yang bagus.

Lain lagi cerita saya saat ingin memulai karier di bidang properti. Ternyata properti tidak semudah kelihatannya. Kalau Anda punya tanah, pernah membangun ruko atau rumah untuk dijual,

congratulation, you're a property developer. Namun, saya belum pernah melakukannya. Menjadi investor juga kebetulan, hanya membeli apartemen yang harganya naik lalu saya jual lagi.

Saya benar-benar buta saat memasuki dunia properti. Untuk mendapatkan pengetahuan tentang properti, saya membeli beberapa buku dan mendengarkan *podcast*. Dari buku-buku yang saya baca, saya menemukan pelajaran ini: Belilah properti dengan harga di bawah pasaran dan juallah dengan harga yang lebih tinggi. Tapi, bagaimana saya tahu bahwa harga properti itu murah? Bagaimana saya bisa menemukannya? Saya punya banyak sekali teman dan jejaring, tapi dari mana saya bisa mulai?

Saya tahu kalau sekadar giat membaca, saya tidak akan mengalami kemajuan. Saya butuh mentor yang bisa benar-benar mendampingi saya dalam karier baru saya itu. Saya kemudian mengikuti kelas *Certified Property Investor* di Panangian School of Property. Sangat menarik karena saya bisa belajar langsung dari para ahli. Saya mengambil semua program yang ada, yaitu *Certified Property Investor* selama satu minggu, *Certified Property Analyst* selama 1,5 bulan, dan *Certified Property Developer* selama 1,5 bulan. Selama mengikuti kursus itu, saya mondar-mandir Malang–Jakarta setiap minggu. Pada hari kerja saya berada di Jakarta, sedangkan pada akhir pekan pulang ke Malang.

Setelah enam bulan mempelajari industri properti secara intensif, saya bergabung dengan klub Property 39 yang akan membangun apartemen setinggi tiga puluh lantai di daerah Serpong, Alam Sutera. Apartemen hunian itu diberi nama Sutera Park Residence.



Berfoto bersama para lulusan Property 39.

Kami menggelar *gathering* bagi para *shareholder*, keluarga, dan teman dekat yang ingin membeli unit apartemen Sutera Park Residence. Tujuan *gathering* adalah untuk memberikan keuntungan kepada para investor awal di proyek apartemen tersebut. Dari seratus unit yang dilepas pada acara itu, dalam sekitar 3,5 jam saja unit yang terjual lebih dari sembilan puluh.

Usaha saya belajar properti membuahkan hasil. Tak sekadar membeli unit apartemen, sekarang saya berhasil menjadi *property developer*! Hasil yang cukup bagus setelah berfokus selama delapan bulan.

Hal lain yang berusaha saya lakukan adalah belajar pemrograman. Sudah hampir sepuluh tahun saya tidak menyentuh pemrograman. Sejak berbisnis suplemen yang ternyata lebih menguntungkan dan mulai bisa mempekerjakan *developer* untuk mengerjakan hal-hal

teknis yang berhubungan dengan teknologi, saya meninggalkan dunia *coding*.

Tiba-tiba kerinduan untuk menulis *code* muncul. Itulah sebabnya saya kembali belajar bahasa pemrograman Ruby on Rails di www.gotealeaf.com. Kenapa saya memilih belajar itu? Karena di luar sana pengguna Ruby on Rails semakin banyak akibat kecepatannya dalam membuat aplikasi *prototype*. Bahkan, di Y-Combinator banyak *startup* yang menggunakan Rails karena waktu yang dibutuhkan untuk peluncuran suatu produk relatif cukup singkat sehingga bisa menghemat waktu dan biaya.

Dari pengetahuan saya yang awalnya nol, setelah seminggu setidaknya saya sudah mendapat sedikit gambaran tentang Rails. *Goal* saya adalah cukup menguasai Rails (bukan Ruby), yang bisa saya gunakan untuk *prototyping* ide-ide saya.

Ada beberapa teman yang heran saat saya belajar pemrograman lagi. Sebenarnya banyak sekali tantangan yang muncul ketika kita mempelajari hal baru, terutama di pemrograman. Penyebabnya, banyak *bug* yang muncul dan *error* yang tak saya mengerti solusinya. Arti *error*-nya saja tidak mengerti, apalagi solusinya. Namun, saya mencoba semua cara, seperti mengambil *online tutorial* baik yang gratis maupun berbayar, bergabung dengan komunitas, menonton video tutorial, dan membaca banyak sekali artikel. Lama-kelamaan saya mulai bisa melihat gambarannya. Saya jadi tahu bahwa cara belajar pun memerlukan teknik-teknik khusus yang berbeda bagi setiap orang.

Sederhananya, kalau Anda tidak mengerti satu hal, solusinya bukan bertanya kepada orang yang sama berkali-kali, tapi bertanya kepada banyak orang yang Anda temui. Dari variasi penjelasan yang

Anda terima itu, akan ada yang bisa Anda mengerti dan ada yang tidak. Tak usah khawatir, *just keep asking!*



Bersama Fellin di Sydney, Australia.

Saat ini saya sedang bersemangat mempelajari lebih lanjut *digital marketing*. Saya terbang ke Sydney, Australia, untuk mengikuti *Digital Marketing Conference* bersama istri saya. Anak-anak saya titipkan ke orangtua dan bisnis saya dipegang dengan baik oleh tim saya. Itulah sebabnya saya mengatakan lebih enak mencari uang terlebih dahulu. Setelah hidup stabil, mengejar *passion* menjadi lebih enak dan tanpa beban.

JIKA ANDA MENJALANI HIDUP
BEGITU-BEGITU SAJA, HARI INI
SAMA DENGAN KEMARIN, HAL ITU
SAMA SAJA DENGAN MENONTON
FILM YANG (MESKIPUN BAGUS)
SUDAH ANDA TONTON BERULANG
KALI. SUNGGUH MEMBOSANKAN!
APAKAH ANDA YAKIN INGIN
MENJALANI KONDISI SEPERTI ITU
SEUMUR HIDUP?

Semua usaha yang saya lakukan dalam bisnis dan investasi bertujuan mendapatkan *freedom* atau kebebasan dalam hidup. Ada dua jenis *freedom* yang selalu menjadi *goal* saya, yaitu *time freedom* dan *financial freedom*. *Time freedom* atau kebebasan waktu adalah saat saya bebas menggunakan waktu sesuai kebutuhan hidup saya saat ini. *Time freedom* berkaitan erat dengan *financial freedom*. Bagaimanapun, uang adalah alat yang akan melancarkan jalan kita menuju *time freedom*.

Financial freedom tidak tergantung pada banyaknya uang yang kita miliki. Ketika seseorang tak perlu lagi berpikir untuk berhemat dan berutang untuk mencukupi gaya hidupnya saat ini, saat itulah mereka memiliki *financial freedom*.

