



The E-Book

Business

9

Business Pillars

by Grandmaster G-Coach Dr. Fahmi &
Master G-Coach Abi Darwis



99

SUCCESS
FORMULA

9 Business Pillars

by Grandmaster G-Coach Dr. Fahmi & Master G-Coach Abi Darwis

The Overview

Apa yang ada dalam benak Anda ketika mendengar “**9 BUSINESS PILARS**”? secara makna kata dalam bahasa Inggris di laman rujukan berbagai arti kata Merriam-webster dictionary, pillars berarti “*to provide or to strengthen* “. Dalam bahasa Indonesia sendiri, pilar berarti penyangga sesuatu agar sesuatu tersebut berdiri dengan kokoh, misalnya bangunan.

Jika makna pilar dibawa dalam ranah bisnis, secara langsung kita bisa menyimpulkan bahwa “*9 Business Pillars*” adalah sembilan pilar dalam bisnis, sembilan pilar yang bertugas menguatkan bisnis tersebut, atau menyangga eksistensi bisnis tersebut.

Dengan berbagai kejadian *major* yang hari-hari ini terjadi efek dari pandemi Covid-19 di seluruh dunia, kami masih berasumsi bahwa beberapa pillars bisnis akan tetap sama secara esensi, namun akan sangat berbeda dalam proses aplikasinya di

lapangan. Secara otomatis kejadian luar biasa seperti pandemi Covid-19 ini akan mengubah bagaimana cara manusia berinteraksi satu dengan yang lain dan tentu akan mempengaruhi bisnis itu sendiri.

Kembali pada pokok pembahasan 9 Business Pillars, kira-kira apa yang ada dalam benak Anda ketika saya meminta Anda untuk menyebutkan sembilan pilar bisnis yang paling sesuai untuk bisnis Anda saat ini? tulis pada halaman selanjutnya, tapi sebelum itu jangan lihat daftar isi atau content-nya terlebih dahulu, atau jika Anda sudah melihatnya, adakah perbedaan pendapat yang mungkin akan lebih memperkaya khasanah pengetahuan bisnis Anda.

Pada bagian awal ini kita akan membahas secara singkat sembilan komponen business pillars. Buku ini dibuat dengan tujuan untuk berinteraksi secara dua arah dengan para pembaca, bukan hanya oldstyle membaca buku, tapi Anda bisa ikut serta terlibat dalam menyempurnakan buku ini dengan pemahaman Anda sendiri. Kami menyediakan berbagai form yang bisa Anda gunakan untuk hal tersebut.

Selain itu buku ini dilengkapi dengan berbagai QR code untuk memperkaya khasanah pengetahuan Anda tentang bisnis. Berisi link dari berbagai sumber dan video yang sengaja kami sertakan untuk mendukung dan memperkaya konten buku ini. So prologue akan kita mulai dengan penjelasan singkat tentang sembilan komponen pilar bisnis versi Master G-Coach Abi Darwis.

9 Business Pillars

by Grandmaster G-Coach Dr. Fahmi & Master G-Coach Abi Darwis

4. COST LEADERSHIP

-
-
-
-
-

3. KINERJA (SDM)

-
-
-
-
-


ORGANIC GREAT BUSINESS PILLARS

6. LEADERSHIP

-
-
-
-
-

7. BUSINESS OWNER MENTALITY (DNA)

-
-
-
-
-



EXECUTION & OPERATION AREA



1. OMSET

-
-
-
-
-

2. KEPUASAN PELANGGAN

-
-
-
-
-

5. ORGANIZATION

HAPPINESS

CREATE LIFE


8. HUMAN DIGNITY

-
-
-
-
-

BUSINESS OWNER & MINDSET AREA

9. SPIRITUALITY (IDEOLOGY)

-
-
-
-
-





Omset

① Omset

Omset adalah indikasi utama apakah produk atau jasa yang Anda tawarkan laku di pasaran atau tidak?

Kira-kira siapa yang tidak setuju dengan statement kami diatas? dari angka laporan harian tentang omzet seorang business coach atau owner akan segera mengetahui apakah produknya diterima oleh pasar atau tidak “pada saat ini”.

Tentu seorang pebisnis secara otomatis akan melakukan segala hal agar angka yang tertera dalam laporan harian tentang omzet terus meningkat setiap hari, yang ingin kami sampaikan adalah indikasi utama bisnis Anda masih layak untuk bertahan dan terus bertumbuh adalah omzet Anda.

Logika yang sangat sederhana, ketika omzet Anda meningkat dan atau melebihi para kompetitor Anda maka siapapun bisa mengambil kesimpulan bahwa

bisnis Anda saat ini:

- Produk atau jasa Anda diterima oleh pasar.
- Produk atau jasa Anda lebih baik dari pesaing Anda itu ditunjukkan dengan omzet Anda yang lebih baik.
- Pasar puas dengan trade-off pada produk Anda, uang yang harus mereka keluarkan sesuai atau sebanding dengan manfaat yang mereka inginkan, bahkan melebihi.

Tiga hal diatas adalah bukti bahwa produk Anda diterima baik oleh pasar, dan saatnya untuk terus menjaga keunggulan dengan berbagai inovasi dan novelty yang Anda harus tambahkan pada produk dan jasa Anda.

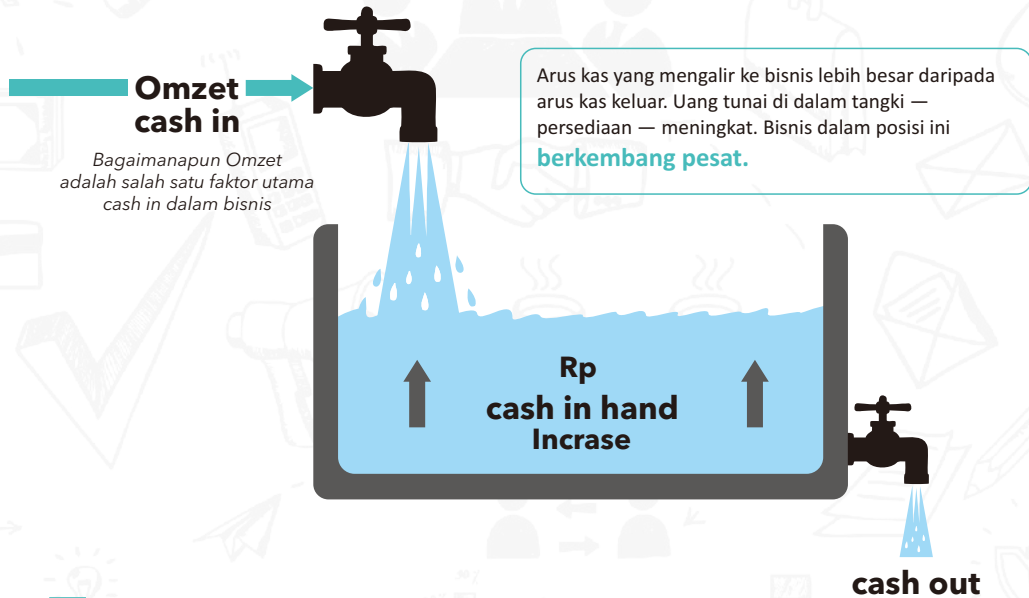
Inovasi dan novelty begitu penting karena trend pasar dan kehidupan sosial manusia yang terus berubah setiap saat dan semakin cepat. Para pakar ekonomi bilang, *“fast is the new currency”*.

Ketika produk Anda pada level yang kami sebut diatas, secara perlombaan Anda berada dalam *pole position*, tinggal bagaimana Anda mengelola kecepatan dan keahlian selama perlombaan berlangsung.

Pada prologue ini kami memberikan pemahaman dasar tentang bagaimana omzet menjadi salah satu dari sembilan pilar bisnis dan bagaimana pentingnya omzet sebagai indikasi apakah bisnis Anda sehat atau tidak.

Positive Simple Cash Flow

illustration 1



! WARNING

Top Four cash-flow problems

► Slow payment

Karena daya bargaining yang rendah keterlambatan bayar atas tagihan sering terjadi.

► Kebijakan Kredit

Kebijakan faktur penjualan yang dikeluarkan sampai 90 bahkan 120 hari, padahal yang normal adalah tidak lebih dari 30 hari.

► Sales Decline

trend baru, pola kehidupan sosial yang baru. Penjualan menurun drastis, kejadian ini baru saja terjadi pada sebagian besar bisnis travelling dan event organizer dampak pandemi, sebagai pemimpin apa respon Anda?

► Produk Dikson

Biasanya ini terjadi karena memang produk tidak lolos quality control, SDM dan proses produksi berperan penting atas kejadian ini.

Sementara sharing pengalaman dan perspective dari seorang bussiness coach, Master G-Coach certified akan dibahas lengkap pada bab khusus membahas tentang omzet.

Pada bagian ini, tujuan kami adalah Anda memahami logika sederhana betapa pentingnya peran omzet dan bagaimana omzet bisa menjadi indikasi awal apakah bisnis Anda sehat atau tidak.

Sementara untuk memahami *sales revenue, capitals, loans, other revenues, cash in, cash out, cash in hand, positive and negative cash flow* secara singkat dan sederhana akan dibahas pada bab tentang omzet.

Penting untuk memahami logika sederhana tentang cash ini karena menurut Alexandra Black, penulis

buku, “How Business Works”, terbitan DK Publishing, berdasarkan riset dan apa yang beliau tulis dalam bukunya, 80% start-ups yang tersebar di seluruh dunia gagal bertumbuh dan berkembang karena kegagalan dalam mengelola cash flow, sementara omzet adalah salah satu bagian dari cash flow, untuk itu sebagai seorang pebisnis dan pengelola usaha, Anda harus memahami logika sederhana ini.

Pada gambar di halaman sebelumnya, kami memberikan analogi sederhana bagaimana seharusnya kondisi cash flow Anda. Omzet masuk sebagai salah satu bagian dari cash flow, akan tetap terus menjaga kondisi penyimpanan Anda agar tidak kering.

Sementara bagaimana teknik untuk terus bisa menjaga omzet dan menstabilkan cash flow akan dibahas pada bagian inti dari bab tentang pilar pertama dari sembilan pilar bisnis, omzet.

80%

**of small business start-ups
across the world fail
because of poor cash-flow
management**

Alexandra Black
Author “How Business Works”, DK Publishing



Kepuasan Pelanggan

2 Kepuasan Pelanggan

SCAN ME



9 Business Pillars
Videos

Memahami
Logika Sederhana
"Kepuasan
Pelanggan"

Videos by
Master G-Coach
Abi Darwis

"Jika Anda puas dengan layanan kami, sampaikan kepada teman-teman Anda, jika ada kritik dan saran sampaikan kepada kami", "Kepuasan Anda adalah tujuan kami", yups, itulah beberapa frasa yang sering kita temui di restoran-restoran yang dikelola secara sederhana, atau mungkin juga dalam jasa laundry di samping rumah Anda.

Frasa simple tapi sarat makna, tapi, kita semua tahu lah bagaimana perilaku konsumen di Indonesia. Mereka labih memilih diam dan kemudian pergi tanpa kembali daripada memberikan masukan atau kritikan kepada sebuah organisasi yang sedang melakukan proses bisnisnya.

Pelanggan semakin hari semakin pemilih karena begitu banyaknya barang atau jasa yang ada di pasar, tengoklah merek Smartphone misalnya, begitu banyak varian, begitu banyak kelebihan, begitu

banyak pilihan, namun semuanya menempati pasarnya masing-masing, Iphone dan Samsung dengan pembeli kelas menengah keatasnya, Xiaomi, Realme dan Oppo dengan pembeli anak muda dengan kebutuhan E-Sport dan entertainment lebih dengan harga yang lebih terjangkau, sementara Vivo dan merek lainnya, bermain di pelanggan kaum hawa dan orang-orang non-tech (tidak terlalu memahami sebuah spesifikasi smartphone) dan yang lebih peduli dengan fitur sosial media misalnya.