Snapchat dan VLog: Beradaptasi dengan Tren Baru

Meski tren Snapchat, aplikasi yang memungkinkan kita membuat pesan dalam bentuk gambar dan video yang akan hilang dalam waktu 24 jam, sudah hangat di luar negeri sejak dua tahun lalu, baru beberapa bulan ini Snapchat menjadi ramai diperbincangkan di dalam negeri.

Saya mengetahui Snapchat pertama kali dari teman saya, Arif Hidayat. Saya tertarik karena saya sedang ingin lebih intens membuat video. Akhir-akhir ini, semakin banyak orang yang lebih tertarik menonton video ketimbang interaksi lain.

Awalnya, setelah saya coba-coba cara kerjanya, saya merasa Snapchat agak *alay* untuk saya, apalagi kalau melihat banyak efek video yang aneh-aneh di situ. Tapi, setelah saya teliti kembali, lama-lama saya jadi suka. Di Snapchat, perhatian *user* terpusat 100% pada kita.

Di media sosial lain seperti Twitter dan Instagram, *user* akan terdistraksi oleh akun orang lain. Misalnya, jika saya memulai *kultwit*, *tweet* saya bisa diselingi oleh *tweet* orang lain yang *user follow*. Di sini perhatian *user* jadi terpecah. Di Snapchat, *user* menonton video atau gambar satu demi satu hingga selesai. Jadi, saya bisa *ngomong* panjang dalam beberapa video tanpa diselingi jeda dari video orang lain. Tidak ada distraksi. Inilah hal pertama yang saya suka.

Yang kedua, jika saya konsisten membuat video dalam topik bisnis dan *digital marketing* di Snapchat, orang lama-lama akan hapal kalau *brand* Denny Santoso terkait kuat dengan *digital marketing*. Orang semakin ingat dan mengasosiasikan saya dengan *digital marketing*. *Personal branding* saya semakin terasah.

Tak cuma itu, saya kenal dan terhubung kembali dengan beberapa relasi terbaik saya juga dari Snapchat.

Teman saya di Snapchat sudah mencapai ratusan dalam waktu singkat. Seperti yang wajar dilakukan jika Anda membuka toko baru, Anda perlu memberitahukan pada teman-teman Anda di luar Snapchat bahwa Anda punya akun Snapchat baru. Anda promosikan juga topik eksklusif apa yang akan Anda sampaikan hanya di Snapchat.

Saya juga membuat video “How to Use Snapchat” di Facebook, yang saya sebar ke komunitas-komunitas yang tertarik dengan bisnis dan pengembangan diri. Selain itu, saya promosikan akun Snapchat melalui e-mail list saya. Kontennya? Saya beritahu bahwa ada materi *copywriting* yang ingin saya sebar secara gratis, tapi hanya ada di Snapchat dan akan hilang dalam waktu 24 jam. Ini menjadi resep yang manjur untuk menambah teman di Snapchat!

Selain Snapchat, saya juga membuat *video blog* (*vlog*) yang isinya kegiatan saya sehari-hari. Kadang saya akan membahas satu topik

seperti “How to Get Rich” selama 30 menit hingga 1 jam melalui Facebook Live yang kemudian nantinya saya taruh semua di blog saya, DennySantoso.com. Strategi ini ternyata membuat saya dikenal lebih luas, karena setelah saya cek statistiknya, orang Indonesia ternyata lebih suka menonton video daripada membaca *blog*.

Alat yang saya gunakan untuk membuat *vlog* mulai dari sesederhana *smartphone* saya, iPhone 6, hingga kamera Osmo. Dengan Osmo, video yang saya buat jadi lebih stabil dan nyaman ditonton.

Meskipun serius mendalami video, saya tak pernah membuat skrip saat bicara di depan kamera. Saya hanya menentukan tema, kemudian langsung bicara. Ini tidak terjadi begitu saja, tapi hasil dari pengalaman saya saat *shooting* acara saya sendiri di MNC Lifestyle. Saat itu, saya harus bicara dalam beberapa menit nonstop sehingga di dalam kepala, saya harus kreatif menciptakan bahan untuk dibicarakan. Ternyata, meskipun saya tidak lanjut syuting di MNC, pengalamannya bermanfaat sekali untuk membuat video-video saya sendiri. *Everything happens for a reason!*

How to Act { A Conversation with My Bestfriend }

“Your life started with a decision to act.”

Sejak bersekolah di Sekolah Menengah Pertama Cor Jesu Malang, saya punya seorang teman baik. Sebut saja namanya Budi.

Saya dan Budi kerap mengobrol lewat WhatsApp, dan dia sering sekali meminta saran saya untuk membantunya sukses. Namun, setiap kali saya memberikan ilmu yang saya miliki, Budi selalu punya alasan untuk mengelak. Dia selalu punya alasan kenapa hidupnya tidak berkembang dan dia tak berdaya melakukan perubahan.

Meski menghabiskan waktu remaja dengan sama-sama main *game* serta membaca komik, saya dan Budi mengalami nasib yang berbeda di kemudian hari. Budi bekerja sebagai koki di restoran kecil miliknya di Malang. Waktunya habis untuk memasak. Dia berkata tidak punya dana untuk membayar koki guna menggantikan dirinya. Dia tidak punya kebebasan waktu dan uang. Pada usianya yang menjelang

empat puluh tahun, dia belum pernah sekali pun menjalin hubungan dengan lawan jenis, padahal dia sangat ingin berkeluarga. Secara fisik, tubuhnya juga semakin lama semakin melebar ke samping!

Karena penasaran, saya mengajaknya mengobrol di rumah saya. Siapa tahu, dengan bertemu muka langsung, kata-kata saya bisa diterima secara lebih baik dan bisa digunakan sebagai landasannya dalam mengubah nasib.

Budi datang menggunakan angkutan umum. Langkahnya gontai dan tubuhnya bau matahari. Kami lalu duduk di ruang makan, di meja panjang yang bisa menampung satu keluarga besar. Anak-anak saya bermain bersama istri saya di pinggir kolam renang.

Saya akan berbagi obrolan saya dengan Budi. Mudah-mudahan salah satu pertanyaan Budi adalah pertanyaan Anda, dan salah satu jawaban saya adalah jawaban yang Anda butuhkan.

Denny (D): Kalau sore ini kamu bisa belajar apa saja dari aku, kamu pengen belajar apa?

Budi (B): Utamanya ya, bagaimana supaya bisa sukses.

D: Definisi sukses itu kan, banyak. Yang kamu inginkan sebenarnya yang seperti apa?

B: Membangun bisnis yang sukses menghasilkan uang. Bagaimana sih, *step by step*-nya? Aku belum tahu apa sebenarnya *passion*-ku.