Semua produsen dan penyedia barang dan jasa yang punya tujuan absolute yaitu memberikan kepuasan kepada para pelanggannya. Walaupun itu semacam barang-barang yang dikonsumsi secara publik, kebutuhan sehari-hari semacam sabun misalnya.

Pilar kedua dalam rangkaian sembilan pilar bisnis adalah kepuasan pelanggan. Kami tidak membahas secara mendetail dan menyeluruh di berbagai bidang bisnis, kami berfokus bagaimana Anda bisa menemukan trade-off atau value yang Anda tawarkan dari bisnis Anda kepada pelanggan Anda.



Kinerja (SDM)

3 Kinerja (SDM)

SCAN ME



9 Business Pillars
Videos

**Memahami
Logika Sederhana
"Kepuasan
Pelanggan"**

Videos by
Master G-Coach
Abi Darwis

Sumber daya manusia, orang-orang sebagai daya gerak sebuah organisasi. Ketika berbicara tentang SDM, kami secara personal memilih konsep dari Jim Collins, dalam bukunya *Good to Great*, tepatnya poin pertama dan kedua. Akan begitu banyak buku-buku atau artikel yang membahas tentang bagaimana mengelola SDM, bagi kami, adalah satu-satunya orang yang paling memahami orang-orang yang ada dalam kendali dan dalam organisasi Anda.

Ketika mereka memutuskan untuk bergabung dengan organisasi Anda, apa yang Anda tawarkan untuk mereka, dan apa yang Anda harapkan dari mereka. Titik tersebut menjadi pondasi utama hubungan Anda dengan orang-orang dalam organisasi Anda.

Mari sedikit membahas kinerja dan SDM dengan pola pendekatan Good to Great dari Jim Collins.



First Rules

1. Level 5 Leaders

Level 5 leaders build enduring greatness through personal humility and professional will.

- **Personal humility**, Compelling modesty, company's long-term, interest above self, set up successors.
- **Professional Will** Results-driven, unwavering resolve, quiet doggedness.

Logika sederhananya, memahami kapan harus bersikap kekeluargaan yang membuat orang-orang yang bekerja dengan Anda merasa santai dalam bekerja. Disisi lain, memahami kapan harus tegas dengan tanggung jawab masing-masing orang.

“Hire people
smarter than you and
get out of their way.”

Howard Schultz

Akan selalu menjadi seni memimpin orang yang sangat memberikan tantangan bagi siapapun, bersikap antara kedua hal ini.

Ketika berbicara dengan orang-orang lama, mungkin rasa hormat dan kesenioran begitu kental, tapi begitu dengan anak-anak muda generasi millenials, flat organization bakal terasa banget.

WARNING

Understanding motivation in the workplace

▶ **Extrinsic;**

Policies implemented by the company

Financial rewards

- > Base pay
- > Bonus
- > Incentives

Benefits

- > Pension contributions
- > Paid holidays/vacation
- > Health care

Faktanya, millenials tidak begitu suka dengan hierarki, sementara para generasi tua menganggap yang muda harus hormat kepada generasi tua, ah... kadang emang repot ketika perspective beda, harus ada yang ngalah buat bisa secara ego untuk berkolaborasi dengan baik.

2. First Who...Then What.

- **First get the right A-team players onboard, then set the strategy/direction.**

Pertama tentukan orang-orang yang layak berada dalam organisasi bisnis Anda. Sesuaikan dengan kebutuhan bisnis Anda, ingat, orang-orang yang ahli selalu datang dengan “harga” mereka, meskipun tidak selalu dalam bentuk uang, tugas Anda sebagai pemimpin adalah mengelola orang-orang yang ada dalam organisasi Anda agar terus produktif. Pada bab yang membahas khusus tentang SDM kita bisa belajar dari sosok Thomas Alfa Edison dan bagaimana beliau membentuk team yang mengguncang dunia.

- **Be rigorous (not ruthless) about people.**

Bersikaplah tegas kepada orang-orang yang ada dalam organisasi Anda (tidak kejam), disisi lain, Anda harus kejam terhadap “*core business*” Anda. Bagian ini akan ada video khusus yang kami sediakan untuk Anda agar lebih mudah dalam

! **WARNING**
Understanding motivation in the workplace

► **Intrinsic**
Feelings that an individual has:

► **Purpose**
A sense of being able to accomplish something of value.

► **Choice**
Clear ownership and feeling responsible for outcome.

► **Progress**
As an individual, feeling and seeing evidence of moving things forward.

► **Competence**
Pride and satisfaction in own work.

memahami makna tegas pada orang-orang di organisasi bisnis Anda, tapi kejam terhadap nilai inti atau *core business* Anda.

Bagaimanapun akan banyak generasi-generasi millenials yang akan ada dalam organisasi Anda, mereka lebih menyukai bagaimana seorang pemimpin kejam terhadap cores business, dalam artian mereka memahami semangat Anda dalam mencapai tujuan. Sebaliknya, mereka tidak suka pemimpin yang kejam kepada orang-orang tanpa alasan.

- **When in doubt, don't hire. Keep looking**

Ketika Anda merasa ragu, jangan ambil keputusan untuk membawanya dalam organisasi bisnis Anda, teruslah mencari orang-orang yang menurut Anda pas dengan kriteria yang Anda inginkan. Tentu ada batasan-batasan dan toleransi seberapa kecakapannya, kebanyakan orang memikirkan attitude seseorang dulu baru kemudian investasi melatih orang tersebut. Tidak sepenuhnya benar juga tidak sepenuhnya salah, semua tergantung kondisi yang sedang Anda hadapi.

Ketika memang membutuhkan kemampuan secara teknis Anda bisa hire orang berpengalaman dalam sekali project, sementara memagangkan kader pilihan Anda dalam project tersebut.

Cost



4 Cost

SCAN ME



9 Business Pillars
Videos

**Memahami
Logika Sederhana
"Kepuasan
Pelanggan"**

Videos by
Master G-Coach
Abi Darwis

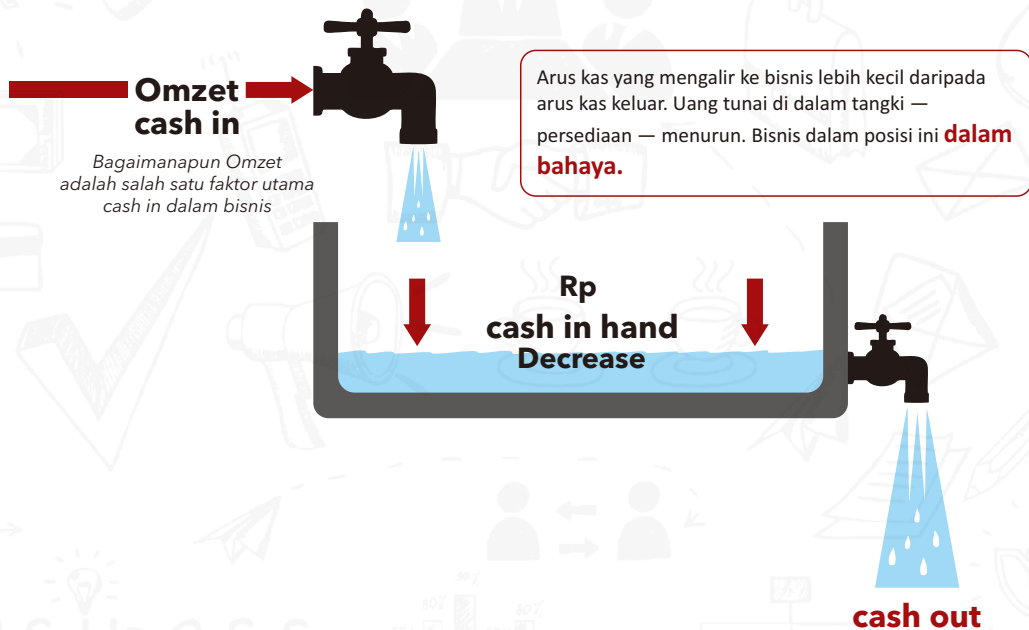
Memahami keseluruhan cost dalam proses bisnis dalam sebuah organisasi bisnis adalah sesuatu yang esensial untuk seorang pemilik bisnis. Apalagi ketika bisnis ini dibangun dengan dasar one man show sebelumnya, dimana owner melakukan segala hal, yang otomatis ketika itu, owner memahami segala sesuatu berkaitan dengan cost.

Pada level ini memang dibutuhkan seorang akuntan untuk mengelola segala tata kelola keuangan. Kami tidak membahas bagaimana teknisnya pada buku ini, Anda bisa undang akuntan atau hire akuntan secara mandiri, namun yang perlu kami ingatkan adalah prinsip bagaimana mengelola keuangan yang baik bagi organisasi bisnis pada masa krisis transisi pasca pandemi seperti sekarang ini.

Logika berfikir ini kami dapatkan dari membaca buku *"The Turnaround Experience: Real-World Lessons in*

Negative Simple Cash Flow

illustration 2



Bagaimanapun Omzet adalah salah satu faktor utama cash in dalam bisnis

Arus kas yang mengalir ke bisnis lebih kecil daripada arus kas keluar. Uang tunai di dalam tangki — persediaan — menurun. Bisnis dalam posisi ini **dalam bahaya.**

Rp
cash in hand
Decrease

cash out

Revitalizing Corporations”, yang ditulis oleh Federick M. Zimmerman, tentang bagaimana mengelola perusahaan dan merevitalisasi dari keterpurukan.

Kami mengambil konsep dan logika berfikirnya, karena bisa dipastikan secara teknis sudah tak relevan lagi dengan dunia saat ini, tapi secara konsep logika berfikir masih sangat relevan. Tinggal bagaimana seorang leaders memanfaatkan teknologi untuk mempermudah proses yang teknis.

- **Low Cost Operation**

Logika berfikir pertama adalah bagaimana sebuah organisasi bisnis mampu beroperasi dengan skala *low cost operation*, artinya, organisasi bisnis ini

SCAN ME



9 Business Pillars
Videos

Memahami
Logika Sederhana
"Kepuasan
Pelanggan"

Videos by
Master G-Coach
Abi Darwis

dipaksa untuk mampu menghasilkan produk dengan kualitas yang sama dengan biasanya, tapi dengan cost yang lebih rendah.

Pada bagian ini Anda bisa menggunakan pendekatan KAIZEN dan disiplin ilmu lainnya untuk menemukan titik paling efektif dari day by day operational bisnis Anda.

Pada bagian ini ada empat poin, masing-masing dengan penjelasan singkat sebagai berikut:

1. Operation Efficiency,

berarti pekerjaan yang harus selesai sesuai dengan jadwal yang seharusnya. Pekerjaan teknis yang harus selesai dalam sehari wajib selesai hari itu juga, jika tidak maka akan menimbulkan hutang kerja yang akhirnya berdampak pada hasil dan cost yang dikeluarkan akan lebih besar.

2. Inventory Efficiency,

berarti kemampuan sebuah organisasi bisnis dalam mengelola arus antara produk terjual, stok dan bahan baku. Organisasi bisnis dengan pengelolaan yang baik harus mampu menjual lebih banyak dan meminimalisir stok yang ada dalam gudang. Semakin cepat barang berubah menjadi cash semakin baik dampaknya untuk bisnis.

SCAN ME



9 Business Pillars
Videos

**Memahami
Logika Sederhana
"Kepuasan
Pelanggan"**

Videos by
Master G-Coach
Abi Darwis

3. Modest Overhead

kemampuan organisasi bisnis untuk mengelola keuangan, menahan investasi yang tidak perlu dan hanya mengeluarkan cost apabila sudah dipastikan akan mendapat timbal balik dari itu, memang sedikit kejam kelihatannya, tapi untuk efisiensi dan pembiasaan langkah ini harus dilakukan ketika memang keadaan neraca keuangan bisnis sedang tidak baik.

4. Low Cost Through Design

Sejak tahap awal pertumbuhan organisasi bisnis harus memikirkan bagaimana secara desain segala operasionalnya dilakukan secara "low cost".