D: Jangan pilih *passion* dulu, tapi *making money* dulu. Kalau dari *passion* bisa menghasilkan uang, itu namanya hoki. Tapi, kalau ternyata tidak, kamu harus menghasilkan uang dulu, soalnya kamu butuh makan. Setelah kamu dapat uang, akan muncul rasa senang dalam menjalankan bisnis. *Passion*-mu menjadi proses berjualan itu sendiri.

B: Kamu kan, sering cerita kamu menggunakan *e-mail marketing* untuk menjual produk. Kalau aku atau orang awam lainnya,

yang *nggak* punya jejaring luas, dan cuma punya sedikit teman, bagaimana bisa berjualan?

- D: Kamu bisa membayar *traffic* dari iklan atau minta *endorsement* dari selebritas. Bisa juga mengembangkannya secara organik. Instagram @FellinShop *nggak* dibangun dengan *network*-ku, tapi dengan membeli *traffic* dan menggunakan teknik *Shoutout for Shoutout* (SFS) dengan *online shop* lain untuk saling promosi. Sekarang *follower* @FellinShop di Instagram lebih banyak daripada aku.
- B: Kamu sering bilang begitu, “Kalau butuh *traffic*, ya beli *traffic*.”
- D: Iya. Sesederhana itu.
- B: Tapi kan, *nggak* murah juga.
- D: Murah kalau *traffic* itu langsung jadi uang.
- B: Konversinya kan, belum tentu....
- D: Harusnya langsung terkonversi dengan baik kalau sistem kita benar. Misalnya, kamu tahu kan, waktu membangun Supplier.id aku mendatangkan *traffic*? Bayar 130 ribu rupiah dapat dua puluh konversi per hari. Kalau dihitung, berarti biaya untuk mendatangkan konsumen lebih dari enam ribu rupiah. Orang berkomentar, “*Buset, user acquisition customer*-nya enam ribu rupiah lebih, tapi *traffic*-nya *segitu*.” Memang mahal banget, tapi kalau dua puluh orang itu mau bergabung dengan Supplier.id, mereka harus membayar seratus ribu rupiah. Berarti *traffic*-ku *nggak* gratis lagi; *traffic*-ku menghasilkan uang. Terbayang, 'kan? Mengeluarkan dana 130 ribu rupiah per hari, tapi sehari aku bisa dapat dua juta rupiah.
- B: Tapi, semua itu kan, kamu promosikan ke *follower*-mu.
- D: Ke umum. Yang mengurus juga bukan aku, tapi orang lain. Aku

nggak tahu bagaimana dia bertemu konsumen, tapi yang pasti dia tahu caranya. Apakah itu keahlianku? Bukan, itu keahlian timku.

B: Mungkin itu bisa dilakukan untuk usaha yang tahapnya lanjutan, atau yang pemiliknya sudah punya latar belakang bisnis. Kalau untuk pemula seperti aku bagaimana? Belum menghasilkan uang, lalu dari bagaimana bisa beli *traffic*?

D: Benar-benar *nggak* punya uang sama sekali?

B: Misalkan skenarionya seperti itu.

D: Tergantung kamu sudah punya produk yang ingin dijual atau belum. Misalkan belum ada produk, definisikan dulu pasar yang ingin kamu sasar. Setelah itu, cari produk yang bisa dipromosikan dengan cara *affiliate*. *Nggak* perlu menggunakan modal sendiri untuk mulai berjualan. Tapi, kalau kamu benar-benar *nggak* punya uang sama sekali, mesti kerja dulu, setidaknya satu sampai dua tahun, untuk mengumpulkan modal dan jejaring.

B: Kalau sudah punya produk yang ingin dijual, tapi *nggak* punya uang, bagaimana cara membeli *traffic*?

D: Bisa secara organik, lewat kerja sama dengan pihak lain atau SFS seperti yang sudah kujelaskan tadi. Contoh kerja sama itu waktu aku mau membuat *workshop* dan teman-teman sudah mulai bertanya, “Den, kapan *workshop*-nya? Aku *promoin*, dong.” Kalau mereka bantu mempromosikan, aku *nggak* mengeluarkan uang untuk promosi. Mereka yang keluar uang. Kalau ada *follower* mereka yang ikut *workshop*-ku, aku kasih *profit sharing* dengan mereka. Itu yang dinamakan sistem *affiliate*. Begitu promosi secara organik itu menghasilkan penjualan, uangnya dipakai untuk membeli *traffic* lebih banyak lagi. Itulah yang kulakukan dengan

akun Twitter-ku. Dengan saling promosi seperti itu, *traffic* dan penjualanku naik cukup tinggi. Nilai penjualanku bertambah. Dengan begitu, aku bisa membayar *influencer* untuk melakukan promosi di Twitter. Kalau memilih *influencer* yang tepat, setidaknya setiap setengah jam *follower*-ku bertambah sekitar empat ribu. Setiap hari.

- B: Enaknya mulai dari media sosial apa?
- D: Facebook, Instagram, YouTube. Setelah itu Google+ dan Pinterest. Tapi, utamanya tiga media sosial ini: Instagram, Facebook, dan YouTube.
- B: Kalau mau bisnis *online* atau menghasilkan uang secara *online*, apa yang bisa dijual? Atau harus masuk ke bidang apa dan pemilihan produknya bagaimana? Misalkan mau menjual jasa, jasa yang seperti apa?
- D: Begini caraku memilih *niche market*. Pertama, pergi ke toko majalah atau Amazon bagian majalah. Kalau ada majalahnya, berarti ada *niche*-nya. Kedua, dari semua majalah yang ada, mana yang kamu tertarik untuk ambil? Kan hampir semua *niche* ada. Yang mana yang kamu anggap paling menarik untuk kamu baca terlebih dahulu? Aku sendiri suka *fitness*, *digital marketing*, dan fotografi. Nah, mana yang pertama-tama aku pilih? Aku akan pilih *digital marketing* karena punya *passion* di situ. Dengan cara itu, kita tidak perlu menciptakan *niche* baru. Aku tidak perlu menciptakan *niche* golf, misalnya, atau *niche* lain yang tak terpikirkan. Akan lebih mudah memilih dari pilihan yang sudah ada daripada menciptakan pilihan baru. Pilih satu yang paling menarik perhatianmu, sesederhana itu.
- B: Setelah itu bagaimana?