Ketika kami membahas tentang low cost, bukan berarti barang atau hasil jadi murahan, low cost berarti mampu menekan biaya-biaya yang tidak seharusnya terbuang percuma karena kurang kompetennya SDM atau memang secara alur bisnis banyak terjadi kebocoran cost misalnya.

Logika pertama ini akan selalu relevan dimanapun masanya, bahkan jika itu tentang inovasi yang membutuhkan berbagai percobaan.

Bukan secara teknis yang penting, tapi bagaimana seorang business owner punya logika berfikir "low cost", itu yang lebih esensial.



Organization

5 Organization



9 Business Pillars
Videos

**Only Organization
Can Create Money**

Videos by
Master G-Coach
Abi Darwis

Only Organization can Create Money, pesan sahabat sekaligus guru kami, Coach Dr. Fahmi, bagi beliau, organisasi bagai sebuah entitas kehidupan yang utuh, yang masing-masing punya perannya, sehingga wajar ketika statement, *“only organization can create money”*. Money disini bersifat cash atau pemasukan secara berkelanjutan dan dalam ukuran *massive*.

Sebagai business owner Anda bisa mengambil logika sederhana dari statement tersebut, untuk bisa menghasilkan *cash* atau pemasukan secara berkelanjutan berarti organisasi Anda harus berdaya dan bekerja sesuai dengan perannya masing-masing.

Even seorang youtuber jika ingin memproduksi content-content secara berkelanjutan butuh team yang secara keseluruhan juga bisa disebut dengan organisasi.

Hanya **“Organisasi”**
yang **mampu menghasilkan “money”**
secara berkelanjutan, bertumbuh
dan bertahan,

Coach Dr. Fahmi
Founder Grounded Business Coaching

Bagaimana nantinya mengelola organisasi yang mampu meng-create money yang nantinya jadi manfaat bagi orang-orang disekeliling Anda akan dibahas lengkap pada bagian Organization, pilar central atau yang mengikat pilar-pilar yang lain diantara sembilan pilar bisnis yang ada.

Secara makna kata organization bisa dipahami sebagai berikut; menurut *Merriam Webster*, salah satu website dictionary yang sudah banyak dipercaya, *“Definition of organization is the act or process of organizing or of being organized”*. Proses mengelola, menata atau mengatur atau sedang dikelola, ditata atau diatur.

Dalam *chase* ini, buku ini membahas dan *sharing* pengalaman dengan penulis tentang bagaimana mengelola dan mengatur bisnis sebagai seorang business owner. Dalam pertumbuhannya, bisnis bisa dikelompokkan dari yang simple sampai korporasi besar seperti Amazon, Unilever, Danone, Marriot Hotel Chain, Alibaba, dll.

Secara sederhana kita bisa mengamati dan melihat organisasi bisnis dibagi menjadi beberapa, berikut gambaran sederhana dari pembagian bentuk-bentuk organisasi bisnis yang lazim dalam dunia bisnis;

Pertama, usaha kecil mikro dan menengah, biasa kita kenal dengan UMKM, yang biasanya bersifat organisasi bisnis perseorangan, karena inilah biasanya owner mengendalikan segalanya.

Jumlah UMKM di Indonesia tahun 2020

mencapai 64 juta,

baru sekitar 3.79 juta UMKM yang sudah go Online.

Source:
Badan Pusat Statistik Indonesia
Kominfo.go.id

Faktanya, jumlah UMKM di Indonesia sangat banyak dan akan terus meningkat, walaupun menurut data diatas, teknologi internet dan kemudahan online masih belum bisa dirasakan sebagian besar pelaku UMKM di Indonesia, biasanya yang ini didominasi mereka dari generasi sebelum generasi millenials yang memang secara alami sulit untuk beradaptasi dengan teknologi. Menunggu generasi selanjutnya atau diberi penyuluhan dari pemerintah menjadi jalan untuk mereka bertransformasi.

Kedua, organisasi bisnis yang bersifat *private companies*. Kami tidak punya data secara mendalam tentang organisasi bisnis yang bersifat private di Indonesia. Poin yang ingin kami sampaikan pada bagian ini adalah, ada organisasi yang besar yang mungkin Anda kenal, tapi ternyata mereka organisasi bisnis yang bersifat private organization.

Contohnya, Rolex, sebuah organisasi bisnis yang memproduksi jam tangan mewah, IKEA juga merupakan private companies, dan yang selanjutnya adalah LEGO, data ini kami dapatkan dari riset Alexandra Black, penulis *How Business Works*.

Ketiga, *public companies*, untuk ke level ini dituntut pondasi dan dasar organisasi yang kokoh, biasanya dihuni organisasi bisnis yang sudah berpengalaman dan berumur lebih dari 10 tahun.

Anda bisa membuka website sahamok.net untuk mengetahui organisasi-organisasi bisnis yang bersifat publik yang ada di Indonesia.

Dalam buku ini kami tidak membahas bagaimana dan apa itu perusahaan publik, terlalu luas dan butuh kompetensi tersendiri untuk membahasnya.

Mengapa kami sebutkan diatas? tujuannya adalah agar Anda memahami jenis-jenis organisasi bisnis yang lazim pada dunia bisnis, terutama di Indonesia.

Keempat, organisasi bisnis multinasional atau yang sering disebut dengan perusahaan multinasional. Perusahaan ini biasanya untuk memudahkan dalam pertumbuhan dan fleksibilitas mereka membuka jaringan bisnisnya di berbagai negara.

Diharapkan dengan membukan beberapa sektor usahanya di berbagai negara, mereka dapat mengurangi *cost* dari proses bisnisnya tersebut.

Cabang-cabang bisnis diharuskan beradaptasi dengan market lokal agar mendapatkan tempat di pasar lokal tersebut. Contoh simpelnya KFC yang menjual nasi, dan juga McDonald yang pernah menjual sambal terasi juga.

Kelima, adalah organisasi bisnis yang bergerak bukan karena profit, tapi faktor yang lainnya, alasan utamanya biasanya mengelola dan mengatur dana untuk bantuan kemanusiaan.

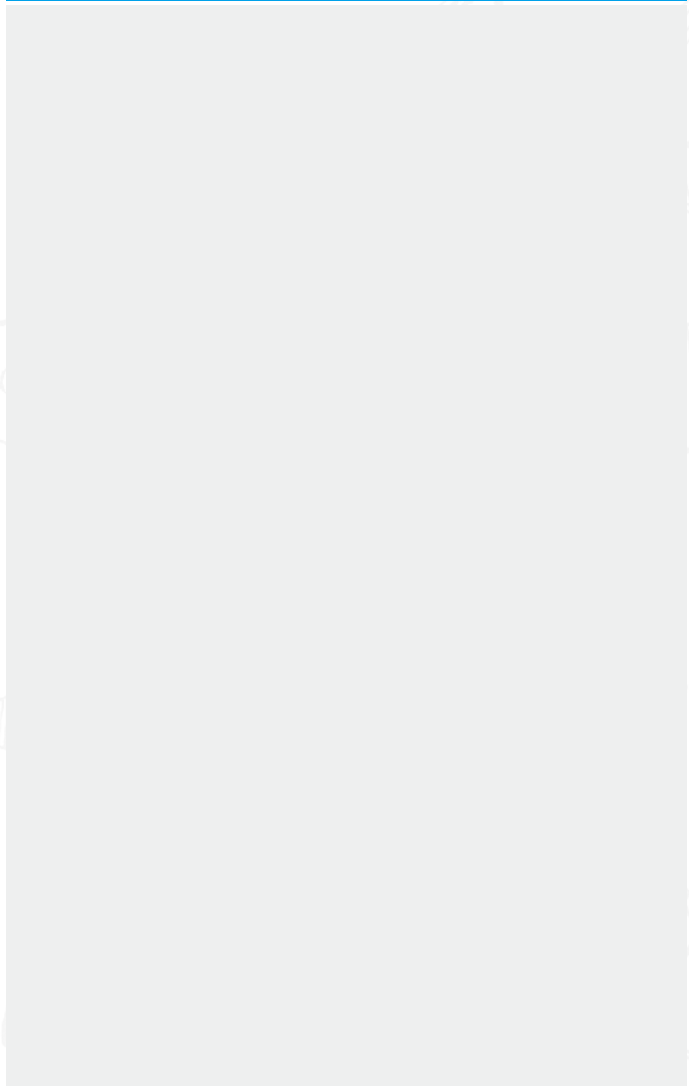
Biasanya di Indonesia dikenal dengan yayasan sosial yang biasa menyalurkan berbagai sumbangan kemanusiaan, mengelola bantuan kemanusiaan, mengelola bantuan pendidikan sekolah untuk anak-anak terdampak bencana atau anak-anak yang kurang mampu.

Itulah beberapa contoh organisasi bisnis yang ada di Indonesia dan secara lazim ada dalam dunia bisnis. Kami menyampaikan dalam buku ini akan banyak

fokus pada organisasi bisnis yang masih berskala UMKM, UKM dan private companies, tidak akan banyak membahas tentang perusahaan yang sudah Go-Publik, karena memang kompetensi kami di bidang itu.

Bagaimana menurut Anda? adakah uneg-uneg, monggo silahkan dicoret-coret di form dibawah ini?

Readers Notes





Leadership

6 Leadership

SCAN ME



9 Business Pillars
Videos

**Leadership is the
Engine of the
Organization**

Videos by
Master G-Coach
Abi Darwis

Leadership is the engine of organization, statement yang sering kami dengar ketika mengikuti kelas-kelas kepemimpinan yang disampaikan oleh guru sekaligus sahabat kami, Coach Dr. Fahmi.

Beliau selalu mengingatkan, kepemimpinan adalah energi penggerak sebuah organisasi, apapun organisasi itu, kemana akan dibawa, pencapaiannya seperti apa bergantung pada siapa dan bagaimana level kepemimpinannya.

Sejarah mencatat, hanya pemimpin dengan ide gila dan visi tidak masuk akal yang berhasil dikenal dunia dan mengubah tatanan dunia berdasarkan bidangnya masing-masing.

Dalam sejarah Islam kita mengenal bagaimana Baginda besar Rosulullah Muhammad SAW, yang mampu meletakkan tonggak kebesaran ISLAM di

seluruh dunia lebih dari 1400 tahun yang lalu, setelah itu, disusul oleh pengikut-pengikutnya mulai dari keempat sahabat beliau, anggota kulafaur rhasidin, selanjutnya Shalahudin Al Ayubi, Muhammad Al Fatih, Thariq bin Ziyad mereka adalah pemimpin-pemimpin yang dikenal dengan kualitasnya.

Berlanjut pada era modern, dimana seorang yang terlahir disleksia Thomas Alfa Edison memimpin timnya, Merlon Park Team mengubah sejarah dunia dengan penemuan bohlam lampu pijarnya.

Di era modern, Steve Jobs dengan *statement*-nya yang fenomenal dan cenderung *misfit*, mengubah bagaimana bisnis smartphone itu dijalankan, sampai sekarang Iphone masih menjadi simbol kecanggihan smartphone, walau secara pasar kalah dengan Samsung dan Xiaomi.



“You have to pick carefully. I'm actually as proud of the things we haven't done as the things I have done.

Innovation is saying no to 1,000 things.”

Steve Jobs
Founder Apple Corp.

Jika Anda membuka tab google dan mencari definisi tentang leadership, maka akan ada ribuan bahkan bisa dikatakan, tiap orang memaknai leadership dengan berbeda-beda, walau tetap bisa ditarik garis besar apa itu definisi leadership.

Kami tidak membahas bagaimana dan apa definisi tentang leadership, kami lebih suka membahas bagaimana impact yang ditimbulkan, perbedaan yang dirasakan, result yang bisa dilihat secara langsung antara organisasi yang dipimpin dengan baik dan organisasi yang dipimpin dengan cara yang biasa-biasa saja.

Janine Benyus, seorang ilmuwan dengan organisasinya, Biomimicry 3.8 yang berbasis di Montana, USA memimpin sebuah project bagaimana menciptakan produk-produk yang benar-benar bersahabat dengan alam, yang menjawab tantangan zaman, mampu beradaptasi pada perubahan iklim dan tentu ramah lingkungan.