D: Setelah itu masuk ke forum yang membahas pilihan topikmu itu. Aku, misalnya, masuk ke forum *digital marketing* di Indonesia karena pasarku di Indonesia. Aku akan caritahu masalah apa yang dihadapi oleh pasar di Indonesia. Di forum itu pasti ada tanya-jawab. Misalnya saja, ada yang bertanya bagaimana cara memulai bisnis. Untuk menjawab pertanyaan itu, aku merancang Supplier.id. Selain itu, aku membuat digitalmarketer.id. Di situ ada ulasan tentang *how to start online business*, ditujukan bagi orang yang berniat membuat *online shop*. Setelah masuk ke *niche* itu, kita tinggal mencari produk yang akan kita tawarkan ke orang-orang tersebut, misalnya jasa pembuatan situs web. Jika yang dibutuhkan adalah jasa pembuatan situs web, kita bisa *outsource*. Nah, tinggal kita mau atau *nggak* menjalankannya. Kamu sendiri mau pilih majalah apa?

B: Mungkin majalah *game*.

D: Oke. Kalau majalah *game*, kita bisa membuat *vertical media commerce*. Jadi, dulu *online* itu kan, cuma berjualan, tapi sekarang harus ada medianya. *So, we can turn readers to buyers*. Setelah itu pembeli akan membaca lagi. Mengubah orang-orang yang semula pembaca menjadi pembeli itu lebih mudah daripada menyuruh orang yang *nggak* kita kenal membeli produk kita. Kalau memang suka *game*, buatlah media tentang *game*. *Nggak* perlu menciptakan konten, tapi bisa memakai konten dari YouTube. Masukkan *trailer video game* baru secara rutin.

Salah satu contoh aplikasi yang sedang dikembangkan oleh Apple adalah *Apple trailer*. Isinya semua *trailer video* baru. Apakah Apple yang membuat *trailer-trailer* itu? Bukan, dia cuma mengumpulkan dan membuat daftarnya. Walaupun begitu, orang sudah

men-download *apps*-nya. Nah, bayangkan kalau orang mengunduh *apps*, lalu di situ juga ada promosi diskon tiket *premiere* untuk film A, film B, atau film C. *Cross-selling*. Terbayang, kan? Jadi, kita membuat media untuk bisa menarik perhatian. Setelah mendapat perhatian, baru kita bisa berjualan di situ. Produk yang dijual bisa apa saja, termasuk gadget untuk *game*.

B: Kalau *game*, produk apa saja yang bisa dijual?

D: Gadget untuk *game*. Penjualan *game* sendiri bisa dilakukan dengan sistem *affiliate*. Contohnya situs web Touch Arcade, yang isinya ulasan tentang *game*. Dia mengulas *game* Star Wars, misalnya, lalu orang bisa membeli *game* itu lewat situs web mereka. Kalau mau mengulas *game* PS, peluangnya pasti banyak. Berapa banyak orang yang beli *game* PS di Indonesia? Banyak banget, kan.

B: Berarti tinggal praktik, ya. Denny sih, enak, cuma ngomong.

D: Jadi, aku salah, *gitu*?

B: Maksudku begini. Orang yang sudah biasa masak, misalnya, pasti punya pengetahuan dan keahlian di bidang masak-memasak. Nah, orang yang *nggak* menguasai pasti bingung. Untuk menulis situs web juga begitu. Bagaimana cara membuat situs web, bagaimana menulis konten, dan sebagainya.

D: *Outsource* saja.

B: Kalau belum punya uang bagaimana?

D: Minta tolong teman yang punya keahlian itu. Bisa dibayar dengan makan siang, atau nanti waktu kamu sudah punya uang. Kalau *nggak*, pakai WordPress biasa. Gunakan yang gratis dulu, setelah itu *posting* di media sosial supaya *traffic*-nya terbentuk. Itu saja. Kalau mau, sewa *hosting* sendiri. Biaya sebulan sekitar

lima dolar. Untuk *domain*, beli yang biaya setahunnya kira-kira dua belas dolar.

Tentang konten ya, memang harus mau menulis. Kalau *nggak* suka menulis, bisa baca-baca situs web luar negeri sebagai referensi. *Nggak* bisa bahasa Inggris? Pakai Google Translate atau ikut kursus bahasa Inggris untuk meningkatkan keahlian. Kalau semua *nggak* bisa, ya sudah.

B: Oke. Kalau begitu, apa langkah pertama yang harus aku lakukan?

D: Pertama, definisikan *goal* dalam hidup. Caritahu ke mana motivasiimu mengarah. Apakah kamu tipe orang yang *avoiding pain* atau *seeking pleasure*? Menurutku, karena kamu punya banyak alasan untuk memulai bisnis, motivasiimu lebih ke arah *avoiding pain*. Kamu bisa bertanya seperti ini pada diri sendiri, “Bagaimana kalau umurku lima puluh tahun dan hidupku masih seperti ini?”

Setelah tahu arah motivasiimu, kamu bisa menyusun langkah supaya motivasi itu menggerakkanmu menuju *goal* yang sudah kamu definisikan. Jadi, semua aksi yang kamu lakukan berfungsi menghindarkanmu dari kondisi tua dan membosankan seperti yang ada di pikiranmu tadi. Kamu juga bisa membuat daftar hal buruk yang mungkin akan terjadi kalau kamu *nggak* mulai *action*. Setelah paham motivasiimu, tinggal cari mentor supaya pergerakanmu jadi lebih cepat dan lancar, *nggak* harus mengulangi kesalahan yang *nggak* perlu.

B: Menurut kamu, apa yang perlu dipertimbangkan saat mencari mentor?

D: Ada dua opsi sebenarnya. Cari mentor yang punya bisnis serupa. Misalkan bisnismu digital, cari mentor yang juga bergerak di bidang digital. Kalau bisnismu tambang, cari mentor di dunia

pertambahan. Jadi, bukan yang berasal dari bidang yang benar-benar berbeda.

Tapi, mencari mentor di luar bidang juga bisa menjadi opsi dengan tujuan mendapatkan sudut pandang yang sedikit berbeda. Orang *offline* itu seperti apa kalau bicara tentang ritel? Jadi, kita yang bergerak di bidang *online* juga bisa mendapat masukan.

B: Idealnya punya berapa mentor?

D: Menurutku dua sampai tiga, untuk melihat perbedaan sudut pandang di antara para mentor. Jadi, kita *nggak* terpaku pada satu pola pikir. Setiap orang pasti berbeda. Dengan memiliki beberapa mentor, kita jadi belajar bahwa orang lain bisa punya pikiran yang berbeda untuk hal yang sama. Kalau cuma mengikuti satu orang atau satu pola pikir, akan sulit bila kemudian kita menemukan hal yang berbeda.

Aku pilih mentor yang menurutku cocok dengan *value* yang kupegang, supaya bisa sama-sama paham *goal* kita di mana.

B: Di mana bisa bertemu mentor?