Innovasinya semua terinspirasi dari alam yang sudah menyediakan bagaimana seharusnya segala sesuatu bekerja dengan baik. Contoh yang paling sederhana bagaimana Biomimicry merancang sebuah sepatu yang biasa digunakan untuk memanjat atau mendaki gunung. Dengan teliti meneliti bagaimana cara kerja keempat lengan tokek, akhirnya tercipta sebuah produk yang sangat sesuai untuk mendaki gunung.



Image Source:
Fast Leader Magazine,
October 2020
Peter Fisk

“After 3.8 billion years of research and development, failures are fossils, **and what surrounds us is the secret to our survival.**”

Janine M. Benyus
Scientist - Founder Biomimicry 3.8

Sebuah report terbaru dari World Economic Forum, yang didukung oleh Accenture, sebuah lembaga SDM terkenal dunia, memberi pertanyaan lebih dari 3000 pemimpin di seluruh dunia dan ditambah 1800an pemimpin-pemimpin muda yang memiliki pandangan kuat tentang masa depan dan kehidupan manusia di masa depan.

Tujuan dari report ini adalah mengeksplorasi karakteristik yang paling penting bagi para pemimpin untuk menavigasi berbagai ketidakpastian yang baru-baru ini mengguncang dunia, covid-19 misalnya. Didapatkan tiga prioritas bagi seorang pemimpin masa depan (pasca pandemi) mempunyai fokus sebagai berikut;

Pertama, pemimpin dituntut untuk berada pada kondisi puncaknya setiap hari, seiring dengan kondisi dunia yang tidak stabil, makin kacau dan pergeseran informasi yang begitu cepat, dibutuhkan pemimpin yang ready on time, memberikan kinerja tinggi dalam jangka waktu yang cepat, itu adalah satu-satunya kunci untuk bisa bersaing di masa mendatang. Ready for peak performance everytime.

Kedua, pemimpin harus open-mind dengan segala sesuatu yang berbau inovasi, nafas selanjutnya dari seorang pemimpin adalah memikirkan bagaimana inovasi bisa diimplementasikan dalam organisasinya, disetiap aspek bahkan. Di masa depan, project jangka panjang keberlangsungan sebuah organisasi adalah inovasi.

Ketiga, pemimpin beserta stakeholders yang bertanggungjawab dan berkepentingan terhadap sebuah organisasi membentuk hubungan yang saling menjaga kepercayaan dan tanggung jawab yang penuh, memikirkan dan mempraktikkan sebuah

proses bisnis yang tidak hanya mengejar profit dan pendapatan semata, tapi kebermanfaatannya pada dunia sekitar secara sosial maupun lingkungan sumberdaya alam.

Kita mengenal seorang penulis buku leadership, Peter Drucker, dalam quotes-nya yang mengingatkan kita bagaimana bahaya terbesar di masa yang tidak menentu seperti sekarang ini. Bukan suasananya yang bahaya, tapi logika berfikir dan bertindak yang usang adalah bahaya terbesar, persis seperti keadaan pasca pandemi sekarang ini.

“The greatest danger in times of turbulence is not the turbulence itself, **but to act with yesterday's logic**”.



Peter Drucker
Australian Consultant and Authors



Business Owner Mentality

7 Business Owner Mentality



9 Business Pillars
Videos

**Mental
Entrepreneurs**

Videos by
Master G-Coach
Abi Darwis

Ketika kepemimpinan menjadi energi sebuah organisasi, maka mentality seorang pemilik organisasi menjadi ruh organisasi bisnis itu sendiri.

Ketika bicara masalah mental, sudah bisa dipastikan kita akan membahas bagaimana seseorang mampu bangkit dari keterpurukan kegagalan.

“Keberhasilan dalam sebuah bisnis adalah perayaan publik, sementara kegagalan adalah pemakaman pribadi”, quotes seorang motivator kondang asal Indonesia yang patut kita resapi dan pahami bagaimana sebenarnya dunia ini bertindak “kejam” tapi seimbang bagi setiap makhluk yang ada didalamnya.

Tidak perlu membicarakan manusia yang begitu sempurna diciptakan, kita bicara organisme yang lebih rendah misalnya. Mereka yang menjadi

pemimpin atau pemenang diantara mereka adalah mereka yang tangguh, sang “alpha”, pemimpin kelompok yang menentukan segalanya.

Begitu juga dalam bisnis, kadang kita mencari ilmu kepada manusia-manusia tangguh diluar sana, tapi ketika meresapi alam, sebenarnya alam memberikan segala petunjuk atas masalah-masalah yang sedang kita hadapi.

Ingat, scientist sekelas Janine M. Benyus, berhasil merintis produk-produk yang revolusioner ketika mampu mempraktikkan ilmu, “tadabbur alam”, memahami alam secara mendalam.

Keseimbangan dan kehidupan di alam adalah contoh paling indah dan nyata ketika kita bicara tentang bagaimana mengelola bisnis.

Mengelola tanggungjawab dan organisasi, kerajaan semut adalah contoh terbaik. Mengelola lingkungan agar sesuai dengan bisnis dan kepentingan kita, berang-berang adalah ahlinya. Bekerjasama baik dengan para *supplier* dan orang-orang yang berkepentingan dengan Anda, lebah madu memberi contoh yang sempurna.

Tinggal bagaimana sekarang mental pemiliknya? kami tidak akan membahas bagaimana harus bertindak, bagaimana menentukan tindakan ini-itu, kami yakin sepenuhnya Anda tahu apa yang harus dilakukan.

Bangkit dari kegagalan dan keterpurukan dengan cara-cara dan pendekatan baru adalah satu-satunya cara yang harus dilakukan oleh seorang *business owner*.

Bagaimana teknisnya, kita akan bahas di bagian lengkap bab ini. Pada bagian ini kami akan membahas singkat bagaimana membudayakan sikap untuk tidak cepat putus asa dan menyerah.

Belajar dari Scott Anthony, salah seorang pakar dan guru inovasi terkenal di dunia, berkolaborasi dengan Paul Cobban, Chief Data and Transformation Office at DBS, perlu diketahui DBS pada tahun 2019 ini menyabet gelar bergengsi level dunia di perbankan, dan diantara orang-orang yang berada dalam kesuksesan DBS adalah dua orang ahli ini dibidang transformasi dan inovasi.

Mereka menyebutnya dengan *power of habits*, terlihat begitu sederhana dalam ucapan, tapi begitu kompleks dan menuntut tanggung jawab yang konsisten ketika dipraktikkan.

Scott Anthony menggunakan acronym **BEANs** untuk mempermudah memahami dan menyampaikan konsep *the power of habit* yang dia terapkan di DBS.

- **Behaviour Enablers** , are direct ways to encourage a new behaviour, tools or processes that make it easier for people to do something different.

- **Artifacts**, things you can see and touch, digital and physical ways to reinforce these new behaviours, and become tangible symbols of change.
- **Nudges**, an approach from behavioural science, promote change through indirect suggestion and reinforcement, without you even thinking about it.

Poin-poin diatas sengaja tidak kami terjemahkan untuk menghindari salah terjemahan, kami kira para pembaca pasti mampu memahami konten dari yang disampaikan Scott Anthony tersebut.

Pada dasarnya akan selalu dibutuhkan pemimpin atau business owner yang memahami perannya dalam proses memberikan dukungan baik secara moral ataupun spiritual.

Bagaimanapun, semangan orang-orang yang ada disekitar Anda akan naik turun, untuk itu dibutuhkan pemimpin yang mampu tampil prima secara berkelanjutan.

**“Behaviour is the mirror
in which we can display our image.”**

Mahatma Gandhi



Human Dignity

8 Human Dignity



9 Business Pillars
Videos

Human Dignity

Videos by
Master G-Coach
Abi Darwis

Human dignity adalah salah satu faktor internal dibalik proses keseharian organisasi bisnis Anda, terutama orang-orang yang terlibat didalamnya, martabat dan harga diri.

Pada dasarnya manusia secara otomatis memahami nilai-nilai kebenaran berdasarkan pengetahuan dan apa yang mereka pahami sendiri, uniknya, tidak ada kepuasan yang ada dalam seorang manusia, maka dari itu mereka akan terus mencari apa yang menurut mereka benar dan selanjutnya meyakini nilai-nilai tersebut.

Tugas pemimpin adalah menyampaikan nilai-nilai kebenaran dan budaya dalam organisasi bisnis agar orang-orang memahami dan menjalankannya.

Sesuatu yang berhubungan dengan nurani manusia akan selalu terlihat gampang dibicarakan, tapi

menjadi tantangan tersendiri ketika dipraktikkan. Bagi kami, salah satu esensi dari kepemimpinan seorang business owner terletak dalam Human Dignity ini. Bagaimana tidak, pemimpin seolah seperti hukum yang berjalan, apa yang dilakukan pemimpin secara langsung akan mempengaruhi mental orang-orang yang ada disekelilingnya.

Katakan seorang business owner yang menepati apa-apa yang dia sampaikan, maka secara otomatis rasa hormat muncul dalam diri orang-orang yang ada dalam organisasi bisnisnya, begitu juga sebaliknya.

Jangan pernah berharap team atau orang-orang dalam organisasi Anda bekerja dengan giat dan gagah ketika Anda sendiri tidak pernah mempraktikannya.

Poin ini cenderung bicara tentang bagaimana mengelola manusia dengan petunjuk manual manusia itu sendiri. Contoh paling sederhana adalah bagaimana Anda ingin diperlakukan, maka itu yang harus Anda lakukan para orang-orang yang ada disekeliling Anda.

Bagaimanapun harga diri seseorang tidak akan sama levelnya satu dengan yang lainnya, begitu juga dengan bagaimana mereka menilai harga diri itu sendiri.

Jadilah pemimpin yang terlatih dan memahami secara mendalam untuk memanusiakan manusia.



Spirituality

9 Spirituality

SCAN ME



9 Business Pillars
Videos

Spirituality

Videos by
Master G-Coach
Abi Darwis

Spirituality, selain harga diri dan martabat spirituality adalah faktor internal baik untuk business owner, pemimpin maupun orang-orang yang ada dalam organisasi bisnis.

Sekedar menjadi catatan, pada bagian spirituality ini kami menggunakan pendekatan ISLAM, jadi jika Anda para pembaca mempunyai kepercayaan lain, bisa skip untuk bagian ini.

Bagian ini kami membahas beberapa ayat yang kami rasa menjadi alasan mendasar pada pengetahuan manusia mengapa, kita, manusia, diciptakan, untuk apa dan mengapa harus meyakini bahwa manusia diciptakan dalam sebaik-baiknya bentuk.

Sebagian dari teman-teman pembaca mungkin sudah memahami betul, karena memang sudah banyak literatur yang membahas bagaimana manusia

diciptakan dalam sebaik-baiknya bentuk, Allah sendiri berfirman dalam surah At-Tin, lalu tafsir dan penjelasannya begitu banyak tersebar di internet.

Bagi kami, memahami betul frasa ini adalah dengan melakukan segala sesuatu dengan standar yang tinggi. Marilah merenung, apakah kita sudah mewakili frasa “sebaik-baiknya bentuk tersebut?” dan bagaimana mengamalkannya? ini adalah poin pertama.

Selanjutnya, masih mengutip kalamullah yang berada dalam kitab suci Al Quran, surah An-Najm. Bahwa sesungguhnya manusia (siapapun, mau beriman atau tidak) akan mendapatkan apa-apa yang telah diusahakannya, sesuai, setara dengan energi yang dikeluarkan.

Inilah pristin kasih sayang Allah kepada makhluknya, baik mereka beriman atau tidak, selama masih di dunia akan mendapatkan rahmat standar yang sama, tentu ada orang-orang pilihan yang mendapatkan tempat spesial disisi Allah. Tapi dari sudut pandang kami, selama manusia itu masih gratis untuk menghirup udara dan mendapatkan timbal balik atas apa yang dilakukan, maka itulah yang kami sebut dengan rahmat standar bagi seluruh mahluk-Nya.

Selamat datang di 9 Business Pillars...