D: Di acara *networking*. Biasanya di situ ada pembicara. Ya sudah, berkenalan saja di situ. Saat menghadiri acara *networking*, minimal rambut harus rapi dan secara umum penampilan terlihat bersih. Kalau terlihat *gembel* sedikit saja, kamu akan dianggap *nggak* profesional dan belum punya *value*. *Entrepreneur* itu harus rapi.

B: Hmm, tapi pengetahuanku belum banyak. Bagaimana bisa mengobrol dengan mentor yang keren-keren itu? Aku merasa dunia berjalan cepat sekali, dan aku tertinggal.

D: Ya belajar, dong. Dengan banyak belajar, kita jadi lebih bisa melihat peluang. Keterampilan harus terus ditambah. Banyak

bertemu orang, banyak belajar, banyak menambah ilmu, supaya masalah bisa terlihat sebagai peluang. Kalau orang *nggak* menambah pengetahuan, masalah hanya dilihat sebagai masalah karena mereka *nggak* punya pemecahannya. Tapi, karena aku punya pengetahuan dan jejaring, saat ada masalah aku tahu cara memecahkannya dengan cepat menggunakan jejaringku.

Terus ikuti perkembangan dunia dengan banyak membaca berita yang relevan. Pada masa-masa awal mendirikan bisnis, aku banyak membaca berita di Flipboard seputar *startup*, *digital thing*, *technology*, Mashable, dan sejenisnya. Lama-lama aku menemukan polanya. Setelah itu aku mulai cari mentor, bertemu banyak orang, mencoba memetakan cara mereka berpikir.

Setelah mempelajari pola pikir para mentor, aku jadi mengerti pola untuk mengembangkan *startup* dan proyek-proyekku. Karena terus mengikuti perkembangan berita, aku *nggak* merasa ketinggalan sama sekali.

- B: Kalau aku mau *makeover*, apa yang pertama kali harus aku lakukan? Misalnya, aku ingin menurunkan berat badan dan punya berat badan ideal lalu mengembangkan bisnis. Apa kunci memiliki gaya hidup yang sehat?
- D: Yang perlu diperhatikan adalah makanannya seperti apa, gaya hidupnya seperti apa, dan olahraganya seperti apa. Tiga itu saja.

Olahraga harus rutin, baik kardio maupun latihan beban. Aku *nggak* akan bicara secara spesifik tentang program tertentu. Untuk makanan, yang penting nutrisi seimbang. Diet memang ada banyak jenisnya, tapi intinya harus seimbang. Untuk gaya hidup, yang penting teratur. Makan teratur, tidur teratur, banyak minum air putih, dan kebiasaan-kebiasaan hidup sehat lainnya.

- B: Kedengarannya sih, mudah, tapi kadang saat mau melakukan susah. Berarti kan, kita harus keluar dari *comfort zone*. Harus ada niat dari dalam diri yang kuat.
- D: Niat dan mulai melangkah, meskipun hanya dengan satu langkah kecil. Saat mulai melangkah, kamu akan mulai mengalami perubahan. Lama-lama kamu akan menemukan kekuatan dan kelemahanmu. Kalau kamu bisa menemukan di mana kekuat-anmu, kamu bisa berfokus ke situ dan mempekerjakan orang untuk membantumu di bidang yang *nggak* terlalu kamu kuasai. Dengan begitu, kamu bisa lebih bersemangat menjalankan bisnis, karena yang kamu lakukan adalah benar-benar hal yang kamu sukai dan kuasai.
- B: Kalau masalah perempuan bagaimana, Den? Setidaknya aku pengen punya pacar.
- D: Sekarang coba bayangkan perempuan idamanmu seperti apa. Sebutkan *value* yang harus ada di diri perempuan itu.
- B: Harus cantik dan yang penting cocok denganku.
- D: Cocok itu seperti apa? Pernyataanmu terlalu luas, *nggak* jelas. Begini deh, tipe perempuan yang *nggak* kamu sukai itu yang seperti apa?
- B: Aku *nggak* suka perempuan yang suka berbohong.
- D: Masa cuma perempuan yang *nggak* suka berbohong yang bisa disebut cocok denganmu?
- B: Aku *nggak* mau perempuan yang suka mengatur pasangan. Ini *nggak* boleh, itu *nggak* boleh.
- D: Dari dua pernyataan itu, aku simpulkan *value* kamu adalah kecantikan, kejujuran, dan kebebasan. Kalau ingin perempuan yang seperti itu, kamu juga harus menjadikan dirimu seperti

perempuan yang kamu harapkan. Kamu mau dia cantik, berarti kamu juga harus enak dilihat. Kamu mau dia jujur, berarti kamu juga harus bisa menunjukkan sikap kerja yang jujur. Kamu mau dia membebaskanmu sebagai laki-laki, berarti kamu juga harus cek apakah hidupmu sudah bebas. Kalau masih miskin waktu dan uang, mungkin kamu belum bebas. Bagaimana, sudah siap berubah dan *take action*?

B: Aku usahakan ya, Den.

D: Yahhh....

Fun Facts about Denny Santoso

Banyak pertanyaan unik yang saya terima lewat Ask.fm. Saya coba merangkum pertanyaan-pertanyaan itu, sekaligus jawabannya.

Penemuan masa depan apa yang kamu nanti-nantikan?

Pintu ke mana saja, supaya *nggak* perlu repot saat mengimpor barang.

Ko, malam Minggu seperti ini sedang apa?

Bikin *digital marketing plan*.

Pak Denny, saat *startup* bisnis, tidur berapa jam sehari?

Tujuh sampai delapan jam.

Ko, Kamis kemarin, waktu pelajaran olahraga, saya dihukum karena pakai kaus kaki terlalu pendek. Saya disuruh jalan jongkok

dan lompat kodok, padahal belum pemanasan. Paha memang jadi kencang, tapi sampai sekarang sakitnya belum hilang. Naik turun tangga jadi susah. Baiknya dikasih apa supaya cepat sembuh? Salonpas.

Ko, seminggu lalu saya kehilangan *lifting strap* di *gym*. Kemarin hilang lagi karena lupa saya bawa pulang. Rasanya kesal banget, sampai *bad mood*. Kok bisa ya, saya melakukan kesalahan yang sama dua kali? Baiknya bagaimana, Ko?

Beli lagi.

Ko, pernah diremehkan waktu memulai bisnis?

Pasti... lah. *So what, it's their problem, not mine. :)*

Ko Denny, apakah kesuksesan itu juga karena faktor ras? Misalnya lebih banyak orang dari ras Tionghoa yang sukses. Bagaimana menurut Koko?

Sayangnya *nggak*. Kalau itu yang terjadi, cuma penduduk negara China yang jadi miliarder. Kenyataannya kan, *nggak*.

Ko, apa yang Koko lakukan ketika rasa malas menghampiri?

Aku menikmatinya. :) Kalau sedang rajin, aku mengerjakan semuanya. Karena tahu aku kadang terserang rasa malas, aku membangun bisnis dengan banyak tim, jadi aku bisa meneruskan rasa malasku. :)

Motivator favorit Koko siapa?

Aku jarang datang ke acara motivasi.

Ko, bagaimana cara mengatasi cemburu karena pacar digoda orang?
Punya pacar keren kok, cemburu. Mestinya bangga, dong.

Ko, berat badanku turun lima kilogram, tapi kok kayaknya badan-ku sama saja, *nggak* ada yang mengecil?
Yang turun baru dosamu. :)

Ko, saya sudah tujuh tahun pacaran. Kenapa saya belum dilamar-lamar, ya?
Kamu masih “dipertimbangkan”. :)

Ko, bisa *nggak* memulai bisnis tanpa modal uang sama sekali?
Belum bisa membayangkan. Paling *nggak*, perlu ada modal waktu. Tapi kan, katanya waktu lebih mahal daripada uang. :)

Tipe perempuan idaman yang siap diajak nikah itu seperti apa? Hehe.
Yang nilai hidupnya sama sepertimu.

Malam, Ko. Saya baru tujuh belas tahun dan pengen memulai bisnis digital. Tapi saya belum tahu harus mulai dari mana. Mohon bimbingan Ko Denny.
Baca saja digitalmarketer.id.

Pacarku bilang mau ke rumah antara jam 8 atau 9. Setelah itu dia bilang baru mau berangkat jam 9. Sampai rumah kira-kira jam 10, dan sekarang dia masih *nongkrong* dengan teman-temannya. *Do I look like a second option*, Ko?
Enggak, cuma jadi 10th option. :)

Besok-besok ganti aku jadikan dia *second option* juga, deh. Hehe.
Pacaran sebenarnya proses pencarian dan pencocokan nilai dalam hubungan. Kalau *nggak* menunggu umur atau materi, *goal* dari pacaran cuma mencari perasaan sreg. Sebenarnya dalam mencari *value* itu ada jalan pintas supaya *nggak* terlalu lama pacaran. Sayangnya, *nggak* banyak orang yang tahu itu.

Kalau pacarmu lebih mementingkan kumpul bersama teman daripada kamu, berarti dia menilai teman lebih tinggi daripada keluarga. Bisa jadi dia akan lebih membela teman daripada keluarga.

Aku sendiri menilai keluarga lebih tinggi, jadi kalau sedang kumpul bersama teman, aku *nggak* mengajak pacar.

Apakah *target market* lebih penting daripada produknya?
Apakah sabun lebih penting daripada air? #mandi

Ko, bisnis yang cocok untuk anak muda itu seperti apa? Mau mulai berbisnis tapi bingung.
Oh, kamu anak muda? Anak muda yang seperti apa?

Ko, bagaimana cara menghadapi orang yang selalu berbohong?
Buat apa dihadapi? Dibelakangi saja. :)

Indikator utama suatu bisnis bisa menghasilkan uang itu seperti apa, Ko?
Punya konsumen yang terus-menerus membeli produkmu.

Saya lihat Koko sering *nggak nyambung* saat menjawab pertanyaan orang. Karena tidak tahu jawabannya atau jawabannya dijadikan bekal untuk mengadakan seminar?

Jawaban yang mana yang *nggak nyambung*? Mungkin kamu yang *nggak* bisa menyambungkan?

Bagaimana cara Om Denny menghadapi distraksi? Apalagi Om Denny bergerak di bidang digital yang selalu *online* dan tanpa sadar dapat terdistraksi oleh berita atau video di Facebook, YouTube, dan lain-lain.

Latihan. Dulu aku suka *browsing timeline*, sekarang sudah *nggak* terlalu karena aku punya *to-do list* yang harus dikerjakan setiap hari.

Apa yang dilakukan ketika sedang merasa malas banget?

Malas *ngapain*? Aku tidak meng-*install* perasaan itu di dalam diriku. Jadi, aku sudah lupa rasa malas itu kayak apa.

Ko Denny, *how do you know if it's a reasonable excuse or just a bullshit*? =D

Good question, but you'll never know. Basically, the result will show who you really are (a bullshitter or not). Jadi, lihat saja kehidupan orang tersebut. Apakah kamu mau *tukeran* hidup sama dia? :)

Ekonomi sedang lesu.

Bullshit.

Ko, investasinya ada di bidang apa saja?

Di otak. :)

Serigala Tidak Peduli Ocehan Kambing

Sering kali banyak orang memberikan komentar negatif ketika kita melakukan sesuatu, meskipun yang kita lakukan itu benar. Tak peduli seberapa sempurna Anda, *hater* tetap akan ada. Namun, hal itu jangan sampai menghalangi langkah Anda.

Di saluran YouTube saya, saat pertama kali mengunggah video, tak sedikit yang berkomentar negatif, dari komentar yang sok pintar sampai komentar yang kurang ajar. *I don't really care*, dan Anda juga sebaiknya tidak memedulikan komentar *hater* ketika Anda melakukan sesuatu dengan benar.

Seperti judul artikel ini, Serigala Tidak Peduli Ocehan Kambing yang menjadi mangsanya, komentar-komentar *hater* itu juga tidak akan mengubah kenyataan bahwa saya memiliki konten yang bagus dan video yang bagus, dan yang terpenting saya bisa menghasilkan uang serta hidup nyaman.

Serigala tidak peduli kambing akan mengomel, berkomentar, berteriak, atau melakukan apa pun. Serigala berada di rantai makanan yang lebih tinggi daripada kambing. Tidak mungkin serigala berpikir, “Jangan-jangan ocean kambing ada benarnya.” Kalau serigala menanggapi ocean kambing, bisa jadi dia tidak jadi menyantap kambing, yang menyebabkan *goal*-nya, yaitu kenyang, tertunda.

Jadi, kalau hidup Anda lebih enak daripada hidup orang-orang yang berkomentar negatif tentang Anda, anggaplah mereka kambing yang siap dimangsa dan sebentar lagi akan hilang. Sebaiknya Anda berfokus melakukan apa yang sudah Anda lakukan dan menghasilkan manfaat bagi orang lain.

The Vision Forward

Salah satu penggerak utama perekonomian adalah pebisnis, terutama pemilik bisnis skala kecil yang jumlahnya semakin banyak di Indonesia. Namun, meskipun statistik menunjukkan peningkatan pesat penggunaan teknologi dan media sosial di Indonesia, masih banyak pebisnis yang menjalankan bisnis secara manual tanpa melibatkan teknologi. Atau, walaupun sudah menggunakan teknologi, mereka tidak memiliki strategi yang jelas untuk menjalankannya. Kesannya asal ramai di media sosial. Padahal, ada langkah-langkah yang harus dilalui untuk menjalankannya agar proses pemasaran digital menghasilkan penjualan secara efektif.

Tahun lalu, saya menghadiri Traffic and Conversion Summit di Sydney, Australia, bersama istri saya. Saya hadir karena ingin menyaksikan presentasi Ryan Deiss, *founder* sekaligus CEO DigitalMarketer.

Dari seminarnya, saya terinspirasi untuk membangun tim internal yang lebih rapi lagi untuk DigitalMarketer.id.



Bersama Ryan Deiss di Traffic and Conversation Summit, Australia.

Saya memulai dengan merekrut tim dari Universitas Bina Nusantara. Asisten-asisten saya untuk *workshop batch* I saat itu sedang liburan. Saya mengajak mereka magang di perusahaan saya. Mereka bekerja selama empat jam setiap hari bersama saya di sebuah *coworking space*. Mereka adalah anak-anak muda yang bersemangat menimba ilmu sambil mendapatkan *network*. Setelah menjalani beberapa minggu, mereka menyukai materi yang saya berikan, dan saya juga *enjoy* bekerja dengan mereka. Akhirnya saya lanjutkan mengembangkan tim sampai sekarang.

Kepada tim, saya memberikan struktur-struktur dan *flow* pekerjaan. Setiap ada artikel, buku, atau video yang bermanfaat, semua akan saya berikan untuk mereka. Awalnya, mereka harus mengerjakan semua *role* dulu.

Tim inti kami terdiri atas Tim Proyek, Tim Produk, dan Tim Promosi. Tim Proyek berfokus pada pendefinisian pasar dan persona serta membangun *funnel*. Tim Produk berfokus membangun produk-produk digital seperti *ebook*, video, artikel, dan kursus. Tim Promosi berfokus mendatangkan *traffic* dan *user acquisition*.

Kami fokus pada satu hal di satu waktu. Pada dua bulan pertama, ada delapan orang yang fokus membangun konten DigitalMarketer.id. Saya berfokus pada *speed*, karena kecepatan adalah nomor satu dalam etos kerja saya.

Kami segera *launching* setelah konten terisi dengan baik. Setelah tim saya jago membuat strategi konten, saya mengajari mereka membuat *funnel*, membuat *landing page*, mendatangkan *traffic*, mengoptimalkan *traffic*, hingga melakukan A/B *testing* dengan terjun langsung, praktik menggunakan bisnis-bisnis yang sudah saya jalankan.

Begitu mereka sudah paham semuanya, saya minta mereka memilih pekerjaan yang paling mereka sukai dan kuasai. Apakah mereka ingin menjadi *Project Strategist*, *Content Strategist*, *Web Developer*, *Web Designer*, *Traffic*, atau yang mana? Setelah *job description* masing-masing jelas, saya memberikan materi yang lebih spesifik yang bisa dipelajari oleh masing-masing orang dalam tim saya.

Tim saya sudah solid sehingga saya punya kemerdekaan waktu untuk bisa lebih rajin ke luar kota guna berbagi ilmu. Mereka sudah bisa jalan sendiri tanpa saya. Tidak ada yang lebih menyenangkan dari hidup seorang *entrepreneur* dibandingkan saat ia berhasil mende-

legasikan tugasnya. Jadi, inilah poin yang sangat penting dan merupakan inti dari semuanya. *Freedom of time*.

Saat ini kami sedang membuat sistem dan *standard operating procedure* (SOP) sehingga saat profit sudah sesuai target, kami bisa leluasa untuk *expand our business horizontally*, menambah *line media commerce* baru yang mirip dengan apa yang sudah kami jalankan. Intinya membuat media yang membuat orang mengonsumsi konten, setelah itu menawarkan produk yang sejalan dengan konten yang selama ini sudah kami sediakan.

Facebook Group DM Labs yang saya bangun sebagai sarana berbagi ilmu seputar *digital marketing* khusus untuk alumni *workshop* sekarang sudah berisi lebih dari 300 anggota. Di DM Labs, selain bisa bertanya apa saja kepada saya dan tim saya tentang *digital marketing*, para anggota juga bisa bertanya ke mentor-mentor seperti Pak Martin Hartono, Pak Subiakto, Ronald Ishak, dan masih banyak lagi. Apa pun yang saya dan tim saya pelajari, apa pun eksperimen yang kami lakukan setiap hari, akan kami bagikan di DM Labs. *That's why it's called "labs". We teach what we do*.

Sekarang, tak hanya di Jakarta, mewakili DigitalMarketer.id, saya juga bicara tentang *digital marketing* di kota-kota besar lainnya seperti Surabaya, Malang, dan Medan. Ada perbedaan *mindset* tentunya di antara kota-kota tersebut, namun saya yakin proses pembelajarannya sudah menuju ke arah yang tepat. Buktinya *workshop* yang diadakan selalu penuh sesak dengan peserta hingga melebihi kapasitas.

Di DigitalMarketer.id saya mengajarkan pentingnya mengetahui *costumer journey* untuk bisnis Anda. Bukan hanya fokus mencari *traffic*, tapi juga mengetahui perjalanan pembeli Anda, mulai dari tahap riset hingga membeli. Contohnya orang yang membeli mobil.

Jarang sekali begitu melihat iklan mobil, kita langsung membeli. Pasti ada proses bertanya ke orang lain, melihat *review*-nya di Google atau Youtube, membandingkan harga, mencoba mobil dengan *test drive*, negosiasi harga, hingga transaksi. Proses ini yang perlu kita ketahui dan tentukan bagian mana yang bisa kita bawa ke *digital*.

Banyak anggota DM Labs dan alumni *workshop* DigitalMarketer. id yang sudah berhasil mengaplikasikan ilmu-ilmu yang mereka dapat dengan melakukan *massive action*, *action* 10x lipat dari biasanya. Namun, ada juga yang kondisinya begitu-begitu saja.

Setelah saya teliti, mereka yang belum berhasil biasanya tidak tahu apa yang mereka inginkan sehingga tidak tahu harus mulai dari mana. Saya dan tim DM Labs berusaha memancing anggota-anggota kami untuk lebih aktif bertanya dan berbagi studi kasus dari bisnis mereka yang bisa didiskusikan bersama anggota lain. Kalau mereka diam saja, tentu tidak ada yang bisa kami lakukan untuk membantu.

Jika sudah tahu *customer journey* dan *objective* dari bisnis Anda, Anda akan bisa mulai meraih *traffic* yang berkualitas dan berpotensi membeli produk Anda. Formulanya jelas: $Traffic + Conversion = Growth$. Dengan pengalaman menjalankan bisnis selama enam belas tahun, saya paham cara mengubah *traffic* menjadi penjualan. Tentu saja, jika perusahaan menghasilkan keuntungan, bisnis akan bertumbuh dan menyejahterakan pebisnis yang menjalankannya. Jika Anda sejahtera, Anda punya lebih banyak kesempatan untuk membahagiakan diri Anda, keluarga, dan orang-orang di sekitar Anda.

Saya ingin turun tangan membantu sepuluh ribu usaha kecil menengah di Indonesia meningkatkan penjualan dan tumbuh pesat lewat *digital marketing*.

Digital marketing is the next big thing. Teknik-teknik *digital marketing* bukan ilmu rahasia. Anda juga bisa mendapatkan kuncinya. Sekarang semua kembali ke tangan Anda, apakah Anda mau belajar dan berani mengambil peluang yang ada di depan Anda?

The tools and opportunities are there. Now it's up to you to rise and get a life!

Tentang Penulis

Aulia Halimatussadiyah (Ollie) adalah penulis dari 28 buku dalam berbagai genre, mulai dari novel hingga pengembangan diri. Ia memulai karier menulis buku di tahun 2005 setelah bertahun-tahun hanya menulis di blog pribadinya.

Kegemarannya pada teknologi membuatnya mengambil jurusan Teknik Informatika saat kuliah. Pada usia 23 tahun, Ollie membangun bisnis pertamanya, sebuah toko buku *online*. Kecintaannya pada dunia literatur membuatnya terus membangun *startup* yang berhubungan dengan konten seperti NulisBuku.com, *online self-publishing platform*, Storial.co, *online writing platform*, dan Zetta Media, *digital media network*.

Saat ini ia menjabat *Co-Founder* dan *Chief Content Officer* di Zetta Media, dan membantu banyak penulis muda menyampaikan opini melalui portal-portal yang dibangun oleh Zetta Media.

Ollie percaya bahwa Indonesia harus menjadi *#CreativeNation* yang terus mencetak anak-anak muda kreatif yang membuat konten-konten berkualitas.

Dan, mimpinya tidak berhenti sampai di sini.

@salsabeela

fb.com/salsabeela

salsabeela.com

Tentang Denny Santoso

Saya senang sekali Anda membaca buku saya.

Personally, saya adalah seorang pembelajar dan saya suka sekali berbagi dengan banyak orang. Maka dari itu, saya membuat banyak situs web untuk berbagi, mulai dari DuniaFitnes.com, DigitalMarketer.id, dan buku ini, untuk berbagi hal-hal yang lebih pribadi seperti *mindset* dan motivasi saya dalam hidup serta bisnis.

DigitalMarketer.id adalah proyek terbaru saya. Ini benar-benar merupakan *passion* saya yang menjadi kenyataan, yang sudah saya impikan sejak delapan tahun lalu.

Sebenarnya, saya lahir dari keluarga pekerja. Ayah saya bekerja di sebuah pabrik rokok sejak sebelum saya lahir dan ibu saya adalah seorang ibu rumah tangga yang baik. Hidup dengan keterbatasan finansial membuat saya berpikir bahwa saya harus bisa mengubah

hidup saya. Memang, saya masih berkecukupan, tetapi tidak berlebihan. Tidak mudah membeli sesuatu yang saya inginkan. Dan, itu benar-benar menggerakkan saya. Saya ingin memiliki kebebasan waktu dan finansial. Bisa bekerja di mana pun, kapan pun, dan bebas secara finansial.

Saya ingin bekerja karena saya suka melakukannya, bukan karena saya harus melakukannya untuk memenuhi kebutuhan hidup saya.

Untungnya, sejak SMA saya sudah mengenal dunia usaha, bergang kecil-kecilan, menjual CD *game*, menjadi asisten dosen, sampai akhirnya menjadi *freelance programmer*. Semua itu sangat mendidik jiwa wirausaha saya. Pada 1999, saya memulai bisnis suplemen yang akhirnya menjadi *core business* saya.

Namun, memiliki jiwa *entrepreneur* ibarat bertualang. Saya tidak puas hanya berdiam diri di satu bisnis sehingga akhirnya setelah berputar ke sana kemari, saya menemukan *passion* saya yang sebenarnya di dunia *digital marketing*.

Sejak 2007, saya mendalami *digital marketing*. Saya membangun *database e-mail* yang berjumlah ratusan ribu serta membangun *personal branding* di industri *fitness* melalui media digital, mulai dari menulis buku, mengadakan *talk show* dan seminar, hingga memiliki acara televisi sendiri di MNC Channel.

Sejak saat itu, saya lebih menyadari bahwa ternyata dunia digital sangat luas dan tidak sekadar berjualan secara *online*. Saya mulai lebih sering berbagi mengenai dunia digital; apa saja yang saya lakukan, bagaimana *mindset* seorang *businessman*, apa saja motivasinya, dan bagi yang ingin belajar lebih dalam tentang *digital marketing*, saya membuat *premium workshop*-nya.

Saya akan terus menulis dan berbagi melalui buku dan blog www.dennysantoso.com. Saya berharap Anda senang bisa mendapatkan manfaat yang luar biasa, layaknya saya yang senang berbagi pengalaman dengan Anda.

I'll be in touch.

@DennySantoso
info@digitalmarketer.id

DONE IS BETTER THAN PERFECT

Kisah Sukses Seorang Digital Marketer dan Serial Entrepreneur

Saya akan memberi Anda kunci untuk memasuki ruang paling pribadi dalam hidup saya. Di dalamnya, Anda akan menemukan nilai-nilai hidup saya dan pelajaran dari kegagalan yang pernah saya alami. Anda juga akan memahami apa yang membuat saya bisa meraih sukses sebagai seorang *serial entrepreneur*. Bagi saya, sukses adalah ketika pencapaian saya sejalan dengan nilai-nilai hidup saya, yaitu *Family*, *Fitness*, dan *Freedom*.

Pengalaman saya menjalankan bisnis membuat saya sering diundang menjadi pembicara untuk topik bisnis, *digital marketing*, serta *entrepreneurship*; menulis, menjadi kontributor dan konsultan beberapa majalah *fitness*, serta sempat menjadi pemandu acara televisi.

Mungkin Anda pernah merasa tidak cukup berbakat untuk memulai bisnis, merasa tidak punya modal, merasa tidak cukup sehat untuk berjualan, merasa terlalu tua untuk memulai, atau pikiran-pikiran negatif lainnya. Saya akan membahas lebih lanjut cara saya mengubah diri, dari seorang anak biasa di Kota Malang yang tak percaya diri, hingga berhasil menjadi seorang mentor, *public speaker*, dan *true leader* dengan bisnis yang mendunia seperti sekarang ini.

Penerbit
PT Gramedia Pustaka Utama
Kompas Gramedia Building
Blok I, Lt. 5
Jl. Palmerah Barat 29–37
Jakarta 10270
www.gpu.id

